

VAŽNOST VINSKE INDUSTRIJE ZA HRVATSKO GOSPODARSTVO

Gergurec, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:647450>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-14**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni prijediplomski studij Menadžment

Lucija Gergurec

**VAŽNOST VINSKE INDUSTRIJE ZA HRVATSKO
GOSPODARSTVO**

Završni rad

Osijek, 2023.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Sveučilišni prijediplomski studij *Menadžment*

Lucija Gergurec

**VAŽNOST VINSKE INDUSTRIJE ZA HRVATSKO
GOSPODARSTVO**

Završni rad

Naziv kolegija: Agrarna ekonomija

JMBAG: 0010233977

e-mail: lgergurec@efos.hr

Mentor: prof.dr.sc. Zdravko Tolušić

Osijek, 2023.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics and Business in Osijek
University Undergraduate Study Management

Lucija Gergurec


**THE IMPORTANCE OF THE WINE INDUSTRY FOR THE CROATIAN
ECONOMY**

Final paper

Osijek, 2023.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Lucija Gergurec

JMBAG: 0010233977

OIB: 90974916551

e-mail za kontakt: lucija.gergurec@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni prijediplomski studij, Menadžment

Naslov rada: Važnost vinske industrije za hrvatsko gospodarstvo

Mentor/mentorica rada: prof.dr.sc. Zdravko Tolušić

U Osijeku, 19. 9. 2023. godine

Potpis Lucija Gergurec

Važnost vinske industrije za hrvatsko gospodarstvo

Sažetak:

Proizvodnja vina na tlu današnje Hrvatske prisutna je od predrimskog razdoblja. Danas predstavlja vrlo važnu gospodarsku granu. Hrvatska je bogata brojnim sortama vinove loze. Zaostaje za europskim zemljama po površinama vinograda, ali je i dalje bogata kvalitetnom ponudom vina. Obzirom na smanjenu količinu vinograda, u Hrvatskoj se danas nalazi više uvoznih nego domaćih vina. Hrvatska ima dvije glavne vinogradarske regije, primorska Hrvatska i kontinentalna Hrvatska, one su podijeljene u dvanaest podregija. Nedovoljno marketinga je posvećeno vinskoj industriji. Hrvatska malo pažnje posvećuje istraživanju tržišta s time da su najbolja i najpoznatija vina nastala na temelju istraživanja tržišta odnosno želja i potreba potrošača. Vino ima značajnu ulogu u turizmu jer turisti uvijek žele probati domaće hrvatske specijalitete. Vinske kušaonice ucrtane su u turističke karte, a vinske ceste prolaze kroz vinograde, vinarije i vinske kušaonice. Najvažniji hrvatski vinogradarski običaji su Vinčekovo, Ivanje, Jurjevo, Martinje i Miholje.

Ključne riječi: vino, vinograd, turizam, regija, običaji

The importance of the wine industry for the Croatian economy

Abstract:

Production of wine in Croatia is present since the pre-Roman period. Today it presents a very important economic branch. Croatia is rich in numerous grape varieties. As it is a smaller country Croatia has far less vineyards than many other European wine producing countries, but the quality of wine is still highly acknowledged throughout Europe. Due to reduced amount of vineyards, there are more imported than domestic wines in Croatia today. Croatia has two main vineyard regions, continental Croatia and coastal Croatia, which are divided into twelve sub-regions. Inadequate amount of marketing strategy is put towards promoting wine industries in Croatia. Problem is that Croatia is putting little to no effort in market research, but the fact is that the best and most famous wines are created on the basis of market research, i.e. the wishes and needs of consumers. Wine tasting rooms are marked on tourist maps, and wine routes are passing through vineyards, wineries and wine tasting rooms. The most important Croatian winegrowing customs are Vinčekovo, Ivanje, Jurjevo, Martinje and Miholje.

Keywords: wine, vineyard, tourism, region, customs

SADRŽAJ:

1. UVOD:	1
2. METODOLOGIJA RADA	2
2.1 Predmet istraživanja i izvori rada	2
2.2 Metode rada	2
3. Vinova loza kroz povijest	3
3.1 Povijest uzgoja vinove loze i proizvodnje vina	3
3.2 Povijest vinogradarstva u Hrvatskoj	4
4. Sorte vinove loze	6
4.1 Sorte u svijetu	6
4.2 Kako se razvijao sortiment u Hrvatskoj?	6
4.3 Hrvatske vinogradarske regije	9
4.4 Hrvatske vinogradarske podregije	9
5. Gospodarsko značenje vinogradarstva i vinarstva	14
5.1 Marketing vina	15
5.2 Proizvodnja, uvoz i izvoz vina	16
5.3 Vinski turizam	16
6. Hrvatski vinogradarski običaji	19
6.1 Vincekovo	19
6.2 Martinje	19
6.3 Jurjevo	20
6.4 Ivanje	21
6.5 Miholje	21
6.6 Ostali vinogradarski običaji	22
7. Potrošačke navike u vinskoj industriji	23
7.1 Svjetski trendovi u proizvodnji i potrošnji vina	23
7.2 Potrošačke navike Hrvata	24
8. Rasprava	25
9. Zaključak	27
10. Popis literature	28
Popis slika:	30
Popis tablica:	30

1. UVOD:

Proizvodnja vina u Hrvatskoj kreće još od doba Rimljana, Feničana, Grka i Ilira. Hrvati na današnja područja dolaze u 6. stoljeću, uz novu kulturu, kršćanstvo, filozofiju, umjetnost prihvaćaju i uzgoj vinove loze. Snaga hrvatskog vinarstva i vinogradarstva ovisi o pojedinim promjenjivim i stalnim obilježjima. Od stalnih se prvenstveno treba izdvojiti klimatska, geografska i ekološka obilježja koja omogućuju uspješnost vinske industrije. Zbog svog položaja Republika Hrvatska je predodređena da bude vinogradarska zemlja.

Primorski dio Republike Hrvatske karakterizira mediteranska klima, a vinogradi su rasprostranjeni dužinom cijele Dalmacije, po raznim terenima Istre te po jadranskim otocima. Kontinentalni dio Hrvatske obilježava kontinentalna klima, a vinogradi se prostiru po raznim gorjima koja su smještena u međurječje Save i Drave pa sve do Dunava na istočnom dijelu Hrvatske.

Tradicija vinogradarstva i vinarska na ovim područjima seže čak u predrimsko doba, tako da se Hrvati već dugi niz godina susreću sa vinovom lozom. Hrvatsko vinogradarstvo značajnije se kreće razvijati u 19. stoljeću kada prema površini posađenih vinograda doseže svoj vrhunac te kada vino postaje jedan od najznačajnijih proizvoda u tadašnjoj međunarodnoj trgovini. Vinska industrija već dugi niz godina utječe na hrvatsko gospodarstvo..

Vinogradarstvo i proizvodnja vina predstavljaju vrlo važnu gospodarsku granu u Republici Hrvatskoj. Hrvatska je bogata brojnim sortama vinove loze. Posebnost starih hrvatskih autohtonih sorata izvrstan je potencijal za proizvodnju ekološkog vina. Velik broj sorata prisutan je u Hrvatskoj od samih početaka zbog zemljopisnog položaja, burne povijesti i veza s drugim narodima. Zoričić (2009) navodi da je nažalost danas broj sorata puno manji nego prije 150 godina zbog pojava raznih bolesti.

U radu će se prikazati povijest vinove loze s naglaskom na hrvatsko vinogradarstvo. Spomenit će se vinogradarski običaji, koja je njihova važnost i na kojim područjima su najviše zastupljeni. Objasniti će se gdje je ova industrija najviše razvijena i gdje se najviše konzumira. Velika važnost staviti će se na potrošače i vina koja preferiraju. Numerički će se prikazati proizvodnja i potrošnja vina u Republici Hrvatskoj.

2. METODOLOGIJA RADA

Metodologija rada obuhvaća metode i predmet istraživanja. U izradi ovog seminarskog rada korištene su razni izvori podataka primjerice knjige, časopisi, internetske stranice. Korištenjem navedenih izvora nastojalo se doći do potrebnih podataka koji će omogućiti kreiranje ovog završnog rada.

2.1 Predmet istraživanja i izvori rada

Predmet istraživanja ovog seminarskog rada je važnost vinske industrije za hrvatsko gospodarstvo. Cilj je predstaviti razvoj vinske industrije od najranijih početaka do danas te utjecaj vinske industrije na hrvatsko gospodarstvo u prošlosti i sadašnjosti. Naglasak će također biti na vinskim sortama, običajima i potrošačima. Prilikom izrade završnog rada korišteni su sekundarni izvori: knjige, stručni i znanstveni časopisi, članci, pravilnici i odgovarajuće internet stranice.

2.2 Metode rada

U izradi završnog rada korištene su metode analize, povijesne metode, metode dokazivanja te statističke i deduktivne metode. Metoda analize je postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih sudova, pojmova i zaključaka na njihove jednostavnije segmente. U ovom završnom radu metoda analize je korištena u raščlanjivanju složenih definicija na jednostavnije elemente. Deduktivna metoda je sustavna uporaba deduktivnog načina zaključivanja u kojem se izvode posebni i pojedinačni zaključci iz općih sudova. Metodom dokazivanja nastoji se utvrditi točnost neke spoznaje. Statistička metoda je bitna jer se na temelju obilježja pojedinog broja segmenata neke skupine izvodi opći zaključak o prosječnoj vrijednosti obilježja.

3. Vinova loza kroz povijest

3.1 Povijest uzgoja vinove loze i proizvodnje vina

Uzgoj vinove loze i umijeće pravljenja vina je čovječanstvu poznato već nekoliko tisuća godina. Pretpostavlja se da dolazi iz Male Azije, kolijevke najstarijih civilizacija. Zoričić (2009) navodi da je od tuda prenjeta u zemlje Egejskog, Sredozemnog i Jadranskog mora. Nakon toga se širi iz područja Kavkaza, Egejskog i Crnog mora na sve strane svijeta. Za naše područje mogu se pretpostaviti dva pravca: jedan je išao jadranskom obalom i otocima, a njegovi nosioci bili su trgovci mediteranskih zemalja. „Mnogi grčki pisci navode da su Iliri proizvodili vino, tim više jer su bili i dobri moreplovci, pa su tako ploveći do Grčke i drugih mediteranskih obala upoznali uzgoj vinove loze te ju prenijeli na obalu i otoke Jadrana“ (Zoričić, 2009:68). Drugi smjer širenja vinove loze bio je unutrašnjošću balkanskog poluotoka. Tu su način proizvodnje vina Tračani predali ilirskim plemenima. Buduće širenje vinove loze prema zapadu išlo je dunavsko-dravsko-savskim međuriječjem. Feničani i Egipćani su prvi narodi koji su se susreli sa proizvodnjom vina, služeći se vinom pri vjerskim obredima i pučkim svečanostima. Grci i Rimljani su u Dionosu odnosno Bacchusu imali svoje vlastite vinske bogove. Kršćani su oduvijek bili povezani sa vinom jer su smatrali da je vino jedino dostojno pri službi Božjoj. Vinova loza se smatrala posvećenom biljkom koju je Bog poslao na zemlju. Svi su narodi na svoj način ostavili tragove u povijesti uzgoja vinove loze. Tijekom seobe naroda mnoga su vinogradarska područja bila uništena, ali u Hrvatskoj je najmanje stradala Istra.

Prema Zoričiću (2009) suvremena arheologija još uvijek nije stopostotno sigurna u detalje prvog uzgoja vinove loze. Pojedine legende govore da su se ljudi penjali na drveće kako bi brali bobice koje su im se svidjele jer su bile slatke. Počeli su ih skupljati, a nakon nekoliko dana, s fermentacijom, sok na dnu posuda bi se počeo pretvarati u alkoholno vino. Najraniji dokazi o proizvodnji vina pronađeni su oko 4100. godine prije Krista u Armeniji. Poznato je da je pronađena preša za vino, fermentacijske posudice i šalice. Arheolozi su također pronašli i sjeme vinove loze *Vitis vinifera* koje se i danas koristi pri proizvodnji vina.

Uz masline, ječam i pšenicu vinova loza je jedna od najstarijih uzgajanih biljnih kultura. Vinova loza je stigla na jadranske otoke, Apeninski poluotok i Siciliju preko Grčke. Prema novijim istraživanjima Aleksandar Stipčević (1974) pretpostavlja kako su plemena u Panonskoj nizini naučila saditi vinovu lozu puno ranije nego što se zapravo piše jer je dolazak Kelta u 4. stoljeću sigurno utjecao na razvoj vinogradarstva na tom području s obzirom da su Kelti tada već bili upoznati sa vinovom lozom. Vinova loza se prije 6000 godina uzgajala u

Egiptu. Prema egipatskoj mitologiji ljudi su upoznati s kulturom vina preko boga Ozirisa koji je karakteriziran kao bog dobra. U rimskoj religiji se Liber smatra kao bog vina.

Herjavec i dr. (2002) navode kako je vino u povijesti bilo omiljeno piće, u njemu su uživali i siromašni i bogati. Vino se pojavljivalo u pjesmama, umjetnosti, slikama, narodnim predavanjima, pisanom naručju i glazbi. U povijesti se vino puno više cijeno nego danas, a razlog tome su i razna alkoholna pića koja su danas dostupna na tržištu. Danas većina ljudi manje preferira vino u odnosu na neka skuplja alkoholna pića, dok su u povijesti narodu vinu posvećivali pjesme, slike, recitiranja... Na svakom slavlju je bilo prisutno vino jer je zaista bilo nešto posebno. Vino je stoljećima služilo kao lijek i sredstvo za umirenje, davalo je kalorije i vitamine, a u vrijeme nekvalitetne prehrane bilo je važan dodatak hrani. Vino je ublažavalo i smanjivalo životne teškoće, a vesele trenutke činilo još radosnijim.

3.2 Povijest vinogradarstva u Hrvatskoj

Na tlu Hrvatske vinova loza naišla je na pogodno podneblje, raznoliku klimu, konfiguraciju i sastav tla. Prastanovnici primorskog dijela današnje Hrvatske vinovu lozu i uživali u degustaciji vina već u predrimskom razdoblju. Tijekom razdoblja grčke kolonizacije uzgoj vinove loze i proizvodnja vina postaju vrlo značaj faktor za hrvatsko gospodarstvo. Dolaskom Rimljana započinje nova rekonstrukcija i uzlet vinogradarstva i vinarstva na području Istre, Dalmacije i tadašnje rimske Panonije. Zoričić (2009) smatra da je uzgoj vinove loze u Panoniji, točnije Srijemu, bio poznat i prije rimskih osvajanja. Tijekom srednjeg vijeka vino postaje proizvod naglašene tržišne vrijednosti. „Primjerice, povijesni izvori govore da se iločka vina u kasnom srednjem vijeku mnogo izvoze u Češku i Austriju“ (Herjavec i dr., 2002:14). Kršćanski redovnici, posebice benediktinci u srednjem vijeku su posebno zaslužni za promicanje vinogradarstva i vinarstva.

Zoričić (2009) navodi kako je na tlu kontinentalne Hrvatske broj pronađenih dokaza puno manji nego u Dalmaciji, međutim svejedno se smatra da je u kontinentalnoj Hrvatskoj vinogradarstvo bilo razvijeno prije proširenja rimske vladavine, a kultura uzgoja je donijeta iz Male Azije. Daljni procvat vinogradarstva u Hrvatskoj donile je rimska kolonizacija Dalmacije i Panonije. Rimljani su veliku važnost posvećivali poljoprivredi te su na njezinu unapređenju inzistirali i u novijim kolonijama. Uživanje u vino bilo je poznato u Rimskom Carstvu, pa su u novoosvojenim područjima sadili vinograde na prikladna mjesta i prenosili domaćem stanovništvu svoja iskustva. Mnogobrojni su dokazi o vinogradarstvu i vinarstvu u doba

Rimskog Carstva. Motive vezane uz lozu, vino i kult boga Dioniza nalazimo na nadgrobnim pločama i antičkim zgradama.

Prema Zoričiću (2009), invazijom barbarskih plemena propada Rimsko Carstvo te vinogradi u Dalmaciji i Panoniji. Od stradanja su bili pošteđeni samo otoci. U velikoj seobi naroda na ova područja dolaze Hrvati koji brzo i rado prihvaćaju uzgoj vinove loze i proizvodnju vina. Vinogradarstvo za Hrvate dobiva još veći značaj nakon prihvaćanja kršćanstva. Pojedini veliki vinogradi su pod vlasništvom samostana. Vinogradarstvo u srednjem vijeku postaje vrlo važna privredne grana. Razvijeniji srednjovjekovni gradovi dobivaju velike prihode od svojih vinogradsrskih posjeda, primjerice Dubronik, Hvar, Split, Korčula, Trogir, Zadar, Lastovo. Srednjovjekovni gradovi nisu dopuštali uvoz vina kako bi zaštitili svoju proizvodnju, osim u nerodnim godinama. Bile su predviđene stroge kazne za štete počinjene u tuđim vinogradima.

Nezadovoljstvo vinogradara prouzročila su turska osvajanja, prvenstveno zbog islamskog protivljenja vinu, ali i zbog smanjenja pučanstva uslijed stalnih ratova i brojnih epidemija. Posljedice turskih osvajanja su se najviše vidjele u krajevima na istoku Hrvatske, dok se vinogradarstvo i dalje razvija na onim područjima koje Turci nisu osvojili. Poslije turske vladavine, početkom 18. stoljeća započinje stvarni uspon vinogradarstva i vinarstva, posebice u Slavoniji. „... gdje se utemeljuju veliki plemićki posjedi i obnavljaju površine pod vinogradima, a vino postaje značajni tržišni čimbenik“ (Herjavec i dr., 2002:14).

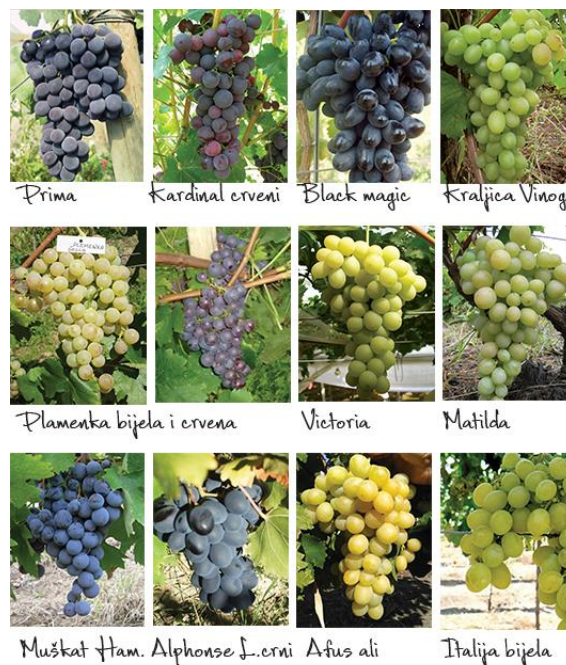
Herjavec i dr. (2002) navode da početkom 20. stoljeća započinje velika obnova vinogradarstva, uvode se nove metode uzgoja vina, sade se novi, kvalitetniji i otporniji kultivari. Nakon Drugog svjetskog rata proširuju se površine pod vinogradima. Herjavec i dr. (2002) navode kako dolazi do izgradnje novih vinarija primjerice u Erdutu, Kutjevu, Iloku, Vukovaru. Krajem 70-ih godina 20. stoljeća uvodi se zaštita geografskog podrijetla vina što rezultira boljom i suvremenijom kakvoćom vina. Vinarije se počinju opreмати suvremenim uređajima za preradu grožđa i doradu vina. Uvođenjem hladene fermentacije moštova pravi se veliki pomak u proizvodnji i kvaliteti bijelog vina.

Herjavec i dr. (2002) navode kako je u Domovinskom ratu velika površina vinograda bila je uništena, mnoge vinarije su prestale postojati, a neminovna posljedica toga je stagnacija ovih gospodarskih djelatnosti. Nakon osamostaljenja Hrvatska dobiva vlastiti Zakon o vinu 1996. godine, a kasnije i podzakonske propise, čime proizvedenim vinima u Hrvatskoj omogućeno jamstvo vjerodostojnosti i originalnosti kakvoće i podrijetla.

4. Sorte vinove loze

4.1 Sorte u svijetu

Broj sorata vinove loze u svijetu je zaista velik. Milat & Gašparec-Skočić (2009) navode kako se broj sorata u svijetu procjenjuje na 20 000.. Manji dio ovog broja je pronašao svoje mjesto u proizvodnji. Prema istraživanjima procjenjuje se da oko 2000 sorata se može pronaći u proizvodnji, a tek njih 200 se smatra gospodarski važnima. Posljednjih se godina bilježi trend širenja svjetki poznatih sorata. To su prvenstveno elitni francuski kultivari: chardonnay, cabernet, sauvignon, merlot, pinoti, syrah... To su sorte koje su zbog svojih superiornih svojstava i visoke reputacije godinama vodeće među tržištima. Pretpostavlja se da će njihove površine i dalje ubrzano rasti.



Slika 1 Sorte vinove loze

Izvor: Gospodarski list (2018)

4.2 Kako se razvijao sortiment u Hrvatskoj?

Milat & Gašparec-Skočić (2009) navode da postoje dokazi da je loza *Vitis vinifera* bila nazočna u Hrvatskoj još prije nekoliko stoljeća prije Krista kada su je u priobalje donijeli trgovci i kolonizatori Sredozemlja. Za početak vinogradarstva i introdukciju prvih sorata zaslužni su Grci. Velik broj sorata prisustvovao je u Hrvatskoj od najranijih početaka, a razloga za to je bilo puno, primjerice geografski položaj, burna povijest i veze s ostalim narodima i

kulturama. Kod svih poljoprivrednih kultura sorta je jedan od glavnih čimbenika uspješnosti proizvodnje. U vinogradarstvu je njena uloga presudna za konačan rezultat u proizvodnji i na tržištu. Sorta daje vinu karakter, osobnost i identitet. Izravno utječe na njegove fizikalne i kemijske karakteristike. Hrvatska je svrstana među najrazvijenija europska vinogradarska područja. Sorte vinove loze mogu nastati na nekoliko načina. Prve sorte koje su nastale u vinogradarstvu su rezultat ljudskog odabira divljih biljaka. Čovjekovim utjecajem stvoreno je mnogo novih sorata. Rezultati su pokazali da se u Hrvatskoj još uvijek može pronaći velik broj autohtonih sorata, otprilike 130. Neke od tih sorata u Hrvatskoj su samo zastupljene i danas nemaju gospodarsko značenje, a dio njih je na samom pragu izumiranja.

Herjavec i dr. (2002) navode kako se razvoj sortimenata u Hrvatskoj može podijeliti u 3 epohe:

1. Sortiment do pojave kriptogamskih bolesti i filoksere – u ovoj epohi je u vinogradima kontinentalne i primorske Hrvatske bio zastupljen velik broj sorata. Uzmu li se u obzir sve sorte, računa se da taj broj iznosi oko 250. Pojavom pošasti uvelike se smanjio broj sorata. Neke su nažalost zauvijek izgubljene, a neke su spašene u posljednjem trenutku.
2. Sortiment neposredno prije i poslije pojave filoksere – karakterizira ga prva introdukcija zapadnoeuropskih sorata koja se dogodila od 1850. do 1900. godine. Tada je u Hrvatsku uvedena graševina, silvanac, pinoti, frankovka, portugizac, rizling i dr. Ova promjena je posebno izražena u kontinentalnoj Hrvatskoj a razlog tome su bliske veze s Ampelografskim vrtom u Grazu i Zagrebačkim vinogradskim pokušalištem. Sortiment u Dalmaciji nije doživio značajnije promjene prije i poslije filoksere. Partikularizacija vinogradskih prostora uvjetovala je sadnju američkih loza na stalno mjesto i cijepljenje na stalnom mjestu. Osim ekoloških problema pojavljuju se i geografski koji su bili ograničavajući čimbenik razvitka rasadničarstva. Uz sve probleme sačuvan je veliki broj autohtonih sorata.
3. Druga introdukcija uslijedila je krajem šezdesetih godina 20. stoljeća i to najviše na području primorske Hrvatske. Dolazi do propadanja malog vinogradarstva. „Tada je naglom industrijalizacijom, ali i odlaskom vinogradara u inozemstvo, propadalo malo vinogradarstvo koje je do tada punilo područne vinarije“ (Herjavec i dr., 2002:19). U Hrvatsku se počinju uvoziti kultivari. „Tada je u Hrvatsku uvezeno najviše kultivara iz Italije i iz južne Francuske i to: carignan, grenache c. i b., ugni blanc (trebjano toscano), trebjano romagnolo, sirah crni, cinsaut crni i dr., te is istočnih zemalja rkaciteli bijeli, saperavi crni i dr.“ (Herjavec i dr., 2002:19).

Tablica 1 Najvažnije vinske sorte kontinentalne Hrvatske, izrada autora

Bijela vina	Crna vina
Graševina bijela	Frankovka crna
Chardonnay bijeli	Cabernet Sauvignon crni
Traminac mirisavi	Portugizac crni
Traminac crveni	Pinot crni
Pinot bijeli	Zweigelt
Pinot sivi	Merlot crni
Sauvignon bijeli	
Plemenka bijela	

Izvor: Milat, V., Gašparec-Skočić, Lj. (2009). Vinogradarski vinski atlas. Zagreb: Business Media, Croatia d.o.

Tablica 2 Najvažnije vinske sorte primorske Hrvatske, izrada autora

Bijela vina	Crna vina
Malvazija Istarska bijela	Plavac mali
Pošip bijeli	Babić crni
Grk bijeli	Merlot crni
Maraština bijela	Teran crni
Žilavka bijela	Cabernet Sauvignon crni
Kujundžusa bijela	Plavina crna

Izvor: Milat, V., Gašparec-Skočić, Lj. (2009). Vinogradarski vinski atlas. Zagreb: Business Media, Croatia d.o.

4.3 Hrvatske vinogradarske regije

Hrvatska je zemlja bogata različitim vinima i mnoštvom vinograda. „Rijetke su zemlje, kao Hrvatska, s tako raznolikim vinima, potencijalno visoke kakvoće i zaštićenog zemljopisnog podrijetla te različitih kategorija i tipova po boji, ljupkosti i omjerima pojedinih sastojaka“ (Gašparec-Skočić & Bolić, 2006:19). Hrvatska je bogata sa dvije glavne vinogradarske regije, primorska Hrvatska i kontinentalna Hrvatska, a one su podijeljene u 12 podregija. U kontinentalnom dijelu prevladava srednjoeuropska ili panonska klima, a u primorskim krajevima sredozemna.

Prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006) Kontinentalna regija ima 7 vinogafarskih podregija: Podunavlje, Slavonija, Moslavina, Prigorje – Bilogora, Plešivica, Pokuplje i Zagorje – Međimurje. U podregijama se nalazi oko 35 vinograda koje svake godine daju vino iznimno visoke kvalitete. Na ovom teritoriju dominantnije su sorte za proizvodnju bijelih vina, posebno graševina. Uz mnoštvo domaćih sorata ovdje se uzgajaju i svjetske sorte, primjerice pinot bijeli i sivi, rizling rajnski, chardonnay bijeli, sauvignon bijeli, muškati žuti i dr. U ovoj regiji manji je izbor crnih vina.

Primorska regija se proteže uz cijelu jadransku obalu, od Istre do južne Dalmacije. U ovoj regiji prevladava proizvodnja crnog vina. „Blaga mediteranska klima i planinski vijenci sa sjevera oblikuju neponovljiv krajolik s nizom osunčanih obronaka, čudesnih prirodnih rijetkosti i iako škrte zemlje, vrlo su prikladni za uzgoj vinove loze, posebice one za proizvodnju crnih vina“ (Gašparec-Skočić & Bolić, 2006:20). Ondje se naravno proizvode i vrsna bijela vina ali u puno manjoj mjeri. Regija se dijeli na 5 podregija: Hrvatsko primorje, Dalmatinska Zagora, Istra, Sjeverna Dalmacija, Srednja i Južna Dalmacija. Gašparec-Skočić & Bolić (2006) navode da u Primorskoj regiji imamo nešto više od 30 vinograda u kojima dominira sorta plavac mali koja pruža izvrsna crna vina, posebno na jugu Dalmacije, dok se u središnjem dijelu najviše ističe babić. Istra je bogata autohtonim sortama vinove loze. U Istri se najviše proizvode vina snažnih aroma, ali naravno mogu se naći i kvalitetna nježnija, bijela vina. Od bijelih vina u Istri možemo pronaći malvaziju bijelu, žlahtinu bijelu, pošip bijeli i bugavu bijelu. Od crnih vina ističu se cabernet sauvignon crni, teran crni, merlot crni, borgonja crna...

4.4 Hrvatske vinogradarske podregije

Kontinentalna regija ima 7 vinogafarskih podregija: Podunavlje, Slavonija, Moslavina, Prigorje – Bilogora, Plešivica, Pokuplje i Zagorje – Međimurje. Primorska Hrvatska se dijeli

na 5 podregija: Istra, Hrvatsko primorje, Sjeverna Dalmacija, Dalmatinska zagora, Srednja i Južna Dalmacija.

Podregija Podunavlje se smatra najkvalitetnijom regijom Kontinentalne Hrvatske. Ova podregija smještena je uz samu rijeku Dunav. Gašparec-Skočić & Bolić (2006) navode podjelu na tri velika vinogorja: Srijem (1750 ha), Erdut (880 ha) i Baranja (1180 ha). Vinogradi se nalaze na dobrim pozicijama. Klima je kontinentalna, prosječna godišnja količina oborina je oko 690 mm. Vinogradi se ondje nalaze još od rimskih vremena. Vinske sorte su uglavnom graševina, pinot crni, bijeli i sivi, sauvignon bijeli, chardonnay bijeli, traminac crveni i mirisavi, frankovka crna... Danas se proizvodnjom vina i grožđa u toj regiji bavi nešto više od dvadeset tvrki.

Podregija Slavonija je jedna od najvećih i najvažnijih hrvatskih podregija. Prostire se na cijelom području Slavonije. Podijeljena je na sljedeća vinogorja, prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006): Slavonski Brod (1150 ha), Nova Gradiška (300 ha), Đakovo (850 ha), Daruvar (560 ha), Požega i Pleternica (390 ha), Kutjevo (800 ha), Feričanci (780 ha), Pakrac (20 ha), Orahovica i Slatina (860 ha) i Virovitica (690 ha). Klima u ovoj podregiji je kontinentalna, a godišnja količina oborina je do 890 mm.

Podregija Moslavina smještena je oko Moslavačke gore. U njoj se uzgajaju autohtone sorte škrlet, frankovka, graševina, moslavac, pinot bijeli i sivi, razling rajnski... Najveći vinogradi su Voloder i Ivanić-Grad (1400 ha) te Čazma i Garešnica (580 ha), prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006). U ovoj podregiji se nalaze i brojni manji vinogradi. Tlo je uglavnom ilovasto, klima je kontinentalna s godišnjom količinom oborina do 800mm. Posebnost na ovom području je škrlet, bogato autohtono vino.



Slika 2 Moslavački škrlet

Izvor: Mosla-Vina.hr (2023)

Podregija Prigorje – Bilogora nalazi se u direktnoj blizini Zagreba, Koprivnice i Križevaca. Vinogradi se nalaze na padinama Medvednice, Moslavačke gore, Kalnika i Bilogore. Najveći vinogradi nalaze se u Dugom Selu i Vrbovcu (940 ha), Križevcima i Kalniku (1500 ha), Koprivnici i Đurđevcu (2100 ha), Grubišnom polju i Bjelovaru (700 ha) i Zagrebu (1500 ha), prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006). Podloga tla na ovom području je loporasta, klima je kontinentalna s prosječno oko 1000 mm oborina u godinu dana. Vinogradi se uglavnom nalaze na obiteljskim posjedima. Sortiment je raznolik, no najviše se uzgajaju svjetski kultivari: chardonnay bijeli, graševina bijela, pinot sivi i bijeli, sauvignon bijeli, kerner bijeli, rizling rajnski bijeli i traminac crveni.

Podregija Plešivica se nalazi na jugoistočnoj strani Žumberačkog gorja. Vinogradi se nalaze na izvrsnoj poziciji, na idealnoj visini, oko 400 m, uglavnom su okrenuti prema jugu, prevladava kontinentalna klima specifičnih obilježja, godišnje oborine su veće od 1000 mm, a broj sunčanih sati u godini je 1860. Gašparec-Skočić & Bolić (2006) navode da se najveći vinograd na ovom području nalazi u Plešivici a njegova površina iznosi 880 ha. Ovdje se nalaze vrsni vrsni autohtoni kultivari vinove loze: kraljevina crvena, plavec žuti, lipovina bijela, šipelj bijeli, a unesene su i mnoge svjetske sorte, primjerice neuburger bijeli, silvanac zeleni, traminac crveni, sauvignon bijeli, muškat ottonel bijeli.

Podregija Pokuplje nije bitno obnovljena nakon filoksere. Na ovoj podregiji nema puno vinograda jer se proizvodnjom vina uglavnom bave tzv. vikendaši na manjim posjedima. Najveći vinograd na ovom području nalazi se u Karlovcu i ima 850 ha, prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006). Klima je kontinentalna, godišnje oborine prelaze 1000 mm. Vinogradima prevladava graševina bijela, škrlet bijeli, traminac crveni i frankovka crna.

Podregija Zagorje – Međimurje nalazi se na krajnjem sjeverozapadu Hrvatske. Ona je bogata sa više od 8500 ha vinograda, a najveći se nalazi u Varaždinu sa rekordnom brojkom od 3280 ha, iza njega se nalazi Međimurje sa 1100 ha, prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006). Klima na ovom području je kontinentalna s oko 880 mm oborina godišnje. Ovdje prevladavaju mali vinogradi i još uvijek je prisutan uzgoj vinove loze uz kolac. Međimursko je jedno od najboljih vinograda po sortimentu vinove loze. Uzgaja se silvanac zeleni, rizvanac bijeli, graševina bijela, moslavac, pinot bijeli i sivi, chardonnay bijeli...

Podregija Istra obilježava hrvatsko vinogradarstvo po kakvoći vina i po veličini. Vinogradi se nalaze na više od 6000 hektara. Vinogradi se na nekim dijelovima istre spuštaju doslovce do mora. Visoke temperature i dosta oborina se odlično uklapaju u proizvodnju vrhunskog vina.

Povijest istarskog vinarstva i vinogradarstva je dugo i seže čak u doba starih Grka. Najviše se uzgaja malvazija bijela, cabernet sauvignon crni, borgonja crna, hrvatica crna, teran crni i muškati bijeli istarski, prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006).

Podregija Hrvatsko primorje se dijeli na vinogorja: Krk (535 ha), Cres i Lošinj (760 ha), Pag (480 ha), Opatija i Rijeka (490 ha) i Rab (190 ha), prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006). Klima je sjevernomediteranska, veliki nedostatak su smanjene oborine tokom ljeta, dok ih zimi ima dovoljno. Najviše se uzgaja autohtona žlahtina, a uz nju i muškati bijeli, sušić crni, trojšćina i plavina crna.

Podregija Sjeverna Dalmacija ima oko 3750 ha pod vinovom lozom. Od tla prevladava crvenica. Ljeti su velike temperature, klima je sjevernomediteranska. U ovoj podregiji uglavnom se uzgajaju sorte za crna vina poput merlot syrah, carignan, babiće i cabernet sauvignon, prema Gašparec-Skočić & Bolić (2006).

Gašparec-Skočić & Bolić (2006) navode da se podregija Dalmatinska zagora sastoji se od tri vinogorja: Sinj i Vrlika (120 ha), Vrgorac (1200 ha) i Imotski (690 ha), prema Gašparec-Skočić, Bolić (2006). Klima je mediteranska s jakim utjecajem kontinentalne klime i većom količinom padalina. Prevladavaju vapnenačke i dolomitne podne tla. Uzgajaju se zlatarica bijela, medna bijela, okac crni, trnjak crni, blatina crna, cabernet sauvignon crni, merlot crni...

Gašparec-Skočić & Bolić (2006) navode da Podregija Srednja i južna Dalmacija obiluje s velikim brojem vinskih sorata. Znatno broj proizvođača nalazi se na otocima i poluotoku Pelješcu. Tu se nalazi 12 vinograda, od kojih je najveći na Visu sa površinom od 950 hektara. Vinogradi u ovoj regiji se nalaze na odličnim položajima, gdje je i najveća insolacija. Ova podregija je najvrednija po raznovrsnosti autohtonih i svjetskih sorata, ali najrašireniji je plavac mali crni od kojeg nastaju najpoznatija hrvatska vina.

Hrvatske vinske regije



Slika 3 Hrvatske vinske regije

Izvor: Cimerfraj (2020)

5. Gospodarsko značenje vinogradarstva i vinarstva

U strategiji razvoja hrvatskog gospodarstva značajno mjesto zauzima proizvodnja grožđa i vina. Vino zbog svojih svojstava ima važnu gospodarsku ulogu. Herjavec i dr., (2002) navode da su u povijesti ukupne površine pod vinogradima u primorskim krajevima dosežale gotovo do 200 000 hektara. Danas su te površine nažalost smanjene, što je nedovoljno za domaću potrošnju i izvoz. No i taj potencijal za hrvatsko gospodarstvo nije malen. U usporedbi sa ostalim vinogradskim zemljama, Hrvatskoj dakako nedostaje još površina kako bi se proizvodnja povećala. Hrvatska je turistička zemlja koja broji rekordne posjete turista koji uvijek žele probati hrvatske specijalitete među kojima je naravno i vino. Veliki proizvođači odnosno tvrtke koje s površinama uglavnom većim od 100 hektara su godinama bile opterećene samom proizvodnjom, litrama i tonama, a manje s kvalitetom i vrednovanjem proizvoda na tržištu. Hrvatska se vinogradarstvo počinje kretati u boljem pravcu uvođenjem najsuvremenije tehnologije. Herjavec i dr., (2002) navode kako hrvatsko vinogradarstvo godišnje uspije proizvesti 2-2,5 milijuna hl ili 50 litara po glavi stanovnika. Ova impresivna brojka uvelike umanjuje krajnji rezultat ukupne proizvodnje jer se svega oko 1/3 (600 000hl) orijentira na tržište. Zabrinjavajuća je i činjenica da je u toj proizvodnji velika količina vina namijenjena širokoj potrošnji, a manje je vrhunskih i kvalitetnih vina sa zemljopisnim podrijetlom. Od službeno evidentiranih vina samo 5% se odnosi na vrhunska, 54% čine kvalitetna vina i 41% stolna vina. Hrvatske je bogata velikom vinskom raznolikosti i kvalitetom vina. „U Hrvatskoj se u ponudi vina na tržištu nalazi 1000 vrsta vina, pa se može govoriti o velikoj vinskoj raznolikosti u pogledu vrsta vina“ (Herjavec i dr., 2002:50). Evidentirana godišnja proizvodnja pretežito se prometuje putem trgovine, a manjim dijelom u ugostiteljstvu. Na smanjenje potrošnje vina u ugostiteljstvu utjecaja je široka ponuda drugih alkoholnih pića, a posebno piva koja konkuriraju vinu nižim cijenama. Cijene vina u ugostiteljstvu su još uvijek vrlo visoke, a ponuda je vrlo mala. Herjavec i dr., (2002) navode kako je 2000. godine prosječna potrošnja vina po glavi stanovnika bila je 22 litre, što je znatno manje od europskog prosjeka. Za izvoz nedostaju obojena vina s primorske regije, primjerice vina od sorte plavac, babiće i dr. S obzirom na veliku proizvodnju bijelog vina u kontinentalnoj Hrvatskoj, nema potrebe za uvozom istih. Hrvatska uglavnom uvozi samo crna vina. Cijene naših vina na svjetskom tržištu i dalje su manje od ostalih, a da bi se postigla veća cijena nužna je i veća kvaliteta vina. Hrvatska je potpisala sporazum s Europskom unijom kojom je prihvatila svjetska pravila ponašanja u proizvodnji i prometu vina. Potrošači koji su imali priliku kušati hrvatska vina jako ih cijene i upoznati su sa njihovom kvalitetom.

5.1 Marketing vina

Bolji nastup na domaćem i inozemnom tržištu ne može se ostvariti bez marketinškog pristupa. Marketing direktno utječe na potrošače, postiže se bolja organizacija tržišta, osigurava se točna poruka putem medija. Dakle, stvara se imidž vinara i vinske kuće. Nažalost, u Hrvatskoj je i dalje usmjereno nedovoljno marketinga na hrvatska vina. „Izlaz se traži u poticajnoj instituciji na nacionalnoj razini, jer bi ona mogla svojim financijskim sredstvima angažirati marketinške stručnjake kako bi se postigli veći rezultati u približavanju hrvatskih vina europskom i svjetskom potrošaču“ (Herjavec i dr., 2002:53). To su već učinile neke od najpoznatijih svjetskih vinskih sila, iako njihov potencijal nije znatno ispred hrvatskog. Jako bitnu ulogu ima istraživanje tržišta vina. Najbolja i najpoznatija vina su stvorena na temelju istraživanja tržišta i stavova potrošača, nakon toga se mijenja asortiman i prilagođava kakvoća i cijena vina s obzirom na želje i potrebe potrošača. Nažalost, Hrvatska u istraživanju tržišta dosta zaostaje u usporedbi sa drugim europskim zemljama. Postoje dvije skupine potrošača: oni koji su zainteresirani za potrošnju standardiziranih vina, koja ne moraju imati vrhunske predznake, ali moraju imati visoku kvalitetu, drugu skupinu čine znalci odnosno ljudi koji kušaju samo vina s vrhunskim obilježjima. Vina s vrhunskim obilježjima su dosta skuplja. Važno je da i jedni i drugi vino kušaju zbog uživanja, a ne zbog opijanja, jer je vino proizvod koji treba cijeniti. Vino se sastoji od 900 različitih sastavnica. U marketingu je potrebno segmentirati tržište, približiti proizvod po kakvoći i ambalaži. Na to mogu utjecati mediji, bilo da su pisani, govorni, elektronski... Hrvatska vina su već stekla neke marke koje su vrlo prepoznatljive potrošačima. Veliku važnost imaju domaći i inozemni sajmovi jer na njima potrošači mogu degustirati razna vina. U Osijeku je najpoznatiji takav sajam Wineos, festival vina i delicija koji je učvrstio status jedne od najvažnijih vinskih manifestacija u Hrvatskoj.



Slika 4 Wineos

Izvor: Vinita, 2023.

5.2 Proizvodnja, uvoz i izvoz vina

Prema podacima koje je objavio Državni zavod za statistiku (2022) proizvodnja vina u 2021. godini iznosila 765 000 hl vina, što u odnosu na 2020. godinu predstavlja smanjenje za 4,4%. Kako navodi Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske (2022) u razdoblju od siječnja do listopada 2022. godine uvezeno je vina u vrijednosti od 33,9 milijuna eura što predstavlja povećanje za 16,6% u odnosu na 2021. godinu. Izvoz vina u razdoblju od siječnja do listopada 2022. godine iznosio je 15,9 milijuna eura, što predstavlja povećanje za 14,2% u odnosu na isto razdoblje 2021. godine. U razdoblju od siječnja do listopada 2022. godine ostvaren je deficit od 18 milijuna eura. Republika Hrvatska u najvećoj mjeri vina uvozi iz država članica Europske unije 64,5%, dok iz država članica CEFTA-e uvoz iznosi 33,9%. Najviše vina se uvozi iz Sjeverne Makedonije, čiji je udio u 2022. godini iznosio 23,3%. Najznačajnija izvozna destinacija u razdoblju od siječnja do listopada 2022. godine je Bosna i Hercegovina čiji je udio iznosio 32,9%. U odnosu na isto razdoblje 2021. godine, izvoz u Bosnu i Hercegovinu se povećao za 21,2%. U ukupnom promatranju strukture izvoza po zemljama, proizlazi da je Republika Hrvatska najviše vina izvezla na tržište CEFTE 47,3%, dok je izvoz u zemlje Europske unije iznosio 27,9%.

5.3 Vinski turizam

„Prilike Hrvatske da u turizmu postigne veće rezultate ovise i od vinogradarske i vinske proizvodnje, jer uz prelijepu prirodnu uvjete, važno je da gosti uživaju u kvalitetnoj enogastronomskoj ponudi“ (Herjavec i dr., 2002:54). Turiste posebno zanimaju stvari koje najčešće nemaju o svojim državama, žele probati nešto novo. Mnogim turistima odgovara da nakon cjelodnevnih aktivnosti uživaju u vinu jer ga cijene kao vrhunski proizvod. Osim hotela, restorana i kafića, turisti vina mogu kušati u vinskim kušaonicama na vinskim cestama ili u okviru seoskih gospodarstava. Najpoznatije vinske kušaonice nalaze se u Istri, Međimurju i oko Zagreba. „Zapravo, Hrvatska treba postati razgranata vinska cesta na kojoj će se u mnogim krajevima, od Dubrovnika do Pelješca i Korčule, od Hrvatskog primorja do Splita, od Rijeke do Umaga, od Zagreba do Dunava itd. – postojati niz vinskih destinacija“ (Herjavec i dr., 2002:54). Vinske destinacije moraju biti ucrtane u sve turističke karte. Ponuda vina u restoranima i kafićima treba biti raznolika. Vinski turizam posljednjih godina predstavlja sve značajnije mjesto u turističkoj ponudi Hrvatske.

Dobrota, A. (2020) navodi podjelu 4 vrste vinskog turizma:

1. Vinski turizam otvorenih vrata – turisti posjećuju vinarije i kušaju različita vina
2. Edukativno-zabavni vinski turizam – nadogradnja vinskog turizma otvorenih vrata, uz kušanje vina turistima su ponuđene razne edukacije i aktivnosti poput šetnje vinogradom, berbe grožđa, kulinarske radionice...
3. Visokobudžetni vinski turizam – objekti koji promoviraju vina različitih proizvođača, primjerice muzeji, hoteli, restorani i slično
4. Manifestacijski vinski turizam – jednokratni događaji kojima je u fokusu vino, primjerice gastro šetnje, festivali vina, festivali berbe i slično

Veliku ulogu u vinskom turizmu imaju vinske ceste. One prolaze kroz vinograde, vinarije, kušaonice i druge turističke objekte. „Obilježene raznovrsnim i zanimljivim putokazima na cestovnim pravcima, oni prolaznike upozoravaju da se tu nalaze vinari, njihovi podrumi i klijenti, vinske kuće te kušaonice vina, pa i veći turističko-ugostiteljski objekti, koji su pripremljeni za prijam vinskih gostiju, zaljubljenika u vino, turističkih znatiželjnika i svih namjernika“ (Gašparec-Skočić, Bolić, 2006:259). Najpoznatija regija u Hrvatskoj po vinskim cestama je Istra. Dobrota (2020) navodi kako je 2019. godine Međimurska vinska cesta ocijenjena kao najbolja vinska cesta na svijetu. S obzirom na broj dolazaka gostiju u kriznoj 2020. godini, Međimurska županije je jedina imala veći broj dolazaka gostiju u usporedbi sa 2019. godinom.



Slika 5 Međimurska vinska cesta

Izvor: Jutarnji list (2020)

Stručna savjetnica tvrdi da je potencijal za vinski turizam u Hrvatskoj jako velik s obzirom na rezultate istraživanja TOMAS Ljeto 2017. gdje je trećina gostiju istakla da je uživanje u

gastrophonomiji jedan od glavnih motiva dolaska u Hrvatsku, prema Dobrota (2020). Dobra vinska priča, kvalitetna vina i velika ponuda ima veliki potencijal privlačenja gostiju što se može vidjeti na primjeru Međimurja.

6. Hrvatski vinogradarski običaji

6.1 Vincekovo

„Ponegdje se prvi posjet vinogradima u novoj godini obavi već za blagdan Triju kraljeva, ali najprikladniji nadnevak za to je 22. siječnja, na spomendan Sv. Vinka, Vinceka, Vincencija, Vinceška ili kako se u pojedinom kraju naziva taj svetac“ (Gašparec-Skočić, Bolić, 2006:263). Tog dana se vinova loza pošškropi starim vinom i o trs objese kobasice, kulen, slanina i još razne delicije. Tim običajem se simbolično izaziva plodnost u narednoj godini. Uz to, odreže se nekoliko mladica koje se stave u posudu s vodom, kako bi se nakon izbijanja izdanaka prorekla iduća vinska godina. Obredi se razlikuju od kraja do kraja. U Iloku se Vincekovo slavi ujutro, dopodne, vinogradi se tada blagoslivljaju i održava se sveta misa, a o trs se objese npr. ljute srijemske kobasice. Slično je i u erdutskim, orahovičkim te đakovačkim vinogradima. U gotovo svim vinogradima se na spomendan sv. Vinka održava neki obred. Domaćin često drži govor pred ljudima koji su se našli u njegovom vinogradu. „Ja tebe darivam vinom, a ti mene novim grožđem i moštom“ (Gašparec-Skočić, Bolić, 2006:263). Prvi dio ceremonije održava se u otvorenom vinogradu, a drugi se odvija u vinskim podrumima.



Slika 6 Vincekovo

Izvor: evarazdin.hr (2023)

6.2 Martinje

Kada se završe svi poslovi oko vinograda i kada se grožđe spremi u bačve, svi su u iščekivanju novog vina jer se staro odavno potrošilo. Dan za proslavu novog, mladog vina je blagdan sv. Martina koji se održava 11. studenog. Blagdan sv. Martina slavi se u cijeloj Hrvatskoj, a najviše

na sjeveru. „Na Martinje se održavaju brojne svečanosti krštenja mošta, šaljivo oponašajući crkveni obred, na kojima se mošt proglašava vinom“ (Gašparec-Skočić, Bolić, 2006:265). U tom ironijskom prikazu krštenja mošta, odnosno njegove transformacije u vino sudjeluje kolona ljudi koja se sastoji od zvonara, sv. Martina biskupa, dva kanonika, dva ministranta i predvodnika grupe. Posljednih godina Martinje postaje poznati hrvatski običaj na koji dolazi sve više turista.



Slika 7 Samoborsko Martinje

Izvor: samobor.hr (2019)

6.3 Jurjevo

Prema Hrvatskoj enciklopediji (2021) Jurjevo je blagdan sv. Jurja. Sveti Juraj je poznat kao zaštitnik težih vinogradarskih poslova poput okopavanja vinograda. Obilježava se na prvi dan proljeća, odnosno 23.4 i označava početak gospodarske godine. Na taj dan su se unajmljivali, otpuštali i mijenjali sluge i pastiri, posebice u sjevernim hrvatskim krajevima. Na Jurjevo su se u povijesti organizirale utrke i vodili konji na blagoslov, stoka se svečano izvodila na pašu i kitila vijencima od proljetnog cvijeća. Vjerovalo se u to da će vijenci spriječiti bolesti i drugo zlo. U zapadnoj Hrvatskoj su se dan uoči Jurjeva ili na samo Jurjevo palili jurjevski krjesovi. Uz njih bi se uglavnom okupljala mladež, ali i ostali ljudi iz sela. Oko krijesa se priređivala mala zabava, uz ples i pjevanje pjesama karakterističnog sadržaja. Postojalo je vjerovanja kako krijes štiti od bolesti i drugog zla, pa su svi stanovnici sela idućeg dana vodili stogu da prijeđe preko zgarišta, a pepeo od krijesa su stavljali u svoje njive i vrtove.



Slika 8 Jurjevo

Izvor: Ivana Alerić (2020)

6.4 Ivanje

Prema Hrvatskoj enciklopediji (2021) Ivanje predstavlja skup običaja vezan uz ljetni solsticij, što je prilika za veličanje prirode i njene čarobne snage. Obilježava se 24. lipnja. U hrvatskom folkloru je najznačajnija ljetna svetkovina. Sastoji se od raznih procesa, zasnovanih na prastarom vjerovanju u osiguravanje zdravlja ljudi i domaćih životinja te ubrzanje rasta usjeva. Tokom ljeta u vinogradu nema puno posla, ali ga je potrebno pripremiti zaštitu od nepogoda, štetočina i bolesti. Postojao je običaj gdje se pale svijeće u trsju sa ciljem zaštite vinograda od tuče, granama se škropi protiv bolesti, a strašila služe kako bi se zaštitilo od ptica. Mladež se okuplja na seoskim raskrižjima te uz zapaljenu vatru pjevaju prigodne pjesme, ponekad uz instrumentalnu pratnju, zajedno su plesali kolo i preskakivali vatru. Sutradan se preko zgarista dovodi stoka radi zaštite od bolesti.

6.5 Miholje

Prema Hrvatskoj enciklopediji (2021) Sveti Mihael je vinogradarski svetac, a njegov dan se obilježava 29. rujna. Sveti Mihael je poznat kao čuvar vinograda i zaštitnik od kradljivaca grožđa. U mnogim vinogradima taj dan označava početak berbe grožđa, ali berba grožđa nije uvijek vezana direktno za taj dan jer grožđe ne sazrije svaki put u isto vrijeme. Pazi se da se berba dogodi oko tog datuma kako kiše ne bi naškodile grožđu. Svečanosti vezane uz berbu grožđa najpoznatije su u sjeverozapadnom dijelu Hrvatske. Berba grožđa je najsretniji dan u

godini za svakog vinograda. Pobiru se plodovi koji su dokaz napornog rada tokom cijele godine. U Zagorju, berba grožđa predstavlja tradiciju koja intenzivno živi i danas.

6.6 Ostali vinogradarski običaji

Gore je navedeno pet vinogradarskih običaja koji su zajednički svima u hrvatskoj tradiciji, uz njih se vežu razni obredi i običaji koji su karakteristični za svaki teritorij. Postoje i drugi običaji i rituali koji su vezani za hrvatsko vinogradarstvo, samo nisu toliko popularni. U nekim dijelovima sjeverozapadnog dijela Hrvatske početkom proljetnih radova mogao se vidjeti zagrljeni par koji bi se valjao niz vinograd kako bi svojom seksualnom aluzijom potaknuo plodnost loze. Postoji običaj gdje ljudi kada obavljaju vinogradarske poslove obavezno moraju piti vino kako bi vinograd bolje rodio. U prošlosti je postojalo koljenje vinograda uz koje se vežu različite pjesme i bogati ručak. U nekim vinogradima su žene pjevale pjesme prilikom svake pauze radnika. Svi ovi događaji polako izumiru, neki vinogradi ih nikada nisu prakticirali, a neki ih prestaju. Najvažnijih pet običaja je i dalje popularno i svake godine privlače nove turiste, prema Blažević, P. (2011).

7. Potrošačke navike u vinskoj industriji

7.1 Svjetski trendovi u proizvodnji i potrošnji vina

Prema mišljenju Milat & Gašparec-Skočić (2006) SAD, Australija, Kina, Argentina i Južnoafrička republika dijele 4., 5., 6., 7., i 8. mjesto na ljestvici svjetskih proizvođača vina. Na vinskoj sceni se događaju ogromne promjene. Europsko tržište je najveće tržište i ujedno najveći proizvođač vina, ali posljednjih godina sve veći pritisak stvaraju uvozna vina iz drugih zemalja, koja su cijenom vrlo povoljna za prosječnog potrošača. Europa je danas prisiljena podići konkurentnost svojih vina. Najveću zastupljenost vinogradarskih površina zauzima Europa (60,8%), slijedi Azija (20,4%), Amerika (12,1%), Afrika (4,5%) i Oceanija (2,2%). Prema Milat, Gašparec-Skočić (2006) Južna Amerika, Azija, Novi Zeland i Afrika bilježe značajan porast površina pod vinogradima, dok Europa bilježi smanjenje površina pod vinovom lozom. Pet najvećih proizvođača vina novog svijeta su Australija, Argentina, Novi Zeland, Kina i Čile, proizvode oko 25% od ukupne svjetske proizvodnje vina.

2021. godine EU je brojila 3.3 milijuna hektara. Svjetska proizvodnja u 2020. iznosi otprilike 3 mil.hl što je ukupni porast od 1% u odnosu na 2019. godinu. Svjetska potrošnja vina u 2021. godini procjenjuje se na 234 mhl, što je ukupno smanjenje od 3% u odnosu na 2019. godinu. Ovaj pad pripisuje se globalnoj epidemiji Covid-19. U 2021. godini prva tri uvoznika vina po količini su Ujedinjeno Kraljevstvo, Njemačka i SAD, koje su zajedno uvezle 41 mhl, što čini 39% ukupnog svjetskog prometa uvoza, koji je dosegao 11,5 milijardi eura.

Podaci vinogradskog registra (2021) pokazuju kako u Hrvatskoj ima 18 235 hektara površina pod vinogradima. Trećina svih površina nalazi se u Slavoniji, a Osječko-Baranjska, Istarska i Dubrovačko-Neretvanska županija se svrstavaju u top tri vinske županije u Hrvatskoj. Kako navodi portal Agroklub, Hrvatska Agencija za poljoprivredu i hranu (2021) je objavila top 5 nacionalnih perjanica: graševina, malvasija, cabernet sauvignon, merlon i plavat mali. U vinogradarskom registru se bilježi 27 207 registriranih subjekata. Podaci Agencije za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju (2021) ukazuju na to kako 99% domaćih proizvođača posjeduje vinograde manje od 5 hektara, a samo njih 339 prelazi taj prag, od čega tek 144 proizvođača posjeduju vinograde koji su veći od 10 hektara.

Podaci ukazuju na trend pada vinogradarskih površina, a samim time i ukupne proizvodnje vina. 2021. godine je iskrčeno 696 hektara vinograda zbog različitih uzroka, primjerice zbog starosti nasada, neki vlasnici ih više nisu bili u mogućnosti kultivirati, niske otkupne cijene grožđa, demogradske i klimatske promjene u pojedinim regijama i bolesti. Evidencije HAPIF-a govore

da je 2021. godine, točnije od 01.08.2020. do 31.07.2021. godine, prijavljeno 95 002 tona uroda grožđa i 592 280 hl vina. Izvoz domaćih vina u 2020. godini iznosio je 12,6 milijuna eura što predstavlja smanjenje za 21% u odnosu na 2019. godinu, prema portalu Agroklub (2021).

7.2 Potrošačke navike Hrvata

Kako navodi portal Požeško-Slavonska Kronika (2020) tijekom rujna 2020. godine provedeno je istraživanje na nacionalnom reprezentativnom uzorku građana Hrvatske starijih od 16 godina na kojem se ustanovilo da vino pije čak 85% građana Hrvatske, neki ga konzumiraju povremeno, a neki pak učestalo. Glavno pitanje istraživanja bilo je vole li sudionici više domaća ili strana vina i nedvojbeno su se odlučili za domaća vina. 78% sudionika ističe kako više voli hrvatska vina, 7,6% je glasalo za strana vina, a 14,5% sudionika je navelo da ne znaju odgovor na to pitanje. Istraživanje je pokazalo da vino svakodnevno pije 8% građana, a jednom tjedno 21%. Postotak sudionika koji vino piju jednom mjesečno iznosi 20,4%, a 20,7% sudionika vino pije samo kada su neke posebne prilike. Da vino pije rijetko navelo je 14,8% sudionika istraživanja, a postotak onih koji uopće ne piju vino iznosi 15,2%. Kada je riječ o boji vina, 48,4% preferira crno vino, 44,3% bijelo vino i 7,3% rose vino. Trgovine sa mješovitom robom su glavna mjesta za kupovinu vina, u njima vino kupuje 62,1% anketiranih građana. Od prijatelja ili poznanika domaće vino kupuje 19,8% anketiranih građana, 9% kupuje izravno kod vinara, a 5,4% u vinotekama.

Forbes je objavio rezultate istraživanja The Wine Institutea (2020). Navedeno istraživanje pokazuje kako se najviše vina u svijetu po glavi stanovnika konzumira u Vatikanu, Andori i Hrvatskoj. Lista se sastoji od 15 zemalja, od kojih su 14 europske. Urugvaj je jedina država koja nije europska i koja se nalazi na popisu. Stanovnici Vatikana godišnje popiju 54,26 litara vina po glavi stanovnika, stanovnici Andore popiju 46,26 litara, a Hrvati 44,2 litre godišnje.

8. Rasprava

Smatram da vinska industrija predstavlja vrlo važnu granu za hrvatsko gospodarstvo. Vinska industrija rasprostranjena je po cijeloj Hrvatskoj. Postoje brojne industrije koje su karakteristične za određeno područje kao naprimjer ribarstvo i prerada ribe za hrvatsku obalu. Vino je poznato u cijeloj Hrvatskoj, naravno u nekim dijelovima više u nekim manje. Vinska industrija je prisutna na ovim područjima od samog dolaska Hrvata, s godinama se postupno razvijala sve više i više kako bi dosegla današnji nivo. Naravno, mjesta za popravke i napretke uvijek ima. U usporedbi sa Europskim zemljama, Hrvatska zaostaje po površinama vinograda, ali je i dalje bogata raznolikom ponudom kvalitetnih vina.

Smatram da je vino značajniju ulogu imalo u povijesti nego danas. Prije je vino bilo prisutno na svim svečanostima i druženjima, dok je na današnjim svečanostima veća upotreba nekih drugih jačih alkoholnih pića. Danas većina mladih ljudi vino karakterizira kao jeftini, kiseli proizvod. Rijetke su situacije kada će se vidjeti mlade ljude koji u kafiću, restoranu, klubu konzumiraju vino. Smatram da je jedan od razloga što mnogi kafići i klubovi nemaju adekvatnu ponudu vina, nego je najviše zastupljena Graševina i Frankovka. Cijene u ugostiteljstvu su i dalje visoke, a ponuda je vrlo mala. Drugi od razloga su konkurenti odnosno ostala alkoholna pića koja u današnje vrijeme više dolaze do izražaja. Za sve velike ljubitelje vina naravno i dalje su prisutne vinarije gdje mogu probati razna kvalitetna vina.

Hrvatska je bogata sa 2 glavne vinske regije i 12 podregija. Svaka od podregija je bogata većim brojem vinograda i različitim sortama. Kako se mentalitet ljudi općenito razlikuje u dijelovima Hrvatske, tako se razlikuje i ukus za vina. Primjerice, u kontinentalnoj Hrvatskoj se najviše proizvode bijela, a u primorskoj crna vina. Hrvatska je turistička zemlja i brojni turisti dolaze kako bi probali hrvatske specijalitete.

Naravno, vino nije jedini hrvatski specijalitet, ali se može svrstati u najvažnije jer je dostupno u cijeloj Hrvatskoj. Dobar kulen većinom se može naći samo u dijelovima Slavonije, po čemu je Slavonija i poznata, najfiniji štrukli se mogu pojesti u Zagorju, Međimurje je poznato po najfinijoj gibanici, najukusniji pršutu možemo pronaći u Istri, a dobro vino se može popiti u svim dijelovima Hrvatske. Hrvatska je bogata brojnim vinarijama i vinskim kušaonicama koje su ucrtane u turističke karte kako bi turisti mogli što brže i lakše doći do njih.

Brojni su hrvatski običaji koji su posvećeni vinu, među njima su najpoznatiji Vincekovo, Imanje, Martinje, Jurjevo i Miholje. Brojni turisti posjećuje ove događaje i na njima kušaju

hrvatske specijalitete. Danas postoje brojne agencije koje organiziraju puteve za turiste i domaće građane koji žele prisustvovati vinogradarskim običajima.

Smatram da je u Hrvatskoj nedovoljno marketinga usmjereno na vinsku industriju. Marketing direktno utječe na potrošače, marketinške agencije putem medija prenose građanima informacije o proizvodima. Rijetko kada se na televiziji može naći reklama za dobro i kvalitetno vino ili sponzorirani oglas na društvenim mrežama. Mislim da je nedovoljno pažnje i vremena posvećeno istraživanju tržišta. Najbolja svjetska vina su stvorena na temelju istraživanja tržišta i stavova potrošača. Nakon istraživanja tržišta se mijenja asortitam i prilagođava se kakvoća i cijena vina s obzirom na želje i potrebe potrošača. Nažalost, Hrvatska u istraživanju tržišta dosta zaostaje u usporedbi s drugim europskim zemljama.

Što se tiče uvoza i izvoza mislim da Hrvatska ima odlične potencijale da izvozi puno više proizvoda nego što uvozi, mislim da je jedino glavni problem nedostatak površina vinograda. Hrvatska najviše vina uvozi iz Sjeverne Makedonije, a izvozi u Bosnu. Izvoz u Bosnu se u protekle dvije godine povećao za nešto više od 20%.

9. Zaključak

Hrvatska je tradicionalna vinska zemlja u kojoj vinarstvo i vinogradarstvo imaju dugu tradiciju koja traje nekoliko tisuća godina, na što upućuju pojedini elementi koje i danas uočavamo u nekim vinogradskim područjima. Vino ima znatnu ulogu kako u tradiciji tako i u svakodnevnici. Kontinuitet vina od najstarijih razdoblja kultiviranja vinove loze nastavio se prenositi na sve buduće generacije. Proizvodnja vina je značajno napredovala uz pomoć najsuvremenijih tehnologija.

Obzirom da se na tržištu Republike Hrvatske nalazi mnogo proizvoda, a potražnja za vinom je postojana i s tendencijom povećanja, proizvođači moraju iskoristiti sve svoje prilike i pogodnosti ukoliko žele ostvariti pozitivne rezultate poslovanja u vinskoj industriji. Ponuda vina u Hrvatskoj je brojna i raznovrsna, a analizom podataka vidjeli smo da je i dalje u prednosti uvoz vina pa je tako veća ponuda uvoznih nego domaćih vina. Republika Hrvatska percipirana je kao zemlja sa kvalitetnom vinskom ponudom s obzirom na raznolikost domaćih sorti i površine pod vinogradima u odnosu na veličinu jedne ovakve zemlje. Domaći proizvođači moraju više pažnje posvetiti marketingu i istraživanju tržišta kako bi se bolje lansirali na inozemna tržišta. Trenutno tržište vina je zasićeno jer postoji mnogo proizvođača pa s toga dolazimo do zaključka da mnogi proizvođači neće izdržati utjecaj konkurencije.

Republici Hrvatskoj je članstvo u Europskoj uniji donijelo mnoge prednosti u vinskoj industriji. Proizvođači koji imaju želju proširiti svoje proizvode na inozemna tržišta dobili su velike mogućnosti za upoznavanje svjetskog tržišta s kvalitetnim hrvatskim vinima. Istraživanjem sam stekla dojam da Republika Hrvatska slabo koristi određene prednosti jer je uvoz vina i dalje veći od izvoza, a smatram da Hrvatska ima puno potencijala da se izvoz poveća. Pripisimo to ratnim posljedicama jer je tada veliki dio hrvatskih vinogradarskih površina uništen.

10. Popis literature

1. 24 sata, (2020). Anketa: Vino pije čak 85 posto Hrvata, a najviše vole domaće. Dostupno na: <https://www.24sata.hr/lifestyle/anketa-vino-pije-cak-85-posto-hrvata-a-najvise-vole-domace-723808> [pristupljeno 30. lipnja 2023]
2. Blažević, P. (2011) *Vinogradarstvo i vinarstvo kroz povijest*. Završni rad. Osijek: Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku.
3. Dobrota, A. (2020). Vinski turizam u Hrvatskoj: Zanemareni potencijal u doba sve većeg uvoza i manje domaće proizvodnje vina. Cimerfraj. Dostupno na: <https://www.cimerfraj.hr/ideje/vinski-turizam-hrvatska> [pristupljeno 29. lipnja 2023]
4. Gašparec-Skočić, Lj., Bolić, J. (2006). *Hrvatska vina i vinske ceste*. Zagreb: Golden marketing–Tehnička knjiga.
5. Herjavec, S., Mirošević, N., Fazinić, M. (2002). *Hrvatska vina i vinari*. Zagreb: Agmar
6. Hrvatska enciklopedija (2021). Jurjevo. Leksikografski zavod Miroslava Krleže. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=29591> [pristupljeno 29. lipnja 2023]
7. Krnic, A. (2015). *Vinogradarstvo kao tradicijsko gospodarstvo u Hrvatskom Zagorju*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
8. Kronika Požeško-Slavonska, (2020). Vino može, po mogućnosti domaće kaže 78% hrvatskih građana. Dostupno na: <https://pozeska-kronika.hr/zanimljivosti/item/16417-vino-moze,-po-mogucnosti-domace-kaze-78-hrvatskih-gradana.html>
9. Maletić, E., Kontić, K., Pejić, I. (2008). *Vinova loza*. Zagreb: Školska knjiga
10. Milat, V., Gašparec-Skočić, Lj. (2009). *Vinogradarski vinski atlas*. Zagreb: Business Media, Croatia d.o.o.
11. Mirošević, N. (2009). *Atlas hrvatskog vinogradarstva i vinarstva*. Zagreb: Golden marketing–Tehnička knjiga.
12. N1, (2020). Vino pije čak 85 posto Hrvata. Dostupno na: <https://n1info.hr/magazin/lifestyle/a567354-vino-pije-cak-85-posto-hrvata/> [pristupljeno 29. lipnja 2023]
13. Stapić, A. (2021). Imamo trend pada vinogradarskih površina i ukupne proizvodnje vina. Agroklub. Dostupno na: <https://www.agroklub.com/vinogradarstvo/imamo-trend-pada-vinogradarskih-povrsina-i-ukupne-proizvodnje-vina/72170/> [pristupljeno 29. lipnja 2023]

14. Vlahović-Vitasović, S. (2020). Razvoj i utjecaj vinskog turizma u Republici Hrvatskoj.
Dostupno na: <https://dabar.srce.hr/islandora/object/unipu%3A4293>
15. Zoričić, M. (2009). *Kultura vina. Zagreb: Bratovština hrvatskih vinskih vitezova.*

Popis slika:

Slika 1 Sorte vinove loze, izvor: Gospodarski list, 2018	6
Slika 2 Moslavački škrljet, izvor: Mosla-Vina.hr	10
Slika 3 Hrvatske vinske regije, izvor: Vinacroatia.hr	13
Slika 4 Wineos, izvor: Vinita, 2023.....	15
Slika 5 Međimurska vinska cesta, izvor: Jutarnji list, 2020	17
Slika 6 Vincekovo, izvor: evarazdin.hr, 2023.	19
Slika 7 Samoborsko Martinje, izvor: samobor.hr, 2019.....	20
Slika 8 Jurjevo, izvor: Ivana Alerić, 2020.....	21

Popis tablica:

Tablica 1 Najvažnije vinske sorte kontinentalne Hrvatske, izrada autora.....	8
Tablica 2 Najvažnije vinske sorte primorske Hrvatske, izrada autora.....	8