

Ana Vlahov<sup>1</sup>  
Nikolina Gaćina, mag.ing.<sup>1</sup>

# HRVATSKI OTOCI I OTOČNI PROIZVODI

*Pregledni rad / Review*  
UDK 338.43(497.5)(210.7)

*U ovom se radu govori o važnosti zaštite otočnog kulturnog naslijeđa kroz projekt Hrvatski otočni proizvod s primjerom na otoku Prviću. Jedan od načina kako sačuvati bogato kulturno i povijesno naslijeđe je kroz projekt Hrvatski otočni proizvod, osnovan 2007. godine. Kroz ovaj Projekt, sva baština i rad otočana kao i otočnih gospodarstava će biti očuvani, a ljudima koji žive na otoku kao i onima koji su jednom otišli u potrazi za boljim životom se omogućuje povratak i prilika za život na otoku.. Ovaj rad je sačinjen od nekoliko cjelina iz završnog rada sa specijalističkog diplomskog stručnog studija Menadžment, Ane Vlahov pod nazivom Hrvatski otoci i otočni proizvodi.*

**Ključne riječi:** otoci, Hrvatski otočni proizvod, baština, otok Prvić, gastronomija.

## 1. Uvod

Danas, u užurbanom i tehnološki dobro razvijenom svijetu, veoma je teško izabrati "pravi" proizvod ili uslugu među svima koji se nude na tržištu. Suvremeni potrošači traže nešto drugo, traže pozitivno iskustvo i ispunjenje svojih očekivanja. Stoga, ne čudi činjenica da se selektivni tipovi turizma, poput kulturnog i ruralnog traže sve više. Gastronomski i kulturni turizam omogućuju povratak u prošlost, prikazanu na suvremen i moderan način. Nositelji Oznake HOP-a su proizvodi koji predstavljaju izvrsnost, autentičnost i tradiciju. U 2014. godini je čak 182 proizvoda označeno ovom Oznakom, a u 2015. godini 111 proizvoda. I na otoku Prviću, smještenom u šibenskom arhipelagu, koji ima izvrsne uvjete za razvoj kulturnog i održivog turizma postoji nekoliko proizvoda nositelja ove Oznake. Iako malen, ima bogatu i dobro očuvanu baštinu.

## 2. Hrvatski otočni proizvod

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije je razvilo projekt Hrvatski otočni proizvod, čija se oznaka dodjeljuje proizvodima koji su: rezultat otočne tradicije, rezultat razvojno-istraživačkog rada, rezultat inovacija ili invencija (poboljšanja postojećeg).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Veleučilište u Šibeniku

<sup>2</sup> <https://www.hgk.hr/zk/rijeka/javni-poziv-za-dodjelu-oznake-hrvatski-otocni-proizvod>, 3. ožujka 2015.

Mjerljivost je osobina koju kvaliteta otočnih proizvoda mora posjedovati. "Procedura dodjele i korištenja oznake Hrvatski otočni proizvod je besplatna."<sup>3</sup> Projekt Hrvatskog otočnog proizvoda je započeo 2007. godine "kada je otočnim proizvođačima (nositeljima oznaka Izvorno hrvatsko i Hrvatska kvaliteta) prvi put dodijeljena oznaka Hrvatski otočni proizvod"<sup>4</sup> s ciljem da se zaštiti život na otocima, potiču otočni gospodarstvenici da stvore proizvode izvrsne kvalitete te potaknuti ljude da se ohrabre i da se odluče vratiti živjeti na otok jer je nažalost demografska slika naših otoka izuzetno loša. Ako se postigne da ovakvi proizvodi postanu prepoznatljiviji u Hrvatskoj, otvara se mogućnost njihovog plasmana i na Svjetsko tržište. Svaki korak razvoja strategije o otočnim proizvodima u sebi je sadržavao ideju o zaštiti tradicijskih vrijednosti koje hrvatski otoci kriju u sebi. Time se štiti pravo čovjeka na rad jer je ljudima omogućeno da tradiciju prikažu svijetu i sebi otvore put za poslovni uspjeh. Druga strana medalje je zadovoljenje potreba korisnika, posjetitelja jer svaki proizvod nositelj marke Hrvatski otočni proizvod predstavlja, osigurava i zadovoljava kvalitetu, a opet im je omogućeno da dođu na otok i kušanjem ili upotrebom tih proizvoda dožive oživljenu i moderniziranu prošlost. Otočni su proizvodi primjer izvrsnosti, primjer kako, da bi proizvod uspio na tržištu, ne mora uvijek biti moderan, već je dovoljno znati kako ga ukomponirati i predstaviti posjetiteljima na suvremen način.

Razvojem hrvatskih otočnih proizvoda se, kako je već ranije napisano, motivira otočno stanovništvo da sebi stvori uvjete za život, što za posljedicu ima porast broja stanovništva, revitalizaciju otoka te pozitivan smjer demografskih kretanja. Nužno je na otoke ne gledati kao daleke dijelove kopna, već kao sastavni dio ponude, diferenciran od turističke ponude koji je razvijen na kopnenom dijelu. "Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije ulaganjima u izgradnju komunalne i društvene infrastrukture na otocima, te državnim potporama otočnim poslodavcima za očuvanje radnih mjesta i dodjelom oznake HOP stvara uvjete za ostanak stanovništva na otocima."<sup>5</sup> Valja spomenuti i kako projekt Hrvatski otočni proizvod potiče otočane da "puste" na vidjelo svoju inovativnost i poštujući tradicijske vrijednosti kreiraju prepoznatljiv proizvod koji će ostaviti pozitivne učinke ne samo na lokalnu zajednicu u kojoj borave, već i na cijelu turističku ponudu Republike Hrvatske. "Otočni" proizvođači potaknuti su da kroz samozapošljavanje stvaraju proizvode visoke kvalitete i ostaju na našim otocima, a potrošači su se susreli s novim proizvodima u čiju su se izvrsnost već uvjerali."<sup>6</sup> U 2014. godini je ukupno bilo "182 proizvođača (od kojih je 13 eko proizvođača i 18 proizvođača s oznakom zemljopisnog podrijetla) za 517 proizvoda i proizvodnih linija s 21 otoka (Brač, Hvar, Vis, Korčula, Pag, Krk, Lastovo, Dugi Otok, Rab, Cres, Lošinj, Prvić, Ugljan, Mljet, Šolta, Žirje, Pašman, Iž, Murter, Kornat, Olib) i poluotoka Pelješca."<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Ibid, 3. ožujka 2015.

<sup>4</sup> Ibid, 3. ožujka 2015.

<sup>5</sup> [http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014\\_web.pdf](http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014_web.pdf), str.5, 17. travnja 2015.

<sup>6</sup> Ibid, str. 2, 17. travnja 2015.

<sup>7</sup> <https://razvoj.gov.hr/istaknute-teme/hrvatski-otocni-proizvod-1918/1918>, 17. lipnja 2015.

## 2.1. Hrvatski otočni proizvod i održivi razvoj otoka

“Lojalnost je jaka, ali je tradicija još jača.”<sup>8</sup> Razvoj hrvatskog otočnog turizma ima pozitivne utjecaje i na održivi razvoj jer “čovjekov je razvoj održiv ako se prirodni eko sustavi koriste kao resursi rasta proizvodnje i potrošnje, ali se sljedećim generacijama ostavljaju u stanju neumanjene kakvoće i iskoristivosti.”<sup>9</sup> Prilikom proizvodnje se njeguju tradicionalni načini prerade materijala, odnosno namirnica ukoliko se radi o prehrambenim proizvodima, jer “održiva tehnologija uzima iz prirode, ali prerađuje i obrađuje tako da otpada ili ne bude ili da bude inertan, neškodljiv.”<sup>10</sup>

Hrvatski su otoci prostorno i tradicionalno idealni za razvoj održivog turizma s obzirom na prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu i na kapacitet nosivosti, odnosno ne mogu “podnijeti”, barem ne dugoročno, masovnost i nepoštivanje prostornog okvira koji imaju.

“Otoci trebaju razvijati specifične, selektivne vrste turizma, prema strogo određenim kriterijima, pri čemu bi se optimizirala prirodna i kulturna baština, ali i zadržala maksimalna autentičnost.”<sup>11</sup>

Razvoj selektivnih tipova turizma koji uvažavaju jedinstvenost i nezamjenjivost prirodne okoline predstavlja put k razvoju svakog otoka. “Međutim, kod proizvoda kulture, upravo zbog njihovih osobitosti kvaliteta je jedinstvenost i neponovljivost pristupa, iskustva, osjećaja; ona je ljepota kao nemjerljiv osjećaj potpunosti, koherencije, ravnoteže, izazova; kvaliteta je dubina kojom se dotiču značenja ispod pojavnosti i upotrebnosti.”<sup>12</sup> Hrvatski otočni proizvod je prehrambeni suvenir i time ima veliki značaj za razvoj otoka, ali i za promociju otoka. Posjetitelji su željni da ono što kupe ima vrijednost, a oznaka Hrvatskog otočnog proizvoda u sebi krije izvrsnost i kvalitetu.

## 3. Šibensko – kninska županija

Šibensko kninska županija predstavlja dio Hrvatske poseban po svojoj bogatoj povijesti, mediteranskom načinu života te izrazito dobro očuvanoj gastronomskoj i kulturno – povijesnoj baštini. Može se podičiti sa svoja dva nacionalna parka, Krkom u kopnenom i Kornatima na morskom dijelu. “Rijeka Krka istodobno je ona veza koja je oduvijek integrirala dio prostora sjeverne i srednje Dalmacije u jedinstvenu cjelinu – šibensko područje.”<sup>13</sup>

### 3.1. Otok Murter

Otok Murter predstavlja najveći otok na šibenskom području, a uz istoimeni Murter na otoku se nalaze još mjesta Betina, Jezera i Tisno. “Stanovništvo otoka Murtera bavi se poljo-

<sup>8</sup> Lindstrom M (2009): Brand sense – revolucija osjetilnog brandinga, M.E.P. d.o.o., Zagreb, str. 146

<sup>9</sup> Geić S (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, str. 451

<sup>10</sup> Ibid, str. 451

<sup>11</sup> Lajić I, Podgorelec S, Babić D (2001): Otoci-ostati ili otići, Institut za migracije i narodnosti, Zagreb, str. 71

<sup>12</sup> Meler M (2006): Marketing u kulturi, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, str. 178

<sup>13</sup> <http://sibensko-kninska-zupanija.hr/stranica/opi-podaci/70>, 1. travnja 2015.

privredom, stočarstvom i ribarstvom. Od poljoprivrednih kultura najviše se uzgaja maslina, voće i povrće. Danas su osim tih tradicionalnih djelatnosti razvijeni turizam i mala privreda.”<sup>14</sup>

Nositelji markice Hrvatski otočni proizvod na otoku Murteru su:<sup>15</sup>

1. Raol d.o.o. (Murter) je dobitnik Oznake u 2011. godini za ekstra djevičansko maslinovo ulje. U 2014. godini je Raol dobio Oznaku za crnu pasteriziranu maslinu.
2. Damex, d.o.o. (Murter) je dobitnik Oznake u 2011. godini za murtersku škrinjicu “baul”.
3. Salvia d.o.o. (otok Kornat) je dobitnik Oznake u 2011. godini za eterično ulje kadulje, hidrolat kadulje i čaj kadulja.
4. Udruga za zaštitu prirode i okoliša te promicanje održivog razvoja Argonauta (Murter) je dobitnica Oznake u 2011. i 2013. godini za edukativne slikovnice, slagalice – puzzle “čudesni svijet kornatskog otočja.” U 2015. godini Oznaku je dobila igra memorija.<sup>16</sup>
5. Bisage – turistička agencija, obrt za usluge turističke agencije i ostale uslužne djelatnosti (Murter) je dobitnica Oznake u 2014. za suvenire od drva masline, a u 2015. godini za svijećnjake od drva masline.<sup>17</sup>

### **3.2. Otok Žirje**

“Otok Žirje je najudaljeniji naseljeni otok šibenskog arhipelaga. Nekoć je bio pokriven gustim mediteranskim hrastovim šumama, pa se pretpostavlja da je ime dobio po plodu tog drveta – žiru. Otok Žirje je vrlo razveden s brojnim uvalama, a oko njega ima mnogo otočića i grebena.”<sup>18</sup>

Nositelj markice Hrvatski otočni proizvod sa otoka Žirja je Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Tomica Osredečki (Žirje), koje je dobitnik Oznake u 2011. godini za med (ružmarin, kadulja).<sup>19</sup>

### **3.3. Otok Prvić**

Otok Prvić je smješten u šibenskom arhipelagu, a o otoku su napisana brojna djela, no ipak se uvijek uspije pronaći još pokoji detalj koji ovaj maleni otok čini još privlačnijim i ljepšim. “To je jedini otok s površinom manjom od 3 km<sup>2</sup>, s dva naseljena mjesta, jedini na cijelom Jadranskom moru, a možda čak i na čitavom Sredozemnom području”<sup>20</sup>.

Nositelji markice Hrvatski otočni proizvod su:<sup>21</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.tzo-murter.hr/Default.aspx?sifraStranica=33>, 1. travnja 2015.

<sup>15</sup> Popis prema: [http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014\\_web.pdf](http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014_web.pdf), str. 214-216, 1. travnja 2015.

<sup>16</sup> <https://razvoj.gov.hr/UserDocImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje//HOP%20katalog%20za%202015..pdf>, str. 77, 27. svibnja 2016.

<sup>17</sup> Ibid, str. 81.

<sup>18</sup> <http://www.sibenikregion.com/hr/destinacije/otoci/zirje>, 1. travnja 2015.

<sup>19</sup> Popis prema: [http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014\\_web.pdf](http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014_web.pdf), str. 308, 1. travnja 2015.

<sup>20</sup> Vlahov, S (2014): Otok Prvić u šibenskom arhipelagu- kazivanja o povijesti i baštini otoka, Redak, Split, str. 6

<sup>21</sup> Popis prema: [http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014\\_web.pdf](http://www.mrrfeu.hr/UserDocImages/Regionalni%20razvoj/OTOCI/HOP%202014_web.pdf), str. 254, 256, 257, 64, 66, 20, 1. travnja 2015.

1. Poljoprivredna turistička zadruga Faust Vrančić (Prvić Luka) je dobitnica Oznake za 2009., 2011., 2012. i 2013. godinu, a nude ulja za njegu tijela (kantaron, smilje, mrkva), prvinsko maslinovo ulje, sušenu smokvu, hobotnicu na salatu u maslinovom ulju, prvinski prirodni sapun, prvinsku hobotnicu (svježe vakumiranu, sušenu hobotnicu) i džem od smokava. Dobitnica je Oznake i u 2014. godini za filetirane incune, pogaču Fausta Vrančića, ručno kukičane haljine i liker od kadulje. U 2015. godini su palamida u ulju i namaz od maslina dobitnici Oznake.<sup>22</sup>
2. Ugostiteljski obrt Ribarski dvor (Prvić Šepurine) je dobitnik Oznake u 2012. godini za prirodni sapun od ružmarina.
3. Obrt Lipa (Prvić Šepurine) je dobitnica Oznake u 2008., 2009., 2010., 2011., 2012., 2013. godini, a proizvodi su narodna nošnja (košulja-tunika, muški pojas), *tkanice* – ženski pojasevi, *crvenkapa*, pomidorić, linija muška narodna nošnja, linija narodna nošnja (ljetni platneni ženski *fuštan*, vunena tkana ženska suknja *carza*, *sarza*, ženski gornji prslučić *bušt*, muški gornji haljetak s rukavima *koporan*, *kaparan*, *kampanan*, muške i ženske bijele platnene košulje), *crvenkapa* (muška tradicijska kapa), mini pašnjača, stolnjaci, ubrusi, torbe. Dobitnica je Oznake i u 2014. godini za prstene za salвете, a u 2015. godini za tapet.<sup>23</sup>
4. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo Mario Šmit (Prvić Šepurine) je dobitnik Oznake u 2014. godini za liker od mirte. U 2015. godini su Oznaku dobili uljni macerati (smilje, Gospina trava, neven) te čaj sa škoja.<sup>24</sup>

#### 4. Hrvatski otočni proizvod i otok Prvić

U prethodnim je poglavljima navedeno koja je svrha Hrvatskog otočnog proizvoda, koji su proizvodi nositelji istoimene markice, a koji potječu s otoka Prvića.

Otok Prvić je male površine, ali bogate povijesti i bogatog kulturno povijesnog naslijeđa. Međutim, kao i ostali otoci, i manje sredine, suočen je sa starijom demografskom strukturom, iako je u posljednje vrijeme povećan broj mladih obitelji koje su se odlučile za život na otoku. Sredozemna klima, povoljni životni uvjeti, redovite brodske linije koje se za ljetnih mjeseci povećaju i tendencija razvoju, nekoliko je karakteristika kojima bi se otok mogao opisati u zadnjih nekoliko godina.

Zbog čega je Hrvatski otočni proizvod važan za otok? Iz više razloga. Prvi, a možda i najvažniji je to što pruža mogućnost zapošljavanja ljudi te time potiče vraćanje stanovništva na otok. Nadalje, čovjek sam, iskorištavajući ono što mu priroda pruža, pokušava ostvariti sebe, svoje težnje i zamisli. Kroz ovaj se projekt, svakako teži očuvanju i zaštiti prirodnih, ali i kulturnih bogatstava, starih običaja, zaštiti onoga na čemu su stari otočani nekoć izgradili svoj život i prepustili ga mlađim generacijama.

<sup>22</sup> <https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages//O%20ministarstvu/Regionalni%20razvoj/Otoci%20i%20priobalje//HOP%20katalog%20za%202015..pdf>, str. 44, 27. svibnja 2016.

<sup>23</sup> Ibid, str. 79., 27. svibnja 2016.

<sup>24</sup> Ibid, str. 43., 27. svibnja 2016.

Može se zaključiti kako je otok nekada uživao veoma bitan gospodarski značaj, koji je danas neusporediv po broju obrađenih površina, ali se razvija po pitanju turizma i otočnih proizvoda.

Kroz projekt Hrvatski otočni proizvod se uspijeva pokazati da se otok Prvić može razvijati u smjeru kulturnog turizma, gastro turizma, a to s druge strane upućuje i na razvoj održivog turizma. Turizam svakako, nisu samo plaža, sunce i more, turizam može predstavljati i puno više. Iako, prva varijanta predstavlja lakši i brži način zarade, potonja ipak otvara vrata dugoročnijem napretku, u koji treba duže ulagati i koji možda donosi duže vrijeme povrata uloženo, ali svakako ide k smjeru održivosti, što je na otocima uistinu od velike važnosti, jer svaka masivnost vodi do saturacije i devastacije područja.

Sljedeća pogodnost je stvaranje prepoznatljivog imidža. Današnje su generacije svjedoci kako velike grupe posjetitelja odlaze u ona mjesta u kojima mogu vidjeti spomenike pod UNESCO-om zaštitom ili nekom drugom. Hrvatski otočni proizvod simbol je kvalitete, garancija predanog rada, garancija izvornosti i autohtonosti. Njime se čuvaju navedene kvalitete i prezentiraju se, ne samo na domaćem, već i na inozemnom tržištu. Promoviranje hrvatskih otoka pomaže produljenju turističke sezone.

Stvara se ujedinjenje svih otočnih proizvođača, što pomaže lakšem proboju na konkurentno tržište, lakše se stvaraju poslovna partnerstva i lakše se podnosi poslovni rizik.

Nadalje, stvara se novi marketinški pristup gdje više nije dovoljno imati prihvatljivu cijenu i privlačnu ambalažu, već se cilja na osjećaje potencijalnih kupaca čime se zapravo i bavi marketing 21. stoljeća.

## 5. Zaključak

Otok Prvić ima brojne mogućnosti za daljnji razvoj. Jedna od njih je i organiziranje škraping turizma. Nadalje, otočni način govora se kroz godine i nove generacije izmijenio pa se riječi i izrazi koji su se nekada govorili više ne koriste ili se koriste u manjoj mjeri. Tu se otvara mogućnost organiziranja škole starog govora da se barem djelomično sačuva od zaborava.

Kada bi se otok Prvić usporedio sa otokom na kojem se može pronaći najviše proizvoda koji su nositelji oznake Hrvatski otočni proizvod, to bi nesumnjivo bio otok Brač. Prema veličini, jedan drugome predstavljaju suprotnost jer se Brač ubraja među najveće hrvatske otoke, a Prvić među najmanje. Ipak, postoji nekoliko činjenica koje ih čine sličnima. Baš kao i Prvić, Brač je u prošlosti bio gospodarsko središte (vinogradarstvo, ribarstvo, pomorstvo i sl.). 70-ih godina prošlog stoljeća se počela razvijati infrastruktura sa vodoopskrbom, elektroopskrbom itd. Ono što na Prviću nedostaje, a na Braču je uvelike započeto je obnova starih maslinika i vinograda. Uz uzgoj maslina, moglo bi se započeti s uzgojem šipurike ili divlje ruže, te iskoristiti potencijal koji u sebi krije drača.

Brač ima pokrenutu preradu ribljih konzervi, a na Prviću se nalazi prostor gdje je nekoć djelovao pogon za preradu ribe, ali danas je zatvoren. Na tom je mjestu danas otvoreno odmaralište. U posljednje vrijeme raste interes prema stočarskoj proizvodnji u ovom kraju što je vidljivo iz povećanja broja gospodarstava koji se bave uzgojem koza i ovaca.

Turizam Braču predstavlja važan izvor zarade, ali ne glavni. Zato ne treba razvoj gledati isključivo na razvoju samo jedne gospodarske grane, već uvijek uzeti u obzir najbolju mogućnost kombiniranja i nikako ne zaboraviti kapacitet nosivosti. Turizam je pozitivan, ali je kratkog vijeka (sezonalnost mu je i dalje glavna karakteristika), zato treba razmišljati o dugoročnijim oblicima razvoja. Jer uzimajući u obzir da se nekoć uspijevalo sve navedeno spojiti, a opet očuvati otok, samo je dokaz da je bitno biti umjeren u razvoju.

Ovim se radom željelo prikazati koji su otoci koji nude proizvode s oznakom Hrvatski otočni proizvod, zbog čega je on bitan i poseban. Također, ovdje je prikazana studija slučaja na otoku Prviću. Hrvatski otočni proizvod je projekt kojim se otočni proizvodi kao simbol izvrsnosti, tradicije i kvalitete žele staviti pod isti brend. Na taj se način stvara veća snaga za izlazak na tržište. Otok Prvić se može pohvaliti sa nekoliko proizvoda koji su nositelji spomenute Oznake. S obzirom na svoju veličinu i dugu povijest, otok Prvić ima jako dobru i kvalitetnu turističku ponudu, dobro je povezan s kopnom i primjer je uspješnosti malih otoka. Da bi se uspjelo, potrebno je vratiti barem dio stanovnika koji su otišli u potrazi za boljim životom. Potrebno je mladih obitelji, a posebno je lijepo od mlađih generacija čuti kako se svi nakon školovanja u drugim gradovima žele vratiti.

Kada se razvija bilo koja turistička destinacija, na ovom primjeru otok, na papiru i u ideji sve lijepo zvuči. Ali nikada se ne smije zaboraviti mjesto gdje se to razvija, koliko je to dugoročno za budućnost i ostavlja li ikakve pozitivne mogućnosti za sutra.

Pisati o svom rodnom kraju je lijepo, ali i teško. Ponekad se ne mogu pronaći prave riječi kojima bi se reklo sve što se želi reći. Ali imati mogućnost pisanja o njemu je velika čast i blagoslov, zato gdje god da put čovjeka povede, nikada ne smije zaboraviti otkuda je potekao i tko ga uvijek strpljivo čeka da mu se vrati.

## LITERATURA

1. Lindstrom M (2009): Brand sense – revolucija osjetilnog brandinga, M.E.P. d.o.o., Zagreb
2. Geić S (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split.
3. Lajić I, Podgorelec S, Babić D (2001): Otoci-ostati ili otići, Institut za migracije i narodnosti, Zagreb
4. Meler M (2006): Marketing u kulturi, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek
5. Vlahov S (2014): Otok Prvić u šibenskom arhipelagu- kazivanja o povijesti i baštini otoka, Redak, Split
6. [www.hgk.hr/zk/rijeka/javni-poziv-za-dodjelu-oznake-hrvatski-otocni-proizvod](http://www.hgk.hr/zk/rijeka/javni-poziv-za-dodjelu-oznake-hrvatski-otocni-proizvod) (pristup: 3.ožujka 2015.)
7. [www.mrrfeu.hr](http://www.mrrfeu.hr) (pristup: 17. travnja 2015.)
8. [www.razvoj.gov.hr](http://www.razvoj.gov.hr) (pristup: 17. lipnja 2015., 1. travnja 2015., 27. svibnja 2016.,)
9. [www.sibensko-kninska-zupanija.hr](http://www.sibensko-kninska-zupanija.hr) (pristup: 1. travnja 2015.)
10. [www.tzo-murter.hr](http://www.tzo-murter.hr) (pristup: 1. travnja 2015.)
11. <http://www.sibenikregion.com/hr> (pristup: 1. travnja 2015.)

Summary

**CROATIAN ISLANDS AND ISLAND PRODUCTS**

*The importance of protecting cultural island heritage through the project Croatian Island Product, including a case study of island Prvić is explained in this paper. Nowadays, in a busy and highly technological world, it is very difficult to choose the "right" product or service which are offered on the market. The project Croatian Island Product, founded in 2007 is one of the ways to preserve rich cultural and historical heritage and work of insulars and their homesteads. Also, it gives possibility for people who live on the islands, just like those who once left the islands in search for better life to come back and establish their lives. This Project also represents the way of conserving alimentary products and enables development of island gastronomy. This paper is made up of several sections of Ana Vlahov's final paper with the specialist graduate study of management.*

**Keywords:** *islands, Croatian Island Product, heritage, island Prvić, gastronomy.*