ULOGA I ZNAČENJE TITULE „EUROPSKA PRIJESTOLNICA KULTURE“ ZA PROMOCIJU I RAZVOJ TURIZMA U GRADOVIMA

Bubić, Nena

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:580620

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET - SPLIT

Diplomski studij „Turizam i hotelijerstvo“

DIPLOMSKI RAD

ULOGA I ZNAČENJE TITULE „EUROPSKA PRIJESTOLNICA KULTURE“ ZA PROMOCIJU I RAZVOJ TURIZMA U GRADOVIMA

Mentor:

Prof. dr. sc. Lidija Petrić

Student:

Nena Bubić

Split, srpanj 2016.

SADRŽAJ

1. UVODNE NAZNAKE 1

1.1. Problem istraživanja 1

1.2. Predmet istraživanja 7

1.3. Istraživačka pitanja 7

1.4. Ciljevi istraživanja 8

1.5. Metode istraživanja 8

1.6. Doprinos istraživanja 8

1.7. Struktura diplomskog rada 9

2. KULTURA I KULTURNA POLITIKA EUROPSKE UNIJE 10

2.1. Pojam i sadržaj kulture 10

2.2. Organizacija sektora kulture u sklopu Europske unije 13

2.2.1. Kulturna politika Europske unije 13

2.2.2. Uloga strukturnih i ostalih fondova u poticanju kulture 17

3. VEZA KULTURE I TURIZMA U EUROPSKOJ UNIJI 21

3.1. Turizam i turistički trendovi u EU (i svijetu) 21

3.2. Kulturni turizam u EU 28

3.3. Program Europske kulturne prijestolnice 30

3.3.1. Povijest razvoja inicijative 30

3.3.2. Odrednice i procesi programa 34

3.3.3. Financiranje programa 38

4. ISTRAŽIVANJE - UČINCI PROGRAMA NA GRADOVE NOSITELJE TITULE EU PRIJESTOLNICE KULTURE 44

4.1. Učinci na *image* i promociju gradova kao turističkih destinacija 45

4.2. Učinci na međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje turističkih ponuda 51

4.3. Učinci na kreiranje kulturnih programa 54

4.4. Učinci na gradnju infrastrukture i kulturnih objekata 57

4.5. Rezultati inicijative mjereni rastom turističkog prometa i prihoda u gradovima nositeljima 60

4.6. Osvrt na istraživačka pitanja 64

5. KULTURNI TURIZAM I HRVATSKI GRADOVI 65

5.1. Značenje kulture kao resursa turističke ponude u hrvatskim gradovima 65

5.1.1. Kulturno povijesna baština u hrvatskim gradovima 65

5.1.2. Kulturne manifestacije u hrvatskim gradovima 67
5.1.3. Kultura života i rada 68
5.2. Strateške smjernice razvoja kulturnog turizma u RH 70
5.2.1. Uspostavljanje sustava organizacije i mehanizama među sektorske suradnje 70
5.2.2. Autentičnost kulturnih turističkih proizvoda i podizanje standarda interpretacije kulturnog resursa 71
5.2.3. Prioritetne aktivnosti razvoja kulturnog proizvoda 72
5.2.4. Ostale aktivnosti razvoja 72
5.3. Kandidatura hrvatskih gradova za titulu EU prijestolnica kulture - Izbor za Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine u Hrvatskoj 73
5.3.1. Objava natječaja i prijava gradova kandidata 74
5.3.2. Sastanak povjerenstva nezavisnih stručnjaka 74
5.3.3. Odluka o gradovima kandidatima koji nastavljaju utrku za titulu Europska prijestolnica kulture 74
5.3.4. Odluka o gradu nositelju titule Europska prijestolnica kulture 75
5.4. Osvrt na prezentirane činjenice i prijedlozi unaprjeđenja strategije razvoja kulturnog turizma 76
6. ZAKLJUČAK 78
LITERATURA 80
POPIS TABLICA I SLIKA 85
SAŽETAK 86
SUMMARY 87

1. UVODNE NAZNAKE

1.1.Problem istraživanja

Potreba za putovanjem je osnova turističke industrije. Iako su motivi putovanja različiti te se razlikuju dominantni motivi nekada i „danas“, uloga kulture kao motiva putovanja se ne može umanjiti. Upoznavanje drugih kultura i različitosti kao motiva putovanja postoji još iz vremena Kristofora Kolumba.

Kultura je višeznačan pojam koji obuhvaća različite pojave i oblike čovjekova života i stvaralaštva. Svaki narod ima svoju specifičnu kulturu koja je zaštićena od vanjskih utjecaja geografskim, jezičnim i vjerskim barijerama (Jagić, 2004). Ipak, zbog sve bržeg ritma življenja i tehnološkog napretka svijet je postao tzv. globalno selo. Taj trend su pratili i trendovi u turizmu koji se razvijao od onog fokusiranog na destinaciju do onog fokusiranog na turiste što je vodilo masovnom turizmu i homogenizaciji ponuda destinacija. Također je ostavilo mnoge negativne efekte na kulturno povijesnu baštinu i smanjenje prepoznatljivosti kulturnog identiteta destinacije. Takav pristup nije održiv zbog narušavanja osnove turističke ponude destinacija te smanjene mogućnosti prepoznatljivosti brenda. Usprkos tome što je posljedica opisanih promjena i trendova izloženost istim informacijama, razlike i dalje postoje jer je u službi turizma potrebno upravo istaknuti te izvorne kulturne razlike za diferenciranje i pozicioniranje destinacije na globalnom turističkom tržištu.

Kada se pokušava definirati pojam kulture, važno je definirati i pojam multikulturalizma i interkulturalizma. Multikulturalnost predstavlja pojavu više kultura na prostoru jedne destinacije, a interkulturalnost odnos i interakciju između različitih kultura koje se nalaze na istom prostoru. Potonje pojave su bitne za turistički sektor jer se kroz turističku djelatnost javlja interakcija kultura. Iz toga proizlazi i kulturni turizam kao specifičan nosioc interakcija kultura (Jagić, 2004).

Ideja kulturnog turizma jest da se destinacije, koje imaju komparativnu prednost u kulturnom nasljeđu, fokusiraju na prezentaciju kulture kako bi stvorile prepoznatljiv brend. Iako je putovanje zbog upoznavanja kultura postojalo mnogo ranije, koncept kulturnog turizma se službeno javlja 1969. U fokusu struke je intenzivnije posljednjih dvadesetak godina.

Jelinčić (2009) objašnjava kako definirati kulturni turizam nije jednostavno zbog toga što složenost interesa kulturnih turista te mnoštvo resursa koje kulturni turizam obuhvaća predstavljaju problem u definiranju samog pojma kulturnog turizma. Mnoge od današnjih definicija u literaturi izrađene su u svrhu jednokratnog korištenja kako bi autor koji ih koristi pomoću njih dokazao svoje teze te se stoga ne sugerira tragati za „jedinom pravom" definicijom nego ih treba promatrati u kontekstu 4 šire kategorije: definicije s turističkom osnovom, motivacijske definicije, iskustvene definicije i operativne definicije (Jelinčić, 2009). Ipak, iako nije lako definirati kulturni turizam, ovdje će biti izdvojene neke od najpoznatijih definicija kulturnog turizma kako bi se identificirale njegove glavne karakteristike.

Tako Richards (2003) ističe potrebu razlikovanja kulturnog turizma s konceptualnog i operativnog stajališta. Prema konceptualnom stajalištu, kulturni turizam predstavlja kretanje ljudi prema kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava sa svrhom zadovoljenja svojih kulturnih potreba (Richards, 1996 u Richards, 2003). S tehničkog ili operativnog stajališta Richards (2003) izdvaja ATLAS[1]-ovu definiciju prema kojoj kulturni turizam predstavlja sva kretanja osoba prema specifičnim kulturnim atrakcijama, kao što su: kulturne znamenitosti, umjetničke i kulturne manifestacije, umjetnost i drama, izvan svog uobičajenog mjesta stanovanja. Tomljenović i Boranić Živoder (2015) objašnjavaju kako se tehnička definicija razlikuje od zemlje do zemlje. Ipak, izdvajaju se neke najčešće karakteristike koje uključuju posjete kulturno-povijesnim znamenitostima, muzejima i galerijama, glazbeno-scenskim događanjima i predstavama, festivalima, crkvama i samostanima te tematskih ruta i puteva te kreativnih odnosno interaktivnih radionica (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015). Richards (2003) ističe i da se kulturni turizam može definirati prema resursnoj osnovi (npr. resursi involvirani u kulturni turizam obuhvaćaju arheološka nalazišta, arhitekturu, umjetnost, galerije, glazbu, ples, znamenitosti itd…).

Prema Hughesu (1996) pojam kulturnog turizma generalno se može primijeniti na putovanja koja obuhvaćaju posjete kulturnim resursima bez obzira na početnu motivaciju. Od brojnih definicija, Jelinčić (2009) prvenstveno izdvaja onu koja navedenu u *Strategiji razvoja hrvatskog kulturnog* turizma prema kojoj kulturni turizam označava posjete osoba određenoj destinaciji izvan mjesta njihova stalnog boravka motivirane u cijelosti ili djelomično interesom za poviješću, umjetnosti, baštinom ili stilom života lokaliteta, regije, zemlje. Jelinčić (2009) naglašava da ovom definicijom kultura obuhvaća i materijalnu dimenziju –

[1] Association for Leisure and Tourism Education

muzeje, galerije, koncerte, kazališta, spomenike i povijesne lokalitete, ali i nematerijalnu dimenziju – običaje, tradicije, obrte, vještine te se prema ovoj definiciji turisti smatraju kulturnim turistima ako su barem djelomice motivirani željom za sudjelovanjem u kulturnim aktivnostima.

Kulturni turizam ima sve značajniji utjecaj u ukupnom turizmu. Procjenjuje se da je oko 40% svih turističkih putovanja uzrokovano kulturnim motivima (prema UNWTO, 2004, u Richards, 2014). Sukladno takvim projekcijama, u 2013. bi od ukupnih 1.087 milijuna putovanja bilo oko 430 milijuna kulturnih putovanja (Richards, 2014). Razloge sve većeg rasta značenja kulturnog turizma Richards (2003) vidi u kulturizaciji društva (1) i kulturizaciji turističkih praksi, tj. navika (2).

Kulturni turizam počiva na očuvanju baštine destinacije, a posebno je značajan za ruralne sredine koje na taj način ostaju očuvane razvijajući se istodobno kroz kulturni turizam. Kulturni turizam obuhvaća različite aspekte kulture od povijesne baštine do načina života te skupa vrijednosti i običaja svojstvenih nekom društvu. Uređenje i djelovanje stanovnika i subjekata svih djelatnosti destinacije, također je dio kulture. Značaj kulturnog turizma, kao onoga koji je po mjeri čovjeka, uočen je od strane gotovo svih destinacija.

Nekada je naglasak kulturnog turizma bio na razvoju proizvoda baštine, dok u novije vrijeme umjetnički turizam postaje sve značajniji dio kulturno-turističkog proizvoda (Midžić, 2014). Razlog potonjem leži u tome što su umjetničke institucije prepoznale potencijal turizma kao izvora prihoda. Osim toga napredak tehnologije osigurao je kvalitetnije komunikacijske i distributivne kanale što je omogućilo veću dostupnost umjetničkih sadržaja i događaja javnosti. U prvi mah se čini da kulturni turizam pokazuje pozitivne učinke te djeluje kao alat za regionalni razvoj. To svakako vrijedi, ali je važno istaknuti da efekti nisu jednosmjerni tj. isključivo pozitivni. Svakako, s jačanjem potražnje, kulturni turizam pruža podršku lokalnoj kulturi. Razvoj i integracija kulture u turističku ponudu i proizvode omogućuje diferenciranje na globalnom turističkom tržištu s jedne strane, ali i destruktivno djeluje na određena područja kulturne ponude. To posebno vrijedi na zaštićena područja i povijesnu baštinu. Takvi efekti se događaju usprkos viđenju da su kulturni turisti „dobri turisti“ koji putuju u malim skupinama i prave malo štete iz razloga jer oni mogu djelovati kao „trojanski konj“ koji kao otvara područja manje prihvatljivim posljedicama masovnog turizma (Butler, 1990).

Uz to, u Europi se javljaju novi problemi, koji potencijalno mogu poništiti pozitivne efekte kulturnog turizma. Kulturni turizam je postavljan kao obogaćujuća struktura turističkog

proizvoda. Iako, temeljem pregleda kulturno turističkih proizvoda koji se nude na europskom kulturnom tržištu, jasno je da su isti daleko od podržavanja kulturne raznolikosti. Događa se to da se zanemaruje razvitak inovativnih proizvoda jer većina regija traži sigurnost u već isprobanim i pouzdanim kulturnim formulama. Takav pristup kulturnom turizmu vodi smanjenoj diferencijaciji što ne rješava problem konkurencije. Max Dublin je istakao da je sve više nacija koje postavljaju svoje znamenitosti na osnovu istih ciljeva što čini da budućnost postaje poput malog kraja na lijevku (Midžić, 2014).

Problem s kojim se sve regije suočavaju jest problem razvitka kulturnog turizma u vidu koji će štiti temeljne kulturne resurse i identitet regije, a u međuvremenu činiti tu kulturu dostupnom i atraktivnom za turiste. Kako bi se smanjili navedeni problemi, Europa nastoji izvući dobrobit iz kulturnog turizma ne samo kao sredstva ponovnog vrednovanja ili valorizacije svoje bogate povijesne baštine, već i kroz iskorištavanje bogatstava kulturnog stvaralaštva u području umjetnosti. To objašnjava zašto je kulturni turizam postao problem politika širokog raspona institucija koje se bave kulturnom baštinom umjetnosti, turizmom, rekreacijom, zabavom. Ako je gotovo sav turizam kulturalan, onda bi trebali prestati koristiti taj termin. S time se otvaraju nove dileme u pogledu kategorizacije i definicije kulturnog turizma kao selektivnog oblika. Stavljanjem kulturnog turizma u fokus kao osnovu turističke djelatnosti svi ostali oblici postaju selektivni oblici kulturnog turizma. Ako se stave ti nadolazeći trendovi i polemike obilježavanja pojedinih aktivnosti i proizvoda u turizmu tada se može reći da kulturni turizam zauzima centralno mjesto turističkog sektora kao nositelj prezentacije destinacije tj. njezinih obilježja i vrijednosti po kojima se razlikuje od ostalih destinacijskih područja.

Kulturni turizam je identificiran kao jedno od glavnih područja rasta od strane kreatora politike u Europi. Interes za kulturni turizam ubrzano raste, ne samo što se vidi kao plodno tržište, već i zato što je usklađen s mnogim političkim prioritetima, uključujući stvaranje prihoda i radnih mjesta, rješavanje regionalne neravnoteže i kulturnog razvoja. Zbog potonjih učinaka kulturni turizam je stimuliran od strane Europske komisije te nacionalnih, regionalnih i lokalnih vlasti u cijeloj Europi tijekom posljednjih nekoliko godina. Ti se napori očituju kroz projekt „Europska prijestolnica kulture“. Projekt „Prijestolnica kulture Europe“ je razvijen još 1985. te je od tada dodijelio naslov više od 50 gradova Europe. Inovacija u projektu je da se osigura natjecanje za naslov i gradovima zemljama pristupnicama EU ili gradovima zemalja kandidata za integraciju u EU ali svake treće godine počevši od 2021. Ovaj projekt je zamišljen kako bi potaknuo razvoj kulture u gradovima nosiocima titule, ali pri tome veličao

raznolikost kultura u Europi (Europska komisija, 2016). Ova prestižna titula donosi broje koristi gradovima koji je dobiju čast ponijeti.

Naime, gradovi nositelji titule prijestolnice kulture su, zahvaljujući projektu i tituli stekli dodatnu promociju te je tako, primjerice, prošlogodišnji (2015.) grad nositelj titule, belgijski grad Mons, upravo samo zbog titule osigurao otvaranje pet muzeja, dvije koncertne arene i jednog konferencijskog centra. U razdoblju do kraja godine ovaj grad je posjetiteljima osigurao preko tristo raznovrsnih kulturnih događaja među kojima se ističe velika izložba posvećena Van Gohu. Uz glavna događanja koja su pričala priču o ovom gradu posjetitelji su mogli uživati i u umjetničkim zabavnim sadržajima, ali i uličnim spektaklima poput svjetlosnih instalacija te plesa.

Uz razvoj kulturnih sadržaja i kulture općenito te kulturnog turizma rezultati projekta i titule Europska prijestolnica kulture su vidljivi i konkretnije i to s aspekta broja gostiju i ostvarenih prihoda. Linz 2010. ostvaruje dodatni regionalni GDP od 8,4 milijuna eura. Nositelj titule 2010., grad Pecs, ostvario je 1 milijun posjeta povodom kulturnih događanja dok se broj inozemnih gostiju povećao za 71%, Essen je ostvario 10,5 milijuna posjetitelja kulturnih događanja a, Istanbul 12 milijuna posjetitelja (Grad Rijeka, 2013). Uz povećan broj posjetitelja povećao se i broj noćenja u prosjeku za 12%. Uz to je povećana urbana obnova i razvoj te angažman lokalnog stanovništva i događanjima te kulturnom životu.

Nakon promocije pod naslovom grada prijestolnice kulture, urbana destinacija stječe novu poziciju na turističkoj sceni i biva prepoznata. Projekt osigurava informiranje javnosti o kulturnoj ponudi i stvara podlogu za buduće oblikovanje proizvoda kulture i plasmana na tržištu. Gradovi nastavljaju sve aktivnosti u skladu sa sposobnošću financiranja istih uslijed kvalitetne promocije koja prodajom generira prihod za iduće cikluse ulaganja u prezentaciju i integraciju kulture u turistički sektor i stalnu ponudu. Kulturni turizam grada, kao turističke destinacije, je delikatno područje turizma zbog urbanizacije koju gradovi prolaze (Petrić, 2009). Urbanizacija nerijetko narušava kulturno povijesnu baštinu koja je osnova kulturnog turizma. Gradovi s oštećenom kulturnom baštinom i s izgubljenim identitetom, po pitanju nasljeđa, razvijaju svoju kulturnu ponudu baziranu na zabavnoj industriji tj. modernom kulturnom izričaju i elementima kulturnog turizma koji je usvojiv i ne predstavlja specifičnost destinacije (organizacija slikarskih kolonija, izložbi, ulična zabava, festivali i sl.). Gradovi s očuvanom baštinom i gradovi koji ulažu u održavanje i obnavljanje kulturne baštine mogu ponuditi značajno bogatije sadržaje s prepoznatljivošću grada kroz njegovo kulturno povijesno nasljeđe. Gradovi koji imaju bogatu kulturu uz pomoć modernih kulturnih sadržaja

novijeg datuma također prezentiraju i ponudu nasljeđa kulturne baštine kombinirajući „staro i novo“ (kada se primjerice, uz festivale moderne popularne glazbe organiziraju festivali etno glazbe ili kada se na sajmovima uz moderne prezentiraju i tradicionalni obrte i zanimanja te autohtoni proizvodi i sl.).

Ponuda hrvatskog turizma, koja se globalno percipira kao 3S ponuda, doživljava restrukturiranje upravo zbog angažmana i odluke o prijavi hrvatskih gradova na natječaj Europska prijestolnica kulture. Strategija se do sada fokusirala na povećanje broja gostiju kupališnog turizma te produljenja sezone, bez naglaska na razvoj posebnosti destinacije na temelju kulture. S odlukom o prijavi na natječaj strategija mijenja fokus na razvoj i zaštitu kulture i kulturno povijesne baštine. Cilj je očuvati one elemente i dijelove gradova koji imaju priču. Na taj će se način osigurati posebno iskustvo turistima pružajući im putovanje kroz povijest gradova. Strategija razvoja kulturnog turizma potiče na suradnju gradova i ruralnih područja koja su očuvana te njeguju kulturnu baštinu na račun razvitka. Upravo će ovakva područja, kao sateliti gradskih područja, doživjeti revitalizaciju kroz suradnju odnosno postajanjem dijelom ponude gradova. Mnogi gradovi su već uoči samog razdoblja pripreme i prilagodbe osjetili reakciju turističke potražnje koja ukazuje da interes za proizvodima kulturnog turizma postoji. Osam hrvatskih gradova apliciralo je za naslov od prošle godine kada je otvoren natječaj za Europsku prijestolnicu kulture 2020. Time su ukazali na svijest o značaju održivog turizma kroz kulturu. Na natječaj su bili prijavljeni: Zagreb, Split, Rijeka, Dubrovnik, Osijek, Đakovo, Pula i Varaždin. Svaki od gradova ima posebnu kulturnu baštinu i bez obzira na titulu važno je da i ostali gradovi u svoj turistički koncept integriraju kulturni turizam te diferenciranje kroz kulturnu baštinu i odlike kulture. Od trenutka prijave ovog rada do danas rezultati natječaja su već poznati. Naime grad Rijeka je pobijedio i 2020 g. bit će ponosnim nositeljem titule Europske prijestolnice kulture.

U cilju promocije kulture i razvoja infrastrukture gradova kandidata formiran je niz regulatornih aktivnosti koje gradovi kandidati moraju zadovoljiti za prijavu na natječaj što je odrednica na regionalnoj razini. Kada se promatra nacionalna razina, tada se ističe angažman u vidu poticaja kulturnim projektima te osiguranje suradnje državnih i lokalnih institucija zaduženih za kulturu, dok je zadaća lokalne razine da osigura što efikasnije programe i projekte koji će osigurati preduvjete prijave na natječaj ali i kasnije, u slučaju stjecanja titule, kvalitetnu ponudu koja će pozicionirati grad kao kulturnu destinaciju. Lokalna zajednica treba voditi računa da projekti štite povijesnu i kulturnu baštinu i doprinose njezinom očuvanju te razvoju.

1.2.Predmet istraživanja

Nakon definiranja problematike samoga rada definiran je i predmet istraživanja. Predmet istraživanja jest značenje projekta „Europska prijestolnica kulture“ u promicanju i razvoju turističke ponude gradova koji su titulu ponijeli te će u budućnosti ponijeti tu titulu. Osim analize koncepta projekta istražuju se politike i strategije razvoja kulture u EU i Hrvatskoj. U fokusu su efekti koje je projekt ostavio na turistički sektor gradova nosioca titule (kroz različite načine) te doprinos razvoju turizma i čitavog gospodarstva gradova. Također, obraćena je pažnja i na sredstva te sustav potpore koji osiguravaju fondovi EU u financiranju kulture i kulturnog turizma.

U analizu *post* efekta su ušli primjeri gradova nosioca titule prijestolnice kulture, dok su analizirani hrvatski gradovi koji su se nominirali za prijestolnicu kulture 2020. Nadalje, kreirana je analitička podloga za buduća istraživanja, pogotovo ona nakon 2020. kada projekt završi u Hrvatskoj.

1.3. Istraživačka pitanja

Osnovno istraživačko pitanje je: **u kojoj je mjeri titula Europska prijestolnica kulture, gradovima nositeljima titule donijela koristi u turističkom smislu?**

Iz ovoga proizlaze i pomoćna istraživačka pitanja:

P1: Je li titula prijestolnica kulture utjecala pozitivno na image i promociju gradova kao turističkih destinacija?

P2: Je li titula prijestolnica kulture omogućila međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje (obogaćivanje) turističkih ponuda?

P3: U kolikoj je mjeri titula Europska prijestolnica kulture, gradovima nositeljima titule, povećala kulturni značaj te utjecala na razvoj kulturnih manifestacija?

P4: U kolikoj je mjeri titula prijestolnica kulture potaknula ulaganja u infrastrukturu i kvalitetnije upravljanje objektima od kulturnog značaja te izgradnje novih objekata?

P5: Kakve i kolike ekonomske efekte titula Europska prijestolnica kulture ima na turistički sektor gradova nositelja titule, kroz prihode od turizma i broj turista?

1.4. Ciljevi istraživanja

Cilj rada jest ukazati na ulogu i potencijal turizma baziranog na kulturi kroz projekt Europske prijestolnice kulture. Ovaj, primarno kulturni projekt, generira značajne pozitivne učinke na turizam i glavni cilj je bio utvrditi kakve, na koje načine i kolike efekte titula EPK donosi gradovima nosiocima te titule. Također, budući da će u bližoj budućnosti ovu titulu ponijeti hrvatski grad, analizom trenutnog stanja kulturnog turizma i potencijala za kulturni turizam u RH, te vodeći računa o mogućnostima i učincima ovog projekta, cilj je bio ukazati na potencijal koji ovaj projekt nudi hrvatskom gradu nosiocu titule EPK. Što u konačnici može polučiti smjernice za rješenje mnogih pitanja hrvatskog turističkog sektora od sezonalnosti do promjene dominantne percepcije o Hrvatskoj kao 3S destinaciji, a što je također cilj ukazati – mogućnosti ravnopravnog razvijanja drugih oblika turizma osim samo 3S turizma.

1.5. Metode istraživanja

Kod definiranja pojedinih pojmova i razgraničavanja efekata koriste se:

- metoda klasifikacije; koja će osigurati razgraničavanje osnovnih pojmova,
- metoda deskripcije; koja će definirati glavne relacije problematike kojom se bavi rad,
- povijesna metoda; koja će omogućiti prezentaciju efekata analiziranih varijabli na turistički sektor,
- induktivna metoda; koja omogućuje primjenu zaključaka da će pojedinačne pojave i druge njima slične pojave biti jednake,
- metoda kauzalne indukcije; koja ukazuje na razlike između uzroka i posljedica,
- deduktivne metode; koje polaze od općeg pojma ka pojedinačnom u smislu cijelog gospodarstva prema pojedinom sektoru i tržištu.

1.6. Doprinos istraživanja

Kroz istraživanje se ukazuje na nove trendove u turizmu i sve značajniju ulogu integrativnog pristupa definiranja turističke ponude te povezivanja strateških elemenata iste kako bi se osiguralo konkuriranje temeljeno na komparativnim prednostima kroz naglasak na kulturnu kao osnovu repozicioniranja na globalnom turističkom tržištu. Doprinos rada se očituje i kroz

prikaz različitih vrsta načina (od mijenjanja imidža, ulaganja u kulturne projekte i sadržaje te infrastrukturu, ali i marketing i promociju te putem međusobnih suradnja uključenih aktera) kojima titula EPK potiče pozitivne efekte na turistički sektor. Također, analizira se stanje kulturnog turizma u RH te potencijali za njegov razvoj. Analiza stanja ukazuje na negativne posljedice koje dosadašnje strategije i pristup turizmu ostavljaju na kulturnu baštinu ali i prilike koje se javljaju primjenom koncepta temeljenog na kulturi kao središnjem turističkom proizvodu, baš kao što se događa pri realizaciji projekta EPK.

1.7. Struktura diplomskog rada

Rad je koncipiran na način da s uvodom i zaključkom sadrži šest poglavlja koja su u nastavku opisana.

Prvo poglavlje upoznaje čitatelje s problematikom i predmetom istraživanja prezentirajući osnovne ciljeve te istraživača pitanja koje će osigurati podlogu za oblikovanje smjernica i prijedloga rješenja istraživanog problema.

U drugom se poglavlju čitatelje upoznaje s pojmom i čimbenicima kulture. Nakon upoznavanja problematike kroz prezentaciju kulturnih čimbenika prezentira se kultura EU. Uz predstavljanje obilježja kulture EU ukazuje se na ulogu razvoja i ulaganja u kulturu kroz iznošenje odrednica i vizije politike kulturne politike EU ističući ulogu fondova u financiranju razvoja kulture.

Treće poglavlje ukazuje na ulogu kulture u formiranju turističke ponude ali i razvoja potražnje. Definiraju se veze kulture i turizma na primjeru EU te se prezentira projekt kulturne prijestolnice kroz detaljan prikaz ideje i razvoja programa.

Četvrto poglavlje analizira učinke projekta prijestolnica kulture na promociju destinacija, izgradnju infrastrukture i upravljanje kulturnom baštinom te uspješnost turističkog sektora.

U petom se poglavlju istražuje značenje kulture u razvoju turizma hrvatskih gradova te se analiziraju smjernice plana razvoja kulturnog turizma. Nakon toga se prezentiraju resursi i perspektive hrvatskih gradova kandidata za prijestolnicu kulture na temelju čega se oblikuju prijedlozi razvoja kulturnog turizma.

U konačnici, iznose se zaključna razmatranja u posljednjem, šestom poglavlju.

2. KULTURA I KULTURNA POLITIKA EUROPSKE UNIJE

2.1. Pojam i sadržaj kulture

Pojam kulture je složen i prijeporni pojam zbog toga što koncept kulture ne podrazumijeva jednoznačan smisao. Prema Barkeru (2004) kulturu se najbolje razumijeva kao višeznačni pojam koji omogućuje zasebne i različite načine govorenja o ljudskoj aktivnosti u raznim svrhama. U tom smislu, koncept kulture je sredstvo, koje je više-manje korisno za ljude kao „oblik života" te su njegova upotreba i značenje podložni promjenama, kao što i razni mislioci kroz vrijeme različito interpretiraju ovaj koncept.

Sami pojam kulture potječe od latinske riječi *colera* koja je imala nekoliko značenja: nastanjivanja, uzgajanja, štićenja, te obreda i njegovanja duha. Tijekom vremena ova značenja su se izdvojila jedna od drugih iako je i dalje dolazilo do međusobnih preklapanja. Značenje obreda i njegovanja duha se razvilo do pojma *cultus* dok vremenom *cultura* dobiva značenje njegovanja, uzgajanja, a između ostaloga, u Ciceronovoj *cultura animi* tom pojmu se pripisuje i uloga u izgradnji i oplemenjivanju čovjekova duha i duše koja rimskom građaninu osigurava povlašten status glede drugih naroda (Williams, 1985, Piršl, 2007).

Krajem 19. st. kultura postaje centralni pojam kulturne antropologije, nove znanstvene discipline koja se bavi opisivanjem i interpretiranjem kulturnih različitosti prema mjerilima usavršenosti, rafiniranosti i dotjeranosti zapadne civilizacije. U ovom vremenu pojavljuje se jedna od prvih definicija kulture, ona od Tylora iz 1871. prema kojoj je kultura složena cjelina koja uključuje znanja, vjerovanja, umjetnost, moral, pravo, običaje i svaku drugu sposobnost ili naviku koju čovjek stječe kao član društvene zajednice. Od sredine 20. stoljeća sadržaj pojma kulture znatno se proširuje prihvaćanjem načela *relativizma, holizma* (što podrazumijeva usmjerenost na jedinstvo i povezanost svega što nas okružuje tj. načelo prema kojem objašnjenje složenih pojava treba potražiti u zahvaćanju njihove cjelovitosti) i *pluralizma* (postojanje niza etničkih, nacionalnih, vjerskih, jezičnih i drugih grupa kojima građanska demokracija omogućuje očuvanje i razvoj svojih posebnih identiteta, ali i obvezu poštivanja onih kulturnih obilježja koje pripadaju društvu u cjelini) (Piršl, 2007).

Piršl (2007) objašnjava kako definirati kulturu nije jednostavno zbog toga što se definicije kulture mogu svrstati u sljedeće skupine:

a) deskriptivne – u kojima je naglasak na nabrajanju dijelova kulture (najčešće običaja i navika) shvaćene kao cjelina;
b) povijesne – koje naglašavaju elemente kolektivne baštine ili tradiciju;
c) normativne - kojima se obuhvaćaju norme ili pravila ponašanja, ideali i vrijednosti i stvarni obrasci ponašanja;
d) psihološke – u kojima se naglašava sposobnost prilagođavanja, učenja ili navikavanja;
e) strukturne – koje polaze od organizacije kulture;
f) genetske – koje naglašavaju značenje kulture kao proizvoda, ideje ili kao simbola.

Kroz vrijeme, više autora je dalo svoje viđenje kulture. Piršl (2007) izdvaja razmišljanje Perottija prema čijem razmišljanju značenje koje pojam kulture ima u antropologiji se odnosi na skupinu ili narod te odgovara složenom i međuovisnom ustroju znanja, predodžbi, formalnih i neformalnih pravila, obrazaca ponašanja, vrijednosti, interesa, težnji, vjerovanja i mitova. Kultura se odnosi na život i djela te taj složeni organizam potječe iz tehnologijskih, gospodarskih i društvenih preobrazbi karakterističnih za određene društvo u vremenu i prostoru.

Linton (1945) kulturu jednog društva definira kao način života njegovih pripadnika; zbirka ideja i navika koje oni uče, dijele i prenose iz pokoljenja u pokoljenje. Prema Kroeberu i Kluckhohnu (1952) kultura se sastoji od implicitnih i eksplicitnih obrazaca, te za ponašanje stečenih i prenosivih simbola, obuhvaćajući karakteristična dostignuća ljudskih skupina te sadržavajući njihove „tragove“ u raznim predmetima; esencijalna srž kulture sastoji se od tradicionalnih ideja te posebno, njihovih vrijednosti; s jedne strane, sustavi kulture mogu biti shvaćeni kao produkt prethodnih akcija, ali i kao uvjetni elementi za buduće akcije. Krech, Crutchfield i Ballachey (1962) pod kulturom podrazumijevaju model svih prilagodbi, materijalni ili duhovni, koje je društvo prihvatilo kao tradicionalni način rješavanja problema svojih članova.

Williams (1985) kulturu shvaća kao samostalnu i apstraktnu imenicu koja opisuje djela i praksu intelekta i poglavito umjetničkih aktivnosti. Za Lonnera i Malpassu (1994) kultura je pojam koji označava mnogobrojne složene načine življenja te se kulturom obilježava široka kategorija razlika među ljudskim grupama. Jedna od definicija kulture novijeg datuma jest ona Eagletona (2000), a koja u najkraćim crtama sažima sve pokušaje (navedene i nenavedene) definiranja kulture. Dakle, ukratko, kultura se može sažeti kao kompleksan sustav vrijednosti, običaja, vjerovanja i praksa koji tvore način života određenoj grupi, tj.

skupini. Eagelton (2000) još slikovito nadodaje kako je kultura baš sve što nije „genetski prenosivo“.

Kultura ima dvije osnovne funkcije (Piršl, 2007):

1) *komunikacija sa svijetom, s drugima (i sa sobom) i osmišljavanje svijeta pomoću označavanja* – kako bi se čovjek snalazio u svijetu mora imati spoznaje o okolini koja ga okružuje i o sebi samom te zbog toga mora naučiti imenovati i označavati stvari i pojave, prosuđivati ih i vrednovati sa stanovišta njihova ljudskog značenja i smisla;
2) *čuvanje stečenih spoznaja, informacija i znanja čemu služe specijalne kulturne ustanove* – u arhivima, bibliotekama, muzejima, galerijama.

Kultura je po definiciji povijesna, društvena kategorija koja se mijenja s promjenama društvenih uvjeta, na koje i sama utječe. Stoga, određenja i teorije kulture moraju zahvatiti, osim relativno konstantnih elemenata kulture, i dinamične kulturne procese:

- akulturaciju,
- inkulturaciju,
- inovacije i njihovo uzajamno uvjetovanje i prožimanje (Piršl, 2007).

Relja (2014) navodi značajke kulture:

- ona je zasnovana na simbolima;
- kultura je naučena;
- kultura je zajednička članovima nekog društva;
- kultura se najčešće javlja kao prilično integrirana cjelina.

Nadalje, Relja (2014) ističe i osnovne komponente kulture su:

- *simboli* - osnovna komponenta kulture koja omogućava ljudima da sebi i drugima predstave objekte, događaje i odnose u svojoj okolini;
- *jezik* - društveno strukturiran sustav zvučnih obrazaca sa specifičnim i proizvoljnim značenjima;
- *norme* – društvena pravila ili upute koje određuju prikladno ponašanje u određenim situacijama. Prekršiti normu znači ne ispuniti očekivanja okoline;
- *vrijednosti* - apstraktne ideje o tome što je dobro, ispravno i poželjno (mjerila za prosudbu ljudi, pojava i događaja s obzirom na standarde dobrog, lijepog, moralnog...).

Znanost o kulturi proučava odnos kulture i društva kroz (Piršl, 2007):

a) *statičke odnose* koji se odnosi na jednu važnu osobinu nekih tipova kulture, a to je da se povezuju s određenim povijesno-društvenim i nacionalnim strukturama;
b) *dinamičke odnose* koji se tiču kulturnih promjena, dakle radi se o povezanosti kulturnih vrednota, motiva, simbola s kulturno-društvenim promjenama.

2.2. Organizacija sektora kulture u sklopu Europske unije

2.2.1. Kulturna politika Europske unije

Prije osvrta na kulturnu politiku Europske unije, potrebno je razumjeti sami pojam kulturne politike. Postoje brojne definicije, a ovdje se izdvaja ona Millera i Yúdicea (2002) prema kojoj se kulturna politika odnosi na institucionalne potpore koje usmjeravaju s jedne strane estetsku kreativnost, a s druge sveukupni način života, dakle kulturna politika je most između ova dva registra. Nadalje, kulturna politika se nalazi u sustavnim, regulatornim vodičima za djelovanje koje razne organizacije usvajaju kako bi postigle svoje ciljeve. Primorac (2011) pojašnjava kako kulturna politika može biti eksplicitno određena, prvenstveno odlukama i propisima nadležnih tijela, ali, ona može biti i implicitna, tj. određena odlukama i propisima tijela kojima područje kulture nije u direktnoj nadležnosti, ali na njega djeluju. Nadalje, Primorac (2011) ističe kako je u većini slučajeva kulturna politika javna politika usmjerena prema umjetnosti i kulturi, koju donose nadležna ministarstva (ili agencije) na nacionalnom nivou, ili (gradski) odjeli na lokalnom nivou (što je najčešće prisutan model u Europi). U nekim državama ona nije određena na državnoj razini (to je npr. u Sjedinjenim Američkim Državama gdje je agencija *National Endowment for the Arts* glavno tijelo koje donosi odluke o umjetnosti na državnoj razini). Također, važno je razumjeti da na kulturne politike utječu i mnoge institucije iz privatnog sektora, razne zaklade, kao i nevladine organizacije.

Kada se govori o kulturnoj politici na razini Europske unije, tu se primjenjuje princip supsidijarnosti što znači da se državama članicama ostavlja pravo odlučivanja formuliranja kulturnih politika i donošenja odluka o financiranju na tom polju. Drugim riječima to znači da na nivou Europske unije kulturna politika nije striktno određena, ali je Člankom 167. ugovora o funkcioniranju Europske Unije (bivši Članak 151. ugovora iz Amsterdama, tj. bivši Članak 128. ugovora iz Maastrichtu (Ugovor o Europskoj uniji) , kada je prvi put kultura bila izravno

spomenuta, određen fokus interesa Europske unije na tom polju, koji se većinom tiče kulturne razmjene i suradnje između država članica (Primorac, 2011) što se potiče raznim programima. Također, načelo supsidijarnosti podrazumijeva da Europska unija može poduzimati akcije u područjima koja nisu u njezinoj ekskluzivnoj nadležnosti samo onda i u tolikoj mjeri u kojoj predložene akcije države članice ne mogu postići na odgovarajući način pa bi ih Unija bolje izvršila (Grad Dubrovnik, 2014).

Na načelu supsidijarnosti poglavito se inzistiralo u ranim fazama razvoja Europske unije kada kultura i kulturna politika nisu bile područja od posebno interesa iako je od samih početaka i osnivanja Europskih zajednica naglašavano kako se ne radi samo o gospodarskom nego i o političkom, ali i kulturnom projektu. U sedamdesetim i osamdesetim godinama se osjetio prvi iskorak. Naime, tada su donesene prve rezolucije i preporuke vezane uz područje kulture, a Europski parlament je objavio prve izvještaje dok su pojedina pitanja iz nadležnosti nacionalnih kulturnih politika preispitivana od strane Europske komisije i Europskoga suda (Grad Dubrovnik, 2014).

1973. godine Europsko vijeće na sastanku u Kopenhagenu u svom obraćanju javnosti ističe važnost kulture i kulturnog identiteta kao silnica koje će pomoći u daljnjem europskom povezivanju, dok 1974.godine Europski parlament usvaja rezoluciju u kojoj se poziva na očuvanje zajedničke kulturne baštine. Ta rezolucija poziva na zaštitu umjetničkih djela i kulturnih spomenika te na harmonizaciju zakona vezanih uz autorska prava i poreznih propisa koji se odnose na kulturni sektor. U siječnju 1976. godine Europska komisija je predala Europskom parlamentu dokument koji donosi plan za kulturnu akciju. Taj dokument je bio prilično štur, no ipak je naznačio neke postavke budućih zajedničkih aktivnosti na području kulture. Krajem 1977. godine Komisija je Vijeću uputila dokument naziva "Aktivnosti Zajednice u kulturnom sektoru" koji se primarno bavio utjecajem do tada usvojenih europskih ugovora na kulturni sektor. 1982. godine se održava prva konferencija ministara kulture Europske zajednice, a 1983. šefovi država i vlada su potpisali službenu Deklaraciju koja se nekoliko točaka referirala na kulturu i između ostalog poticala države članice da istraže mogućnosti za poticanje zajedničkih aktivnosti za promicanje kulturne suradnje s posebnim naglaskom na audiovizualne medije; identificiraju područja zajedničke akcije kako bi se bolje štitila, promicala i čuvala kulturna baština; olakšaju kontakte između umjetnika i pisaca u zemljama članicama i da rade na širenju informacija o njihovim aktivnostima kako unutar Zajednice tako i izvan nje; rade na boljoj koordinaciji kulturnih aktivnosti u suradnji s trećim zemljama. 1984. Vijeće je prihvatilo tri rezolucije: o borbi protiv audiovizualnog piratstva (1),

o distribuciji europskih filmova (2) i rezoluciju koja je pozivala na davanje odgovarajućeg mjesta audiovizualnim proizvodima europskog porijekla (3). Tijekom 1985. i 1986. potpisane su brojne rezolucije između ostalog rezolucije **o utemeljenju projekta Europska prijestolnica kulture**, izvođenju europskih audiovizualnih djela u trećim zemljama, europskoj kiparskoj nagradi, međubibliotečnom kompjuterskom umrežavanju, poticanju sudjelovanja mladih u kulturnim događanjima i posjetima muzejima, o transnacionalnim kulturnim itinererima, zaštiti europske arhitektonske baštine, sponzoriranju kulturnih aktivnosti, konzerviranju umjetničkih predmeta i umjetničkih djela te rezoluciju kojom se 1988. godina proglašava Europskom godinom kina i televizije. 1987. nastavljaju se donositi brojne rezolucije koje se odnose na kulturu, a jedna od najvažnijih je ona kojom se promiče prevođenje najvažnijih djela europske kulture. 1987. godina je bitna jer se dogodila nova faza u tretmanu kulture od strane europskih institucija. Naime, te godine ministri kulture su i službeno oformili Vijeće ministara kulture i utemeljili ad hoc Komisiju za pitanja kulture. Smjernice za daljnji razvoj aktivnosti Zajednice sadržane su u dokumentu "Pokretanje kulturnih aktivnosti u Europskoj Zajednici" koje je u studenom 1989. godine odobren od strane Europskog parlamenta. 1989. godine usvojena je Direktiva "Televizija bez granica", 1990. godine pokrenuta je akcija Europski mjesec kulture, a 1991. konačno i prvi okvirni financijski program za poticanje razvoja europske audiovizualne industrije MEDIA I (Obuljen, 2007).

Kako je već spomenuto, 1992. u Ugovoru iz Maastrichta prvi se put spominje i nužnost osmišljavanja djelovanja EU na području kulture. U Članku 128. Ugovora o Europskoj uniji su sadržane konkretne smjernice koje se odnose na produbljenje i širenje spoznaja o kulturnim i povijesnim vrijednostima europskih naroda, očuvanje kulturne baštine, poticanje nekomercijalne kulturne razmjene, kao i umjetničkog i književnog stvaralaštva. Pritom se EU zalaže za doprinos i potporu zemljama članicama u zaštiti zajedničkog kulturnog blaga te poticanju daljnjih kulturnih aktivnosti, ali pri čemu se uvažava osnovno načelo očuvanja kulturnog identiteta i kulturnih raznolikosti pojedinih naroda i regija. Nadalje, Članak 128. poziva na dijalog i suradnju s trećim zemljama, europskim i neeuropskim, ali i s međunarodnim organizacijama, posebno Vijećem Europe. U konačnici, Europska unija se obvezuje da će pri realizaciji aktivnosti iz drugih područja navedenih u Ugovoru o EU osobito voditi računa o mogućem kulturnom aspektu. No, pri tome, sukladno načelu supsidijarnosti, područje kulture ostaje i nadalje prvenstveno u nadležnosti pojedinih država članica (Obuljen, 2007).

Obuljen (2007) objašnjava kako je područje djelovanja obuhvaćeno Člankom 128. "široko i kreće se od audiovizualnih medija i knjiga, do izdavaštva i materijalne i nematerijalne kulturne baštine te "ostalih oblika kulturnog izričaja". Nadalje, ističe da rezolucija potvrđuje kako budući programi trebaju uključiti područja kao što su promicanje aktivnosti europskih kulturnih mreža, poticanje sponzoriranja umjetnosti te razmjene i obrazovanja umjetnika i kulturnih menadžera, stimuliranje programa za očuvanje lingvističke raznolikosti u Europi i promicanje poštivanja zajedničkih vrijednosti. Kao iznimno bitno, Obuljen (2007) naglašava da je rezolucija posebno naglasila važnost transparentnosti europskih programa i njihove dostupnosti svim građanima i kulturnim organizacijama.

Naredno razdoblje, nakon 1993., obilježava sve više aktivnosti koje Europska unija provodi po pitanju kulture. 1996. godine Komisija je objavila prvo izvješće o uvrštavanju kulturnih aspekata u aktivnosti Zajednice, a tijekom 1996. i 1997.pokrenuti su programi namijenjeni financiranju kulture Kaléidoscope, Ariane, Raphaël i Media II. Nakon ugovora iz Amsterdama (1997.) Opća uprava Europske komisije X objavljuje dokument pod nazivom "Kultura, kulturne industrije i zaposlenost" u kojem se raspravlja o društveno-ekonomskom utjecaju razvitka i poticanja kulturnih aktivnosti na otvaranje novih radnih mjesta. 1998. godine se održava prvi kulturni forum Europske unije koji je okupio kulturne administratore kako bi se dizajnirao novi okvirni program iz kojeg bi se financirali projekti kulture što rezultira osmišljavanjem programa Kultura 2000 koji postaje osnovni financijski instrument Europske unije za financiranje kulture .

U kontekstu pregleda aktivnosti Europske unije po pitanju kulture svakako je bitno spomenuti i izvještaj europarlamentarca Giorgia Ruffola (tzv. Ruffolov izvještaj) pod nazivom „Jedinstvo u raznolikosti" (izvještaj je predložen u siječnju 2001., a u veljači 2002. je Vijeće EU usvojilo Rezoluciju o ulozi kulturu u Europskoj uniji koja sadrži broje zaključke Ruffolovog izvještaja). Naime, taj izvještaj ističe kako je vrijeme da Europska unija usvoji zajedničku kulturnu politiku, te se zapravo prvi put dogodilo da je u nekom dokumentu koji je usvojilo neko od tijela EU izrijekom predloženo donošenje određenog oblika zajedničke kulturne politike. Ruffolov izvještaj potaknuo je na promjenu retorike te se suradnja na području kulture u Europskoj uniji intenzivira pa čak i o većem stupnju koordinacije na području kulturnih politika. Jedna od ključnih godina je 2007. kada se usvaja novi program Kultura (za razdoblje od 2007. do 2013.), a raspodjelom nadležnosti unutar Komisije, prvi je put odvojeno područje kulture od područja audiovizualnih djelatnosti. 2007. godina je važna zbog usvajanja novog strateškog dokumenta (od strane Komisije) - Europske Agende o

kulturi u globaliziranome svijetu. Ovom Strategijom se uvodi u području kulture i kulturnih politika uvodi pojam Otvorene metode koordinacije (eng. *Open Method of Coordination*) što podrazumijeva suradnju kreatora politika, predstavnika profesionalnih asocijacija i nevladinog sektora u kreiranju novih instrumenata kulturnih politika (Obuljen, 2007).

Tri osnovna cilja Strategije su (Europska komisija, 2007):

- kulturna raznolikost i interkulturni dijalog,
- kultura kao katalizator kreativnosti u kontekstu Lisabonske strategije postizanja rasta i zapošljavanja,
- promociju kulture kao vitalni element vanjske politike Europske unije.

2.2.2. Uloga strukturnih i ostalih fondova u poticanju kulture

Prethodno je prezentiran dosadašnji pregled europskih programa za kulturu. Jelavić (2007) objašnjava kako su Ugovorom iz Maastrichta uspostavljena četiri velika područja aktivnosti, istaknuta od strane Europskog vijeća kao prioritetne aktivnosti Europske zajednice, a to su:

1. zaštita arhitektonskog naslijeđa, putem pilot projekata i financiranjem radova restauracije i drugih europskih spomenika velike povijesne važnosti;
2. promoviranje kulturne i umjetničke kreativnosti;
3. promoviranje knjiga i književnosti općenito;
4. promoviranje europskog audiovizualnog proizvoda.

Na temelju ovih aktivnosti započela je prva faze realizacije u sklopu programa Kaleidoscope, Ariane i Rafael.

Kaleidoscope je započet početkom 1996., a zaključen na kraju 1999. Imao je 4 glavna cilja: poticanje umjetničkih aktivnosti za kreiranje djela s europskim dimenzijama, potpora inovativnim kulturnim projektima koji su uključivali europske partnere, doprinos profesionalnom razvoju umjetnika, doprinos međusobnom upoznavanju europskih kultura (Europska komisija, 1996a). Programom je sufinancirano je oko 500 projekata koji su uključivali preko 2000 kulturnih institucija iz 15 zemalja članica, zemalja EFTA-e (Lihtenštajn, Island i Norveška) te zemalja iz centralne i istočne Europe, a rezultat je bio sudjelovanje preko 80 000 umjetnika, oko 30 000 mladih bilo je uključeno u razne kulturne aktivnosti, održano je oko 15 000 predstava i izložbi, realizirano oko 1000 stručnih

usavršavanja, 300 seminara na temu kulture, 100-njak glazbenih, plesnih i kazališnih festivala, i oformljeno je 20-ak kulturnih mreža (Jelavić, 2007).

Program Ariane je startao na početku 1997., a trajao je do kraja 1999. Cilj ovog programa bila je promocija književnih i kazališnih europskih dijela putem suradnje izdavača i knjižničara diljem Europe, poglavito država članica (Europska komisija, 1997). Zahvaljujući ovome programu više od 600 književnih tekstova, promovirano je 100-njak književnika manjinskih jezičnih skupina, realizirana je suradnja udruga i kulturnih mreža, knjižnica, centara i autora tijekom 100-njak projekata, a program je omogućio i nagradu Aristeion: nagradu za europsku književnost i europsku nagradu za prijevod (Jelavić, 2007).

Program Raphael je od navedenih programa trajao najduže, započeo je na početku 1996, a završio na kraju 2000. Cilj programa je bio da doprinosi razvoju „zajednice bliskije više nego ikad među ljudima Europe“ i „cvjetanje kultura članica istovremeno poštivajući nacionalne i regionalne raznolikosti te razvijajući zajedničko kulturno nasljeđe“ (Europska komisija, 1996b). Ovim programom omogućeno je oko 200 projekata vrednovanja europskog kulturnog naslijeđa, a pri tome je bilo uključeno više od 1500 djelatnika iz cijele Europe. Nadalje, potpomognut je razvoj tematskih kulturnih mreža među muzejima. Uz to program Raphael je omogućio 40-ak projekata razmjene iskustava i razvoj tehnika primjenjivih u zaštiti naslijeđa, među kojima primjerice zaštitu dekorativnih fasada u Europi ili zaštitu i očuvanje pred-industrijskog arhitektonskog naslijeđa (Jelavić, 2007).

U 2000. godini lansiran je jedinstveni program za kulturu, a koji je povezao prethodne programe (Kaleidoscope, Ariana, Rafael). Taj program s novim pristupom je bio program Kultura 2000 kojeg su Parlament i Vijeće usvojili 2000. godine, a trajao je do kraja 2006. Cilj ovog programa bio je razviti zajednički kulturni prostor promicanjem kulture dijaloga, znanja o povijesti, stvaranje i širenje kulture, mobilnost umjetnika i njihovih djela, europske kulturne baštine, novih oblika kulturnog izražavanja i socioekonomske uloge kulture. Kultura 2000 je podržavala projekte transnacionalne suradnje koji uključuju suradnju između kreativnih umjetnika, kulturnih djelatnika i kulturnih institucija zemalja koje sudjeluju u programu (EUR-Lex, 2007). Jelavić (2007) pojašnjava kako je Program Kultura 2000, u svojoj koncepciji, bio je prvi pokušaj utemeljenja europske kulturne politike. No budući da je do izražaja je došla očita neujednačenost ciljeva programa i dotacije financija, iako se ticalo projekata (uglavnom) promotivnog karaktera, program je bio suočen s ograničenjima, naročito u financijskom dijelu.

Program Kultura 2000 je 2007. godine zamijenjen programom „treće generacije programa za kulturu“ Kultura 2007-13. Ovo je bio okvirni program Europske unije za razdoblje od 2007. do 2013. godine, a za cjelokupno razdoblje bilo je izdvojeno oko 400 milijuna eura. Opći cilj Programa jest bio doprinos europskom državljanstvu kroz europsku kulturnu suradnju na način da se istaknu zajednička europska kulturna područja, sa zajedničkom baštinom i bogatom kulturnom raznolikošću. Program je imao i 3 glavna prioriteta: promicanje transnacionalne mobilnosti kulturnih djelatnika, promicanje transnacionalne mobilnosti kulturnih i umjetničkih djela i proizvoda te promicanje međukulturnog dijaloga (Jelavić, 2007).

Kreativna Europa je najnoviji program Europske unije koji podupire europsku kinematografiju te kulturni i kreativni sektor s ciljem njihovog doprinosa održivom rastu i zapošljavanju. Predloženi proračun programa za razdoblje od 2014. do 2020. je 1,8 milijardi eura. Program objedinjuje dosadašnje programe Kultura, MEDIA i MEDIA Mundus zbog toga što imaju isti cilj, a to je očuvanje i promicanje kulturne i jezične raznolikosti i jačanja konkurentnosti s ciljem doprinosa općem rastu i zaposlenju, a u isto vrijeme se i susreću i s istim izazovima poput tržišne fragmentacije kao rezultata kulturne i jezične raznolikosti i globalizacije. Ipak, od strane Komisije je prepoznata različita struktura ovih sektora pa je stoga predložen zajednički okvirni program, no s odvojenim programskim aktivnostima.

Potprogram Kultura u okviru programa Europske unije Kreativna Europa nastavak je iznimno uspješnih europskih programa Kultura 2000 i Kultura 2007. – 2013. U potprogramu Kultura mogu sudjelovati sve pravne osobe (privatne i javne), ali i tijela nacionalne, regionalne i lokalne vlasti čija osnovna djelatnost pripada djelokrugu kulture te se nalaze u jednoj od 28 zemalja članica EU i prekomorskih zemalja i teritorija EU. Pod posebnim je uvjetima sudjelovanje otvoreno i za zemlje članice Europskog gospodarskog prostora, Švicarsku konfederaciju, zemlje pristupnice, kandidatkinje i potencijalne kandidatkinje te zemlje članice Europske politike susjedstva (*European Neighbourhood Policy*). Sudjelovanje u potprogramu Kultura je moguće kroz četiri vrste natječaja:

1. potpora europskim projektima suradnje;
2. potpora projektima književnih prijevoda;
3. potpora europskim mrežama;
4. potpora europskim platformama.

Prema procjenama Komisije, u razdoblju 2014.-2020. u sklopu Programa će (u dijelu koji se odnosi na kulturu) najmanje 8 000 kulturnih organizacija, 300 000 umjetnika, kulturnih profesionalaca i njihovih proizvoda dobiti potporu za prekograničnu suradnju što će im pomoći u stjecanju iskustva i stvaranju međunarodne karijere. Nadalje, Program će i dalje stimulirati prijevode europske literature. Naime, u planu su prijevodi više od 5 500 knjiga i ostalih literarnih djela (Ministarstvo kulture, 2016).

3. VEZA KULTURE I TURIZMA U EUROPSKOJ UNIJI

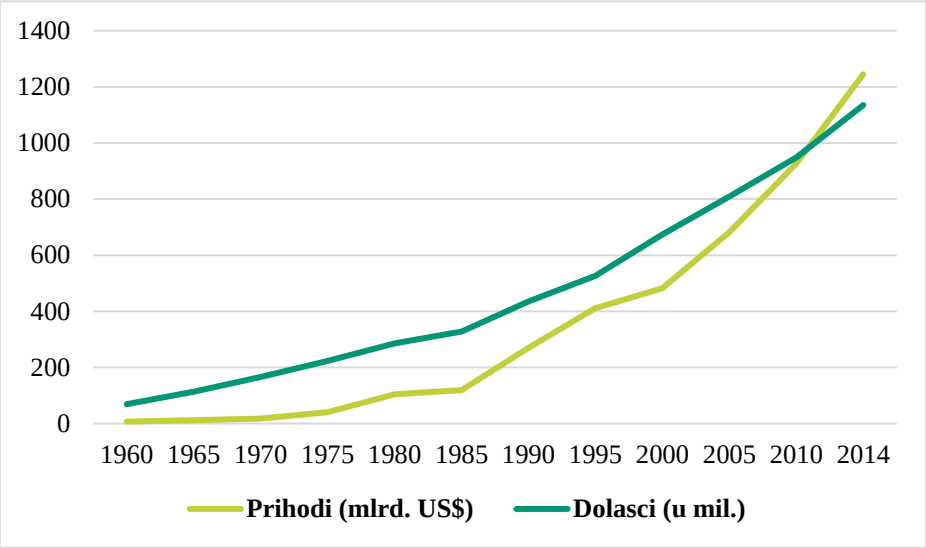
3.1.Turizam i turistički trendovi u EU (i svijetu)

Općenito, turizam danas predstavlja jedan od najbrže rastućih sektora i raste progresivnom brzinom od druge polovice prošlog stoljeća. Njegova važnost za svjetsku ekonomiju je iznimna jer na turizam se danas odnose sljedeće činjenice (UNWTO, 2015a):

- 9% ukupnog svjetskog BDP-a,
- 1/11 svih poslova,
- 1.5 trilijuna dolara izvoza,
- 6% ukupnog svjetskog izvoza,
- 30% ukupnog svjetskog izvoza usluga,

Do ovih impresivnih brojki došlo je zahvaljujući nevjerojatnoj ekspanziji turizma. Naime, još u 1950. bilo je „tek“ 25 milijuna turista dok je već 1980. godine taj broj bio veći za više od 10 puta. Naime, tada je broj turista premašio 278 milijuna da bi do 1995. taj broj je narastao na 527 milijuna (UNWTO, 2015a). Turizam nastavlja kontinuirano rasti (stope rasta su bile u prosjeku veće od 4%) i velika prekretnica dogodila se 2012. Broj turista tada je po prvi puta prešao milijardu, točnije ostvaren je promet od 1087 milijuna turista, a 2015. je realiziran promet od 1184 milijuna turista. Od 1995. godine svake godine prosječno raste po stopi većoj od 4%. Ovo je šesta godina uzastopnog rasta nakon što je prebrođena globalna financijska kriza koja se dogodila 2009. godine (UNWTO, 2016). Rast broja dolazaka popraćen je i rastom prihoda od međunarodnog turizma. 1975. godine prihodi od turizma su iznosili 41 milijardu dolara, a 1985. taj iznos je narastao na 118 milijardi dolara. U 1995. prihodi od međunarodnog turizma su se popeli na nevjerojatne 403 milijarde dolara. U 2005. iznosili su 681 mlrd. dolara, u 2010. je 981 mlrd. dolara dok su u 2014.[2] gotovo došli do iznosa od 1.5 trilijuna dolara (UNWTO, 2015a). Na slici broj 1 prikazan je kretanje međunarodnih turističkih dolazaka i prihoda u razdoblju od 1995. do 2014. godine.

[2] Zadnji dostupni podatci za prihode u trenutku pisanja diplomskog rada.



Slika 1: Prikaz kretanja broja turističkih dolazaka i prihoda od 1960. do 2014.
Izvor: UNWTO (2015a)

U strukturi dolazaka i prihoda najjača turistička regija jest Europa (upravo s naglaskom na EU zemlje). U 2015. turistička regija Europe je ostvarila najveći rast u apsolutnim i relativnim terminima. Broj turista je bio veći za oko 29 milijuna (rast od 5%) što se može zahvaliti slabljenju eura prema američkom dolaru i drugim glavnim valutama (UNWTO, 2016).

UNWTO regija	Međunarodni turistički dolasci prema zemlji porijekla (u milijunima)								Tržišni udio (%)
	1990	**1995**	**2000**	**2005**	**2010**	**2013**	**2014**	**2015**	**2015**
Svijet	435	527	674	809	949	1,087	1,135	1,184	100
Europa	261.5	304.7	386.4	453.0	488.9	566.4	581.8	609.0	51.5
Azija i Pacifik	55.8	82.1	110.3	154.0	205.4	249.8	263.3	277.0	23.3
Amerike	92.8	109.1	128.2	33.3	150.1	167.5	181.0	191.0	16.1
Afrika	14.7	18.7	26.2	34.8	49.5	54.4	55.7	54.0	4.6
Bliski Istok	9.6	12.7	22.4	33.7	54.7	48.4	51.0	53.0	4.5

Tablica 1: Međunarodni turistički dolasci prema regiji porijekla, 1990.-2014.
Izvor: UNWTO (2015b, 2016)

Zemlje Europske unije najznačajnije doprinose statusu Europe kao najsnažnije i najutjecajnije turističke regije. Naime (prema podacima za 2014. godinu), na listi top 10 zemalja po broju turističkih dolazaka, čak polovica su istaknute članice Europske unije (Francuska, Španjolska, Italija, Ujedinjeno Kraljevstvo, Njemačka). Kada se gleda top 10 lista zemalja prema ostvarenim turističkim prihodima, na njoj se također nalazi ovih 5 zemalja dok se na listi top 10 zemalja prema kriteriju (emitivne) turističke potrošnje (odnosno potrošnje turista

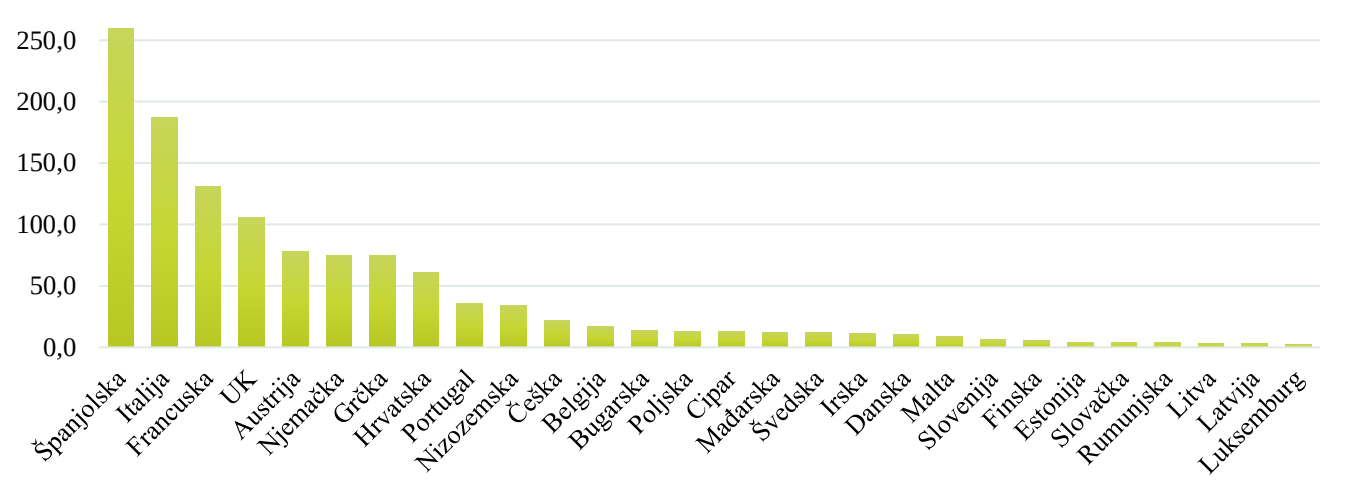
iz navedenih zemalja u inozemstvu) nalaze 4 zemlje EU (Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska, Italija).

Tablica 2: Prikaz top 10 zemalja prema turističkim dolascima, prihodima i potrošnji u 2014. godini

RANG	ZEMLJA	DOLASCI 2014. (u mil.)	ZEMLJA	PRIHODI 2014. (u mlrd. US $)	ZEMLJA	POTROŠNJA 2014. (u mlrd. US $)
1	**Francuska**	**83.7**	SAD	177.2	Kina	164.9
2	SAD	74.8	**Španjolska**	**65.2**	SAD	110.8
3	**Španjolska**	**65.0**	Kina	56.9	**Njemačka**	**92.2**
4	Kina	55.6	**Francuska**	**55.4**	**UK**	**57.6**
5	**Italija**	**48.6**	Makao (Kina)	50.8	Rusija	50.4
6	Turska	39.8	**Italija**	**45.5**	**Francuska**	**47.8**
7	**Njemačka**	**33.0**	**UK**	**45.3**	Kanada	33.8
8	**UK**	**32.6**	**Njemačka**	**43.3**	**Italija**	**28.8**
9	Rusija	29.8	Tajland	38.4	Australija	26.3
10	Meksiko	29.1	Hong Kong (Kina)	38.4	Brazil	25.6

Izvor: UNWTO (2015b)

Upravo navedene europske zemlje (među najpopularnijim svjetskim destinacijama), Europska komisija (2016b) svrstava unije ističe kao 4 najpopularnije turističke destinacije EU. Kada se gleda pokazatelj broja noćenja, u Španjolskoj, kao najtraženijoj destinaciji, ostvareno je oko 260 milijuna noćenja nerezidenata (što čini 21.5% ukupnih noćenja nerezidenata EU-28). Potom slijede Italija (187 milijuna noćenja), Francuska (131 milijun noćenja) i Ujedinjeno Kraljevstvo (105 milijuna noćenja). U samo 4 najpopularnije destinacije ostvareno je 56.6% ukupnih noćenja nerezidenata cijele Europske unije. Najmanje noćenja ostvarili su Luksemburg i Latvija, no veličinu zemlje svakako treba uzeti u obzir pri interpretaciji rezultata.



Slika 2: Prikaz broja noćenja (u milijunima) nerezidenata u zemljama EU-28 za 2014.

Izvor: Europska komisija (2016b)

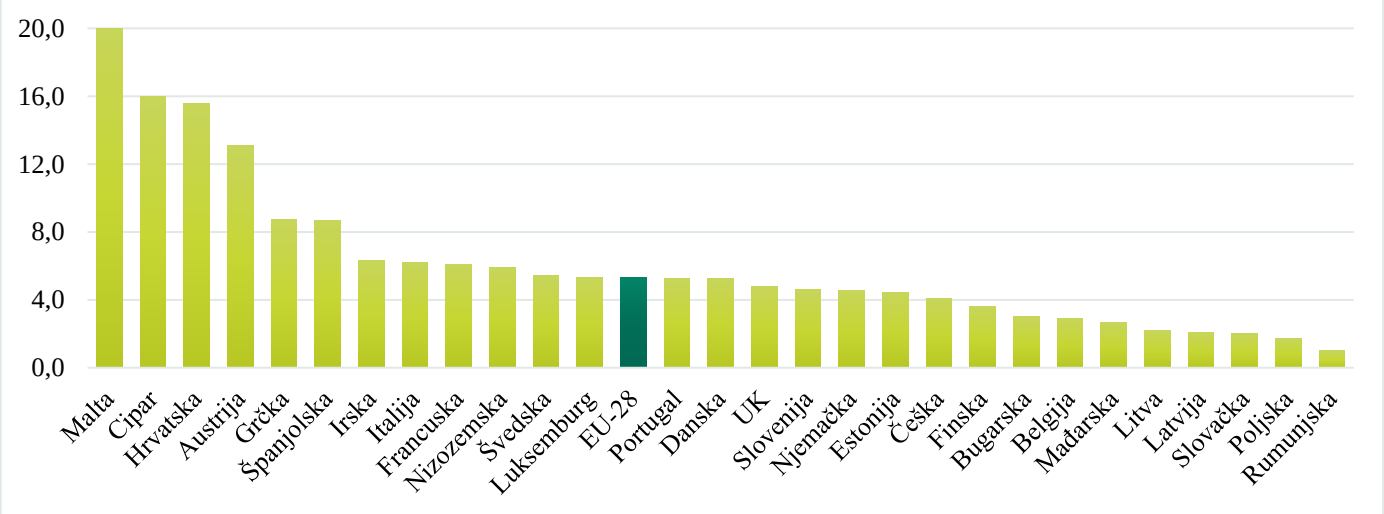
Zanimljivo je uočiti da se Hrvatska nalazi na 8. mjestu, a čak 86.3% svih noćenja nerezidenata je ostvareno u prvih top 10 zemalja što se može vidjeti u Tablici 3.

Tablica 3: Prikaz top 10 zemalja Europske unije po ostvarenim noćenjima nerezidenata (u milijunima) za 2014. godinu

RANG	ZEMLJA	NOĆENJA 2014. (u mil.)	UDIO (%)
	EU-28	1207.3	100
	Top 10	1041.6	86.3
1	Španjolska	259.6	21.5
2	Italija	186.9	15.5
3	Francuska	130.9	10.8
4	UK	105.5	8.7
5	Austrija	78.1	6.5
6	Njemačka	74.8	6.2
7	Grčka	74.7	6.2
8	Hrvatska	61.6	5.1
9	Portugal	35.6	3.0
10	Nizozemska	34.4	2.9

Izvor: Europska komisija (2016b)

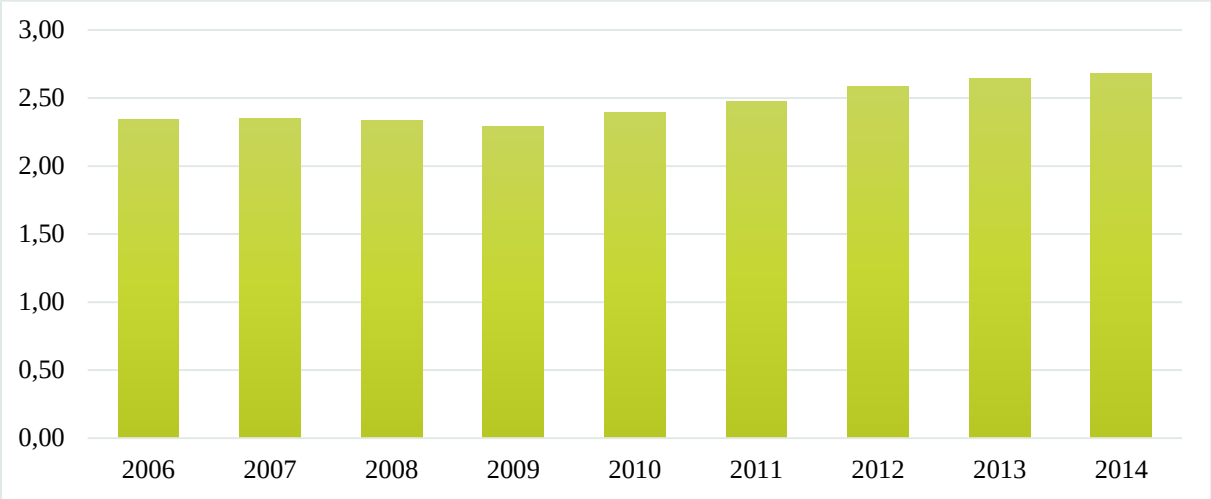
U apsolutnim pokazateljima dominiraju ujedno i najveće zemlje. Stoga Europska komisija (2016b) ističe pokazatelj „turističke intenzivnosti“ (eng. tourism intensity) kojim se mjeri ukupan broj noćenja (rezidenata i nerezidenata) prema broju stanovnika zemlje. Prema ovom pokazatelju na vrhu se nalaze mediteranske zemlje. Na prva dva mjesta smjestile su se dvije otočne zemlje, Malta i Cipar, dok je treća Hrvatska.



Slika 3: Prikaz broja ukupnih noćenja rezidenata i nerezidenata na 1000 stanovnika zemalja Europske unije za 2014. godinu

Izvor: Europska komisija (2016b)

Ukupan broj noćenja (rezidenata i nerezidenata) u svim zemljama Europske unije (EU-28) u konstantnom je porastu. Jedini prekid ovog trenda bio je uzrokovan globalnom financijskom krizom tijekom 2008. i 2009. godine, no pad nije bio znatan, a oporavak se već vidio 2010. U 2014. godini ukupno je bilo čak 2.68 milijardi noćenja, čak 340 milijuna više u odnosu na 2006. kada je bilo 2.34 milijarde noćenja. Trend kretanja ukupnog broja noćenja u zemljama EU-28 može se vidjeti na Slici 4.

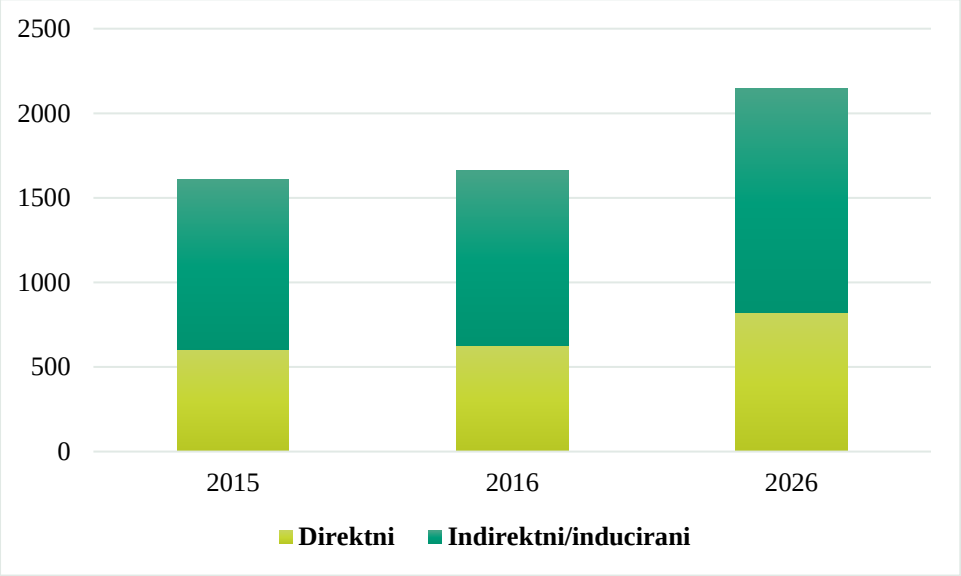


Slika 4: Ukupan broj noćenja u zemljama EU-28 za period 2006.-2014.
Izvor: Europska komisija (2016b)

Ovako impozantne rezultate turizma u Europskoj uniji i njegovu važnost prepoznaje i Europska komisija (2016c) koja ističe kako je turizam glavna gospodarska aktivnost Europske unije sa širokim spletom utjecaja na gospodarski rast, zaposlenost i društveni razvoj. Europska komisija (2016b) ističe da se pozitivni ekonomski učinci turizma poglavito ogledaju u njegovom utjecaju na gospodarski rast i zaposlenost. Prema izvješću WTTC-a[3] (2016) u zemljama Europske unije u 2015. godini direktni utjecaj turizma na BDP iznosio je 605.6 milijardi dolara (3.7% ukupnog BDP-a), a ukupni (direktni, indirektni i inducirani) čak 1,609.8 milijardi dolara (9.9% ukupnog BDP-a). Za 2016. predviđen je trend rasta. Direktni i ukupni utjecaji turizma na BDP trebali bi rasti za 3.1% (direktni bi tada iznosili 624.2, a ukupni 1,659.7 milijarde dolara.). Očekuje se i dugoročan nastavak rasta pa bi u razdoblju do 2026. direktni utjecaji turizma na BDP u zemljama Europske unije trebali rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 2.8% što znači da bi direktni prihodi od turizma u 2026. iznosili 821.5 milijardi dolara. Predviđa se i rast ukupnih utjecaja turizma na BDP u EU. Očekuje se

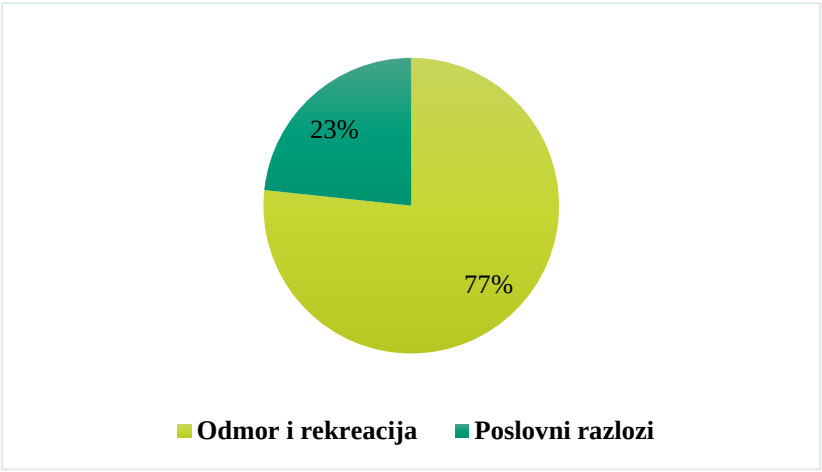
[3] World Travel and Tourism Council

prosječna godišnja stopa rasta od 2.7%, a ako se predviđanja ostvare, od turizma bi u EU tada ukupno bilo ostvareno 2,164.9 milijarde dolara u 2026. godini.



Slika 5: Prihodi od turizma (u milijardama dolara) u zemljama Europske unije za 2015. godinu (i predviđanja za 2016. i 2026.)
Izvor: WTTC (2016)

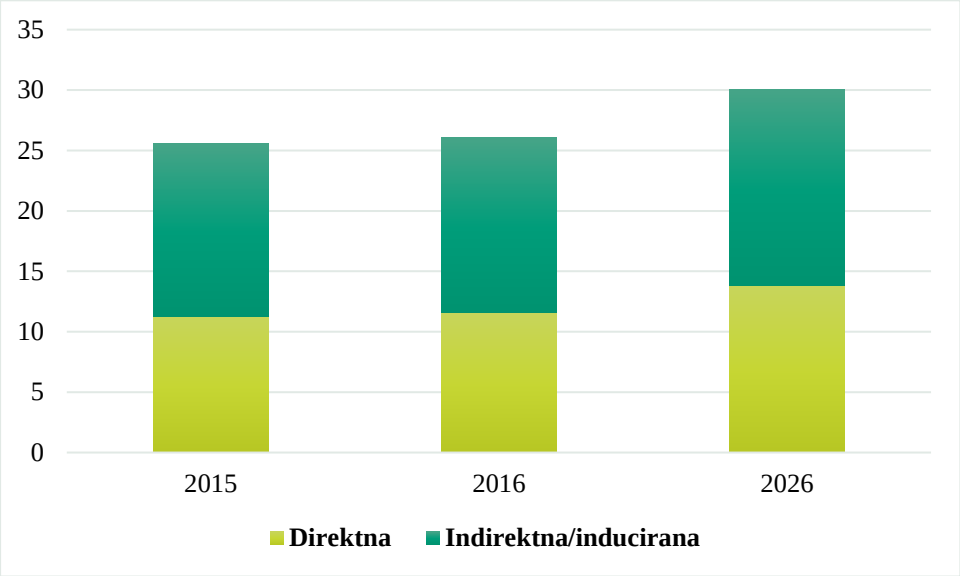
Zanimljivo je uočiti da je većina prihoda u 2015. ostvarena po osnovi motiva odmora i rekreacije (*eng. leisure spending*), čak više od ¾, 76.7% ili 1,034.4 milijarde dolara dok je 23.3% (314.5 milijarde dolara) ostvareno po osnovi poslovnih motiva (*eng. business spending*) (WTTC, 2016).



Slika 6: Struktura prihoda od turizma u EU prema motivima u 2015. godini
Izvor: WTTC (2016)

Turizam ostvaruje značajne ekonomske učinke i na zaposlenost u Europskoj uniji. Tako je u 2015. zahvaljujući turizmu ukupno radilo 25.6 milijuna ljudi (11.4% ukupne zaposlenosti), a

u djelatnostima direktno vezanim za turizam bilo je 11.3 milijuna poslova (5.0% ukupne zaposlenosti). Trendovi rasta očekuju se i u budućnosti. U 2016. direktni učinci na zaposlenost trebali bi rasti za 1.8% (u tom slučaju u turizmu bi direktno radilo 11.5 milijuna ljudi), a po istoj stopi očekuje se prosječni godišnji rast do 2026. godine (tada bi direktno zahvaljujući turizmu posao trebalo imati 13.8 milijuna stanovnika Europske unije). Očekivane stope rasta za ukupnu zaposlenost su nešto manje. Tijekom 2016. predviđa se stopa rasta od 1.5% (ukupno bi potaknuto turizmom bilo kreirano 26.1 milijuna poslova ako se ova prognoza ostvari). U razdoblju do 2026. se očekuje rast po prosječnoj godišnjoj stopi od 1.4% što bi rezultiralo s 30.1 milijuna poslova koji su direktno, indirektno ili inducirano omogućeni zbog djelovanja turizma (WTTC, 2016).



Slika 7: Zaposlenost potaknuta turizmom (u milijunima) u zemljama Europske unije za 2015. godinu (i predviđanja za 2016. i 2026.)
Izvor: WTTC (2016)

Već je spomenuto kako Europska komisija prepoznaje važnost turizma i smatra ga glavnom gospodarskom aktivnošću Europske unije. Nadalje, prema Europskoj komisiji (2016c) turizam je jedno od najsnažnijih sredstava za borbu protiv ekonomskog pada i nezaposlenosti, no ujedno i postoji svijest da je turistički sektor u današnje vrijeme suočen s brojnim izazovima na koje Europska komisija odgovara raznim politikama i akcijama.

Glavni izazovi za daljnji napredak turizma koje Europska komisija (2016c) ističe su:

- Sigurnost – okolišna, politička i društvena sigurnost; sigurnost hrane i smještaja; prijetnje društveno-kulturnoj održivosti;

- Ekonomska kompetitivnost – sezonalnost, regulacije i administrativne barijere; porezi u turizmu; poteškoće u pronalaženju i zadržavanju stručnog i sposobnog kadra;
- Tehnološki izazovi – pratiti razvoj tehnologije uzrokovan informacijskom globalizacijom i napretkom tehnologije;
- Tržište i konkurencija – rastuća potražnja za personaliziranim iskustvima, novi proizvodi, rastuća konkurentnost ostalih EU odredišta.

Glavni cilj Europske unije vezan uz turizam je ostati glavna svjetska turistička destinacija. Tijekom 2010. godine je usvojen dokument „Europa, svjetska broj 1 turistička destinacija – novi politički okvir za turizam u Europi“ kroz koji se formira glavna strategija i akcijski plan za EU turizam (Europska komisija, 2016c).

Identificirana su glavna 4 akcijska prioriteta:

1. Stimulirati konkurentnost u europskom turističkom sektoru;
2. Promicati razvoj održivog, odgovornog i visoko kvalitetnog turizma;
3. Učvrstiti imidž Europe kao kolekcije održivih, visoko kvalitetnih destinacija;
4. Maksimizirati potencijal financijskih politika EU za razvoj turizma.

3.2. Kulturni turizam u EU

Kada su u pitanju statistički pokazatelji kulturnog turizma važno je imati u vidu kako se statistika posjetitelja u okviru selektivnih oblika turizma pa tako i kulturnog turizma, u pravilu ne vodi zasebno, te je stoga nemoguće dati egzaktne podatke o broju turista motiviranih ili privučenih kulturom kao primarnim motivom putovanja, no neke procjene spominju preko 50 % turista čiji je motiv putovanja direktno ili indirektno povezan s kulturom:

- motivirani kulturom - 5 – 15% turista, 5% lokalnih stanovnika je privučeno elitnim kulturnim događanjima;
- inspirirani kulturom - 30% turista, dobro poznate kulturne atrakcije/događanja, ali imaju tek površan interes za kulturu;
- privučeni kulturom - 20% turista, odluku o posjeti kulturnoj atrakciji/događanju donose tijekom boravka u samoj destinaciji (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015).

Europska unija ima izniman kulturni potencijal. O tome svjedoči i izvješće sa Svjetskog ekonomskog foruma o kompetitivnosti u turizmu (WEF, 2015). Prema indeksu koji ukazuje na kompetitivnost kulturnih resursa među 141 zemljom uzetom u obzir na samom vrhu po konkurentnosti se nalaze 3 zemlje članice Europske unije (Španjolska, Francuska, Italija) dok su i preostale članice većinom visoko rangirane.

Tablica 4: Prikaz vrijednosti indeksa turističke kompetitivnosti kulturnih resursa za top 20 zemalja (i izdvojene članice EU u top 50)

RANG	ZEMLJA	INDEKS
1	Španjolska	6.69
2	Francuska	6.56
3	Italija	6.51
4	Kina	6.44
5	Njemačka	5.92
6	Japan	6.00
7	UK	5.90
8	Brazil	5.31
9	Australija	5.13
10	Indija	5.09
11	Meksiko	4.92
12	Južna Koreja	4.85
13	SAD	4.79
14	Argentina	4.37
15	Kanada	4.02
16	Turska	3.83
17	Portugal	3.71
18	Belgija	3.67
19	Nizozemska	3.51
20	Sjeverna Afrika	3.39
29	Švedska	2.93
30	Austrija	2.92
31	Irska	2.82
32	Grčka	2.82
35	Poljska	2.77
36	Hrvatska	2.67
42	Češka	2.30
44	Mađarska	2.22
46	Danska	2.18
48	Finska	2.13
49	Rumunjska	2.07

Izvor: WEF (2015)

U Tablici 4 je uočljivo kako su tri destinacije EU na samom vrhu, a top 5 se nalazi još i Njemačka dok je Ujedinjeno Kraljevstvo u top 10 (na 7. mjestu). Među top 20 nalaze se 3

države EU: Portugal, Belgija i Nizozemska, no svakako ne treba ni zanemariti državu sa statusom kandidata koja je trenutno u pregovorima – Tursku, na 16. mjestu. Između 29. i 50. mjesta smjestilo se čak 11 zemalja EU, a tu se nalazi i Hrvatska, na 36. mjestu.

Kulturno nasljeđe Europe jest „jedan od najvažnijih i najstarijih generatora turizma" (Thorburn, 1986, u Richards, 2005), a zadržava svoje središnje mjesto i u europskom turističkom sektoru i danas (Richards, 2005). Pančić Kombol (2006) ističe kako su u Europi kultura i turizam oduvijek bili usko povezani pa je Europa na globalnoj razini uvijek imala dominantno mjesto u međunarodnom turizmu zbog bogatog kulturnog nasljeđa. Budući da je najčešće koncentrirano u gradovima, zbog toga, kulturno nasljeđe često predstavlja i temelj razvoja turizma brojnih europskih gradova. Richards (2005) smatra kako je konkurentnost europskog tržišta kulturnog turizma u konstantnom porastu. Cengiz, Eryılmaz i Eryılmaz (2006) ističu da je kulturni turizam imao značajnu ulogu pri integracijskom procesu Europske unije.

Posljednjih 15-ak godina na razini Europske unije je prepoznata potreba poticanja i posebne pažnje za razvoj kulturnog turizma (Pančić Konbol, 2006) te EU (Europska komisija, 2016d) prepoznaje važnost kulture kao dijela europskog turističkog iskustva te kao element koji može poboljšati imidž Europe kao globalne destinacije. Stoga, Europska komisija podržava područja kulturnog turizma koje imaju najveći potencijal za rast, ali pri tome vodeći računa i o poticanju gospodarskog rasta s jedne strane te zaštiti resursa s druge strane (Europska komisija, 2016d).

Akcijske mjere u području kulturnog turizma usmjerene su na razne projekte poput „Europskih kulturnih puteva" (*eng. European cultural routes*), „Raskršća Europe" (*eng. Crossroads of Europe*) te raznih drugih kulturnih projekata (Europska komisija, 2016d).

3.3. Program Europske kulturne prijestolnice

3.3.1. Povijest razvoja inicijative

Ideja o programu Europske prijestolnice kulture (EPK) rodila se 1983. i predložena je od strane tadašnje grčke ministrice kulture Meline Mercouri koja je bila potaknuta slabijom zastupljenošću kulture (u odnosu na politička i gospodarska pitanja) u Europskoj Uniji te je kroz ovaj projekt htjela potaknuti „slavljenje" bogate kulturne baštine Europe kroz

povezivanje europskih gradova. Cilj ovog Programa je do današnjeg dana ostao osnaživanje kulturnih i gospodarskih veza gradova Europske unije. Mercouri je prvotno predložila projekt pod nazivom „Europski grad kulture“, a projekt je usvojen od Vijeća ministara 13. lipnja 1985. (UNEECC, 2016) i prvi grad koji je ponio titulu te godine bila je, prirodnim tijekom, grčka Atena (Europska komisija, 2015).

Tijekom 1991. dotadašnji organizatori osnovali su Mrežu Europskih glavnih gradova i mjeseci kulture (*eng. ECCM - Network of European Cultural Capitals and Months*), organizaciju koja djeluje u sklopu Ministarstva kulture u Luksemburgu i kojoj je cilj razmjena i diseminacija informacija u svrhu lakšeg organiziranja cjelokupnog projekta (UNEECC, 2016). Prva značajnija prekretnica se dogodila kada je Glasgow 1990. godine postao europski grad kulture jer je po prvi put do tada neki grad koji nije bio etabliran kao jaka kulturna destinacija ponio ovu titulu (Richards, 2001). Značajnije prekretnice za projekt su bile i u 1999. godini kada je uspostavljena kompetitivna procedura za dobivanje titule i kada je projekt promijenio ime u „Europska prijestolnica kulture“, te u 2005. godini kada je usvojeno zajamčeno vrijeme trajanja procedure od 4 godine što je još više pospješilo ambiciju projekta za svakog potencijalnog sudionika (Europska komisija, 2015). Program je trenutno integralni dio programa Kreativna Europa (2014.-2020.), a od 1999. se financira u sklopu programa vezanih za financiranje kulture (Kultura 2000), dok je prethodno bio potpomognut programom Kaledioscope (Jelavić, 2007, UNEECC, 2016, Europska komisija, 2016a).

Ovaj Program ima veliku povijest te do sada traje već 31 godinu (od 1985. do 2016.). Garcia i Cox (2013) ističu kako je Program evoluirao tijekom vremena te je postigao značajne napretke u svojim formalnim i zakonodavnim okvirima na razini EU. Tijek tih napredaka može se podijeliti u glavne tri faze koje reflektiraju primjene ključnih odluka EU:

- Faza 1 (1985.-1996.) - sastoji se od prvog kruga EPK gradova, kada je svaka od tadašnjih 12 članica ondašnje Europske ekonomske zajednice imala po jednog grada predstavnika kao EPK tijekom ovog razdoblja. U ovoj fazi Program je podrazumijevao međudržavne aktivnosti i nije imao zakonodavni okvir. Gradovi su većinom bili nominirani od strane države i većina je imala manje od dvije godine kako bi isplanirani svoj vlastiti program, što je predstavljalo izazov njihovim kapacitetima financiranja i/ili razvoja specifičnih EPK inicijativa. Nekoliko gradova se posebno istaknulo u ovoj fazi po inovativnom pristupu koji je unaprijedio Program poput Glasgowa 1990., Antwerpena 1993. te Kopenhagena 1996.

- Faza 2 (1997.-2004.) – ovom fazom započinje se novi krug koji uključuje 19 gradova nosioca titule EPK u 14 zemalja. Selekcijski kriteriji te rokovi za prijave su uspostavljeni od 1998. što je donijelo značajan napredak za kapacitete specifičnih EPK programa gradova i pozitivno utjecalo na rast njihovih ambicija za što boljom organizacijom programa. Također, Program je tijekom ove faze postao dio glavnog kulturnog programa EU (prvo Kaleidoscope, a potom i Kultura 2000) što je osiguralo još čvršću povezanost programa s EU te rezultiralo i rastom sredstva za financiranje programa.
- Faza 3 (2005.-2019.) – još uvijek traje te je do sada najveća faza koja uključuje 29 gradova iz 29 zemalja (od kojih je 10 novih članica EU koji su se pridružili nakon 2004.). Program EPK je uspostavio prvi zakonodavni okvir i postao zajednička akcija svih članica početkom nove faze što je podrazumijevalo uključivanje formalnog kriterija europske dimenzije (opseg i kvaliteta aktivnosti kojima se promiče kulturna raznolikost Europe) u skladu s Ugovorom iz Maastrichta i jasnijih selekcijskih uputa. Navedene odluke su doprinijele da se tijekom ovog perioda redefiniraju kriteriji i ojača proces monitoringa i kasniji evaluacijski procesi. Od 2013. godine Europski parlament, Vijeće ministara i Europska komisija rade na unaprjeđenju zakonodavnog okvira koji će „pokriti“ sljedeću EPK fazu (od 2020. do 2033. godine).

Do sada su 54 grada ponijela prestižnu titlu Europske prijestolnice kulture (Europska komisija, 2016d), a prikaz svih dosadašnjih nosioca titule EPK dan je u Tablici 5.

Tablica 5: Prikaz svih nosioca titule „Europska prijestolnica kulture“ u razdoblju 1985.-2020.

Godina	Grad	Zemlja
1985	Atena	Grčka
1986	Firenca	Italija
1987	Amsterdam	Nizozemska
1988	Zapadni Berlin	Zapadna Njemačka
1989	Pariz	Francuska
1990	Glasgow	Škotska
1991	Dublin	Irska
1992	Madrid	Španjolska
1993	Antwerpen	Belgija
1994	Lisabon	Portugal
1995	Luxembourg	Luksemburg
1996	Kopenhagen	Danska
1997	Solun	Grčka
1998	Stockholm	Švedska
1999	Weimar	Njemačka

2000	Avignon	Francuska
	Bergen	Norveška
	Bologna	Italija
	Bruxelles	Belgija
	Helsinki	Finska
	Krakow	Poljska
	Prag	Češka
	Reykjavik	Island
	Santiago de Compostela	Španjolska
2001	Porto	Portugal
	Rotterdam	Nizozemska
2002	Bruges	Belgija
	Salamanca	Španjolska
2003	Graz	Austrija
2004	Genova	Italija
	Lille	Francuska
2005	Cork	Irska
2006	Patras	Grčka
2007	Luxembourg	Luksemburg
	Sibiu	Rumunjska
2008	Liverpool	UK
	Stavanger	Norveška
2009	Linz	Austrija
	Vilnius	Litva
2010	Essen	Njemačka
	Pečuh	Mađarska
	Istanbul	Turska*
2011	Tallin	Estonija
	Turku	Finska
2012	Guimarães	Portugal
	Maribor	Slovenija
2013	Marseille	Francuska
	Košice	Slovačka
2014	Umeå	Švedska
	Riga	Latvija
2015	Mons	Belgija
	Plzen	Češka
2016	San Sebastián	Španjolska
	Wroclaw	Poljska
2017	Aarhus	Danska
	Paphos	Cipar
2018	Leeuwarden	Nizozemska
	Valletta	Malta
2019	Matera	Italija
	Plovdiv	Bugarska
2020	**Rijeka**	**Hrvatska**
	TBA	Irska
**Grad predstavnik države izvan Europske unije*		

Izvor: Europska komisija (2015, 2016a)

Iz Tablice 5 se može uočiti da je do 1999. po jedan grad nosio ovu prestižnu titulu. Po ulasku u novo tisućljeće, tijekom 2000. godine čak je 9 gradova bilo EPK, najviše u jednoj godini ikada. Od 2001. po dva grada nose naziv EPK, u iznimke 2003., 2005. i 2006. godine dok je od 2021. godine predviđeno da će titulu nositi tri grada (Europska komisija, 2016e). Hrvatski grad, točnije Rijeka će biti europska prijestolnica kulture 2020. uz još jedan irski grad (odluka još nije donesena.

Istaknuta je značajna povijest programa EPK, no ni njegova budućnost za narednih 20-ak godina također nije ugrožena. Naime, 14. travnja 2014. Europski parlament i Savjet Europe su donijeli odluku kojom su prihvatili akcijsku mjeru za potporu projektu EPK. Ciljevi nisu nimalo promijenjeni: zaštita i promicanje različitosti kultura u Europi, isticanje zajedničkih koji dijele i poticanje dugoročnom razvoju kulture i gradova nosioca titule (Europska komisija, 2015).

3.3.2. Odrednice i procesi programa

Projekt Europska prijestolnica kulture je osmišljen kako bi (Europska komisija, 2016a):

- istaknuo bogatstvo i raznolikost kultura u Europi;
- ojačao kulturne značajke koje Europljani dijele;
- povećao osjećaj europskih građana o pripadnosti istom kulturnom području;
- potakao doprinos kulture u razvoju grada.

Iskustvo i praksa dodjele titule prijestolnice kulture pokazalo je da je time osigurana gradovima prilika za (Europska komisija, 2016a):

- regeneraciju;
- podizanje međunarodnog prihoda i profita;
- jačanje imidža gradova u očima vlastitih stanovnika;
- razvoj novog stila života u gradskoj kulturi;
- jačanje turizma.

Odabir grada domaćina odvija se u dvije faze (predodabir tj. uži izbor te odabir) te je koncipiran na način da se prikupljanje nominacija gradova pokreće šest godina prije dodjele naslova. Natječaj otvara zemlja domaćin otvaranjem Poziva, a gradovi koji se prijavljuju prijavu podnose svojim Ministarstvima kulture (Europska komisija, 2016a). Administrativne

odredbe, pravila i kriteriji za postupak izbora se nalaze u Pozivu za prijave i u pravilima vezanim uz prijavljivanje koje objavljuje nacionalno tijelo. Poziv uključuje upitnik koji se temelji na obrascu Europske komisije kojim se definiraju rokovi i detaljne upute za podnošenje prijava (Ministarstvo kulture, 2014). Zainteresirani gradovi potom dostavljaju potrebnu dokumentaciju. Dokumentacija uključuje Prijavnu knjigu koja je glavni dokument a sadrži ciljeve kandidata, program, financijske planove, upravljačku strukturu itd. (slijedi strukturu šest kriterija navedenih u tekst ispod), te prezentaciju, pitanja i odgovore (Ministarstvo kulture, 2014).

Dostavljeni zahtjevi se pregledaju po osnovi utvrđenih kriterija tijekom faze pred-selekcije od strane neovisnih stručnjaka u području kulture te se slaže rang lista. Povjerenstvo neovisnih stručnjaka broji dvanaestero ljudi od kojih je deset imenovano od strane tijela i institucija Europske unije (Europski parlament, Vijeće Europe, Europska komisija i Odbor regija), a dvoje od strane Ministarstva kulture. Lista se slaže na temelju detaljnijih aplikacija gradova. (Europska komisija, 2016a).

Postoji glavnih 6 kriterija, a to su (Ministarstvo kulture, 2014):

1) doprinos dugoročnoj kulturnoj strategiji;
2) europska dimenzija;
3) kulturni i umjetnički sadržaj;
4) sposobnost provedbe;
5) doseg;
6) upravljanje.

Sastavljena lista podliježe selekciji te se prikupljaju konačne prijave i predlaže jedan grad po zemlji za naslov. Uloga Europske komisije je osigurati da se pravila uspostavljena na razini EU projekta poštuju u svim fazama selekcije. Gradovi se tijekom razdoblja od inicijalne prijave do podnošenja konačne aplikacije mogu pripremiti i provesti planiranje i reorganizaciju projekata bitnih za konkuriranje za naslov. U tome potporu pruža organizacija projekta u vidu smjernica razvoja koja ujedno provodi monitoring te objavljuje izvještaj napretka svake godine za raniju godinu (Europska komisija, 2016).

Ministarstvo kulture (2014) objašnjava proceduru da kod predodabira kandidati predstavljaju svoju prijavu Povjerenstvu i odgovaraju na njihova pitanja dok su predstavnici nacionalnih vlasti i Europske komisije prisutni kao promatrači sa svrhom osiguravanja poštivanja pravila no ne sudjeluju u raspravama povjerenstva. Na kraju sastanka Povjerenstvo objavljuje

kandidate koje preporučuje za fazu odabira te pri tome je bitno naglasiti kako ne postoje smjernice u pogledu broja gradova koje mogu izabrati, a također izvješće Povjerenstva sadrži i preporuke gradovima koji uđu u uži izbor. Nacionalna tijela potom službeno odobravaju preporuke Povjerenstva i pozivaju gradove s užeg popisa na sudjelovanje u odabiru, a odabrani kandidati imaju još do oko 7-8 mjeseci za izmijene i dopune prijava (za koje je potrebno da budu detaljnije nego u prethodnoj fazi). Postupak odabira isti je kao i postupak predodabira gradova koji ulaze u uži izbor (podnošenje izmijenjene i dopunjene Prijavne knjige, prezentacija, pitanja i odgovora), no u ovoj fazi postoji i mogućnost da izaslanstvo Povjerenstva, s istim promatračima, posjeti svaki od gradova koji su ušli u uži izbor. Važno je napomenuti da kandidat odlučuje o sadržaju posjeta, a poslije toga izaslanstvo izvijestiti i ostale članove Povjerenstva o posjetu. Finalnu preporuku o kandidatu odabranom za naslov (kao i preporuke tom gradu) Povjerenstvo objavljuje nakon što ocijeni sve kandidate na temelju pristupa svakog kandidata prema šest navedenih kategorija kriterija (Prijavna knjiga, prezentacija te pitanja i odgovori koristit će se kao iskaz kandidata). Službeno imenovanje Europske prijestolnice kulture slijedi u trenutku kada vlada države članice i službeno imenuje predloženi grad Europskom prijestolnicom kulture te o tome obavijesti institucije Europske unije. Nakon toga Europska komisija objavljuje popis imenovanih gradova u Službenom listu Europske unije u roku od dva mjeseca od obavijesti te se grad kandidat konačno može početi nazivati „Europskom prijestolnicom kulture."

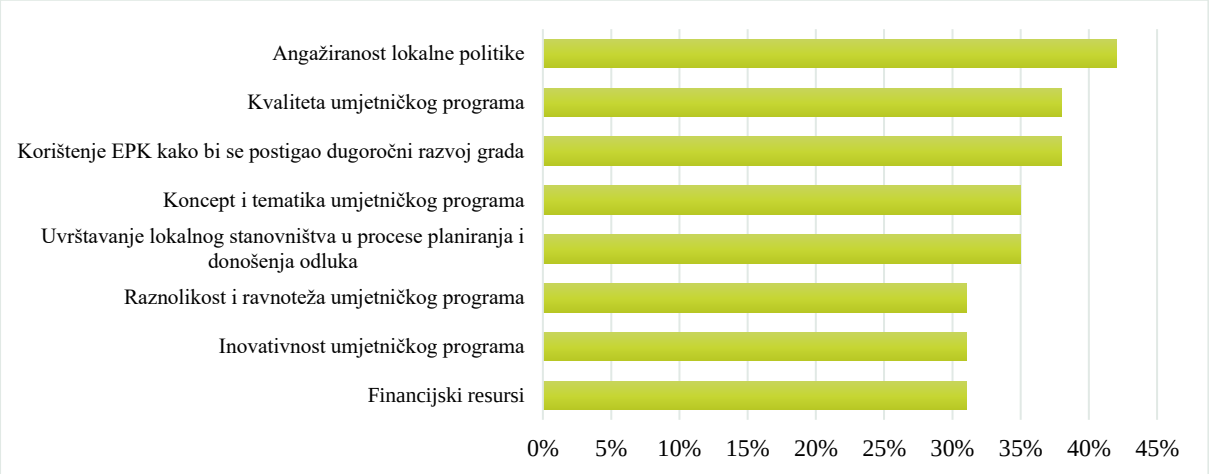
Od trenutka objave do godine domaćinstva EPK trebaju proći četiri godine što je poprilično dugo razdoblje no praksa je do sada pokazala da je toliko vremena potrebno za planiranje i pripremu ovako kompleksne manifestacije. Najveća odgovornost je, razumljivo, na vodstvu i upraviteljima projekta EPK no svoj dio tereta ima i Povjerenstvo koje uz potporu Europske komisije, ima kontinuiranu ulogu tijekom te četiri godine. Povjerenstvo i Europska komisija imaju iznimno bitnu uloga održavanja ugleda brenda EPK te je zato njihovo aktivno sudjelovanje u pripremnoj fazi projekta EPK i u razdoblju praćenja važan čimbenik (Ministarstvo Kulture, 2014). Ciljevi Povjerenstva su:

- podržati projekt EPK savjetima i smjernicama;
- pratiti napredak u ostvarivanju ciljeva i programa iz Prijavne knjige te kriterija iz Odluke;

- uputiti preporuku Europskoj komisiji o isplati novčanog dijela nagrade Melina Mercouri[4].

Povjerenstvo i upravljačke strukture projekta EPK sastaju se i po nekoliko puta godišnje, a Europskoj komisiji se podastiru izvješća o napretku. Moglo bi se reći da Povjerenstvo igra ulogu „kritičkog prijatelja“ tijekom razdoblja pripreme za domaćinstvo. Nakon što projekt završi cijeli posao ne završava. Naime, sve EPK su obvezne izraditi evaluaciju godine u kojoj su nosili naslov. Evaluacija treba biti kvantitativna i kvalitativna te treba biti izrađena do kraja jedne godine nakon što je grad ponio titulu EPK i poslana Europskoj komisiji. Svrha evaluacije da bude objavljena kako bi ostali kandidati imali koristi od nje, ali ona služi i kao iskaz javne odgovornosti. Pri izradi evaluacije Europska komisija poziva EPK da slijede smjernice te pri izradi obuhvate standardna područja koja su zajednička svim EPK (koristeći zajedničke pokazatelje pri čemu će se poštovati kriteriji iz natječaja, uključujući i financijske kriterije) te stavke koje su značajne za projekt EPK sukladno ciljevima utvrđenim od strane EPK u fazi izrade Prijavne knjige (Ministarstvo kulture, 2014).

Garcia i Cox (2013) identificirali su najučestalije snage i slabosti koje su iskazali gradovi koji su uspješno odradili kanditaturu za EPK.

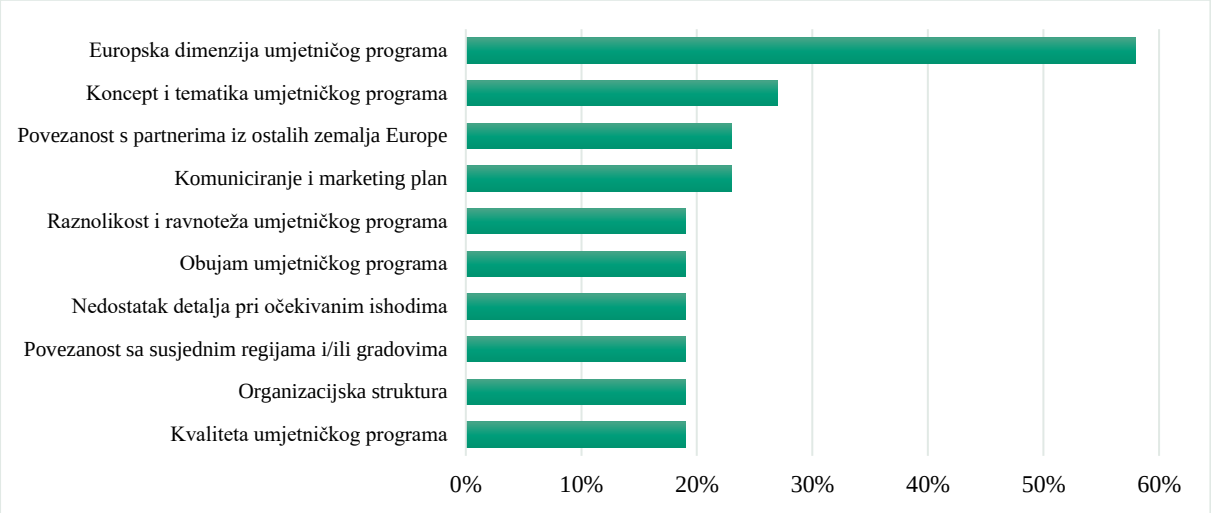


Slika 8: % uspješnih gradova selekcijskog procesa EPK koji su navedene kategorije iskazali kao snage

Izvor: Garcia i Cox (2013)

[4] Nagrada Melina Mercouri je novčana nagrada u iznosu od 1,5 milijuna eura koju Europska komisija dodjeljuje svim EPK ako ispoštuju obveze preuzete u fazi prijave, ispunjavaju kriterije i uzimaju u obzir preporuke Povjerenstva navedene u izvješćima o odabiru i praćenju (Ministarstvo kulture, 2014).

Kao što se može vidjeti, kao najučestalija snaga istaknuta je angažiranost lokalne politike (tj. angažman nosioca politike), u čak 42% slučajeva. Vrlo bitna je i kvaliteta umjetničkog programa te strateško korištenje EPK kako bi se postigao dugoročno razvoj grada (38%). U 35% slučajeva snaga gradova koji su uspješno prevladali selekcijski proces i dobili titulu EPK jest bila i koncept i tematika umjetničkog programa te uvrštavanje lokalnog stanovništva u procese planiranja i donošenje odluka. Potom s 31% slijede raznolikost i ravnoteža te inovativnost umjetničkog programa kao i financijski resursi.



Slika 9: % uspješnih gradova selekcijskog procesa EPK koji su navedene kategorije iskazali kao slabosti

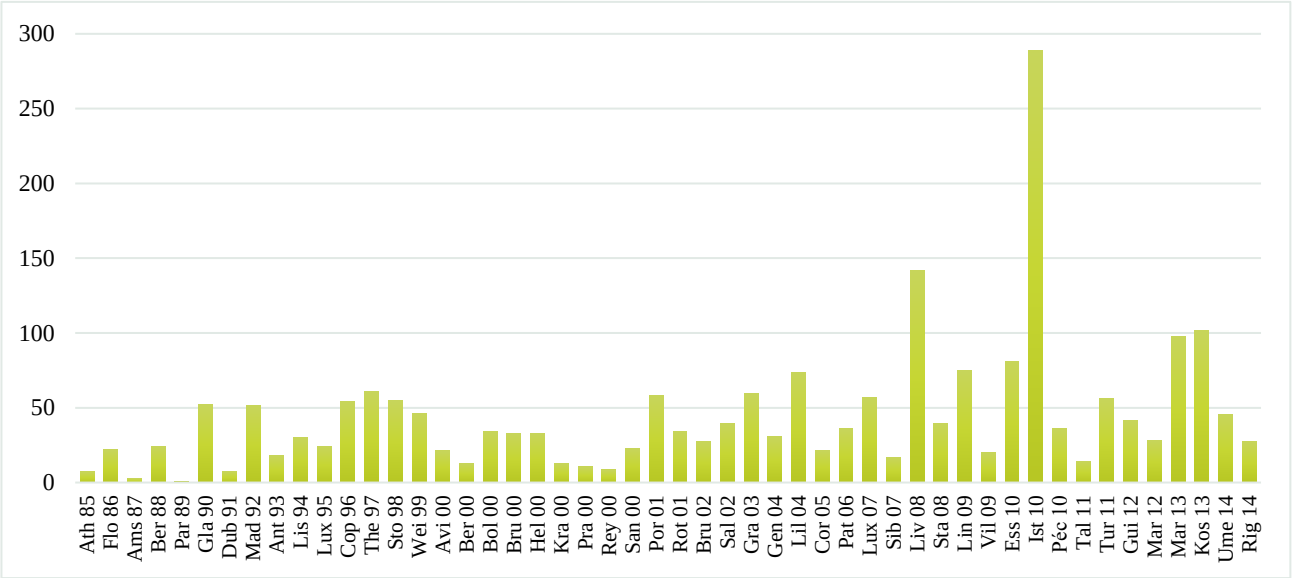
Izvor: Garcia i Cox (2013)

Čak 58% gradova koji su uspješno savladali selekcijski proces europsku dimenziju umjetničkog programa prepoznalo je kao svoju slabost dok je koncept i tematika umjetničkog programa bila slabost 27% takvih gradova. Povezanost s partnerima iz ostalih zemalja Europe te marketinške aktivnosti kao slabost uvidjelo je 23% gradova dok se u 19% slučajeva radilo o kvaliteti umjetničkog programa, organizacijskoj strukturi, povezanosti sa susjednim regijama i/ili gradovima, nedostatku planiranja detalja pri očekivanim ishodima, obujmu umjetničkog programa te raznolikosti i ravnoteži umjetničkog programa.

3.3.3. Financiranje programa

Tijekom vremena evoluirali i načini financiranja EPK Programa. Gold i Gold (2005, u Garcia i Cox, 2013)) se slažu kako je Program razvio sofisticirane obrasce financiranja, koji su sačinjeni od miksa privatnih i javnih sredstava koji osiguravaju potrebna sredstva. U ovome

potpoglavlju iznose se komparativni budžeti gradova nosioca titule EPK, struktura njihovih sredstava te struktura potrošnje tih sredstava.



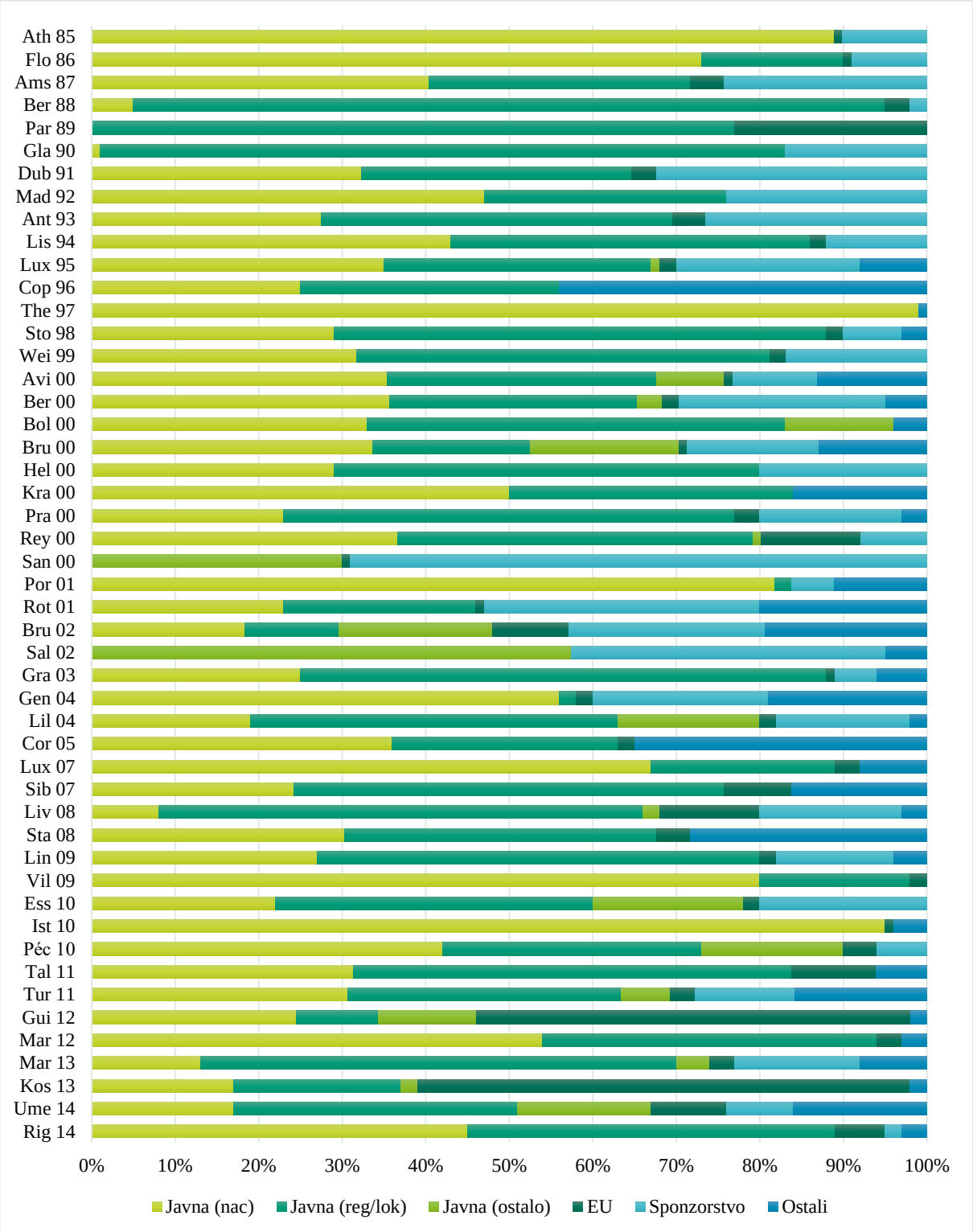
Slika 10: Operativni budžeti EPK u razdoblju 1985.-2014.
Izvor: Garcia i Cox (2013), ECORYS (2014, 2015)

Slika 10 prikazuje operativne budžete[5] gradova nosioca titule EPK u razdoblju od 1985. do 2014. godine. Može se uočiti da se većina budžeta kreće u rasponu od 20 do 60 milijuna eura. Ogroman „outlier" je Istanbul koji je imao raspoloživi budžet od 288 milijuna eura, no Garcia i Cox (2013) naglašavaju da se ta vrijednost treba uzeti s rezervom. Iznimno se ističe i budžet Liverpoola koji je iznosio 142 milijuna eura, no Liverpool je i planirao svoje aktivnosti tijekom te prikupljao sredstva na više razina (kulturne organizacije, lokalna zajednica, državna razina itd.) tijekom dužeg razdoblja. Iznad 100 milijuna eura imao je i grad Kosice (no ovaj grad je veliku većinu ostvario iz strukturnih fondova EU). Na suprotnoj strani ljestvice se nalaze Cork 2005., Sibiu 2007., Vilnius 2009. i Tallinn 2011. koji su (u novije vrijeme) svi imali budžete manje od 20 milijuna eura. U početnim godinama projekta manji budžeti su bili uobičajeni (Pariz je imao budžet od tek 0.5 milijuna eura, a Amsterdam od 3 milijuna eura) no treba imati na umu da su iznosi na grafu nominali. Generalno, iako se svaki grad treba promatrati zasebno, uočljivi su neki trendovi (Garcia i Cox, 2013):

- Povećanje budžeta tijekom razdoblja (npr. prosječni budžet u 10-ima iznosi oko 74.4 milijuna eura dok je u 00-ima u prosjeku iznosio oko 38.3 milijuna eura)

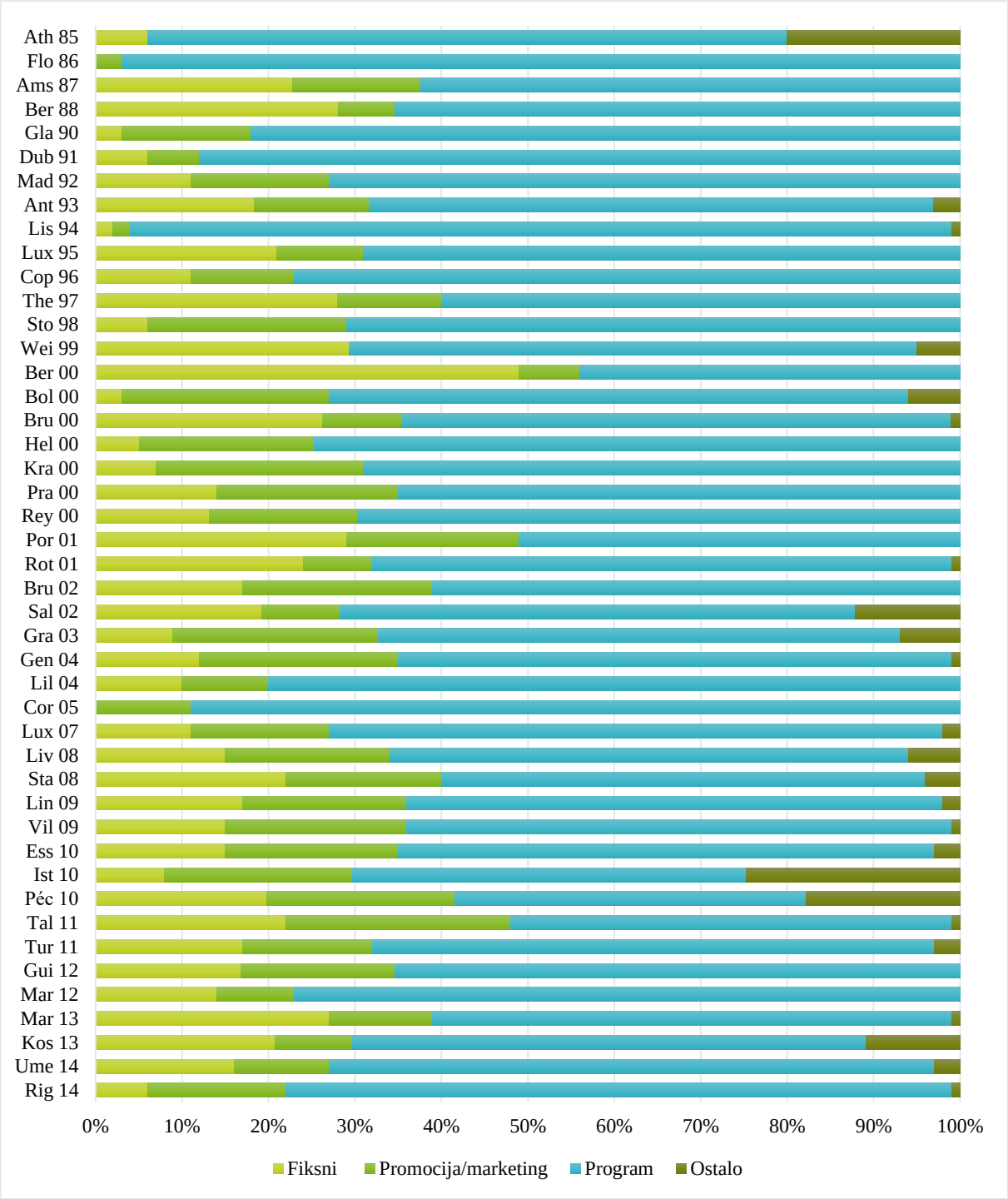
[5] Izraženi su u nominalnim cijenama zbog nedostupnosti adekvatnih povijesnih podataka za prilagodbu inflacije.

- Veći gradovi generalno imaju i veće budžete (iako se mogu pronaći iznimke, npr. manji grad Linz je imao budžet od 75.2 milijuna eura).
- Geografski, u prosjeku, gradovi smješteni na zapadu imaju veće budžete od onih na istoku.



Slika 11: Struktura izvora financiranja projekta EPK za gradove EPK, 1985.-2014.
Izvor: Garcia i Cox (2013), ECORYS (2014, 2015)

Slika 11 prikazuje strukturu izvora financiranja gradova nosioca titule EPK u razdoblju 1985.-2014. dok je na Slici 12 prikazana potrošnja sredstava prema području namjene za gradove EPK.



Slika 12: Potrošnja sredstava prema području namjene za gradove EPK, 1985.-2014.
Izvor: Garcia i Cox (2013), ECORYS (2014, 2015)

Iz Slike 11 na kojoj je prikazana struktura izvora financiranja projekta EPK za gradove EPK može se uočiti da je struktura izvora financiranja projekta EPK za gradove nosioce te titule poprilično raznolika i varira od javnih sredstava (bila nacionalna ili bila regionalna/lokalna ili neka druga vrsta), sredstava iz EU te privatnih izvora (najčešće u vidu sponzorstava). Može se uočiti da je 9 gradova ostvarilo preko 50 izvora sredstava od nacionalnih vlada, a rekorder je Solun 1997. koji je financiran 99% iz vladinih sredstava. Prosjek udjela nacionalnih sredstava u financiranju EPK za sve gradove iznosi 35.5%. 13 gradova je preko 50% izvora financiranja našlo u javnom novcu vlastitih regionalnih/lokalnih sredina, a najviše Berlin 1988. (90%). Prosjek udjela javnih regionalnih/lokalnih sredstava u ukupnom financiranju projekta EPK za sve gradove iznosi 34.6%. Kada se gleda zemljopisno, gradovi koji gravitiraju jugu više novca osiguravaju iz nacionalnih sredstava, a kako se odmiču sjeveru i zapadu, to se gradovi više financiraju iz vlastitih regionalnih/lokalnih sredstava. Od ostalih vrsta sredstava, najviše se novca prikupi od raznih oblika sponzorstva, u prosjeku za sve gradove EPK udio financiranja od strane sponzora iznosi 12.3%. U pronalasku sponzora za financiranje projekta EPK najbolje su se snašli španjolski gradovi Santiago de Compostela 2000. (69%) i Salamanca 2002. (38%), a u novom desetljeću jedini koji je u ovom slučaju bio iznadprosječan je Marseille 2013. (15%). Sredstva iz Europske unije u ukupnom udjelu financiranja za sve gradove EPK do sada iznosi 5.4% Iznos koji je EU dodjeljivala je vremenom rastao i od početnih 100,000 eura narastao je na 1.5 milijuna eura koji se dodjeljuju putem nagrade Melina Mercouri (sredstva se dodjeljuju uvjetno, a ne automatizmom). Ipak, moguće je dobiti i EU sredstva drugim načinima pa je tako slovački grad Košice 2013. osigurao čak 58% sredstava (oko 59 milijuna eura) putem strukturnih EU fondova (ECORYS, 2014). Ostali javni prihodi čine oko 4.9% udjela, a ostala izvori financiranja oko 7% udjela (u ukupnoj strukturi svih gradova EPK).

Na Slici 12 prikazana je struktura potrošnje sredstava prema području namjene za gradove EPK. Potrošnja se može podijeliti u četiri glavne kategorije:

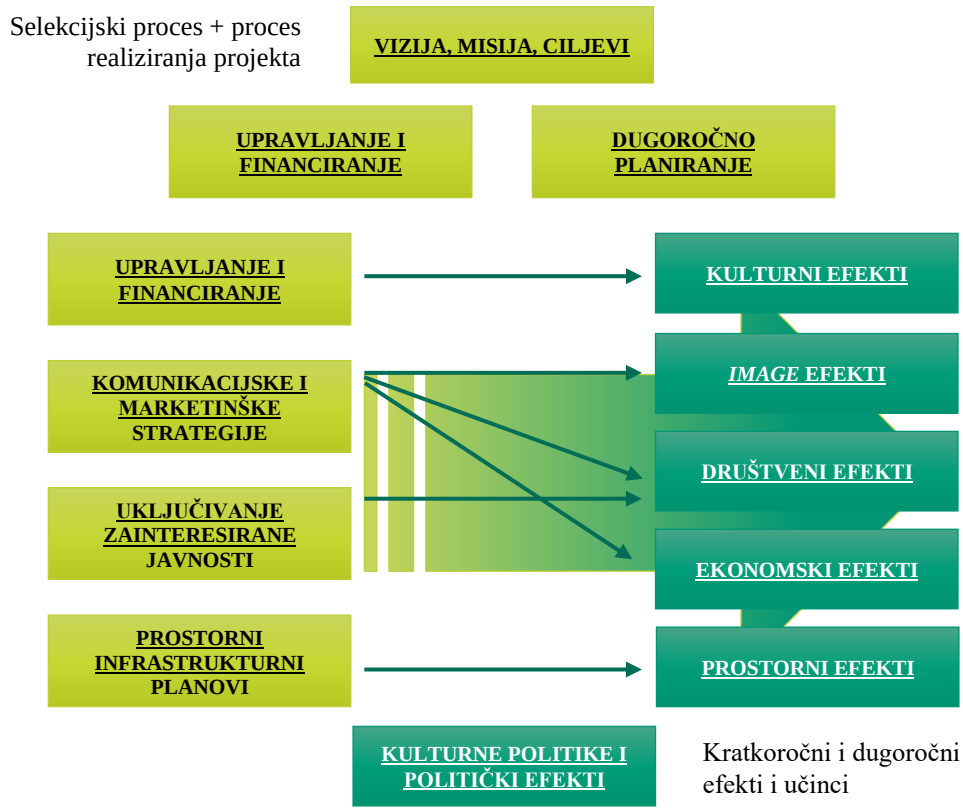
1) fiksni troškovi (uključuju troškove plaća, administrativne troškove te sve nužne troškove za odvijanje projekta);
2) troškovi promocije i marketinga (uključuje sve troškove vezane uz promotivne i marketinške aktivnosti);
3) troškovi provedbe programa (uključuju troškove umjetničkih aktivnosti i aktivnosti usmjerenih zajednici (*eng. community-focused*);
4) ostali troškovi (uključuju sve ostale vrste troškova).

Kod svih gradova uvjerljivo dominiraju troškovi provedbe programa te oni prosječno (za sve gradove EPK) čine 67.1% udjela u ukupnoj strukturi svih troškova te dominira kod svih gradova kao najveći izdatak. Postoje gradovi s preko 90% udjela troškova provedbe programa, ali oni su bili još u Fazi 1 programa (Firenca 1987., Lisabon 1994.), dok u posljednje vrijeme (tijekom Faze 3) ovi troškovi u prosjeku čine oko 63% ukupnih troškova i nema tako izrazitih „outliera“. Jedini grad u kojem je prevagnula neka druga vrsta troška, a da to nisu troškovi programa jest Bergen 2000. (u ovom slučaju fiksni troškovi su činili 49%, a troškovi provedbe programa 44%). Na fiksne troškove u prosjeku otpada 15.4% svih troškova, a na troškove marketinga i promocije 14.5% svih troškova. Već spomenuti Bergen je rekorder po udjelu fiksnog troška u ukupnim troškovima i pored njega nije zabilježen slučaj da su fiksni troškovi prešli 30%, a troškovi marketinga i promocije u niti jednom slučaju nisu prešli 30 dok postoje primjeri gradova gdje su prelazili 20%, npr. Tallinn 2011. (26%), Graz 2003. (24%), Istanbul 2010. (22%) itd. Ostali troškovi u ukupnom prosjeku svih gradova čine 3%.

4. ISTRAŽIVANJE - UČINCI PROGRAMA NA GRADOVE NOSITELJE TITULE EU PRIJESTOLNICE KULTURE

S obzirom da se činjenice u ovom istraživanju spoznaju proučavanjem mišljenja, iskustava i zaključaka (dakle, koriste se prvenstveno sekundarni podatci) drugih, na temelju kojih se izvode vlastiti zaključci, radi se o teorijskom istraživanju temeljenom na induktivnom pristupu. Stoga, u ovom istraživanju se polazi od kvalitativnog metodološkog pristupa istraživanju jer se pojave koje se pojavljuju u njemu opisuju (Tkalac Verčić et al., 2009). Svrha ovog istraživanja je da se istraži u kojoj je mjeri titula Europska prijestolnica kulture, gradovima nositeljima titule donijela koristi u turističkom smislu.

EPK je ogroman projekt i učinci koje za sobom u gradovima nosiocima donosi ova titula su brojni. Općeniti model funkcioniranja procesa EPK te efekata koje producira prikazana je sljedećom slikom.



Slika 13: Model prikaza funkcioniranja EPK

Izvor: Garcia i Cox (2013)

U nastavku će se, dakle, analizirati kako svi efekti koje za sobom donosi titula EPK gradu domaćinu doprinose u turističkom smislu.

4.1. Učinci na *image* i promociju gradova kao turističkih destinacija

U ovome potpoglavlju iznijet će se činjenice i zaključci na temelju kojih će se ponuditi odgovor na prvo istraživačko pitanje:

P1: Je li titula prijestolnica kulture utjecala pozitivno na image i promociju gradova kao turističkih destinacija?

Od svih učinaka koje donosi titula EPK, poboljšani *image* je ključni indikator za mnoge gradove. Postoje značajni nalazi da su gradovi domaćini EPK s prethodno nisko profiliranim *imageom* iskusili bitne pozitivne promjene i to na dvije razine: vlastite unutarnje percepcije (1) te vanjski odjeci (2). Ovo je rezultiralo time da mnogi gradovi postignu dugoročan napredak na ljestvicama najboljih nacionalnih, ali i međunarodnih kulturnih i turističkih destinacija (Garcia i Cox, 2013). Kako je uostalom i pokazalo istraživanje ECORYS-a (2011), od svih dugoročno očekivanih benefita koje donosi EPK gradu domaćinu, upravo su očekivanja o stvaranju „međunarodnog profila" grada najveća (preko 70% ispitanika smatra da EPK u velikom obimu poboljšava internacionalnu sliku grada domaćina.

Garcia i Cox (2013) ističu kako je potencijal transformacije dosadašnjeg *imagea* jedan od najznačajnijih i najprepoznatljivijih utjecaja koje titula EPK nosi sa sobom, a ovo se pogotovo odnosi na gradove srednje i male veličine koji su već godinama profilirani kao staromodni na nacionalnom i internacionalnom nivou. Pomoću EPK-a gradovi se pozicioniranju kao kreativna i kulturna mjesta. Nadalje, EPK nastoji mijenjati percepcije gradova ne samo kroz stimuliranje novih gospodarskih aktivnosti (prvenstveno putem turizma, ali i putem drugih načina gospodarskog razvitka), nego se želi razvijati civilni ponos i poticati stvaranje lokalnih priča povezanih s kreiranjem snažnog osjećaja (*eng. sense of place*) mjesta.

Mnogi gradovi s prethodno slabim, pa čak i negativnim imidžom doživjeli su svojevrsnu renesansu, privukavši značajnu medijsku pažnju te su na sebe skrenuli lokalnu, nacionalnu i međunarodnu pozornost. Kao najogledniji primjeri navode se slučajevi Glasgowa, Lillea, Liverpoola, Pečuha i Turkua koji su se uspješno repozicionirali kao kulturna središta na nacionalnom i/ili europskom levelu tijekom godina kada su nosili tituli EPK (Garcia i Cox, 2013). Turner (2008) objašnjava slučaj Glasgowa koji je titulu EPK ponio 1990. U razdoblju prije 1990. Glasgow se suočavao s problemom negativnog imidža koji je bio rezultat loše društvene i ekonomske situacije zbog smanjenja industrijskih aktivnosti. Gomez (1998) navodi kako se, kako bi riješio ovaj problem, Glasgow odlučio orijentirati na kulturu kao

sredstvo regeneracije grada. U tom procesu iznimno je bila važna uloga titule EPK koju je Glasgow iskoristio za transformiranje dotadašnjeg *imagea* te za etabliranje grada kao međunarodnog kulturnog post-industrijskog središta s rastućim turističkim predznakom (Booth i Boyle, 1993 u Turner, 2008). Zahvaljujući Glasgowu 1990., pokrenuo se proces brojnih drugih „netradicionalnih" kulturnih gradova koji su se kandidirali za ovu titulu te u njoj vidjeli priliku za *rebranding*. Naime, do 1990. ovu titlu su ponijeli tradicionalni svjetski kulturni centri poput Atene, Firence, Amsterdama, Berlina te Pariz pa je Glasgow bio začetnik nove primjene ove titule. Brojni gradovi su „učili" na primjeru Glasgowa. U novije vrijeme najistaknutiji primjer je Liverpool koji je bio EPK 2008. Garcia et al. (2010) pojašnjavaju kako je Liverpool tijekom 90-ih i 00-ih imao problema s negativnim imidžem u odnosu na ostatak Ujedinjenog Kraljevstva (u vidu politike, ekonomije, kriminala, upravljanja gradom i sl.). Od 2003., kada je Liverpool određen da 2008. ponese titulu EPK, (pozitivne) kulturne teme zauzimaju fokus medija te nadvladavaju standardne teme o ekonomiji, društvenim promjenama i sl. te postepeno mijenjaju i stvaraju pozitivniju sliku o Liverpoolu. Garica et al. (2010) naglašavaju da se upravo EPK može zahvaliti orijentiranje na (pozitivne) kulturne teme koje su pomogle u izgradnji pozitivnog imidža grada. Garcia i Cox (2013) navode i brojne druge primjere gradova koji su uspjeli odbaciti negativan *image* te stvoriti pozitivnu sliku zahvaljujući EPK poput Helsinkija, Graza, Linza i Tallinna (koji je stremio odbacivanju negativne slike post-komunističkog grada). Interesantan je primjer i belgijskog grada Brugesa koji je titulu EPK ponio 2002. godine. Do tada on je već privlačio značajan broj turista, ali je prema istraživanjima imao percepciju grada kao „otrcan" (*eng. corny*) i „mrtav" (*eng. dead*) (De Greef et al., 2003). Grad je potom započeo suradnju sa specijaliziranim marketinškim agencijama, a u središte priče oko izgradnje novog imagea upravo svrstao EPK računajući pri tome automatski na domaći i međunarodni medijski interes koji titula povlači sa sobom (De Greef et al., 2003). U novije vrijeme iznimno popravljen imidž istaknut je u slučaju Marseillea. Naime prema ECORYS-ovom (2014) istraživanju zaključak velike većine lokalnih *stakeholdera* jest da je „*image* teritorija unaprijeđen", a čak 76% rezidenata je odgovorilo da je EPK kreirao bolju sliku u očima ostalih Francuza te međunarodnih posjetitelja za Marseille te ostatak Provanse. Čak oko 80% stanovnika se složilo kako grad sada posjeduje bogatiju kulturnu ponudu te je „dinamičniji" i „otvoreniji svijetu".

Pozitivan utjecaj EPK na image gradova može se uočiti i iz rang listi najboljih nacionalnih/svjetskih destinacija. Garcia i Cox (2013) upozoravaju, da iako ovo područje nije najzahvalnije za analizu jer ne postoji mnogo dostupnih usporedivih podataka, ipak postoji

nekoliko primjera koji potvrđuju jake i pozitivne utjecaje ishode za gradove nosioce EPK. Richards et al. (2002) navode primjer Rotterdama koji je napredovao s 22. na 15. mjesto na ATLAS-ovoj listi najboljih europskih kulturnih destinacija u godini u kojoj je osvojio titulu. Znakoviti su i primjeri rumunjskog Sibiua koji je nakon provedenog istraživanja svrstan, prema velikom broju ispitanika, među top 5 europskih kulturnih destinacija nakon je ponio titulu EPK u 2007. godini (Richards i Rotariu, 2010). Tu su još jednom pozitivni primjeri Glasgowa i Liverpoola. Glasgow tijekom 80-ih praktički nije imao nikakvog turizma da bi nedugo (već do 1994.) nakon što je ponio titulu EPK postao treća najbolja poslovna destinacija u Ujedinjenom Kraljevstvu (Myerscough, 1994 u Garcia i Cox, 2013). Liverpool je prema istraživanju Condé Nast Traveller Survey postao treći najpopularniji grad u UK-u (ECORYS, 2009). Slično, Turku u Finskoj je smješten na drugo najpoželjnije mjesto za život u toj zemlji u 2012. godini (ECORYS, 2012).

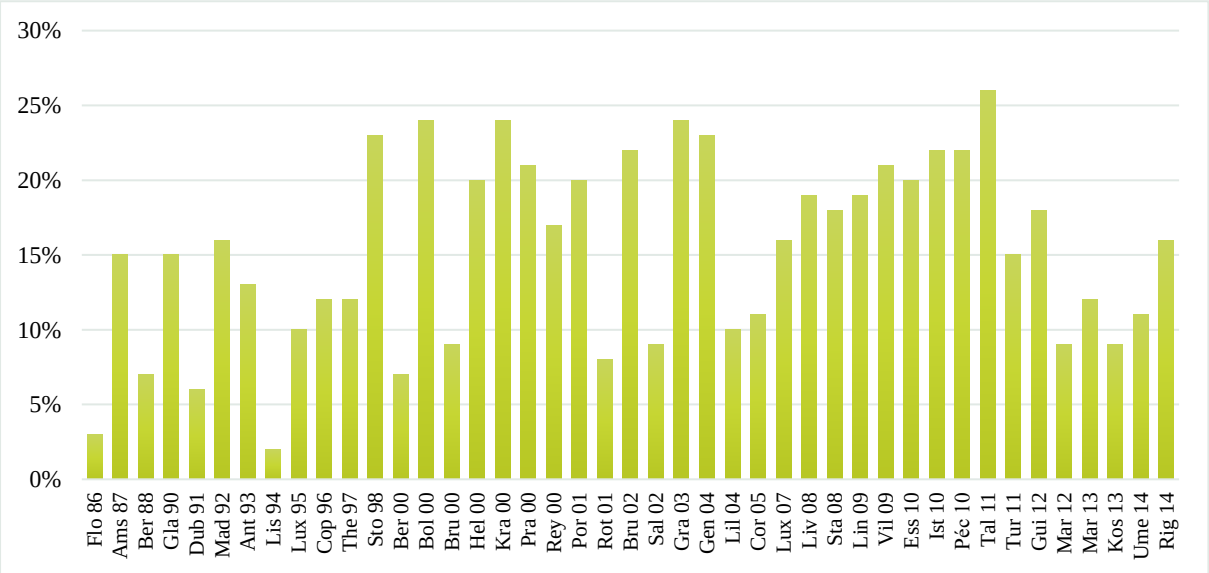
Titula EPK gradovima nosiocima doprinijela je u stvaranju dodatne promocije i to putem poboljšanja medijske vidljivosti. Cox i Garcia (2013) su analizirali medijsku pokrivenost u 48 gradova i iako podatci nisu međusobno usporedivi (zbog različitih metodologija koje su primjenjivane u različitim gradovima nosiocima[6]) došli su do nekih zajedničkih trendova zaključaka:

- *Lokalni mediji* - uvijek intenzivno pokazuju interes za titulu EPK i ne može se tijekom vremena uočiti naročiti rast koji bi bio popraćen razvojem snažnijih i/ili više sofisticiranijih komunikacijskih strategija. Kontinuirani lokalni medijski interest može se objasniti time što su komunikacijske strategije vezane uz EPK dosta usmjerene na kreatore mišljenja (*eng. opinion formers*).
- *Nacionalni mediji* – uočljivo je da su veći medijski interes postizali glavni gradovi svojih država (što je slučaj oko 70% gradova od početka projekta) koji su bili EPK, nego li ostali. Također, u vidu nacionalne medijske pažnje bolje su prolazili gradovi koji su razvili istaknuta događanja (npr. svečanosti otvaranja i/ili zatvaranja i sl.)
- Ukupno, kombinirani obujam izvještaja lokalnih i nacionalnih medija varira od 1,000 do 20,000 novinskih isječaka (*eng. press clipping*), dok ta brojka za većinu gradova varira od 5,000 do 10,000 novinskih isječaka.

[6] Različita metodologija pri praćenju medijske pokrivenosti se ogleda u različitom vremenskom okviru praćenja (neki gradovi npr. 3-4 godine, a neki samo godinu) i različitim metodološkim aspektima (npr. neki lokalne medije svrstavaju pod nacionalne, a neki odvojeno; digitalni mediji su katkad kombinirani s tiskovnim (*eng. press*) i radio-difuznim (*eng. broadcast*) medijima.

- Obujam *međunarodnog medijskog izvještavanja* varira od 200 do 3,500 novinskih isječaka, a za većinu gradova iznosi između 500 i 1,500. Kada je u pitanju međunarodni izvještaj, gradovi dobivaju najviše zanimanja iz susjednih zemalja ili zemalja koji imaju slične kulturne afinitete (npr. nordijske zemlje su iskazivale poseban interes za Turku i Stavanger). Također, zamijećen je bolji uspjeh kod onih gradova koji usmjere svoje komunikacijske strategije na međunarodno tržište.
- Napretkom *digitalnih tehnologija* gradovi nosioci EPK imaju sve veće mogućnosti za medijsku prisutnost te neki od posljednjih gradova koji su ponijeli titulu ističu rekordne obujme medijskog izvještavanja (npr. Essen 2010. ističe da je bilo ukupno preko 65,000 medijskih izvještaja – i printanih i online). Ovakve brojke trebaju se uzeti s rezervom budući da ne postoji jasna metodologija praćenja svih online izvještaja i ne postoji jasna distinkcija izvještaja napravljenih od strane EPK organizatora i institucionalnih dionika (*eng. stakeholders*) (npr. službene mrežne stranice, blogovi, društvene mreže), članaka od strane novinara te zabilježbi šire javnosti. Ipak, realne procjene bi bile da se broj online vijesti članaka seže između 2,500 do 6,000 otprilike, a znakovit je i primjer Sibiua čiju je web stranicu posjetilo preko 2 milijuna ljudi.

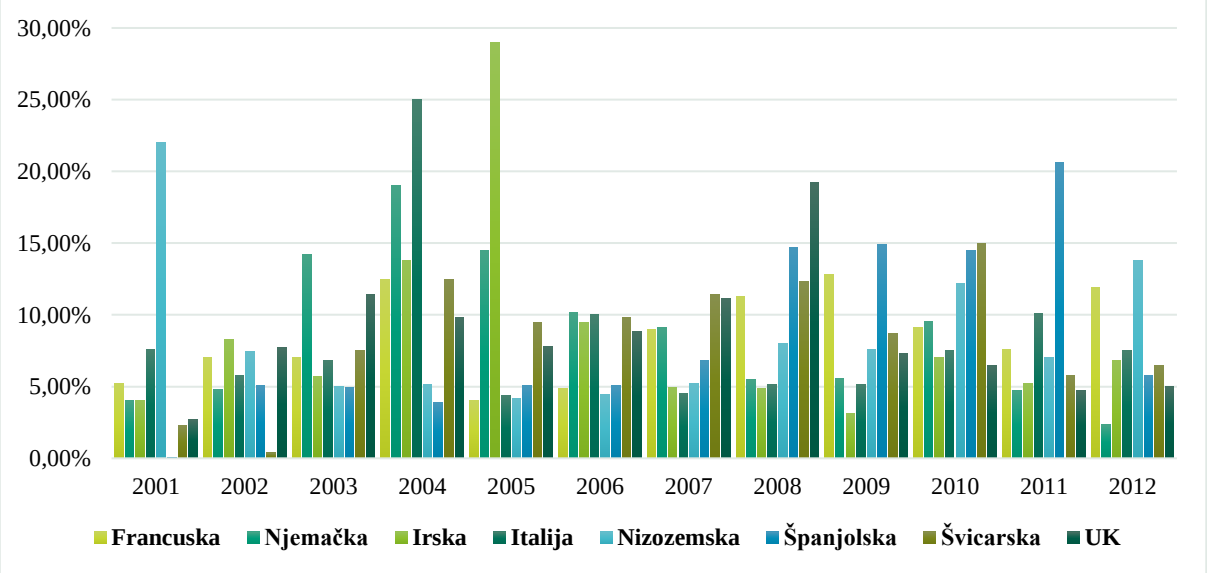
Ukupno, u marketing i komunikacije ulažu se značajni iznosi koji u najčešćem broju slučajeva variraju između 10% i 25% ukupnog budžeta kako je i prikazano na Slici 14.



Slika 14: Udio ulaganja u marketing i komuniciranje gradova EPK (% ukupnog budžeta), 1986.-2014.

Izvor: Garcia i Cox (2013), ECORYS (2014, 2015)

Prethodno je elaborirano kako EPK doprinosi stvaranju pozitivnog *imagea* grada nosioca titule i koliko doprinosi promociji gradova, no zanimljivo je analizirati i drugu stranu priče, tj. koliko medijske popraćenosti dobije sami *brand* EPK. Gold i Gold (2005) navode kako je napretkom i razvojem Programa, EPK postao duže i bolje planiran te većeg tržišnog dosega, pogotovo zahvaljujući turističkim agencijama. Sami Program je dobivao puno više pažnje u medijima europskim zemljama kada bi te zemlje bile „u igri" za dobivanje titule ili kada bi je neki grad i dobio. Tako Garcia i Cox (2013) ističu istraživanje ICC-a koje je obuhvatilo 8 zemalja, domaćina EPK u razdoblju 2001.-2012. te analiziralo koliko se puta referencira na EPK u naslovu članka u najrelevantnijim novinama ovih zemalja (pažnja se više usmjerila na članke vezane uz program, a ne toliko uz vezivanje EPK i grada domaćina). Slika 15 prikazuje udio EPK vezanih novinskih vijesti (u ukupnom udjelu odabranih zemalja) za svaku zemlju, po godini.



Slika 15: Udio EPK vezanih novinskih vijesti za 8 europskih zemalja, po godini
Izvor: ICC analysis, Lexis Nexis digital clippings (2001-2012) u Garcia i Cox (2013)

Na temelju Slike 15 Garcia i Cox (2013) uočavaju sljedeće trendove:

- progresivni napredak u opsegu izvješćivanja dvije godine prije nošenja titule,
- vrhunac izvještavanja tijekom godine u kojoj grad nosi titulu
- poprilično nagli pad u izvještavanju odmah iduću godinu
- postepeni rast u izvještavanju prilikom novih započetih procesa lobiranja.

Popravljanje, odnosno mijenjanje na bolje, slike EPK gradova i pojačana promocija su rezultirali većom atraktivnošću dosadašnjih gradova nosioca EPK za potencijalne posjetitelje. To ih je posljedično učinilo primamljivijim turističkim destinacijama i utjecalo pozitivno na turističke pokazatelje (prije svega broj dolazaka i broj noćenja, a što je elaborirano u točki 4.5.), no gradovi su si nerijetko postavljali specifične ciljeve u vidu ostvarivanja turističkog napretka te su u tu svrhu prilagođavali te koristili novi *image* i promociju koja proizlazi iz EPK projekta kako bi privukli što više turista. Pregledom literature Garcia i Cox (2013) su ustanovili da EPK status osigurava „mamac" (*eng. hook*) za komuniciranje s potencijalnim turističkim tržištima. Tako navode primjer post evaluacije gradova EPK iz 2007. i 2008. godine koja sugerira da je „vidljivost" koju oznaka EPK osigurava potaknula sva četiri grada u ovim godinama da generiraju turistički napredak (ECORYS, 2009). „Mamac" kojeg stvara EPK prati i kreacija turistički prilagođenog *imagea*[7] (*eng. tourist-friendly image*) te glavne i ostale aktivnosti i događanja koji unaprjeđuju turističku ponudu. U svim ovim slučajevima najvažnije je istaknuti prioritetne poruke koje će biti komunicirane vanjskoj populaciji od onih koji su važni za lokalne stanovnike. U tom kontekstu, Palmer/Rae Associates (2004) su zaključili kako postoji razlika u komuniciranim porukama međunarodnom i nacionalnom tržištu u odnosu na lokalno. Dok se lokalnom stanovništvu više komunicira EPK projekt sam za sebe za međunarodno/nacionalno tržište se komuniciraju poruke fokusirane na (re)pozicioniranje grada.

Najevidentniji primjerni korištenja novog *imagea* su Glasgow 1990. i Liverpool 2008. Naime, ovi gradovi su uvidjeli svoju priliku u EPK godini kako bi repozicionirali grad na nacionalnom i međunarodnom nivou i to iskoristili kao ključnu platformu u razvoju turizma (koji je do tada bio na iznimno niskim granama). Također, već je spomenuto kako je grad Bruges sa specijaliziranim marketinškim agencijama radio na promjeni *imagea* grada, međutim baš za godinu u kojoj je taj grad ponio titulu (2002.) uspostavljene su i intenzivne suradnje s brojim touroperatorima, specijaliziranim medijima u turizmu te nacionalnim i lokalnim turističkim organizacijama kako bi radili na promociji turizma te privukli što veći broj turista (Grad Bruges, 2003). Garcia i Cox (2013) navode kako su slični procesi zabilježeni i u Lisabonu 1994., Essenu 2010., Liverpoolu 2008. te Linzu 2009., ali mogu se

[7] Primjerice, kako bi izgradili što pozitivniji imidž među turistima pojedini gradovi (poput Liverpoola, Linza, Pečuha) su obučavali djelatnike u turizmu (i ostalim uslužnim djelatnostima kao npr. taksi služba, ali i javne usluge poput policije) za komunikaciju s turistima kako bi pružili što više informacija i što kvalitetniju uslugu (Garcia i Cox, 2013).

primijetiti i za Kosice 2013. (ECORYS, 2014) te Umeu 2014. (ECORYS, 2015). Ovi napori su zasigurno

Na temelju iznesenih činjenica te navedenih uspješnih primjera o regeneraciji gradova i popravljanja imidža, jasnih statističkih pokazatelja o medijskim člancima koji doprinose promociji te navođenju primjera o specifičnim marketinškim strategijama gradova za privlačenje (u suradnji sa subjektima turističkog poslovanja) može se **donijeti zaključak o potvrdnom odgovoru na prvo istraživačko pitanje da je titula prijestolnica kulture utjecala pozitivno na *image* i promociju gradova kao turističkih destinacija.**

4.2. Učinci na međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje turističkih ponuda

Nakon uspješnog elaboriranja na prvo istraživačko pitanje, na temelju činjenica u postojećoj literaturi donijet će se zaključak na drugo istraživačko pitanje koje glasi:

P2: Je li titula prijestolnica kulture omogućila međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje (obogaćivanje) turističkih ponuda?

Titula EPK potaknula je brojne suradnje i umrežavanja raznih aktera uključenih u projekt i generalno takve suradnje može se svrstati u dvije skupine:

- suradnje na međunarodnoj razini (između gradova, organizacija, individua iz različitih europskih, pa i svjetskih država);
- suradnje na lokalnoj/nacionalnoj razini (suradnje između gradova, organizacija, individua unutar iste države i/ili grada).

U središtu projekta EPK nalazi se pojam europske dimenzije usmjeren na stanovnike grada jer je cilj povećati svijest o raznolikosti kultura u Europi, kao i njihovim zajedničkim značajkama. Za gradove to znači povezivanje lokalnog konteksta s europskim okvirom, te za kulturne operatere grada europska dimenzija ima za posljedicu uspostavljanje novih međunarodnih partnerstava. Europska dimenzija osigurava da projekt EPK bude međunarodni, a ne isključivo nacionalni događaj (Ministarstvo kulture, 2014).

Kada je u pitanju europska dimenzija kao jedan od kriterija dodjele titule EPK, sljedeći se čimbenici uzimaju u obzir (Ministarstvo kulture, 2014):

- opseg i kvaliteta aktivnosti kojima se promiče kulturna raznolikost Europe, međukulturni dijalog i veće međusobno razumijevanje europskih građana;
- opseg i kvaliteta aktivnosti kojima se naglašavaju zajednički aspekti europskih kultura, baštine i povijesti, kao i europske integracije te aktualne europske teme;
- opseg i kvaliteta aktivnosti u kojima sudjeluju europski umjetnici, suradnja s akterima ili gradovima u raznim zemljama, uključujući, prema potrebi, i druge gradove nositelje naslova te transnacionalna partnerstva;
- strategija privlačenja interesa šire europske i međunarodne javnosti.

Općenito, EU potiče razmjenu informacija radi lakšeg organiziranja cjelokupnog projekta novim gradovima nosiocima s onima koji već imaju iskustva. Već je spomenuto kako postoji organizacija Mreža Europskih glavnih gradova i mjeseci kulture (*eng. ECCM - Network of European Cultural Capitals and Months*), organizacija koja djeluje u sklopu Ministarstva kulture u Luksemburgu i kojoj je cilj razmjena i diseminacija informacija u svrhu lakšeg organiziranja cjelokupnog projekta.

Zahvaljujući europskoj dimenziji, gradovi zajednički rade na projektima što rezultira brojim interesantnim suradnjama te obogaćivanjem ponuda kao npr.: suradnja Genovskog (2004.) Kazalište Europe koje je ugostio umjetnike iz raznih država, a koji su izvodili djela na svojim domicilnim jezicima. Porto i Rotterdam, dva grada koja su ponijela titulu 2001. su zajednički odradili *Squatters Project* u sklopu kojega su međunarodni umjetnici istraživali urbana područja dvaju gradova i uspoređivali ih. Luxembourg, kada je ponio titulu po drugi put, 2007. godine je tada u projekt uključio cijelu zemlju i susjedne regije Belgije, Francuske i Njemačke. U Corku 2005. surađivalo je 13 međunarodnih prevoditelja s 13 pjesnika grada Corka. Pjesnici Corka su putovali Europom i u suradnji s prevoditeljima prevodili djela na jezike država koje su posjećivali. Nadalje, uspostavljanje suradnje među litvanskim i preko 800 umjetnika iz cijelog svijeta u Vilniusu 2009. (Europska komisija, 2011). U Marseilleu 2013. je uspostavljena suradnja s brojnim mediteranskim zemljama (i onima izvan EU) u svrhu organizacije popratnih događanja oko programa *Partage du Midi* (ECORYS, 2014). Umea je ostvarila različite suradnje u sklopu europske dimenzije s više država, ali između ostalog i Hrvatskom, preciznije zagrebačkim Pogon centrom za nezavisnu kulturu i mlade (ECORYS, 2015).

Ostvarene su brojne suradnje i unutar jedne države. Tako je u Lisabonu 1994. uspostavljena suradnja kulturnih operatora (npr. ciklusi Velikog orkestra ili zajedničko otvaranje svih

umjetničkih galerija u jednom trenutku). U Stockholmu 1998. organizacija eventa je surađivala usko s gradskom upravom kako bi maksimizirali administrativno djelovanje (Europska komisija, 2011). Interesantni oblici suradnje su ostvareni između turističkog i kulturnog sektora u Weimaru i Reykjaviku. Vlasnici hotela u Weimaru su kreirali marketinšku tvrtku *Weimar Kulturstad* koja se bavila brendiranjem grada kao kulturne destinacije, a npr. u Reykjaviku su zahvaljujući EPK inicirani razgovori između dva sektora kako bi se oformila nova organizacija koja se bavi marketingom grada, turizmom te organizacijom evenata (Palmer/Rae Associates, 2014). U Brugesu 2002. je uspostavljena suradnja tri različita kazališta na projektu Zimskog plesnog festivala (Europska komisija, 2011). Rezultat programa EPK za Liverpool jest između ostalog i osnivanje *Liverpool Arts Regeneration Consortium-a,* udruženja liverpoolskog kulturnog sektora i nekomercijalnih mladih glumaca u suradnji s još dvije veće organizacije: *Local Strategic Partnership* i *Mersey Partnership.* Aktivnosti organiziranja zajedničkih ljetnih aktivnosti po uzoru kako je to bilo zahvaljujući EPK se nadalje planiraju provoditi u Turku-u zahvaljujući organizaciji *Aura River Network.* U Umei je došlo do brojnih suradnji u regiji Norrland kako bi se prikazao program izrađen oko kalendara naroda Sami (ECORYS, 2015).

Prethodno su navedeni samo neki od primjera brojnih suradnji koji su nastale potaknute projektom EPK, a koje se broje u tisućama od početka samog projekta. Generalno govoreći, pregledom raznih *post* analizama, organizatori vrlo često ističu kako su zahvaljujući projektu EPK ostvarene brojne suradnje na međunarodnom, nacionalnom i lokalnom nivou do kojih bez projekta EPK ne bi došlo i upravo te suradnje i razna umrežavanja smatraju jednim od najkorisnijih efekata ovog programa.

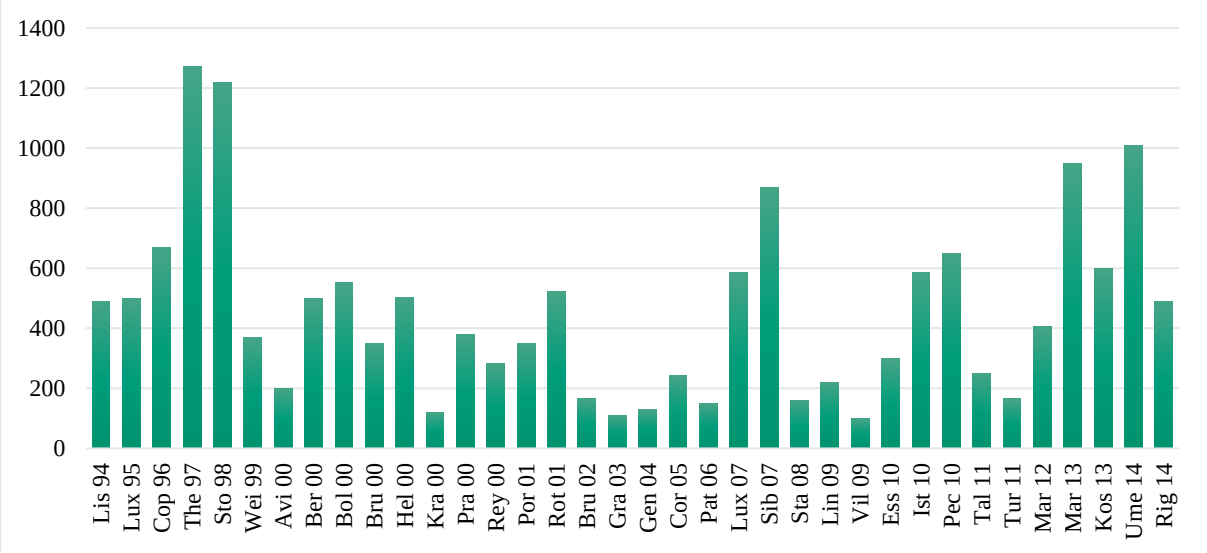
Temeljem analize ostvarenih suradnji zbog projekta EPK koje su ostvarile u svim dosadašnjim gradovima nosiocima (te su i nužan preduvjet ostvarivanja kvalitetnog programa), sve većim poticanjem EU za ulaganje u buduće suradnje iz zaključuje se da EPK ne samo da omogućuje, nego i potiče međusobnu suradnju uključenih aktera u projekt. A zahvaljujući ostvarenim suradnjama kreiraju se novi sadržaji koji nadopunjuju, tj. obogaćuju turističku ponudu. Slijedom toga, **o drugom istraživačkom pitanju kojim se analizira je li titula prijestolnica kulture omogućila međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje (obogaćivanje) turističkih ponuda se donosi potvrdan zaključak.**

4.3. Učinci na kreiranje kulturnih programa

Primarni *output* koji se promatra po završetku svake organizacije EPK jest kulturni program grada nosioca titule EPK. Ova prestižna titula za svaki grad znači znatno veću implementaciju kulturnih sadržaja (putem kulturnog programa) nego li bi to bilo u slučaju odsutnosti titule (ECORYS, 2009). Stoga će se u ovom poglavlju odgovoriti na treće istraživačko pitanje:

P3: U kolikoj je mjeri titula Europska prijestolnica kulture, gradovima nositeljima titule, povećala kulturni značaj te utjecala na razvoj kulturnih manifestacija?

Realizacija kulturnog programa nekog grada nosioca EPK se odnosi na provođenje raznih projekata i organizaciju brojnih događanja (manifestacija). Ipak, postoji problem s usporedivosti metodologije između gradova zato što je nejasno kako određeni gradovi klasificiraju projekt: kao potprogram, kao manifestaciju ili kao seriju događanja i aktivnosti (Garcia i Cox, 2013).[8] Palmer/Rae Associates (2004) navode kako su kriteriji za odabir projekata prvenstveno kvaliteta i trošak projekta, relevantnost projekta s obzirom na cilj programa, iskustvo provoditelja te dugoročna održivost, dok je tek za četvrtinu gradova jedan od presudnih faktora bila i europska dimenzija. Slika 16 prikazuje broj projekata gradova domaćina EPK u kronologijskom redoslijedu od 1994. pa nadalje (jer se do tada evidentirao samo broj manifestacija).

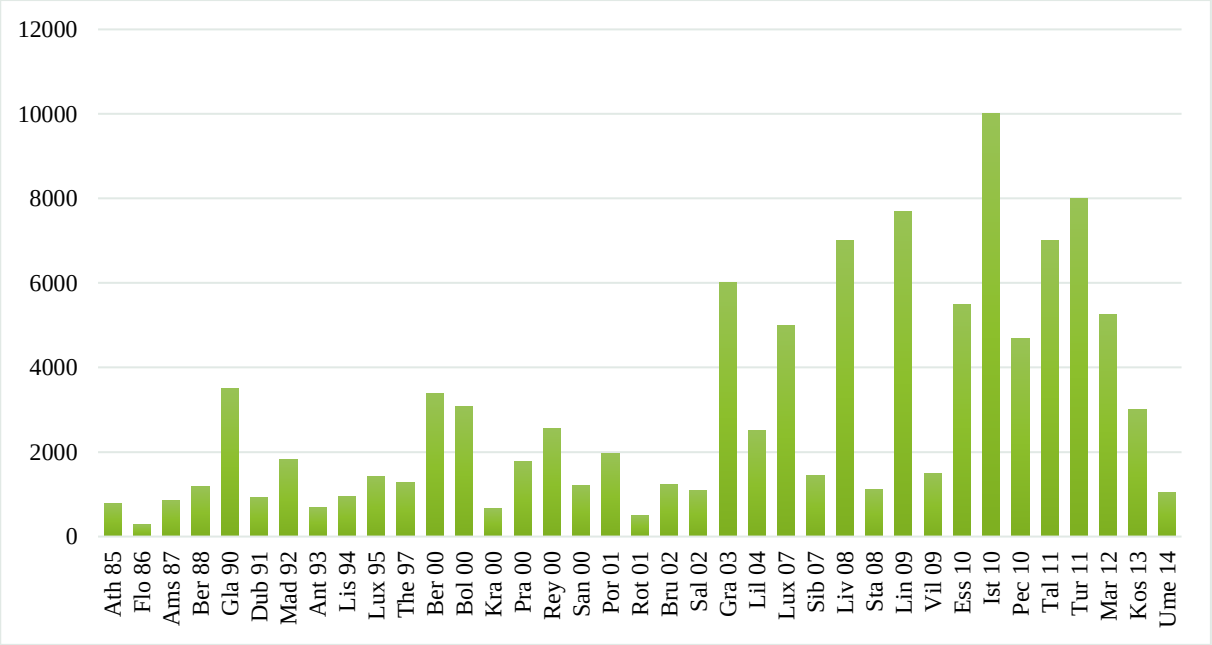


Slika 16: Broj projekata u EPK, 1994. – 2012.
Izvor: Garcia i Cox (2013), ECORYS (2014, 2015)

[8] Palmer/Rae Associates (2004) upozoravaju da EPK izvješća ostavljaju prostor za nedorečenost da gradovi projekte mogu evidentirati kao zasebne programe ili događanja. Tako npr. Graz evidentira oko 6000 manifestacija sprovedenih u 108 projekata dok Lille navodi oko 2000 manifestacija kao 2000 projekata.

Iz Slike 16 se može uočiti da najviše projekata, preko 1000, imaju gradovi Solun 1997. i Stockholm 1998. koji se svrstavaju u gradove srednje veličine. Treći u apsolutnom iznosu je grad male veličine, Sibiu 2007. koji ima preko 800 projekata. Većina gradova ima oko 500 projekata, uključujući i one najveće gradove tako da se ne može dovoditi u vezu veličinu grada i broj projekata. U relativnim terminima, na 100.000 stanovnika, prosjek je 187 projekata. U ovoj kategoriji, najmanje imaju Istanbul 2010. i Essen 2010., a najviše Pečuh 2010., Maribor 2012. te Weimar 1999., Luxembourg 1995. te Sibiu 2007. Svi navedeni gradovi imaju preko 500 projekata na 100.000 stanovnika (Garcia i Cox, 2013).

Uz broj projekata, kao indikator veličine EPK programa nekog grada koristi se i broj manifestacija. Broj manifestacija u kronologijskom redoslijedu za gradove domaćine EPK prikazan je na sljedećoj slici.



Slika 17: Broj manifestacija u gradovima EPK, 1985.-2012.
Izvor: Garcia i Cox (2013), ECORYS (2014, 2015)

Iz Slike 17 jasno se može uočiti trend rasta broja manifestacija kako je odmicalo vrijeme održavanja EPK. Najviše manifestacija bilo je u Istanbulu, oko 10.000, potom slijedi Turku s oko 8,000 te nešto manje od toga bilo je u Linzu 2009. Turku i Linz su svrstavani u kategoriju malih gradova, a Istanbul velikih. Budući da su oni na vrhu po broju manifestacija može se zaključiti da veći broj manifestacija ne zavisi o veličini grada. Najmanje (ispod 300) je bilo u Firenci još u začetnim godinama programa EPK, a iako situacija nije bila naročita bolja (preko 500) ni u Krakowu 2000. te Rotterdamu 2001. U početnim godinama bila je rijetkost

da broj manifestacija prijeđe 1.000, no u tom razdoblju svakako je iznimka Glasgow koji je skoro došao od brojke od 4.000 događanja. Kada se gledaju relativni podatci (broj manifestacija na 100.000) prosjek za sve gradove je 1.140 manifestacija na 100.000 stanovnika. Gradovi u prvim godinama EPK programa u prosjeku su imali manje od 80 događanja na 100,000 s iznimkom Glasgowa. Općenito, gradovi s većom populacijom poput Istanbula i Essena imaju slabiji relativni pokazatelj, dok su gradovi s najboljim prosjekom na 100.000 se pojavili u razdoblju 2009.-2012. Osim trenda povećanja broja manifestacija tijekom vremena, postoji još i povezanost između veličine operativnog budžeta i broja manifestacija. Naime, Pearsonov koeficijent korelacije iznosi 0,67 što potvrđuje vezu između ove dvije pojave (Garcia i Cox, 2013).

Projekti i manifestacije svih gradova EPK broje se u desetcima tisuća te je stoga iznimno teško izdvojiti neke posebne projekte i manifestacije. Ipak, između ostalih ističu se poziv američkim i ruskim mladim umjetnicima za nastupanje u Antwerpenu 1993., brojne izložbe suvremene umjetnosti u Lisabonu 1994., izložba dragog kamenja s Mount Athosa u Solunu 1997., potom *Walk on Strindberg* – kilometar dugačka linija Strinbergovih citata u Stockholmu 1998., *Goethe Garden House* u Weimaru 1999., *Trans Danse Europe* 2000 (upoznavanje i plesanje s plesačima iz cijelog svijeta) u Bruxellesu 2000., *Latin Jazz Festival* u Santiago de Composteli 2000., *Cork 2005 Translation Series* (13 prevoditelja, 13 država i 13 pjesnika iz Corcka je sudjelovalo u projektu prevođenja djela nove Europe koja su kasnije bila čitana tijekom cijele godine) u Corcku 2005., *Public Space Program* u Sibiu 2007., *MTV Awards* u Liverpoolu 2008., *Street Music Day* u Vilniusu 2009., kulturni kotao (*Kultuurikatel*) u Tallinnu 2011. te brojni drugi (Europska komisija, 2009).

Ipak, ono što je bitno uočiti kod događanja u EPK jest da su glavna (tzv na *eng. flagship*) događanja nerijetko ključan element marketinga EPK-a i grada prema turistima. Tako su npr. u Liverpoolu 2008. događanja koja su se odvijala pod oznakom „Liverpool 08“ (službeni branding liverpoolskog EPK programa) su bili iznimno bitan faktor u privlačenju posjetitelja, pa čak i onih koji su nisu pristupali događanjima. Vrlo važna događanja mogu privući i brojne turista. Tako je npr. u Solunu 1997. dva značajna događanja (koncert U2 banda i izložba artefakata s *Mount Athosa*) privukli oko 10% ukupnih posjetitelja solunskog EPK programa izvan Grčke (Deffner & Labrianidis, 2005). S druge strane, npr. u Luxembourgu 2007. je uočen problem limitiranog broja glavnih događanja i relativno slabih umjetničkih tema što je ograničilo mogućnosti promocije EPK-a prema međunarodnim turistima (ECORYS, 2009).

Desetci tisuća projekata i manifestacija odabranih po najstrožim europskim kriterijima izvedeni su u gradovima EPK **te tako je tako projekt EPK pozitivno i snažno potaknuo razvoj kulturnih manifestacija i na taj način utjecao na povećanje kulturnog značaja u gradovima nositeljima titule.**

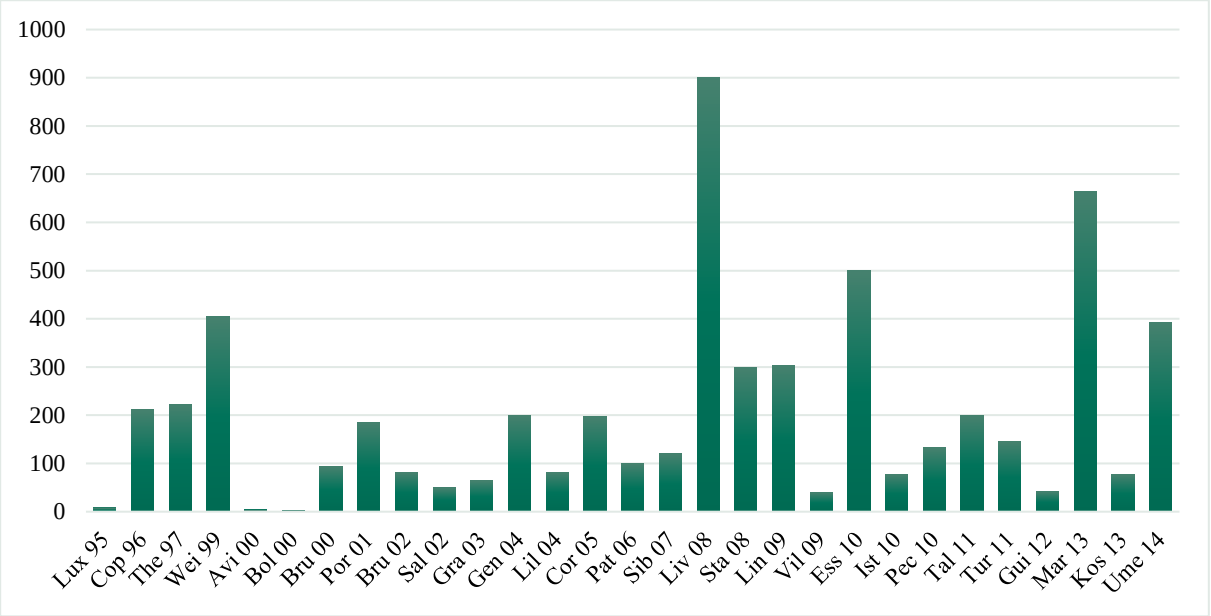
4.4. Učinci na gradnju infrastrukture i kulturnih objekata

Ovaj dio rada donosi analizu infrastrukturnih ulaganja potaknutih programom EPK te na temelju zaključaka će se odgovoriti na četvrto istraživačko pitanje:

P4: U kolikoj je mjeri titula prijestolnica kulture potaknula ulaganja u infrastrukturu i kvalitetnije upravljanje objektima od kulturnog značaja te izgradnje novih objekata?

Ulaganja u infrastrukturu koja rezultiraju prostornim razvojem grada jedan je od „najmjerljivijih" učinaka projekta EPK (Garcia i Cox, 2013). Tijekom 1990-ih, paralelno s pojavom strategija gradova za regeneraciju koje su se temeljile na kulturi (a predstavljale odmak od dotadašnjih urbanih politika), postaje vrlo uobičajeno za gradove da vezuju nošenje titule EPK s raznim kulturnim, ali i ne samo kulturnim, nego i znatno širim infrastrukturnim projektima. Lisabon 1994. se najčešće uzima kao primjer prve EPK koja je imala integrirane urbane intervencije – koje su bile postavljene tako da se realiziraju poboljšanja i proširenja na kulturnoj infrastrukturi, a sve u svrhu kako bi se što je moguće više, poboljšala vidljivost kulturnog sektora te njegovo korištenje te kako bi se dodatno zainteresirala javnost (Roseta, 1998, u Garcia i Cox, 2013).

Slika 18 prikazuje iznose (u milijunima eura) ulaganja u infrastrukturu za EPK. Može se uočiti da je daleko najveći iznos uložio Liverpool (oko 900 milijuna eura), a potom slijedi Essen s 500 milijuna eura. Najmanje, gotovo beznačajne iznose su ulagali Luksemburg 1995., Avignon 2000. i Bologna 2000. Generalno, uočava se rast trenda ulaganja u infrastrukturu od početka novog tisućljeća, a poglavito rastu ulaganja od sredine prošlog desetljeća. Također, rastu ulaganja *per capita*, još od sredine 90-ih godina prošlog stoljeća, prvenstveno zbog dodavanja ovih ciljeva programu EPK.



Slika 18: Infrastrukturna ulaganja (u mil. EUR) za EPK, 1995.-2014.
Izvor: Garcia i Cox (2013), ECORYS (2014, 2015)

Analizirajući učinke EPK na gradove na temelju raspoloživih informacija, Garcia i Cox (2013) dolaze do zaključaka o vezi između EPK i ulaganju u infrastrukturu: oko pola gradova započelo je određene prostorne razvojne planove i prije, ali su rokovi završetka prilagođeni do početka EPK (1); oko trećine gradove vezivalo je određene specifične projekte (najčešće velike i značajne infrastrukturne projekte) javno uz EPK (na način da se sredstva osiguravaju iz budžeta EPK ili da su investicije za ulaganje privučene zbog povezanosti s EPK) (2); petina gradova realizirala je velike i značajne infrastrukturne projekte u sklopu EPK (3).

Generalno, mogu se uočiti dvije su varijacije koje se najčešće ogledaju u povezivanju infrastrukturnih projekata i programa EPK:

- za dio gradova (kao npr. Liverpool) infrastrukturni projekti su smatrani kao središnji dio EPK (bez obzira jesu ili bili planirali i/ili financirani kao dio programa) (Garcia et al., 2010);
- u drugim gradovima infrastrukturni projekti nisu vezivani uz EPK (Quinn i O'Halloran, 2006).

Na temelju analize, Garcia i Cox (2013) uviđaju da su gradovi kojima je prostorni razvoj bio jedan od ključnih ciljeva tijekom EPK programa većinom gradovi s bogatom tradicijom i povijesti poput Soluna 1997., Porta 2001., Genova 2004., Istanbul 2010., Pécs 2010. S druge strane, gradovi koji zbog EPK nisu poduzimali značajne infrastrukturne zahtjeve su većinom nordijski gradovi kao Bergen 2000., Helsinki 2000., Reykjavík 2000.,Stavanger 2008., ali i

Santiago de Compostela 2000. i Rotterdam 2001. Također, veličina grada nije presudan faktor u određivanju važnosti ulaganja u infrastrukturu zbog EPK. Tako Hoyng (2012) navodi primjer Istanbula, grada s oko 14 milijuna stanovnika, u koji su bila uložena značajna sredstva u urbanu regeneraciju i restauraciju projekta zbog EPK, a kako bi se i kasnije osigurala pozicija Istanbula na UNESCO-ovom Popisu svjetske kulturne baštine. S druge strane, Pečuh s oko 150.000 stanovnika te gotovo sto puta manji nego Istanbul, a titulu je također ponio 2010. godine. Ovo je primjer grada koji se značajno fokusirao na infrastrukturne projekte, ali vrlo promišljeno na način da je kroz razne EPK aktivnosti privučena „različita publika" u novonastale građevine, a uz pametno osmišljenu marketinšku strategiju, novonastale građevine su pomogle u izgrađivanju novog imidža grada (ECORYS, 2011).

Kao jedan od najvećih problema koji dolazi s novim građevinama ističe se njihova daljnja upotreba. Danski grad Kopenhagen je primjer pozitivnog upravljanja novosagrađenim objektima. Davies (2012) navodi kako se i 16 godina nakon što je ponio titulu EPK 1996., u Kopenhagenu i dalje koristi 18 objekata koji su bili započeti i/ili su bili financirani iz sredstava namijenjenih EPK, a u današnje vrijeme i dalje imaju posjećenost na visokoj razini. Suprotno, negativan je primjer grčkog Soluna u kojem se razvio niz gradskih prostora u svrhu EPK, no nedugo nakon pojavili su se problemi s korištenjem zbog nedostatka sredstava za održavanje te zbog toga što su kapaciteti preveliki za lokalnu publiku (Palmer/Rae Associates, 2004).

Kada je riječ o najčešćim vrstama izvedenih prostornih zahvata, čak u 90% slučajeva izvode se renovacije na već postojećoj imovini. Najčešće se radi na restauraciji i obnavljanju već dosadašnje kulturne baštine te prenamjeni postojećih građevina (npr. industrijskih zgrada) za kulturne potrebe. Oko 80% gradova poduzelo je renovacije prostora koji nisu izričito namijenjeni za kulturne upotrebe (najčešće unaprjeđenje javnih površina poput parkova, ulica, popravljanja rasvjete i sl.). Nadalje, oko 65% gradova izvještava o izradi potpuno novih građevina za kulturne namjene kao i popришta za izražavanje više oblika umjetnosti (*tzv. multi-artform spaces*). Nešto manje od polovice gradova (oko 40%) ulagalo je u potpuno novu infrastrukturu koja nije vezana za kulturu i u tim slučajevima se radi o ulaganju turističku i transportnu infrastrukturu. Gradovi koji su se poglavito istakli u ovom polju su Sibiu 2007., Pečuh 2010., Essen 2010. (Garcia i Cox, 2013).

Neki od istaknutih primjera infrastrukturnih projekata u svezi s EPK su: *Grande Rotonde* u Luxembourgu 2007., *Maison Folies* u Lilleu 2004. i nova *Arena* u Liverpoolu. Zanimljivi su i neki novi koncepti poput „kulturnog kilometra" na rivi grada Tallinna 2011., „turbina zgrada"

u Kopenhagenu 1996., Logmo – središte svih događanja raznih kreativnih industrija (Turku 2011.) te npr. prenamjena Zsolnay tvornice u Zsolnay kulturno naselje u Pečuhu 2010. (Garcia i Cox, 2013.)

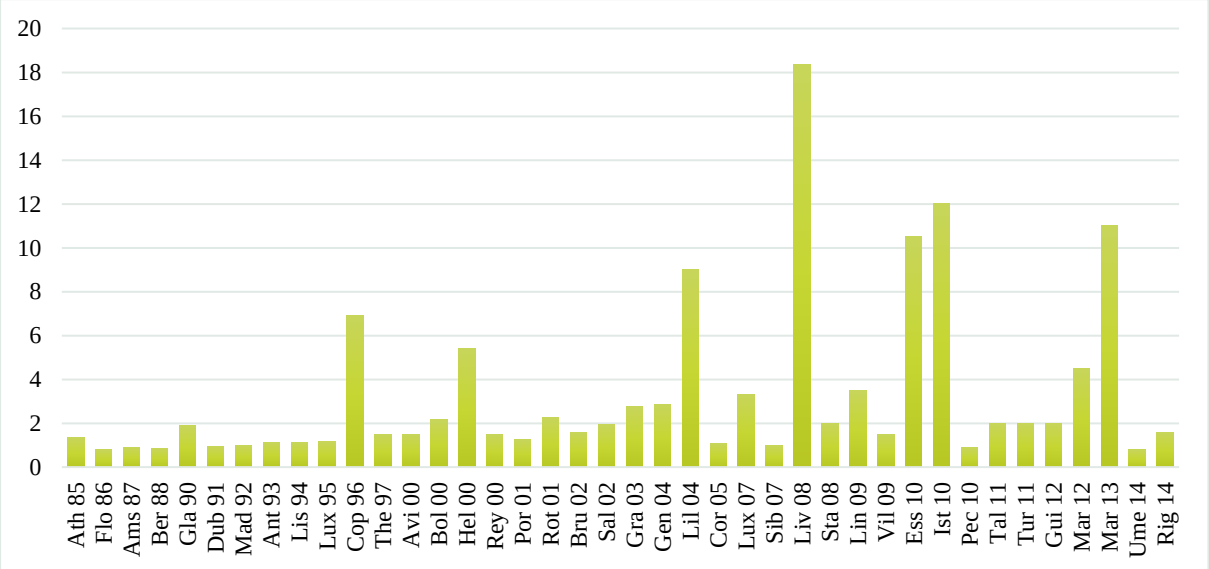
Na temelju iznesenih kvantitativnih podataka, prvenstveno milijunskih uloženih sredstava u kulturnu infrastrukturu zbog EPK, a potom i elaborirajući kvalitativnu važnost za najveći broj **gradova može se zaključiti da EPK značajno potiče ulaganja u infrastrukturu i kvalitetnije upravljanje objektima od kulturnog značaja te izgradnje novih objekata.**

4.5. Rezultati inicijative mjereni rastom turističkog prometa i prihoda u gradovima nositeljima

U ovome poglavlju analizirat će se turistički promet u gradovima nositeljima EPK i na temelju podataka dat će se odgovor na posljednje, peto istraživačko pitanje:

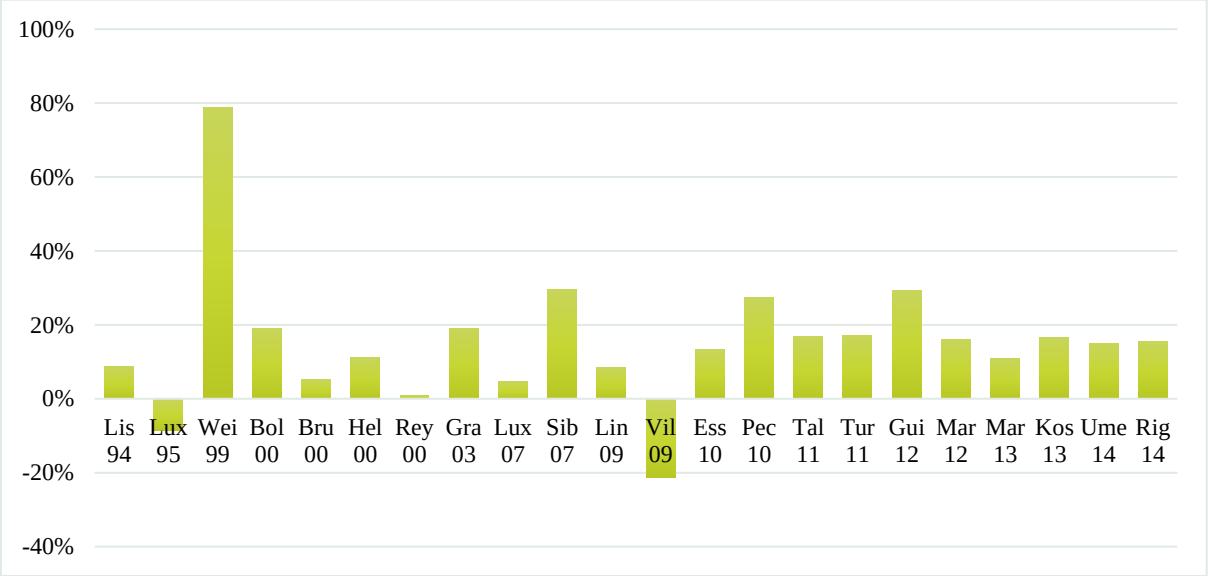
P5: Kakve i kolike ekonomske efekte titula Europska prijestolnica kulture ima na turistički sektor gradova nositelja titule, kroz prihode od turizma i broj turista?

Titula EPK je u mnogim gradovima domaćinima privukla brojne posjetitelje. Na Slici 19 se može vidjeti koliko je posjetitelja sudjelovalo na projektima vezanim uz EPK u gradovima domaćinima.



Slika 19: Kretanje broja posjetitelja (u milijunima) na EPK događanjima, 1985.-2014.
Izvor: Garcia i Cox (2013b)

Dakle uočava se da se broj posjetitelja na EPK događanjima mjeri u milijunima. Daleko najviše dolazaka na EPK projekte i događanja zabilježeno je u Liverpoolu 2008. godine – 18 milijuna, u Istanbulu 2010. na EPK događanjima bilo je 12 milijuna ljudi dok je projekte u Essenu 2010. pohodilo preko 10 milijuna ljudi. Tijekom 80-ih 90-ih godina trajanja programa EPK, broj posjetitelja na EPK događanjima nije prelazio dva milijuna (uz iznimku Kopenhagena 1996.). Ni u novom tisućljeću nije rijetkost da se brojka posjetitelja kreće upravo oko 2 milijuna. Milijunski dolasci na EPK događanja, sasvim logično, rezultiraju rastom broja turista u godini u kojoj grad nosi titulu EPK te je kratkoročni efekt rasta broja turističkih dolazaka u godini održavanja EPK lako uočljiv kao što se vidi i na Slici 20.



Slika 20: Stopa rasta turističkih dolazaka u godini održavanja EPK, 1994.-2014.
Izvor: Garcia i Cox (2013b), ECORYS (2011b, 2012, 2013, 2014, 2015), Latvia Travel (2015), TourMIS (2016)

Weimar je 1999. ostvario nevjerojatan rast od čak 78.9% više turista u godini održavanja EPK u odnosu na prethodnu godinu. Značajne stope rasta (oko 30%) ostvarili su Sibiu i Guimarães, a većina gradova imala je stope rasta tek nešto manje od 20%, a poglavito u novije vrijeme. Za navedene gradove za koje su dostupni podatci, prosječna stopa rasta turističkih dolazaka iznosi čak 15.21%. Reykjavík 2000. je ostvario najmanju pozitivnu stopu rasta od 1%, a iduća najmanja je Luxembourg 2007. i iznosi 4.8%. Jedini negativni su Luxembourg 1995. i Vilnius 2009. u koji je u godini održavanja EPK došlo čak preko 20% turista manje nego prethodnu godinu. Nakon svojevrsnog „booma“ u godini u kojoj grad nosi titulu EPK, u godini nakon za većinu gradova dolazi do smanjenja broja dolazaka i noćenja, no oni nisu toliko izraženi u odnosu na rast u godini održavanja (Palmer/Rae Associates, 2004, Garcia i Cox, 2013).

Kao i kod broja dolazaka, slični trendovi se mogu uočiti i kod broja noćenja. U pravilu, najviše noćenja bude u godini održavanja EPK, a nakon toga slijedi pad, iako ne toliko koliki je bio rast u prethodnoj godini. Također, za većinu gradova može se uočiti trend rasta noćenja u godinama nakon EPK, bez obzira dosegne li se razina iz godine EPK. Tablica 6 (s obzirom na dostupne podatke) daje prikaz postotka noćenja turista u godinama prije i nakon održavanja EPK u odnosu na godinu i kojoj su gradovi nosili titulu EPK.

Tablica 6: Prikaz i noćenja turista prije i nakon održavanja EPK u gradovima nosiocima titule EPK u odnosu na godinu održavanja EPK

Grad	Godina	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Atena	1985						100.0	62.9	67.6	68.1	70.6	72.6
Amsterdam	1987						100.0	105.2	112.3	126.2	118.3	129.1
Berlin	1988			74.8	84.6	97.0	100.0	110.0	121.1	128.2	128.1	121.9
Pariz	1989		74.9	66.8	70.0	81.2	100.0	104.9	95.1	104.2	89.0	90.8
Glasgow	1990		59.5	62.2	71.6	71.6	100.0	71.6	82.4	78.4	81.1	93.2
Madrid	1992	105.8	110.5	119.5	122.9	113.1	100.0	93.1	104.4	108.5	114.8	121.3
Lisabon	1994					89.8	100.0	98.0	99.3	105.3	134.2	126.2
Luxembourg	1995	101.2	116.2	118.0	117.0	105.1	100.0	95.7	98.7	106.8	112.5	120.7
Kopenhagen	1996	80.1	84.1	84.8	89.1	89.4	100.0	98.8	99.6	103.4	112.9	114.9
Stockholm	1998	74.0	80.4	86.6	89.8	91.4	100.0	99.8	103.2	104.2	104.0	107.5
Weimar	1999	54.7	65.8	65.2	63.4	64.0	100.0	78.1		69.3	78.3	83.5
Bologna	2000			88.4	89.9	89.2	100.0	110.2	106.5	105.8	103.2	106.9
Bruxelles	2000	73.4	84.6	90.9	90.8	94.9	100.0	98.3	104.2	106.6	104.9	103.4
Helsinki	2000	74.1	79.3	86.2	87.8	93.0	100.0	98.2	96.7	97.2	96.7	98.9
Reykjavík	2000			71.8	90.2	97.1	100.0	98.3	102.1	109.7	118.3	126.3
Prag	2000					106.7	100.0	105.6	88.4	109.2	138.2	145.2
Porto	2001		92.9		100.0	93.7	100.0	101.5	104.0	111.0	116.1	
Rotterdam	2001				89.4	174.6	100.0	99.3	81.6	88.0		
Bruges	2002						100.0	90.8	88.0	87.2	92.5	95.8
Graz	2003	67.5	70.9	74.6	74.5	82.1	100.0	86.3	87.6	88.7	93.7	95.7
Genoa	2004	80.5	81.0	87.2	90.2	90.5	100.0	91.9	101.3	100.0	107.1	106.6
Luxembourg	2007	93.4	79.7	87.4	90.1	93.7	100.0	96.2	90.5	87.6	94.4	101.0
Sibiu	2007			69.5		82.0	100.0	86.7	72.0	64.1		
Linz	2009	87.7	93.0	92.8	91.5	91.3	100.0	93.8	100.5	107.4	105.0	105.0
Vilnius	2009					115.6	100.0	108.5	128.6	145.6	160.7	171.4
Istanbul	2010	91.7	88.5	99.3	91.5	90.4	100.0	119.9	138.5	140.2	157.8	147.6
Tallinn	2011	75.7	75.3	75.1	69.1	82.1	100.0	98.8	100.4	102.3	99.9	
Turku	2011	95.6	98.6	98.5	95.4	94.7	100.0	94.7	91.4	92.5	90.9	
Maribor	2012	81.5	84.3	74.9	79.8	83.4	100.0	91.0	96.6	114.4		

Izvor: Garcia i Cox (2013b), TourMIS (2016)

Može se uočiti da je u velikom broju slučajeva broj noćenja bio na znatno većem nivou nego li u godinama prije (npr. Glasgow, Weimar, Graz, Tallinn). Ipak, u godini nakon EPK dolazi do pada noćenja, ali većina gradova nakon toga uspostavlja stabilan rast te dobar dio gradova

doseže rekordne brojke, čak i veće u odnosu na godinu domaćinstva EPK (npr. Istanbul, Vilnius, Stockholm, Porto, Prag, Genova). Svi nedavni nosioci titule EPK su također ostvarili porast u broju noćenja u godini u kojoj su ugostili EPK (ECORYS, 2014, 2015, Travel Latvia, 2015) i to kako slijedi: u Marseilleu 2013. za 9%, u Košicama 2013. za 10%, u Umei 2014. za 24% te u Rigi 2014. za 10%.

Porast broja turističkih dolazaka i noćenja rezultira odražava se i na turističku potrošnju, no detaljniji i precizniji podatci o ovome indikatoru nisu. Ipak, zabilježeno je nekoliko slučajeva iz kojih se da zaključiti da rast dolazaka i noćenja, logičkim slijedom, itekako pozitivno utječe na turističku potrošnju. Prema Palmer/Rae Associates (2004) procijenjena dodatna potrošnja turista nastala radi EPK u Portu 2001. iznosila je oko 69 milijuna eura, u Rotterdamu 2001. oko 73 milijuna eura, u Salamanci 2002. oko 180 milijuna eura, a u Grazu 2003. je bila oko 116 milijuna eura. Garcia i Cox (2013) navode da je prema procjenama u Brugesu 2002. generirano oko dodatnih 42 milijuna eura potrošnje od turista što je predstavljalo rast od 25% u odnosu na godinu ranije. Nadalje, u Liverpoolu je generirano oko čak 753.8 milijuna funti potrošnje turista koja je nastala uslijed EPK. Noviji gradovi nosioci titule EPK također bilježe generiranje dodatnih prihoda pa je tako u Essenu 2010. ostvareno čak novih 90 milijuna eura (ECORYS, 2011). U Tallinnu 2011. je zabilježen rast turističke potrošnje od 22% (ECORYS, 2012) dok su ukupni prihodi od turizma u Guimaraesu 2012. porasli za 26%, a u Mariboru je novonastala potrošnja zbog EPK-a iznosila 40 milijuna eura (ECORYS, 2013). U Marseilleu 2013. prihodi od turističke takse su porasli 25.8% dok je u Košicama 2013. potrošnja na smještaj porasla za 37.8% (sa 7.3 milijuna eura na 10.1 milijuna eura) (ECORYS, 2014).

Na temelju iznesenih podataka o rastu turističkih dolazaka, noćenja i potrošnje potaknute titulom EPK **donosi se zaključakvezan uz peto istraživačko pitanja da titula Europska prijestolnica kulture ima pozitivne i značajne učinke na turistički sektor gradova nositelja titule.**

4.6. Osvrt na istraživačka pitanja

Nakon analize pet pomoćnih istraživačkih pitanja moguće je donijeti zaključak na glavno istraživačko pitanje: **u kojoj je mjeri titula Europska prijestolnica kulture, gradovima nositeljima titule donijela koristi u turističkom smislu?**

Budući da je temeljitom analizom na svako od 5 istraživačkih pitanja ponuđen potvrdan odgovor, tj. da je:

- titula prijestolnica kulture utjecala pozitivno na image i promociju gradova kao turističkih destinacija;
- titula prijestolnica kulture omogućila međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje (obogaćivanje) turističkih ponuda;
- titula prijestolnica kulture pozitivno i snažno potaknula razvoj kulturnih manifestacija i na taj način utjecala na povećanje kulturnog značaja u gradovima nositeljima titule;
- titula prijestolnica kulture značajno potaknula ulaganja u infrastrukturu i kvalitetnije upravljanje objektima od kulturnog značaja te izgradnju novih objekata;
- titula prijestolnica kulture imala pozitivne i značajne učinke na turistički sektor gradova nositelja titule,

donosi se zaključak da je titula EPK putem brojnih pozitivnih učinaka donijela značajne koristi nositeljima titule EPK u turističkom smislu, čime je potvrđeno glavno istraživačko pitanje.

5. KULTURNI TURIZAM I HRVATSKI GRADOVI

5.1. Značenje kulture kao resursa turističke ponude u hrvatskim gradovima

Posljednjih godina kulturni turizam jedna je od ključnih odrednica razvoja hrvatskog turizma, kojemu se na najvišim državnim razinama posvećuje osobita pozornost. Međutim, da bi se pojmio značaj kulture kao resursa turističke ponude u hrvatskim gradovima nužno je konkretnije definirati što predstavlja pojam kultura. Kultura kao resurs u kulturnom turizmu obuhvaća kulturno nasljeđe koje se ostvaruje kroz materijalnu dimenziju, tada govorimo o objektima povijesnog i suvremenog društvenog značaja, arhitekturi i primijenjenom stilu građenja, muzejima, spomenicima, arheološkim nalazištima, etnološkim zbirkama, ali i rukotvorstvo domicilnog stanovništva koje osigurava stvaranje ponude suvenira. Potpunost sagledavanja pojma kultura ostvaruje se pridodavanjem (uključivanjem) nematerijalne dimenzije, koja obuhvaća stil i način života, tradiciju i običaje lokaliteta. Nematerijalnu komponentu kulturnog identiteta lokacije pojedinac spoznaje kroz religiju, glazbu, ples, gastronomiju, svečanosti i manifestacije. Kulturno nasljeđe daje određenu autentičnost destinaciji, čini je prepoznatljivom i drukčijom i na njemu se često temelji konkurentska prednost u odnosu prema drugim destinacijama. Takvi resursi prijeko su potreban dodatak osnovnim elementima ponude destinacije (Vrtiprah, 2006). Nadalje, ista autorica naglašava kako nije dovoljno imati bogato kulturno nasljeđe već njime treba znati upravljati. Samo oni kulturni resursi koji se stavljaju u funkciju turističke ponude mogu pružiti ekonomske efekte. Potonji zaključci autorice otkrivaju komponente uspješnog postavljanja kulturnih resursa u funkciju turističke ponude; imati i upravljati. Donošenje zaključka o značaju kulture kao resursa turističke ponude treba sagledavati kroz aspekt posjedovanja i upravljanja.

5.1.1. Kulturno povijesna baština u hrvatskim gradovima

Kulturno povijesna baština čini osnovu razvoja kulturnog turizma, gdje svojim brojem prednjače kulturno-spomeničke atrakcije koje pak dijelimo na *pokretne spomenike kulture i nepokretne spomenike kulture*. Najveći dio pokretnih spomenika kulture čuva se u muzejima i muzejskim zbirkama, galerijama, bibliotekama koje se nalaze u većim urbanim sredinama. Muzeji kao mjesta očuvanja i prezentacije kulture smatraju se temeljem uspostavljanja veze nekog društva, države ili nacije s vlastitom prošlošću i kulturom te povezivanja s drugim kulturama. Najveća koncentracija muzeja u Hrvatskoj nalazi se u Zagrebu, gdje postoje:

Arheološki, Etnografski, Tehnički i Prirodoslovni muzej, Muzej za umjetnost i obrt, Muzej suvremene umjetnosti, Muzej Mimara. Ostali muzejsko-galerijski gradovi u Hrvatskoj: Dubrovnik, Split, Zadar, Rijeka, Pula, Varaždin, Osijek i Vukovar. Galerije i izložbeni prostori kao mjesta zapaženih izložbi zauzimaju značajno mjesto u kulturnoj turističkoj ponudi. Predstavljaju mamac za turiste motivirane specifičnim motivima. Hrvatska metropola primjer je grada s bogatom ponudom galerija, najistaknutije od njih su: Dom Hrvatskog društva likovnih umjetnika, Galerija Klovićevi dvori, Moderna galerija, Umjetnički paviljon, Atelijer Meštrović (HTZ, 2011). Nepokretni spomenici kulture obuhvaćaju arheološka nalazišta, spomeničke cjeline, memorijalna područja i građevine. Među povijesnim lokalitetima ističu se dalmatinski gradovi Split, Zadar, Pula, Dubrovnik, Poreč, Nin, gdje se posebno ističu u kontekstu antičkih lokaliteta. Gradovi kontinentalnog dijela Hrvatske, a koji se ističu antičkim spomenicima, su Osijek, Vinkovci i Varaždinske toplice. Nadalje, gradovi koji prednjače u broju srednjovjekovnih lokaliteta su: Knin, Nin, Solin, Bijaći (Kaštela) i Dubrovnik.

Spomeničke cjeline obuhvaćaju očuvana cijela povijesna naselja ili jedan njihov dio. Spomeničku cjelinu čine svi objekti, ulice, trgovi te ostale spomeničke cjeline pri čemu svaki pojedinačni objekt ne mora nužno biti spomenik kulture. Gradovi čiju kulturnu ponudu obogaćuje spomenička cjelina su Split, Dubrovnik, Trogir, Korčula. U Splitu se posebno ističe Careva palača koja jedno je od najznačajnijih djela kasnoantičke arhitekture. Unutar rimskih zidina niz je originalnih arhitektonskih formi, nalaze se i romaničke crkve iz dvanaestog i trinaestog stoljeća, srednjovjekovne utvrde te gotičke, renesansne i barokne palače, tvoreći tako harmoničnu cjelinu.Dubrovnik kao kasnosrednjovjekovni grad na južnodalmatinskoj obiluje prekrasnim renesansnim i baroknim crkvama, samostanima i palačama. Trogir potječe iz helenističkog doba koji su uzastopni vladari nastavili ukrašavati s raznim izuzetnim javnim i stambenim zgradama i utvrdama. Najznačajnija građevina je trogirska katedrala s portalom zapadnih vrata, remek-djelom majstora Radovana najznačajnijim primjerom romaničko-gotičke umjetnosti u Hrvatskoj (HTZ, 2011).

Memorijalna područja i objekti u Hrvatskoj posljednjih pedesetak godina bili su vezani za drugi svjetski rat i radnički pokret, a u novije vrijeme za Domovinski rat. Najznačajnija memorijalna područja su: zagrebačko groblje Mirogoj i Gradsko groblje u Varaždinu. Pojedinačne sakralne građevine, što se odnosi na crkve, samostan, kapelice i raspela, uočljive su i prepoznatljive po cijeloj zemlji, jednako kao i pojedinačne dvorci, burgovi, kurije, palače,

vile, ljetnikovci i javne zgrade. Kazalište, kulturno umjetnička ustanova, namijenjena održavanju priredbi scenske umjetnosti, kao i kazališni repertoar čine turističku ponudu. Kazališta s opernim i baletnim ansamblima u pravilu su nacionalna kazališta i nalaze se u gradovima: Zagreb, Split, Rijeka, Osijek, Varaždin, Dubrovnik. Kazališni repertoar obogaćen je za nacionalna djela kao što su opera Eros s onoga svijeta, Nikola Šubić Zrinski, operete Mala Floramy i Grofica Marica. Kazališta osim repertoarom zanimanje turista privlače arhitektonskim rješenjima. Svetišta i prošteništa, mjesta su hodočašćenja velikog broja vjernika i predstavljaju značajan resurs za razvoj vjerskog turizma U Hrvatskoj se najveći broj hodočasnika okuplja u marijanskim svetištima, a ističu se: Svetište Majke Božje Bistričke, Marija Bistrica, Svetište Majke Božje Sinjske, Sinj, Svetište Majke Božje Trsatske, Trsat. Brojna svetišta i prošteništa zajedno sa samostanima predstavljaju značajnu resursnu osnovu za razvoj vjerskog turizma (HTZ, 2015).

5.1.2. Kulturne manifestacije u hrvatskim gradovima

Kulturne manifestacije predstavljaju nedjeljiv dio turističkog identiteta, kako gradova tako i manjih lokalnih sredina koji privlače turiste i izletnike. Najistaknutije kulturne manifestacije čiji se sadržaj dotiče kazališne i književne potkategorije su: Splitsko ljeto, Marulićevi dani, Dubrovačke ljetne igre, Riječke ljetne igre i Gavelline večeri u Zagrebu. Kulturna ponuda u hrvatskim gradovima posebno je bogata filmskim festivalima od kojih se ističu: Pulski filmski festival, Animafest u Zagrebu, Motovun film festival, Zagreb film festival, Festival dokumentarnog filma ZagrebDox, Libertas film festival u Dubrovniku, Festival mediteranskog filma Split. Glazbeni festivali sadržaj su kulturnih manifestacija u hrvatskim gradovima gdje je posebno vrijedno istaknuti Festival dalmatinskih klapa u Omišu koji prezentira autentičnost i tradiciju hrvatske vokalne glazbe[9]. Nadalje, glazbeni festivali kao što su; Festival kajkavskih popevki Krapina i Osorske glazbene večeri, stavljaju naglasak na hrvatsku glazbenu baštinu. Varaždinske barokne večeri njeguju baroknu glazbu, a osmišljeni ambijent u kojem se glazba izvodi, dvorci, palače, koncertne dvorane, kreiraju potpun kulturni proizvod (HTZ, 2015). U nastavku se iznose najznačajnije manifestacije u kreiranju kulturnog proizvoda Hrvatske. Sinjska alka[10] vjekovno tradicionalno viteško konjaničko natjecanje. Špancir festival, ulični festival koji se održava po varaždinskim ulicama i trgovima na kojima je moguće poslušati koncerte izvođača raznih glazbenih izričaja, pogledati predstave uličnih

[9] U prosincu 2012. god. UNESCO je uvrstio klapsko pjevanje na popis nematerijalne svjetske baštine u Europi.
[10] Sinjska alka je 15. studenoga 2010. upisana na UNESCO-v popis nematerijalne svjetske baštine u Europi.

umjetnika, akrobata, žonglera i dječje predstave. Maraton lađa, amatersko športsko natjecanje u utrci lađa, tradicijskih autohtonih plovila u dolini Neretve. Riječki karneval, spoj europskog građanskog karnevala temeljenog na povijesnim i kulturnim običajima i elementima folklora i mitologije. Natjecanje u maštovitosti, duhovitosti i originalnosti, rezultira paradom tisuća maski. Advent u Zagrebu, tradicionalna predblagdanska manifestacija, koja se održava na više lokacija u središtu Zagreba s bogatim kulturno-zabavnim programom (HTZ, 2011).

5.1.3. Kultura života i rada

Pojavni oblici kulture svakodnevnog življenja, odnosno kultura života i rada određenog područja ili zemlje mogu zaintrigirati pozornost kod stranih i kod domaćih turista. Narodna kulturna baština sačuvana usmenom predajom u mitovima, obredima, običajima, nošnjama, rukotvorinama, usmenoj književnosti, glazbi i likovnom izražavanju u okviru kojih pojedinac kao stvaratelj ostaje nepoznat predstavlja snažan i upečatljiv odraz identiteta kraja. Izuzetno bogata hrvatska folklorna baština obiluje nizom primjera koji su po estetici i jedinstvenosti prepoznatljivi u svjetskim razmjerima. Primjeri: dubrovački linđo, slavonski bećarac, slavonske ljelje ili korčulanska moreška. Kao neizbrisivi dijelovi identiteta krajeva u kojima su nastali svrstani su u zaštićenu svjetsku nematerijalnu baštinu. Njihovo izvođenje uvijek pobuđuje poseban interes i domaćih i stranih gostiju (Leksikografski zavod Miroslava Krleže, 2016).

Melodije narodnih pjesama predstavljaju snažnu komponentu identiteta. U hrvatskim okvirima u smislu turističke atrakcije dominira dalmatinski, međimurski i slavonski melos. Narodne nošnje osim vizualne atraktivnosti svjedoče kulturu života. Nošnja se razvijala pod utjecajem gradskih sredina. Neki njihovi dijelovi hrvatskih narodnih nošnji iskorišteni su u svrhe turističke promidžbe kao što je primjer šestinski šešir. Lepoglavska, paška i hvarska čipka, proizvodi od vune, lana i konoplje promovirani su i plasirani na tržište kao skupocjeni modni detalji koji se mogu koristiti u promidžbene svrhe i predstavljaju hrvatsku ponudu rukotvorina. Tradicijski obrti: lončarski, kovački, kolarski i medičarski proizvodi i proizvodi od drveta turistima se nude kao suveniri ili uporabni predmeti. Šaroliku paletu tradicionalnih obrta zanimljivih turistima nalazimo u gradovima, gdje se turistima nudi primamljiva ponuda zlatarskih, draguljarskih, urarskih, kitničarskih, klobučarskih remenarskih i kišobranarskih proizvoda. Glavno je obilježje hrvatske kuhinje njezina raznolikost, te nije moguće izdvojiti tipičnu kuhinju ili tipično jelo. Različiti prirodni i gospodarski uvjeti te raznovrsni kulturni

utjecaji uvjetovali su razvoj više regionalnih kuhinja. Izdvajaju se četiri veća područja, a svako od njih ima potpodručja sa svojim specifičnostima i specijalitetima. Mediteranski dio Hrvatske odlikuje prehrana koja je lagana, s mnogobrojnim jelima od ribe i drugih plodova mora. Jede se puno povrća, grahorica, ali i samoniklog bilja. Maslinovo ulje osnovni je začin jelima. Od mesa se najčešće priprema ovčetina, junetina i govedina. Od svinjetine se dimljenjem i sušenjem na otvorenom rade pršut i panceta. Među sirevima je najpoznatiji suhi ovčji sir s otoka Paga. U kuhinji Like i Gorskoga kotara češća su jela od mesa: janjetine, kozletine, govedine, manje svinjetine. Poznata su i jela od mesa divljači, posebno gulaši od srnetine ili veprovine. Jedu se različite vrste gljiva kojima obiluju tamošnje šume. Kuhinja tih, tradicionalno stočarskih, krajeva bogata je i mliječnim proizvodima, poput poznatoga ličkog sira škripavca. Mliječne prerađevine zastupljene su i u kuhinji sjeverne i središnje Hrvatske. Poznati su svježi meki kravlji sir, koji se jede s vrhnjem, ili podravske prge, sušeni sir začinjen crvenom paprikom i češnjakom. Vrhnje se koristi i kao dodatak varivima i juhama. Najčešće se jede meso peradi i svinjetina. Pečena purica s mlincima, prilogom od beskvasnog tijesta, jedno je od najpoznatijih jela hrvatskoga zagorja i zagrebačke okolice. Štrukli, savijača od vučenog tijesta, najpopularnije je jelo s toga područja. Ugostiteljska tradicija upotpunjuje gastronomsku i enološku ponudu u gradskim sredinama kontinentalne i obalne Hrvatske, a u turističkim područjima dostignuta je razinu Europske i svjetske prepoznatljivosti. Najistaknutiji gastronomski proizvodi su: slavonski kulen, paški sir, istarski pršut, lička i paška janjetina i istarsko maslinovo ulje. Najistaknutiji enološki proizvodi su: iločka graševina, đakovački rizling, istarska malvazija, krčka žlahtina, pošip i plavac. Iznošenje samo najistaknutijih hrvatskih kulturnih atrakcija, zaključuje se kako u svim segmentima kulturne ponude obilujemo autentičnošću i atraktivnošću. Pregled samo najistaknutije kulturne ponude u hrvatskim gradovima ukazuje na golem značaj kulture u kreiranju destinacije koja nas izdvaja u odnosu na konkurentske destinacije. Hrvatska je pozicionirana tako da može zadovoljiti potrebe kulturom inspiriranih ili kulturom privučenih turista. Prostorni raspored omogućuje gotovo svim gradovima razvoj osmišljenih kulturnih turističkih proizvoda. Povijesno i kulturno bogatstvo urbanih lokaliteta naš su ogroman potencijal, a bogatstvo autentičnog, nematerijalnog kulturnog dobra temelj su razvoja „priče“ neophodne u interpretaciji kulturnih turističkih proizvoda (Leksikografski zavod Miroslava Krleže, 2016).

Postojanje kulturnih resursa ne znači da su oni i kulturni turistički proizvod, da bi postali turistički proizvod koji se potražuje nužno je planirano upravljanje što uključuje valorizaciju i revitalizaciju materijalnog i nematerijalnog nasljeđa i pravilnu komunikaciju u stvaranju

potražnje. Pravilno upravljanje uvjet je da kulturni resurs kojim raspolažemo bude u funkciji turističke ponude. Time se značaj kulture u stvaranju Hrvatske kao turističke destinacije povećava. Kako bi se povećao značaj kulture kao resursa turističke ponude u hrvatskim gradovima, potrebno je da svi djelatnici odgovorni za upravljanje i donošenje ključnih razvojnih odluka razviju svijest o vrijednosti kulturnog resursa kojim su okruženi i turističkom potencijalu onoga što posjedujemo te da primjene znanja kulturnog menadžmenta kojim će komunicirati osmišljen kulturni proizvod čija autentičnost na kojoj se temelji nije ugrožena.

5.2. Strateške smjernice razvoja kulturnog turizma u RH

U definiranju smjernica i ciljeva razvoja kulturnog turizma polazi se od načelnih strateških odrednica razvoja turizma te razvoja kulturnog turizma predloženih Strategijom razvoja hrvatskog turizma do 2020. Smjernice za razvoj kulturnog turizma proizlaze iz krovne nacionalne turističke strategije. Kulturni turizam treba dati ključni doprinos postizanju vizije i općih ciljeva turističkog razvoja (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015):

a) postizanju globalne prepoznatljivosti na turističkom tržištu,
b) tržišnom zaokretu s destinacije 'sunca i mora' prema ponudi raznovrsnih autentičnih sadržaja i doživljaja,
c) vremenskom proširenju i geografskoj disperziji turističke potražnje,
d) turistički razvoj temeljen na ravnomjernijoj vremenskoj i prostornoj turističkoj potražnji,
e) bogaćenju proizvodnog portfelja hrvatskog turizma kako bi se povećao broj turističkih dolazaka i turistička potrošnja.

5.2.1. Uspostavljanje sustava organizacije i mehanizama među sektorske suradnje

Ministarstvo kulture, koje upravlja i usmjerava aktivnosti kulturnog razvoja, mora dati jasan i nedvosmislen signal institucijama u svojoj ingerenciji da podržava i sudjeluje u procesu razvoja kulturno-turističkih proizvoda. Ministarstvo kulture zajedno sa svojom mrežom institucija u kulturi, mora doprinositi ulozi konstruktivnog i produktivnog partnera u procesima razvoja kulturno-turističke ponude. Konstruktivno partnerstvo poticat će kulturnu turističku inicijativu na svim nižim razinama od lokalne do regionalne, osigurati stabilne

izvore financiranja proizvoda koji proširuju Hrvatsku kulturno turističku ponudu. Uspostavljanje sustava organizacije doprinijet će identifikaciji kulturnog resursa, podizanju kvalitete kulturnog turističkog proizvoda, stimulirat će se lokalna i regionalan inicijativa. Napori u cilju razvijanja kulturno turističkog proizvoda zahtijevaju sinergijski nastup i partnerstvo područja kulture i turizma koja se razlikuju svojim prioritetima i zadaćama, različitim zakonskim i institucionalnim okvirima. Stoga, za uspješan razvoj kulturnog turizma moraju se uvažavati razlike u misijama i ciljevima, ali se ujedno moraju te razlike premostiti u obostranom interesu te, konačno, u interesu cjelokupnog nacionalnog društvenog, kulturnog i ekonomskog razvoja. Kulturni sektor ne smije odstupati od uloge čuvara kulturnog identiteta, ali treba postati aktivan sudionik kulturnog, društvenog i ekonomskog razvoja. Razvoj valja temeljiti na prepoznavanju zajedničkih interesa i ostvarivanju sinergijskih učinaka kulture i turizma, koji će donijeti koristi društvenoj zajednici u cjelini (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015).

5.2.2. Autentičnost kulturnih turističkih proizvoda i podizanje standarda interpretacije kulturnog resursa

Kulturni turizam nudi izuzetne mogućnosti za afirmaciju i promociju naše cjelokupne baštinske i kulturne scene. Koncentracija kulturno povijesnih spomenika, institucija, manifestacija i znamenitih osoba u hrvatskim gradovima, raznolika i nadasve autentična kultura života u hrvatskim regijama, Hrvatsku je pozicioniralo kao zemlju bogatu kulturno povijesnom tradicijom. Kulturni resursi glavna su snaga u dostizanju ranije navedenih strateških smjernica, pa u tom smislu vrijedi da stvaranjem kulturne turističke atrakcije povećavamo potrošnju posjetitelja, produljujemo njihov boravak, postižemo veću geografsku i prostornu disperziranost potražnje. Raznolikost povijesno kulturne baštine, regionalne karakteristike i različitosti zahtijevaju nacionalnu strategiju koja će poštovati različitost, a da bi se isto postiglo nužna je uključenost lokalne i regionalne razine (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015).

U cilju uspješnog interpretiranja kulturnog resursa što stvara atraktivni kulturni proizvod definirano je pet strateških ciljeva (Tomljenović i Boranić Živoder, 2015):

1) Strateški cilj 1: Razviti i opremiti ključne nacionalne kulturno-turističke atrakcije kvalitetnim vizitacijskim sadržajima.

2) Strateški cilj 2: Osmisliti i pripremiti kulturno-turistički proizvodni portfelj na nacionalnoj i regionalnim razinama spreman za plasman na turističko tržište.
3) Strateški cilj 3: Aktivirati međunarodno i domaće turističko tržište kvalitetnim i dobro osmišljenim marketingom kako bi se stvorila tržišna prepoznatljivost na međunarodnoj razini te potakla domaća potražnja.
4) Strateški cilj 4: Stvoriti institucionalne i organizacijske preduvjete za razvoj kulturnog turizma uspostavom nacionalnog liderstva i strateških partnerstva.
5) Strateški cilj 5: Unaprijediti znanja, vještine i kompetencije dionika u kulturnog turizmu za razvoj proizvoda i kulturu usluge.

5.2.3. Prioritetne aktivnosti razvoja kulturnog proizvoda

Prema MINT (2013) to su:

- izrada Akcijskog plana razvoja kulturnog turizma u suradnji Ministarstva kulture, Ministarstva turizma i sustava turističkih zajednica;
- ulaganje u prepoznatljivost niza visoko atraktivnih pojedinačnih kulturnih atrakcija kao što su UNESCO lokaliteti, arheološki nalazi i dvorci;
- uspostava suvremenih centara za posjetitelje uz ključne atrakcije;
- identifikacija mogućnosti razvoja novih događanja s potencijalom međunarodne prepoznatljivosti i gradnje imidža destinacija;
- poticanje razvoja kulturnih tematskih cesta i putova (npr. povijesne ceste, putovi UNESCO baštine, vjerski putovi), a što podrazumijeva i jasne razvojne kriterije i sustave upravljanja.

5.2.4. Ostale aktivnosti razvoja

U ostale aktivnosti razvoja prema spadaju (MINT, 2013):

- poticanje primjene minimalne razine turistifikacije kulturnih objekata (npr. radno vrijeme prilagođeno turistima, osnovna interpretacija na svjetskim jezicima);
- ulaganje u kulturna, zabavna i sportska događanja te osobito u suvremenu kulturnu produkciju u gradovima (strateški i akcijski planovi, kontinuirano obrazovanje profesionalnog kadra, podrška promociji);

- osmišljavanje portfelja visoko atraktivnih proizvoda kulture života i rada, prioritetno gdje podržavaju imidž kulturno turističkih destinacije.

Temeljem ulaganja u razvoj palete inovativnih proizvoda kulturnog turizma te njihove intenzivnije i specijalizirane prodaje i promocije, Hrvatska će postati prepoznata kao novo, sadržajno i zanimljivo kulturno odredište. Ulaganja u živu gradsku kulturnu scenu rezultirat će uvrštavanjem većih gradova na turističke itinerere, dok će revitalizacija i opremanje pojedinačnih objekata baštine, kreiranje većeg broja manifestacija te prezentacija regionalnih i lokalnih specifičnosti otvoriti Hrvatskoj pristup novim potrošačkim segmentima. Ovako postavljeni strateški ciljevi rješavaju ključne nedostatke u uspješnom stvaranju kulturnog proizvoda Hrvatske (MINT, 2013). Ključni razlozi dosadašnjeg izostanka stvaranja uspješnog turističkog proizvoda prema Tomljenović i Bojanić Živoder (2015) smatraju se neadekvatno opremljeni kulturno povijesni lokaliteti i njihova niska tržišna spremnost, marketing koji unatoč bogatstvu kulturne i povijesne baštine, nije uspio izgraditi imidž Hrvatske kao turističke destinacije. Njegovanje kulture partnerstva dvaju ministarstava: Ministarstva turizma i Ministarstva kulture, a koje počiva na posjedovanju ključnih znanja, vještina i kompetencija dionika u razvojnom procesu, temeljno je načelo kojim se treba voditi u proviđenju strateških smjernica, tj. u otklanjanju uočenih nedostataka sadašnjeg kulturnog turističkog proizvoda i dostizanju strateških ciljeva koji vode ideji Hrvatske kao kulturno atraktivne destinacije.

5.3. Kandidatura hrvatskih gradova za titulu EU prijestolnica kulture - Izbor za Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine u Hrvatskoj

Izbor hrvatskog grada predstavnika za Europsku prijestolnicu kulture 2020. odvijao se kroz nekoliko faza:

- objava natječaja i prijava gradova kandidata;
- sastanak povjerenstva nezavisnih stručnjaka;
- odluka o gradovima kandidatima koji nastavljaju utrku za titulu Europska prijestolnica kulture;
- odluka o gradu nositelju titule Europska prijestolnica kulture.

5.3.1. Objava natječaja i prijava gradova kandidata

Ministarstvo je 11. lipnja 2014. izdalo poziv za podnošenje prijava za inicijativu Unije Europska prijestolnica kulture za 2020. godine u Republici Hrvatskoj. Do 17. travnja 2015. godine, odnosno roka za podnošenje prijava, pristiglo je ukupno devet prijava gradova: Dubrovnik, Đakovo, Osijek, Pula, Rijeka, Split, Varaždin, Zadar i Zagreb (ECOC, 2016).

5.3.2. Sastanak povjerenstva nezavisnih stručnjaka

Na sastanku je delegacija gradova prezentirala svoju prijavu i odgovarala na pitanja članova povjerenstva. Delegaciju svakog od gradova kandidata predvodio je gradonačelnik ili zamjenik gradonačelnika i sastojala se od maksimalno deset članova. Prijavna knjiga svakog od kandidiranih gradova morala se temeljiti na kulturnom programu s naglašenom europskom dimenzijom nastalom specijalno u svrhu dobivanja titule. Povjerenstvo je ocijenilo svaku Prijavnu knjigu na temelju šest kategorija kriterija (ECOC, 2016).

5.3.3. Odluka o gradovima kandidatima koji nastavljaju utrku za titulu Europska prijestolnica kulture

Povjerenstvo je donijelo jednoglasnu odluku o gradovima koji nastavljaju natječaj za Europsku prijestolnicu kulture te su pozvani da podnesu dopunjene i dorađene Prijavne knjige. Gradovi razmatrani u užem krugu su: Dubrovnik, Osijek, Pula i Rijeka. Dubrovnik se predstavio programom pod nazivom Grad u stvaranju s naglaskom na kulturnu komponentu, Osijek je svoj program Kisik ostvario u suradnji s velikom mrežom veza sa susjednim gradovima, a Pula je prijavom Demilitarizirajmo ponudila program revitalizacije nasljeđa vojne povijesti grada. Rijeka se predstavila programom Luka raznolikosti, ponudila je program čiji je cilj stvoriti grad kulture i kreativnosti za Europu i budućnost. Nakon odluke povjerenstva o gradovima koji nastavljaju natječaj, Ministarstvo je službeno objavilo popis odabranih gradova za nastavak suradnje i poziv gradovima da podnesu dorađene Prijavne knjige s ciljem konačnog odabira. Ministarstvo je odredilo rok za predaju konačne verzije Prijavne knjige, 11. Prosinca 2015. godine (ECOC, 2016).

5.3.4. Odluka o gradu nositelju titule Europska prijestolnica kulture

Nakon što je povjerenstvo nezavisnih stručnjaka obišlo Dubrovnik, Osijek, Pulu i Rijeku, gradove koji su 29. svibnja 2015. godine izabrani u drugi krug natjecanja i nakon dvodnevnoga predstavljanja predloženih programa, donesena je odluka da će prva hrvatska Europska prijestolnica kulture 2020. godine biti Grad Rijeka. Odluku je objavilo Povjerenstvo 24. ožujka 2016. godine. Konačan sud o tome koji od četiriju gradova najbolje ispunjava kriterije i koji svojim programom najbolje može prenijeti poruku europskoga zajedništva Povjerenstvo je donijelo nakon dvodnevnoga zaključnog predstavljanja tijekom kojega su gradovi u Zagrebu 23. i 24. ožujka dobili priliku za pojedinačno izlaganje pred Povjerenstvom. Uz preporuku Povjerenstva uslijedila je i preporuka za dodjelu Nagrade Melina Mercouri u iznosu od 1,500.000 eura koji će biti isplaćen najkasnije do kraja ožujka 2020. godine pod uvjetom da Rijeka kao buduća Europska prijestolnica kulture nastavi poštovati obveze preuzete u fazi prijave, ispunjava kriterije i uzima u obzir preporuke Povjerenstva navedene u izvješćima o odabiru i praćenju (ECOC, 2016).

Rijeka**,** buduća Europska prijestolnica kulture 2020., kojoj je prestižna titula dodijeljena za program Luka raznolikosti, ponudila je program čiji je cilj stvoriti grad kulture i kreativnosti za Europu i budućnost. Objavom odluke povjerenstva naglašeno je da svi ostali gradovi koji su ušli u drugi krug natjecanja također ispunili sve zadane kriterije, ali da se odluka Povjerenstva temeljila planovima za budući život grada, tj. da se procjena predloženih programa gradova nije temeljila samo na programima koje su gradovi pripremili za 2020. godinu već i na svemu onome što imaju namjeru ostvariti i u godinama nakon što ponesu titulu Europske prijestolnice kulture. Krovni slogan programa kojim se Rijeka predstavila jest „Luka različitosti“, a program se sastoji od triju glavnih koncepata posvećenih Radu, Vodi i Migracijama koji su uokvireni sa sedam programskih linija. Osim kvalitetno osmišljenog kulturnog i umjetničkog programa, osmišljen je i ambiciozni projekt izgradnje ljudskih kapaciteta i jačanja građanskih inicijativa. Rad na projektu Europska prijestolnica kulture rezultat je suradnje brojnih kulturnih djelatnika s partnerima široke međunarodne suradničke mreže što je pridonijelo da hrvatski gradovi po prvi puta razviju strategije za područje kulture, stoga je europski projekt Europska prijestolnica kulture djelovao kao poticatelj razvoja i implementacije strategije na području kulture. Vlada Republike Hrvatske je na 28. sjednici, održanoj 23. lipnja 2016. godine, donijela odluku kojom se prihvaća Izvješće Povjerenstva

nezavisnih stručnjaka za izbor Europske prijestolnice kulture. Grad Rijeka se ovom odlukom i službeno imenuje Europskom prijestolnicom kulture 2020. godine (Grad Rijeka, 2016).

5.4. Osvrt na prezentirane činjenice i prijedlozi unaprjeđenja strategije razvoja kulturnog turizma

Hrvatska ima preduvjete na kojima dugoročno, može graditi kulturnu turističku ponudu te razvijati prepoznatljivost, tj. imidž destinacije kulturnog turizma. Nažalost, kulturni turistički resursi s kojima Hrvatska raspolaže nisu osmišljeni kao jedna cjelovita „priča“ koju je moguće komunicirati potencijalnoj potražnji, a problem slijedi iz izostanka adekvatnog upravljanja kulturnim turističkim blagom. Kao posljedica pojavljuju se gosti čiji doživljaj kulturnog identiteta Hrvatske biva, jednako kao i kulturni menadžment, skroman, a Hrvatsku kao kulturnu destinaciju udaljava od potražnje koja je vođena motivima kulturnog sadržaja. Međutim, nije dovoljno imati samo bogato kulturno nasljeđe, njime treba znati upravljati. Samo nasljeđe koje je, u najvećoj mogućoj mjeri, u funkciji turizma - može pružiti maksimalne ekonomske efekte (Vrtiprah 2006). Dugoročno se propušta graditi bolji imidž na temelju kulturne ponude, ali dodatno se ne doprinosi dojmu da se u našim destinacijama krije bogatstvo kulturnih i povijesnih resursa.

Nadalje, kulturni resursi propuštaju polučiti koristi od postojeće odnosno potencijalne turističke potražnje, koja bi im osigurala dodatna sredstava za održavanje i razvoj. Hrvatska je u potrebi za sustavnim razvojem ideje „Hrvatska - destinacija kulturnog turizma“ za što je potrebno podići razinu upravljanja. Točke koje je potrebno provoditi kako bi se ostvario cilj jačanja kulturno turističkog proizvoda Hrvatske su: podići stupanj znanja potrebnih za razvoj turističkih proizvoda, unaprijediti organizaciju i zajednički nastup, suradnju, sektora kulture i turizma. Kulturni resursi potencijal su kojim se treba istaknuti, ono što jednu destinaciju čini drugačijom od ostalih jest njezina kulturna baština. Zato naglasak treba biti na tom resursu kao vodećem proizvodu destinacije. Kultura je danas osnovni element kojim se koristi menadžment turističke destinacije za privlačenje turista u destinaciju i za stvaranje brenda (Howie, 2003). Dosadašnji prijedlozi i usvojene strategije razvoja kulturnog turizma u RH većim su dijelom zaostajale u provedbi, a svojom obuhvatnošću same strategije nisu omogućile: da kultura bude nositelj razvoja turizam u Hrvatskoj, da kulturni resursi budu prepoznati na inozemnom tržištu, da se razviju mehanizmi financiranja kulture nužnih za održavanje i razvoj kulturnog sadržaja, da se postigne snažnija povezanost kulturnog sektora

i turističke operative te da se otkloni nedostatak znanja o upravljanju i razvoju turističkog sadržaja.

Program Europske prijestolnice kulture (EPK) nudi brojne mogućnosti za poticanje razvoja kulture, ali turizma putem stvaranja novih (kulturnih sadržaja) te se u ovome projektu se nalazi prilika da se uvide svi dosezi i mogućnosti koje mogu ostvariti. To vrijedi prvenstveno za Rijeku koja će titulu ponijeti 2020. godine i koja kreće u realizaciju projekta što se ne, ukoliko se projekt profesionalno realizira, nedvojbeno pozitivno ostvariti na njezinu kulturu i turizam, kako je uostalom bio slučaj i s većinom dosadašnjih gradova. Međutim, za titulu ovog projekta u RH su konkurirali i drugi gradovi koji su prilikom pripreme natječajne dokumentacije bili „prisiljeni“ razvijati nove kulturne strategije koje se sada mogu iskoristiti i provesti u djelo bez obzira, na za sada, negativan ishod o nošenju titule EPK. Jer nova prilika za hrvatski grad će doći u novom ciklusu projekta EPK, tijekom 2030-ih godina.

6. ZAKLJUČAK

Definirati kulturni turizam nije lako, no moglo bi se reći da označava posjete osoba određenoj destinaciji izvan mjesta njihova stalnog boravka motivirane u cijelosti ili djelomično interesom za poviješću, umjetnosti, baštinom ili stilom života lokaliteta, regije, zemlje. U današnje vrijeme, kada je turizam postao izraženi društveno-ekonomski fenomen i kada ima značajne učinke na cijeli svijet (preko milijardu turista koji kreiraju oko 10% svjetskog BDP-a i 30% ukupnog svjetskog izvoza usluga), a kada selektivni oblici turizma poprimaju sve veći oblik, kulturni turizam sve više poprima na važnosti. Egzaktne statistike o praćenju kulturnog turizma ne postoje, no prema nekim podatcima preko 440 milijuna turista motivirano (oko 40%) je kulturom. Europa je na globalnoj razini uvijek imala dominantno mjesto u međunarodnom turizmu zbog bogatog kulturnog nasljeđa te budući da je najčešće koncentrirano u gradovima, kulturno nasljeđe često predstavlja i temelj razvoja turizma brojnih europskih gradova. Posljednjih 15-ak godina na razini Europske unije je prepoznata potreba poticanja i posebne pažnje za razvoj kulturnog turizma te Europska komisija podržava područja kulturnog turizma koje imaju najveći potencijal za rast, ali pri tome vodeći računa i o poticanju gospodarskog rasta s jedne strane te zaštiti resursa s druge strane. Stoga, na razini EU započeto je nekoliko projekata koje podupiru razvoj kulture i kulturni turizam, a jedan od velikih projekata predstavlja i program Europska prijestolnica kulture (EPK). Ovaj Program započeo je 1985. na inicijativu tadašnje grčke ministrice kulture Meline Mercouri koja je bila potaknuta slabijom zastupljenošću kulture (u odnosu na politička i gospodarska pitanja) u Europskoj Uniji. Cilj ovog Programa je do današnjeg dana ostao osnaživanje kulturnih i gospodarskih veza gradova Europske unije. Nadalje, projekt EPK je osmišljen kako bi: istaknuo bogatstvo i raznolikost kultura u Europi, ojačao kulturne značajke koje Europljani dijele, povećao osjećaj europskih građana o pripadnosti istom kulturnom području te potakao doprinos kulture u razvoju grada. Iskustvo i praksa dodjele titule prijestolnice kulture pokazalo je da je time osigurana gradovima prilika za: regeneraciju, podizanje međunarodnog prihoda i profita, jačanje imidža gradova u očima vlastitih stanovnika, razvoj novog stila života u gradskoj kulturi, jačanje turizma. Odabir grada domaćina odvija se u dvije faze (predodabir tj. uži izbor te odabir) te je koncipiran na način da se prikupljanje nominacija gradova pokreće šest godina prije dodjele naslova, a postoji 6 glavnih kriterija koje se uzimaju u obzir za odluku o dodjeljivanju titule: doprinos dugoročnoj kulturnoj strategiji, europska dimenzija, kulturni i umjetnički sadržaj, sposobnost provedbe doseg te upravljanje. Projekt se

najčešće financira iz javnih sredstava grada te države domaćina, ali dijelom i od sponzora te potpora EU. Do sada su ovu titulu ponijela 54 grada, a u 2020. ta čast pripada jednom hrvatskom gradu, a to je Rijeka. Dosadašnja praksa je pokazala da je ovaj titula EPK u gradovima nosiocima titule stvorila brojne pozitivne učinke koji su kreirali pretpostavke za turistički rast, a dokazati pozitivne učinke na turizam je bio i glavni cilj istraživanja i rada. Polazeći od kvalitativnog metodološkog pristupa, u teorijski baziranom istraživanju temeljenom na induktivnom pristupu došlo se do spoznaje da je titula prijestolnica kulture utjecala pozitivno na imidž i promociju gradova kao turističkih destinacija, da je omogućila međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje turističkih ponuda, da je snažno potaknula razvoj kulturnih manifestacija i na tako utjecala na povećanje kulturnog značaja u gradovima nositeljima titule, da je značajno potaknula ulaganja u infrastrukturu i kvalitetnije upravljanje objektima od kulturnog značaja te da je imala značajne pozitivne učinke na turistički sektor (dolasci, noćenja, zarada) gradova nositelja titule. Navedene spoznaje dovele se do objedinjenog zaključka da je titula EPK putem brojnih pozitivnih učinaka donijela značajne koristi nositeljima te titule u turističkom smislu. Analizirajući hrvatsku situaciju, može se uočiti da RH ima izniman kulturni potencijal, no da su dosadašnji prijedlozi i usvojene strategije razvoja kulturnog turizma većim dijelom zaostajali u provedbi te nisu omogućili da se iskoristi potencijal za maksimiziranje učinaka kulturnog turizma koji su npr. iskusili brojni gradovi nosioci titule EPK. Stoga, 2020. godina, kada hrvatski grad (Rijeka) nosi ovu titulu može biti prekretnica u razvoju kulturnog turizma u RH. Ovo istraživanje upravo služi kao svojevrsna analitička podloga za sve gradove kandidate, ali sada kada je poznat i ishod, prvenstveno Rijeku, da se spoznaju prilike za iznimne potencijalne učinke ovog Programa na turizam. U tome kontekstu daju se sugestije kreatorima politika da pravilnim upravljanjem stvore pretpostavke za maksimiziranje učinaka ovog Programa od turizma. Sugestije za buduća istraživanja se ogledaju u nadilaženju ograničenja ovog istraživanja, a to se prvenstveno odnosi na nemogućnost kvantificiranja određenih pojava i nemogućnost pronalaska dovoljno podataka o učincima. Nadalje, sugerira se i empirijska analiza kojom bi se dokazao učinak titule EPK na turizam, ali i istraživanje preostalih vrsta učinaka, poglavito društvenih i političkih, no i općenito, eventualnih negativnih učinaka koje je Program možda ostvario.

LITERATURA

1. Barker, C., 2004. *The Sage dictionary of cultural studies*. Sage, London.
2. Booth, P. & Boyle, R., 1993) See Glasgow, see culture, in Bianchini, F., Parkinson, M. (eds.) *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester University Press, Manchester, pp. 21–48.
3. Butler, R.W., 1990. Alternative tourism: pious hope or Trojan horse?. *Journal of Travel Research*, *28*(3), pp.40-45.
4. Cengiz, H., Eryılmaz, R.A.S.S. and Eryılmaz, R.A.Y., 2006. The Importance of Cultural Tourism in the EU Integration Process. In *2nd IsoCaRP Congress*.
5. Davies T., 2012. *The Decade After. Copenhagen 1996: From capital of culture to cultural capital.* Dostupno na: [pristupljeno 02.06.2016.]
6. Eagleton, T., 2000. *The Idea of Culture Malden.* Malden, Blackwell. Dostupno na: http://www.chronculture.com/index.php/en/resources/dossiers/228-culture-and-law/684-towards-a-definition-of-culture [pristupljeno 22.02.2016.]
7. ECOC, 2016. *Selection of the European Capital of Culture in 2020 in Croatia: The Selection Panel's Final Report.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2020-croatia-report_en.pdf [pristupljeno 20.06.2016.]
8. ECORYS, 2009. *Ex-post evaluation of 2007 & 2008 European Capitals of Culture.* Dostupno na: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/more_info/evaluations/docs/culture/ecoc2007_en.pdf [pristupljeno 12.06.2016.]
9. ECORYS, 2011. *The European Capitals of Culture (ECoC) Post-2019 Online Consultation - Analysis of the Results*. https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/library/capitals-culture-consultation-analysis-results_en.pdf [pristupljeno 11.06.2016.]
10. ECORYS, 2011b. *Ex-post evaluation of 2010 European Capitals of Culture.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/capitals-culture-2010-report_en.pdf [pristupljeno 03.07.2016.]
11. ECORYS, 2012. *Ex-post evaluation of 2011 European Capitals of Culture*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2011-evaluation_en.pdf [pristupljeno 05.07.2016.]
12. ECORYS, 2013. *Ex-post evaluation of 2012 European Capitals of Culture.* Dostupno na: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/more_info/evaluations/docs/culture/ecoc2012_en.pdf [pristupljeno 04.07.2016.]
13. ECORYS, 2014. *Ex-post evaluation of 2013 European Capitals of Culture.* Dostupno na: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/sites/creative-europe/files/files/ecoc-2013-full-report.pdf [pristupljeno 07.07.2016.]
14. ECORYS, 2015. *Ex-post evaluation of 2014 European Capitals of Culture.* Dostupno na: http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/more_info/evaluations/docs/culture/capital2014-qa_en.pdf [pristupljeno 08.07.2016.]

15. EUR-Lex, 2007. *"Culture 2000" Programme*. Dostupno na: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV%3Al29006 [pristupljeno 20.03.2015.]
16. Europska komisija, 1996a. *KALEIDOSCOPE programme - European Community support for culture*. Dostupno na: http://cordis.europa.eu/programme/rcn/663_en.html [pristupljeno 19.03.2015.]
17. Europska komisija, 1996b. *OTH-RAPHAEL - Community action programme in the field of cultural heritage: the Raphael programme, 1996-2000*. Dostupno na: http://cordis.europa.eu/programme/rcn/512_en.html [pristupljeno 19.03.2015.]
18. Europska komisija, 1997. *ET-ARIANE - Programme, including translation in the field of books and reading (ARIANE), 1997-1999*. Dostupno na: http://cordis.europa.eu/programme/rcn/662_en.html [pristupljeno 19.03.2015.]
19. Europska komisija, 2007. *European agenda for culture in a globalizing world.* Dostupno na: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:EN:PDF [pristupljeno 18.03.2015.]
20. Europska komisija, 2015. *European Capitals of Culture: 30 years*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
21. Europska komisija, 2016a. *European Capitals of Culture*. Dostupno na: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/actions/capitals-culture_en.htm [pristupljeno 15.04.2015.]
22. Europska komisija, 2016b. *Tourism statistics.* Dostupno na: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics [pristupljeno 30.03.2016.]
23. Europska komisija, 2016c. *Overview of EU Tourism Policy.* Dostupno na: http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview/index_en.htm [pristupljeno 31.03.2016.]
24. Europska komisija, 2016d. *Cultural tourism.* Dostupno na: http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural/index_en.htm [pristupljeno 03.04.2016.]
25. Europska komisija, 2016e. *European Capitals of Culture – More than 30 years.* Dostupno na: http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/documents/ecoc-fact-sheet_en.pdf [pristupljeno 02.04.2016.]
26. Europska komisija. (2009). *European capitals of culture: the road to success; from 1985 to 2010*. Office for Official Publ. of the Europ. Communities.
27. Garcia B., Melville R., Cox T., 2010. *Creating an impact: Liverpool's experience as European Capital of Culture.* Impacts 08, Liverpool.
28. Garcia, B., & Cox, T., 2013. *European capitals of culture: success strategies and long-term effects.* European Parliament.
29. Garcia, B., & Cox, T., 2013b. *European capitals of culture: success strategies and long-term effects: Appendixes.* European Parliament.
30. García, B., 2004. Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004. *International journal of cultural policy*, *10*(1), pp. 103-118.

31. Gold, J. R., & Gold, M. M., 2005. *Cities of culture: staging international festivals and the urban agenda, 1851-2000*. Aldershot: Ashgate.
32. Gomez, M. V., 1998. Reflective images: the case of urban regeneration in Glasgow and Bilbao. *International journal of urban and regional research*, *22*(1), pp. 106-121.
33. Grad Bruges, 2003. Concise. Bruges 2002 - Impact Study summary. Dostupno na: www.bruggeplus.be/getfile.php?filename=ConciseEng_313.pdf [pristupljeno 05.06.2016.]
34. Grad Dubrovnik, 2014. *Kulturna politika u EU*. Dostupno na: http://dubrovnik2020.hr/hr/dobrodosli/kandidatura-za-europsku-prijestolnicu-kulture/ [pristupljeno 29.02.2016.]
35. Grad Rijeka, 2013. *Prijedlog odluke o isticanju kandidature Grada Rijeke za Europsku prijestolnicu kulture 2020. godine.* Dostupno na: www.rijeka.hr/lgs.axd?t=16&id=66997 [pristupljeno 16.04.2015.]
36. Grad Rijeka, 2016. *Rijeka službeno proglašena Europskom prijestolnicom kulture.* Dostupno na: http://www.rijeka2020.eu/rijeka-sluzbeno-proglasena-europskom-prijestolnicom-kulture/ [pristupljeno 21.06.2016.]
37. Howie, F., 2003. *Managing the tourist destination*. Cengage learning EMEA.
38. Hoyng R., 2012. Popping up and fading out: Participatory networks and Istanbul's creative city project. *Culture Machine 3*(1), pp. 1-23.
39. HTZ, 2011. *Čudesna kulturna baština.* Dostupno na: http://business.croatia.hr/Documents/1358/Cudesna-kulturna-bastina-2011.pdf [pristupljeno 22.06.2016.]
40. HTZ, 2015. *Kultura i baština.* Dostupno na: http://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/kultura-i-bastina [pristupljeno 22.06.2016.]
41. Hughes, H.L., 1996. Redefining cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, *23*(3), pp.707-709.
42. Jagić, S., 2004. Imanentnost interkulturalizma u turizmu. *Sociologija i prostor*, *42*(1/2 (163/164)), pp.195-218.
43. Jelavić, A. 2007. Kratak pregled europskih programa za kulturu (generacije programa) U: Jelavić, A. Program Europske unije za kulturu. Ministarstvo kulture RH, Zagreb.
44. Jelinčić, D.A., 2009. Kulturni i arheološki turizam. In *Arheologija i turizam u Hrvatskoj/Archaeology and Tourism in Croatia*. Arheološki muzej u Zagrebu.
45. Krech, D., Crutchfield, R.S., Ballachey, E.L., 1962. *Individual in society: A textbook of social psychology*.
46. Kroeber, A.L., Kluckhohn, C., 1952. Culture: *A critical review of concepts and definitions.* Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University.
47. Latvia Travel, 2015. *2 million tourists visited Riga in 2014.* Dostupno na: http://www.latvia.travel/en/news/2-million-tourists-visited-riga-2014 [pristupljeno 07.07.2016.]
48. Leksikografski zavod Miroslava Krleže, 2016. *Kultura.* Dostupno na: http://www.croatia.eu/page.php?lang=1&id=17 [pristupljeno 22.06.2016.]
49. Linton, R., 1945. *The cultural background of personality.* Appleton-Century-Crofts, New York.

50. Lonner, W.J., Malpass, R.S., 1994. *Psychology and culture meet*. Allyn and Bacon, Boston.
51. Midžić, M., 2014. *Kulturni turizam i indentitet.* Filozofski fakultet Sarajevo, Sarajevo.
52. Miller, T., Yúdice, G., 2002. *Cultural policy*. SAGE Publications, London.
53. Ministarstvo kulture, 2014. *Europske prijestolnice kulture 2020. do 2033. godine: Vodič za gradove koji se namjeravaju kandidirati.* Dostupno na: http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/NAJNOVIJE%20NOVOSTI/09%20-%20Guide%20to%20European%20Capitals%20of%20Culture,hr,%20lekt,%20zad.pdf [pristupljeno 21.06.2016.]
54. Ministarstvo kulture, 2016. *Europska komisija otkrila plan za novi program EU za kulturu i audiovizualnu djelatnost - Kreativna Europa!*. Dostupno na: http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=7150 [pristupljeno 20.03.2015.]
55. MINT, 2013. *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.* Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/130426-Strategija-turizam-2020.pdf [pristupljeno 23.06.2016.]
56. Myerscough J., 1994. *European cities of culture and cultural months.* The Network of Cultural Cities of Europe, Glasgow.
57. Obuljen, N. 2007. Aktivnosti EZ i EU na području kulture. U: Jelavić, A. *Program Europske unije za kulturu.* Ministarstvo kulture RH, Zagreb.
58. Palmer, R., Richards, G., Dodd, D. *European Cultural Capital Report 3.* Arnhem, ATLAS
59. Palmer/Rae Associates, 2004. *European Capitals/Cities of Culture. Study on the European Cities and Capitals of Culture and the European Cultural Months (1995-2004).* Part I and II. Palmer/Rae Associates, European Commission, Brussels.
60. Pančić Kombol, T., 2006. Kulturno naslijeđe i turizam. *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin*, (16-17), pp.211-226.
61. Petrić, L. and Mikulić, D., 2009. Uloga kulturnog turizma u procesu urbane regeneracije. *Acta turistica nova, 3*(1), pp.5-26.
62. Piršl, E., 2007. *Uvod u kulturu*, ppt. Sveučilište u Puli, Pula.
63. Primorac, J. 2011. *Kulturne politike.* Dostupno na: http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=19 [pristupljeno 29.02.2016.]
64. Quinn, B., & O'Halloran, E., 2006. *Cork 2005: An analysis of emerging cultural legacies.* Institute for Culture & Heritage.
65. Relja, R., 2014. *Sociologija turizma, nastavni materijali*. Ekonomski fakultet, Split.
66. Richards G., Hitters E., Fernandes C., 2002. *Rotterdam and Porto, Cultural Capitals 2001: Visitor research.* ATLAS, Arnhem.
67. Richards, G. ed., 2005. *Cultural tourism in Europe*. CABI, Wallingford.
68. Richards, G., & Rotariu, I., 2011. *The Impact of the 2007 European Cultural Capital in Sibiu: A long term perspective.* Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS).
69. Richards, G., 1996. *Cultural Tourism in Europe*. CABI, Wallingford.

70. Richards, G., 2003. What is Cultural Tourism? In van Maaren, A. (ed.) *Erfgoed voor Toerisme*. Nationaal Contact Monumenten.
71. Richards, G., 2014. Tourism trends: The convergence of culture and tourism.*The Netherlands: Academy for Leisure NHTV University of Applied Sciences*.
72. Roseta I., 1998. *Cultural policy and Hallmark events as tools for urban regeneration: the case of Lisbon City of Culture 1994.* Unpublished MA thesis, London School of Economics and Political Science.
73. Thorburn, A., 1986. Marketing cultural heritage. Does it work within Europe?.*Travel & Tourism Analyst*, (December), pp.39-48.
74. Tkalac Verčić A., Sinčić Ćorić D., Pološki Vokić N., 2010. *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada*. Zagreb: M.E.P.
75. Tomljenović, R., Boranić Živoder, S., 2015. *Akcijski plan razvoja kulturnog turizma.* Institut za turizam.
76. TourMIS, 2016. *City Tourism Database.* Dostupno na: http://www.tourmis.info/index_e.html
77. Tucker, M., 2008. The cultural production of cities: Rhetoric or reality? Lessons from Glasgow. *Journal of Retail & Leisure Property*, *7*(1), pp. 21-33.
78. University Network of the European Capitals of Culture (UNEECC), 2016. *European Capital of Culture.* Dostupno na: http://uneecc.org/european-capitals-of-culture/history/ [pristupljeno 02.04.2016.]
79. Vrtiprah, V., 2006. Kulturni resursi kao činitelj turističke ponude u 21. stoljeću.*Ekonomska misao i praksa*, (2), 279-296.
80. Williams, R., 1985. *Keywords: A vocabulary of culture and society*. Oxford University Press, New York.
81. World Economic Forum. 2015. *The travel & tourism competitiveness report 2015: Growth through Shocks.* World Economic Forum, Geneva.
82. World Tourism Organization (UNWTO), 2015a. *Annual Report 2014.* Madrid: World Tourism Organisation.
83. World Tourism Organization (UNWTO), 2015b. Tourism Highlights, 2015 edition. World Tourism Organisation, Madrid.
84. World Tourism Organization, 2004. *Tourism Market Trends*. Madrid: UNWTO.
85. World Tourism Organization, 2016. *International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015.* Dostupno na: http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015 [pristupljeno 28.03.2016.]
86. World Travel and Tourism Council (WTTC), 2016. *Economic Impact 2016: European Union.* WTTC, London.

POPIS TABLICA I SLIKA

Popis tablica

Tablica 1: Međunarodni turistički dolasci prema regiji porijekla, 1990.-2014. 22
Tablica 2: Prikaz top 10 zemalja prema turističkim dolascima, prihodima i potrošnji u 2014. godini 23
Tablica 3: Prikaz top 10 zemalja Europske unije po ostvarenim noćenjima nerezidenata (u milijunima) za 2014. godinu 24
Tablica 4: Prikaz vrijednosti indeksa turističke kompetitivnosti kulturnih resursa za top 20 zemalja (i izdvojene članice EU u top 50)..... 29
Tablica 5: Prikaz svih nosioca titule „Europska prijestolnica kulture“ u razdoblju 1985.-2020. 32
Tablica 6: Prikaz i noćenja turista prije i nakon održavanja EPK u gradovima nosiocima titule EPK u odnosu na godinu održavanja EPK..... 62

Popis slika

Slika 1: Prikaz kretanja broja turističkih dolazaka i prihoda od 1960. do 2014. 22
Slika 2: Prikaz broja noćenja (u milijunima) nerezidenata u zemljama EU-28 za 2014. 23
Slika 3: Prikaz broja ukupnih noćenja rezidenata i nerezidenata na 1000 stanovnika zemalja Europske unije za 2014. godinu 24
Slika 4: Ukupan broj noćenja u zemljama EU-28 za period 2006.-2014. 25
Slika 5: Prihodi od turizma (u milijardama dolara) u zemljama Europske unije za 2015. godinu (i predviđanja za 2016. i 2026.) 26
Slika 6: Struktura prihoda od turizma u EU prema motivima u 2015. godini 26
Slika 7: Zaposlenost potaknuta turizmom (u milijunima) u zemljama Europske unije za 2015. godinu (i predviđanja za 2016. i 2026.) 27
Slika 8: % uspješnih gradova selekcijskog procesa EPK koji su navedene kategorije iskazali kao snage..... 37
Slika 9: % uspješnih gradova selekcijskog procesa EPK koji su navedene kategorije iskazali kao slabosti 38
Slika 10: Operativni budžeti EPK u razdoblju 1985.-2014. 39
Slika 11: Struktura izvora financiranja projekta EPK za gradove EPK, 1985.-2014. 40
Slika 12: Potrošnja sredstava prema području namjene za gradove EPK, 1985.-2014. 41
Slika 13: Model prikaza funkcioniranja EPK..... 44
Slika 14: Udio ulaganja u marketing i komuniciranje gradova EPK (% ukupnog budžeta), 1986.-2014. 48
Slika 15: Udio EPK vezanih novinskih vijesti za 8 europskih zemalja, po godini..... 49
Slika 16: Broj projekata u EPK, 1994. – 2012. 54
Slika 17: Broj manifestacija u gradovima EPK, 1985.-2012. 55
Slika 18: Infrastrukturna ulaganja (u mil. EUR) za EPK, 1995.-2014. 58
Slika 19: Kretanje broja posjetitelja (u milijunima) na EPK događanjima, 1985.-2014. 60
Slika 20: Stopa rasta turističkih dolazaka u godini održavanja EPK, 1994.-2014. 61

SAŽETAK

Titula Europska prijestolnica kulture (EPK) je projekt EU koji je započeo sredinom 80-ih godina prošlog stoljeća s ciljem Programa da potiče razvoj kulture u gradovima te da utječe regeneriranje gradova pri čemu važnu ulogu igra turizam. Do sada je preko 50 gradova ponijelo ovu prestižnu titulu, a 2020. ta čast pripada i hrvatskom gradu Rijeci. Glavni cilj rada bio je ukazati na turističke efekte koje ovaj projekt postiže putem djelovanja raznih načina te ponuditi smjernice za hrvatski grad koji nosi titulu. Polazeći od kvalitativnog metodološkog pristupa, u teorijski baziranom istraživanju došlo se do spoznaje da je titula prijestolnica kulture utjecala pozitivno na imidž i promociju gradova kao turističkih destinacija, da je omogućila međusobnu suradnju uključenih aktera i nadopunjavanje turističkih ponuda, da je snažno potaknula razvoj kulturnih manifestacija i na tako utjecala na povećanje kulturnog značaja u gradovima nositeljima titule, da je značajno potaknula ulaganja u infrastrukturu i kvalitetnije upravljanje objektima od kulturnog značaja te da je imala značajne pozitivne učinke na turistički sektor (dolasci, noćenja, zarada) gradova nositelja titule. Navedene spoznaje dovele se do objedinjenog zaključka da je titula EPK putem brojnih pozitivnih učinaka donijela značajne koristi nositeljima te titule u turističkom smislu. Analizirajući hrvatsku situaciju, može se uočiti da RH ima izniman kulturni potencijal, no da su dosadašnji prijedlozi i usvojene strategije razvoja kulturnog turizma većim dijelom zaostajali u provedbi te nisu omogućili da se iskoristi potencijal za maksimiziranje učinaka kulturnog turizma koji su npr. iskusili brojni gradovi nosioci titule EPK. Stoga, 2020. godina, kada hrvatski grad (Rijeka) nosi ovu titulu može biti prekretnica u razvoju kulturnog turizma u RH.

Ključne riječi: Europska prijestolnica kulture, učinci turizma, kulturni turizam

SUMMARY

European Capital of Culture (ECOC) is a EU project that has began in the mid-80 years of 21st century. Purpose of Program is to encourage development of culture in the cities, but also to affect their regeneration and there tourism plays an important role. So far, over 50 cities were named as ECOC and in 2020 this honor belongs to the Croatian city of Rijeka. The main objective of this study was to point out the effects that the project has achieved through several ways and to offer guidance for the Croatian city that holds the title. Starting from a qualitative methodological approach, in theory-based research, it was found out that the ECOC title has had positive impact on the image and promotion of cities as tourist destinations. Also, this title encourages mutual cooperation between the involved participants and enriches tourist offer. Furthermore, it has strongly supported the development of cultural events and consequently, influenced the increase of cultural significance in ECOC cities. Also, this title has stimulated investment in infrastructure and better management of objects of cultural significance. Finally, positive effects on tourism sector (arrivals, overnights, earnings) have been obtained thankfully to the project. These findings led to unified conclusion that ECOC title creates multiple benefits for tourism development in ECOC cities. In Croatian contest, it can be noticed that Croatia has a great cultural potential, but so far, proposed and adopted strategies of development of cultural tourism have missed quality implementation. Consequently, it has not been possible to maximize potential of cultural tourism in Croatia. Contrary, this was not case with ECOC cities. Therefore, the year 2020, when the Croatian town (Rijeka) holds this title may be turning point in the development of cultural tourism in Croatia.

Keywords: European Capital of Culture, tourism effects, cultural tourism