



Primjeri agro-turističke ponude i savremene arhitekture, koja doprinosi pokretanju i uvećavanju razvoja određene ruralne destinacije, kao i preobražaj jednog područja u poželjnu destinaciju pomoću adekvatne arhitekture, tema su rada dr Slavice Stamatović Vučković, doc. arhitekture i urbanizma sa Arhitektonskog fakulteta u Podgorici, dr Vesne Kosorić, arhitekta i urbaniste (Švajcarska) i prof. dr Kose Golić sa Fakulteta za građevinski menadžment Univerziteta „UNION - Nikola Tesla“ u Beogradu.

One su u radu na plastičan način ukazale na ulogu i značaj dizajna u funkciji podsticaja razvoja poljoprivrede i ruralnog turizma, njenih funkcionalno oblikovanih karakteristika, estetizaciji jednostavnih proizvodnih procesa u cilju postizanja osmišljenijeg, sadržajnijeg i komfornijeg boravka u prostorima poput „kuća meda“, „kuća voća“, vinarija, fabrika sira i pršuta, maslinovog ulja i sl. Svoj rad oplemenile su brojnim primerima koji svojom originalnošću ukazuju na promišljene projektantske ideje i investitorske odluke u kreiranju energetski efikasnih i održivih sistema, koji osim što unapređuju i štite ambijent i životnu sredinu, za poljoprivredne proizvođače predstavljaju značajnu ekonomsku uštedu.

Osim boravka u ruralnoj sredini i upoznavanja sa procesima proizvodnje autentične hrane i pića, ruralni turizam postaje važan deo ukupne nacionalne turističke ponude, pa je strategija turističkog razvoja većine zemlja, pa i Balkana, usmerena ka stalnom podsticanju njegovog razvoja. Pored brendiranih i zaštićenih poljoprivrednih proizvoda, sastavni deo turističke ponude čine i mogućnost sagledavanja autentičnih prirodnih uslova, procesa obrade i nastajanja finalnih proizvoda, i iz tih razloga arhitektura postaje važan činilac celokupnog proizvodno-turističkog procesa.

Arhitektura u funkciji proizvodnje hrane i pića

Industrijski objekti poljoprivredne namene za arhitekta su postali značajna inspiracija još od početka XX veka. Zadatak arhitekta je da sačuva i zaštiti tradicionalne poljoprivredne objekte u funkciji proizvodnje hrane, kao važan deo ruralnog arhitektonskog nasleđa, ali i da ponudi savremena arhitektonska rešenja a za agro-turiste, prostor učini funkcionalnim i prisupačnim.

Proizvodnja sira i pršuta

Objekti ove namene su tek poslednjih desetak godina počeli da se masovnije otvaraju za posetioce. Fabrika sira u Tillamook-u, u Oregonu (Tillamook Cheese Factory, USA), je kooperacija stotina farmerskih porodica koje se bave proizvodnjom sira i mleka, a TCCA (Tillamook County Creamery Association) je najpoznatiji proizvođač tih proizvoda u državi

Oregon. Pored proizvodnje, kompleks već dugi niz godina ima i tzv. „centar za posetioce” („visiting center”), koji predstavlja sve ozbiljniji turistički sadržaj. Projekat redizajna, rušenja starog i izgradnja novog centra, sa značajno većom površinom i raznovrsnijim sadržajima za sve brojnije turiste, projektovao je arh. Olson Kundig. On je, pored edukativnog obilaska fabrike, predvideo i muzejski prostor sa interpretativnim eksponatima sa ciljem da ispriča priču o sto godina dugoj istoriji kooperacije i proizvodnji sira i mleka, uz zabavno-interaktivne sadržaje, prostore za degustaciju i dr., kojima se predlažu aktivnosti za viščasovni boravak gostiju u kompleksu.

Naracija, tj. pričanje priče - tzv. „Storytelling” prilikom obilaska jednog poljoprivrednog objekta je posebno važan segment turističke ponude kome se posvećuje velika pažnja, i u kome i sam proces proizvodnje postaje neka vrsta „artefact“-a. Butik mlekara pod nazivom „38°30“ dobila je ime po koordinatama lokacije u blizini sela Afyon Tazlar, u provinciji Afyonkarahisar u zapadnoj Turskoj (Slash and Arkizon Architects, Istanbul). Objekat je razvijen oko eliptičnog zelenog unutrašnjeg dvorišta, upotpunosti zastakljen, kako bi gosti imali pogled na kompletan proces proizvodnje sira.

U cilju nove marketinške koncepcije i uvećanja proizvodnje, italijanska kompanija za proizvodnju prerađevina od svinjskog mesa - SALPI, napravila je 2014. re-branding, što je podrazumevalo i otvaranje novog, inovativnog postrojenja za proizvodnju poznate vrste pršute (Prosciutto di Norcia IGP), u Preci (Umbria, Italija), u NP „Monti Sibillini“. Ovaj proizvodni pogon (prosciuttificio) predstavlja prvo postrojenje te vrste koje se većom površinom nalazi pod zemljom (arh. Enzo Eusebi&partners, Nothing Studio). Objekat površine 7.000 m² čine dva dela: ukopan deo za proizvodnju pršuta i administrativno-poslovni, vidljiv kao samostalna arhitektonska forma. Ukopavanjem proizvodnog dela postignuta je energetska efikasnost, kao i ekonomska ušteda vezana za održavanje krova i fasada. Posebna vrednost ovog rešenja je u uklopljenosti arhitekture u teren i pejzaž. U dvogodišnjem periodu nakon re-brandiranja, prihod kompanije se uvećao nekoliko puta. Pršuta bar „Rosa dell’Angelo” (Prosciutto Bar) u Traversetolu, u okolini Parme je samo jedan u nizu sličnih mesta u Italiji gde se prodaju proizvodi iz sopstvenog uzgoja: pršuta od posebne vrste svinja i sir od posebne vrste krava, a sastavni deo ponude je obilazak farme, upoznavanje sa procesom proizvodnje i degustacija proizvoda (Agricultural BioDiversity Tour).

Proizvodnja maslinovog ulja

Tržište maslinovog ulja je jedno od najviše rastućih u poslednje dve decenije. Povećanje ukupne svetske proizvodnje, ali i prinosa, rezultat su većih ulaganja u tu granu poljoprivrede i modernizacije proizvodnog procesa, posebno u zemljama koje nisu tradicionalni proizvođači, poput Australije, Tunisa, Čilea, Turske i dr.

Jedan od najpoznatijih portugalskih brendova maslinovog ulja - Oliviera da Serra, izgradio je novu, modernu fabriku, koja proizvodi dva miliona galona ulja godišnje, u Alentejo regionu, blizu gradića Ferreira do Alentejo (arh. Bak Gordon). Fabrika površine 5.600m², na parceli od 2.500ha, izgleda kao da se pojavljuje niotkuda u mirnom, blago talasastom pejzažu, vidljiva na horizontu, kada se približava lokaciji. Posebano važan deo objekta je ulaz za posetioce sa duplom visinom i atraktivnim spiralnim stepeništem, koje vodi na gornji nivo sa koga može da se posmatra proizvodni proces i uživa u degustaciji ulja (testing room). Relativno

mlada kompanija za proizvodnju maslinovog ulja Olisur S.A. u blizini Santjaga u Čileu (Colchagua Valley, La Estrella, VI Region), izgradila je fabriku u maslinjaku površine 2.600ha (arh. Guillermo Hevia), interesantnu zbog primarno zastupljenih principa energetske efikasnosti i zaštite životne sredine, čiji je glavni protagonist - arhitektura. Korišćenje obnovljivih izvora energije (geotermalne, energije vetra i sunca), prirodne ventilacije, zenitalno osvetljenje za proizvodni proces i sl., definišu jednostavni zatvoreni osnovni volumen dopunjen nižim delom objekta u kojem se nalaze kancelarije i usluge. Angelos Organic Olive Oil Mill, u selu Bademli (Izmir, Turska), na obali Egejskog mora, je skromno privatno industrijsko postrojenje sa pratećim objektima površine 1.000m², u maslinjaku od 25ha. Projektovano je za proizvodnju ulja u kombinaciji tradicionalnih i savremenih tehnika, prilagođen terenu u nagibu (slobodan pad). Poseban kvalitet kompleksa čini potpuna funkcionalnost i povezanost prodajnog prostora na najvišem delu, muzejskog prostora sa kancelarijskim delom na dva nivoa i gostinjske kuće na najnižoj koti, sve pod jednim krovom. Namera projektanta (arh. Mimarlar ve Han Tümertekin) bila je da stvori shemu koja omogućava povezivanje svih delova u kompaktnu celinu uz minimalno zauzimanje prostora i izmeštanje postojećih stabala maslina, što je i bio jedan od uslova investitora.

Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja Crne Gore je u nizu projekata za pospešivanje razvoja agro-turizma tokom 2017. predvidelo izradu projekta „Kuća maslina“, površine 1.100m², u Baru („Arhing inženjering“, arh. R. Alihodžić, J. Salković, E. Muzurović), zamišljenu kao proizvodni, administrativni i edukativni centar maslinara Crne Gore, središte raznih manifestacija, poput tradicionalne novembarske „Maslinijade“. Planirana je izgradnja manjeg pogona za preradu maslina po EU standardima, u kombinaciji tradicionalnih i modernih načina, gde će turisti moći da prate ceo kompletan proces, od ulaska plodova do flaširanja i pakovanja.

Kuća pčela i meda i Kuća voća

Proizvodnja meda je možda i najspecifičniji oblik poljoprivredne proizvodnje s obzirom da je dobim delom vezana za prirodne procese kretanja pčela. Poslednjih godina, posebno u urbanim sredinama, pojavilo se više projekata košnica standardnih formi, specijalno dizajniranih „kuća za pčele“ koje se postavljaju na ravnim krovovima, u parkovima i sl. Poznati arhitektonski studio Snøhetta dizajnirao je seriju „urbanih“ košnica, koristeći geometriju saća i drvo u boji meda (Vulkan Beehive) na krovovima zgrada u Oslu, kako bi se omogućilo pčelama da se nastanjuju i u urbanoj sredini. U Lilu (Francuska) su instalirane četiri košnice u parku u centru grada, kako bi se ojačao biodiverzitet.

Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja Crne Gore je u saradnji sa Savezom pčelarskih organizacija Crne Gore, pokrenulo projekat „Kuća meda“ (Grbe, Danilovgrad), u cilju stvaranja uslova za unapređenje sektora pčelarstva, osnaživanje agrobiznisa i brendiranje kvalitetnog crnogorskog meda. Objekat površine 625m², poseduje tri proizvodna pogona sa pratećim skladišnim i prodajnim prostorima. Ovaj objekat je isključio funkcionalnog karaktera i nije otvoren za turiste, što je njegov najveći nedostatak. I Savez pčelarskih organizacija Srbije je još 2011. naručio izradu projekta objekta za otkup i pakovanje meda „Dunavska kuća meda“, ali u nedostatku sredstava, do danas nije realizovan.

Ministarstvo turizma i uređenja prostora Crne Gore u saradnji sa Ministarstvom poljoprivrede i ruralnog razvoja, podržalo je projekat „Kuća voća“ u Andrijevici, koja je u fazi realizacije. Ovaj prostor će biti mesto otkupa i prerade voća u finalni proizvod, koji pretenduje da postane jedan od nacionalnih brendova. Prvonagrađeno konkursno rešenje za „Kuću voća“

(„Arhing inženjering“), površine 1.500m², pored proizvodnog, predviđa i edukativno-poslovni blok, kafeteriju i izložbeno-prodajni prostor. Objekat je uređen na principima energerske efikasnosti i održivosti i predviđa primenu solarnih panela, a u sledećoj fazi i korišćenja geotermalne energije, mogućnost proizvodnje bio-gasa od otpada voća, energiju vetra i sl.

Vinarije i vinski putevi

Značaj produkcije vina, koja se temelji na vezi prirode i kulture određenog podneblja, vidljiva je kroz razvoj vinskog turizma (donosi i do 20% od ukupnog prihoda od turizma godišnje). U mnogim poznatim vinskim oblastima vinski turizam predstavlja esencijalni vid turizma, glavnog ekonomskog pokretača tih oblasti. Pojedine regije sa dugom tradicijom produkcije vina kreiraju i nove, specifične sadržaje, npr. muzej posvećen istoriji vina „City of Wine Civilizations“ otvoren 2016. u Bordeaux. Države poput Austrije, razvijaju posebnu strategiju vezanu za vinski turizam („National Strategy of Wine Tourism“ 1998). Značajan deo vinskog turizma su i „vinski putevi“ koji se javljaju u Nemačkoj 1920., ali tek 90-tih godina XX veka, razvojem savremenih vinarija i otvaranjem za javnost, postaju važan deo turističke ponude. Od velikog značaja je i veza vina sa gastronomijom, posebno kroz festivalske programe. Od svih tipova industrijskih objekata vinarije imaju posebno mesto u kontekstu inovativnih i savremenih arhitektonskih rešenja i dizajna (ambalaža, etikete i sl.).

Tokom poslednjih decenija, mnoge vinarije na padinama Anda, u Mendози (Argentina), jedanom od sedam najplodnijih vinogradarskih regiona na svetu, postale su respektabilna proizvodna čvorišta koja ostvaruju ogroman izvoz u sve delove sveta, za što su velikim delom zaslužna atraktivna arhitektonska rešenja vinarija i pratećih sadržaja. Najbolji primer ovog trenda je vinarija Bodega Salentein 3 (arh. Eliana Bormida), koja je kroz sadržajan arhitektonsko-prostorni kompleks kreirala gotovo mističnu atmosferu razvijajući koncept vina kao duhovnu kategoriju. Celokupna kompozicija kompleksa je razvijena duž monumentalne ose od jednog kilometra, koja povezuje stari deo (iz 1999) sa kapelom zahvalnosti (2004). Nešto kasnije izgrađen je i glavni ulaz (Killka 2006), koji uključuje centar za turiste, muzej, umetničku galeriju, auditorij i restoran. Ovim primerom istaknut je značajna uloga u prezentaciji, čime se iskustvo degustacije vina povezuje sa lokalnom tradicijom, kulturom i prirodom, dajući mu duhovnu notu - „sveti prostor“ kapele zahvalnosti sa specifičnim efektima svetla i senki. Takođe je istaknut značaj „putanje“ tj. kretanja kroz vinograd i pejzažne karakteristike lokacije.

Marques de Riscal (Le Rioja, Španija), primer je kombinacije tradicionalne i savremene arhitekture (arh. Frank O. Gehry, 2006). Kontroverzna dekonstruktivistička arhitektura luksuznog hotela, praćena enterijerom u istom maniru, zlatnosrebrno-kvarcno-ružičastih boja talasaste titanijumske strukture podražavajući brdoviti španski pejzaž, čini atraktivnim celi kompleks, komplementarna sa starim vinskim podrumom iz XIV veka.

Razvoj vinskog turizma u Italiji intenziviran je nakon 1993. godine, kada je fondacija „Wine Tourism Movement“ projektom „See what you drink“ („Da vidimo šta pijemo“), pokrenula otvaranje više do 100 vinarija u Toskani, pretvarajući ih u neku vrstu muzeja. Jedan od atraktivnijih evropskih vinarija, koncepta zasnovanog na ideji prožimanja arhitekture i pejzaža i kontakta objekta sa zemljom, je Antinori Winery (između Firence i Sijene), površine 42.000m² (Studio Archea Associati, 2012). Iako najvećim delom ukopana, pa spolja skoro neprimetne arhitekture, radi se zapravo o nizu dobro osmišljenih i vrlo inovativnih unutrašnjih i spoljašnjih prostora kojima se akcentiraju kako vizure u unutrašnjosti objekta (delovi proizvodnog procesa), tako i vizure toskanskih pejzaža.

U Srbiji pozitivan primer je vinarija Virtus (Žabari, Kostolac), nominovana za prestižnu evropsku nagradu za arhitekturu Mies van der Rohe Award 2019. (arh. Branimir Popović, 2018). Dominantnom pozicijom na brdu, zahvaljujući arhitektonskom rešenju, obuhvaćen je kompletan pejzaž, kao i vinograd. Sirovi materijali poput cigle, betona, drveta ostvaruju stapanje sa okruženjem.

Dizajn poljoprivrednih proizvoda

U dominantnom potrošačkom društvu današnjice, dizajn doživljava svoju kulminaciju. Skoro da ne postoji proizvod koji nije dizajniran. Nikada do sada proizvodi, a posebno poljoprivredni (sir, pršut, med, masline, vino) nisu bili bolje upakovani i dizajnirani. Činjenica da čovek najviše informacija dobija putem čula vida, dizajn značajno utiče na prodaju tih proizvoda. Iz tog razloga posebno se velika pažnja poklanja dizajnu i prezentaciji finalnog poljoprivrednog proizvoda.

Projekat vizuelnog označavanja proizvoda „Dobro iz Crne Gore“ Privredna komora Crne Gore započela je 2008., sa ciljem razvoja, pre svega, domaće poljoprivredne proizvodnje, povećanju izvoza, novih investicija i radnih mesta, jačanju nacionalnog identiteta, itd. Uspešno dizajniran znak (žig proizvoda) kao nosilac vizuelnog identiteta omogućio je da ova kampanja bude vidljiva i lako pamtljiva.

Projekat „Agro dizajn - crnogorska kultura hrane“ deo je projekta „Kreativna Crna Gora - Identitet, imidž, promocija 2017 - 2020“, koji zajedno sprovode Ministarstvo kulture, Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja i Fakultet likovnih umjetnosti, Cetinje, kroz predmete Grafičke komunikacije I i IV (prof. Ana Matić), i podrazumeva seriju radionica sa proizvođačima, a zatim dizajn piktograma (za sir, pršut, vino, masline i med) i dizajn tipskih etiketa za proizvode. Cilj projekta je da pruži pomoć crnogorskim poljoprivrednim proizvođačima u plasmanu njihovih proizvoda, pre svega kroz dizajn, jer je procenjeno da je čak 50% prodaje proizvoda zapravo bazirano na estetski prihvaljivom proizvodu. Takođe, samo prepoznatljivom ambalažom proizvoda je moguće kreirati prepoznatljivost nacionalnog identiteta, kakav je primer i nacionalna staklenka za med hrvatskog porekla koji je, u cilju zaštite i prepoznavanja, sproveo Hrvatski pčelarski savez.



