

Primjer dobre prakse u razvoju sektora tartufarstva



Karlič tartufi: Lov na tartufe

Ključne riječi:

Tartufi
Lov na tartufe
Marketing
Gastronomija
Turizam

NDŠP:

Gljive i tartufi

Razmjer:

Globalno



Kontekst

Svi znamo da su tartufi, pogotovo veliki bijeli tartuf u svijetu gastronomije izuzetno cijenjeni, no većina ljudi ne zna od kud ni kako oni zapravo dolaze na tanjure. Stoga je logičan smjer razvoja sektora bio napraviti korak naprijed te unaprijediti i proširiti ponudu. Pokazno traženja tartufa i priprema pronađenih tartufa omogućila je posjetiteljima da dožive jedno posebno iskustvo i ponešto nauče o svijetu tartufa. Tim se pristupom populariziralo tartufarstvo u regiji, što je direktno utjecalo na razvoj ruralnog turizma zahvaljujući novom proizvodu, a samim time i tartufi su dobili jednu dodatnu vrijednost u gastronomiji pošto se sada više zna o tome kako je zapravo teško doći do te namirnice.



Cilj

Tartufarstvo u Istri započelo je sredinom 20-og stoljeća kada su zabilježeni prvi pisani zapisi o tome. U početku je lokalno stanovništvo krenulo sa sakupljanjem tartufa pošto im je to zapravo bio odličan dodatni prinos kućnom budžetu. Problem je bio taj što nakon prodaje većina tih tartufa je završila na stranom tržištu. Kako je vrijeme prolazilo, tartufari su počeli uvidati kako bi puno bolje bilo da se proizvod plasira na domaćem tržištu. Tako je 90-ih godina prošlog stoljeća počela veća promocija tartufa kao cijenjenog proizvoda te su brzo uvidjeli kako je potrebna diverzifikacija ponude i da se iskoristi dodatna vrijednost proizvoda.

✓ Rezultati

Unaprijeđenim pristupom i proširenom ponudom postignuta je valorizacija tartufa kao gastronomske delicije, ali i kao turističkog proizvoda. Samim time se povećao i broj gostiju pogotovo u jesenskom i zimskom periodu kada traje sezona bijelog tartufa (*Tuber magnatum Pico*) koji je najcjenjenija komercijalna vrsta tartufa. Stoga su se u Istri počele odvijati različite smotre i razni sajmovi interaktivnog sadržaja kojima je glavna tema bila tartuf. Uz same tartufe brend je postao i "Lov na tartuf" što je u biti pokazno traženje tartufa s ciljem da bi se posjetiteljima bolje približila sama ekologija, odnosno životni ciklus tartufa. Valoriziranjem istarskih tartufa kao gastronomske delicatose i samim time poticanjem razvoja Istarske gastronomije te promocija Istre kao regije tartufa značajno se utjecalo na napredak ruralnog razvoja u Istri.



Preporuke

Ponuda raznih poduzeća u srcu Istre vezana za tartufe je zbilja sadržajna i poučna gdje se od jednog NDŠP-a, tartufa povezala povijesna priča o tartufima, početcima tartufarstva u Istri, avantura lova na tartufe te naravno lokalna gastronomija i raznovrsna ponuda proizvoda od tartufa čime se zapravo zaokružila jedna cjelina. Također je važno napomenuti kako posjetitelji za vrijeme organizirane ture vrijeme provode vani i u šumskim kompleksima što daje jednu dodatnu notu cjelokupnom doživljaju. Brojni gosti kroz cijelu godinu dolaze iz cijelog svijeta kako bi osjetili pun doživljaj tartufa. Naravno da je veliki priliv turista značajan za iznajmljivače smještaja i za ostale lokalne male proizvođače na tom ruralnom području koji bi inače teško svoj proizvod mogli plasirati na tržište.



Utjecaji i slabosti

Zahvaljujući pokretanju ovog novog vida turizma gdje su objedinjeni doživljaj u prirodi, lov na tartufe pomoću istreniranih pasa i lokalna gastronomija u Istri se tartuf prometnuo u jedan od najprepoznatljivijih proizvoda. U današnje se vrijeme istarski tartuf te proizvodi od tartufa ne mogu naći samo u Istri, odnosno Hrvatskoj, već ih se može pronaći na policama u trgovini i restoranima diljem svijeta. Tako su tartufi u posljednjih dvadesetak godina postali važan pokretač ruralnog razvoja u središnjoj Istri.



Buduće preporuke

Iako je djelovanje u sektoru izrazito sadržajno, prostora za napredak uvijek ima te se tu već naziru nove ideje poput muzeja tartufarstva ili rasadnika za proizvodnju mikoriziranih sadnica za podizanje plantaža tartufa. No također jedna od glavnih ideja je da se organiziraju višednevne turističke ture s gastronomskim doživljajem gdje bi posjetitelji uz tartufe mogli iskušati branje gljiva ili posjetiti razna mala lokalna poduzeća koja se bave jestivim nedrvnim šumskim proizvodima ili poljoprivredom što bi dodatno unaprijedilo razvoj ruralnih područja.

Dodatne informacije

Autor

Kontakt: Ivan Karlič, tartuf@vip.hr, www.karlictartufi.hr

Organizacija: Karlič tartufi

Mjesto i regija: Hrvatska, Istarska županija

Sastavio: Dino Buršić, Hrvatski šumarski institut (HŠI)

Objavljeno:

26 studeni 2019



About INCREDIBLE

INCREDIBLE projekt želi pokazati kako nedrvni šumski proizvodi (NDŠP) mogu imati važnu ulogu u potpori održivom gospodarenju šumama i ruralnom razvoju stvaranjem mreža za dijeljenje i razmjenu znanja i stručnosti. 'Inovacijske mreže pluta, smole i jestivih proizvoda u mediteranskom bazenu' (INCREDIBLE) promiču međusektorsku suradnju i inovacije kako bi istaknuli vrijednost i potencijal NDŠP u regiji.

This project has received funding from the European Union's H2020 research and innovation programme under grant agreement No. 774632.

