



VJERSKI TURIZAM

Tržište vrijedno više od 18 milijardi eura

Na Međunarodnoj konferenciji o vjerskom turizmu, nedavno održanoj u Italiji, vodećem svjetskom odredištu hodočasničkog turizma, ukazano je na nove potrebe sofisticiranih putnika koji u putovanjima sa smislom uz duhovnost i kulturne sadržaje traže iskustvo destinacije – povezivanje s lokalnim stanovništvom i očuvanim vjerskim i baštinskim vrijednostima

Piše: **Vlasta KLARIĆ**

Pod pokroviteljstvom Nacionalnog ureda za pastoral slobodnog vremena, turizma i sporta i Sveučilišta Tor Vergata u Rimu je održana 3. Međunarodna konferencija o vjerskom turizmu uz sudjelovanje stotinjak predstavnika iz petnaestak zemalja. Cilj konferencije bio je otvoriti novi dijalog svih uključenih dionika, a plenarni dio konferencije bio je posvećen vrlo za-

htjevnoj temi organiziranoj pod nazivom „Vjerski i kulturni turizam: subjekti i akteri između vjere i tržišta” i uz to je održana radionica na temu „Stare i nove hodočasničke rute: Vjerska putovanja u Italiji”. Sudionici su raspravljali o kompleksnoj odgovornosti organiziranja vjerskih putovanja, pri čemu je korisnicima nužno pružiti pouzdanu organizaciju i uslugu, ne



Fatima

zanemarujući pritom osnovni motiv putovanja, duhovnost, vjeru, ali i odgovorni odnos prema odredištima, kao i održivost sakralne baštine.

IZMEĐU VJERE I TRŽIŠTA

Budućnost je vjerskog turizma, ili kako ga crkva naziva „vjerskih putovanja”, u pluralizmu, jer danas je taj oblik putovanja, čak i kada se radi o hodočašćima, često povezan s kulturom, eno-gastronomijom, kulturnim rutama ili biciklizmom i podrazumijeva ponovno otkrivanje duhovnog življenja, samostana, tradicije i umjetnosti. Samo u Italiji 70 posto povijesne i umjetničke baštine čuva se u svetim mjestima, istaknuo je Nicola Ucci, osnivač i organizator ove međunarodne konferencije i sajma vjerskog turizma BTRI, a u vjerskom turizmu nudi se oko 1500 svetišta, 30.000 crkava, 700 biskupijskih muzeja, kao i velik broj samostana. Prema istraživanju Isnarta (Nacionalni talijanski institut za turizam), vjerski turizam u Italiju godišnje privuče više od 5,6 milijuna posjetitelja, od čega je 3,3 milijuna inozemnih turista. Među njima je 41,4 posto vjerskih turista u dobi između 30 i 50 godina, njih 44,4 posto se oslanja na organizaciju putovanja preko

posrednika, turoperatora i putničkih agencija, 32,7 posto vjernika više voli putovati s partnerom, dok 20 posto bira organiziranu turneju. Nadalje, 19,7 posto turista uživa u putovanju s grupom prijatelja, 13,3 posto sa svojom obitelji, a 9,8 posto putuje samostalno. Kod toga je bazilika sv. Petra među 25 najposjećenijih mjesta u svijetu, među kojima su poznata vjerska odredišta kao što su Fatima, Santiago de Compostela, Lourdes, Czestochowa, Međugorje, Caravaca, ali i Jeruzalem u Svetoj zemlji ili Guadalupe u Meksiku.

Mons. Mario Lusek, ravnatelj Nacionalnog ureda za pastoral slobodnog vremena, turizma i sporta Talijanske biskupske konferencije, naglasio je da u provedbi vjerskih putovanja treba objediniti marketing s idejom održivosti nematerijalne baštine lokalnih zajednica jer se kroz vjerska putovanja dijele zajedničke duhovne vrijednosti i cilj je ne isključiti nikoga. Govoreći o budućnosti Federico Massimo Ceschin, nacionalni direktor „Europskih kulturnih ruta”, istaknuo je da razvitak kulturnih ruta podržava Europska unija, pri čemu se suočavamo s novim sedmogodišnjim programom koji će otvoriti mogućnost da rute postanu ono što do sada nikada



Pietà (Michelangelo)



Međugorje



Guadalupe



Rim

nisu bile, a to je pravi turistički proizvod. Simone Bozzata, profesor na Odjelu za povijest, baštinu i društvo sveučilišta Tor Vergata, ukazao je na veliku važnost trenda sporih putovanja, tzv. slow travel, tipičnih za hodočasnički turizam, uz zadatak sveučilišta da formira linearne i transverzalne modele ruta i povezivanje destinacija. Usto je dodao kako vjerski turizam nije samo niša nego značajan dio tržišta koji ima precizne potrebe što ih treba znati predvidjeti i zadovoljiti.

Adriano Meloni, savjetnik Odjela za ekonomski razvoj, turizam i rad grada Rima, napomenuo je da je Rim već stoljećima najvažnija destinacija za milijune hodočasnika koji putuju u znaku vjere i kulture. Sve više ljudi na svijetu, mladih i starih, svih vjera i etničkih skupina koji odlaze u Rim opredjeljuju se za održivi i odgovorni te tzv. spori turizam. Uspjeh kulturnih ruta očiti je dokaz tome. Stoga je cilj ojačati taj način putovanja – približavanjem materijalne i duhovne ljepote Rima u skladu s poticanjem harmonije i dijaloga među narodima.

U okviru održane radionice predstavljene su asocijacije koje okupljaju pružatelje usluga kao i hodočasnička odredišta u

jedinstvenoj ponudi kulturnih ruta i putovanja. Posebno je predstavljena međunarodno priznata i certificirana Ruta sv. Franje Via Francigena, zatim potpuno nova Sicilijanska sveta ruta (Sicilia Sacra Network), s kojom su sudionike upoznali Antonio Barone i Alice Bifarella, kao i mnogi drugi sveti putovi Italije. Nakon radionice sudionici su upoznati s različitim mogućnostima smještaja, posebice unutar samostana i vjerskih smještajnih objekata. Konferencija je završila Sajmom vjerskih putovanja.

INTERNACIONALIZACIJA PONUDE VJERSKIH PUTOVANJA

Iz Hrvatske u radu konferencije sudjelovali su predstavnici Krapinsko-zagorske županije, Turističke zajednice Marije Bistrice, Blue Sun hotela, agencije Ban Tours i UNPAH-e. U razgovoru s predstavnicom UNPAH-e glavni organizator konferencije Nicola Ucci naglasio je da je to jedan od važnih projekata u razvitku posebnih oblika turizma u Italiji te da se nakon teme vjerskog turizma planiraju događanja i sajmovi na temu termalnog turizma, MICE industrije, luksuznog turizma i sl. Nicola Ucci uz to je naglasio kako se upra-



Jeruzalem



vo ovom konferencijom žele predstaviti inovativni programi, ali i postići jača internacionalizacija ponude vjerskih i duhovnih putovanja, okupljajući na jednom mjestu turooperatore, asocijacije te ključne dionike Crkve. Naglasio je da se time otvara novi put predstavljanja sličnih sadržaja zemalja koje su ovaj put bile samo gostujući partneri, ali da se nada kako će se na idućoj konferenciji moći predstaviti pojedinačno Hrvatska, Brazil, Uzbekistan... Također je ukazao na nove potrebe sofisticiranih putnika koji u iskustvu destinacije traže putovanja sa smislom, transformativna putovanja koja će putnike promijeniti i pružiti im novu duhovnu i odgovornu dimenziju. Pritom i ostali kulturni sadržaji imaju značajnu ulogu jer se hodočasnik želi u cijelosti povezati s lokalnim stanovništvom.

U ponudi se očekuje prepoznavanje potrebe hodočasnika za cjelovitim duhovnim i fizičkim oporavkom, koji uključuje povezanost s ukupnim vrijednostima područja. Putnici traže i aktivnosti u skladu s očuvanjem prirodnog okruženja destinacija (npr. putovanja biciklom), autohtonu enogastronomiju koja uključuje održivost i zapošljivost lokalnih zajednica i sl.

Dakle, iskustvo koje podrazumijeva duhovno vjersko putovanje okrenuto je sada širokoj lepezi usluga, koje za odgovornog putnika znače da on pridonosi dobrobiti lokalne zajednice i destinacije u koju dolazi.

UNPAH danas ima desetak putničkih agencija koje nude vjerska putovanja, a Hrvatska obiluje destinacijama vjerskog turizma, ali je taj segment turizma još nedovoljno iskorišten. Primjerice, Marija Bistrica je prema neslužbenim podacima vlač. Anđelka Kataneca imala milijun posjetitelja. Hrvatska u ovom segmentu ima ogroman i neprepoznat potencijal, posebice u okviru međunarodne suradnje ili npr. iseljeničkog turizma, što treba iskoristiti i kvalitetno strateški osmisлити. Na kraju našeg razgovora Nicola Ucci je naglasio da se vrijednosti hodočasnčkih destinacija ističu kroz odgovorne i smislene produkte koji će omogućiti i opstanak mikrodestinacija izvan velikih tijekova turističkih kretanja. Vjerski turizam značajni je oblik aktivnosti koji omogućava i zadržavanje tradicijskih vrijednosti i vjerskih kvaliteta zajednica kao i ekonomski oporavak zapuštenih područja. ■



Santiago de Compostela



Caravaca



Czestochowa



Lourdes