

THE IMPORTANCE OF TERRANEO FESTIVAL FOR TOURISM OF ŠIBENIK

VAŽNOST TERRANEO FESTIVALA ZA TURIZAM ŠIBENIKA

DURAN, Nikolina; DELIC, Matea & MECEV, Dijana

Abstract: *Festivals are a rapidly developing phenomenon, which is why they are frequently studied in different sciences. They play a major role in the development of tourism. The first part of this paper provides a brief overview of the most important available literature on the importance of the festivals for tourism. The second part focuses in more detail on Terraneo festival, its beginnings and importance for the development of tourism of Šibenik, and finally on problems for which is no longer held today. Paper also presents the results of empirical research about the perception of the importance of Terraneo festival for tourism development of Šibenik.*

Key words: *Terraneo festival, festival tourism, tourism, Šibenik*

Sažetak: *Festivali su brzo- razvijajući fenomeni, zbog čega se sve više analiziraju u brojnim područjima. Imaju značajnu ulogu i u razvoju turizma. U prvom dijelu rada dat je kratak pregled najvažnije dostupne literature o važnosti festivala za turizam. Drugi dio rada usmjeren je samom festivalu Terraneo, njegovom nastanku, važnosti za turistički razvoj grada Šibenika, te problemima zbog kojih je festival ugašen. Ujedno su prikazani rezultati empirijskog istraživanja o percepciji važnosti Terraneo festivala za turistički razvoj Šibenika.*

Ključne riječi: *Terraneo festival, festivalski turizam, turizam, Šibenik*



Authors' data: Nikolina, **Đuran**, bacc. oec., Veleučilište u Šibeniku, Trg Andrije Hebranga 11, Šibenik, nduran@vus.hr; Matea, **Delić**, bacc. oec., Veleučilište u Šibeniku, Trg Andrije Hebranga 11, Šibenik, mdelic1@vus.hr; Dijana, **Mečev**, univ.spec.oec., pred., Veleučilište u Šibeniku, Trg Andrije Hebranga 11, Šibenik, dijana@vus.hr

1. Uvod

Festivali i drugi događaji koji privlače posjetitelje utječu na smanjenje sezonalnosti običnog turizma, promoviraju imidž grada i doprinose razvoju i održivosti urbanog gospodarstva. U literaturi koja se bavi turizmom broj studija provedenih o festivalima pokazuje njihovo povećanje od ranih 1990 – tih. Ove studije prvenstveno istražuju utjecaj festivala na motivaciju i razinu zadovoljstva posjetitelja festivala [1], na ekonomske pokazatelje [2], te na razvoj lokalnih zajednica [3].

Na isti način kao što menadžeri i marketinški stručnjaci velikih poduzeća koriste razna događanja kako bi došli do ciljanih potrošača, gradovi koriste festivale kako bi izbrusili sliku o sebi i promovirali se na turističkom tržištu.

Hrvatska se posljednjih godina na karti svjetskog festivalskog turizma vrlo kvalitetno pozicionirala, može se čak reći kako je postala nezaobilazna festivalska destinacija.

Kada je riječ o Šibeniku, ovaj grad je još od davnina poznat po svojim kulturno – povijesnim znamenitostima, a posljednjih je godina svoju ponudu obogatio i raznim manifestacijama, te tako dobio titulu „grada festivala“. Jedan od poznatijih festivala bio je Terraneo.

2. Teorijski okvir: Pojam festivala i važnost festivala za turizam

Festival je glazbeni događaj koji se odvija više dana na više stageova uz mnoge dodatne sadržaje [4]. Festival se može definirati i kao događaj koji zadovoljava barem jedan, a poželjno i veći broj, od slijedećih kriterija: da u svom nazivu ima riječ *festival*; da se održava povremeno, jednom godišnje ili polugodišnje; da mu je naglasak na obilježavanju ili promicanju nekog od aspekata lokalne kulture i/ili običaja [5].

Festivali imaju vrlo važnu ulogu za razvoj turizma. Mnogi autori ističu da festivali moraju biti sastavni dio turističke ponude, te ih karakteriziraju kao turističke proizvode [6]. Veliki broj autora analizirao je utjecaj festivala na društvo, gospodarstvo, okoliš i turizam. Najveći broj studija posvećen je utjecaju festivala na ekonomske pokazatelje, dok nekoliko autora analizira njihov utjecaj na društvenu zajednicu.

Primjer grada koji uspješno koristi festivale u svojim marketinškim aktivnostima je Barcelona, koja je festivale iskoristila za pozicioniranje svojih turističkih proizvoda. Ovaj grad ima imidž kulturne destinacije „zahvaljujući činjenici da je ugostio veći broj svjetski poznatih događanja, kao što su Godina suvremene umjetnosti, Godina Gaudia, Godina dizajna“ [7]. Drugi primjer je Edinburgh kojem su festivali pomogli da se pozicionira kao grad koji je međunarodna umjetnička atrakcija [8].

Festivalski turizam predstavlja ekonomiju doživljaja koja prodaje ujedinjeno iskustvo atraktivne lokacije, kvalitetne glazbe i bogatih turističkih sadržaja. Festivali pozitivno utječu na povećanje broja dolazaka gostiju u destinaciju, povećanje broja noćenja, povećanje turističke potrošnje, reduciraju sezonalnost, te potiču goste da se vraćaju u destinaciju i time stvaraju lojalnost. Festivalski turizam utječe i na razvoj lokalne infrastrukture, na izgradnju novih smještajnih kapaciteta, te potiče pokretanje

raznovrsnijih ugostiteljskih, sportsko-rekreativnih sadržaja te svih pratećih djelatnosti [9].

Imidž Hrvatske se zahvaljujući glazbeno-festivalskom turizmu uvelike promijenio u pozitivnom smislu: od države koje je imala reputaciju tranzicijske, siromašne i ratom razrušene zemlje, Hrvatska se danas percipira kao mlada, neotkrivena, zanimljiva, popularna, uzbudljiva i moderna destinacija. To potvrđuju podatci da samo glazbeni festivali u Hrvatsku dovode više od 200.000 gostiju iz cijeloga svijeta, a njihov broj bilježi porast i preko 20% godišnje. Dob festivalskih gostiju kreće se od 18 do 38 godina, što govori o tome kako festivalsku publiku čini mlada populacija kod koje je izraženiji efekt ponovnog vraćanja u destinaciju nakon doživljenog pozitivnog iskustva. Njihova su motivacija prvenstveno glazba i zabava, a zatim ljepota destinacije i uživanje u blagodatima Jadrana i ljetne klime. Prosječna duljina boravka gostiju iznosi 5 dana. Festivalski turizam u Hrvatskoj ukupno generira do milijun noćenja, te premašuje milijardu kuna turističke potrošnje [10].

No unatoč ovim perspektivnim brojkama, razvoj festivalskog turizma u Hrvatskoj još uvijek nije rezultat institucionalne strategije.

3. Terraneo festival

Terraneo festival se održavao u napuštenoj vojarni, nedaleko od centra Šibenika, koja se za vrijeme trajanja festivala pretvarala u pravi mali grad koji je zračio posebno prisnom i ugodnom atmosferom. Pogodno lociran u srcu Dalmacije i s datumom održavanja početkom kolovoza, Terraneo je bio savršena nadopuna turističkoj ponudi te regije, a najviše grada Šibenika, koji je tako postao primamljivom destinacijom za tisuće mladih urbanih ljudi željnih zabave.

Prve godine održavanja Terraneo festival je privukao u Šibenik više od 30.000 posjetitelja iz cijele Europe. Glazbeni program u trajanju od 5 dana i sa više od 120 izvođača bio je koncipiran na način da zadovolji i najistančanije glazbene ukuse. Festival je bio zamišljen kao eko festival čiji je cilj bio promicati kulturnu i gastronomsku baštinu lokalne zajednice, naglasiti prirodne i biološke raznolikosti života regije, kao i važnost ekološki odgovornog življenja. Cilj je bio i predstaviti šarolikost i bogatstvo prirodne ljepote hrvatske obale, te mnogobrojnost biljnih i životinjskih vrsta koje su na listi ugroženih. Stoga je za logo festivala izabrana jedna od nekoć najrasprostranjenijih, a danas ugroženih životinjskih vrsta – glavata želva [11].

Već prvi problemi sa Terraneom pojavili su se nakon održavanja festivala 2011. godine kada se, unatoč prvobitnoj ideji eko festivala, okoliš ozbiljno ugrozio. Nakon završetka festivala ostavljene su velike količine otpada na području na kojem se isti održavao. Takvim je stanjem promijenjena slika o ideji eko festivala.

Terraneo festival gasi se 2014. godine, a organizatori su kao glavni razlog tomu naveli potrebu za promjenom lokacije. Njihova je želja bila da se festival preseli na obližnji otok Obonjan, poznat po robinzonskom turizmu. Naseljena bi mjesta na taj način bila izolirana od buke. Međutim, lokacija nije odobrena.

Iz financijskog izvješća tvrtke preko koje se odvijala većina djelatnosti vezanih uz festival, vidljivo je da je ista nakon prve godine održavanja festivala ostvarila prihode od 1,6 mil kn, dok su rashodi iznosili 4,3 mil kn [12]. Stoga bi se dalo zaključiti da su financije „presudile“ ovom šibenskom festivalu.

Ako se sagledaju ova dva problema, postavlja se pitanje tko je kriv za gašenje festivala i zašto javnost nije dobila jasan odgovor zašto je festival ugašen. Unatoč svemu, stajalište autorica ovog rada jest da se festival treba vratiti u svom izvornom obliku u Šibenik, ali sa drugačijim repertoarom, inovativnijim idejama, boljom organizacijom i kvalitetnijom suradnjom grada i organizatora. Povratak Terranea mogao bi se realizirati u tri faze: nova lokacija, ostvarenje ekološke ideje, repertoar baziran na alternativnim umjetnicima Hrvatske i regije.

3.1. Statistika Terranea

U radu su za analizu korišteni podatci o broju ostvarenih noćenja u gradu Šibeniku u kolovozu, kada se Terraneo festival i održavao, te podatci o broju ostvarenih noćenja u Terraneo kampu. Usporedbom noćenja ostvarenih u kolovozu 2009. i 2010. godine, kada festival još nije postojao, s brojem noćenja za isto razdoblje u 2011., 2012. i 2013. godini, kada se festival održavao, može se vidjeti koliko je važnost Terraneo imao za turizam grada i okolice.

Godina	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
Broj noćenja	227.153	237.761	253.365	276.731	303.035	319.494
Verižni indeksi	-	104,67	106,56	109,22	109,51	105,43
Stope promjene (u %)	-	+4,67	+6,56	+9,22	+9,51	+5,43

Tablica 1. Ostvareni broj noćenja u mjesecu kolovozu, razdoblje 2009. – 2014.[13]

Kako se vidi iz podataka prikazanih u tablici 1, broj ostvarenih noćenja u gradu Šibeniku tijekom kolovoza konstantno raste. No relativni je porast bio najveći u razdoblju 2011. – 2013., odnosno u godinama kada je Terraneo festival postojao.

Prema podacima Turističko – informativnog centra Šibenik, samo u Terraneo kampu je 2011. godine ostvareno 2.615 noćenja, 2012. godine 3.642, a 2013. godine 3.046 noćenja. Broj posjetitelja koji su u Šibenik dolazili zbog Terranea puno je veći, jer ih je većina boravila u privatnom smještaju i hostelima. No ovo su vrlo znakoviti podatci ako ih se uspoređi s podatkom iz 2014. godine, kada Terraneo festival nije održan, ali su se održavali drugi festivali poput OFF Festival Jazz and Blues i Super Uho, u kojoj je svega 812 noćenja ostvareno od strane turista kojima su festivali bili glavni motiv boravka.

4. Rezultati istraživanja

Kako bi se došlo do saznanja na koji način domicilno stanovništvo percipira važnost Terraneo festivala za turistički razvoj svoga kraja, autorice su provele empirijsko istraživanje na uzorku od 60 ispitanika. On-line anketa sastoji se od dva dijela: u prvom dijelu ispitana su socio-demografska obilježja (dob, spol, mjesto stanovanja), dok su se u drugom dijelu ispitivala mišljenja i stavovi o važnosti Terraneo festivala za turizam grada Šibenika. Anketna pitanja bila su kratke forme s ponuđenim odgovorima, a anketa je bila objavljena na službenoj facebook stranici Terraneo festivala. Svi ispitanici bili su stanovnici grada Šibenika i okolice.

Od ukupno 60 ispitanih osoba, anketu je ispunilo 20 osoba muškog spola i 40 osoba ženskog spola. Od 60 ispitanika, njih 48 je u dobi 18 – 24 godine, 9 u dobi 25 – 30 godina, 2 osobe u dobi 31 – 35 godina i jedna osoba u dobi 36 i više godina. Od ukupnog broja ispitanih, 32 osobe su iz Šibenika, a njih 28 je iz okolice Šibenika. Terraneo festival u razdoblju 2011. do 2013. je barem jednom posjetilo 75,0% ispitanika. Čak 91,6% ispitanika smatra da je Terraneo festival bio iznimno važan dio turističke ponude Šibenika, 7,4% je odgovorilo suprotno, dok se 10,0% ispitanih nije izjasnilo o njegovoj važnosti.

Ispitanici su potom ocjenjivali čimbenike koji su, prema njihovom mišljenju, utjecali na uspješnost festivala (Tablica 2) i njegovo gašenje.

	1 - jako loše	2 – loše	3 - dobro	4 – vrlo dobro	5 – odlično
Lokacija	3,33% 2	8,33% 5	35% 21	25% 15	28,33% 17
Repertoar	1,67% 1	5% 3	25% 15	38,33% 23	30% 18
Organizacija	1,67% 1	5% 3	23,33% 14	45% 27	25% 15
Promocija	3,33% 2	6,67% 4	20% 12	31,67% 19	38,33% 23
Cijena	3,33% 2	13,33% 8	38,33% 23	23,33% 14	21,67% 13

Tablica 2. Ocjene utjecaja čimbenika na uspješnost Terraneo festivala

Većina ispitanika lokaciju za održavanje festivala smatra dobrom (25,86%), mnogi čak i vrlo dobrom ili odličnom (55,17%). Svega 5 ispitanih smatra da je lokacija na kojoj se održavao festival bila loša ili jako loša. Glazbeni repertoar festivala ispitanici su u najvećoj mjeri ocijenili vrlo dobrim (40,35%), kao i organizaciju (47,37%), promociju odličnim (40,35%), a cijenu dobrim (40,35%).

Iz prikazanih bi se rezultata dalo zaključiti da su ispitanici najzadovoljniji promocijom festivala, zatim organizacijom, te da su najmanje zadovoljni cijenama ulaznica i popratnih sadržaja, koje vjerojatno smatraju previsokim.

Od ukupno 60 ispitanika lokaciju održavanja kao bitnim čimbenikom gašenja festivala smatra 28,33% ispitanika, njih 26,67% manje bitnim, dok ju njih 25,00% smatra vrlo bitnim ili čak najbitnijim čimbenikom zbog kojeg je festival ugašen. Od ukupno anketiranih, njih 12 (20,00%) smatra lokaciju nebitnom. Repertoar kao čimbenik gašenja festivala 20,00% ispitanika smatra bitnim, dok je promocija kao čimbenik gašenja festivala dobila ocjenu manje bitno (25,00% ispitanika). Cijenu i organizaciju ispitanici su također ocijenili srednjom ocjenom (cijena – 28,33% ispitanika, organizacija – 31,67% ispitanika), iako 26,67% njih smatra da je organizacija bila presudna za gašenje festivala. Uz organizaciju, ispitanici su najbitnijim faktorom gašenja festivala ocijenili financije (33,33%) i suradnju grada i organizatora (43,33%).

Iz prikazanih bi se rezultata moglo zaključiti da ispitanici najbitnijim faktorom gašenja festivala smatraju suradnju grada i organizatora, organizaciju i financije, dok najmanje važnim faktorom gašenja smatraju promociju, lokaciju, repertoar i cijenu.

Prema rezultatima se može zaključiti kako je prije svega nužno postići kontrolu nad financijama i unaprijediti suradnju grada i organizatora.

Povratku Terraneo festivala, uz određene izmjene (lokacija, repertoar i sl.), prisustvovalo bi 88,33% od 60 ispitanih, a tek 11,67% ne vidi satisfakciju u povratku Terraneo festivala u izvornom obliku u Šibenik.

Na temelju obrađenih rezultata ankete o stavovima ispitanika, koji ukazuju na problematiku održavanja festivala, te osobnih stavova autorica, u nastavku se predlažu tri potencijalna rješenja za povratak Terraneo festivala u Šibenik. Grad bi trebao omogućiti organizatoru traženu lokaciju, te ponuditi domicilnom stanovništvu mogućnost dodatne zarade izdavanjem koncesija za pokretne ugostiteljske objekte na lokaciji održavanja festivala, a ugostitelji bi trebali biti obvezni usluživati isključivo „fingerfood“ zbog kontrole otpada na lokaciji. Organizatori bi trebali prodaju karata prepustiti Lučkoj kapetaniji, koja bi mogla organizirati prijevoz do lokacije, a ujedno bi kapetanija organizatoru jamčila kontrolu nad neovlaštenim ulascima na festival. Također, organizatori bi trebali ostvariti početnu ideju Terranea kao eko – festivala kratkim edukacijskim programima za vrijeme vožnje od grada do otoka Obonjana, na kojem bi se održavao festival, te na otoku izraditi spremišta za odlaganje otpada u obliku glavate želve, koja je simbol festivala, radi podizanja svijesti o ugroženosti ove, ali i drugih životinjskih vrsta. Problem financija i visokih cijena karata organizator festivala mogao bi riješiti promjenom repertoara. Bogati repertoar stranih poznatih imena može se reducirati na manji broj, a repertoar upotpuniti alternativnom glazbom hrvatskih bendova i bendova susjednih zemalja koji ne iziskuju visoke troškove.

5. Zaključak

Empirijsko istraživanje ukazalo je na činjenicu da domicilno stanovništvo Terraneo festival vidi kao važan dio turističke ponude grada Šibenika, ali isto tako da treba izmijeniti neke karakteristike samog festivala. Ono što je sudionicima nudio Terraneo je bio jedinstven doživljaj, koji bi sigurno privukao isti, ako ne i veći broj posjetitelja kada bi bio ponovno organiziran, što su pokazali i rezultati provedene ankete. Kada

se sagleda cijela problematika gašenja Terraneo festivala, dolazi se do zaključka kako je stvarni problem ležao u lošoj organizaciji i suradnji s lokalnim vlastima. Krive odluke organizatora dovele su festival i u financijske poteškoće.

Terraneo festival je svakako bio važan dio turističke ponude grada Šibenika. Tko je odgovoran za sve probleme, mogu li se riješiti i da li će se ovaj festival ponovno vratiti u grad, ostaje otvoreno pitanje.

6. Literatura

- [1] Kim, H.; Borges, M.C. & Chon, J. (2006). Impacts of environmental values on tourism motivation: The case of FICA, Brazil, *Tourism Management*, 27,957–967, ISSN 0261-5177
- [2] Moscardo, G. (2007). Analyzing the role of festivals and events in regional development. *Event Management*, Vol.11, No. 1/2, 23–32, ISSN 1943-4308
- [3] Gursoy, D.; Kim, K. & Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers:an extension and validation, *Tourism Management*, Vol. 25, No. 2, 171-181, ISSN 0261-5177
- [4]Miklaužić, Š. (2011). Odlike i mane naših festivala, *Dostupno na: <http://www.muzika.hr/clanak/33274/komentari/odlike-i-mane-nasih-festivala.aspx>*, *Pristup: 05.07.2015.*
- [5] Gibson, C. & Stewart, A. (2009). Reinventing rural places. The extent and impact of festivals in rural and regional Australia. *Research Report*. Australian Research Council, University of Wollongong, Wollongong.
- [6] Cudny, W. (2011). Film festivals in Łódź as a main component of urban cultural tourism. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, Vol. 15, 131-141.
- [7] Sabau, M.F. (2008). More than „fun in the sun“? The marketing of Catalonia and the Basque Country. *Locum Destination Review*, 9, 21-25
- [8]Prentice, R. & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, Vol. 3, No. 1, 7-30, ISSN 0160-7383
- [9] Cudny, W. (2013). Festival tourism – the concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. *Geographical Journal*, Vol.65, No.2, 105-111, ISSN 0016-7193
- [10] <https://www.festicket.com/>, *Pristup: 14-07-2015*
- [11]Nepoznat autor, (2011). Glazbeni eko festival Terraneo, *Dostupno na: <http://www.rirock.com/hrvatska-i-svijet/glazbeni-eko-festival-terraneo/>*, *Pristup: 05-07-2015*
- [12]Devčić, J. (2014). Prava istina o Terraneu: Nakon dvije godine ostali s milijun eura duga, *Dostupno na: <http://sibenskiportal.hr/2014/04/14/prava-istina-o-terraneu-nakon-dvije-godine-ostali-s-milijun-eura-duga/>*, *Pristup: 05-07-2015*
- [13] Turistička zajednica grada Šibenika (2015). Ostvareni broj noćenja u mjesecu kolovozu za razdoblje 2009. od 2014., *osobni kontakt*



Photo 015. Master Duma / Maestro Duma