

THE ROLE OF CULTURAL ROUTES IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

ULOGA KULTURNIH RUTA U ODRŽIVOM RAZVOJU TURIZMA

RUDAN, Elena

Abstract: *In recent years, cultural routes have increasingly contributed to the offer of tourist destinations. New trends in the tourism market indicate that tourists are increasingly participating in outdoor activities (especially after the Covid pandemic). Tourist interest in historical and cultural heritage of the the destination has increased in recent years. Sustainability in the development of tourism on cultural routes ensures regional development and solving the problem of seasonality. The paper investigates the cultural routes of Kvarner, analyzes the current situation and discusses the possibilities of improving and developing tourism in symbiosis with the cultural routes.*

Key words: *cultural routes, tourism, sustainable development, cultural tourism*

Sažetak: *Kulturne rute posljednjih godina sve značajnije pridonose ponudi turističkih destinacija. Novi trendovi na turističkom tržištu ukazuju da turisti sve više sudjeluju u outdoor aktivnostima (osobito nakon pandemije Covid) te da su zainteresirani za upoznavanje kulturno-povijesne baštine destinacija u kojima borave. Održivost u razvoju turizma na kulturnim rutama osigurava regionalni razvoj i rješavanje problema sezonalnosti. U radu se istražuju kulturne rute Kvarnera, analizira se sadašnje stanje te se razmatraju mogućnosti unapređenja i razvoja održivog turizma duž ruta.*

Ključne riječi: *kulturne rute, turizam, održivi razvoj, kulturni turizam*



Author's data: Elena, Rudan, izv. prof. dr. sc., Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Primorska 46, Opatija, elenar@fthm.hr

1. Uvod

Posljednjih desetljeća u turizmu raste interes za kulturnom baštinom i to osobito iz perspektive njezinog značaja u poticanju regionalnog razvoja. Rast interesa na turističkom tržištu za kulturnim vrijednostima rezultirao je time da sve više turističkih destinacija valorizira kulturnu baštinu. Ona predstavlja resurs koji ako se pravilno njime upravlja pridonosi povećanju atraktivnosti i konkurentnosti destinacija na turbulentnom turističkom tržištu. Adekvatno upravljanje kulturnim resursima pretpostavka su stvaranja održivog kulturnog turizma destinacija. Turisti su zainteresirani za upoznavanje lokalnih vrijednosti destinacije u kojoj borave i žele upoznati tradiciju i običaje lokalnih stanovnika (npr. tradicijske obrte, pripremu tradicionalnih jela, i sl.), a destinacijski menadžment svoju ponudu prilagođava novim zahtjevima suvremenih turista. [1] Važnost baštine te općenito ruralnih prostora porasla je u pandemiji Covid kad su zbog nemogućnosti napuštanja mjesta boravišta ljudi se okrenuli različitim outdoor aktivnostima u lokalnom okruženju. Aktivnostima u prirodnom okruženju koja nisu prenatrpana ljudima, lokalno stanovništvo i turisti otkrivaju različite itinerere koji su često povezani s kulturno-povijesnim naslijeđem koje destinacije žele prezentirati. Nadalje destinacije imaju različite kulturne vrijednosti koje se mogu povezati kroz itinerare, rute, staze, puteve i sl. te u okviru kojih se mogu prezentirati različite vrijednosti koje su najčešće tematski povezane. Stoga je cilj istraživanja ovog rada utvrđivanje mogućnosti ostvarivanja razvoja kulturnog turističkog proizvoda u okviru kulturnih ruta u skladu s principima održivog razvoja turizma.

2. Kulturne rute

Posljednjih godina raste interes turista za kulturnim rutama koje tematski povezuju baštinu i vrijednosti određenog područja. Osobito je važna uloga itinerara, ruta, staza, puteva kojima se prolazi pješice i to osobito u vrijeme pandemije Covid i potrebe turista da borave u okruženju gdje je mogućnost zaraze virusom najmanja. ICOMOS 2008. godine [2] definira kulturnu rutu kao bilo koju rutu komunikacije bilo onu kopnenu, vodenu, ili neke druge vrste te koja je fizički definirana te ju karakterizira vlastita specifična dinamička i povijesna funkcionalnost koja služi specifičnoj i dobro utvrđenoj svrsi. Ruta mora ispunjavati sljedeće uvjete: mora nastati i odražavati interaktivna kretanja ljudi, kao i višedimenzionalnu, kontinuiranu i uzajamnu razmjenu dobara, ideja, znanja i vrijednosti između ljudi, zemalja, regija ili kontinenata tokom značajnih vremenskih razdoblja; mora time promovirati ispreplitanje kultura u prostoru i vremenu, koje se ogledaju u njihovoj materijalnoj i nematerijalnoj baštini; mora integrirati u dinamički okvir povijesne odnose i kulturna dobra povezane sa njenim postojanjem. Elementi kulturnih ruta koje navodi ICOMOS su: kontekst koji se odnosi na prirodno okruženje; sadržaj, odnosi se na materijalne elemente koji svjedoče o njegovoj kulturnoj baštini i pružaju fizičku potvrdu njegovog postojanja; međukulturalni značaj, podrazumijeva vrijednost kao

cjelinu koja je veća od zbroja njezinih dijelova i daje ruti njezino značenje; dinamički karakter kulturnih ruta.

Kulturne rute su značajan kulturno-turistički proizvod turističkih destinacija pa Majdoub [3] ističe da se tematske rute pridružuju atrakcijama koje su organski vezane uz geografski prostor. Tematske rute nadalje naglašavaju jedinstvenost i individualnost koja proizlazi iz geografskog prostora te povezivanja atrakcija sa sličnim karakteristikama. Kulturna ruta također ilustrira suvremeni pristup vrijednosti baštine putem organizacije privatnog i javnog sektora, a osigurava održivi društveni i ekonomski razvoj. Kulturne rute su vrlo različito prostorno definirane od regionalne razine do međunarodne razine pa čak postoji mogućnost međukontinentalne suradnje. Kreiranje mreže koja tematski povezuje teritorij je glavna pretpostavka, ali i snaga te prednost postojanja kulturnih ruta. Ruta je segmentirana u podmrežama i mrežama mjesta koja imaju zajedničku koherentnost. Potraga za ovom zajedničkom koherentnošću i ovim kontinuitetom je vrlo značajna u smislu slike i vidljivosti za odredište.

Kulturne rute općenito se u društvu prvenstveno percipiraju kao staze koje predstavljaju odabrane spomenike regije. Međutim, osim toga, vrlo važan aspekt vrijedan pažnje je aktiviranje i integracija svih aspekata rute i života na njezinom području. Ruta pruža i omogućuje karakter kulturnog iskustva regije, ali ne samo za turiste, već i za lokalno stanovništvo. Kulturne rute svojim posjetiteljima nude novi model kulturnog sudjelovanja odnosno doživljaja, a izazivajući dijalog s poviješću i kulturom. Kulturne rute omogućuju i lokalnom stanovništvu i turistima da dožive interakciju s kulturom i poviješću kroz stvarno putovanje, sukreirajući formaciju baštine, koja tako postaje ne samo turistički proizvod, već predstavlja kulturne, društvene i građanske aktivnosti stanovnika u određenom prostoru. [4] Kulturna ruta izgrađena šire kao turistička atrakcija mora generirati raznoliku kulturnu ponudu, te tako postati važan medij kulturnih promjena, utječući, između ostalog, na razvoj kulturne kompetencije stanovnika, formuliranje njihovog kulturnog identiteta te zadovoljavanje njihovih potreba i težnji. Važna dimenzija kulturnih ruta je njihov izravan utjecaj na materijalnu i nematerijalnu baštinu; ruta postaje stoga važna komponenta zaštite, popularizacije i upravljanja baštinom. U podizanju svijesti o zajedničkoj kulturnoj baštini, takve rute zbližavaju zajednice i potiču različite zajednice na suradnju u kulturnim aktivnostima. Kulturna ruta koja dobro funkcionira treba imati financiranje, pravni status, marketinške i promotivne značajke te mora osigurati suradnju među dionicima i aktivnostima podizanja svijesti o održivom razvoju baštine.

Najznačajniji i najprepoznatljiviji program kojim su obuhvaćene kulturne rute je program Kulturne rute Vijeća Europe koji je započeo 1987. godine, a prvi certifikat je dobio hodočasnički put Camino de Santiago de Compostela. Kulturne rute obuhvaćaju cijeli niz različitih tema od arheologije i arhitekture do religijske tematike. Kulturne rute Vijeća Europe predstavljaju putovanje i otkrivanje bogate i raznolike europske baštine i to spajanjem ljudi i mjesta u mreže zajedničke povijesti i baštine. Njima se u praksi provode vrijednosti Vijeća Europe tj. ljudska prava, kulturna raznolikost, međukulturni dijalog i prekogranična suradnja i razmjena.[5]

Kulturne rute pokrivaju cijeli niz različitih tema (arheologija, arhitektura, nematerijalna baština, itd.) koje su vezane za bogato europsko naslijeđe. Odabrana tema međunarodno atraktivne rute mora biti prepoznatljiva u jedinstvenom međunarodnom kontekstu, bilo prostornom, vremenskom, ili identitetskom. Ona se prvenstveno mora oslanjati na opće priznate europske vrijednosti, a zatim i na principe jedinstvenosti i reprezentativnosti za Europu. [6]. Svaka ruta predstavlja europske vrijednosti koje su zajedničke najmanje trima državama, a kao rezultat znanstvenog istraživanja multidisciplinarnog tima stručnjaka oslikavanjem europske memorije, povijesti, baštine i identiteta doprinosi interpretaciji raznolikosti suvremene Europe. Ukupno je certificirano 45 kulturnih ruta Vijeća Europe od kojih njih 14 prolazi Hrvatskom. [7]

Prošireni djelomični sporazum o kulturnim rutama (EPA), koji je osnovan 2010. godine, slijedi smjernice politike Vijeća Europe, precizira program i dodjeljuje certifikat Kulturne rute Vijeća Europe. Cilj EPA je pružiti političku potporu nacionalnim, regionalnim i lokalnim inicijativama te promovirati kulturu i turizam. Nadalje Europski institut kulturnih ruta (EICR) pomaže Vijeću Europe, daje tehničke savjete mreži kandidata i provodi projekte za podizanje svijesti. [8]

U okviru kulturnih ruta mogu se razlikovati tri vrste kulturnih ruta: 1. Teritorijalne rute su rute koje uključuju teritorije sa zajedničkom temom, koje su općenito zemljopisno „koncentrirane“, blizu jedna drugoj. Općenito se temelji na civilizacijskim trendovima, zajedničkim poljoprivrednim praksama/proizvodima, povijesno relevantnim događajima, itd. (npr. Routes of El legado Andalusi) 2. Linearne rute - staze, putevi, rute koje se koriste za putovanja i trgovinu, povezane s povijesnim događajima/pojavama, itd. povezuju različite teritorije i utječu na njihov razvoj i evoluciju. (npr. Santiago de Compostela). 3. Retikularni uzorak (arhipelag) su rute povezane zajedničkom temom, bez teritorijalnog kontinuiteta, tvoreći mrežu točaka interesa koje spaja zajednička tema i zajednički narativ/priča. One mogu biti kompilacija pojedinačnih lokacija, dijelova gradova, cijelih gradova itd. (npr. Transromanica - Romanička ruta europske baštine Vijeća Europe). [9] Kulturne rute postale su kulturno-turistički proizvod koji može biti sredstvo smanjenja sezonalnosti, uključivanja u ponudu ruralnih prostora koja nisu bila u ponudi, pomoć u smanjivanju problema depopulacije ruralnih prostora, itd.

3. Kulturne rute u održivom razvoju destinacija

Prema UNWTO-u [10] održivi razvoj turizma zahtijeva informirano sudjelovanje svih relevantnih dionika, kao i snažno političko vodstvo kako bi se osiguralo široko sudjelovanje i izgradnju konsenzusa. Postizanje održivog turizma kontinuiran je proces i zahtijeva stalno praćenje utjecaja, uvođenje potrebnih preventivnih i/ili korektivnih mjera kad god je to potrebno. Održivi turizam također treba održavati visoku razinu zadovoljstva turista i osigurati značajno iskustvo turistima, podižući njihovu svijest o pitanjima održivosti i promicati među njima prakse održivog turizma.

Promjene koje se događaju na područje oko rute prvenstveno su rezultat suradnje između dionika rute. Jasno se vidi da provedba participativnog modela upravljanja resursima i javnim dobrom u obliku kulturnih ruta promiče ne samo razvoj turizma u regijama, ali prije svega potiče rast svijesti o vrijednostima kulturne baštine, razvoj individualizma, čiji je rezultat aktivno lokalno stanovništvo spremno na poduzetničke inicijative u okviru ruta.

U održivom razvoju kulturnih ruta najvažnije je lokalno stanovništvo pa Bogacz-Wojtanowska i Góral [11] ističu da za stanovnike regije često spomenici i baština oko njih predstavljaju određeni element njihove svakodnevice, trajno upisan u njihov krajolik. Ovaj aspekt "normalnosti" i zajedništva povijesnih spomenika znači da je potrebno vrijeme da se dođe do spoznaje koliko su oni važan artefakt za lokalne zajednice. Razvoj ruta čini ulogu važnog impulsa koji utječe na revitalizaciju lokalnih zajednica. U inicijalnoj fazi uključuje spremnost na istraživanje vlastitog naslijeđa, a kao rezultat dovodi do ponosa na svoje korijene, volju da djeluju za svoju zajednicu i baštinu, te da nastave aktivno sukreirati rutu i da u njoj ostvaruju određene poduzetničke aktivnosti.

Kulturne rute prepoznaju se kroz više učinaka pa tako društveni učinak uključuje: povećanu uključenost lokalnih zajednica; podizanje svijesti lokalnog stanovništva o važnosti kulturne baštine; jačanje fizičke i intelektualne dostupnosti kulturne baštine; stvaranje poveznica između lokalne zajednice i kulturne baštine. Nadalje utjecaj na okoliš podrazumijeva razvoj održivih turističkih proizvoda temeljenih na odgovornom korištenju kulturne baštine. Kulturni utjecaj uključuje: povezanost s kulturnim i povijesnim atrakcijama, valorizaciju kulturne baštine na inovativan način te rast svijesti lokalnog stanovništva o važnosti međukulturnog dijaloga.[12]

Održivi razvoj kulturnih turističkih proizvoda je potrebno pratiti pokazateljima kako bi se unaprijedio razvoj održivosti kulturnog proizvoda. Ključni pokazatelji odnosno indikatori održivosti bi trebali biti relevantni za ključna pitanja destinacije, praktični za generiranje i jednostavni za korištenje kako bi se osigurali potrebni podatci po kojima bi se mogao osigurati održivo upravljanje i razvoj kulturnih ruta.

4. Kulturne rute Kvarnera – analiza sadašnjeg stanja

Kvarner kao turistička destinacija obuhvaća prostor Primorsko-goranske županije, a 2019. godine prije pandemije Kvarner je imao 3,1 milijun dolazaka (16% dolazaka u ukupnom broju dolazaka turista u RH) i 19,1 milijun noćenja (21% noćenja u ukupnom broj ostvarenih noćenja u RH). [13][14] Kvarner je turistička destinacija bogata kulturnom baštinom pa iz tog razloga, ali i povezanosti pojedinih mikrodestinacija kroz baštinu te kvalitetne prezentacije moguće se stvoriti konkurentan kulturni turistički proizvod. Kvarner svojim prirodnim raznolikostima i brojnim prirodnim vrijednostima ima razvijene staze, putove koje su namijenjene planinarskim doživljajima i outdoor aktivnostima (koje su dodatno ostvarile prepoznatljivost tijekom pandemije Covid). Na prostoru Kvarnera postoji i manji broj kulturnih ruta. Kvarner posljednjih desetljeća razvija specifične oblike turizma, a među različitim oblicima je i onaj kulturni koji u svojoj ponudi ima i kulturne rute.

Svaka destinacija Kvarnera nastoji razvijati kulturnu ponudu (npr. koncerti, predstave, muzeji, galerije, i dr.) pa i kroz kulturne rute kao nadopunu primarne orijentiranosti destinacije ljetnom odmorišnom turizmu. Kulturne rute nisu dovoljno prepoznate u turističkoj ponudi. Najznačajnija i najprepoznatljivija kulturna ruta Kvarnera je Kulturna ruta Putovima Frankopana. Ruta je posvećena hrvatskoj velikaškoj obitelji Frankopana koja je od početka 12. do sredine 17. stoljeća na području Kvarnera ostavila brojna svjedočanstva. Kulturna ruta "Putovima Frankopana" ostvaruje vrednovanje, obnovu, zaštitu, očuvanje i inovativno interpretiranje 17 frankopanskih kaštela i dvoraca te triju sakralnih zdanja te osam interpretacijskih centara. [15] Značajna ruta koja je usklađena s interpretacijom slavenske mitologije je mitsko-povijesna staza „Trebisća – Perun” koja je otvorena 2009. godine koja postavom i uređenjem prikazuje vrijednu kulturnu baštinu područja PP Učka, a ispod planine Učke. [16] Ruta Camino Krk [17] je (sve)otočna kružna ruta, ukupno duga nešto više od 150 kilometara, koja prati infrastrukturu postojećih pješačkih (i biciklističkih) staza, a prati srednjovjekovne hodočasničke staze otoka Krka. Njezina početna točka nalazi se u otočnom središtu – gradu Krku, tj. Krčkoj katedrali, a završna u naselju Kornić. Na području Kvarnera nalaze se i područja koja su obuhvaćena kulturnim rutama Vijeća Europe (npr. Iter Vitis koja se razvija kroz “Vinske ceste Kvarnera” i dr.). TZ Kvarner je u Strateškom planu [18] navela kao cilj podizanje sadržajnosti i kvalitete turističkog boravka i iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda kroz staze, putove, šetnice i tematske rute, ali su tematske rute nedovoljno zastupljene tj. na Kvarneru se uočava nedostatak kulturnih ruta koje bi turistima bile zanimljive i tijekom cijele godine, a ne samo tijekom ljetnih mjeseci. Osim toga ne prate se podaci i ne kvantificira se broj korisnika različitih staza i kulturnih/smještajnih sadržaja duž itinerara što kao problem navodi i autor Zabini da se događa na drugim mediteranskim područjima [19]. Uz to dodatno kulturne rute nisu prepoznatljive u turističkoj ponudi te su stoga potrebne dodatne marketinške aktivnosti u integralnoj kulturnoj ponudi Kvarnera.

O kulturnim rutama kao nedovoljnom korištenom proizvodu kulturnog turizma govori i provedeno istraživanje tijekom lipnja i srpnja 2021. godine u kojem su sudjelovali dionici u turizmu (destinacijski menadžment) kroz radionice u okviru BEST MED Interreg projekta i to kroz Vinske ceste Kvarnera (Iter Vitis). Rezultati istraživanja pokazuju da upravljanje kulturnim rutama treba potaći promicanjem raznolike turističke ponude, koja proizlazi iz identiteta područja, npr. vino i hrana kao dio lokalnog identiteta. Nadalje rezultati su pokazali da je ključno povezati aktivnosti svih dionika koji su uključeni u kulturnu rutu (npr. smještaj, ugostiteljski objekti, muzeji, ustanove u kulturi, udruge, itd.) Kontinuirano praćenje pokazatelja, osiguravanje zaštite od povećane turističke potražnje za infrastrukturom i uslugama tijekom glavne sezone, kao problem utjecaja na prirodne i kulturne resurse važne su teme u upravljanju kulturnim rutama. Rezultati pokazuju da upravljanje rutom treba se baviti organizacijom događaja koje promiču vidljivost i ugled destinacije te osobito u vansezonskom razdoblju te time povećati broj posjetitelja i turista izvan ljetnog razdoblja. Istraživanje je pokazalo i nedostatak interpretacijskog centra koji je potreban kako bi se što bolje interpretirala vinska ponuda Kvarnera i kulturno-

povijesna baština vezana uz vino. Kulturne rute bi trebale imati interpretacijske centre kako bi osigurale dostupnost informacijama posjetiteljima i turistima koji se kreću rutom.

5. Kulturne rute Kvarnera u kreiranju održivosti destinacije

Kulturne rute mogu biti značajne u kreiranju kulturno-turističkog proizvoda te osiguranja održivosti, a mogu osigurati i kvalitetniju i prepoznatljiviju kulturnu turističku ponudu. Takvim razvojem može se utjecati na najveći problem turizma Kvarnera danas, a to je sezonalnost poslovanja. Značajniji rast i razvoj kulturnih ruta se može ostvariti samo kao rezultat kvalitativnog unapređenja turizma Kvarnera i inoviranjem postojeće kulturne ponude destinacije. Kvalitativni ciljevi turizma Kvarnera u smjeru razvoja kulturnih ruta se mogu ostvariti putem optimalizacije lanca vrijednosti u kojem je potrebno inovirati proizvode kulturnog turizma u smjeru prepoznatljivosti u globalnom kontekstu temeljenih prije svega na posebnosti kulturno-povijesne baštine, poduzetničkim inicijativama te s praćenjem trendova europskog turističkog tržišta i naglaskom na identitet destinacije. U smjeru osiguranja održivosti potrebno je pratiti pokazatelje čijom će se evaluacijom osigurati kontinuirani održivi razvoj kulturnih ruta i područja na kojima su one stvorene. Destinacijski menadžment treba stvaranjem prepoznatljivošću kulturne rute osigurati smanjenje osnovnog problema sezonalnosti te vremensku i prostornu distribuciju posjetitelja i turista. Ključno je naglasiti autohtone vrijednosti uz inovativno poduzetništvo lokalnog stanovništva te kulturnih institucija koje potiču razvoj novih kulturnih atrakcija. Posebno je važno osmisliti kvalitetne događaje (radionice, festivale, glazbena događanja itd.), temeljenim na autohtonim vrijednostima u svim destinacijama čijim prostorima prolazi kulturna ruta. Raznovrsnom ponudom temeljenom na kreativnom, lokalnom i umjetničkom stvaralaštvu osigurava se prepoznatljivost kulturnih ruta. U cilju stvaranja vidljivosti kulturnih ruta Kvarnera moraju se unaprijediti promotivne aktivnosti (ekonomska propaganda, unapređivanje prodaje, odnosi s javnošću i osobna prodaja temeljene na internetu, društvenim mrežama itd.). Nadalje u okviru cjeloživotnog obrazovanja potrebno je kontinuirano unaprijediti znanje, vještine i kompetencije svih dionika u izgradnji kulturnih turističkih proizvoda, a osobito kulturnih ruta.

6. Zaključna razmatranja

Proces diversifikacije turističkog proizvoda kao svih destinacija tako i destinacije Kvarner zavisi od specifičnosti i originalnosti elemenata ponude, a u kojima kulturna ponuda zauzima sve značajnije mjesto. Lokalna kultura, tradicija, postaju sve važniji elementi ponude na turističkom tržištu.

U cjelokupnoj kulturnoj ponudi sve značajnije mjesto zauzimaju i kulturne rute. One pružaju mogućnost prezentacije kulturno-povijesne baštine, gastronomske i eno ponude te autohtonih vrijednosti kao suprotnost uniformne i globalizirane ponude koja je sezonskog karaktera. Situacijska analiza pokazuje da kulturne rute nisu

dovoljno implementirane u turizmu Kvarnera. Preduvjet razvoja je strateško upravljanje temeljeno na sinergiji i aktivnom uključivanju svih dionika uključenih na području kulturnih ruta te u optimalizaciji održivog lanca vrijednosti kulturne rute. Istraživanje ima nedostatak jer nije provedeno anketiranje i intervjuiranje dionika kako bi se istraživali stavovi o značenju integriranog razvoja održivog kulturnog turističkog proizvoda i kulturnih ruta. Osim toga općenito područje održivog upravljanja kulturnim rutama je u Hrvatskoj nedovoljno istraženo te nije moguće napraviti usporedbe s prethodnim istraživanjima. Ovaj rad predstavlja uvod u buduća istraživanja kulturnih ruta kao proizvoda kulturnog turizma.

Buduća istraživanja trebaju obuhvatiti istraživanja svih razina turističkog poslovanja, a što posebno podrazumijeva istraživanje stavova turista, lokalnog stanovništva i menadžmenta čime bi se dobili rezultati koji bi mogli pridonijeti donošenju odluka o održivom razvoju kulturnih ruta.

7. Literatura

- [1] Rudan, E. (2012). Razvojne perspektive kreativnoga turizma Hrvatske. *Ekonomska misao i praksa*, Vol., 21, No. 2, 713-730, ISSN 1330-1039.
- [2] International Scientific Committee on Cultural Routes (CIIC) of ICOMOS (2008). The Icomos Charter On Cultural Routes. *Dostupno na: https://www.icomos.org/quebec2008/charters/cultural_routes/EN_Cultural_Routes_Charter_Proposed_final_text.pdf* *Pristup: 28-04-2022.*
- [3] Majdoub, W. (2010). Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective. *AlmaTourism* No.2, 29-37, ISSN 2036-5195.
- [4] Goral, A. (2016) Cultural routes as a medium for changes in regions. *5th International Conference on Heritage and Sustainable Development*. 1-10. *Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/305657867_Cultural_routes_as_a_medium_for_changes_in_regions*. *Pristup: 25-04-2022.*
- [5] European Institute of cultural Route. (2022). *Dostupno na: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/european-institute-of-cultural-routes>*. *Pristup: 25-04-2022.*
- [6] Androić, M., Horjan, G., Klarić & Nevidal, R. (2012). *Upravljanje turističkim posjetima na tematskim kulturnim rutama*. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Udruga Lujzijana, ISBN 978-953-57254-0-4, Zagreb.
- [7] Trupković, D. (ur.) (2021). *Kulturne rute Vijeća Europe u Republici Hrvatskoj*. Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, Uprava za zaštitu kulturne baštine, ISBN 978-953-312-064-5, Zagreb.
- [8] Hatipoglu, BK., Keskin, Y. & Yetgil, S. (2018). Cultural Route Management Through Collaborative Efforts. *Heritage Tourism Beyond Borders and Civilizations: Proceedings of the Tourism Outlook Conference*. ISBN 978-981-15-5370-7, 267–282, Springer, Singapore.
- [9] Interreg Central Europe. (2022) Concept for a reformation-themed european cultural route. *Dostupno na: <https://www.interreg->*

central.eu/Content.Node/ECRR/CE81-ECRR-DT121-Concept-of-Reformation-themed-cultural-Route.pdf. *Pristup*: 21-04-2022.

[10] UNWTO (2022) Sustainable development. *Dostupno na*: <https://www.unwto.org/sustainable-development>. *Pristup*: 20-04-2022.

[11] Bogacz-Wojtanowska, E. & Góral, A. (2018). Networks or Structures? Organizing Cultural Routes Around Heritage Values. Case Studies from Poland. *Humanist Management Journal*, No. 3, 253–277, ISSN 2366-603X

[12] Cojocariu, S. (2015). The Development of Cultural Routes: A Valuable Asset for Romania. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 32, 959-967, ISSN 2212-5671.

[13] TZ Kvarner, Ostvareni turistički promet na području Kvarnera u razdoblju siječanj – prosinac 2019. (2022). *Dostupno na*: [http://www.kvarner.hr/mediji/osnovni_podaci_o_kvartneru/Turisticka_statistika/Sijecanj - prosinac 2019](http://www.kvarner.hr/mediji/osnovni_podaci_o_kvartneru/Turisticka_statistika/Sijecanj_-_prosinac_2019) *Pristup*: 20-04-2022.

[14] Ministarstvo turizma i sporta. (2019). *Turizam u brojkama 2019*. *Dostupno na*: https://www.htz.hr/sites/default/files/2020-07/HTZ%20TUB%20HR_%202019%20%281%29.pdf. *Pristup*: 20-04-2022

[15] Putovima Frankopana. (2022). *Dostupno na*: <https://frankopani.eu/> *Pristup*: 15-04-2022.

[16] Đurkin Badurina, J., Rudan, E. (2021). *Smjernice za menadžment i marketing prekograničnih turističkih proizvoda*. Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, ISBN 978-953-7842-53-6, Opatija.

[17] Turistička zajednica grada Krka. (2022) *Upoznajte krčku Camino rutu i njezine znamenitosti*. *Dostupno na*: <https://www.tz-krk.hr/hr/upoznajte-krcku-camino-rutu-i-njezine-brojne-znamenitosti>. *Pristup*: 15-04-2022.

[18] TZ Kvarner. (2016). *Strateški plan razvoja turizma kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020*. TZ Kvarner, Opatija.

[19] Zabbini E. (2012). Cultural Routes and Intangible Heritage. *AlmaTourism* No. 5, 59-80, ISSN 2036-5195.