

ULOGA FESTIVALA I MANIFESTACIJA U KREIRANJU TURISTIČKE PONUDE.

Đuranić, Dajana

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:513350>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

ZAVRŠNI RAD

Osijek, rujan 2018.

Dajana Đuranić

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

ZAVRŠNI RAD
ULOGA FESTIVALA I MANIFESTACIJA U KREIRANJU
TURISTIČKE PONUDE

Dajana Đuranić

Osijek, rujan 2018.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA
U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

TEMA: ULOGA FESTIVALA I MANIFESTACIJA U KREIRANJU
TURISTIČKE PONUDE
PRISTUPNIK: DAJANA ĐURANIĆ

TEKST ZADATKA:

Ovaj rad analizira ulogu festivala i manifestacija na turističku ponudu, njihov utjecaj i značenja za razvoj turizma i na turističke ponude. Iz tog razloga, istraženo je koje su najznačajnije manifestacije na području Slavonije, kada se održavaju, koliki utjecaj imaju na turizam i turističku ponudu kontinentalnih gradova, kao i na razvoj brenda i imidža kontinentalnih turističkih destinacija.

Osijek, (rujan 2018.)

Mentor:

Doc. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić

Predsjednik Odbora za završne i
diplomske ispite:

Izv. prof. dr. sc. Saša Došen

Komentor:

Dr. sc. Marta Borić Cvenić

ODJEL ZA KULTUROLOGIJU**DIPLOMSKI RAD**

Znanstveno područje: društvene znanosti

Znanstveno polje: ekonomija

Znanstvena grana: organizacija i menadžment

Prilog:

Izrađeno:

Primljeno:

Mj:

Broj priloga:

Mentor:

Doc. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić

Pristupnik:

Komentor:

Dr. sc. Marta Borić Cvenić

SAŽETAK

Ovaj rad analizira ulogu festivala i manifestacija na turističku ponudu, njihov utjecaj i značenja za razvoj turizma i na turističke ponude. Iz tog razloga, istraženo je koje su najznačajnije manifestacije na području Slavonije, kada se održavaju, koliki utjecaj imaju na turizam i turističku ponudu kontinentalnih gradova, kao i na razvoj brenda i imidža kontinentalnih turističkih destinacija. Također je analizirano kako gradovi prihvaćaju i prilagođavaju se kulturnim događanjima i manifestacijama. U tu svrhu, analizirana je regija Slavonija iako nije veliki turistički centar poput priobalnih destinacija.

Kao primjer razvijenog imidža grada i imidža festivala analizira se grad Valpovo i festival Ljeto Valpovačko. Naime, Valpovo, iako malen grad, može se pohvaliti festivalima i manifestacijama tijekom cijele godine, što zasigurno utječe na njegovu atraktivnost kao turističke destinacije. Također u radu se analiziraju kultura i tradicija regije te kako se one danas manifestiraju i prezentiraju.

Ključne riječi:

Festivali, manifestacije, festivali Slavonije, Ljeto Valpovačko, brendiranje festivala i turističkih destinacija

ABSTRACT

This paper analyzes the role of the festival and manifestations in tourist offers, their impact and importance for the development of tourism and on touristic offers. Therefore, it was explored which are major manifestations in Slavonia, when are they held, how much influence they have on tourism and tourist offers of the continental cities, as well the development of the brand and image of continental touristic destinations are explored and how the towns accept and adopt to cultural events and manifestations. For this purpose, the region of Slavonia was analyzed, although it is not a large tourist center, such as coastal destinations.

As an example of developed image of the city and the festival the city of Valpovo and the festival Valpovo Summer were analysed. Valpovo, although the small city, can boast with festivals and events through out the year, which certainly influences its attractiveness as a tourist destination. As well, the paper analyses the regional culture and tradition and how they manifest themselves today.

Keywords:

Festivals, manifestations, festivals of Slavonia, Valpovo Summer, branding the festival and tourist destinations.

Tablica sadržaja

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | |
| 2. ULOGA FESTIVALA I MANIFESTACIJA | 1 |
| 3. BRENDIRANJE FESTIVALA SLAVONIJE | 3 |
| 3.1. ISTRAŽIVANJE SLAVONIJE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE | 4 |
| 4. FESTIVALI I MANIFESTACIJE U SLAVONIJI..... | 7 |
| 4.1. KIPARSKA KOLONIJA ERNESTINOVO | 7 |
| 4.2. BARANJSKA UMJETNIČKA KOLONIJA | 7 |
| 4.3. KOLONIJA UMJETNIČKE KERAMIKE "HINKO JUHN" NAŠICE | 8 |
| 4.4. SLAVONSKI BIENNALE | 8 |
| 4.5. OSJEČKO LJETO KULTURE | 9 |
| 4.6. ĐAKOVAČKI VEZOVI | 10 |
| 4.7. MIHOLJAČKO SIJELO | 11 |
| 5. DEFINIRANJE IMIDŽA GRADOVA | 12 |
| 6. IMIDŽ GRADA VALPOVA | 14 |
| 6.1. VIZIJA GRADA VALPOVA | 15 |
| 6.2. MISIJA GRADA VALPOVA | 15 |
| 7. TURISTIČKA PONUDA GRADA VALPOVA | 16 |
| 7.1. KOMPLEKS DVORCA PRANDAU NORMANN..... | 16 |
| 7.1.1. AKTIVNOSTI MUZEJA | 17 |
| 7.1.2. 50. LJETO VALPOVAČKO..... | 18 |
| 7.2. PRVO LJETO VALPOVAČKO | 18 |
| 7.2.1. POKROVITELJSTVO | 19 |
| 7.2.2. PROGRAM | 22 |
| 8. ZAKLJUČAK..... | 27 |

LITERATURA

1. UVOD

Cilj završnog rada je saznati kakva je i koja uloga festivala i manifestacija te kakav je njihov utjecaj na turističku ponudu. Cilj je također istražiti ponudu s obzirom na festivale u Slavoniji, kako su oni brendirani, koja je njihova uloga u gradu i koliko su oni značajni za turističku ponudu.

Kao predmet završnog rada postavlja se pitanje koliko je zanimljiva Slavonija kao destinacija, kakva joj se ponuda, koliko gradovi u Slavoniji odvajaju za kulturu te koliko tradicija, festivali i manifestacije doprinose turizmu i kulturi gradova pa i cijele Slavonije.

U završnom radu se koriste sekundarni podaci istraživanja, također pobliže se objašnjavaju najveći festivali i za primjer uzeo se grad Valpovo. Valpovo kao tradicijski i stariji grad u Slavoniji i dalje priprema festivale i izdvaja sve više novca za kulturu i njeno promicanje u Valpovštini.

Na početku ovaj rad govori i objašnjava definicije festivala i manifestacija, nakon toga govori se o brendiranju istih i prikazuju se sekundarni podaci istraživanja Slavonije kao turističke destinacije. Također su ovome seminaru nabrojani su i objašnjeni najveći festivali i manifestacije u Osječko-baranjskoj županiji. Tada se za primjer uzima grad Valpovo, govori se o: imidžu grada, turističke ponude, manifestacija Ljeto Valpovačko, aktivnosti muzeja, projekcijama i planovima za 2019. i 2020. godinu po pitanju kulture i kulturnih industrija. Posljednje poglavlje daje zaključna razmatranja i preporuke za intenzivniji razvoj brenda kontinentalnih turističkih destinacija.

2. ULOGA FESTIVALA I MANIFESTACIJA

Javna se događanja mogu imenovati različitim nazivima, kao što su to npr.: festival, ritual manifestacija, smotra, ceremonija, proslava i slično.

„Festivali omogućuju ulazak u zajednicu u kojoj se javljaju, omogućuju čitanja narativa koji su prepoznati kao bitni i kojima je dana uloga festivalskih toposa. Festivalaska tema, sadržaj, sudionici, ciljana publika, medijski odjek festivala, narativna mreža isprepletana oko njihovog predstavljanja, teme su koje istraživačima omogućuju da o festivalima progovore kao o mjestima artikulacije čitavog niza praksi.“ (Keleman, Škrbić 2012, 15)

Definicije festivala mogu se proširiti kao svetkovine, priredbe i svečanosti koje su posvećene nekom događaju. Festival se također određuje kao smotra nekakve umjetnosti ili velika kulturna priredba, također postoje i navode se razne skupine festivala npr. filmski, glazbeni, folklorni, sportski i sl. (Keleman, Škrbić 2012)

Festivali su, može se reći najstariji oblici nekakvih svetkovina, umjetnosti i zabave, festivali i danas imaju vrlo sličnu ulogu. Osmišljeni zadanom temom okupljaju oko sebe ljubitelje te određene teme koji na razne načine žele dočarati taj događaj.

„Festivali su javna događanja koja imaju vremenski, prostorni i programski okvir. Javnost festivala upućuje da su oni u svojoj srži predstavljajući i da svojim zamišljenim okvirom žele uputiti određenu poruku. U festivale se uključuju tek tri donekle odijeljena skupine aktera: organizatori, izvođači i publika.“ (Keleman, Škrbić 2012, 47)

Može se reći kako su organizatori, izvođači i publika tri najvažnija aktera. Ukoliko organizatori zajedno s izvođačima odrede dobar posao, tada će i publika biti vrlo zadovoljna. Može se reći kako se oni nalaze u nekakvom imaginarnom trokutu, jer neposredno ovise jedni o drugima.

„Festivali kao mjesto izricanja priča važnih za zajednicu te kao mjesto u kojemu se isprepliću turističke rute. Festivali su, naime, viđeni kao markeri društvenog i kulturnog života koji ujedno sve više obilježavaju suvremeno turističko iskustvo te se zbog te njihove istaknute uloge govori i o festivalskom turizmu. Ta su dva početna stajališta ujedno najvažnija pri razmatranju procesa festivalizacije.“ (Keleman, Škrbić 2012, 51)

Iz pojma festivalizacije može se iščitati kako ona ima dvojako značenje, tako da na nju možemo gledati kao na povećanje broja festivala, a s druge strane definiramo ju kao proces stvaranja festivala. Festivalizacija je nastala u razdoblju 70.-ih godina 20.st, nju se naravno može povezati s turizmom, a bila je također središte proučavanja Donalda Getza, doduše s

manjom usredotočenošću na ekonomske aspekte, a većom za kulturne procese. (Keleman, Škrbić 2012)

Autori Keleman i Škrbić promatraju veze festivala i turizma i kako su društvene promjene povezane s njima, također izdvajaju skup karakteristika, koji dakako izranja iz disciplinarnih pristupa kulturnih praksi u drugačijem geografskom kontekstu, koji može imati povoljan temelj za obilježavanje nekog festivala. (Keleman, Škrbić 2012)

Kada govorimo o festivalskom vremenu, u svim spomenutim slučajevima riječ je o višednevnim događajima, no ona se vežu uz različite mjesece tijekom godine. Može se reći kako festivali okupljaju određene grupe ljudi, što naravno ovisi o kulturi toga kraja. Tako da se na neki način može zaključiti kako je svaki element jako bitan i na neki način povezani su „poput lanca“, ukoliko jedna karika popusti, to odmah utječe na druge.

Pod pojmom manifestacije podrazumijeva se prezentacija, predstava ili ritual, koje se dugo vremena planiraju kako bi se njima mogli obilježiti posebni događaji ili ciljevi. (Pivčević 2015, 6)

„Manifestacije su stare koliko i čovječanstvo. Prve organizirane plemenske ljudske zajednice prenose priče i pjesme s generacije na generaciju, organiziraju plemenske svečanosti. Suvremeno doba nije prekinulo čovjekovu vjekovnu potrebu da se druži, natječe, zabavlja, pokazuje, odnosno da na poseban način obilježi neke važne događaje u životu pojedinca ili društva. Novo doba, razmjerno rastu broja stanovnika, ekonomskom i inom napretku, dovelo je do nastanka različitih vrsta, oblika i obujma manifestacija.“ (Pivčević 2015, 6)

Manifestacije su neraskidivi dio ljudske civilizacije, one su globalan fenomen koji postaje sve značajniji kroz industriju događaja. Termin manifestacija potječe od latinske riječi „manifestare“ javno nastupati, odnosno posvećene su nekom važnom događaju ili svetkovini. (Keleman, Škrbić 2012)

3. BRENDIRANJE FESTIVALA SLAVONIJE

Brendiranje se, prema autorima prije smatralo pomodnim i luksuznim, ali u današnje vrijeme globalizacije tržišta, brendiranje se smatra potrebo. U 50-ak hrvatskih turističkih destinacija ostvaruje se oko 80% ukupnoga turističkog prometa, premda ni pola njih nema izrađene marketinške ili strateške planove, što predstavlja veliki izazov za brendiranje tih destinacija (Bolfek, Jakičić 2012)

„Prema autorima Cotleru i Kelleru, brend možemo definirati na sljedeći način: “Brend predstavlja marku, ime, pojam, termin, znak, simbol, dizajn oblik ili kombinacija svega navedenog, čija je namjena identificiranje dobara ili usluga jednog poslodavca (proizvođača, ponuđača, prodavača) ili grupe te njihovo razlikovanje (diferenciranje) od konkurencije.” Potrebno je napraviti razliku između brenda i brendiranja.“ (Vukman, Drpić 2014)

Za Slavoniju kao najnerazvijenija turističku regiju Hrvatske trebalo bi bolje i učinkovitije iskoristiti svoje njene potencijale, prirodne ljepote, tradiciju i kulturu koji su, može se reći jako dugo bili zanemarivani. Brend nije nikakav slogan ili logo, on je odgovor na pitanje što to predstavlja određena destinacija te što je čini jedinstvenom i prepoznatljivom. (Bolfek, Jakičić 2012)

„Brend se stvara dugotrajnim, upornim, strpljivim i predanim radom, tijekom procesa koji uključuje pažljivo planiranje i veliko dugoročno ulaganje. Iz toga proizlazi kako je za stvaranje jakog brenda potrebno brendiranje ili, drugim riječima, strategijski menadžment proces koji obuhvaća dizajniranje i implementaciju marketing programa i aktivnosti kako bi se gradilo, mjerilo i upravljalo vrijednošću brenda.“(Vukman, Drpić 2014)

Za dugoročan razvoj i međunarodnu prepoznatljivost festivala i manifestacija je iznimno važno odabrati identitet te razviti brend kako bi određena manifestacija bila na dobrome glasu te prepoznatljiva po svojim brendiranim karakteristikama. Također veliku važnost za brend ima njegova promocija. Promocija je gotovo neophodna i ona je najbolja u povezivanju gostiju i manifestacije.

3.1. ISTRAŽIVANJE SLAVONIJE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

U okviru ovog završnog rada prezentirani su rezultati istraživanja provedenog od strane autora Bolfek i Jakičić objavljenog 2012.godine s ciljem pronalaženja vrijednosti brenda prema ciljanoj publici. Prvo što su morali istražiti bila je tadašnja pozicija Slavonije kao turističke destinacije. Izabranim postupcima u prvoj fazi definirali su problematiku i svrhu istraživanja kao i njihove ciljeve. Iduća faza karakterizirala je izbor primarnih podataka i metode njihovog prikupljanja. (Bolfek, Jakičić 2012)

U narednoj fazi autori su pristupali na definiranju plana istraživanja za prikupljanje primarnih podataka, zatim su prikupljali podatke s terena, a kao osnovni element istraživanja izabrali su anketu, koja se provodila pomoću upitnika na određenom uzorku. Iduća faza autorima je bila, naravno analiza provedenih podataka. Svi podaci (odgovori ispitanika) prvo su se provjeravali kako bi se utvrdilo jesu li ispravni, zatim su se grupirali, te unosili u tablice i na kraju naravno analizirali. Posljednja faza istraživanja uključivala je pripremu kratke, jezgrovite, ali sadržajne analize o rezultatima istraživanja. (Bolfek, Jakičić 2012)

Cilj istraživanja bio je utvrditi viđenje i stavove turista kao i ocjenu ponude turističkog proizvoda Slavonije, uvidjeti kakva je slika koju turisti imaju o Slavoniji kao korisnici usluga, te što bi trebalo pridonijeti aktivnostima u kreiranju identiteta brenda. Na temelju te analize dobiveno je polazišta za izradu brenda destinacije koji prezentira identitet destinacije, njezine vrijednosti i jedinstvene atrakcije. U tom smislu istraživanje je dalo odgovore na sljedeća pitanja:

- a) Kakva je trenutačna percepcija Slavonije gledano iz perspektive stanovnika drugih regija koji su došli u posjet?
- b) Kakav je status Slavonije kao turističke destinacije i izaziva li kod turista želju za ponovnim posjetom?
- c) Kakav bi status Slavonija trebala imati u budućnosti i kako ga možemo definirati?

(Bolfek, Jakičić 2012)

Tablica 1 prikazuje rezultate prezentiranog istraživanja u smislu stavova turista o osobinama Slavonije kao turističke destinacije.

| Ocjena | Odličan | Vrlo dobar | Dobar | Slaba | Nedovoljno |
|--|-----------|------------|-----------|-----------|------------|
| Kvaliteta smještajnih objekata | 45 (45 %) | 67 (67 %) | 72 (72 %) | 20 (20 %) | 22 (22 %) |
| Ocjena lokalne gastro ponude | 31 (31 %) | 22 (22 %) | 18 (18 %) | 14 (14 %) | 27 (27 %) |
| Gostoljubivost | 20 (20 %) | 10 (10 %) | 8 (8 %) | 22 (22 %) | 25 (25 %) |
| Noćni život i zabava | 4 (4 %) | 2 (2 %) | --- | 30 (30 %) | 16 (16 %) |
| Dostupnost turističkih informacija | --- | --- | 2 (2 %) | 14 (14 %) | 10 (10 %) |
| Usklađenost kvalitete usluge i cijene | | | | | |
| Slažem se | | | 78 (78 %) | | |
| Ne slažem se | | | 22 (22 %) | | |

Izvor: preuzeto u cijelosti (Bolfek et al. 2012, 370)

Tablica 1 prikazuje osobine Slavonije kao destinacije, te što ona može ponuditi u cilju turističke atrakcije. Prema podacima prezentiranim od strane Bolfeka i suradnika (2012) može se iščitati kako većina gostiju kvalitetu smještaja ocjenjuju kao dobru, gastro ponudu kao odličnu, gostoljubivost kao nedovoljnu, noćni život i zabavu kao slabu, a dostupnost informacija kao nedovoljno. Sažmemo li sve informacije dolazi se do zaključka da Slavonija kao odabrana turistička destinacija ima slabu turističku ponudu, koja nije primamljiva gostima.

Tablica 2 prikazuje rezultate prezentiranog istraživanja asocijacija i personifikacija kao i osobina koje se pripisuju Slavoniji

| Asocijacije vezane uz Slavoniju | | Personifikacija Slavonije i osobine koje joj se pripisuju | |
|-----------------------------------|-----------|---|-----------|
| Netaknuta priroda | 9 (9 %) | Ljubiteljica hrane i vina | 23 (23 %) |
| Bogata tradicija i kultura | 13 (13 %) | Gostoljubiva | 26 (26 %) |
| Mirna i tiha oaza | 7 (7 %) | Tiha i mirna | 10 (10 %) |
| Multikulturalnost | 4 (4 %) | Tradicionalna | 15 (15 %) |
| Autentični gradovi i mjesta | 10 (10 %) | Romantična | 10 (10 %) |
| Slavonska ravnica | 16 (16 %) | Otvorena | 11 (11 %) |
| Vodeno bogatstvo | 4 (4 %) | Kreativna | 3 (3 %) |
| Romantična i sanjiva destinacija | 8 (8 %) | Senzualna | 2 (2 %) |
| Vino i ukusna tradicionalna hrana | 29 (29 %) | | |

Izvor: preuzeto u cijelosti (Bolfek et al. 2012, 370)

Tablica 2 prikazuje identitet brenda Slavonije te odnos asocijacija i personifikacija Slavonije, tablica je provedena istraživanjem autora u Slavonskom Brodu. Prema ovim sekundarnim podacima može se iščitati asocijacije vezane za Slavoniju i osobine koje joj se pripisuju. Najčešće joj se pripisuju asocijacije poput mirne i tihe oaze, ukusna tradicionalna hana, bogata kultura. Također pripisuju joj se osobine poput gostoljubivosti i tradicionalnosti. Ukoliko bi se istraživanjem preuzete informacije rezimirale, dolazi se do zaključka da Slavonija kao odabrana turistička destinacija ima slabu turističku ponudu, koja nije u većoj mjeri primamljiva gostima. Navedeno daje naznaku da je u Slavonskom turizmu potrebno učiniti značajne izmjene s ciljem obogaćivanja turističke ponude novim kreativnim idejama, turističkim atrakcijama i događanjima, dakle generalno zanimljivijom i kreativnijom ponudom.

4. FESTIVALI I MANIFESTACIJE U SLAVONIJI

U okviru ovog poglavlja prikazani su, može se reći najznačajniji festivali i manifestacije u Osječko-baranjskoj županiji. Oni se odvijaju u većim gradovima županije kao što su Đakovo, Osijek, Našice i Donji Miholjac nešto manja mjesta poput Draža i Valpova.

4.1. KIPARSKA KOLONIJA ERNESTINOVO

„Kiparska kolonija Ernestinovo tradicionalna je kiparska kolonija za rad u drvu (pretežito umjetnika naive) koja se održava u Parku skulptura u Ernestinovu, slavonskom selu poznatome po trajno izloženim skulpturama u drvetu. Organizator je likovna udruga "Petar Smajić" Ernestinovo. Uz kipare, u radu Kolonije sudjeluju i slikari. Kolonija je pod nazivom Kolonija kipara naivaca Jugoslavije osnovana 1973. godine. Tijekom vremena Kolonija je dobila međunarodni karakter.“ (Osječko-baranjska županija 2016)

Iz ovih podataka uviđa se kako još uvijek ima entuzijasta koji drže do tradicije i prenošenja kulture i zanata „ s koljena na koljeno“

„Svim sudionicima prve, kao i potonjih, kolonija zajednička polazna osnova stvaralaštva je drvo, tj. hrastova debla ili trupci, različitih dimenzija te zaokupljenost bliskim temama. Iz toga je, kao najčešće rješenje, proizlazila stojeća figura izrađena u drvnoj masi. Doduše, u potonjim kolonijama pomak dalje u stvaranju kod pojedinih kipara, bile su određene perforacije, ali s jednako snažnim naglaskom statike.“ (Općina Ernestinovo 2017)

Također i danas, nakon 44 godine, kiparska se kolonija održava svake godine u kolovozu, u Parku skulptura u Ernestinovo, okupljaju se razni entuzijasti: umjetnici, slikari, kipari, te vrijedno djetlom urezuju svoje tragove u slavonski hrast. (Općina Ernestinovo 2017)

4.2. BARANJSKA UMJETNIČKA KOLONIJA

„Tradicionalna manifestacija "Baranjska umjetnička kolonija" okuplja akademske slikare iz cijele Hrvatske. Od 1998. godine Koloniju organizira Općina Draž. Od osnutka i početka rada, prvim sazivom i otvorenjem izložbe 23. rujna 1975., Baranjska umjetnička kolonija predstavlja jednu od središnjih likovnih djelatnosti baranjskoga prostora. Djela saziva se izlažu na prigodnim izložbama. Tijekom tri desetljeća, s iznimkom ratnoga razdoblja i vremena mirne reintegracije (1991.-1997.), u radu kolonije sudjelovalo je gotovo stotinu umjetnika.“(Osječko-baranjska županija 2016)

„Baranjska umjetnička kolonija tradicionalna je manifestacija u općini Draž koja okuplja eminentne slavonsko –baranjske slikare pa i slikare iz cijele Hrvatske. Ova manifestacija traje već preko 35 godina. Djela ovih slikara se kasnije izlažu u izložbenim prostorima Baranje i Slavonije, a gotovo uvijek u Clubu – galeriji “Magis“ u Osijeku Domaćin i organizator Kolonije je Općina Draž na čijem se području otvorila Kolonija dana 16. listopada 2015. godine u Lovačkom domu Gajić, a te godine se priključuje i Općina Popovac koja također sudjeluje o organizaciji i pripremi ovog umjetnog stvaralaštva.“(Arači 2015)

Prema ovim podacima može se vidjeti kako su se općine i mjesta udružila zajedno i osmislila vrlo zanimljive radionice koje su postale manifestacije.

4.3. KOLONIJA UMJETNIČKE KERAMIKE "HINKO JUHN" NAŠICE

„Tradicionalna Kolonija umjetničke keramike "Hinko Juhn" već 28 godina održava se tijekom mjeseca kolovoza u prostorima dvorca Pejačević u Našicama. Kolonija posjeduje opremljenu keramičarsku radionicu i sav potreban materijal za rad. Umjetnici dolaze na poziv Organizacijskog odbora, a nastali radovi ostaju u fundusu Zavičajnog muzeja Našice kao trajna pohrana. Uobičajeno sudjeluje do desetak keramičara umjetnika.“(Osječko-baranjska županija 2016)

4.4. SLAVONSKI BIENNALE

„Izložba Slavonski biennale tradicionalna je likovna manifestacija koju organizira Galerija likovnih umjetnosti u Osijeku. Na izložbi su zastupljene likovne discipline: slikarstvo, kiparstvo, grafika, multimedija, video te izmjenično svake četiri godine arhitektura i urbanizam te primijenjena umjetnost. Ocjenjivački sud putem natječaja poziva autore, vrši izbor i konačno dodjeljuje nagrade, Grand Prix, tri nagrade EX Aequo i Priznanje.“ (Osječko-baranjska županija 2016)

Na ovoj manifestaciji zasigurno svi ljubitelji umjetnosti mogu pronaći nešto za sebe, osmišljena je za discipline likovnih umjetnosti, što znači da prikuplja veliki broj umjetnika.

4.5. OSJEČKO LJETO KULTURE

„Ljetna multikulturalna manifestacija Osječko ljeto kulture održava se od 2001. godine. Za trajanja manifestacije u prostorima osječke Tvrđe odvijaju se brojne kazališne predstave, performansi, izložbe, književni i filmski programi, a uz osječke izvođače, nastupaju i gosti iz Hrvatske i iz inozemstva.“(Osječko-baranjska županija 2016)

„U sklopu 18. Osječkog ljeta kulture (OLJK), od 29. lipnja do 13. srpnja, održat će se 49 visokokvalitetnih programa iz područja kazališne, glazbene, koncertne, likovne, književne, plesne, filmske i novo medijske umjetnosti, izvijestili su u utorak u osječkoj Gradskoj upravi.“(Barbarić 2018)

Žana Gamoš zamjenica gradonačelnika Osijeka i predsjednica organizacijskog odbora OLJK- rekla je na konferenciji za novinare da je riječ o najvećoj kulturnoj manifestaciji u istočnoj Hrvatskoj, te kako će ove godine manifestacija biti otvorena praizvedbom rock melodrame osječkog Hrvatskog narodnog kazališta (HNK) „Osječki long, longplay“ redatelja Saše Anočića, u petak 29. lipnja.(Barbarić 2018). Također, Gamoš je rekla da je grad nositelj organizacije i produkcije manifestacije i kako grad poklanja besplatno svih 49 programa. U organizaciju su naravno uključene sve važnije osječke kulturne ustanove, udruge i umjetnici pojedinci, ali i da dolaze brojni gostujući izvođači. Programima je pokriven cijeli Osijek jer će se izvoditi na više od 20 različitih lokacija. Prema navodu iz objave razvidno je da će ukupan trošak organizacije Osječkog ljeta kulture iznositi 1.120 tis HRK. (Barbarić 2018)

Čitajući ove podatke, može se vidjeti kako Osijek daje jednu veliku, zanimljivu i primamljivu manifestaciju, koja je privukla velik broj ljudi, i može se reći kako Osijek, kao najveći grad u Slavoniji zaista vodi računa o kulturnim manifestacijama i promicanju kulture i kulturnih industrija.

Osječki gradonačelnik Ivan Vrkić Osječko ljeto kulture nazvao je „velikim društvenim događajem kojim Osijek pokazuje svoje velike kulturne potencijale“, te rekao: „Osječko ljeto kulture je sinergija osječkih kulturnih ustanova i materijalnih resursa, sve je više sponzora i to pokazuje o koliko važnoj je manifestaciji riječ. To je proizvod našeg grada, pozivam sve sugrađane i sve Slavonce i Baranjce i cijelu Hrvatsku neka dođu pogledati što Osječko ljeto kulture nudi.“

4.6. ĐAKOVAČKI VEZOVI

„Đakovački vezovi su velika tradicionalna folklorna manifestacija - desetodnevna smotra folklora Slavonije i Baranje koja je u 2013. godini obilježila svojih 47. godina održavanja.

U brojnim programima uz izvođače iz Slavonije i Baranje sudjeluju i folklorne grupe iz drugih dijelova Hrvatske i iz inozemstva. Programi se odvijaju ulicama grada Đakova (povorka), na Ljetnoj pozornici u Strossmayerovom parku (folklorne priredbe) te na Vijencu kardinala Alojzija Stepinca (ostale priredbe).“ (Osječko-baranjska županija 2016)

Danas Đakovački vezovi su dobro poznata manifestacija izvornog narodnog folklora. Prvi Đakovački vezovi bili su održani su 2. i 3. srpnja 1967. godine kao specifična prigodna turističko-kulturna manifestacija. Inicijator za osnivanje Đakovačkih vezova bio je dr. Zvonimir Benčević, i njihova prva manifestacija doživjela je velik uspjeh. (Turistička zajednica grada Đakova 2018)

Glavna manifestacija Đakovački vezovi održava se svake godine u srpnju. Za nju se može reći da se izvodi izvorni folklor prije svega Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema te drugih krajeva Hrvatske. Naravno, uz prateće priredbe kao što su otvorenje raznih izložbi, konjičke priredbe te druge kulturne i turističke priredbe. Manifestacija također ima i međunarodni karakter, gdje okuplja izvorne folklorne skupine iz svih dijelova svijeta. (Turistička zajednica grada Đakova 2018)

Sagledavši Đakovačke veze i ovdje ponuđene podatke, može se doći do zaključka kako je manifestacija jedna od najprepoznatljivijih u Slavoniji, naravno razlog tomu je dobro brendiranje manifestacija.

„Svakog ljeta posebno je živo na Đakovačkim vezovima, najvažnijoj smotri hrvatskoga folklornog stvaralaštva koja okuplja na desetke tisuća sudionika. Održavaju se i razne folklorne priredbe kao što su Mali vezovi, pučko crkveno pjevanje, svečano otvorenje, Đakovština u pjesmi i plesu, gosti u pjesmi i plesu, svečana povorka ulicama Đakova, Međunarodna smotra folklora, Smotra folklora Hrvatske, Smotra folklora Slavonije i Baranje te program zatvaranja ”Slavonijo zemljo plemenita” uz izbor najbolje nošenog narodnog ruha. Izbor djevojke i snaše (izbor momka uvodi se kasnijih godina) u najljepšoj nošnji sastavni je dio Vezova od početka, 1967. godine.“(Turistička zajednica grada Đakova 2018)

4.7. MIHOLJAČKO SIJELO

„Miholjačko sijelo, tradicionalna je smotra izvornog slavonskog folklora na kojoj uz kulturno-umjetnička društva iz Slavonije sudjeluju i kulturno umjetnička društva (KUD-ovi) iz ostalih krajeva Hrvatske i iz inozemstva. Program smotre obuhvaća mimohod KUD-ova ulicama grada, nastupi KUD-ova.“(Osječko-baranjska županija 2016)

Miholjačko sijelo je tradicionalna kulturna manifestacija, a održava se drugog tjedna u mjesecu srpnju, također manifestacija u četiri dana održavanja broji preko dvije tisuće aktivnih sudionika iz Hrvatske i inozemstva. Kao i kod svake Slavonske manifestacije kulturno umjetnička društva svojim plesovima, pjesmama i običajima predstavljaju tradiciju svojih krajeva. U programu se nalaze razne kulturne priredbe kao što su: izložbe slika, etno izložbe, izložbe kruha i kolača, dramske predstave, koncerti i dr. (Turistička zajednica Grada Donjeg Miholjca 2015)

Gledajući na sve ovdje navedene manifestacije i festivale, može se reći da sve veće sredine u Osječko –baranjskoj županiji imaju svoj prepoznatljiv festival ili manifestaciju. Na sam spomen nekih gradova kao što je npr. Đakovo, ljudi se, vjerujemo odmah sjete i njegove manifestacije „Đakovačkih vezova“ što se može pripisati dobrom brendiranju te dobroj marketinškoj kampanji koja je značajno pridonijela organizaciji i prepoznatljivosti manifestacije. Đakovački vezovi su kao i druge manifestacije središte zbivanja u gradovima tijekom ljetnih mjeseci, one su ključan čimbenik, ako se gleda na turističke ponude gradova, također, može se reći kako su manifestacije ključan faktor koji spaja goste, kulturu i tradiciju. Također sve od navedenih manifestacija su popraćene na raznim društvenim mrežama, te je lako pronaći programe i sadržaj manifestacija.

5. DEFINIRANJE IMIDŽA GRADOVA

„Definiranje imidža i identiteta postmodernog, odnosno postindustrijskog grada predstavlja iznimno složen proces. Od velike je važnosti prepoznavanje osnovnih kvaliteta urbane sredine, te isticanje samih tih prednosti u procesu stvaranja gradskog brenda. Može se govoriti o postojanju niza profila urbanih identiteta, odnosno prepoznatljivosti gradova po njihovoj osnovnoj odrednici.“ (Lamza-Maronić, Glavaš 2016, 8)

„Na području Republike Hrvatske deindustrijalizacija je izravno povezana s ratnim razaranja i problematičnim privatizacijama početkom posljednjeg desetljeća 20 st. Sama deindustrijalizacija na području Hrvatske ujedno je uzrokovala i pojavu koncepta postindustrijskih gradova u potrazi za novim identitetima.“(Lamza-Maronić, Glavaš 2016, 10) Kulturne i kreativne industrije s druge strane omogućavaju tim istim pojedincima kreativno izražavanje i stvaranje koje im donosi financijsku i druge oblike dobiti. Ove su industrije glavni financijer kreativnosti i igraju važnu ulogu u promicanju i marketingu aktivnosti. (Lamza-Maronić, Glavaš 2016)

Pritom sljedeći prikaz daje kontekstualne razlike između globalnog i postindustrijskog grada pri čemu najveći dio gradova analiziranog geografskog područja ulazi u skupinu postindustrijskog grada gdje nisu u mogućnosti prevladati probleme uzrokovane dugogodišnjom ekonomskom krizom i depopulacijom.

Tablica 3. Prikazuje razlike u strukturi globalnog i postindustrijskog grada ukoliko ga se promatra kroz čimbenike kao što su: populacija zaposlenost, susjedstvo, nekretnine i izazovi grada

Tablica 3. Razlike u strukturi globalnog i postindustrijskog grada

| | Globalni grad | Postindustrijski grad |
|---------------------------|--|--|
| Populacija | Rastuća populacija (migracije) od 1990.ih | Opadajuća populacija |
| Zaposlenost | Raznolika baza zaposlenosti, npr. financije, usluge, kao i tradicionalnije manufakturne industrije | Smanjena baza zaposlenih zbog zatvaranja glavnih industrija- često dominantnih izvora zapošljavanja u području |
| Potražnja za nekretninama | Visoka vrijednost i potražnja za zemljištem i nekretninama u središtu grada i izvan njega | Mnogo napuštenih područja i nekretnina u središtu grada |
| Susjedstvo | Polarizana susjedstva – često postoje velike razlike između jako bogatih i jako siromašnih područja u središtu grada | Susjedstva s jednom klasom, često povezano sa socijalnim stanodavstvom |
| Glavni izazovi | Prevladati rastuću polarizaciju između jako bogatih i jako siromašnih, uz osiguravanje kontinuiranog rasta | Vratiti zaposlenost i odlazeće stanovništvo u grad |

Izvor: (McIntyre 2006,5 prema Lamza-Maronić, Glavaš 2016, 10)

U tablici 3. Prikazane su sve glavne odrednice između globalnog i postindustrijskog grada. Prema ovoj tablici možemo odrediti gdje grad pripada i kako mu kulturne industrije mogu pridonijeti. Slavonski gradovi ne mogu se točno definirati kao globalni ili postindustrijski, jer imaju obilježja i jednog i drugog oblika grada, doduše u zadnje vrijeme, može se reći da više poprimaju oblik postindustrijskog grada.

6. IMIDŽ GRADA VALPOVA

„Grad Valpovo obiluje prirodnim resursima, riječnim tokovima te kulturnom baštinom te su stoga potencijali za razvoja turizma na području Grada veliki.“

„Posebice treba istaknuti dvorac Prandau-Normann koji je zbog svoje velike vrijednosti, prema kriterijima konzervatora drugi po vrijednosti dvorac kontinentalne Hrvatske, izuzetan resurs za razvoj turizma. Također, cijeli Grad obiluje kulturno-povijesnom i vrijednom graditeljskom baštinom.“(Grad Valpovo 1 2015, 36)

„Osim kulturne baštine Grad Valpovo ima značajne potencijale za razvoj izletničko-rekreacijskog i športskog turizma. Naime, na području grada su tri rijeke: Drava, Karašica i Vučica te brojni ribnjaci. Za daljnji razvoj turizma u Gradu Valpovu nužan je promišljen pristup kroz razvoj turističkog identiteta grada, turističke infrastrukture kao i specifične turističke ponude.“(Grad Valpovo 1 2015, 36)

Prema strategiji grada Valpova može se iščitati kako je u 2014. godini ukupan broj kreveta u Gradu Valpovu bio je 144, od toga 102 hotelska i 42 u sobama za iznajmljivanje. Ostvareni broj noćenja u 2014. godini bio je 13.412, što je smanjenje u odnosu na 2013. To smanjenje može se pripisati krizom u državi i odlaženjem populacije. (Grad Valpovo 1 2015, 36)

6.1.VIZIJA GRADA VALPOVA

Vizija razvoja Grada Valpova temelji se na sustavu vrijednosti kojim se odgovara na tri bitna pitanja: prvo pitanje je „što želimo raditi“, drugo „što želimo postati“ te treće, gdje ćemo biti 2020“, a vizija glasi:

„Valpovo je srednjoeuropski grad prepoznatljiv po svojoj bogatoj kulturnoj baštini, autohtonim proizvodima, proizvodnji zdrave hrane te poticanju razvoja poduzetništva, zelene ekonomije i industrije uz održivo korištenje suvremene tehnologije i inovacije. Visoka kvaliteta života građana Valpova ostvarena je visokom stopom zaposlenosti, razvijenom društvenom infrastrukturom i socijalnim uslugama te ravnomjernim razvojem svih naselja.“
(Grad Valpovo 1 2015, 63)

6.2.MISIJA GRADA VALPOVA

Misija Grada Valpova odražava osnovne zadatke te vrijednosti koje vode ka ostvarenju ciljeva. Zajedničkim radom Radne grupe za izradu Strategije definirana je i usuglašena misija Grada Valpova:

„Misija Grada Valpova je kontinuirano poboljšanje kvalitete života i rada stanovnika Grada, te stvaranje pozitivnog okruženja za razvoj gospodarstva, kroz učinkovito, transparentno i odgovorno upravljanje javnim poslovima. Grad strateški promišlja i planira razvoj te u suradnji s gradskim tvrtkama, poslovnim i civilnim sektorom, uz uvažavanje potreba građana, osigurava kontinuiran gospodarski i društveni razvitak.“(Grad Valpovo 1 2015, 63)

Ovom strategijom može se vidjeti kako grad Valpovo sve svoje snage daje za poboljšanje gospodarstva, planiranja infrastrukture, brigom za prigradska naselja i sve građane, iako grad daje sve od sebe, mladi nažalost i dalje su u odlasku, te se teže pronalazi posao. Naravno, grad u zadnje vrijeme radi na kulturnim industrijama, te u zadnje vrijeme više se posvećuju kulturi i manifestacijama, koje u vidljive unazad šest mjeseci, može se jedino nadati da će tako i ostati i da će mladi biti voditelji kulturnih ideja i radionica.

7. TURISTIČKA PONUDA GRADA VALPOVA

„Veliko dio razvoja Grada Valpova može se temeljiti na razvoju turističke ponude koja se glavninom treba oslanjati na kulturno-povijesnu baštinu. Glavni "mamac" svakako je cjelina dvorca Prandau-Normann, park uz dvorac, Prandauovo kazalište, vlastelinska ergela, kapelica sv. Rok, grobljanska kalvarija, župna crkva i ostale građevine vezane uz vlastelinstvo.“(Grad Valpovo 1 2015, 14)

7.1. KOMPLEKS DVORCA PRANDAU NORMANN

Prema Strategiji grada Valpova pobliže se opisuje Dvorac Prandau Normman koji je u današnjem obliku nastao tijekom prve polovice 18. stoljeća pregradnjom i dogradnjom srednjovjekovne utvrde od koje su očuvani dijelovi bedema, temelji i zidovi kasnogotičke kapelice. Dvorac kao jedinstvena arhitektonska cjelina nikada nije prestao biti tvrđavom, niti je posve postala dvorcem, pa svojim pročeljima posjetitelje i danas iznenađuje različitim i neočekivanim vizurama. Valpovački je dvorac pravi muzej na otvorenom, jedinstveni veliki eksponat kojim se može hodati, u koji se može ući i šetati prošlošću. (Grad Valpovo 1 2015, 14)

Valpovački dvorac je bio, ali i dalje ima veliku važnost u gradu. On je najčešće bio mjesto okupljanja gotov svim generacijama. Kao i danas, može se iščitati kako je on i dalje mjesto okupljanja najvažnije valpovačke manifestacije.

„Pročelna palača dvorca prvotno izgrađena u baroknom stilu, nakon požara 1801. na 1802. godinu obnovljena je djelomično i u klasicističkom duhu. Pročeljem palače dominira istureni peterokatni toranj na čijem je trećem katu sačuvan stari sat koji je bio u funkciji do sedamdesetih godina 20. stoljeća. U podnožju tornja su masivna ulazna vrata kroz koja se ulazi 20-ak metara dugim hodnikom u dvorište. U unutrašnjosti palače se nalazi niz velikih prostorija koje su barunima i grofovima služile kao luksuzno uređeni saloni za dnevni boravak, primanje gostiju te knjižnicu, biljar salu i sl.“ (Grad Valpovo 1 2015, 14)

7.1.1. AKTIVNOSTI MUZEJA

„Dvorac Prandau-Normann Valpovo u sastavu je Ustanove za kulturne djelatnosti Ante Evetović–Mirosljub Valpovo. Osnovan je 1956. godine, a osnivač je grad Valpovo. Zbirke su arheološka, povijesna, etnološka, kulturno povijesna, prirodoslovna, vatrogasna, lovačka, geološka, zbirka starih fotografija i zbirka građanskog života. Stalne izložbe je Ostavština plemićkih obitelji Prandau i Normann, te stalna izložba geološke zbirke. Muzej ima od 5 do 10 izložbi godišnje. Muzej posjeduje knjižnicu i arhiv, doduše zatvorenog tipa.“(Muzejska Udruga Istočne Hrvatske 2010-2012)

„Muzej posjeduje dvorane kao što je dvorska kapela za koncerte i izložbe i predstavljanje publikacija, pročelje dvorca koje je u fazi obnove, a služi za alternativne sadržaje, te u dvorištu dvorca nalazi se pozornica za kulturne manifestaciju.“(Muzejska Udruga Istočne Hrvatske 2010-2012)

Početak događanja redovito označuju zvuci rogista, nakon čega lovci fijakerima i zapregama kreću u šumu Zverinjak. Cijeli ovaj prozor upotpunjuju gosti koji se tada nalaze oko dvorca i stvaraju jako lijepu atmosferu, također svake godine prikupljaju se i javljaju dobrovoljci koji su uključeni u dramski prikaz.

„Svakog ljeta održava se jedna od najljepših aktivnosti dvorca, a to je kostimirani prikaz grofovskoga lova u okruženju dvorca Prandau-Normann. I ove 2018.godine sudjelovanje u prikaz odlaska valpovačkog grofa u lov, u koji često dolaze grofovi Janković iz Orahovice i Pejačević iz Našica te pratnja prihvatili članovi lovačkih društava s područja Valpovštine.“(Vazdar 2016)

7.1.2. 50. LJETO VALPOVAČKO

„Najveća manifestacija amaterskog kulturnog stvaralaštva u Valpovštini je "Ljeto valpovačko". Program "Ljeta valpovačkog" obuhvaća izložbe likovnih radova slikara s područja Valpovštine, izložbe rukotvorina, koloniju slikara i kipara, koncert pjevačkih zborova i puhačkih orkestara, kazališne predstave, reviju pjevača amatera, izdavanje "Valpovačkog godišnjaka", natjecanju u spravljanju jela na starinski način i kulenijada, a završava smotrom folkloru u kojoj sudjeluju KUD-ovi iz cijele Hrvatske.“ (Osječko-baranjska županija 2016)

Smotra Ljeto valpovačko dobro je poznata manifestacija narodnog stvaralaštva, naravno ne samo u Slavoniji, nego posvuda u Hrvatskoj, pa čak i u inozemstvu. Manifestacija već punih 50 godina kontinuirano njeguje tradiciju našega kraja, također potiče i sve mlađu populaciju na kulturno stvaralaštvo. (Vazdar 2018)

7.2.PRVO LJETO VALPOVAČKO

„Prvo Ljeto valpovačko održano je 1969. godine i medijski je bilo popraćeno na zavidnoj razini”, kaže dugogodišnji istraživač valpovačke povijesti Stjepan Najman, koji dalje priča: “Nakon zadnjeg dana u Vjesniku je objavljen članak potpisan s E. C., što su inicijali, najvjerojatnije, Emila Cossetta, još jednog našeg vrhunskog glazbenog stručnjaka koji je napisao: Kulturno-umjetnički domet te uspjele manifestacije bio je velik.“(Aničić 2014)

Gost priredbe, umjetnički direktor zagrebačkog KUD-a Lado, prof. Zvonko Ljevaković rekao je našem suradniku: „*Ova lokalna smotra folkloru – po izboru nošnji i čistoći folklorne građe s folklorno-etnografskog stanovišta, zatim po pjesmi, svirci te igri i plesovima dosad je najbolja nakon oslobođenja. Za prikupljanje tolikog folklornog blaga Šokadije prezentiranog na Ljetu valpovačkom i aktiviranje folklornih skupina zaslužni su uz Narodno sveučilište u Valpovu, koje je inicijator Ljeta, predsjednik organizacijskog odbora smotre Marko Mimović, kulturni radnik Stjepan Bahert i veća grupa ostalih entuzijasta.*“ (Aničić 2014)

7.2.1. POKROVITELJSTVO

Grad Valpovo, kao i njegove udruge i kulturno-umjetnička društva svake godine pripremaju se za Ljeto Valpovačko, što je slučaj i za jubilarno 50. Ljeto Valpovačko, koja je ujedno i najveća kulturna manifestacije Valpovštine, koja se svrstava među najstarije manifestacije takve vrste u Slavoniji, ali i u Hrvatskoj. (Aničić 2014)

Na posljednjoj sjednici Gradskog vijeća Valpova informacije o pripremi Ljeta vijećnicima je prezentirao tajnik manifestacije Eduard Lacković: *„Ljeto valpovačko održavalo se od 22. lipnja do 1. srpnja, a ukupan trošak organizacije i održavanja manifestacije iznosio je oko 217.000 kuna. Pokroviteljstvo su prihvatili predsjednica Republike Hrvatske Kolinda Grabar-Kitarović, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske i Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. Odobrena su i sredstva na temelju javnih natječaja za potpore manifestacijama: od Ministarstva kulture 15.000 kuna, Osječko-baranjske županije 10.000 kuna te Hrvatske turističke zajednice koja s 12.400 kuna pokriva 80 posto troškova oglašavanja na društvenim mrežama i tiskovinama.“*(Aničić 2014)

Kako se može iščitati ovim člankom, u organizaciji i programu 50. Ljeta Valpovačkog došlo je do određenih promjena u odnosu na ranija razdoblja. Tako da je ove godine umjesto Odbora Ljeta Valpovačkog odgovornost i provođenje manifestacije preuzela skupina koja je bila predvođena gradonačelnikom Valpova Matkom Šutalom. Uz njega, u timu su još i njegova zamjenica Ana Brajnović, Eduard Lacković – voditelj valpovačke Turističke zajednice, Zvonko Barišić – ravnatelj Ustanove za kulturne djelatnosti, Duško Topić kao predstavnik KUD-ova, povjesničar dr. Dinko Župan te Zdravko Barišić. (Aničić 2014)

Pritom tablica 4 prikazuje proračun grada Valpova za 2018. g i projekcije za 2019. i 2020. g, plan za kulturu i kulturne sadržaje koji uključuju manifestacije, opremu za muzej i ostale kulturne sadržaje.

Tablica 4 Proračun grada Valpova za 2018. g i projekcije za 2019. i 2020. g, plan za kulturu

| | <i>Plan 2018.</i> | <i>Projekcija 2019.</i> | <i>Projekcija 2020.</i> |
|--|---------------------|-------------------------|-------------------------|
| GLAVA 00405. - Kultura | 1,924,000.00 | 6,609,000.00 | 6,447,000.00 |
| Program 01. Promicanje kulture - Proračunski korisnik - Ustanova za kulturne djelatnosti A.E. Miroљjub, Valpovo | 840,000.00 | 807,000.00 | 810,000.00 |
| <i>A405101 Aktivnost 01 - Osnovna djelatnost Ustanove za kulturne djelatnosti</i> | <i>592,000.00</i> | <i>552,000.00</i> | <i>552,000.00</i> |
| Rashodi poslovanja | 592,000.00 | 552,000.00 | 552,000.00 |
| RASHODI ZA ZAPOSLENE | 446,000.00 | 406,000.00 | 406,000.00 |
| Plaće | 301,000.00 | | |
| Ostali rashodi za zaposlene | 93,000.00 | | |
| Doprinosi na plaće | 52,000.00 | | |
| MATERIJALNI RASHODI | 141,000.00 | 141,000.00 | 141,000.00 |
| Naknade troškova zaposlenima | 53,000.00 | | |
| Rashodi za materijal i energiju | 14,000.00 | | |
| Rashodi za usluge | 74,000.00 | | |
| Ostali nespomenuti rashodi poslovanja | 0.00 | | |
| FINANCIJSKI RASHODI | 5,000.00 | 5,000.00 | 5,000.00 |
| Ostali financijski rashodi | 5,000.00 | | |
| <i>T405101 Tekući projekt 01 - Manifestacija "Ljeto valpovačko"</i> | <i>188,000.00</i> | <i>218,000.00</i> | <i>218,000.00</i> |
| Rashodi poslovanja | 188,000.00 | 218,000.00 | 218,000.00 |
| MATERIJALNI RASHODI | 188,000.00 | 218,000.00 | 218,000.00 |
| Rashodi za usluge | 55,000.00 | | |
| Rashodi za usluge | 45,000.00 | | |
| Ostali nespomenuti rashodi poslovanja | 33,000.00 | | |
| Ostali nespomenuti rashodi poslovanja | 55,000.00 | | |
| <i>K405101 Kapitalni projekt 01 - Nabava opreme za muzej</i> | <i>0.00</i> | <i>37,000.00</i> | <i>40,000.00</i> |
| Rashodi za nabavu nefinancijske imovine | 0.00 | 37,000.00 | 40,000.00 |
| RASHODI ZA NABAVU PROIZVEDENE DUGOTRAJNE IMOVINE | 0.00 | 30,000.00 | 30,000.00 |
| Postrojenja i oprema | 0.00 | | |
| RASHODI ZA DODATNA ULAGANJA NA NEFINANCIJSKU IMOVINU | 0.00 | 7,000.00 | 10,000.00 |

Izvor: preuzeto u cijelosti (Grad Valpovo 2 2017, 22-23)

U tablici 4. može se vidjeti da grad Valpovo za kulturu izdvaja skoro 2 milijuna kuna koje pritom dijeli na manifestacije, kulturne objekte, nabavke opreme za muzej i sl. Također projekcije su da bi željeli za 2019.god izdvojiti više od 6 milijuna, Od kojih se 5,1 mln. kn usmjerava na projektnu dokumentaciju projekta obnove dvorca Normann Prandau, dok će za financiranje programskih sadržaja i rada kulturnih institucija, ne računajući stavku Dvorca Normann Prandau biti izdvojeno 1,509 tis. HRK što je za 10% manje no u prethodnoj godini kada je izdvojeno 1,674 tis. HRK.

U okviru ovog iznosa, za stavku promicanje kulture - program javnih potreba u kulturi (amaterske udruge) - tekuće donacije planiran je također manji iznos, umjesto dosadašnjih 367 tis. HRK, biti će izdvojeno 297 tis. HRK. Preostali iznos do 1,509 tis. HRK se usmjerava na financiranje programa.

Međutim, Manifestacija "Ljeto valpovačko" (proračunska stavka T405101) će sljedeće godine dobiti ipak nešto veći iznos HRK 218 tis. HRK, umjesto dosadašnjih 188 tis. HRK, što će zasigurno pomoći u daljnjem razvoju i brendiranju ove manifestacije u sljedećem razdoblju.

Međutim, generalno gledajući, uz projekt obnove Dvorca Normann Prandau koji je zasigurno jedan od najznačajnijih kulturnih spomenika Valpovštine, što se tiče financiranja kulture može se zaključiti da proračun nije razvojan niti podupire razvoj novih, inovativnih programa i manifestacija, što će zasigurno utjecati i na kvalitetu turističke ponude samog grada Valpova.

7.2.2. PROGRAM

„Manifestacija Ljeto valpovačkog već punih 50 godina kontinuirano njeguje tradiciju našega kraja i potiče amatersko kulturno stvaralaštvo. Čitava će se manifestacija održati pod pokroviteljstvom predsjednice Republike Hrvatske Kolinde Grabar-Kitarović. Pokroviteljstvo je, navode iz TZ Valpovo, prihvatilo i Ministarstvo kulture RH na čelu sa ministricom Ninom Obuljen Koržinek te Ministarstvo turizma RH na čelu sa ministrom Garijem Cappellijem.“ (Pavlović 2018)

Ove 2018.g Ljeto valpovačko imalo je poseban značaj, naravno iako pedeseto, gledalo se na njega kao na pola stoljeća tradicije i jedna od ključnih stvari bilo je pokroviteljstvo, koje je može se reći, uvelike potpomoglo oko cijele organizacije i oko novog programa i stvaralaštva.

Gradonačelnik Šutalo je izjavio: „*Planiramo Lijepoj našoj i našim susjedima prezentirati valpovački kraj u najljepšem svjetlu. Ovo je početak nove ere Ljeta valpovačkog kao najvećeg promotora našega Grada, naše tradicije i naših običaja. Ovo je povijesni trenutak i veliko priznanje za Valpovo i za sve građane Valpovštine koji godinama čuvaju nasljeđe naših predaka i nacionalni identitet. Od srca veliko hvala našoj Predsjednici što je prihvatila pokroviteljstvo te se iskreno nadamo da će i osobno doći i posjetiti Valpovo i ovaj veliki jubilej, a jednako tako radujemo se i posjetu ministrice kulture i ministra turizma.*“ (Pavlović 2018)

Kao što je izjavio i gradonačelnik, može se reći kako je Ljeto valpovačko imalo drugačiji program i puno više različitih sadržaja koji će uvelike donijeti novinu i vjeruje se veći broj gostiju.

Tablica 5. Program ljeta Valpovačkog od 22.06 - 25.06. 2018

| | |
|---|--|
| <p>„Petak – 22.06.2018.</p> <p>Centar kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo</p> <p>19:00 – OTVORENJE 50. LJETA VALPOVAČKOG: „MIRIS KRUVA“ – FOLKLORNI KONCERT HKUD-a „Valpovo 1905“ Valpovo“</p> <p>„Subota – 23.06.2018.</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>11:00 - Nastup KUD-a „JEDINSTVO“ Split</p> <p>(U slučaju kiše koncert će se održati u Centru kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo)</p> <p>Valpovački perivoj</p> <p>16:00 - V. SLAMA KUP – Natjecanje jahača u brzini i spretnosti</p> <p>- Nastup: TS KOČIJE</p> <p>(Organizator: Konjogojska Udruga Valpovštine)</p> <p>Centar kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo</p> <p>19:00 - Otvorenje izložbe „50 godina Ljeta valpovačkog“</p> <p>Muzej Valpovštine, Valpovo</p> <p>19:00 - Otvorenje izložbe slika Slobodanke Griva Šokac</p> <p>- Otvorenje izložbe slika likovnih stvaratelja Valpovštine</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>20:00 - Koncert puhačkog orkestra DVD-a Valpovo – Nastup gradskih mažoretkinja</p> <p>(U slučaju kiše program će se održati u Gradsko-školskoj športskoj dvorani)“</p> | <p>„Nedjelja – 24.06.2018.</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>11:00 - Nastup SKUD-a FA „IVAN GORAN KOVAČIĆ“ Zagreb</p> <p>(U slučaju kiše koncert će se održati u Centru kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo)</p> <p>Dvorac Prandau-Normann, Valpovo</p> <p>18:00 – „VALPOVŠTINA U PJESMI I PLESU“:</p> <p>Smotra Kulturno-umjetničkih društava Valpovštine</p> <p>KUD „ŠOKADIJA“ BOCANJEVCI KUD „ŠOKADIJA“ IVANOVCI – MARJANČACI – ZELČIN HKUD „HARKANOVCI“ HARKANOVCI KUD „BIZOVAC“ BIZOVAC KUD „CRET“ CRET KUD „N. Š. ZRINSKI“ PETRIJEVCI KULTURNA UDRUGA „NEVEN“ PETRIJEVCI KUD „ŠOKADIJA“ LADIMIREVCI KUD „KOŠKANI“ KOŠKA PJEVAČKA SKUPINA KUD-a „ANTE EVETOVIĆ MIROLJUB“ VELIŠKOVCI-GAT-TIBORJANCI MUŠKA PJEVAČKA SKUPINA „SATNIČANI“ SATNICA ŽENSKA PJEVAČKA SKUPINA „BOCANJEVČANKE“ BOCANJEVCI</p> <p>(U slučaju kiše program će se održati u Gradsko-školskoj športskoj dvorani)</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>21:00 – KONCERT TAMBURAŠKE GLAZBE: „GAZDE“</p> <p>(U slučaju kiše koncert će se održati u Gradsko-školskoj športskoj dvorani)“</p> <p>„Ponedjeljak – 25.06.2018.</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>11:00 - Nastup KUD-a „MATIJA GUBEC“ Karlovac</p> <p>(U slučaju kiše koncert će se održati u Centru kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo)</p> <p>Gradska knjižnica i čitaonica Valpovo</p> <p>18:00 - Čitanje knjige „Valpovčice“ + događaji/priče starih Valpovčana</p> <p>Dvorac Prandau-Normann, Valpovo</p> <p>20:30 – GROFOVSKI LOV: Prikaz odlaska u lov valpovačkog grofa i njegovih gostiju“</p> |
|---|--|

Izvor: Preuzeto u cijelosti (SiB.hr 2018)

Tablica 6. Program ljeta Valpovačkog od 26.06 - 30.06. 2018

| | |
|---|---|
| <p>„Utorak – 26.06.2018.</p> <p>Gradska knjižnica i čitaonica Valpovo</p> <p>17:00 - Promocija djela povjesničarke i umjetnice dr.sc. Zlate Živaković - Kerže</p> <p>Kapela dvorca Prandau-Normann, Valpovo</p> <p>18:00 - Izložba skulptura umjetnika Boleka Majerika (Pokroviteljstvo: Veleposlanstvo Republike Poljske u Republici Hrvatskoj)</p> <p>19:00 – ORGULJAŠKI KONCERT: Marek Stefański (Pokroviteljstvo: Veleposlanstvo Republike Poljske u Republici Hrvatskoj)“</p> <p>„Srijeda - 27.06.2018.</p> <p>Dvorac „Prandau-Normann“, Valpovo</p> <p>19:00 - Projekt „Katančićevi dani“ – predstavljanje projekta-predavanje o Katančiću</p> <p>Centar kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo</p> <p>20:30 – KONCERT: ZAGREBAČKI KOMORNI ORKESTAR (Pokroviteljstvo: Ministarstvo kulture Republike Hrvatske)“</p> <p>„Četvrtak – 28.06.2018.</p> <p>Centar kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo</p> <p>10:00 – 14:00 - DRŽAVNA KULENIJADA (Pokroviteljstvo: Hrvatska gospodarska komora)</p> <p>Centar kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo</p> <p>20:00 - Promocija: „23. Valpovački godišnjak“</p> <p>21:30 - Pub-kviz – Tema: „Povijest Valpova“</p> | <p>„Petak – 29.06.2018.</p> <p>Dvorac Prandau-Normann, Valpovo</p> <p>18:00 - Dječja smotra folklor – Mlade sekcije KUD-ova Valpovštine (U slučaju kiše program će se održati u Centru kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo)</p> <p>Centar kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo</p> <p>20:00 - Koncert pjevačkih zborova: HPD „Matija Petar Katančić“ Valpovo“ CPD MIR Belišće, Dječjački zbor</p> <p>„Mukachevo“ Ukrajina</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>21:30 – KONCERT TAMBURAŠKE GLAZBE: „ČUVARI NOĆI“</p> <p>„Subota – 30.06.2018.</p> <p>Valpovački perivoj</p> <p>09:00 – LIKOVNA KOLONIJA LJETA VALPOVAČKOG</p> <p>10:00 – RADIONICA: „VALPOVAČKI BELI VEZ“ (Anka Mandić – Bocanjevci)</p> <p>11:00 - DJEČJA LIKOVNA KOLONIJA (Organizator: Atelje Griva Valpovo)</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>10:00 - „VRTIĆU MAZI S LJUBAVLJU“ – Proslava 20 godina rada Vrtića „Maza“ Valpovo (U slučaju kiše program će se održati u Centru kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo)</p> <p>Centar kulture „Matija Petar Katančić“ Valpovo</p> <p>17:00 - Promocija zbirke pjesama Tomislava Šutala: „OTPALI LIST“</p> <p>Dvorac Prandau-Normann, Valpovo</p> <p>20:00 - Revija pjevača amatera“</p> |
|---|---|

Izvor: Preuzeto u cijelosti (SiB.hr 2018)

Tablica 7. Program ljeta Valpovačkog 01.07.2018.

| |
|--|
| <p>„Nedjelja – 01.07.2018.</p> <p>Ispred dvorca Prandau-Normann, Valpovo</p> <p>10:00 - Eko-etno sajam/ Vašar Ljeta valpovačkog</p> <p>10:00 - Prezentacija autohtonih jela KUD-ova Valpovštine</p> <p>Dvorac Prandau-Normann, Valpovo</p> <p>17:00 - Svečana povorka folklornih skupina i šokačkih zaprega</p> <p>18:00 – SMOTRA FOLKLORA:</p> <p>HKUD „KOLO“ SUBOTICA KUD „DREŽNIK“ DREŽNIK KUD „ŠOKADIJA“ STRIZIVOJNA HKUD „BELI MANASTIR“ BELI MANASTIR KUD „MLADOST“ SAMOBOR HKUD „ŽELJEZNIČAR“ OSIJEK KUD „PRIGOREC“ SV. PETAR OREHOVEC KUD „SV. ANTUN“ POKUPSKA DOLINA, KARLOVAC KUD „GRANČICA“ ĐELETOVCI KUD „OGRANAK SELJAČKE SLOGE“ DRENOVCI KUD „PURAČIĆ“ PURAČIĆ - BIH HKUD „VALPOVO 1905“ VALPOVO</p> <p>(U slučaju kiše program će se održati u Gradsko-školskoj športskoj dvorani)</p> <p>Trg kralja Tomislava, Valpovo</p> <p>21:00 – KONCERT ZATVARANJA LJETA VALPOVAČKOG: MIROSLAV ŠKORO“</p> |
|--|

Izvor: Preuzeto u cijelosti (SiB.hr 2018)

Ovim programom može se vidjeti kako je ovogodišnje 50. Ljeto Valpovačko imalo popriličan broj smotri, sajмова, koncerata, izložbi, kulenijada, gastro ponude, također ima popriličan broj aktivnosti za djecu i mlade. Može se vidjeti kako je svaki dan donosio široku lepezu aktivnosti u gradu. U Ljetnim mjesecima i tijekom ove manifestacije može se vidjeti da grad „oživi“. Manifestacija Ljeto Valpovačko svake godine donosi sve veći broj posjetitelja, naravno, manifestacija se u globalu ne mijenja godinama, često ima iste sadržaje, no ove godine to nije slučaj. Može se vidjeti kako je turistička zajednica ove 2018. g. napravila jako dobar posao, traženjem većeg broja sponzora i novim idejama, kao i pokroviteljstvom grad i turistička zajednica napravili su dosita zanimljivu manifestaciju. U tjedan dana manifestacije, sve generacije posjetitelja mogle su pronaći ponešto za sebe,

pogotovo mladima kojima je ponuđen veliki broj koncerata. Najčešći gosti ljeta Valpovačkoga su ljudi iz Valpovštine i okolice, manifestacija se brendira na internetskim stranicama, plakatima i radiju „Valpovo“, a jubilarno 50. Ljeto Valpovačko promoviralo se više nego ostala uz nekoliko video sadržaja i snimaka dvorca Prandau Noramann, kočija, kola i zaprega. Može se reći da na ovaj način pomoću video snimaka, puno više ljudi sada može vidjeti i saznati za manifestaciju, jer su također video isječci postavljeni na razne društvene mreže.

8. ZAKLJUČAK

Festivali i manifestacije imaju široke definicije kao svetkovine i svečanosti, odnosno priredbe posvećene nekom važnom događaju. S druge strane, festival se određuje kao smotra umjetnosti, odnosno periodična velika kulturna priredba, pri čemu se navode skupine poput filmskog, glazbenog, kazališnog, folklornog i sportskog festivala. Festivali i manifestacije imaju vremenski, prostorni i programski okvir. Njihova uloga je raznim sadržajima privući ljude na način da posjete festival i potroše jedan dio svoga budžeta na npr. hranu, piće ili nekakve suvenire, tada će ljudi, OPG-ovi i razne udruge dobiti novac, na taj način oni opstaju, a tada opstaje i grad. Festivali danas imaju veliki problem povećati posjećenost i postići prepoznatljivost kako na domaćoj tako i međunarodnoj razini, što pridonosi postizanju dugoročnosti rada. Prije svega treba se okupiti veći tim ljudi koji su školovani i potrebni za planiranje festivala, tada bi trebalo ispitati tržište i stanovništvo grada da se vidi kakav bi festival ili manifestacija uspjele u gradu. Naravno nakon prvotnih okvira planira se korak po korak cijela realizacija. Ukoliko manifestacije privuče velik broj posjetitelja koristi će imati ugostiteljski objekti, a uz njih vezani su i trgovački lanci i bit će potrebno naći više radne snage, na taj način ljudi se zapošljavaju i vidi se da se svi segmenti vežu „poput lanca“. Kvalitetna turistička ponuda zasigurno zavisi o festivalima i manifestacijama, no radi se o obostranom utjecaju. Ukoliko je ugostiteljska i trgovačka ponuda veća, uz kvalitetan program, festival će zasigurno privući veći broj posjetitelja. Iako se u okviru ovog rada analizirala turistička ponuda Slavonije, koja se može ocijeniti slabijom u odnosu na turističke ponude jadranskog priobalja, također može se zaključiti da organizacija većeg broja događanja, posebice festivala, uvelike utječe na turističku ponudu te povećanje broja dolazaka iz zemlje, no uz kvalitetno brendiranje i promociju moguće je postići međunarodnu vidljivost i prepoznatljivost destinacije. Također može se reći da Grad Valpovo zasigurno potiče promicanje kulture, što se može vidjeti u završnom radu ukoliko se pogleda u tablicu 4 koja prikazuje proračun grada Valpova za 2018. g i projekcije za 2019. i 2020. g, iz koje se može vidjeti da će sljedeće godine dobiti ipak nešto veći iznos HRK 218 tis. HRK, umjesto dosadašnjih 188 tis. HRK, što će zasigurno pomoći u daljnjem razvoju i brendiranju ove manifestacije u sljedećem razdoblju. Ipak, generalno gledajući, izdvajanja za ostale programske sadržaje imaju tendenciju smanjenja, što, unatoč fokusiranju i povećanja proračuna za financiranje jedne velike manifestacije, Ljeta Valpovačkog, dugoročno ne

omogućava razvoj turistički interesantnih događanja koji su nužni tijekom cijele godine ukoliko se planira povećati broj turističkih posjeta te direktnih i indirektnih koristi od turizma.

LITERATURA:

1. Aničić Lidija. 2014. Glas Slavonije. "Devet dana programa za 10.000 gostiju" <http://www.glas-slavonije.hr/239621/9/Devet-dana-programa-za-10000-gostiju> (5. srpnja 2018. godine)
2. Arači Iva. Baranja.hr. 2015. <http://baranja.hr/2015/10/baranjska-umjetnicka-kolonija/> (09. srpnja 2018.)
3. Barbarić Tihana. 2018. tportal.hr „Osječko ljeto kulture ove godine na više od 20 gradskih lokacija“ <https://www.tportal.hr/kultura/clanak/osjecko-ljeto-kulture-ove-godine-na-vise-od-20-gradskih-lokacija-20180612> (03. rujna 2018.)
4. Bolfek Berislav, Jakičić Doris, Lončarić Biljana 2012. "Polazišta za brendiranje Slavonije kao turističke destinacije" https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=139709 (30. svibnja 2018.)
5. Grad Valpovo 1. 2015. Strategija razvoja grada Valpova. http://valpovo.hr/home/wpcontent/uploads/2017/07/Strategija_Valpovo_2015-2020.pdf. (11. lipnja 2018. Godine)
6. Grad Valpovo 2. 2017. Proračun Grada Valpova za 2018. godinu i projekcije za 2019. i 2020. godinu. URL: <http://valpovo.hr/home/wp-content/uploads/2017/07/Prora%C4%8Dun-2018.-2020.-3.-razina-2.pdf> (27. kolovoza 2018.)
7. Grad Valpovo 3. 2018 Program 50. Ljeta Valpovačkog <http://sib.rtl.hr/lifestyle/ostalo-lifestyle/22743-jubilarno-50-ljeto-valpovacko-program.html> (05. srpnja 2018.)
8. Keleman Petra, Škrbić Alempijević Nevena. 2012. „Grad kakav bi trebao biti“. Zagreb. Nakla Jesenski i Turk
9. Lamza – Maronić Maja, Glavaš Jerko, Mavrin Igor. 2016. URBANI MANAGEMENT Izazovi, upravljački trendovi i regeneracijske prakse za gradove. Osijek. Ekonomski fakultet Osijek
10. Moutinho. 2005. „Strateški menadžment u turizmu“. Zagreb. MASMEDIA
11. Muzejska Udruga Istočne Hrvatske 2010-2012. <http://www.muih.hr/muzej-valpovstine.html> (20. kolovoza 2018.)

12. Općina Ernestinovo.2017. <https://www.ernestinovo.hr/turizam/kiparska-kolonija-ernestinovo/> (09.srpnja 2018.)
13. Osječko-baranjska županija.2016.<http://www.obz.hr/hr/index.php?tekst=327>(31.svibnja 2018.)
14. Pavlović Doris. 2018.Post.hr. “Jubilarno 50. Ljeto Valpovačko pod pokroviteljstvom predsjednice RH“ <http://www.post.hr/osijek/vijesti/najave/naslov/jubilarno-50-ljeto-valpovacko-pod-pokroviteljstvom-predsjednice-rh-4769> (05.srpnja 2018. godine)
15. Pivčević Smiljana. 2015/16.,,Upravljanje manifestacijama – nastavni materijali“ Sveučilište u Ekonomski fakultet, Split
16. Turistička zajednica grada Đakova 2018. <https://www.tzdjakovo.eu/index.php/hr/aktualno/novosti/item/430-52-dakovacki-vezovi-2018-najava-manifestacije>. (10.srpnja 2018.)
17. Vukman Marko, Drpić Katarina. 2014.”Utjecaj internet marketinga na razvoj brenda turističke destinacije”. <https://hrcak.srce.hr/file/182467> (30.svibnja 2018.godine)