

ŠOKOLIJADA - MEĐUNARODNA ETNO I GASTRONOMSKA MANIFESTACIJA

O očuvanju proizvoda i manifestacije

Po svojim organizacijskim elementima manifestacija Šokolijada je jedinstvena u Hrvatskoj, a najveća joj je vrijednost očuvanje nematerijalnog kulturnog dobra, vještina izrade jedinstvenog autohtonog gastronomskog proizvoda. Pokrenuta u 2003. s ciljem spašavanja i očuvanja tradicije razvila se u jednu od najjačih gastronomsko-etno-sajamsku manifestaciju Zadarske regije, a uvrštena je među 100 najznačajnijih manifestacija Hrvatske. Snažno senzibilizira društvenu zajednicu, pa je u realizaciju manifestacije u 2016. bilo uključeno 350 osoba, od toga 321 volontera, i to gotovo iz svih obitelji iz Nina. Manifestacija zahtjeva višednevnu i višemjesečnu pripremu od siječnja do završnog dijela u srpnju. Šokolijada je od male lokalne manifestacije poprimila međunarodna obilježja s nastupom proizvođača domaćih proizvoda i folklornih skupina iz Slovenije i Mađarske. Prepoznatljiva Šokolijada brendirala je proizvod, a manifestacija je imala pedagoško – edukativnu ulogu budući je razvila i njeguje suradnju sa Sveučilištem u Zagrebu, Veterinarskim fakultetom, Zavodom za higijenu, tehnologiju i sigurnost hrane i srednjom Poljoprivrednom-prehrambenom i veterinarskom školom «Štanka Ožanića» u Zadru. Turistički radnici animiraju stanovnike, promoviraju šokol, nabavljaju svježe meso i podijele prijavljenim natjecateljima – šokolarima već početkom godine od kojeg oni po obiteljskom receptu rade šokol, zatim potiču proizvodnju kod mladih i postižu druge efekte. Manifestacija čuva deliciju od zaborava te predstavlja mjesto gdje se šokolari nadmeću svojim umijećem, a pobjeda na Šokolijadi stvar je prestiža. Usput se zabavljaju sudionici i gosti, a samo natjecanje za turiste je vrlo zanimljivo i nadasve ukusno. Izuzetno velika vrijednost je snimljen dokumentarni film u 2013. o očuvanoj vještini izrade šokola kao dijela kulturne nematerijalne baštine i etno i gastronomskoj manifestaciji Šokolijadi snimljenog od HRT-a, programa Pučke i predajne kulture.

O Šokolu: Šokol je jedinstveni gastronomski proizvod koji se od davnina proizvodi u samom Ninu i ninskom kraju. Inače, šokol - za čiju su pripremu vrlo važni kvalitetno svinjsko meso, ninska sol, začini, suhomesnati je proizvod prepoznatljivog okusa. Svinjska se vratina najprije stavlja na nekoliko dana u morsku sol, zatim se uranja u kuhano crno vino te se začini raznim mirodijama. Ostalo se prepušta djelovanju dima i bure, ali i recepturi čiju tajnost jamči to što se prenosi usmenom predajom. Turistički radnici su u 2003. prepoznali potrebu da se pokrene manifestacija kako bi se sačuvala tradicija izrade ovog autohtonog ninskog proizvoda i kako bi se šokolari natjecali i zajedno s turistima zabavljali. Šokol je postao gastronomski brend zadarske regije, a prepoznat je kao iznimno vrijedna delicija na tlu Hrvatske stoga ga je Zadarska županija predložila za nagradu «Suncokret ruralnog turizma Hrvatske» te je dobio srebrnu povelju.

O Šokolijadi: Organizator manifestacije Turistička zajednica grada Nina nabavlja svake godine svježe svinjsko meso pa je 2016. nabavljeno svinjske vratine ukupne težine od 600 kg za 64 natjecatelje iz Nina i okolnih mjesta. U natjecanju se nadmetalo 26 žena i 37 muškaraca iz sljedećih mjesta: Nin 28 šokolara, Ninski Stanovi 7, Žerava 7, Privlaka 8, Ljubač 4, Vir 2, Krneza 1, Murvica 2, Islam Latinski 1, Zadar 1, Mrljane 1 i Briševo 1 šokolar. Šokolijada je jedinstvena manifestacija koja ima više aktivnosti, započinje podjelom mesa u siječnju, a završava u srpnju kad se odabiru najbolji šokolari, priređuje se gastronomska i sajamska priredba s eko i etno obilježjima te degustatorska priredba. Šokolijada okuplja brojne zaljubljenike u cijenjenu gastronomsku ponudu Nina i okolice, te sve one kojima je stalo do očuvanja tradicije svoga kraja i razvoja turizma u ninskom kraju.

Nagrade za manifestaciju Šokolijadu i proizvod Šokol :

1. "Simply the best" sa zlatnim znakom za manifestaciju Šokolijada za očuvanje i spas tradicije pripreme ninskog Šokola i kreativan razvoj gastronomske turističke ponude uručila je "Udruga hrvatskih putničkih agencija" i časopisa "Way to Croatia" 19. studenog 2014.
2. Srebrnu povelju "Suncokret ruralnog turizma Hrvatske" za očuvanje Ninskog šokola u kategoriji "Tradicijska ruralna gastronomija", a prema kandidaturi Zadarske županije uručila je Udruga "Klub članova – Selo" i tvrtka "HF Eko Etno Grupa" 02. listopada 2014.
3. Brončana povelja "Suncokret ruralnog turizma Hrvatske" u kategoriji ruralno turistički projekti za 2010. uručio je "Klub članova Selo" i "Hrvatski farmer Zagreb" 22. veljače 2011.

Povijesni razvoj manifestacije:

Manifestacija je u prvim godinama imala lokalni karakter (2003. – 2005.), regionalni karakter (2006. – 2010.), potom je poprimila nacionalni karakter, a nakon toga i međunarodna obilježja



jer nastupaju proizvođači i grupe iz inozemstva (iz Mađarske 2013., te iz Slovenije 2013. – 2016., folklorna grupa „Rožmarin Dolena“ iz Haloza koja je sve prisutne oduševila sa štajerskim plesovima i sa svojim gastronomskim proizvodima).

Ostvareni strateški ciljevi: očuvanje od zaborava načina izrade šokola, promidžba jedinstvenog autohtonog suhomesnatog proizvoda iz Nina i ninskog kraja, razvoj jedinstvene gastronomske manifestacije Šokolijada, uvođenje ponude šokola na jelovnike u restoranima ninskog kraja, povećana izrada šokola u obiteljima stanovnika Nina i okolice te kod mladih Ninjana koji će dalje čuvati tradiciju, stvaranje robne marke (brendiranje) šokola u Hrvatskoj, potaknuta je potražnja šokola od strane turista, suradnja s drugima i OPG-ovima u regiji i kontinentalnoj Hrvatskoj, porast posjetitelja Šokolijade iz godine u godinu, medijsko pokroviteljstvo HRT-a, pokroviteljstvo predsjednice Republike Hrvatske, Ministarstva poljoprivrede i Ministarstva turizma te prepoznatljivost manifestacije na lokalnoj i nacionalnoj razini. Izuzetno velika vrijednost je snimljeni dokumentarni film Šokol i šokolari ninski o šokolu i očuvanoj vještini izrade šokola kao dijela kulturnog nematerijalnog dobra na kojem je temeljena Šokolijada.

Novi dugoročno planirani ciljevi manifestacije: poticanje interesa kod mladih za povećanjem izrade, predstavljanje šokola domaćem i stranom tržištu, iniciranje i poticanje organizirane proizvodnje kroz oblik udruge, osnivanje zadruge koja bi se dalje bavila tržištem, marketingom i budućim razvojem jedinstvene gastronomske manifestacije koja je nakon petnaest godina prešla lokalne i regionalne okvire i postala poznata na tlu Hrvatske, aktivnosti na zaštiti autohtonog proizvoda i zaštiti zemljopisnog porijekla. Ciljevi su nadalje ostvariti pokroviteljstvo ostalih ministarstava povezanih sa obilježjem manifestacije te ostvariti međunarodnu prepoznatljivost manifestacije. Da bi se šokol proizvodio za šire tržište potrebno je djelovati na poduzetnički duh natjecatelja koji sudjeluju u Šokolijadi i na žitelje ninskog kraja koji žive u ruralnom prostoru. Upravo oni imaju potencijalne tradicijske mogućnosti organizirati kušaonice šokola što bi bilo u funkciji razvoja turizma na ninskom i zadarskom području.

Svrha razvoja manifestacije: Po svojim organizacijskim elementima Šokolijada je jedinstvena u Hrvatskoj. 1. Turistička zajednica Grada Nina prepoznala je potrebu očuvanja autohtonog proizvoda – šokola. 2. Na tako rijetkoj gastronomskoj deliciji - šokolu utemeljena je jedinstvena manifestacija Šokolijada koja se organizira već 15 godina. Prvenstveno je pokrenuta radi očuvanja tradicije izrade šokola kao važnog elementa hrvatske tradicijske kulture, upoznavanja s neobičnom aromatičnom gastro delicijom te natjecanja šokolara i zabave turista na "Fešti od šokola". 3. Turistička zajednica Grada Nina nabavlja svježe meso iz domaćeg uzgoja koje se dijeli prijavljenim natjecateljima. 4. Natjecatelji – šokolari primjenjuju obiteljski tajni recept. U manifestaciji je kroz 14 godina sudjelovalo ukupno 78 Ninjana odnosno šokol se radio prema receptu iz 48 ninskih obitelji. Iz ostalih mjesta sudjelovalo je ukupno 186 osoba, odnosno prema receptu iz 95 obitelji. 5. Pored gastronomske priredbe razvijena je sajamska priredba. Kroz manifestaciju je već na početku započela suradnja s kontinentalnom Hrvatskom na povezivanju kontinentalne i morske Hrvatske Spojimo zeleno i plavo te je ostvarena suradnja sa predstavnicima iz Vinkovaca, Vukovara, Lepoglave, Iloka i Nijemaca.

Suradnja na međunarodnom planu: Prije 5 godina započela je suradnja sa Županijskom institucijom za kulturu iz općine Zala u Mađarskoj, iza toga sa slovenskom pokrajinom Haloza, Općinom Videm kod Ptuja.

Pedagoško – edukativni značaj: manifestacija ima svoju pedagošku i edukativnu ulogu. 1. U manifestaciju 2015. se uključilo Sveučilište u Zagrebu, Veterinarski fakultet, Zavod za higijenu, tehnologiju i sigurnost hrane koji znanstveno proučava ninski šokol na način da su dvije studentice 6. godine Veterinarskog fakulteta preuzele uzorke šokola iz Šokolijade 2014. za izradu znanstvenog rada. 2. Poljoprivredna, prehrambena i veterinarska škola Stanka Ožanića Zadar se također uključila kroz II. razred, smjera mesar, koji su pripremali šokole za Šokolijadu 2015. i 2016. godine 3. Uz pomoć Sveučilišta u Zagrebu u Ninu je pokrenuto osnivanje Udruge za zaštitu autohtonih gastronomskih proizvoda ninskog kraja.

Odjeci javnosti

Ciljanom promidžbom i brojnim aktivnostima Turističke zajednice Grada Nina u suradnji sa stanovništvom te zahvaljujući medijskim oglašavanjima, šokol je brendiran kao jedinstvena gastronomska delicija Nina i Zadarske regije te je kao takav upisan na gastronomsku kartu Hrvatske. Zbog svojih specifičnosti manifestacija Šokolijada je od samih početaka izazvala veliko zanimanje javnosti, prvenstveno medija, koji su budno pratili sve aktivnosti te iznjedrili nove nazive natjecatelj – šokolara, natjecateljica – šokolaraica i manifestacija – Fešta od šokola. Projekt je značajan za ukupni hrvatski turizam i njegovu promidžbu, jer taj specifični gastronomski proizvod kao motivirajući faktor privlači potencijalne turiste i ljubitelje gastronomskih užitaka za dolazak u Hrvatsku pa tako i u Nin. Zabilježeno je da mnogi turisti dolaze na ljetovanje povezano s datumom održavanja manifestacije. Mnoge turističke agencije organiziraju gastronomske ture koje obvezno uključuju Nin, čak iz daleke Australije te iz Engleske.



Složena struktura Šokolijade

Manifestacija Šokolijada ima složenu strukturu. Jedan program urasta u drugi, od početka u siječnju do završnog dijela etno - gastro priredbe i sajma poljoprivrednih proizvoda u srpnju.

I. Natjecateljski program (siječanj - srpanj)

1. Animacija stanovništva i potencijalnih proizvođača – natjecatelja/ šokolara (siječanj)
2. Organizacija nabave mesa za natjecanje (siječanj)
3. Podjela mesa za natjecanje (siječanj)
4. Medijsko praćenje početka nove Šokolijade i praćenje izrade šokola u obiteljima šokolara
5. Prihvata gotovih proizvoda – šokola i skladištenje do trenutka ocjenjivanja
6. Priprema ocjenjivačkog dijela natjecanja
7. Organizacija ocjenjivanja i izbora pobjednika godine
8. Pripremanje degustacijskog programa uz sudjelovanje brojnih volontera
9. Priprema podjela nagrada za najšokolare
10. Proglašenje pobjednika (između 106 natjecatelja 2015. godine)
11. Organizacija nagradnih igara za posjetitelje

II. Etno zabavni program (srpanj)

1. Organizacija poziva/dolaska kulturno-umjetničkih društava i klapa
2. Etno zabavni program u kojem tradicionalno nastupaju tamburaši KUD-a "Branimir" iz Nina, klape, program obogaćuju cvitaras i harmonikaši iz Nina, a tradicionalno dolaze diplari iz Lišana Ostrovačkih, cvitaras i Nadina i guslar iz okolice Skradina. Nastupaju kulturno-umjetnička društva iz regije i kontinentalne Hrvatske, tako da je već nekoliko godina predstavljena etnografska baština Zadarske i Šibensko kninske županije, te gostiju s kontinenta (Vukovarsko – srijemska i Varaždinska županija) i inozemstva (okolica Ptuja, Slovenija). Ove godine najavili su svoj dolazak iz Svetog Martina na Muri i nekoliko EDEN destinacija.
3. Slaganje sinopsisa za voditelje programa
4. Organizacija domjenka za kulturno-umjetnička društva i klape (volonteri u programu)
5. Proglašenje pobjednika u natjecanju
6. Nagradne igre

III. Sajamska priredba (srpanj)

1. Organizacija poziva/dolaska udruga, OPG-a i proizvođača (siječanj – lipanj)
2. Priprema izložbeno/sajamskog prostora (lipanj – srpanj)
3. Sajamski nastup brojnih udruga, OPG-a i proizvođača autohtonih proizvoda, ekoloških proizvoda i rukotvorina iz Zadarske regije i kontinentalne Hrvatske i inozemstva (15. i 16. srpnja)
4. Degustacija šokola iz natjecateljskog programa (16. srpnja za turiste i posjetitelje)
5. Prodajna izložba raznih gastronomskih proizvoda i suvenira (15. i 16. srpnja)

IV. Suradnja s medijima (siječanj - srpanj)

1. Priprema i slanje najave za sudjelovanje i otvaranje manifestacije (siječanj)
2. Priprema i slanje najave o održavanju završnog dijela Šokolijade (lipanj, srpanj)
3. Priprema jingla na Radio Zadru i Novom radiju za najavu manifestacije (srpanj)
4. Organizacija medijskog praćenja ocjenjivanja i izbora pobjednika godine (srpanj)
5. Organizacija medijskog praćenja zatvaranja manifestacije (srpanj)
6. Suradnja sa pokroviteljima – pokroviteljstvo predsjednice Republike Hrvatske, Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede, Zadarska županija i Turistička zajednica Zadarske županije
7. Suradnja sa HRT-om - medijsko pokroviteljstvo nacionalne televizije (bili su pokrovitelji 2014.)
8. Suradnja na medijskom pokroviteljstvu sa ostalim medijima HRT – Radio Zadar, Novi Radio, Zadarski list, Narodni list, E – Zadar, Antena Zadar

V. Okrugli stol – važnost i uloga autohtonih gastronomskih proizvoda u turizmu lokalne destinacije



VI. Suradnja s građanima i institucijama na zaštiti proizvoda i očuvanju tradicijske gastro kulture

1. Sastanci sa građanima
2. Uključivanje Poljoprivredne, prehrambene i veterinarske škole "Stanka Ožanića" iz Zadra u Šokolijadu
3. Uključivanje Sveučilišta u Zagrebu u manifestaciju Šokolijada
4. Uključivanje nadležnih ministarstava: Ministarstva turizma, Ministarstva poljoprivrede i Ministarstva kulture

REKLI SU O ŠOKOLIJADI:

U nastavku citiramo dio dopisa ureda uvažene predsjednice Republike Hrvatske Kolinde Grabar Kitarović (2015.): **"Ujedno, Vama, svim podupirateljima Šokolijade i sudionicima Fešte od šokola, zahvaljujemo na pripremi jedinstvene manifestacije koja će pridonijeti unaprjeđenju turističke ponude i gospodarstva Grada Nina i ninskog kraja te snažnijoj promidžbi Republike Hrvatske u svijetu."**

Snježana Brzica, pomoćnica ministra turizma (2016.): **"Ova jedinstvena manifestacija jedna je od najinteresantnijih manifestacija u Hrvatskoj, te motiv dolazaka u destinaciju brojnim domaćim i stranim gostima. Spoj vrhunske gastro priče i tradicije, lijepo spaja jednu modernu i tradicijsku priču o Ninu, Zadru i Hrvatskoj."**

Darko Lorencin, ministar turizma (2011.) rekao je: **"Ministarstvo turizma smatra ovaj događaj važnim za razvoj i promociju hrvatske gastronomije te za podizanje kulture prehrane, kao i njenu punu afirmaciju u našoj ukupnoj turističkoj ponudi."**

Stipe Zrilić, župan Zadarske županije (2012.) rekao je: **"Ninski šokol, kao jedinstveni proizvod, postao je gastronomski zaštitni znak Nina i Zadarske županije zahvaljujući ovoj iznimnoj manifestaciji, koja ima osobitu važnost za promociju gastronomske i ukupne turističke ponude Zadarske županije. Ninska šokolijada jedan je od najboljih primjera u županiji kako je moguće tradicijsku ruralnu gastronomiju očuvati te staviti u funkciju naše najjače gospodarske grane – turizma."**

Emil Ćurko, gradonačelnik Grada Nina (2015.) rekao je: **"Ovogodišnja Šokolijada najbolja je Šokolijada do sada"**.

"Nin ima ekskluzivu šokol – jelo koje se časti i slavi kroz manifestaciju Šokolijadu", rekla je povjesničarka Tea Perinčić (2013.)

"Šokol je jelo koje se časti i slavi kroz manifestaciju Šokolijadu", rekao je Tomislav Drezga (2012.), novinar Agrolgasa Slavonije

Ukupni pregled objava i članaka o Šokolijadi od 01. 01. 2016. do 04. 01. 2017.

Televizijskih priloga = 1; Radijskih priloga = 44; Tiskani mediji (dnevници, tjednici, mjesečnici)-broj članaka = 6; Medijski internet portali = 1.500.013; Web stranice = 8; Facebook objava = 81; Instagram = 15; Pinterest = 4; Youtube video = 7 filmova; tiskani promidžbeni materijali (Billboardi, flyeri, banner oglasi, plakati, majice i dr.) = 5 324 kom = **UKUPNO 1.505.503 objava**

Facebook stranica pod nazivom Šokol i Šokolijada pokrenuta je dana 4. 07. 2015. Pregledom stranice 4. 01. 2017. utvrđeno je da ima 642 pratitelja.

PRIČA O NINU - UZBUĐLJIVA PROŠLOST I PREKRASNA SADAŠNJOST

Grad Nin je destinacija koju godišnje posjeti oko **100.000** izletnika, a ostvaruje oko **125.191 dolazaka turista** (2016.) i **1.031.780 noćenja** (2016.) i ovaj broj se iz godine u godinu povećava što dokazuje da postaje sve više prepoznatljivo odredište za inozemne i domaće turiste. Nin ima uzbuđljivu prošlost i prekrasnu sadašnjost. Starogradska jezgra Nina povezana s dva kamena mosta nalazi se na malenom otočiću usred plitke lagune. Mnogi ga posjećuju kako bi otkrili iz kojeg razloga Nin pripada među najstarije gradove Mediterana, zašto su ga Liburni u 9 st. pr. Kr. odabrali za sjedište i jednu od najvažnijih luka na Jadranu, zašto je bio važan rimski municipij, zašto je u njemu izgrađen najveći rimski hram na istočnoj obali Jadrana, zašto su ga u srednjem vijeku Hrvati odabrali za prvo političko, vjersko i kulturno sjedište... Posljednjih 10 godina dobitnik je 41 nagrade i priznanja u Hrvatskoj i inozemstvu. Danas nosi titulu najromantičnije destinacije Europe i međunarodnu oznaku Eden - europske destinacije izvrsnosti. Turiste privlači iznimno bogatom kulturnom baštinom i dugim pješčanim plažama. Pored romantičnih plaža uzbuđljiva prirodna ljepota Nina je: sol, ljekovito blato, 8 NATURA 2000 staništa, rijetke i endemične biljke te bogati ptičji svijet. Nin je posebno mjesto. Priča koja traje. I životna radost koja ne prestaje.

