

NINSKI ŠOKOL – OD IDEJE, MANIFESTACIJE DO ZAŠTITE PROIZVODA

Marija Dejanović
Andela Zorić
Kristijan Čvrljević

Sažetak

Uz očuvane prirodne ljepote i bogatu kulturno-povijesnu baštinu, hrana kao element tradicijskoga načina života ima značajnu ulogu privlačenja turista u destinaciju. Ciljevi su potvrditi da je *Ninski šokol* zauzeo svoje mjesto na gastronomskoj karti Hrvatske, istražiti probleme koji se pojavljuju oko proizvodnje i potvrditi da je potražnja veća nego ponuda. Od 2003. godine nepoznati proizvod započeo je svoje promidžbeno predstavljanje javnosti putem manifestacije *Ninska šokolijada*. Paralelno se provlačila ideja o potrebi zaštite proizvoda. Iako su potaknuta tržišna kretanja i visoka potražnja *Ninskoga šokola*, do danas se nije pokrenula proizvodnja koja bi tradicijski ninski proizvod plasirala na tržište. Dok su se pojavile komercijalne varijante šokola, *Ninski šokol* kao proizvod neponovljivoga okusa i dalje je ostao na razini obiteljske proizvodnje prema tradicionalnoj recepturi. Neki restorani su u nedostatku domaćega *Ninskog šokola* posegnuli za komercijalnom varijantom. Dio restorana nema ga u ponudi budući takav industrijski šokol ne udovoljava visokim standardima i nema očekivanoga gastronomskog doživljaja koje nudi domaći proizvod. Rad je nastao temeljem sustavnih terenskih istraživanja, kvalitativnom analizom sadržaja arhive, medijskih članaka i temeljem dubinskog intervjua na uzorku od 13 obiteljskih restorana u Ninu. Osnovana je Udruga *Šokolari* s ciljem zaštite i pokretanja proizvodnje. Udruga je u suradnji s *AGRRA* – Agencijom za ruralni razvoj Zadarske županije započela proces zaštite *Ninskoga šokola*. Lokalna samouprava u Gradu Ninu i Općina Privlaka prepoznaju značaj i uključuju se poticajnim mjerama u proces pokretanja proizvodnje. U radu će se potvrditi da je šokol važan u hrvatskoj gastronomiji, navest će se problemi između ponude i potražnje i potvrditi početak procesa zaštite zemljopisnoga porijekla.

Ključne riječi: gastronomska ponuda, zaštita proizvoda, tradicija, Ninski šokol.

UVOD

Predmet istraživanja ovoga rada je tradicijska izrada *Ninskoga šokola*, njegova zaštita i promidžba kroz manifestaciju *Ninska šokolijada* (dalje: *Šokolijada*). Manifestacija je pokrenuta 2003. kada je tradicijski proizvod izrađen prema obiteljskom receptu predstavljen javnosti. Za potrebe manifestacije i buduće zaštite autorica Dejanović je 15 godina istraživala porijeklo šokola kao bogato kulturno nasljeđe grada Nina i običaje povezane sa njim. Najprije je "autorica rada 2002. godine prikupila u vlastitoj obitelji i na terenu podatke o šokolu, uobličila tekst i pripremila ga za potrebe promocijskih materijala i *web*-stranice Turističke zajednice grada Nina." (Dejanović 2010: 87) Bogata arhivska građa novinskih članaka o *Šokolijadi* i jedinstvenom gastro proizvodu iz Nina dokumentira mnoge zanimljivosti. Glavni ciljevi istraživanja su potvrditi porijeklo šokola, duljinu tradicijske izrade šokola i bitne elemente povezane sa manifestacijom te način zaštite. Znanstveni doprinos očituje se kroz potvrđene stavove da tradicija izrade

šokola u ninskom kraju traje 300 i više godina, a temeljeno na istraživanju provedeno u ožujku 2018.

1. METODE ISTRAŽIVANJA

Za potrebe pisanja ovoga rada korištene su opće znanstvene metode: metode prikupljanja podataka, metoda sudjelujućeg promatranja i kvalitativna analiza podataka. Povijesnom metodom, a temeljeno na izvornim podacima dostupne arhivske građe, izvješća, raznih evidencija i internetskih podataka, pojašnjeni su važni elementi o šokolu, manifestaciji *Šokolijadi*, potražnji, ponudi te zaštiti proizvoda. Provedeno je anketno istraživanje u ožujku 2018. u obiteljima Nina, Zatonu, Grba, Ninskih Stanova, Privlake, Vira, Vrsi i Poljica. Cilj istraživanja je identificirati stavove o obiteljskoj tradiciji izrade šokola, *Šokolijadi* kao najvažnijoj manifestaciji grada Nina, porijeklu proizvoda te novim spoznajama povezanim sa proizvodnjom. Podijeljeno je 400 anketa s povratom od 215 (54 %) ispunjenih upitnika. Dobiveni rezultati obrađeni su standardnim statističkim metodama, zbirno i pojedinačno prema lokacijama, izračunom prosječne vrijednosti i udjelom. Za potrebe rada proveden je dubinski intervju na uzorku od 13 ugostiteljskih objekata u Ninu.

2. REZULTATI I DISKUSIJA

U radu su iznesene pretpostavke o porijeklu *Ninskoga šokola* jedinstvene gastronomske delicije kraljevskog Nina. Ukratko je opisano i 15 godina održavanja *Šokolijade*, manifestacije koja je pridonijela da je šokol zauzeo važno mjesto na gastronomskim kartama Zadarske županije, ali i Hrvatske na što upućuju rezultati istraživanja. Osnivanjem Udruge *Šokolari* realizirati će se ciljevi postavljeni od pokretanja *Šokolijade*. Jedan od najbitnijih ciljeva je zaštita *Ninskoga šokola*. U dijelu rada opisana je ponuda i potražnja tradicionalne i originalne delikatese kao i rezultati provedenog istraživanja.

2.1. O Ninskom šokolu

Šokol se od pamtivijeka proizvodi u ninskome kraju, a to se odnosi na područje koje pokriva cijeli postor nekadašnje austrijske Općine Nin, kakva je bila početkom 20. stoljeća. Prostor sjeverozapadnog dijela Zadarske županije, čije je središte tijekom više tisućljeća bio Nin, od davnina čini prirodnu, administrativnu i gospodarsku cjelinu. *Ninski šokol* na prvi pogled izgledom nalikuje budoli, ali zbog načina izrade i korištenja mirodija to je proizvod neponovljive arome. Ni nakon petnaest godina istraživanja još uvijek se sa sigurnošću ne može dati precizan odgovor o porijeklu te iz kojeg vremena potječe šokol. Postoji nekoliko teorija. Prema Ivanišević *Šokol pripada usmenoj povijesti, povijesti sjećanja, pričama i predajama (...) Oni najstariji, što pamte još svoje bake i djedove, mogu sažeti iskustvo i doživljaj vremena što se proteže unatrag dvjestotinjak godina. (...)Njegova raskošna aroma, od mesa, skupocjenih začina, dima i vjetra lako je mogla biti dio svečanih trpeza u vrijeme kada su kuhinje bogatih razmetljivo mirisale egzotičnim začinima. Birana i skupocjena jela zrcalila su bogatstvo kuće gdje su spremana. Dvorske i samostanske kuhinje čuvale su putove začina*

otvorenima, a činjenica da je Nin već u 10. stoljeću imao benediktinski samostan nije nevažna u povijesti kuhinje toga kraja. Recept za šokol zasigurno nije mogao nastati u siromašnoj sredini, on je zapravo nadgradnja genijalne jednostavnosti. Soli i buri, što ih priroda tako izdašno nudi u području Nina, pridodana je rafinirana nota bogatstva i moći, iako je prava moć Nina ležala upravo u soli. Pretpostavlja se da je ninska solana postojala već u antici, a sigurno je da je radila u srednjem vijeku, u doba ninske komune, anžuvinske i mletačke vlasti. Solana je radila do 1500, kada je uništava mletački monopol nad solju. Stoljeće i pol nakon gašenja solane, Mlečani napuštaju i razaraju Nin, paleći ga i bombardirajući sa šest galija. (Ivanišević 2016: 19). Tea Perinčić je iznijela spoznaje i teorije: *Mletačka kuhinja bila je renesansna, odnosno oni su upotrebljavali puno začina pa se taj stariji mletački utjecaj očitovao u izradi šokola. O tome nema zabilježbi. Venecija je imala veliki utjecaj jer su preko Venecije dolazile mirodije. Mlečani su imali monopol nad prodajom začina i mirodija, pa ih uključuju u kulinarske specijalitete (klinčić i dr.). Pokrajina Veneto nije imala takav proizvod. Zapravo najvjerojatnije izgleda da je tradiciju šokola donijela obitelj Manfrin¹ s obzirom da je za takav proizvod ipak trebala bolja ekonomska podloga koju Nin nakon svih razaranja nije imao, a prava obnova grada te stabilitet života događa se tek u 19. st. kad i ova porodica ulaže u gospodarstvo grada. Uz to s njima su došli i doseljenici iz Romagne odakle su u renesansno doba suhomesnate proizvode uvozili i sami Mlečani. Dalje, Perinčić zaključuje kako je sklonija vjerovanju da je šokol u Nin zapravo došao kasnije, točnije kad i ciglana i smatra da bi tradicija teško mogla biti starija. To ujedno objašnjava i zašto se izrada šokola razvila samo na području Nina i kako zahvaljujući tome Nin ima ekskluzivni gastronomski proizvod šokol. (Perinčić 2013). Pretpostavka je da se šokol počeo raditi dolaskom novih stanovnika iz ruralnog područja nakon katastrofalnog uništenja Nina u 17. stoljeću. (Dejanović 2010).*

2.2. Promidžbne aktivnosti Ninskoga šokola

Turistička zajednica grada Nina je 2003. pokrenula manifestaciju *Ninska šokolijada* zbog očuvanja baštine i promidžbe jedinstvenog aromatičnog proizvoda. Kao rezultat promidžbe kroz *Šokolijadu* već nakon 3 godine *Ninski šokol* bio je opisan kao važan gastro proizvod regije (Gastro vodič Zadarske regije 2006.). Odvijanjem Ninske šokolijade od 2003. – 2018. stvorena je prepoznatljivost hrvatskog gastronomskog događaja i tradicionalnog proizvoda originalnog okusa. *Ninski šokol*, tradicionalni proizvod originalnog okusa, koji nije bio poznat u javnosti do pokretanja manifestacije, promidžbom je postao snažan gastro brend grada Nina i Zadarske županije te važan motiv dolaska turista. Na prvoj *Šokolijadi* odnosno *Fešti od šokola* sudjelovalo je 10 natjecatelja, a potom je manifestacija iz godine u godinu rasla brojem natjecatelja i izvođača te raznim inovacijama. Od pokretanja 2003. do početka 2018. u njoj je sudjelovalo 293 natjecatelja iz 31 mjesta. *Šokolijadu* je konstantno razvijalo 12 obitelji iz Nina, 2 iz Privlake te po 1 iz Žerave i 1 iz Vira. Oni su u svojim obiteljima očuvali vještinu koja se tradicionalno prenosila s koljena na koljeno. Razvojem *Šokolijade*

¹ Na području Nina, gdje je kasnije nastalo mjesto Grbe, osnovana je prva tvornica duhana s plantažama na Jadranskoj obali. Godine 1786. markiz Jerolim Manfrin dao je podići gospodarske i tvorničke zgrade, isušiti polja, izgraditi putove, isrčiti šikare, regulirati bujice i dr. Dovedeni su stručnjaci iz Italije i Albanije koji su naučili domaće radnike sve o proizvodnji duhana i suvremenoj poljoprivredi. Izvor: Vjekoslav Maštrović, "Nin od pada Mletačke Republike 1797. do 1941." U: Zbornik radova *Povijest grada Nina*, Zadar, 1969., str. 197–199.

ostvareni su mnogi društveni i ekonomski ciljevi: pojavila se potražnja šokola od strane turista, proizvod se pojavio na jelovnicima restorana, manifestacijom je došlo do povezivanja tzv. Plave i Zelene Hrvatske (suradnja s udrugama i OPG-ovima u regiji i kontinentalnoj Hrvatskoj), zabilježen je rast posjetitelja, privučena su visoka državna pokroviteljstva i dr. što je dovelo do nacionalne prepoznatljivosti manifestacije. Aromatičan proizvod *Ninski šokol* često je predmetom istraživanja, a obrađen je u dijelu *Okusi i mirisi Zadarskoga kraja* gdje su dodatno obrađena nutritivna i organoleptička svojstva. (Vranešić i sur. 2017: 58). U 2013. je o nematerijalnom kulturnom dobru odnosno očuvanoj vještini izrade šokola koji je bio okosnica *Šokolijade* snimljen HRT-ov dokumentarni film *Šokol i šokolari ninski*.

Proizvod i manifestacija dobili su tri nagrade: 1. Brončana povelja *Suncokret ruralnog turizma Hrvatske za projekt Ninska šokolijada* u kategoriji Ruralno turistički projekti (2011). 2. U kategoriji tradicijska ruralna gastronomijadobivena je *Srebrna povelja Suncokret ruralnog turizma Hrvatske za očuvanje Ninskog šokola* (2014). 3. Nagrada *Simply the best sa zlatnim znakom manifestaciji Šokolijada za očuvanje i spas tradicije pripreme Ninskog šokola i kreativan razvoj gastronomske turističke ponude* (2014).

2.3. Zaštita proizvoda – Ninski šokol

Kod svakoga proizvoda koji se treba pojaviti na tržištu prvo se pokreće proizvodnja manjeg obima, a onda se pokreće marketing. U slučaju *Ninskog šokola*, čiji se recept tradicionalno očuvao unutar obitelji i domaćoj radinosti, dogodio se obrnuti proces. Promidžba zbog očuvanja proizvoda od zaborava pokrenuta je i razvijena kroz manifestaciju *Šokolijada*, dok je ponuda ostajala na razini obiteljske proizvodnje i nije se razvijala sukladno jačanju manifestacije. Upravo je složenost proizvodnje tog specijaliteta obuhvaćala razne originalne postupke i lokalne uvjetovanosti, kao što je uporaba domaćeg vina, ninske soli, specifične mješavine začina, sušenje na velebitskoj buri, a što je bila prepreka veće proizvodnje šokola.

U srpnju 2017. pokrenut je rad Udruge *Šokolari Nin* koja, uz dosadašnje napore Turističke zajednice grada Nina, okuplja obitelji proizvođača *Ninskoga šokola*, uzgajivača svinja za proizvodnju ovih proizvoda i drugih koji pripomažu proizvodnju, prodaju i promidžbu ovih proizvoda te očuvanje lokalne tradicije. Zadaće udruge su uz promidžbene aktivnosti *Ninskoga šokola* i dalje snaženje njegovog imidža na tržištu, pomoći članovima udruge na unaprijeđenju proizvodnje, osiguranje stručne pomoći, organiziranje predavanja i savjetovanja, stručnih putovanja i posjeta i slično, a sve to zbog zaštite proizvoda. U suradnji s *AGRRA-om² iz Zadra* u prosincu 2017. udruge je započela proces Zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla – *ZOZP Ninskoga šokola*. U inozemstvu postoje odlični primjeri dobre organiziranosti proizvođača istog proizvoda na pojedinom zemljopisnom prostoru koji svjedoče da se zajednički može vrlo uspješno stvoriti brend. Stvoreni zajednički brend tada ističe cijeli teritorij i za svih je stvorena zaista prava dodana vrijednost. Istraživanja su uvjerljivo pokazala da se i te kako isplati stvarati robnu marku, jer proizvodi s markom na tržištu više se traže i dobro podnose višu cijenu (30 – 50 %) od generičkih proizvoda. Robna marka znak je određene kontinuirane kvalitete i prepoznatljivosti proizvoda, a u stanju je stvoriti dublje

² Agencija za razvoj ruralnog područja Zadarske županije.

povjerenje kod manje ili više zahtjevnoga potrošača (Suhadolnik 2010: 6). Upravo je tradiciju i originalnost proizvoda nasljeđe *Ninskoga šokola* važno sačuvati za budućnost, ali ga je potrebno i zaštititi na primjeren način da bi društvena zajednica kao čuvarica nasljeđa, imala socijalne i ekonomske koristi.

2.4. Ponuda i potražnja *Ninskoga šokola*

Zemljopisno područje Nina i okolice postalo je prepoznatljivije posjetiteljima i potrošačima Ninskog šokola organiziranjem manifestacije Šokolijada kao oblika kvalitetno osmišljene promidžbene aktivnosti. Kako se manifestacija godinama ponavljala i snažila svoje značenje, tako je i *Ninski šokol* postao prepoznatljiv proizvod sa rastućom potražnjom. Gosti su tražili čuvenu deliciju, a ugostitelji su imali puno muke pri stavljanju proizvoda na jelovnike. Međutim, ipak se to postupno razvijalo. Još krajem osamdesetih tradicijski recept *Ninskoga šokola* je predan iz obiteljske proizvodnje u industrijsku proizvodnju pršutane pod nazivom *Dalmatinski šokol*. Provedena istraživanja su potvrdila da se šokol nije radio nigdje po Dalmaciji, već samo u Ninu i užoj okolici. Komercijalna varijanta šokola okusom je više nalikovala budoli nego izvornom domaćem proizvodu jer se pri izradi nije primjenjivao izvorni postupak i nisu korištene mirodije. Godinama je ninska ugostiteljska ponuda sadržavala poznati dalmatinski pršut i paški sir, ali ne i šokol. Projekt *Šokolijada* na samom početku postavio je specifičan cilj: uvesti šokol na jelovnike ninskih ugostiteljskih objekata što je i potvrđeno provedenim istraživanjem u 2010. kada je u Ninu bilo 20 ugostiteljskih objekata, od kojih je 15 usluživalo jela i pića, a svi su posluživali šokol kao predjelo (Dejanović 2010). Tijekom istraživanja u veljači 2018. ugostitelji su potvrdili da je potražnja u slučaju *Ninskog šokola* nadjačala turističku ponudu. Visoka potražnja utjecala je da su turisti tražili trgovinu delikatesa gdje mogu kupiti najatraktivniji proizvod ninskog područja za koji su čuli da je originalne arome i tradicionalne recepture. Informirani su o *Ninskom šokolu* koji se radi obiteljski, a kušati se može na *Šokolijadi* i u restoranima. Stizali su brojni upiti o nabavi ili receptu *Ninskoga šokola*. Iako aktivnosti poticanja i pokretanje proizvodnje nisu u domeni turističkih zajednica jer je to dio gospodarstva, na razini ukupnog ekonomskog stanja u Ninu, pripadnost tog zadatka nije bila posebno definirana pa je turistička zajednica ipak godinama poticala i inicirala razvoj proizvodnje kroz manifestaciju. U slučaju *Ninskoga šokola*, tržište je pripremljeno za plasman, a ninsko poduzetništvo postaje sve aktivnije, posebno u proizvodnji ovog proizvoda.

2.5. Rezultati provedenih istraživanja

Tijekom ožujka 2018. provedeno je istraživanje pod nazivom *Šokol jedinstvena aromatična delicija ninskoga kraja*. Kao anketni uzorak planiran je broj od 400 ispitanika. Kroz suradnju sa *Osnovnom školom Petar Zoranić Nin* proslijeđeni su anketni upitnici u obitelji u Ninu, Grbama, Ninskim Stanovima, Zatonu, Vrsima i Poljicama, dok je uz suradnju *Osnovne škole Privlake* anketni upitnik dostavljen u obitelji Privlake i Vira³. U okviru istraživanja prikupljeno je 215 ispunjenih anketnih upitnika, a to je 53,75 % i predstavlja relevantan uzorak. U istraživanju je sudjelovalo 187 ispitanika. Dobna struktura ispitanika je u dobnoj granici od 30 do 50 godina što je

³ Uz Nin navedena mjesta imaju očuvanu tradiciju izrade šokola.

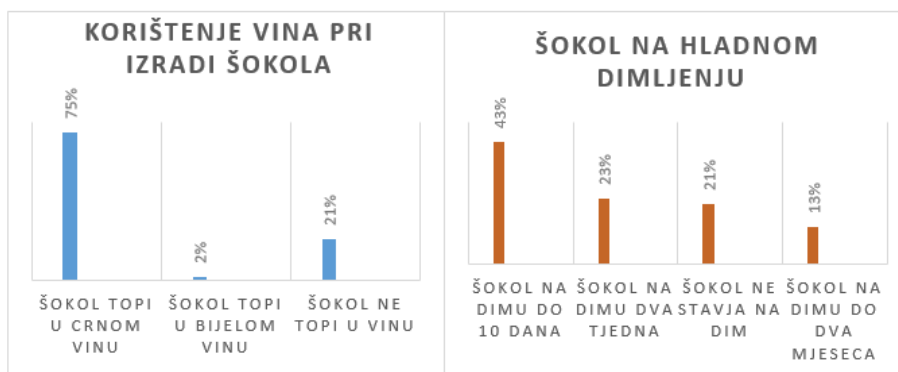
86 % od ukupnog broja ispitanika. U dobnoj skupini od 50 do 60 i više godina nalazilo se 10 % ispitanika, dok je samo 4 % bio izvan dobnih granica. Godine života ispitanika su bile očekivane budući da radno aktivni dio populacije u ninskom kraju radi šokole, čuvaju nasljeđenu vještinu svojih predaka, a to daje naznaku da će obiteljski recept dalje prenositi generacijama.

Istraživanjem se nastojalo potvrditi duljinu tradicije izrade šokola, pojedinosti oko načina izrade šokola i kako ga u obiteljima poslužuju. Budući još uvijek nije u potpunosti razjašnjeno porijeklo istraživanog gastronomskog proizvoda ispitanicima je upućeno pitanje je li njihovim obiteljima poznato odakle potječe ime šokol. Istraženi su stavovi koliko je *Šokolijada* pridonijela prepoznatljivosti proizvoda i jesu li se natjecali kroz navedenu manifestaciju.

Od 215 anketiranih obitelji istraživanje je potvrdilo da 96 obitelji i danas ima tradiciju izrade šokola što je 45 % od ukupnog broja ispitanika u 8 anketom obuhvaćenih mjesta. Tradiciju izrade šokola imalo je 58 obitelji, ali je tradicija prekinuta što je 27 % od ukupnog broja ispitanika. Ukupno je 61 obitelj potvrdila da nemaju tradiciju izrade šokola i nije im poznato je li netko od predaka radio taj proizvod u prošlosti što je 26 % od ukupno prikupljenih anketnih upitnika. O obiteljskoj tradiciji istraženi su važni podaci. Najveći broj ispitanika odgovorio je da im je tradicija izrade šokola u obiteljima do 100 godina i više, odnosno tako se izjasnilo 76 % od ukupnog broja ispitanika, dok je 16 % potvrdilo da imaju obiteljsku tradiciju 200 godina i više, a samo je 7 anketiranih obitelji potvrdilo tradiciju dugu 300 godina i više, što se odnosi na 7 % istraživanjem obuhvaćenih obitelji u ninskom području.

Istraživanjem se nastojalo potvrditi radi li se gastronomska delicija samo za potrebe obitelji ili se jedan dio radi zbog plasmana na šire tržište. Postavljeno je pitanje: Koliko komada šokola radi vaša obitelj godišnje? Najveći broj tj. 50 obitelji je odgovorilo da radi 4 do 10 komada godišnje, a 45 obitelji je odgovorilo da rade 2 do 4 šokola godišnje. Time se potvrdilo da 95 obitelji odnosno 44 % anketom obuhvaćenih obitelji rade od 2 do 10 šokola godišnje. Njihovi stavovi potvrdili su da je istraživani proizvod jako važan u obiteljskoj tradiciji ninskog kraja. Dvadeset obitelji radi više od 10 šokola godišnje što je 9 % od sveukupnog broja ispitanika, a to ukazuje da se vjerojatno nekoliko obitelji bavi proizvodnjom za neki oblik prodaje. Prema navedenom 53 % ispitanika rade šokole u većem ili manjem broju. Četrdeset devet ispitanika odgovorilo je da ne rade šokol što može upućivati da su oni nekada imali tradiciju, ali su je napustili kako su potvrdili u prethodnom pitanju, a 51 ispitanik nije ispunio odgovor na navedeno pitanje, što približno odgovara prethodnim stavovima da nisu imali tradiciju. Prema posljednja dva stava može se zaključiti da 47 % ispitanika ne radi šokol uopće.

Slika 1. Korištenje vina pri izradi šokola / šokol na hladnom dimljenju



Izvor: istraživanje autora

Šokol se najčešće u obiteljima poslužuje kao hladno predjelo što je potvrdilo 99 % ispitanika, dok je samo jedna obitelj potvrdila da ga poslužuje kao toplo jelo (varivo s fažolima i sl.).

Na pitanje je li po njihovom mišljenju manifestacija *Ninska šokolijada* pridonijela prepoznatljivosti šokola na turističkom tržištu, 166 ispitanika odnosno 78 % smatra da je manifestacija značajno pridonijela prepoznatljivosti šokola, dok 21 ispitanik odnosno 10 % smatra da manifestacija nije pridonijela prepoznatljivosti. Njih 15 nije odgovorilo na ovo pitanje, što je 12 % od ukupnog broja anketnih upitnika. Od anketiranih ispitanika 12 obitelji su sudjelovale kao natjecatelji u manifestaciji *Ninska šokolijada*, što je 7 % istraživanjem obuhvaćenog uzorka.

Većina ispitanih, čak 156 ispitanika odnosno 72 % ne zna podrijetlo imena šokol, dok na ovo pitanje nije odgovorilo 32 ispitanika odnosno 15 %. Ukupno 27 ispitanika je odgovorilo na ovo pitanje da znaju podrijetlo imena šokol, što je 12 % od ukupnog broja ispitanika. Na pitanje o porijeklu imena šokol utvrđeno je da naziv dolazi od talijanskih riječi što znači suhi vrat (suhi, tal. secco; vrat, tal. collo), što ne čudi ako se uzme u obzir činjenica da su Ninom, kao i Dalmacijom, 400 godina vladali Mlečani.

Najveći broj obitelji, čak 95 ispitanika tj. 44 % smatraju da je potrebno čuvati obiteljski recept za izradu šokola i nisu ga podijelili s prijateljima izvan svog domaćinstva, dok je 46 obitelji odnosno 21 % ispitanika svoj recept podijelilo s prijateljima izvan svog mjesta boravka. Tako se recept *Ninskog šokola* podijelio u mjesta koja nisu imala tradiciju. Na postavljeno pitanje nije odgovorilo 74 % ispitanika, odnosi se na ispitanike koji nemaju tradiciju izrade šokola ili je ona prekinuta.

Ranijim istraživanjem 5 vlasnika restorana potvrdili su kako je *Šokolijada* odradila promidžbu koja je utjecala na veliku potražnju te su oni temeljeno na tome uključili šokol u svoju gastronomsku kartu (Dejanović 2010). U 2018. je istraživanjem obuhvaćeno 13 ugostiteljskih objekata. Utvrđeno je da 6 ugostitelja šokol poslužuju kao toplo jelo, 12 kao hladno predjelo, 1 ga nema uopće na svom jelovniku.

ZAKLJUČAK

Stanovništvo ninskog zemljopisnog područja sačuvalo je tradiciju i postupke izrade originalnog aromatičnog proizvoda – *Ninski šokol*. Istraživanjem je utvrđeno da postoji nekoliko pretpostavki od toga da se šokol proizvodio u 10. st. kada su postojale samostanske i dvorske kuhinje u Ninu, zatim da se proizvodio u 17. st. dolaskom novih stanovnika iz ruralnog područja pa do toga da se počeo raditi dolaskom porodice Manfrin u 19. stoljeću koja je imala tvornicu duhana. Rezultati istraživanja potvrdili su da se *Ninski šokol* radi 300 i više godina. Povezano sa ranijom datacijom, a u nedostatku pisanih tragova potrebno je provesti dodatna istraživanja. Velika je potražnja turista i brojni su upiti o prepoznatljivoj delikatesi. Iako 1 od 13 ispitanih ugostitelja ne želi imati *Ninski šokol* na jelovniku jer je izvorni domaći teško nabaviti, 12 ispitanih ga nabavljaju u manjim količinama i nude ga ograničeno dijelom godine. U radu je dokazano da je *Ninski šokol* bitan gastronomski proizvod Zadarske regije, ali i Hrvatske. U narednom razdoblju potrebno je maksimalno poticati poduzetnike i proizvođače domaćeg šokola da pokrenu proizvodnju jer postoji rast tržišne potražnje za ovakvim tradicionalnim i originalnim proizvodom. Jedinstveni proizvod često je bio predmetom istraživanja, a *Ninski šokol* i *Šokolijada* predstavljaju vrijedan proizvod i manifestaciju kojima se najbolje postiže kako prepoznatljivost područja tako i socijalni i ekonomski razvoj društvene zajednice. Započeo je proces zaštite zemljopisnog porijekla tradicionalnog i originalnog proizvoda te povećanje proizvodnje jer tržište za plasman osigurano promidžbom putem *Šokolijade* već postoji. U radu je potvrđena važnost Ninskoga šokola, proizvoda ninskog područja kao vrijednog nematerijalnog i kulturnog dobra.

LITERATURA

- Dejanović, M., (2003), *Šokol*, informativni letak, Turistička zajednica grada Nina, Nin.
- Dejanović, M. (2010), "Šokol – gotovo nepoznati gastronomski proizvod postao zaštitni znak (brand) Nina i zadarske regije", *Zbornik radova s međunarodnog znanstvenog skupa 2. hrvatski kongres o ruralnom turizmu, Konceptija dugoročnog razvoja turizma*, Mali Lošinj, Hrvatska, Hrvatski farmer Zagreb.
- <http://www.croatia.hr> (05. 03. 2018.)
- <http://www.hnd.hr/sokol-ni-sokol-ni-cokolada> (26. 02. 2018.)
- <https://hrti.hrt.hr/video/show/3668518/sokol-i-sokolari-ninski-emisija-pucke-i-predajne-kulture> (26. 02. 2018.)
- <http://www.nin.hr> ()
- <http://oblizeki.com/sokol-soko-ili-na-velebitskoj-buri-osusena-vratina-ninskoga-kraja-9153> (02. 03. 2018.)
- <http://hr.wikipedia.org/wiki/%C5%A0okol> (24. 02. 2018.)
- <http://www.zadar.hr> (12. 03. 2018.)
- <http://www.zadarska-zupanija.hr> (12. 03. 2018.)
- <http://www.zona-zadar.hr/zona-tradicije/sokol> (29. 03. 2018.)
- Ivanišević, J. (2016), "Tradicijska kuhinja: Ninski šokol, Diskretna delikatesa", *Iće i piće*, 48, Zagreb.
- Maštrović, V. (1969), "Nin od pada Mletačke Republike 1797. do 1941.", u: *Povijest grada Nina*, Zadar.
- Obrtnička komora Zadarske županije, Turistička zajednica Zadarske županije, Turistička zajednica grada Zadra, Grad Zadar, Hrvatska gospodarska komora – Županijska komora Zadar (2006), *Gastro vodič Zadarske regije, Kužina zadarskog kraja*.
- Perinčić, T. (2013), usmeno kazivanje u: Dokumentarni film *Šokol i šokolari ninski*, HRT, Zagreb.
- Suhadolnik, Ž. (2010), "Tržište i kako ga steći...", *Robne marke privatno, ali, nužno i kao adut teritorija...*, *Švijet u čaši*, str. 6.
- Vranešić, D. i sur. (2017), *Zona – Okusi i mirisi Zadarskog kraja*, Zadarska županija.

SOKOL OF NIN – FROM AN IDEA TO AN ATTRACTIVE MANIFESTATION TO PRODUCT PROTECTION

Abstract

Along with a preserved natural beauty, rich cultural and historical heritage, food as an element of a local lifestyle has a significant role in attracting tourists to a destination. The goals are to confirm that Sokol of Nin has taken its place on the gastronomy map of Croatia, to explore the problems that arose around its production and to confirm that demand is higher than the supply of Sokol. Fifteen years ago an unidentified product began its public presentation through the Sokol Fest of Nin manifestation. The need for product protection was also paralleled. Although the market trend is positive and the high demand for the Nin Sokol has been triggered, local production has not yet been launched to produce and satisfy market demands. While commercial variants of Sokol have appeared, the Sokol of Nin as a product of unparalleled taste remains at a family level production with each family guarding their recipe. Some restaurants have moved towards a commercial variant due to the low supply of the local Nin Sokol. Many restaurants do not offer it since the industrial Sokol does not meet the high standards and offers no unique gastronomic experience in comparison to the home-made Sokol. This work was created based on systematic field research, qualitative analysis of archive documents, media articles and detailed interviews with 13 family owned restaurants in Nin. The Sokol Association was established with the aim of protecting and starting the production of this produce. In cooperation with AGRRA - the Agency for Rural Development of Zadar County, the association started the process of protecting the Nin Sokol. The municipalities of Nin and Privlaka recognize this importance and include incentive measures in the process of production start-up. The paper will confirm that Sokol is important in Croatian gastronomy, highlight problems between supply and demand and to prove its geographic origins.

Keywords: Nin Sokol, tradition, gastronomic offer, product protection.

dr. sc. Marija Dejanović

Turistička zajednica grada Nina
Trg braće Radić 3, 23232 Nin, Hrvatska
Tel. 023 265 247, 091 766 3574
E-mail: info@nin.hr, www.nin.hr

Andela Zorić

Turistička zajednica grada Nina
Trg braće Radić 3, 23232 Nin, Hrvatska
Tel. 023 265 247
E-mail: zoricangela@gmail.com

Kristijan Čvrljević

Udruga *Šokolari*
Trg braće Radić 3, 23232 Nin, Hrvatska
Tel. 091 549 0208
E-mail: kristijan.cvrljevic@gmail.com