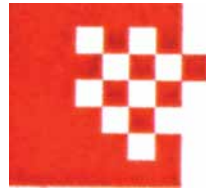


## REAKCIJE

## SAMO UDRUŽENI MOŽEMO USPJETI!



Priredio dr. sc. ZVONKO BENAŠIĆ

NAKON NIZA NAŠIH NAPISA U POSLJEDNJE VRIJEME O NUŽNOSTI BOLJE ORGANIZIRANOSTI HRVATSKE VINSKE BRANŠE, SA SVOJIM SE PRILOGOM JAVIO NAŠ STALNI ČITATELJ IZ ĐAKOVA I DUGOGODIŠNJI TAMOŠNJI ISTAKNUTI DJELATNIK U MARKETINGU, INAČE TIJESNO VEZAN BAŠ I UZ VINO

U nekoliko posljednjih brojeva revija Svijet u čaši ukazuje na nužnost zajedništva, sinergiju, kao nužan preduvjet za boljitak naših vinogradara i vinara i za afirmaciju teritorija. Bez zajedništva i organiziranosti jednostavno nema dovoljno učinkovitih akcija koje bi donijele korist branši i pridonijele cjelokupnom našem gospodarstvu.



Kod nas: svaki vinar sa svojim vinskih mušicama!

Činjenica je da kod nas ne postoji to zajedništvo, bitno upravo u segmentu koji nam u vinskom segmentu šepa - marketingu. Nedavno je u Kutjevu formirana Akademija vina, a član Uprave i glavni enolog Kutjeva d.d. **Ivica Perak** istaknuo je kako je *Hrvatska je slaba baš u marketingu. U zaključcima stoji: Intenzivirati marketing! A u odboru za provedbu zaključaka nema stručnjaka za marketing, nije ga bilo ni na osnivačkom sastanku Akademije vina!...*

Tako, mi, govorimo i pišemo jedno, a radimo drugo. U svijetu je udruživanje vinogradara i vinara nešto sasvim normalno. U Europi je npr. u nekih oko tri tisuće vinogradarskih udruga združeno više od dva milijuna vinogradara, koji, zahvaljujući baš i tom zajedništvu, uspješno prodaju, procjenjuje se, oko 50 posto svojih

vina.

Pronašao sam podatak da je u Europi najviše udruga u Francuskoj, gdje ih je registrirano više od 900. Više je od 200.000 njihovih članova koji u prometu vina u Francuskoj sudjeluju s preko 50 posto od ukupne proizvodnje vina Francuske! Manji vinogradari i vinari u zemljama diljem Europe udružuju se u interesne zadruge, i zahvaljujući dobro organiziranim i tržišno orijentiranim tim zadržnim podrumima, oni i kao maleni, koji bi s obzirom na svoje dimenzije bili gotovo izgubljeni na tržištu, sasvim lijepo egzistiraju.

Nama još nisu dovoljni ovakvi uspješni primjeri iz svijeta, na koje nam ukazuje **Svijet u čaši**. Kod nas i dalje svatko za sebe, iz svog podruma... Nerijetko su i otac i sin razdvojeni, svaki proizvodi kod sebe i prodaje iz svog podruma pod svojom *robnom markom*. U jednom vinogorju imamo dvije vinogradske udruge... Vino jedne sorte, najzastupljenije u gotovo svim vinogorjima u istočnom dijelu kontinentalne Hrvatske, želimo brendirati samo za jedno vinogorje, itd.

Programi rada vinogradarskih udruga su

različiti, ali svaki program, dakako, počiva na određenim pravilima kojih se članovi moraju pridržavati. Kad je riječ o udruživanju u zadrugu, postoji više modela: da vinogradar zadržnome podrumu preda svo svoje grožđe, da dio preradi sam a preda dio grožđa koje se



koristi za zajedničko zadržno vino, te da koristi podrumarske usluge zadruge u smislu da se njegovo grožđe u modernom zadržnom podrumu vinificira, da vino u zadržnom podrumu dozrijeva i da se tu

obavi finalizacija i punjenje u butelju te lijepljenje etiketa s nazivom vinogradara, tj. vlasnika vina. Plasman ide preko službe koju je za tu svrhu utemeljila zadruga.

Na temelju rezultata istraživanja tržišta, zadruga preporučuje odnosno određuje koje će sorte saditi članovi zadruge, ispituje tlo, nabavlja lozne cijepove i reprodukcijski materijal, savjetuje članove, i kontrolira proizvodnju.

Istraživanje tržišta je pokazalo da je kupcima bitno da je vino dobro, tj. onakvo kakvo oni žele, a nije važno je li iz podruma privatnog vinara, ili je iz zadruge. Trgovci

radije prihvaćaju ponude vinogradarskih zadruga i udruga nego pojedinačnih malih vinara.

### Schengen a.o.c.

U Francuskoj su vrlo snažna međuprofesionalna tijela u koja su uključeni uglavnom svi proizvođači iz neke regije, i ta se tijela dobro osmišljeno i organizirano brinu kako za unaprjeđenje kakvoće proizvoda tako i za marketing proizvoda i kraja, ali i za zaštitu od zlorabe zvučne robne marke kraja u nekom drugom području što na afirmiranom imenu i nazivu želi na nelojaldan način doći do zarade. U Italiji su takva tijela konzorciji za pojedina vina nekoga područja. A tamo postoji i snažna interesna udruga Gruppo Italiano Vini (GIV).

U Njemačkoj je 63.000 vinogradara udruženo u više od 300 vinogradarskih udruga. Snažna i vrlo utjecajna udruga u Njemačkoj je VDP, ona okuplja ponajbolje njemačke vinske posjede, na nacionalnoj je razini a s podružnicama po vinskim regijama. U Španjolskoj ima 850 udruženja, s ukupno više od 200.000 vinogradara kao članova. U Portugalu je oko 100 udruženja, ali s gotovo također 200.000 vinogradara. U Grčkoj djeluje više od 50 vinogradarskih udruga sa 100.000 članova vinogradara.

Borba za tržište i bolji plasman vina ne poznaje ni državne granice. Eto, proizvođači grožđa i vina vinogradarskih pokrajina s tromeđe Njemačke, Francuske i Luxemburga također se žele udružiti! Kontrola podrijetla i kakvoće vina bila bi zajednička, a **vina bi nosila i zajedničku oznaku kontrole Schengen aoc**. Predložena su i pravila oko proizvodnje i prometa: u vinogradu moderne tražene sorte, ograničenje proizvodnje na 50 do 80 hektolitara mošta po hektaru ovisno o kvalitativnoj razini željenoga vina i rangu gdje ga se tržišno želi pozicionirati, u preradi kontrolirana fermentacija, potpuna analitička kontrola, jedinstvena marka i etiketa, posebno dizajnirana boca, cijena prilagođena tržištu.

Još veću međunarodnu suradnju na tržištu vina ostvaraju vinski posjedi iz Australije, Kanade, Čilea, Novog Zelanda, Južnoafričke Republike i SAD, u grupaciji World Wine Trade Group.

Veliki i vrlo poznati, već i glasoviti vinari udružuju se na neke svoje specifične načine, ali također s ciljem da prodru na neko drugo, za njih zanimljivo tržište. Čuvena bordoška vinska kuća Mouton Rothschild, koja godišnje putem nekih 140 uvoznika i agenata po svijetu plasira više od 10 milijuna boca, ušla je krajem sedamdesetih u savez s također čuvenim i velikim kalifornijskim Mondavijem - zajedničkim ulaganjem stvorena je vinarija Opus one. Mondaviju je to, kako je sam izjavio, mnogo značilo za poboljšanje plasmata u Europi. Barunica Philippine de Rothschild, ušla je i u partnerski projekt i s jednom od najvećih vinskih kuća svijeta, čileanskom vinarskom kućom Concha y Toro, i zajednički plasiraju na tržište vino pod markom Almaviva. Riječ je o kapljici koja je postala kulturnom, cijene tih vina i te kako su zanimljive - do 75 eura i više za butelju...

Međutim mi smo u Hrvatskoj uvijek posebni, naš je ego još prejak da bismo razmišljali o udruživanju. Na tržištu ne samo svatko za sebe, nego i svatko protiv svakoga...

Danas u kontekstu vina ne koristimo dovoljno ni one prednosti koje već imamo u prepoznatljivosti Hrvatske vane. Riječ je o crveno-bijelim kvadratićima koje su svijetom najjače pronijeli naši sportaši. Taj dizajn odvaja Hrvatsku od nacionalnih oznaka drugih država...

Iskoristimo do kraja sve mogućnosti koje imamo - prije nego što dospijemo baš do dna!... 🍷



### NAPREDNI TEČAJEVI za DIPLOMU WSET u GRADIŠĆU

Želite li biti velika faca u vinskome svijetu, od stranih jezika familijarni ste samo s engleskime, a u nauk ne biste pošli jako daleko od kuće? Evo prilike u Burgenlandu, odnosno Gradišću. Od ove jeseni Austrijska vinska akademija, sjedište koje je u gradiću Rustu na obali Niuzaljskog jezera, krenula je s naprednim tečajevima Wine and Spirits International te WSET Diploma in Wine and Spirits. Austrijska vinska akademija, koja ima filijale u Geisenheimu u Njemačkoj, zatim Wädenswilu u Švicarskoj te u Alto Adigeu/ Južnom Tirolu gdje su se tečajevi odvijali uglavnom na njemačkom jeziku, sada s ovim novim kursevima u Rustu starta na širokoj skali s engleskime. Studenti se u naprednom tečaju Wines and Spirits International poučavaju o svjetskim vinima s naglaskom na najznačajnije vinske regije i sorte te stilove svijeta, zatim o jakim pićima, uči ih se pravilnom pristupu evaluaciji vina i jakih pića, proizvodnji vina, upravljanju vinskim posjedom, marketingu vina, načinima prodaje, sljubljanju jela i pića. Kad ovdje steknu diplomu, mogu krenuti dalje, po diplomu WSET, odnosno diplomu Wine and Spirits Education Trust, ugledne britanske ustanove za vinsku edukaciju s kojom Austrijska vinska akademija surađuje već godinama. Kruna je titula Master of Wine. Unatrag nekog vremena, inače, direktor Instituta Master of Wine je dr. **Josef Schuller**, naš Gradišćanac koji je inače već dugo i direktor Austrijske vinske akademije. Slobodan jesenski termin ove godine postoji još od 11. studenoga, a proljetni termini su s počecima 14. ožujka i od 4. travnja, trajanje tečaja je ukupno devet dana, a cijena studija, ručkova i posjeta vinskim podrumima u Gradišću je 1290 eura. Kontakt osoba **Irene Bachkönig**, e-mail: i.bachkoenig@weinakademie.at

### ENJINGI: VINO I GOVEDINA



Nastavljajući tradiciju predstavljanja kvalitetnih i vrhunskih vina, najveća hrvatska vinoteka zagrebački Vrutak upriličila je degustaciju vina **Ivana Enjingija**, koji je ovdje na slici s vlasnikom Vrutka **Mišom Matićem**. Kušala su se ne samo vina iz Enjingijeve palete a koja su na tržištu, nego i ona koja tek dolaze na tržište. Vezano uz Enjingija zanimljivo je i to što on uzgaja i stoku, isprva je namjera prvenstveno bila imati blago radi stajskog gnoja za vinograd, ali sad kako su goveda lijepo stasala ukazala se prigoda i za prodaju mesa, a jedan od prvih zainteresiranih u nas za kvalitetno meso iz Enjingijeve produkcije je **Bobo Čimbur**, vlasnik znanog zagrebačkog restorana Baltazar. (**Bruno Sušanj**)