

Lidija Komes*
Mahira Tanković**
Valentina Kletečki***

EUROPSKE DESTINACIJE IZVRSNOSTI (*EUROPEAN DESTINATIONS OF EXCELLENCE: EDEN*) – PROJEKT EUROPSKE KOMISIJE

Sažetak

Projekt Europske komisije pod naslovom *European destinations of excellence* (EDEN) pokrenut je 2006. kao novi vid europskog održivog turizma i pokušaj stvaranja prepoznatljivog, specifičnog i jedinstvenog europskog „održivog, zelenog, prirodnog i zdravog turizma.” Suprotno masovnom turizmu u velikim poznatim turističkim središtima, EDEN otkriva manje poznate, skrivene „zelene” i „modre” turističke bisere u zemljama članicama Europske unije. Europska komisija pobjednike pozicionira na turističku kartu Europe kao preporučene destinacije izvrsnosti, tj. poziv i putokaz turistima, suvremenim nomadima koji žele uhvatiti „svoj tihi komadić raja”. Natjecanje u Hrvatskoj zajednički provode Ministarstvo turizma i Glavni ured Hrvatske turističke zajednice. Svake godine raspisuje se natjecaj, primaju prijave i formira povjerenstvo sastavljeno od iskusnih turističkih djelatnika koji obilaze i ocjenjuju kandidate. U finale ulazi najviše pet destinacija, a na posebnoj EDEN svečanosti bira se i proglašava novi nacionalni pobjednik.

Ključne riječi: Europske destinacije izvrsnosti, održivi turizam, uloga velposlanika/nice EDEN-a, hrvatski pobjednici EDEN destinacije, hrvatska EDEN destinacija za 2017.

1. Uvod

Europska komisija provela je 2006. pilot-projekt pod nazivom EDEN (*European Destinations of Excellence*) čiji je cilj promicanje modela održivog razvoja turizma u zemljama Europske unije. Ključna značajka izabranih destinacija njihova je predanost društvenoj, kulturnoj i okolišnoj održivosti. Pilot-projekt pokazao se uspješnim, a pravo natjecanja zatražile su (i dobile) i pretpristupne članice Europske unije.

* Lidija Komes, prof., ambasadorica Hrvatske za EDEN, HRT, lidija.komes@gmail.com

** mr.sc .Mahira Tanković, Libertas međunarodno sveučilište, tankovicma@gmail.com

*** Valentina Kletečki, bacc. oec., studentica , Libertas međunarodno sveučilište, vkletec93@gmail.com

Projekt EDEN ukazuje na vrijednosti, raznolikosti i zajednička obilježja europskih turističkih destinacija, stvara podlogu za dijeljenje dobre prakse diljem Europe i umrežavanje nagrađenih destinacija. Inicijativa EDEN-a je važna u isticanju manje poznatih, ali odličnih turističkih odredišta u skladu s načelima održivog razvoja te prepoznatljivog, specifičnog i jedinstvenog europskog „održivog, zelenog, prirodnog i zdravog turizma”. Europska komisija promovira EDEN kako bi Europa turistima postala prepoznata kao „jedinствена privlačna zelena oaza”, uz bogatstvo manjih atraktivnih destinacija gdje se može naći odmor, unaprijediti psihičko i fizičko zdravlje uz očuvani okoliš, prirodnu ljepotu, tradiciju, povijest i kulturu. Vukonić i Keča (2001: 90) ističu da zaštita prirode prelazi granice jedne zemlje ili jednog područja kao što ih je već davno prešao i sam turizam. Internacionalizacijom turizma i turističkih kretanja internacionalizirali su se i problemi zaštite prirode i međusobnog odnosa turizma i aktivnosti zaštite prirode, stoga i rješenja treba tražiti na internacionalnoj razini.

U Hrvatskoj natjecanje provode Ministarstvo turizma i Glavni ured Hrvatske turističke zajednice. Svake godine raspisuje se natječaj, primaju prijave i formira povjerenstvo sastavljeno od iskusnih turističkih djelatnika koji obilazi i ocjenjuju kandidate. U finale ulazi najviše pet finalista od kojih se na kraju, na posebnoj EDEN svečanosti, bira i proglašava novi nacionalni EDEN pobjednik. Povjerenstvo, turistički djelatnici i predstavnici prethodnih dobitnika EDEN titule na završnom nacionalnom izboru zajednički pregledavaju prezentacije, prate objašnjenja i eventualne nastupe (pjesma, ples, kulinarske vještine, izvorni „ručni rad”, stihovi i svi vidovi stvaralaštva koji ističu kulturno-povijesni identitet destinacije).

EDEN pobjednik, osim dodjele priznanja u svojoj zemlji, pozvan je i na svečanost počasnog proglašenja u Bruxellesu. Pobjednik potpisuje „Bruxellesku deklaraciju”, dobiva pravo korištenja loga EDEN-a i ulazi na popis preporučenih EDEN destinacija na turističkoj karti Europe. Turisti, posebno iz skandinavskih te dalekostočnih, azijskih zemalja i SAD-a, informiraju se na web stranicama EDEN-a i planiraju svoja putovanja putem mreže EDEN destinacija.

Odlukom Europske komisije i finalisti su evidentirani u EDEN destinacije, jer su već izborom u finale pokazali izuzetnu kvalitetu. Svaka EDEN destinacija Europskoj komisiji godišnje plaća simboličan iznos od 400 eura za članstvo u EDEN organizaciji.

2. Održivi razvoj turizma

Održivi razvoj (engl. *sustainable development*, njem. *die nachhaltige Entwicklung*) proces je koji ima više definicija, a najpoznatija i najčešće upotrebljavana objavljena je u izvješću „Naša zajednička budućnost” UN-ove Komisije za okoliš i razvoj iz 1987. Prema njoj, održivi je razvoj „razvoj kojim se zadovoljavaju potreba današnjih naraštaja a da se pritom ne ugrožava mogućnost budućih naraštaja u zadovoljavanju nji-

hovich potreba” (Bačun et al., 2012: 195). Tri su osnovna načela održivog razvoja koji se temelje na ekološkoj održivosti, sociokulturnoj održivosti te ekonomskoj održivosti. Ekološka održivost osigurava razvoj koji je kompatibilan s održavanjem ekoloških procesa, biološkim različitostima i biološkim resursima. Socijalna i kulturna održivost osigurava da razvoj poveća nadzor čovjeka nad svojim životom i kompatibilna je s kulturom te održava i jača identitet zajednice. Ekonomska održivost osigurava da je razvoj ekonomski uspješan i da se resursima upravlja na način da mogu služiti i budućim generacijama (Vukonić i Keča, 2001: 190).

Deklaracija Poslovnog savjeta za održivi razvoj između ostalog ističe da su gospodarski rast i zaštita okoliša neraskidivo povezani te da kakvoća sadašnjeg i budućeg življenja počiva na zadovoljavanju osnovnih ljudskih potreba koje pritom ne uništava okoliš o kojem ovisi sav život (Schmidheiny, 1995: XV). Prema Mülleru (2004: 44) pod održivim razvojem smatra se porast kvalitete života, tj. ekonomskog blagostanja i subjektivnog dobrog osjećaja koji se postiže smanjenim ulaganjem neobnovljivih prirodnih resursa i sve manjim opterećivanjem okoliša i ljudi, a s ciljem da se ne ograničavaju opcije budućih generacija.

Rječnik turizma (Vukonić i Čavlek 2001: 408) navodi da je turizam (engl. *tourism*, njem. *Tourismus, Fremdenverkehr*), prema definiciji prihvaćenoj od AIEST-a i Svjetske turističke organizacije (WTO), skup odnosa i pojava vezanih za aktivnosti osoba koje putuju i borave u mjestima izvan mjesta svog stalnog boravka i to neprekidno najviše do godine dana radi provođenja slobodnog vremena, poslovnih i drugih razloga. Održivi turizam je i odgovorni pristup turizmu koje karakteriziraju zaštita okoliša, turizam kulturne baštine, upoznavanje s destinacijom njenim običajima i kulturom uz globalnu internetsku povezanost.

Održivi turizam (engl. *sustainable tourism*, njem. *haltbarer Tourismus*), sposobnost turističke destinacije da ostane u ravnoteži s okruženjem, odnosno sposobnost da ostane konkurentna na tržištu usprkos pojavi novih i manje posjećenih destinacija te da privuče podjednako posjetitelje koji se vraćaju i one koji prvi put dolaze (Vukonić i Čavlek 2001: 253). Svijest o mogućim negativnim ekološkim posljedicama turističkog razvoja postojala je čak mnogo prije, a o tome se pisalo, pa i šire raspravljalo i u 19. stoljeću. No tada je to bilo tek u naznakama i općenitim formulacijama, u kojima se uglavnom isticala potreba čuvanja prirodnog okruženja, jer priroda se oduvijek smatrala s jedne strane temeljnim atraktivnim čimbenikom turističkog razvoja, a s druge strane najosjetljivijim čimbenikom tog razvoja (Vukonić, 2010: 115).

Svjetska konferencija o održivom turizmu održana je 1995. na Kanarskim otocima u gradu Lanzarotu. U zaključku konferencije doneseni su dokumenti *Charter for Sustainable Tourism* i *The Sustainable Tourism Plan and Action* kojima su definirani plan i aktivnosti potrebni za razvoj održivog turizma. U publikaciji Svjetske turističke organizacije (UNWTO) „Učiniti turizam održivijim: vodič za stvaraoce politika”,

12 je glavnih ciljeva održivog razvoja: ekonomska održivost, boljitak lokalne zajednice, kvaliteta radnih mjesta, društvena pravednost, zadovoljstvo posjetitelja, lokalno upravljanje, blagostanje zajednice, kulturno bogatstvo, fizički integritet, biološka raznolikost, učinkovito korištenje resursa te čistoća okoliša. Zaštita okoliša i povijesne baštine trajni je imperativ razvoja turizma. Alfier (1994: 169) ističe da turizam bi zapravo trebalo učiniti najodgovornijim za takvu zaštitu jer je on najveći, najintegralniji i najintenzivniji korisnik prostora i svih prirodnih i radom stvorenih vrijednosti u prostoru Hrvatske i jer je održavanje i povećanje društvenog fonda rekreativnog prostora i trajna zaštita njegovih kvaliteta i vrijednosti bitan uvjet ne samo za uspješan razvoj turizma u budućnosti nego i za njegov opstanak na dostignutom stupnju razvoja. U turizmu, u kojem su sudionici ponude praktički svi gospodarski i negospodarski subjekti kao i lokalno stanovništvo, slijediti navedene principe održivosti vrlo je zahtjevna zadaća (Vukonić, 2015: 59).

3. Europske destinacije izvrsnosti (EDEN)

Europska komisija pokrenula je 2006. projekt za izbor Europskih destinacija izvrsnosti radi stvaranja europske mreže destinacija održivog turizma te promocije novih netradicionalnih, turistički manje razvijenih destinacija. Hrvatska je u projekt uključena od početka, a ulaskom u EU dobila je pravo na potporu. Svrha projekta „Otkrijte skrivena blaga Europe” je promicanje turistički manje razvijenih destinacija, ali i nagraditi održive oblike turizma, ukazati na raznolikosti i produljiti turističku sezonu.

U razdoblju od 2006. do 2017. na teme ruralnog turizma, nematerijalne baštine, zaštićenih područja, turizma uz vode, prenamjene fizičkih lokaliteta, pristupačnog turizma, gastronomije te kulturnog turizma izabrano je osam pobjedničkih nacionalnih EDEN destinacija izvrsnosti u Hrvatskoj. Ukupno je 35 destinacija članica mreže EDEN u Hrvatskoj.

Pobjednička destinacija u nacionalnom izbornom postupku dobiva priznanje na svečanoj dodjeli nagrada koju organizira Europska komisija te priznanje na Danima hrvatskog turizma. Destinacije izvrsnosti iz 27 zemalja sudionica potpisuju Memorandum o razumijevanju, tzv. „Deklaraciju o europskoj mreži destinacija izvrsnosti za održivi turizam”, s kojom se obvezuju na međusobnu suradnju i razmjenu znanja i informacija o razvoju turizma.

3.1. Osnovna obilježja projekta

S ciljem da se stvori europska mreža najljepših destinacija održivog turizma i promoviraju nove netradicionalne i turistički manje razvijene destinacije, Europska komisija pokrenula je pilot projekt za izbor Europskih destinacija izvrsnosti i to svake godine na drugu temu. Svaka zemlja koja sudjeluje u projektu vodi svoj izborni postupak, a

Slika 1. Logo *European Destinations Excellence* (EDEN)



Izvor: <https://croatia.hr/hr-HR/eden>, 22. siječnja 2018.

u Hrvatskoj ga provodi Glavni ured Hrvatske turističke zajednice sa sustavom turističkih zajednica te uz sudjelovanje i suglasnost Ministarstva turizma Republike Hrvatske. Kako bi se proveo nacionalni izbor potrebno je imenovati tim za provođenje postupka, imenovati povjerenstvo, izraditi kriterije, objaviti natječaj i izabrati pobjednika koji će nazočiti Europskoj svečanoj dodjeli nagrada, a koju organizira Europska komisija. Pobjednik postaje članom Europske mreže odredišta projekta EDEN. Na Danima hrvatskog turizma nacionalnom se pobjedniku uručuje priznanje i statua.

3.2. Svrha projekta

Svrha projekta je promicati turistički održive oblike turizma, istaknuti raznolikosti i kvalitetu manje poznatih turističkih destinacija. Glavna obilježja i ciljevi projekta su: promicanje europskog turizma, stvaranje svijesti o raznolikosti i kvaliteti europske turističke ponude, promicanje svih zemalja i regija, ublažavanje sezonalnosti, pokušaj balansiranja turističkih tokova (vremenski i destinacijski), stvaranje platforme za razmjenu dobrih primjera na europskoj razini, promoviranje nagrađenih destinacija te poticanje drugih destinacija za usvajanje modela održivog razvoja turizma.

4. Europske destinacije izvrsnosti u Hrvatskoj

U razdoblju od 2006. do 2017. teme EDEN-a bile su: ruralni turizam, nematerijalna baština, zaštićena područja, turizam uz vode, prenamjena fizičkih lokaliteta, pristupačni turizam, gastronomija i kulturni turizam.

4.1. Hrvatski pobjednici europskih destinacija izvrsnosti

4.1.1. Turizam na ruralnom području (2006./2007.)

U 2006./2007. prva EDEN tema bila je *Turizam na ruralnom području*, radi očuvanja prirodnih ljepota i kulturne baštine sela, tradicije, promocije i načina upravljanja lokalnom turističkom ponudom temeljenom na održivom razvoju, odnosno održiv ekonomski razvoj temeljen na očuvanju prirodne baštine. Hrvatska je bila jedina zemlja nečlanica EU koja je sudjelovala u tome izboru.

Nacionalni pobjednik bio je Sveti Martin na Muri, kojemu je u sklopu 6. Europskog turističkog foruma u Portugalu (25. i 26. listopada 2007.) dodijeljeno priznanje. Sveti Martin na Muri, u **Međimurskoj županiji**, poznat je po vinorodnim brežuljcima, termalnim vodama i toplicama idealnima za profesionalne i rekreativne sportaše, po biciklističkim stazama i prostorima za sportske aktivnosti, **šetnji** uz Muru, starom mlinu na Muri te mlinarskoj kući.

4.1.2. Turizam i lokalna nematerijalna baština (2007./2008.)

Tema EDEN-a 2008. bila je *Turizam i lokalna nematerijalna baština*. Hrvatski pobjednik bio je grad Đurđevac u Koprivničko-križevačkoj županiji. Tradicionalna Picokijada okosnica je mnogih događanja temeljenih na nematerijalnoj baštini, tj. legendom o lukavstvu kojim su mudri Đurđevčani, iako gladni i na kraju snaga, iz utvrde, prema turskoj opsadi ispalili posljednjeg pijetla, uvjerivši tako neprijatelja da imaju dovoljnu zalihu hrane i oružja za dugotrajan otpor i pobjedu. Do današnjih vremena sačuvani su scenski doživljaji legende o picokima.

Polufinale za izbor nacionalnog pobjednika od pet izabраниh finalista održano je kod prošlogodišnjeg pobjednika, u Svetom Martinu na Muri, što za Hrvatsku nadalje postaje tradicija. Na izboru za EDEN destinacije sudjelovalo je mnogo više zemalja (20), a nagrade su dodijeljene tijekom 7. Europskog turističkog foruma u Bordeauxu u Francuskoj.

4.1.3. Turizam i zaštićena područja (2008./2009.)

Tema EDEN natječaja za 2009. godinu bila je *Turizam i zaštićena područja*. Pobjednik je Nacionalni park Sjeverni Velebit u Ličko-senjskoj županiji, a priznanje je uručeno u Bruxellesu za vrijeme 8. Europskog turističkog foruma. Nacionalni park Sjeverni Velebit posebno ističe gospodarsko korištenje zaštićene prirode, bogatstvo krške raznolikosti, živog svijeta i iznimnih ljepota iskonske divljine planinskih šuma i pašnjaka, prekrasnih vidika s planinskih vrhova s jedne strane na Liku, s druge na more i otoke. Dijelom asfaltirane, dijelom makadamske ceste, označene planinarske staze i putovi vode na Zavižan, Velebitski botanički vrt i na vrh Alan.

4.1.4. *Turizam uz vode (2009./2010.)*

Tema natječaja 2009./2010. godine bila je *Turizam uz vode*, a destinacije su bile nagrađene kao „EDEN destinacije za ponudu održivog vodenog turizma.” Tema izvrsnosti *Turizam uz vode* značila je potragu za onim turističkim obalnim, jezerskim i riječnim odredištima koja promiču inovativne pristupe u svojoj ponudi vodenog turizma te na taj način da razvijaju kvalitetniji okoliš. Hrvatski pobjednik je povijesni grad Nin u Zadarskoj županiji, koji ima dobro uhodane putove i prirodne pješčane plaže, a izvan sezone savršena mjesta za dugačke šetnje u prirodnom okruženju. Ninska sveukupna turistička ponuda temeljena je na očuvanosti kulturne, povijesne, gastronomske i prirodne baštine te zaštiti biološke raznolikosti uz obalu. Pješčane plaže u idiličnoj plitkoj laguni bogate ljekovitim blatom – peloidom pogodne su za liječenje reume, neplodnosti i nekih akutnih i kroničnih bolesti. Nagrade nacionalnim pobjednicima bile su dodijeljene 27. rujna 2010. u Bruxellesu, povodom Europskog dana turizma i od tada se uzastopno dodjeljuju na istom mjestu, u isto vrijeme.

4.1.5. *Turizam i prenamjena fizičkih lokaliteta (2010./2011.)*

Tema 2010./2011. bila je *Turizam i prenamjena obnovljenih fizičkih lokaliteta*. Izbor je bio usmjeren na destinacije koje su obnovile fizički prostor baštine i pretvorili ga u turističku atrakciju. Pobjedila je Pustara Višnjica iz Virovitičko-podravske županije. Riječ pustara dolazi od stare mađarske riječi ‘puszta’, što znači ‘zemlja za uzgajanje stoke i uzgoj konja’. Pustara Višnjica zasada je jedina radna pustara u zemlji. To je slavonsko imanje, nekadašnje poljoprivredno dobro, a danas turistički kompleks sa smještajnim kapacitetima, dvoranama za seminare, autohtonom slavonskom kuhinjom, ergelom konja, eko uzgojem raznovrsnog bilja i brojnim mogućnostima za sportske aktivnosti. Posebno su romantična vjenčanja na koje mladence i svatove dovoze svečano urešene starinske kočije i vrancu, a nakon slavlja slijedi uživanje u prirodi, šetnja stoljetnim parkom, biciklističke rute ili jahanje prema obližnjoj Dravi.

4.1.6. *Promocija projekta EDEN i hrvatskih destinacija izvrsnosti (2012.)*

Glavni ured Hrvatske turističke zajednice prijavio je sudjelovanje u projektu EDEN 2012. s aktivnostima promocije dotadašnjih pet destinacija izvrsnosti: oblikovanjem i tiskom plakata, oblikovanjem i tiskom preklapnog letka, izradom promidžbenog filma te izradom banneru. Posebno su pripremljene prezentacije u Ljubljani i Beču, organizirano je studijsko putovanje stranih novinara u pet destinacija izvrsnosti, nastup na poslovnim radionicama Buy Croatia u Zadru i Zagrebu, oglašavanje u domaćem i stranom tisku (*Adria Zeitung, Croatia Airlines, Putovanje za dvoje, Meridijani; Reise&Preise, Reisenfieber* i dr.). Promocija je također bila i na turističkim sajmovima, projekcijama filmova, dijeljenjem letaka i isticanjem plakata, internetske stranice Hrvatske turističke zajednice.

Specijalnu nagradu za promidžbu EDEN-a dobio je hrvatski grad Nin, koji je *jumbo* plakatima EDEN-a s vrhunskim fotografijama ljepote ninske prirode „okitio” svoje ulice, pa čak i autobusne postaje, tako da su domaćini i turisti **čekajući prijevoz mogli nesmetano razgledavati motive kraljičine plaže, solane, zaštićene ptice vlastelice, bogatstvo biljaka močvarnih staništa**, i turiste premazane od glave do pete ljekovitim ninskim peloidnim blatom.

Slika 2. Specijalna nagrada gradu Ninu za promociju EDEN-a



Izvor: <https://www.nin.hr/hr/nin/nagrade-priznanja>, 25. siječnja 2018.

4.1.7. *Pristupačni turizam (2013.)*

Tema izbora nacionalnog pobjednika Europske destinacije izvrsnosti 2013. bio je *Pristupačni turizam*. Pod pojmom pristupačni turizam podrazumijevaju se destinacije koje razvijaju turističku ponudu pristupačnu, odnosno dostupnu svim osobama, prilagođenu djeci, starijima, bolesnima i osobama s posebnim potrebama bez obzira na fizička ograničenja, invaliditet ili godine. Priznanje je dodijeljeno ruralnom turističkom objektu Stancija 1904. u središtu Istre (u mjestu Smoljanci kraj srednjovjekovnog Svetvinčenta). Stancija 1904. je prelijepa obiteljska vila okružena mediteranskim zelenilom, širokim položenim stazama pristupačna je teže pokretnim osobama i slabovidnim osobama za koje su jelovnici pisani na Brailleovu pismu, a u kuhinji i istarskoj konobi stolovi su niži i širi kako bi istarske delicije bile svima na dohvat ruke.

4.1.8. Turizam i lokalna gastronomija (2014./2015.)

Tema izbora pobjednika za europsku destinaciju izvrsnosti za 2014./2015. je *Turizam i lokalna gastronomija*, čiji je cilj nagrađivanje i promicanje netradicionalnih turističkih odredišta koja su u svoju turističku ponudu uključila lokalnu i autohtonu gastronomiju. Hrvatski nacionalni pobjednik je destinacija Gornje Međimurje ili „vrt zdravih užitaka” kao regija, savršena cjelina koju mnogi nazivaju i „Vrtom Hrvatske”. Osim ekološki uzgojenog voća i povrća tu su buče i bučino ulje, krumpir i krumpirrača, heljdina kaša, međimurska gibanica, međimurska „tiblica” s najukusnijim komadima mesnih delicija zapečenim u masti. Sve su to Međimurci svojim vrijednim rukama priskrbili, kroz povijest ljubomorno čuvali, a uz sjetne međimurske pjesme ponudili dragom gostu i prijatelju.

4.1.9. Promidžba EDEN destinacija i jačanje svijesti o njima (2016.)

Godina 2016. bila je posvećena promociji i podizanju svijesti o EDEN destinacijama pod nazivom *Promidžba EDEN destinacija i jačanje svijesti o njima*. Namjera projekta je uspostava kontakata i suradnje s medijima, putničkim agencijama, turoperatorima i blogerima kako bi se doprinijelo kvalitetnijoj promociji EDEN destinacija.

4.2. Hrvatska EDEN destinacija za 2017.

Vukovar – Vučedol – Ilok pobjednik je 2017. na temu *Kulturni turizam*. Istok Hrvatske prepun je prekrasnih priča, bogat je kulturnim naslijeđem, poznat po ukusnim specijalitetima i vrhunskom vinu.

4.2.1. Opširnije o hrvatskom EDEN pobjedniku za 2017.

Krajem prošlog stojeća Vukovar je postao simbolom obrane i stradanja Hrvatske u Domovinskom ratu, a priča o tragediji jednog naroda, prkosu i ponosu prikazana je kroz Vukovarski noćturno koji objedinjuje memorijalna mjesta grada: mjesto sjećanja – Vukovarsku bolnicu 1991., Ovčaru – Spomen dom i masovnu grobnicu, Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata, križ na ušću Vuke u Dunav i Centar Domovinskog rata u vukovarskoj vojarni. Franjevački samostan i crkva sv. Filipa i Jakova sastavni su dio zaštićene barokne povijesne cjeline iznimne ambijentalne vrijednosti, koja s baroknim šetnicom uz Dunav vodi do dvorca Eltz, reprezentativne građevine baroknog razdoblja u Hrvatskoj u kojem je danas smješten atraktivan Gradski muzej.

Na desnoj obali Dunava, šest kilometara nizvodno od Vukovara, otkriven je Vučedol – najznačajniji lokalitet eneolitika po kojem nosi ime jedna čitava kultura s jedinstvenom keramičkom produkcijom. Dokaz tomu je Vučedolska jarebica, poznatija kao golubica, u obliku ptice s bogatom ornamentikom i skladnim oblikom. Upravo jarebica, odnosno njezin mužjak poznat je po tome što će uvijek zavarati neprijatelja ako krene u napad na njegovo gnijezdo. On će tada glumiti da je ozlijeđen, da ima

ozlijeđeno krilo i nogu i ne može poletjeti, a šepajući i glumeći lako dohvatljiv plijen, odmamit će neprijatelja od gnijezda. Na dovoljnoj udaljenosti, kad su njegova ženka i mladunci sigurni od napada neprijatelja, odjednom će oživjeti i pun snage odletjeti ili otrčati bez šepanja i istovremeno spasiti i sebe i svoju obitelj. To je vučedolska jarebica/golubica, ali jednake – vrhunske umjetničke vrijednosti je i keramička čizmica pronađena prije nekoliko godina u Vučedolu. Naime, to je jedinstven primjer cipelice ili čizme koja je posebno oblikovana za lijevu, a posebno za desnu nogu. Do tada je za obje noge obuća bila potpuno jednaka, a tek se uporabom oblikovala u lijevu i desnu. Upravo je vučedolski prostor još prije pet tisućljeća razlikovao taj toliko važan pojam. Na tom povijesnom mjestu prije dvije i pol godine otvoren je Muzej vučedolske kulture. Njegovo pročelje otvoreno je prema krajoliku, dok je ostatak građevine ukopan u teren pa se do lokaliteta dolazi po „zelenom krovu”.

Idilčni povijesni Ilok, jedan od najljepših gradova u ovom dijelu Europe smjestio se između moćnog Dunava i Srijemskog vinogorja na padinama Fruške gore. Tu vinova loza rađa grožđem visoke kvalitete iz kojeg nastaju vrhunska vina. Neprekinuta tradicija od nevjerojatnih 1800 godina proizvodnje vina u Iloku seže još u vrijeme starog Rima. Plemička obitelj Odescalchi u 17. stoljeću iz svojih je iločkih podruma nudila Europi prva vina u boci. Uživali su u njima od 19. stoljeća i na engleskom dvoru. Koliko Britanci cijene vina toga kraja, govori i činjenica da se Traminac Iločkih podruma pio i na krunidbi kraljice Elizabete II.

Mirno iločko jutro poziva vas i na šetnju do zaštićenog kulturno-povijesnog kompleksa u čijem su središtu zidine rimske utvrde Cucciuma, ali i očuvana tvrđava iz 14. i 15. stoljeća, nekadašnje sjedište Nikole Iločkog, bana Hrvatske i kralja Bosne, potom crkva i svetište svetog Ivana Kapistrana. Tu su i rijetki osmanlijski spomenici – turbe i hamam iz vremena Sulejmana Veličanstvenog, zatim dvorac u kojem je danas Muzej grada Iloka s modernom postavom te poznati vinski podrum kneževa Odescalchi. Ljepote tog grada možete istražiti turističkim vlakićem Traminac Express koji će vas, zaštićene od svih vremenskih nepogoda, bilo ljeto ili zima, u ugodnim zatvorenim vagonima velikih prozora, odvesti do prekrasnih vinorodnih položaja Vukova i Principovca. Uživat ćete u tišini vinograda uz čašu odličnog pjenušca ili vrhunskog Traminca.

5. Uloga brend ambasadora u izboru EDEN-a

Kako bi se povećala prepoznatljivost i izgradio atraktivan profil projekta EDEN te kako bi se turizam održivog razvoja promovirao kao suvremen, kreativan i odgovoran način provođenja odmora, Europska komisija predložila je izbor nacionalnih brend ambasadora za EDEN destinacije. Radi još snažnijeg promoviranja tog vida turizma, Europska je komisija svakoj zemlji članici Europske unije koja se natječe za EDEN

predložila da odabere svog brend ambasadora, uglednu javnu osobu koja će svojim djelovanjem i javnim nastupima promovirati ideju EDEN-a u zemlji i inozemstvu. Pozivanjem slavni javni osoba u pojedinoj državi da promoviraju EDEN projekt može privući značajnu pozornost medija te postići veću popularnost. To bi morala biti – na nacionalnom nivou – dobro poznata te cijenjena javna osoba (npr. pisac, putnik, novinar, sportaš ili umjetnik) koja je već na neki način uključena u promoviranje zdravog, ekološki prijateljskog i održivog stila života. Na taj bi se način ideja EDEN-a mogla približiti javnosti i podići svijest o važnosti održivog razvoja turizma. Ambasadori bi svoj autoritet i osjećaj odgovornosti širili kroz poruku: „Europa je prepuna skrivenih dragocjenosti koje vrijedi otkriti.”

Na prijedlog Ministarstva turizma i Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, na tu je počasnu dužnost imenovana novinarka Hrvatske radiotelevizije Lidija Komes, autorica i urednica ekološko-edukativne emisije „Slušaj kako zemlja diše”. Gospođa Lidija Komes već godinama obrađuje ekološke teme i pokreće vrijedne ekološke projekte na nacionalnoj razini pa njen angažman izuzetno pridonosi prepoznatljivosti projekta EDEN i promidžbi održivog razvoja turizma. Osim toga, od početka projekta kontinuirano u radio emisiji „Slušaj kako zemlja diše” i televizijskim emisijama (Dobro jutro Hrvatska, Županijska panorama i dr.) predstavlja hrvatske nacionalne pobjednike i ostale EDEN pobjednike europskih zemalja.

5.1. Zadaci EDEN-ova brend ambasadora

Tijekom suradnje s Europskom komisijom od izabranih se brend ambasadora očekuje da:

- spomenu EDEN tijekom triju izabranih intervjuja (na radiju, tv, tisku)
- istaknu važnost održivog razvoja turizma i namjeru projekta EDEN
- objave logo EDEN-a zajedno s linkom na mrežnoj stranici EDEN-a i na svojoj mrežnoj stranici
- napišu i objave kratak tekst o važnosti održivog razvoja turizma i projekta EDEN na mrežnoj stranici
- napišu nekoliko rečenica o važnosti održivog razvoja turizma te izraze osobno viđenje EDEN projekta na http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/index_en.htm
- objave svoju fotografiju na web stranici EDEN-a.

Među prednostima brend ambasadora jesu uporaba titule EDEN *Ambassador*, prisustvovanje dodjeli nagrada na nacionalnoj razini i svečanoj dodjeli nagrade u Bruxellesu, posjet pobjedničkoj destinaciji za EDEN u zemlji, sudjelovanje u EDEN aktivnostima koje organizira Europska komisija i EDEN destinacija, kao i činjenica da imidž brend ambasadora promovira održivi turizam koji znači održivo upravljanje okolišem te društvenu i ekonomsku održivost.

6. Zaključak

Europska komisija pokrenula je 2006. projekt EDEN (*European Destinations of Excellence*) radi promicanja održivog razvoja turizma u državama Europske unije. Projekt se temelji na nacionalnim natjecanjima, odabiru i promociji turističke Europske destinacije izvrsnosti. Kroz odabir destinacije EDEN potiču se vrijednosti, raznolikosti i zajednička obilježja europskih turističkih odredišta. To stvara osnovu za razmjenu dobre prakse i umrežavanje nagrađenih destinacija. Europska komisija u suradnji s nacionalnim turističkim tijelima bira godišnje EDEN teme. Do 2017. teme su bile: ruralni turizam, nematerijalna baština, zaštićeni područja, turizam uz vode, prenamjena fizičkih lokaliteta, pristupačni turizam, gastronomija i kulturni turizam. Europske države organiziraju izborni postupak na nacionalnoj razini, biraju do deset odredišta u užu izbor. U zadnjem krugu ocjenjivanja bira se destinacija – nacionalni pobjednik. **Europska komisija veliku pozornost polaže na održavanje godišnjih EDEN konferencija i tematskih radionica ili *workshopova*** te na organizaciju studijskih *benchmarking* putovanja između EDEN destinacija radi međusobne usporedbe, izmjene iskustava i učenja od najboljih. Tako su predstavnici hrvatskih nacionalnih pobjednika i finalista posjetili EDEN destinacije u Sloveniji, Italiji, na Malti, a također su bili i domaćini predstavnicima EDEN destinacija iz drugih EU zemalja.

U Hrvatskoj izbor EDEN destinacija provodi Hrvatska turistička zajednica u suradnji s Ministarstvom turizma od 2007. Nacionalnom pobjedniku Europska komisija uručuje priznanje na svečanoj dodjeli u okviru Europskog dana turizma ili Europskog turističkog foruma, potpisuje se „Deklaracija o europskoj mreži destinacija izvrsnosti za održivi turizam”. Tom deklaracijom pobjednici dobivaju pravo korištenja loga EDEN-a. Također se obvezuju na suradnju i razmjenu znanja i informacija o održivom razvoju turizma. Pobjednička destinacija dobiva priznanje i na Danima hrvatskog turizma. Nositelji znaka destinacije izvrsnosti ostvaruju višestruke koristi. Povećana medijska popraćenost pokazala se kao kvalitetan marketing prepoznatljivošću destinacija koje brinu o okolišu i očuvanju povijesno-kulturne baštine. Destinacijama se otvara put ka financiranju raznih projekata i programa u Hrvatskoj i prema fondovima EU (IPA za turizam) te sudjelovanju u drugim europskim projektima. Neke destinacije postale su poželjni partneri za prekograničnu suradnju, a neke su postale interesantne za potencijalne investitore u turizmu. Titula Europska destinacija izvrsnosti potaknula je svijest mještana o kvalitetnijem ulaganju u smještajne kapacitete i ugostiteljske objekte, ponude temeljene na prirodnim atraktivnostima, osmišljavanje novih programa te uređenju mjesta. Promocijom EDEN destinacije potiču se vrijednosti, raznolikosti i zajednička obilježja europskih turističkih odredišta te stvara osnova za razmjenu iskustava i dobre prakse diljem Europe kroz umrežavanje nagrađenih destinacija.

Literatura

1. Alfier, D. 1994. *Turizam – izbor radova*. Zagreb: Institut za turizam.
2. Bačun, D. et al. 2012. *Leksikon održivog razvoja*. Zagreb: Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj.
3. Müller, H. 2004. *Turizam i ekologija*. Zagreb: Masmedia.
4. Schmidheiny, S. 1995. *Novim smjerom – Globalni poslovi pristup razvoju i okolišu*. Zagreb: Društvo za unapređenje kvalitete življenja.
5. Vukonić, B. i Keča, K. 2001. *Turizam i razvoj – pojam, načela, postupci*. Zagreb: Mikro-rad i Ekonomski fakultet Zagreb.
6. Vukonić, B. i Čavlek, N. 2001. *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia.
7. Vukonić, B. 2010. *Turizam – budućnost mnogih iluzija*. Zagreb: VPŠ Utilus i Plejada.
8. Vukonić, B. 2015. *Gradovi u turizmu*. Zagreb: VPŠ Libertas.

Internetski izvori

9. <https://croatia.hr/hr-HR/eden>. 22. siječnja 2018
10. <https://www.nin.hr/hr/nin/nagrade-priznanja>. 25. siječnja 2018.



European destinations of excellence (EDEN) – A European Commission project

Abstract

The European destinations of excellence (EDEN), a project of the European Commission, was launched in 2006, based on national competitions, promoting sustainable tourism, recognizing specific, unique, green, natural and healthy European destinations. Contrary to the usual mass tourism in well known tourist destinations, EDEN enhances the visibility of emerging, non-traditional „green” and „blue” hidden gems in the member countries of the EU. The winners of the yearly competition are effectively put on the tourist map of Europe, as a destination of excellence, guiding tourists, the modern nomads, to their „quiet piece of paradise”. In Croatia the competition is a joint endeavour of the Tourism Ministry and the Croatian Tourist Association, a yearly initiative. The calls for proposals are organized and destinations selected. A selection committee is formed of people with vast experience in the tourism industry who then visit and judge the candidates. The top five finalists are then presented at a special EDEN festivity and a new national winner is selected.

Keywords: European destinations of excellence (EDEN), sustainable tourism, the role of EDEN ambassadors, Croatian winners, EDEN destinations, Croatian EDEN destination for 2017