

# 53. Dani berbe grožđa

B R O T N J O 2 0 0 8

## **Brotnjo, vodeća turistička destinacija u BiH**

***Kultiviranje krša, Njega i dozrijevanje vina, Štetnici vinove loze, Vinogradarski katastar, Posebni oblici turizma u Brotnju, U potrazi za zvjezdicom hotela, Odnosi s javnošću, Turistički sustav***

ČITLUK, 19., 20. i 21. RUJNA



# 53. Dani berbe grožđa

B R O T N J O 2 0 0 8



*Dragi Brotnjaci i posjetitelji naše manifestacije,*

kraj ljeta, odnosno rana jesen u Brotnju je posebno razdoblje kroz godinu. Grožđe zrelo, bačve spremne za novo vino i čeka se berba plodova cjelogodišnjeg mukotrpnog rada u vinogradima. Svakodnevna je tema urod i ovogodišnja kvaliteta grožđa. Svaki se vinogradar nada dobrom prinosu, a vinar kvaliteti vina. Pričaju se priče o prošlogodišnjoj berbi, a često se pita za datum početka ovogodišnje berbe. Bez ikakve dvojbe može se reći da je rujan mjesec najveseliji mjesec u Brotnju, a da su Brotnjaci tada najveseliji ljudi. Upravo se u takvom ozračju svake godine održava proslava početka dana berbe grožđa u Čitluku. Sve su dosadašnje manifestacije privukle brojne goste i prijatelje Žilavke i Blatine koje se ovdje proizvode. Ovogodišnji je program manifestacije trodnevan. Sastoji se od niza kulturnih i zabavnih događaja, a zadnji dan manifestacije nalikuje općem narodnom veselju. Mnogi će reći da taj dan treba biti proslavljen u Čitluku pa upravo zbog toga, kao predsjednik organizacijskog odbora ove manifestacije, pozivam sve Brotnjake i prijatelje iz susjednih općina i gradova da nam se pridruže i s nama podijele radost početka berbe našega najboljeg proizvoda - grožđa. Dobro nam došli i imali vesele i ugodne dane u našem Brotnju!

*Marin Radišić, predsjednik Organizacijskog odbora manifestacije.*

## IMPRESSUM

**Nakladnik:**  
Organizacijski odbor  
"Dani berbe grožđa - Brotnjo 2008."

**Za nakladnika:**  
Marin Radišić

**Glavni urednik:**  
Krešimir Miličević

**Lektorica:**  
Mirna Brkić

**Priredili:**  
Vinko Brčić, Dragan Filipović, Blago Krešić, Božo Skoko, Damir Jugo, Danko Tolić, Marin Radišić, Borislav Šimović, Andrija Stojić, fra Marinko Šakota, Miro Čorić, Krešimir Miličević, Tihomir Prusina, Marin Sivrić, Franjo Sušac, Jure Beljo, Marijo Leko, Ivan Ostojić, Ivo Jerkić i Branimir Penava.

**Fotografije:**  
Franjo Sušac, Krešimir Miličević, Marin Sivrić, Tanja Vučić, arhiva Turističke zajednice Čitluk-Međugorje, arhiva KIC Čitluk, arhiva Matica hrvatska Čitluk, arhiva Općine Čitluk i Divina Proportion Design Studio.

**Ilustracije:**  
Ana Tolić i Božana Rupčić

**Grafičko oblikovanje:**  
Divina Proportion Design Studio - Međugorje  
www.divinaproportion.com

**Tisak:**  
Grafotisak d.o.o. Grude  
www.grafotisak.com

**Naklada:** 5000 primjeraka

**BROTNJO - ČITLUK**, rujan 2008.

Trg žrtava Domovinskog rata 1,  
88 260 Čitluk, BiH.  
Info tel.: 036 642 635  
E-mail: info@dbg.ba  
www.dbg.ba

BESPLATNI PRIMJERAK



# Program 2008

## 19. RUJAN 2008. (P E T A K)

**19,00 sati:** Velika dvorana kic-a Čitluk  
Stručna predavanja iz vinogradarstva i vinarstva -  
Agronomski i Prehrambeno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Mostaru:

- Katastar vinograda u Federaciji BiH (Marijo Leko, dipl. ing.)
- Ekološki uvjeti uzgoja vinove loze i njihov utjecaj na razvoj vinogradarstva u Hercegovini (mr. sc. Viktor Lasić)
- Navodnjavanje vinograda u uvjetima Hercegovine (prof. dr. sc. Bernard Kozina)
- Plamenjača - "stara bolest" koja je iznenadila hercegovačke vinogadare, osvrt na 2008. godinu (Danko Tolić, dipl. ing.)
- Štetnici vinove loze na području Hercegovine koji iziskuju suzbijanje (doc. dr. sc. Ivan Ostojić)
- Aktualnosti iz vinarstva (mr. sc. Tihomir Prusina)  
Velika dvorana kic-a Čitluk

## 20. RUJAN 2008. (S U B O T A)

**15,00 sati:**  
Atletski miting Dani berbe grožđa – Brotnjo 2008  
Gradski stadion Bare

**19,00 sati:**  
Promocija filma „Brotnjo - taj divni krajolik“  
Velika dvorana kic-a Čitluk

**19,30 sati:**  
Promocija prigodne poštanske markice "Dani berbe grožđa - Brotnjo"  
Velika dvorana kic-a Čitluk

**19,45 sati:**  
Promocija knjige „Zbornik Brotnjo 5.“  
Velika dvorana kic-a Čitluk

**20,30 sati:**  
Izložba slika akademske slikarice Marine Trogrlić  
Klub Matice hrvatske Čitluk

## 21. RUJAN 2008. (N E D J E L J A)

**16,00 sati:**  
Svečano puštanje u rad uređaja za pročišćavanje otpadnih voda kanalizacijskog sustava općine Čitluk  
Lokalitet Potpolje (pored vinograda)

**17,00 sati:**  
Svečani mimohod svih sudionika manifestacije  
od Gradske športske dvorane do Broćanskog trga

**17,30 sati:**  
Svečano otvaranje 53. turističko-kulturno-gospodarstvene manifestacije Dani berbe grožđa – Brotnjo 2008. – Broćanski trg

**18,00 sati:**  
Početak programa kulturno-umjetničkih društava, skupina i pojedina - Broćanski trg

**20,00 sati:**  
Cjelovečernji zabavni program Kiće Slabinca i tamburaškog orkestara Slavonski dukati – Broćanski trg



# Prošlogodišnji Dani berbe grožđa



*Piše: Borislav Šimović*

**J**edinstvena turističko-kulturno-gospodarstvena manifestacija Dani berbe grožđa protekle godine je obilježila svoj 52. rođendan. Članovima Organizacijskog odbora nije bilo nimalo lako ponoviti uspjeh jubilarne 50. kao i 51. manifestacije, koje su prema sudu organizatora, sudionika, Brotnjaka i njihovih gostiju bile najbolje organizirane do sada. Svjesni te činjenice, članovi Organizacijskog odbora su se potrudili napraviti još jedan kvalitativni iskorak i u tome uspjeli. Sve ono lijepo i pozitivno od prije, uvršteno je u program ove manifestacije. Svaki novi konstruktivni prijedlog bio je prihvaćen i uvršten u program proslave. Organizatori ove manifestacije su: Općina Čitluk, Kulturno-informativni centar Čitluk, Matica hrvatska-ogranak Čitluk, Udruga vinogradara i vinara Hercegovine, Turistička zajednica Čitluk i HKUD „Brotnjo“ Čitluk. Pred ovim institucijama, odnosno organizatorima, predstoji još veći izazov i odgovornost po pitanju unaprjeđenja programa ovogodišnje manifestacije, odnosno da je barem održe na prošlogodišnjoj razini. Program prošlogodišnje manifestacije održao se od 14. do 16. rujna. U petak, 14. rujna, u velikoj dvorani Kulturno-informativnog centra Čitluk predstavljena je knjiga Povijest košarke u Brotnju naše mlade novinarko Tanje Vučić i bivše košarkašice ŽKK-a „Brotnjo 94“. Istu večer u staroj župnoj crkvi sv. Blaža u Gradničima mr. sc. Snježana Vasilj je održala predavanje o amforama, nakon čega je u istom prostoru otvorena izložba slika Ljiljane Rajaković. U subotu, 15. rujna, na stadionu Bare u Čitluku održan je atletske miting kojeg je uspješno organizirao novi športski kolektiv Atletski klub „Brotnjo“ iz Čitluka. Istoga dana posjećeni su kamene vinogradi u Blizancima, nakon čega je upriličeno svečano otvorenje manifestacije. Nakon otvorenja svi su gosti i uzvanici u velikoj dvorani KIC-a imali prigodu poslušati stručno predavanje iz



*Živjeli uz broćanska vina!*



*Tamburaši u Kamenim vinogradima*



*Središnji dio završne večeri na Broćanskom trgu*



*Svečani mimohod glavnom ulicom Čitluka*



## ... prošlogodišnji Dani berbe grožđa

područja vinogradarstva i vinarstva. Navečer je potpisana povelja o prijateljstvu između gradova Križevaca i Čitluka. Povelju su potpisali načelnik općine Čitluk Ivo Jerkić, a ispred grada Križevaca gradonačelnik Branko Hrg. Također je u hotelu Brotnjo u Čitluku potpisana povelja o prijateljstvu između HKUD-a „Brotnjo“ iz Čitluka i KUD-a „Ivan Kapistran-Adamović“ iz Čepina. Povelju su potpisali predsjednici društava uz nazočnost predsjednika općinskog vijeća i načelnika općine Čitluka, predstavnika općine Čepin te veleposlanika Republike Hrvatske u BiH dr. Josipa Vrbošića. U nedjelju 16. rujna u 17.00 sati prodefilirao je mimohod glavnom ulicom do Broćanskog trga gdje se odvijao središnji program manifestacije. U programu su sudjelovali: HKUD „Brotnjo“, KUD „Ivan Kapistran Adamović“ Čepin, HKUD „Kralj Tomislav“, KUD „Križevci“, KUD „Lisinski“ Našice, HLKUD „Sv. Ante“ Cim, HKUD „Dubrave“ Aladinići, HKUD „Radišići“, HKUD „Sv. Jare“, HKUD „Sitan tanac“ Šuica, KUD „Humski glas“ Neum, HKUD „Sv. Marko“ Klobuk, klapa „Prijatelji“ Ljuti Dolac, HKUD „Seljačka sloga“ Trebižat te mažoretkinje iz Turopolja i O.Š. Bijakovići. Po završetku programa kulturno umjetničkih društava zabava je nastavljena uz Hercegovačke bećare i grupu Baruni. Procjenjuje se da je prošlogodišnju manifestaciju posjetilo oko pet tisuća ljudi. Svim ljubiteljima Žilavke i Balatine, narodnih običaja i hercegovačke tradicije uopće, ovim putem upućujem poziv i želim dobrodošlicu na ovogodišnju najveću broćansku manifestaciju!



*Završna večer manifestacije*



*Koncert popularne glazbe*



*Vatromet*



★★★★  
**HOTEL  
VILLA REGINA**

88 266 Međugorje, BiH.  
Tel.: +387 (0) 36 651 808  
Fak: +387 (0) 36 651 809  
E-mail: [info@hotel-villaregina.com](mailto:info@hotel-villaregina.com)  
[www.hotel-villaregina.com](http://www.hotel-villaregina.com)

*Glazbeni dio programa*



# Ostale manifestacije u Brotnju

## Međunarodni festival mladih u Međugorju

**M**eđunarodni festival mladih utemeljen je prije osamnaest godina u Međugorju na poticaj pokojnog fra Slavka Barbarića s ciljem okupljanja mladih iz cijeloga svijeta u molitvi i pjesmi. U proteklih osamnaest godina ovaj festival je izrastao u najveću i najposjećeniju manifestaciju u Međugorju i svake godine okuplja između dvadeset pet i trideset tisuća mladih iz svih krajeva svijeta. Festival ima svoj stalni termin održavanja - počinje 31. Srpnja i traje do 6. kolovoza. Svake godine obrađuje se neka tematska cjelina iz Svetog pisma, a sudionici su međugorski vidioci, međugorski duhovnici te strani duhovnici i svjedoci obraćenja i izlječenja iz zemlje i svijeta. Program se održava svaki dan na vanjskom oltaru crkve sv. Jakova i počinje svako jutro molitvom u 9.00 sati te programom koji traje do 12.00 sati, a nastavak slijedi od 16.00 do 20.00 sati. Festival tradicionalno završava misom zornicom u 5.00 sati ujutro na brdu Križevac.



Sve informacije vezano za ovaj festival mogu se dobiti u uredu Turističke zajednice u Međugorju - tel.: +387 36 651 011), te uredu informacija župe Međugorje - tel.: +387 36 651 988, web adresa: [www.medjugorje.hr](http://www.medjugorje.hr)

## Dani fra Didaka Buntića

### ... ostale manifestacije u Brotnju

Od 2004. godine Župni ured Gradnići organizira znanstveno-kulturno-duhovnu manifestaciju Dani fra Didaka Buntića. Do sada su održane četiri takve, po sudu mnogih, uspješne i sadržajno bogate manifestacije. Dani fra Didaka Buntića posvećeni su istraživanju i promicanju lika i djela fra Didaka Buntića, velikog franjevca i humanista, profesora u gimnaziji na Širokom Brijegu (1895.-1919.), graditelja širokobriješke bazilike (od 1905.), prosvjetitelja širih narodnih masa (preko 16.000 nepismenih), borca za politička i sva druga prava naroda (zbog toga je bio i politički aktivan: predsjednik HNZ-e na Širokom Brijegu; zastupnik HPS-e u Skupštini u Beogradu), promicatelja gospodarskog uspona Hercegovine, provincijala Hercegovačke franjevačke provincije (1919.-1922.) i spasitelja sirotinje (oko 17.000 gladne djece raznih vjeroispovijesti i nacionalnosti). Do sada je na Danima fra Didaka Buntića sudjelovalo dvadesetak znanstvenika sa svojim znanstvenim radovima o životu i radu fra Didaka Buntića i o povijesnoj i kulturnoj baštini Brotnja i Hercegovine. Isto tako, na Danima je sudjelovalo desetak velikih zborova, nekoliko klapa i kulturnih društava iz BiH i Hrvatske te 80-tak mladih i nadarenih glazbenika (raznih nacionalnosti) iz glazbenih škola iz BiH i Hrvatske. Na Danima se razvija međudržavno povezivanje i suradnja glazbenih škola iz BiH i Hrvatske, što će naročito doći do izražaja ove godine. Osim glazbenih škola iz Sarajeva, Mostara, Tuzle itd., na Danima se predstavila i Glazbena škola Pavla Markovca iz Zagreba (bila je 2007. godine, a dolazi i ove godine s orkestrom i mješovitim zborom). Isto tako, ove godine dolazi i Glazbena škola iz Omiša. Na dosadašnjim manifestacijama sudjelovalo je 80-tak akademskih slikara i kipara (svake godine po 20-tak), koji su ostavili svoje radove u galeriji u Gradničima (sva djela su izložena u staroj crkvi). Napravljen je i otkriven spomenik fra Didaku Buntiću u Gradničima, djelo akademskog kipara Petra Dolića iz Zagreba. Dani fra Didaka Buntića osvježili su, dakle, uspomenu na znamenitog franjevca i probudili u narodu zanimanje za njegov život i djelo. Time je tek djelomice ispunjen smisao ove manifestacije, a njezin krajnji cilj je promidžba i življenje onih vrijednosti koje je promicao i živio fra Didak Buntić.



Sve informacije vezano za ovu manifestaciju mogu se dobiti kod: fra Marinko Šakota, župnik  
 Župni ured sv. Blaža Gradnići, 88260 Čitluk,  
 tel./fax. 642-006. 063-437-282, E-mail: marinko.sakota@tel.net.ba



# BARPEH

BARPEH d.o.o. Tromeda b.b., Čitluk, Bosna i Hercegovina  
 Tel/fax: + 387 36 650 100; e-mail: barpeh@barpeh.com



[www.barpeh.com](http://www.barpeh.com)

## Andrinje

### ... ostale manifestacije u Brotnju

Podrumi Andrija na Paoči svake godine 30. studenog na dan sv. Andrije organiziraju proslavu, odnosno vinsku manifestaciju. Utemeljitelj ove vinarije je pok. Andrija Ćorić pa je upravo stoga njegov imendan izabran za redoviti datum održavanja ove proslave. Poznato je da je sv. Andrija bio ribar i poljodjelac pa je dijelom i to razlog da ovi podrumi na taj dan pozovu sve svoje suradnike - poljoprivrednike i poslovne ljude na druženje uz najbolja vina ovih podruma, uz dakako, tradicionalna hercegovačka jela i specijalitete. Tog su dana ovi podrumi otvoreni za sve goste, ali uz prethodnu najavu. Dolazak na ovu manifestaciju možete ostvariti preko domaćih turističkih agencija ili izravno kontaktirajući organizatora, odnosno vlasnika ovih podruma.



Sve informacije vezano za ovu manifestaciju mogu se dobiti kod: Podrumi Andrija, Paoča b.b., 88260 Čitluk, tel: +387 36 643 102, faks: +387 36 643 231, E-mail: podrumi-andrija@tel.net.ba, www.podrumiandrija.com



## Kušanje mladog vina

Kušanje mladog vina tradicionalna je manifestacija koja je ujedno i završni dan kulturne manifestacije Dani Matice hrvatske u Brotnju, a održava se 3. studenog svake godine. Kako to i biva u broćanskom kraju, cijeloj Hercegovini i dijelom u susjednoj Dalmaciji, kuša se mlado vino i zatvaraju se bačve. Manifestacija je stekla popularnost visokom razinom postojane kvalitete i jedina je priredba takve vrste na području županije HNŽ. Gospodarska je i kulturno-umjetnička manifestacija tijekom koje se zaslugom vrijednih izlagača, prije svega vinara i organizatora, doprinosi očuvanju tradicije, običaja i kulturne baštine kraja u kojem živimo i koji nas svojom osobitom ljepotom i raznolikošću čini prepoznatljivima u svijetu. Tijekom izložbe javnosti se predstavljaju proizvodni od grožđa, potencijali malih poljoprivrednih gospodarstava, malih poduzetnika i svih onih koji proizvode različite prehrambene, uporabne i ukrasne proizvode ovog kraja. U sklopu izložbi održavaju se i prezentacije tradicijskog načina izrade nekih proizvoda, kao što su: bukare, stapovi, pletene košare, metle od šiblja, predena vuna, predmeti od drveta i kamena itd. Tijekom izložbi nastupaju kulturno-umjetnička društva što posjetiteljima omogućava izvorni doživljaj narodne pjesme i plesa u autentičnom ambijentu.



Sve informacije vezano za ovu manifestaciju mogu se dobiti kod: Matica hrvatska Čitluk, kontakt osoba: Andrija Stojić  
E-mail: andrija.stojic@tel.net.ba



**GARDENS**  
CLUB - RESTAURANT

www.medjugorje-gardens.com



# Brotnjo – vodeća turistička destinacija u BiH

*Piše: Krešimir Milićević, dipl. oec.*

Svake nam godine manifestacija Dani berbe grožđa daje prigodu da podsjetimo Brotnjake i Hercegovinu na činjenicu da se ovdje proizvode i piju najbolja Žilavka i Blatina te da je Brotnjo postalo turistička destinacija broj jedan u Bosni i Hercegovini. Kaže se da je turistička destinacija mjesto koje turisti i drugi posjetitelji posjećuju u većem broju i koja svojom opremljenošću omogućuje prihvat i boravak gostiju. Procjenjuje se da kroz godinu općinu Čitluk, odnosno Brotnjo posjeti oko milijun posjetitelja, a otprilike polovica njih koristi usluge smještaja, odnosno noćenja, dok dnevni posjetitelji koriste prvenstveno usluge hrane i pića te ostale sadržaje koji se nude na ovome području. Postanak i razvoj svake destinacije veže se za stupanj privlačnosti, odnosno atraktivnosti pa se postavlja pitanje što je to privlačno u Brotnju što ga izdvaja u tom pogledu od drugih mjesta. Ako pogledamo unatrag trideset godina, vidjet ćemo da je ukazanje Blažene Djevice Marije u Međugorju motiviralo brojne hodočasnike iz cijelog svijeta da dođu u ovaj kraj i na taj način potaknu stanovnike i one koji upravljaju općinom da planiraju i provode razvoj turizma u općini Čitluk. Danas općina Čitluk ima najviše smještajnih kapaciteta u okruženju (oko petnaest tisuća kreveta), prometno je dobro povezana i na taj način dostupna svakom hodočasniku, odnosno posjetitelju, te ima zasad dovoljno atrakcija i sadržaja koji motiviraju posjetitelje da dođu upravo ovdje. Jasno je da će Međugorje i njegovi duhovni sadržaji uvijek biti glavni motiv dolaska hodočasnika i turista u naš kraj, međutim, razvojem Međugorja počeli su se iskorištavati svi turistički resursi ovoga kraja te su se razvili neki posebni oblici turizma, od kojih treba prvenstveno izdvojiti agroturizam (vinska cesta) i športski turizam. Očito je da je turizam budućnost općine Čitluk. Osim što će pozitivno djelovati u gospodarskom smislu, vrlo će pozitivno djelovati i na sociokulturnu i demografsku sliku ovoga kraja. Ugošćavajući hodočasnike i druge posjetitelje, imamo prigodu puno naučiti o drugima i drugačijima, stvoriti međunarodna poznanstva i prijateljstva te postati dio uljuđenog svijeta. Gosti od nas s pravom očekuju gostoljubivost i vrhunsku uslugu. Manifestacija Dani berbe grožđa stoga je prava prigoda da pokažemo koliko držimo do svojih izvornih vrijednosti, običaja, tradicije i naših gostiju. Svim Brotnjacima želim dobar urod u njihovim vinogradima, a gostima lijepe i vesele dane u Brotnju, naravno uz našu Žilavku i Blatinu!



## Posebni oblici turizma u Brotnju

### ... Brotnjo – vodeća turistička destinacija u BiH

Svjetska statistička organizacija je radi boljeg praćenja turističkoga prometa napravila podjelu i odredila vrste turizma. Prema jednoj od tih podjela postoji: unutarnji, nacionalni i međunarodni turizam. Ova podjela je olakšala evidentiranje i praćenje turističkog prometa, kako na lokalnoj, tako na međunarodnoj razini jer se zapravo evidentira broj dolazaka i odlazaka, a ne broj osoba. Razvrstavanje je napravljeno najvećim dijelom zbog statističkog bilježenja doprinosa turizma nacionalnom gospodarstvu. Turističko-ugostiteljska poduzeća prate i evidentiraju broj ostvarenih noćenja jer su ostvarena noćenja pokazatelj iskorištenosti kapaciteta pojedinog turističkog subjekta. Često se događa da se pojmovi „vrste“ i „oblici turizma“ miješaju. Posebni oblici turizma isključivo su vezani za specifičnosti destinacije i za razvijanje ljudskih potreba pojedinca i određene uže ili šire zajednice, a vrste turizma su, kako je već rečeno, vezane za statistiku i evidenciju. Posebni oblici turizma su isključivo vezani za motive putovanja te aktivnosti i sveukupne sadržaje na tom putovanju. Ovi motivi i aktivnosti definiraju izbor destinacije potencijalnog turista, a destinacija iskorištavanjem svojih turističkih potencijala na način da se resursi pravilno valoriziraju i stave u neki turistički proizvod, oblikuje svoju turističku ponudu.

#### Hodočašća – religijska putovanja (vjerski turizam)

Još uvijek postoji dvojba je li hodočašće turističko putovanje ili nije? Ako gledamo s isključivo turističke strane, možemo zaključiti da motivi odlaska na hodočašće nisu vezani za osnovne turističke motive kao što su odmor, rekreacija (zdravlje) i zabava. Međutim, najveći dio hodočasnika na svom putovanju koristi prijevoz, smještaj i prehranu pa je upravo to jedna od važnijih dodirnih točaka između hodočašća i turizma zbog čega je i najvjerojatnije u novije vrijeme stvoren pojam „vjerski turizam“. Putovanja zbog vjerskih razloga mogu se svrstati među najstarije oblike putovanja, o čemu govori povijest turizma. Sve svjetske religije imaju svoja sveta mjesta koja prigodno posjećuju hodočasnici. Pojedine religije traže od svojih vjernika da barem jednom tijekom života posjete njihova najsvetija mjesta. Uobičajeno je da se „vjerski turizam“ razvio i da je usko vezan za područja u kojima se nalaze svetišta.



Sve informacije mogu se dobiti kod: Župni ured Međugorje, tel.: +387 36 651 333, faks: +387 36 651 444, [www.medjugorje.hr](http://www.medjugorje.hr)  
Turistička zajednica HNŽ - Ured Međugorje - tel./faks: +387 36 651 011, E-mail: [info@tzcitluk.com](mailto:info@tzcitluk.com)

### Međugorje – hodočasničko odredište u Brotnju

U kršćanskom (katoličkom) dijelu svijeta posebno su popularna Marijanska svetišta, kao što su Lourdes (Francuska), Fatima (Portugal), Guadaluppe (Meksiko) i u novije vrijeme Međugorje (Hercegovina). Motivi dolaska hodočasnika u ova svetišta isključivo su duhovne naravi. Hodočasnici u svetištima imaju definirane programe aktivnosti koje su najvećim dijelom vezane za duhovne sadržaje koje pojedina destinacija nudi.

U slučaju Međugorja, aktivnosti hodočasnika se svode na posjetu/obilaske molitvenih mjesta od kojih su najvažnija: crkva sv. Jakova, Brdo ukazanja i brdo Križevac. Zbog svoje specifičnosti i aktualnosti, većina hodočasnika nastoji imati izravan kontakt sa svjedocima (vidiocima) ukazanja Blažene Djevice Marije. Hodočašća u Međugorje počela su 1981. godine i većina aktivnosti hodočasnika na samom početku se ogledala kroz posjetu spomenutih mjesta. S vremenom se Međugorje počelo prepoznati kao svetište te su se počeli razvijati i drugi sadržaji koji imaju duhovni i/ili sličan karakter. Pored već spomenutih mjesta, danas Međugorje u tom smislu nudi i Vrt sv. Franje, Majčino selo, zajednicu Cenacolo I. i II., mjesto zvano Uskrnuće itd. Kao i drugi oblici, i vjerski turizam potiče razvoj raznovrsnih turističko-ugostiteljskih kapaciteta i sve usluge namijenjene ovom segmentu potražnje.



## Agroturizam u Brotnju



potražnja temeljena na njegovim individualnim potrebama i interesima. Suvremeni turist se okreće miru, uživanju u prirodi, želi stjecati nova znanja o području u koje dolazi, želi kvalitetu. Traži se nekoliko kraćih odmora kroz godinu pa pojedinci, obitelji i manje skupine različitih interesa mijenjaju izgled moderne turističke potražnje. Zbog svega ovoga, turističke su destinacije počele razvijati posebne oblike turizma koje je moguće razviti na njihovom području. Jedan od takvih oblika je i agroturizam. Prije godinu dana Turistička zajednica HNŽ-e kreirala je program Vinska cesta Hercegovine. Najveći dio ovoga programa otpada na općinu Čitluk, odnosno Brotnjo. Četrnaest broćanskih vinarija čine lokomotivu ovoga broćanskog turističkog proizvoda. Pored vinarija, elemente ponude čine i vinoteke, seoska domaćinstva, tradicionalna kuhinja, prirodne ljepote, stari gradovi, muzeji, galerije itd. Brotnjo je kroz povijest bilo izrazito poljoprivredni kraj. Kažu da je kolijevka vinogradarstva i vinarstva u Bosni i Hercegovini, a Žilavka i Blatina ovdje uspijevaju kao nigdje drugdje. Posjetom broćanskih vinarija, obiteljskih gospodarstava i korištenjem sveukupne ponude programa Vinska cesta, gost će puno naučiti o ovome kraju, steći nova poznanstva te uživati u miru i ljepotama ovoga mediteranskog područja. Čitlučko polje se prostire od Čitluka do naselja Čerin. Većim dijelom se nalazi pod vinogradima. Idući kroz polje, može se naići



## ... Brotnjo – vodeća turistička destinacija u BiH

Masovni turizam u okruženju i svijetu očito je dosegao svoj maksimum krajem prošloga stoljeća. Iako je sa sobom donio puno različitih pozitivnih utjecaja na sredine u kojima se turizam razvio, isto toliko je imao i negativnih učinaka. Prvenstveno se tu misli na narušavanje sklada prirode i čovjeka, gubitka izvorne ljepote okruženja, betonizacije najvrjednijih područja itd. Brz i stresan način življenja doveo je do toga da suvremeni turist više ne tolerira velike gužve i čekanja, nisku kvalitetu usluge, zagađen okoliš i negostoljubivost. Isto tako, zasićen je kolektivnim odmorima, rekreacijama, zabavom i obilascima pa je njegova

na različite zanimljive lokalitete kao što su: nekropole stećaka, stara groblja, izvori vode, bajori (brane) itd. Ideja Turističke zajednice je da se pokrene projekt izrade biciklističke staze kroz ovo polje. Staza bi vijugala između vinograda i povezivala bi navede zanimljive lokalitete. Izvedbom ovoga projekta otvorila bi se mogućnost ljubiteljima biciklizma za vožnju kroz prirodu, a broćanska vinska cesta bi dobila dodatnu kvalitetnu ponudu. Vjerujemo da će se ova ideja uspjeti realizirati.



# HERCEG

Etno Selo Medugorje



Selo izraslo iz kamena i stvoreno od kamena, nedaleko od znamenitog svetišta - Medugorje, u svom konceptualnom smislu obuhvaća sve sadržaje jednog tradicionalnog hercegovačkog sela.

Ovaj turistički kompleks s 50 objekata u ruralnom ambijentu i smještajnim kapacitetom od 60 postelja prostire se na 40.000 m<sup>2</sup>. Gostima, koji se opredijele na noćenje i boravak u ovom kompleksu biti će na raspolaganju visok komfor spojen s tradicionalnim detaljima: elegantan restoran s vinskim podrumom i bogatom enogastronomskom ponudom, suvenirnice s velikim izborom rukotvorina, mlinica, štale s domaćim životinjama, amfiteatar kao centar kulturnih zbivanja s velikom polivalentnom dvoranom kao i prekrasna kapelica u samom središtu sela. Etno selo Herceg predstavlja mjesto u kojemu ćete zaboraviti užurbanost svakodnevnice, mjesto koje će vas vratiti korijenima, mjesto u kojem se odmara duh i krijepi tijelo...



# Katalog broćanskih vina i vinskih proizvoda



Vrhunsko / High quality  
Žilavka Mostar 0,75 l



Vrhunsko / High quality  
Biatina 0,75 l



Vrhunsko / High quality  
Kameno 0,75 l



Vrhunsko / High quality  
Vranac 0,75 l



Vrhunsko / High quality  
Tvrčko 0,75 l



Kvalitetno / Quality  
Hercegovačka Biatina 0,75 l, 1 l



Kvalitetno / Quality  
Vranac 0,75 l



Kvalitetno / Quality  
Herceg 0,75 l

Proizvođač / Producer  
"Vinarija Čitluk" Čitluk

Adresa / Address  
Kralja Tomislava 28, 88260 Čitluk

tel.: 036 642 232  
fax: 036 642 400  
e-mail: vinarija.citluk@tel.net.ba  
web: www.hercegovinavino.com

Proizvođač / Producer  
Obiteljski podrum - Brkić

Adresa / Address  
Kralja Tvrtka 9, 88260 Čitluk

tel.: 036 640 192  
fax: 036 640 193  
GSM: 063 320 205  
e-mail: info@vino-brkic.ba  
web: www.vino-brkic.ba



Vrhunsko / High quality  
Biatina 0,75 l, 0,2 l



Vrhunsko / High quality  
Žilavka 0,75 l, 0,2 l



Linija vina proizvedena Sur-Lie tehnologijom  
Wines Line produced with Sur-Lie Technology  
Greda 0,75 l



Linija vina proizvedena Sur-Lie tehnologijom  
Wines Line produced with Sur-Lie Technology  
Greda 0,75 l



Loza  
Grapevine brandy 0,75 l



Vrhunsko / High quality  
Gangoš bijeli / white 0,75 l, 0,35 l, 0,20 l



Vrhunsko / High quality  
Gangoš crni / red 0,75 l, 0,35 l, 0,20 l



Vrhunsko / High quality  
Gangoš bijeli / white barique 0,75 l



Vrhunsko / High quality  
Gangoš crni / red barique 0,75 l



Gangoš pjenušac  
Gangoš sparkling wine 0,75 l



Gangoš loza  
Gangoš grapevine brandy 0,75 l, 0,375 l



Gangoš travarica  
Gangoš herb-flavoured brandy 0,75 l, 0,375 l



Vrhunsko / High quality  
Žilavka 1 l, 0,75 l, 0,20 l



Vrhunsko / High quality  
Biatina 1 l, 0,75 l, 0,20 l



Travarica, Loza / Herb-flavoured brandy,  
Grapevine brandy 1 l



Viljamovka / Pear brandy 0,70 l



Orahovača / Walnut brandy 0,75 l, 0,5 l



Extra loza  
Extra Grapevine brandy 0,5 l



Medovača  
Honey brandy 0,5 l

Proizvođač / Producer  
Monako 2000 d.o.o.

Adresa / Address  
Potpolje 51, 88260 Čitluk

tel.fax: 036 642 161  
GSM: 063 893 298  
e-mail: ostojic@hotmail.com  
web: www.monako2000-ostojic.tripod.com



Vrhunsko / High quality  
Žilavka Barique 0,75 l



Vrhunsko / High quality  
Biatina Barique 0,75 l

Proizvođač / Producer  
Podrum obitelj Prskalo - Paoča

Adresa / Address  
Paoča bb, 88260 Čitluk

tel.fax: 036 329 264  
GSM: 063 369 541



Vrhunsko / High quality  
Žilavka Paoča 0,75 l, 0,35 l



Vrhunsko / High quality  
Biatina Paoča 0,75 l, 0,35 l



Lozovača Paoča  
Grapevine brandy Paoča 0,50 l

Proizvođač / Producer  
"VITAL" d.o.o.

Adresa / Address  
Padalovina bb, 88260 Čitluk

tel.: 036 642 893  
fax: 036 642 333  
e-mail: sjuricic@gmail.com

**Proizvođač / Producer**  
**„PODRUMI ANDRIJA“ d.o.o.**

**Adresa / Address**  
 Paoča, 88260 Čitluk

tel.: 036 644 102  
 tel.fax: 036 643 102  
 GSM: 063 322 162  
 e-mail: podrumi-andrija@tel.net.ba  
 web: www.podrumandrija.com



Vrhunsko / High quality  
 Žilavka Barrique 0,75 l

Vrhunsko / High quality  
 Blatina Barrique 0,75 l

Vrhunsko / High quality  
 Rose Barrique 0,75 l

Vrhunsko / High quality  
 Žilavka Andrija 0,75 l, 0,20 l

Vrhunsko / High quality  
 Blatina Andrija 0,75 l, 0,20 l

Lozovača Andrija  
 Grapevine brandy Andrija 0,75 l & 1 l

Kvalitetno / Quality  
 Žilavka 1 l, 0,75 l

Kvalitetno / Quality  
 Blatina 1 l, 0,75 l

Kvalitetno Bijelo  
 Quality white wine 1 l, 0,75 l

Kvalitetno Crno  
 Quality red wine 1 l, 0,75 l

Vinski liker Andrija  
 Wine liqueur Andrija 0,375 l

**Proizvođač / Producer**  
**Obiteljski podrum**  
**Žarko Stojić - Matić**

**Adresa / Address**  
 Donji Hamzići, 88265 Čerin - Čitluk

tel.: 036 652 123  
 fax: 036 652 023  
 GSM: 063 327 730



Vrhunsko / High quality  
 Žilavka 0,75 l, 0,20 l

Loza / Grapevine brandy 1 l, 0,5 l

Vrhunsko / High quality  
 Blatina 0,75 l, 0,20 l

Vrhunsko / High quality  
 Blatina Barrique 0,75 l

Travarica  
 Herb-flavoured brandy 1 l, 0,5 l

Orahovača / Walnut brandy 0,50 l

Vrhunsko / High quality  
 Chardonnay 0,75 l

Extra loza  
 Extra Grapevine brandy 0,50 l

Vrhunsko / High quality  
 Cabernet sauvignon barrique 0,75 l

**Proizvođač / Producer**  
**Hercegovina produkt - Čitluk**

**Adresa / Address**  
 Gospodarska zona, 88260 Čitluk

tel.: 036 650 980  
 fax: 036 650 920  
 e-mail: hercegovina\_produkt@tel.net.ba  
 web: www.hercegovinaprodukt.com



Vrhunsko / High quality  
 Žilavka 0,75 l

Vrhunsko / High quality  
 Blatina 0,75 l

Kvalitetna / Quality  
 Žilavka 0,75 l, 1 l

Kvalitetna / Quality  
 Blatina 0,75 l, 1 l

Kvalitetni / Quality  
 Samotok 0,75 l, 1 l

Kvalitetni / Quality  
 Samotok 0,75 l, 1 l

Loza / Grapevine brandy 1 l

Loza Extra / Grapevine brandy Extra 0,5 l

Loza Extra / Grapevine brandy Extra 0,2 l

Travarica / Herb-flavoured brandy 1 l

Travarica Extra  
 Herb-flavoured brandy Extra 0,5 l

Travarica Extra  
 Herb-flavoured brandy Extra 0,2 l

Viljamovka / Pear brandy 0,5 l

Viljamovka / Pear brandy 0,2 l

Breskovača / Peach brandy 0,5 l

Breskovača / Peach brandy 0,2 l

Kajsijevača / Apricot brandy 0,5 l

Kajsijevača / Apricot brandy 0,2 l

Orahovača / Walnut brandy 0,5 l

Orahovača / Walnut brandy 0,2 l

Cherry extra 0,5 l

**Proizvođač / Producer**  
**Vinarija Stankela d.o.o.**

**Adresa / Address**  
 Vasilji bb, 88266 Medugorje

tel.: 036 651 042  
 fax: 036 651 460  
 e-mail: international@tel.net.ba  
 web: www.international-medjugorje.com



Vrhunsko / High quality  
 Žilavka Medugorje 0,75 l, 0,375 l & 0,20 l

Vrhunsko / High quality  
 Blatina Medugorje 0,75 l, 0,375 l & 0,20 l

Ekstra loza  
 Ekstra Grapevine brandy 0,50 l, 0,10 l

**Proizvođač / Producer  
Podrum - Sivrić**Adresa / Address  
88266 Međugorjetel. fax: 036 651 106  
GSM: 063 323 953  
e-mail: info@sivric.net  
web: www.sivric.netVrhunsko / High quality  
Međugorska Žilavka 0,75 lVrhunsko / High quality  
Međugorska Blatina 0,75 lVrhunsko / High quality  
Međugorska Ruža 0,75 lVrhunsko / High quality  
Floria 0,75 lKvalitetna / Quality wines  
Žilavka 0,75 l, 0,20 lKvalitetna / Quality wines  
Blatina 0,75 l, 0,20 lMeđugorska Loza  
Međugorje Grapevine brandy 0,5 lLozovača  
Grapevine brandy 1 lMeđugorska Travarica  
Međugorje Herb-flavoured brandy 0,5 l**Suvenirna pakiranja  
Souvenirs packings****Proizvođač / Producer  
Obiteljski podrum Rozić**Adresa / Address  
Selišta bb, Kruševo, 88209 Mostartel.: 036 486 286  
fax: 036 644 441  
GSM: 063 319 535Vrhunsko / High quality  
Misno vino Žilavka 0,75 l, 0,375 lVrhunsko / High quality  
Misno vino Blatina 0,75 l, 0,375 lLozovača  
Grapevine brandy 0,75 l, 1 lVišnjevača  
Cherry brandy 0,75 l, 1 lOrahovača  
Cherry brandy 0,75 l, 1 l**Proizvođač / Producer  
Podrum Odak**Adresa / Address  
Odaci bb, 88260 Čitluktel.: 036 656 089  
GSM: 063 324 398Vrhunsko / High quality  
Žilavka 0,75 l i 0,25 lVrhunsko / High quality  
Blatina 0,75 l i 0,25 lVrhunsko / High quality  
Blatina 0,75 l i 0,25 l

Loza - butelja / Grapevine brandy - bottle 0,50 l



Travarica - butelja / Herb-flavoured brandy - bottle 0,50 l

Vrhunsko / High quality  
Blatina Barrique 0,75 lVrhunsko / High quality  
Blatina 0,75 lVrhunsko / High quality  
Žilavka 0,75 l**Proizvođač / Producer  
Pur Martin Buntić**Adresa / Address  
Miletina, 88266 Međugorjetel.: 036 651 138  
GSM: 063 377 073  
e-mail: obzor.medjugorje@tel.net.ba  
web: www.obzor.medjugorje.tel.net.baVrhunsko / High quality  
Žilavka 0,75 lVrhunsko / High quality  
Blatina 0,75 lVrhunsko / High quality  
Blatina Barrique 0,75 l

Loza / Grapevine brandy 0,75 l



Travarica / Herb-flavoured brandy 0,75 l



Orahovača / Walnut brandy 0,75 l



Višnjevača / Cherry brandy 0,75 l

**Proizvođač / Producer  
AG Međugorje**Adresa / Address  
88266 Međugorjetel.: 036 651 210  
fax: 036 651 792  
e-mail: grgovasilj@vinoag.com  
web: www.vinoag.comVrhunsko / High quality  
Carska Žilavka 0,75 lVrhunsko / High quality  
Carska Blatina 0,75 lVrhunsko / High quality  
Carska Blatina barrique 0,75 lVrhunsko / High quality  
Žilavka Međugorje 0,75 l i 0,20 lVrhunsko / High quality  
Blatina Međugorje 0,75 l i 0,20 l

Međovača / Honey brandy 0,20 l, 0,50 l



Loza / Grapevine brandy 0,20 l, 0,50 l



Travarica / Herb-flavoured brandy 0,20 l, 0,50 l

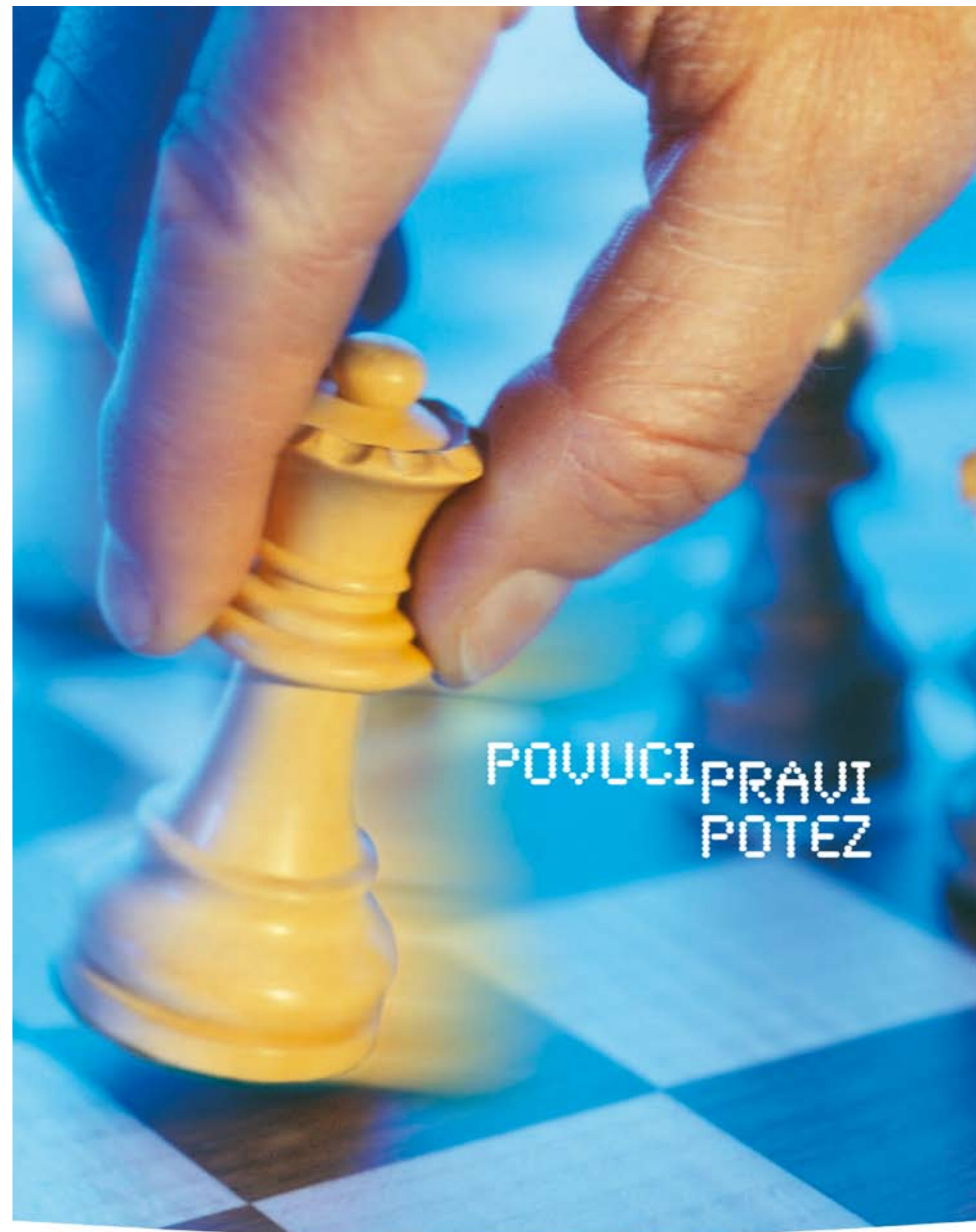
Ši-Loz (likier od šipka)  
Pomgranate liqueur 0,20 l, 0,50 l**Proizvođač / Producer  
Vinogradi Nuć d.o.o.**Adresa / Address  
Crnopod bb, 88320 Ljubuškitel.: 039 849 515  
faks: 039 849 505  
GSM: 063 324 398  
e-mail: info@vinogradinuic.com  
web: www.vinogradinuic.com

## Športski turizam u Brotnju

### ... Brotnjo – vodeća turistička destinacija u BiH



Zbog svog zemljopisnog položaja, blage mediteranske klime i većeg broja sunčanih dana kroz godinu, područje Brotnja je idealno za razvoj športskog turizma. I prije tridesetak godina profesionalne nogometne ekipe s istoka i sjevera dolazile su u Brotnjo tijekom zimskih dana radi priprema za proljetni dio natjecanja. To je bio signal broćanskim poduzetnicima za ulaganje u športsku infrastrukturu. Najdalje je u ovome otišao Športsko rekreacijski centar Circle International u Međugorju. U sklopu ovoga centra nalazi se nekoliko nogometnih i malonogometnih stadiona, dvorana, fitness centar, otvoreni i zatvoreni bazeni, teniski tereni te smještajni i objekti za prehranu. Ove uvjete su već prepoznale brojne nogometne i druge profesionalne ekipe pa se većina njih redovito vraća i koristi ove sadržaje. Općina Čitluk posjeduje još i gradski nogometni stadion na kojem se nalazi i atletska staza, gradsku športsku dvoranu te niz teniskih i malonogometnih terena. Nema nikakve sumnje da će se športski turizam u Čitluku i dalje razvijati, a gosti i stanovništvo će imati spremne izvrsne uvjete za rekreaciju i profesionalne treninge.



**GRAF**  **TISAK**

[www.grafotisak.com](http://www.grafotisak.com)

# Zaboravljeni okusi

*Piše: Branimir Penava, dipl. oec.*

**N**aši su se preci hranili blagodatima prirode, uzgajali stoku i perad živeći u okruženju mirisnih autohtonih biljaka i začinskih trava. Kuhali su, pekli, pripravljali peke i koristili domaće proizvode, te tako preživljavali. Živjeli su izvorno i može se reći zdravo.

Hercegovina se u gastronomskom smislu nalazi u okvirima mediteranske kuhinje. Naši stari su ovisili o prirodnim resursima koji su ih okruživali (vinova loza, smokve, masline...). Kamen i krš je odlika krajolika u kojem je trebalo preživjeti uz jela koja bi mogli nabrojati na prste jedne ruke, a to su: divlje zelje, raštika, kupus, pura u svim kombinacijama i naravno u vrijeme blagdana se iznese štogod "za narezati", čime u to vrijeme gastronomija doživljava svoj vrhunac. Plodove godišnjih doba u kojima je priroda velikodušna, trebalo je sačuvati za škrte zimske mjesece u doba kad nije bilo hladnjaka i zamrzivača. Na stari način konzervirane dostupne namirnice danas se može doživjeti u okusima suhe svinjetine (pršut, pečenica, ribica), ovčetine, suhih smokava i čuptera.

Janjetina je uvijek u siromašnim krajevima bila posebno cijenjena. Mlado janje spravljalo se u posebnim prilikama - za vjenčanja, krštenja, Uskrs itd. Danas je u cijelom našem kraju janje ostalo simbolom žrtve i očekuje se da cijenite kad vas netko njime ponudi. Uglavnom se sprema na ražnju, a rasprave znalaca kako ga treba pripremiti i okretati, na kojim drvima peći i čime ga premazivati mogu trajati satima. Neupitno je da janjetina predstavlja vrhunac gastronomske ponude autohtone gastronomije ovog kraja, ali, zahvaljujući tim jelima kod kojih se punoća okusa miješa s maštovitošću posluživanja, Hercegovina će ostati oaza okusa gastronomije prošlih vremena.



## Jednom Brazil - uvijek Brazil!

### Brazil

neto 200 g e

neto 1000 g

**EUROVIP**

[www.eurovip-brazil-kava.com](http://www.eurovip-brazil-kava.com)



# Seoske igre

Ilustracije: Ana Tolić, dipl. inž. arh.  
Božana Rupčić, akad. graf.

## Tura - bacanje kamena ispod ruke

Da bi se vratile ovce iz neželjenog smjera ili one koje su se odvojile, čobani su bacali kamen pa su se izvještali daleko baciti „škrilj“ ispod ruke. Uzimali bi lagan kamen koji je morao biti u obliku elipse i tanak. „Škrilj“ se uzimao u ruku pa bi ga bacač namjestio između palca, kažiprsta i srednjaka i pod kutom od 45 stupnjeva vinuo u dalj. Neki su znali dobaciti kamen na udaljenost i do 150 metara.



## Povlačenje kuke

Dvojica momaka stave srednji prst desne ruke jedan uz drugog i uhvate se „kuke“, zatim se potežu, a pobjednik je onaj koji povlačenjem uspije protivniku ispružiti prst. Slično je povlačenje „grebe“, ali se u ovom natjecanju povlači tako što se uhvati za poluskupljenu šaku, koja se nastoji otvoriti.



## Gradanje

Igra se s 2 ili 4-6 igrača. Prava muška igra koja se igra na otvorenom izvan sela. Svaki igrač napravi „kulinu“ (čulak, gomilicu) od 3 kata (3 kamena jedan na drugom) na udaljenosti jedan od drugog oko 20-30 metara. Po redu se gađa protivnička „kulina“ s obično dogovorena tri gađanja kamenom. Kada igrač sruši protivnikovu „kulinu“, brzo trči na to mjesto gdje je sad gazda, a protivnik bježi dalje i gradi novi „čulak“. I sve tako dok ne padne noć ili im ne dosadi. Igrači napreve i po nekoliko kilometara trčeći jedan za drugim.

## Potezanje klipa

Ovim natjecanjem momci su pokazivali snagu i vještinu curama i cijelom selu. Za natjecanje se uzimao komad okruglog drveta dužine 60-70 cm, a dvojica momaka (protivnika) sjeli bi jedan nasuprot drugom. Sudac bi pazio da se ruke rasporede ispravno, tj. da se klip obuhvati ispravno, a noge se stopalima moraju upirati jedna na drugu. Na sučev znak počinje povlačenje. Pobjednik je onaj tko protivnika nadvuče, tj. povuče prema sebi i pritom ga podigne iz sjedećeg položaja.



# ŠAKOTA d.o.o.



**ŠAKOTA d.o.o.**  
Gospodarska zona b.b.  
Međugorje - Čitluk  
Tel., Faks: +387 (0) 36 651 732  
GSM: +387 (0) 63 320 592  
E-mail: sakota@tel.net.ba

Ovlašteni zastupnik za:

**MECCANICA BENASSI  
GOLDONI  
LOMBARDINI  
IMOVILLI POMPE**

*Servis i rezervni dijelovi*

# Ganga

“Gango moja iz starih vremena,  
Ti si nikla sama iz kamena”.

*Piše: don Dragan Filipović*

**R**ekao bih da ovi stihovi gange u sebi kriju, ali i govore mnogo toga o narodnom pjevanju koje razumijevamo pod pojmom ganga. To je dvoglasno pjevanje zbog toga možemo reći da je ganga višeglasno pjevanje, iako se mnogi ne slažu s time. To je i baštinjeno pučko pjevanje u kojem jedan glas pjeva riječi stiha, a drugi glas prati pjevača priginjajući. Onaj koji priginje ne mora biti sam. Može biti više pjevača, gangaša, koji unisono prate (priginju) pjevača. Stih gange obično je deseterački rimovani dvostih.

**Ganganje** je središnja dionica napjeva, kajde koja počinje ulaskom gangaša u pratnju, priginjanje. Tu središnju dionicu možemo nazvati još i recitativom, no ona ne bih išla do kraja pjesme, gange. Sam kraj možemo nazvati nekom vrstom kadence, koja je drugačija u muškoj i ženskoj gangi.

**Gangaš** je čovjek koji pjeva gangu. Ta riječ više označava čovjeka (grupu ljudi – gangaša) koji priginje, prati onoga koji započinje pjevati gangu, onoga koji izgovara, pjeva tekst.

**Gangat** jednostavno znači pjevati gangu, bolje priginjat.

**Priginjat** znači pratiti pjevača određenim ili neodređenim samoglasnikom (a, o, ao, ae, e). Ta pratnja (priginjanje) počinje nakon što pjevač započne i otpjeva prvi stih (polustih) i traje do kraja napjeva. Priginjanje se postiže na poseban način. Upotrebljava se stražnji dio govornog sustava (meko nepce i stražnji dio jezika). Gangaš sužava i širi prolaz zračnoj struji na granici grkljanske i usne šupljine. Slušatelju se čini da gangaš pokušava artikulirati novi glas, dva vokala u „staviti zajedno“. Na taj se način mijenja visina glasa pa se čini da i intonacija „varira“.

**Ukras** može biti jedan slog ili više njih koji nemaju značenje ( a, oj, ri, la, ej - ej ). Ti ukrasi nisu dio izvornog teksta (dvostih).

**Tremolo** je višekratno trenutno priginjanje. To je ukras kojim se služe poneki, rijetki gangaši jer ga nije lako izvesti.

**Uzvik** su riječi, rječice, riječ koja nije dio stiha u izvornom govornom obliku. To je jedna eksklamacija, uzvik, povik ubačen unutar napjeva za vrijeme samog pjevanja napjeva (gange).

**Završetak**, recimo kadenca, kretanja je glasova na zadnjem slogu stiha. Taj završetak Ivan Glibotić je nazvao „ružni zavretak“, što je zanimljivo je makar se u potpunosti s njim i ne slagali. Tako navodi: „Nakon Prvog svjetskog rata još je nešto ušlo u ovo pjevanje: ružni završetak. Prije je dvopjev završavao disonancijom sekunde, kao i u otkanju. I prije nego se uvelo ganganje. Međutim, najedanput se počelo završavati ovako: posljednji slog bi skliznuo za nekoliko tonova i momci bi, kao čovjek kad se napije dobra vina pa se otrese, izgovorili kreštavim glasom taj slog u glisandu ili portamentu, kako bi se izrazilo glazbenim rječnikom. To su uveli bahati momci u piću i tako ostalo. Na žalost! Da je tomu tako, dokaz je žensko pjevanje. Ženske ne prave te ružne kadence, nego završavaju u čistoj i lijepoj sekundi, a tako su prije činili svi. Stoga je daleko ljepše žensko ganganje od muškog... Kad bi se ispravili ružni završeci, možda bi i stranci radije slušali gangu.“

U najširem smislu riječi ganga je nastala u ruralnoj sredini. Rađa se i razvija na selu, polju, brdu, kamenu... U topografskom smislu možemo reći da je njezina kolijevka Dalmatinska zagora – područje Imotskog. Njeno ganganje, pjevanje može se čuti u svim selima Imotske krajine i Hercegovine pa tako naravno i u Broćanskom kraju. Govori se da je iz Imotskog prenesena u Hercegovinu u drugoj polovici 19. st., no vjerojatno je



to bilo puno ranije jer je svakodnevni život vezao Hercegovce i Imočane. Veže ih podneblje, kamen, bura... ti si nikla sama iz kamena. Možemo reći da najdotjeraniji uzorak tog pučkog stvaralaštva imamo oko Imotskog i Posušja.

Ne možemo sa sigurnošću ustvrditi po čemu je ganga dobila ime. Svakako, ime je vezano uz albansku riječ gang, što znači pjesma, veselje, zabava... Narod smatra da naziv dolazi od toga što oni koji prate glavnog pjevača, najčešće i ne znajući stihove niti znajući koje će stihove u datom trenutku početi, jednostavno prate, pjevaju: gan, gan, gan... Postoji, također i mišljenje da je ganga dobila ime po zvuku gusala: gun, gun, gan, gan... što ne možemo posve isključiti. Ako u svom sjećanju oživimo zvuk gusala i vizualno rad prstiju guslarove lijeve ruke, onda ćemo zaključiti da guslar imitira ili pokušava imitirati, gangu i gangaše. Za pretpostaviti je da ljudski urođeni i najsavršeniji instrument glas prije počeo pjevati gangu, nego što je ljudski nesavršeni proizvod gusle počeo gusliti, stoga je logičnija pretpostavka po čemu je ganga dobila ime.

Ganga je podneblje, stav, mentalitet, karakter, kamen, ogledalo života... Ganga je zapravo stav pojedinca, ali i grupe prema životu, onome što život donese i svemu onom što se u njemu očituje. To znači da je tematski raspon gange jako širok. No ipak možemo izdvojiti dva, tri područja s kojima se ganga najviše bavi. To je ljubav, kao i problem ljubavi u svim njezinim oblicima od „idilike do erotike“. Ganga ima (ponekad, ne uvijek)

i svoj rječnik koji se ne nalazimo u drugim narodnim umotvorinama, a to je izričaj koji može biti dosta vulgaran. Ganga nema „specijalnu“ prigodu u kojoj bi se pjevala. Jednostavno se pjeva kad u čovjeku proradi „sila“ da zapjeva. Najčešće to nije nikakav vanjski povod. Ganga je vrisak, uzvik, povik mladog junaka „siledžije“, „sirove snage“, ali i uzvik radosti, zadovoljstva usred tišine polja, vinograda, šume, pejzaža... Ganga je i dokazivanje na „pijanim dernećima“. Ništa nije tvrde od ovog našeg krša i kamena. Ni u glazbi ništa nije tvrde i disonantnije od sekunde i baš u toj sekundi ganga zvuči (strši) i završava. Ganga je i jauk, vapaj, zapomaganje zbog teškog i tegobnog života kojeg je prošao čovjek ovih surih, škrtih prostora i preteške povijesti koju je teško živio i još teže preživio. Zato se ganga može čuti na sprovodima kao prkos smrti, ali i u junačkim pjesmama kao pohvala pobjedi.

I zaključit ću, aludirajući na misao i upit gosp. Šime Čaglja: “Ima li ganga šanse da se održi?”

Ima li ganga šanse da preživi, da se održi pred navalom svega i svačega što ruši tradicionalno? Kad odgovaramo na ova pitanja moramo voditi računa o samoj domovini gange, o mentalitetu kraja u kojem živi, o sposobnostima njezinih baštinka za čuvanje tradicionalnih vrijednosti. I imajući upravo to u vidu, možemo ustvrditi da ona ima izgleda za opstanak. Čovjek se može promijeniti izvana, ali dok bude kamene mjesečine i bure, dok bude rakije i vina, dok bude u domovini gange sablasnih zimskih vjetrova što ogoljuju kamen, dok bude povratka junaka u kasno u noć... eto nadahnuća, inspiracije i razloga da se zaori ganga u Brotnju i njegovu okruženju i to snažno i zvonko, sutra kao danas i jučer.

# Zemljopisna obilježja Brotnja

*Piše: Vinko Brčić, prof.*

## Položaj i veličina

U zemljopisnom pogledu Brotnjo je plodna krška zaravan, smještena na jugozapadnom djelu BiH, južno od Mostara, na udaljenosti od 15 km. Brotnjo predstavlja izdvojenu manju zemljopisnu cjelinu, koja se gotovo u cjelosti podudara s teritorijem općine Čitluk u BiH. Granice srednjovjekovnog Brotnja bile su nešto šire od današnjih okvira, a prostirale su se od sela Buhovo na zapadu do rijeke Neretve na istoku. Sjeverna granica srednjovjekovnog Brotnja dopirala je do Mostarskog blata, a južna do sjevernih granica današnjih općina Čapljina i Ljubuški. U povijesnim izvorima u srednjem vijeku rabio se naziv

Bročno, a u turskom razdoblju postupno prevladava naziv Brotnjo, naročito od sredine 18. stoljeća. Čitluk spada u red najmlađih općina u BiH. Osnovan je 1. rujna 1955. godine. Njegovo područje je pripadalo kotarima: Mostar, Ljubuški, Lištica i Čapljina. Osnivanjem općine stvorena je današnja društveno-politička i ekonomska cjelina koja obuhvaća izdvojeni prostor starog Brotnja. Općina zauzima površinu od 181 km kvadratni na kojem je živjelo prema popisima iz 1981. godine 14101 stanovnik, a prema popisima iz 1991. godine 15 083 stanovnika. Prema procjenama danas (2008.) u Brotnju živi oko 17 500 stanovnika.

## Podrijetlo imena Brotnjo

## ... zemljopisna obilježja Brotnja



Podrijetlo imena Brotnjo teško je objasniti. U dosadašnjoj povijesnoj i jezikoslovnoj kulturi bilo je pokušaja razrješenja ovog pitanja. Postoji više prijedloga, ali niti jedan nije posve usvojen. Najčešća je u optičaju izvedba imena iz naziva imena biljke broć (*Rubia tinctorum*), koja raste na području Brotnja i daje boju za bojenje sukna. Iz naziva imena biljke broć izvode se i nazivi sela Broćanac (jedno kraj Posušja, a drugo kod Neuma), istog je postanja i naziv sela Brotnjice u Konavlima. I danas se broća može naći na nekim prostorima, a u Brotnju je poznat lokalitet Broćine jame. Riječ broć ima podrijetlo u staroslavenskim riječima broštl i brožd. Prema jednom od tumačenja naziv

Broćno (Brotnjo) izvodi se iz grčkih riječi tinos, što znači trs, čokot i riječi brio, što znači zelenjeti, klijeti pa njihovim stapanjem nastaje riječ briotonos, iz koje se može izvesti naziv Broćno. Treće tumačenje naziva Broćno je izvođenjem iz talijanske riječi brocco što znači trs. Također postoji mogućnost da naziv Broćno potječe od osobnog imena Brochina (Broćina), koje se nalazi u latinskom natpisu iz Narone u Vidu kod Metkovića. Prvi pisani spomenik Brotnja nalazi se u povijesnom Dubrovačkom arhivu i to u dokumentu od 14. svibnja 1306. godine. Dokument opisuje Brotnjo kao mjesto gdje se održavala trgovina između bosanskih i dubrovačkih trgovaca. Iako se sa sigurnošću ne zna točno podrijetlo imena Brotnjo, ipak se smatra da je ime nastalo po biljci broć, koja se danas nalazi na grbu općine Čitluk.

## Klima (podneblje)

Na klimu Brotnja utječe njegov zemljopisni položaj i morfološke osobine prostora. Brotnjo je jedan od krajeva BiH za koji se može reći da ima submediteransku klimu s blagim kišnim zimama i toplim suhim ljetima. Blage zime i topla ljeta omogućavaju život biljkama kao što su vinova loza, smokva, badem, marelica, orah, breskva, šipak (nar). Broj sunčanih dana je znatno veći od kišnih i količina svjetla izražena u satima iznosi oko 2340 sati na godinu, zbog čega je prosječna godišnja temperatura od 12,20C do 15,30C (siječanjaska 50C te srpanjska

250C). Prosječna godišnja količina padalina iznosi oko 1500mm (maksimalna u prosincu 271mm/m<sup>2</sup>, a minimum u kolovozu 33mm/m<sup>2</sup>). Budući da je Brotnjo vinogradski kraj, ta je količina dostatna za uzgoj vinove loze. Jesenji mjeseci su topliji od proljetnih. Nepovoljna strana današnje klime ogleda se u tome što najvećoj toplini odgovara najmanja količina padalina, a za poljoprivredu je poželjan obratan odnos. Od velikih jesenskih i zimskih kiša stvaraju se potoci, nabujaju rijeke, dolazi do poplava, a krška se polja pretvaraju u jezera. Međutim, Brotnjo je siromašno izvorima, vrelima

i vodenim tokovima, osim rijeke Neretve koja protječe istočnom granicom općine Čitluka (Brotnja) i povremenog toka Lukoća kojim je nekada tekla čista kišnica odnoseći vodu s Čitlučkog polja (u zimskom periodu godine). Danas je Lukoć zagađen otpadnim vodama iz Čitluka i okolnih naselja. Na područje Brotnja pušu dva vjetrova i to bura i jugo. Bura je sjeverni i sjeveroistočni vjetar, puše uglavnom u zimskom periodu godine. Bura je hladan i suh vjetar, velike brzine koji naročito u jesen, zimu i proljeće donosi zdravu i čistu atmosferu. Jugo je topao i vlažan vjetar manje brzine koji puše od južnog kvadranta, odnosno od pravca Jadranskog mora. U jesen i zimu donosi velike količine kiše, puše po nekoliko dana i tek poslije pljuskova prestaje. Naročito je koristan ljeti jer rashlađuje ljetnu vrućinu i donosi kišu djelujući povoljno na životinje, vegetaciju i samog čovjeka. Postoji još i vjetar zamorac ili posunčanik, kako ga narod zove, puše u poslijepodnevnim satima ljeti i vrlo je ugodan.



## Reljef

Reljef Brotnja rezultat je složenih procesa, unutarnjih i vanjskih sila u prošlosti Zemlje. Nastao alpskom orofenezom u oligocenu, a konačno u današnjem izgledu u kvartaru u aluviju. U geološkoj građi i sustavu stijena Broćanske zaravni prevladavaju vapnenci i dolomiti. Proces reljefnog demolanja odredio je topografiju reljefa, tj. odnos između vapnenačke krške zaravni, vapnenačkih grebena, malih polja u kršu i doline Neretve. Sve ove cjeline, izuzev doline Neretve, imaju dinarski pravac pružanja, a pros-

tor Brotnja se od sjeverozapada blago spušta ka rijeci Neretvi, a isto tako od sjevera prema jugu. Područje Brotnja na sjeveru doseže do uzvišenja planine Trtle i Ozrena, na jugu do Male i Velike Crnice, istočno je određena dolinom rijeke Neretve, a na zapadu i jugozapadu krajnja sela su Hamzići, Mostarsko Cerno i Miletina. Najniže točke u Brotnju su na jugoistočnom djelu u području doline Neretve i kreću se od 15 m nadmorske visine do najviše 690 m nadmorske visine na brdima Ozren i Trtle na sjeverozapadu. Ipak, najveći dio Broćanske zaravni nalazi se na nadmorskoj visini od 150 m do 250 m nadmorske visine od juga prema sjeveru.

## Tla, flora i fauna

Najrašireniji tipovi tla na području Brotnja su mineralno-karbonatna tla, tj. obojeni tipovi - crvenica i smeđa tla. Najmlađa fluvijalno-aluvijalna tla nalazimo u dolini rijeke Neretve, a imamo i erodiranih tala. Ova tla su najpovoljnija za uzgoj vinove loze na području Brotnja, a posebno čuvenih sorti: Blatine i Žilavke, po čemu je Čitluk poznat u svijetu. Klima, tlo i nadmorska visina odredili su floru i faunu na krškoj Broćanskoj zaravni. Prostor Brotnja leži u submediteranskoj niskoj Hercegovini, a dolinom Neretve je otvoren utjecaju mora. Upravo ti čimbenici su odredili i vegetaciju Brotnja. Visoke ljetne temperature uvjetuju razvoj mediteranskih biljnih vrsta, a znatno hladnije zime ograničavaju život zimzelenih mediteranskih vrsta. Umjesto njih razvila se submediteranska vegetacija. U Brotnju prevladava zimzelena vegetacija te se živopisnost krajolika održava tijekom cijele godine. Ovo drveće spada u crnikine šumame koje se ističu zelenilom svojeg lista. Crnika je glavno drvo šume, a pored nje nalazimo i igličastu smreku, lovor i božikovinu. Potiskivanjem šume crnike nastala je makija (šikara) koja je sastavljena od istih vrsta. Ovaj zeleni dekor djeluje osvježavajuće na turiste koji borave u Brotnju (osobito u Međugorju), ali i okolnih krajeva za vrijeme velikih ljetnih vrućina, a i zimi. Od listopadnih šuma prevladava hrast medunac, bijeli grab, crni jasen, cer, a u sloju grmlja nalaze se često drijen i tilovina. Od endemskih vrsta izdvaja se šipak (nar). Atrakciju također predstavljaju sa svojim cvijetom i kadulja, zanovjet, vrisak i drača. Kad bi čovjek gledao s visine, vidio bi šareni sag Brotnja, koji čini broćanski krajolik romantičnim. U proljeće se najprije vidi krajoliki žut od zanovjeti, kasnije post-

## ... zemljopisna obilježja Brotnja

ane plav od kadulje, zatim bijel od vriska te žutosmeđ od drače. Miris cvijeća i svježina zraka djeluju povoljno na ljudski organizam. Viju se slojevi pčela od kojih se dobiva čuveni ljekoviti med iznad svakog cvijeta. Još jedan plod koji je vrlo ukusan i tražen i po kojemu je Brotnjo poznato je smokva. Uzgaja se uglavnom za osobnu potrošnju, ali se njeni plodovi, suhi ili svježi, mogu naći na tržnicama ili u trgovinama. Ne mogu se zaobići niti badem, orah, višnja, trešnja, praska, murva, šljiva, kajsija, a postoje i divlje vrste voća tzv. šumskog voća, kao što su drin, kupina, trnina, glog itd. Osim autohtone vegetacije postoje biljne kulture koje je čovjek donio i uz pomoć plodne podloge i podneblja stvorio od njih pravu rijetkost. Poznati hercegovački duhan (Nicotinum tabacum), koji po svojoj kvaliteti spada među najbolje u svijetu. No, ta se biljka zbog gospodarske neisplativosti zadnjih godina proizvodi u zanemarivim količinama. Ono po čemu je Brotnjo poznato su čuvena broćanska vina - Žilavka i Blatina. Ove loze uspijevaju samo u niskoj Hercegovini zahvaljujući njenoj podlozi i ugodnoj submediteranskoj klimi. U Brotnju se od davnina živjelo od proizvodnje grožđa, vina i duhana. Rijetke su obitelji bez vinograda, odnosno one koje se izravno ili neizravno ne bave vinogradarstvom. Biljni i životinjski svijet mediteranske regije prilagođen je kamenitom tlu i mediteranskom podneblju s ljetnim žegama i vlažnim jesenima, blagim zimama i jakim vjetrovima. Biljke i životinje čine neraskidivu zajednicu koju nazivamo biocenozom. Ova regija je stanište zeca, lisice, jazavca i mnogobrojnih ptičjih vrsta te ljutih i otrovnih zmija šarke i poskoka.



# ZU & RIC

[www.zu-ric.com](http://www.zu-ric.com)

## SUPERMARKET HAPPY CASA

Happy casa supermarket vas poziva  
Postanite članovi Happy cluba  
Sakupljajte bodove  
Ostvarite popuste



## VELEPRODAJA

Posjetite [www.zu-ric.com](http://www.zu-ric.com)  
imamo sve za



## PROIZVODNJA



# Turistički sustav i politika

*Piše: Krešimir Miličević, dipl. oec.*

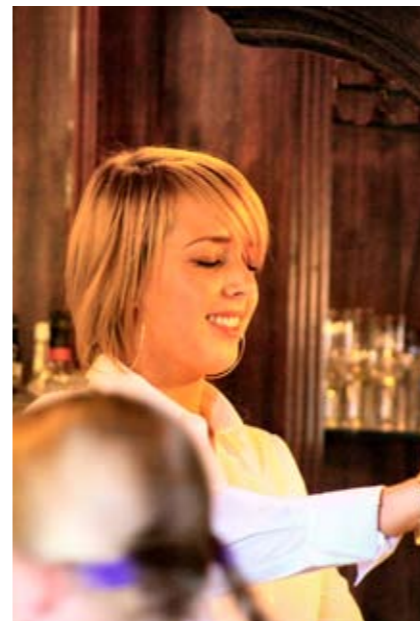
Svaka država, regija ili grad koji ozbiljno shvaćaju doprinos turizma gospodarskom i ostalom razvoju pokušavaju uspostaviti kvalitetan turistički sustav i voditi kvalitetnu turističku politiku. Kako su turističke potrebe postale sve raznolikije, a turistički proizvod postao sve složeniji, potrebno je uključiti različite segmente i djelatnosti u kreiranje i održavanje tog proizvoda. Jasno je da je pozitivan turistički doživljaj jedini uvjet ponovnog povratka turista u destinaciju. Što znači turistički doživljaj? To je skup svih iskustava turista vezanih za organizaciju njegova putovanja, odlazak i boravak u destinaciji te povratak. Kvaliteta turističkog putovanja ili npr. odmora, ne mjeri se samo kvalitetom usluge smještaja i prehrane kao što se često zna predstavljati. Kvaliteta modernog turističkog putovanja mjeri se slijedećim parametrima koji su važni potencijalnom turistu, a to su: dostupnost informacija, pojednostavljenost rezervacije i kupnje turističkog proizvoda,



kvaliteta prijevoza i jednostavna dostupnost destinacije, kvaliteta smještaja i prehrane, čistoća i funkcionalnost destinacije (infrastruktura: kao što su ceste, elektro i vodovodne mreže, sustav čistoće i odvoza smeća itd.), kvaliteta javnog i drugog prijevoza u destinaciji, atraktivnost destinacije, kvaliteta dostupnosti atrakcijama i informacijama o njima, kvaliteta ostalih usluga kao što su bankarske, poštanske, info centri i slični uslužni punktovi, razina sigurnosti, razina uslužnosti i ljubaznosti djelatnika u turizmu i ugostiteljstvu, ali i stanovništva koje živi na tom prostoru itd. Prema tome, da bi se turist vratio u našu destinaciju, njegovo putovanje mora biti od početka do kraja ugodno, a njegovi doživljaji pozitivni. To je jedini jamac daljnjeg razvoja turizma u destinaciji, a time i općeg gospodarskog i drugog razvoja, što je naravno cilj. Pogrešno je promatrati turizam isključivo kroz prihod - što često primjećujemo u pisanim i elektronskim medijima. Turizam se mora na prvom mjestu



promatrati upravo kroz taj ukupni turistički doživljaj, odnosno kroz zadovoljenje potreba gosta, a kvaliteta usluge će sama po sebi donijeti taj prihod. Zbog toga, najkraće rečeno, turistički sustav čine: poduzeća, odnosno turističko-ugostiteljski subjekti, trgovačka poduzeća, organizacije neprofitnog karaktera kao što su turističke zajednice, kulturne ustanove itd., javne organizacije, odnosno poduzeća te država, odnosno njezina tijela. Svaki od ovih nabrojanih čimbenika ima svoju posebnu ulogu prilikom kreiranja, odnosno unaprjeđenja i održavanja turističkog proizvoda. Smještajni i drugi ugostiteljski objekti se brinu za kvalitetu njihove usluge, neprofitne organizacije povezuju i koordiniraju između države i profesionalnih organizacija te promoviraju proizvod, javna poduzeća daju doprinos unaprjeđenju infrastrukture i ostalih usluga u destinaciji, a država nadzire i zakonskom regulativom kreira uvjete za brži i kvalitetniji razvoj turizma. Iz ovoga se jasno vidi da razvoj turizma nije u nadležnosti samo turističkih djelatnika ili onih koji su strukom ili radnim mjestom izravno povezani s njim, nego on a priori obuhvaća cijelu zajednicu i sve njezine segmente, ukoliko ga se želi ozbiljno promišljati i razvijati. Da bi država, regija ili grad imao veće prihode od turizma, treba provoditi smišljenu turističku politiku koja se ogleda kroz provođenje različitih koordiniranih akcija i projekata usmjerenih na postizanje odgovarajućih učinaka. U ovim se akcijama oni pojavljuju kao koordinatori među različitim gospodarskim i društvenim čimbenicima i na taj način pokreću cijelu zajednicu u pravcu razvoja svoga turističkog proizvoda. Statistike govore da u sektoru turizma na svjetskoj razini trenutno radi najviše ljudi, a turizam se smatra industrijom 21. stoljeća. Koliko će se razviti turizam na određenom području, upravo zavisi od toga koliko će destinacija kao prostorna i politička cjelina razviti svoj turistički sustav i kakvu će turističku politiku provoditi. Ovim člankom želimo dati doprinos boljem razumijevanju turizma kao društveno-ekonomske pojave.



# U potrazi za zvjezdicom hotela

Piše: *Blago Krešić (Mr. Chris)*



gov odgovor je bio: „Lokacija, lokacija, lokacija“. Međutim, vremena su se promijenila i novo geslo sada nije lokacija, nego štoviše „usluga, usluga, usluga“. Što je točno dobra usluga? Usluga u restoranima i hotelima je zbroj detalja: izgled, čistoća uniformi, zdrav izgled osoblja, boja glasa, ljubaznost, informiranost, znanje stranih jezika, poznavanje struke i još mnogo toga, dok je izvrsna usluga sve ovo navedeno ako je učinjeno s ljubaznošću i osmijehom. U svojoj knjizi memoara poznati predsjednik Craisler korporacije Lee Lacaca, dao je savjet jednom konobaru koji ga je iritirao svojim indiferentnim ponašanjem u jednom restoranu rekavši: „Ako ste već odabrali biti konobar, onda nastojte biti najbolji konobar što je moguće, u protivnom, nađite neko drugo zanimanje koje

Početkom ove godine imao sam priliku boraviti desetak dana na dubrovačkom području. Za vrijeme boravka posjetio sam nekoliko restorana i hotela te kao dugogodišnji radnik u hotelskoj struci na menadžerskoj poziciji u trajanju od 25 godina u hotelu s 5 zvjezdica i 5 dijamanata želim, u najboljoj namjeri, svoja zapažanja podijeliti s djelatnicima uslužne industrije, prvenstveno konobaricama i konobarima te njihovim pretpostavljenim ugostiteljima koji su odgovorni za razinu kvalitete usluge u restoranima (hotelima) u kojima rade. Ranih 70-tih godina kad su novinari upitali Conrada Hiltona, vlasnika lanca hotela Hilton: „Što je tajna uspjeha vaših hotela?“, nje-



## Pet je područja koja se ocjenjuju

- Fizički izgled hotela i stanje zgrade, unutarnje uređenje i unutrašnjost predvorja i gostinjskih soba.
- Namještaj u hotelu/restoranu te tehnička opremljenost i rasvjeta.
- Održavanje cjelokupnog kompleksa, toaleta, gostinjskih soba i rekreacijskih sadržaja.
- Usluga hrane i pića, restorana, posluge u sobu, izbor hrane i kvaliteta te izgled restorana i prezentacije poslužene hrane.
- Sveukupna usluga: izgled uniformi zaposlenika, izgled menadžera te na kraju cjelokupan odnos prema gostu.

vam odgovara.“. Ova primjedba bi se mogla iz mog nedavnog zapažanja i iskustva za boravka u Dubrovniku primijeniti na neke od konobarica i konobara u restoranima i hotelima koje sam posjetio. Važnost usluge je gotovo 50% u odluci hoće li se nekom objektu dodijeliti 3, 4 ili 5 zvjezdica pri kategorizaciji. U tom području, u hotelskoj industriji u Hrvatskoj, predstoji dosta rada prilikom odabira odgovarajućih zaposlenika i njihove edukacije. Govoreći o dobroj usluzi, važno je napomenuti da se sustavima kvalitete može temeljito i objektivno procijeniti situacija – ne samom procjenom, nego i prevencijom nastajanja pogrešaka. Neke od prednosti zanimanja konobara su rad u zanimljivom i dinamičnom okruženju u dodiru s gostima različitih profila, od kojih često mogu dobiti korisne savjete. Iznimno je važno da osoblje restorana shvaća da treba biti odgovarajuće profesionalno da bi odgovorilo razini gostiju koje poslužuje. Da bi se to postiglo, moraju se ispuniti standardi. Na primjer, u SAD-u da bi se održala usluge na razini 5 zvjezdica, postoji 5 vrsta provjera, od kojih su najmanje 3 anonimne i koje se obavljaju najmanje 3 puta godišnje. Ove anonimne provjere su poput stalnog video nadzora nad hotelskim osobljem u svrhu provjere obavljaju li svoje dužnosti kako je propisano standardima određene kategorizacije. Na temelju njihovih rezultata se zadržava ili gubi zvjezdica. U tom procesu, inspektor bilježi i ocjenjuje trenutno stanje u svakom odjelu hotela zasebno.

Prošle godine na Floridi, u hotelu u kojem sam radio toliko godina, izgubljena je jedna zvjezdica od 5. Pored milijunskih ulaganja u infrastrukturu i sadržaje, dogodilo se to zbog neodgovarajuće usluge. Ništa ne privlači više gosta u hotel i/ili restoran kao zaslužena reputacija kvalitete ponude, kao i kvalitete usluge. Svi zaposlenici moraju biti upoznati sa svim zahtjevima koje nose 5 zvjezdica. S njima naročito moraju biti upoznati zaposlenici koji rade na najzahtjevnijim pozicijama i koji su u izvarnom kontaktu s gostom. Postoje dvije kategorije zaposlenika. Jedni su tzv. „termometri“ – koji shvate da nešto nije u redu u kvaliteti usluge, hrane i općenito. Takvi zaposlenici obično stoje u grupi i kritiziraju te optužuju druge za takvo stanje, a sami ništa ne poduzimaju da to poprave. Drugi su tzv. „termostati“ – oni poduzimaju akciju i ispravljaju nastale probleme čim ih uoče. Restorani

i/ili hoteli koji imaju više zaposlenika prve kategorije prije ili kasnije će zapasti u probleme. Ljubazan i sposoban konobar može čak i u slučaju lošeg jela spasiti situaciju i učiniti gosta zadovoljnim, dok se to ne može reći u slučaju kad vrhunsko jelo prati loše i neprofesionalno konobarevo ponašanje. Zvjezdica se hotelu ili restoranu ne poklanja, nego se zaslužuje za izvrsnost usluge. Jednom kad se zasluži, treba je stalno njegovati i održavati. Svaki susret s gostom, tj. inspektorom je nova utakmica – ili je dobijete ili izgubite!



## Napomene za dobar odnos s gostom

- Ugodan osmijeh za osiguranje uspjeha (osmijeh i uljudna dobrodošlica zadržavaju gosta i čine da se osjeća kao kod kuće).
- Budite zainteresirani i informirani o temi o kojoj gost želi raspravljati (izbjegavajte prepirku, budite neutralni – posebno u političkim pitanjima te nemojte biti isuviše ljubazni prema supruzi gosta).
- Budite blizu gosta kad vas treba (budite oprezni i nikad nemojte požurivati gosta da vam da narudžbu.)
- Dajte gostu brzu i ljubaznu uslugu ne praveći razliku troši li 50 ili 500 kuna.
- Pozdravite gosta uljudno i uvijek zaželite dobrodošlicu, iskreno doviđenja ili laku noć.
- Odnosite se prema svim gostima jednako i ljubazno (svatko je osjetljiv na favoritizam i svi gosti žele imati osjećaj dobrodošlice).
- Ako ste zauzeti kad gost dolazi ili sjedne za stol, čim se ukaže prigoda, pozdravite ga.
- Uvijek se trudite pomoći gostu (predložite jelo koje bi najviše odgovaralo gostu).
- Nikad ne spominjite gostu njegovu zadnju posjetu, osim ako on sam to ne napomene.
- Izbjegavajte biti previše prisni prema vašem pretpostavljenom ili vlasniku objekta kad je u društvu s drugim osobama.
- Budite naročito ljubazni prema stalnim gostima, ali isto se tako odnosite i prema novom gostu da i on postane stalni (on će to postati ako pravilno radite svoj posao).
- Kad ste poslužili gosta, budite pripravnici da gost može privući vašu pozornost - ako vas treba.
- Potrudite se zapamtiti ime gosta.
- Kad poslužujete, uvijek prvo poslužite gospođu/gospodičnu.
- Poslužujte novu salvetu (pazite da nije mokra od pića ili pada na pod).
- Budite dobro upoznati s cijenama na jelovniku (nemojte preglasno davati narudžbe i pitati kolegu za cijene i gdje su jela na jelovniku).
- Uvijek poslužujte piće tako da čašu držite najviše do sredine i nikad ne dodirujte rub čaše.
- Na poslu zaboravite svoje osobne, financijske i druge obiteljske probleme (mnogi od gostiju dođu k nama baš da zaborave probleme koje imaju).
- Izbjegavajte prepirku s nezadovoljnim gostom (najbolje pozovite menadžera koji će to riješiti).
- Dobro pamтите tko je što naručio (tu se događaju najveće pogreške).

## Deset pravila ponašanja konobara

- Nikad ne dirajte kosu ili lice kad ste u vidokrugu gosta (vi možda mislite da su vam kosa i lice čisti, ali vaši gosti možda ne misle tako).
- Ne dirajte čaše i šalice za rub i nikad ne stavljajte prste u čašu ili šalicu (možda ste upravo oprali ruke, a možda i niste).
- Nemojte nikad pribor za jelo hvatati za dijelove koje gost stavlja u usta.
- Nikad nemojte inzistirati da je narudžba korektna ako gost kaže da je pogrešna (možda zvuči staromodno, ali vjerujem da ste čuli izreku da je „gost uvijek u pravu“).
- Uvijek dajte do znanja gostu da ste čuli njegov zahtjev (ništa ne može više naljutiti gosta kao nezainteresiranost i ne pridavanje pozornosti njegovu zahtjevu. Naročito se ne smije odgovarati gostu u stilu „čuo sam vas prvi put“, a niste obratili pozornost).
- Budite ljubazni i kad je to nemoguće (bez obzira kako je hrana dobro pripremljena, ako ste neljubazni, hrana neće prijati gostu, dok i sa slabije pripremljenom hranom, ljubaznost može popraviti situaciju).
- Nemojte nikada „drsko“ stavljati tanjur pred gosta (ovakvo ponašanje prema gostu uvijek rezultira time da se više nikada ne vrati).
- Nemojte se nikada suprotstavljati ili praviti grimase ako gost želi pregledati ili kontrolirati račun (uvijek se može dogoditi pogreška na računu, ako se to slučajno dogodi, ljubazno se ispričajte za pogrešku).
- Ne servirajte nikada glavno jelo prije nego je gost završio s predjelom ili juhom (gost može pomisliti da ga se želite što prije riješiti).
- Nikada nemojte čistiti stol ako svi gosti nisu gotovi s jelom (takva „usluga“ dovodi one koji jedu, a i one koji su završili s jelom u neugodnu situaciju).

## ... u potrazi za zvjezdicom hotela

## Pet savjeta kako riješiti žalbu

- Prekinite što god radite i obratite se gostu – takvom gestom pokazujete da ste zabrinuti i da je gost dobio vašu potpunu pozornost. Nema ništa iritantnije od otkrivanja problema nekome čija je pozornost samo napola zadobivena. Gledajte gosta u oči i izbjegavajte geste ljutnje jer to ljude često čini uzrujanima.
- Slušajte pažljivo žalbu gosta i ne prekidajte ga u izlaganju. Slušanjem gosta pomažete mu da se bolje osjeća. Zapamtite: osjećaji su tomu gostu činjenice. Drugim riječima, nije važno krivi li gost vas ili hotel/restoran. Smisao svega je u tome da je on uzrujan. Umjesto da se borite s osjećajima gosta, radije suosjećajte s njima. Ovo je važno pri zadobivanju povjerenja da će te riješiti njegov problem. Čak možete komentirati gostu da biste se i vi u sličnoj situaciji osjećali isto.
- Posvetite se konkretnom problemu – u ovom trenutku. Gost vam je iznio činjenice i osjećaje pri čemu konkretni problem može biti i dokraja nejasan. Prije nego nešto poduzmete morate proučiti problem. Da biste to postigli, pitajte konkretna pitanja. Na primjer, možete reći: „Kako bi se uvjerio da će problem biti riješen u vašu korist, trebao bih znati što vas je točno zasmetalo“. Ako je to ono što vam je već rekao, jednostavno mu to ponovite.
- Djelujte odmah kad shvatite problem u cjelosti. Poduzmite odgovarajuće korake. Ništa ne pomaže ljutom ili razočaranom gostu kao izravni odgovor zaposlenika na pritužbu. Ovo je odlično vrijeme za zahvalu gostu što je prijavio ovaj problem. Na taj način ga još više uvjeravate da želite ispraviti stvar bez obzira čija je pogreška. Kad je problem izvan kontrole ili autoriteta, uputite gosta nekome tko mu doista može pomoći. Nikada ne obećavajte nešto što ne možete ostvariti. Prije nego što umirite gosta, provjerite činjenice i obavijestite gosta o poduzetim koracima.
- Uvjerite se da je gost zadovoljan. Ako je moguće, provjerite s gostom da se uvjerite da je problem riješen. Ako jest, ponudite svoju daljnju pomoć.





# Uloga odnosa s javnošću u razvoju seoskog turizma

Pišu: Božo Skoko i Damir Jugo, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu

Budući da tržište turističke ponude svakodnevno raste, a turisti postaju sve zahtjevniji i izbirljiviji, u porastu je kreiranje novih turističkih usluga, koji težište stavljaju na emocije i doživljaj. Posljednjih godina tako sve više turista privlači seoski turizam ili agroturizam, koji uspješno spaja tradiciju, ekologiju i turizam. Mirna sredina, odsutnost buke, očuvani okoliš, tradicionalni ugođaj, domaća hrana i upoznavanje života na selu obilježja su seoskog turizma, koja se temelje na održivom razvoju, odnosno revitalizaciji već postojeće tradicijske baštine kojoj se daje nova turistička namjena i sadržaji. Zbog svega toga dobar seoski

turizam često zahtijeva više kreativnosti i inovativnosti nego izravnih novčanih ulaganja.

Situacija u Hrvatskoj u pogledu razvijenosti seoskog turizma još je u začecima, baš kao i primjena promotivnih i komunikacijskih metoda u jačanju prepoznatljivosti i ponude. Međutim, možemo pratiti uspješne zapadne trendove i pokušati ih primjenjivati u vlastitom radu jer će u budućnosti postati nezaobilazni u funkcioniranju seljačkih gospodarstava, a to će zahtijevati posebnu komunikacijsku edukaciju svih zaposlenih u seoskom turizmu. Turistička promocija ima dva osnovna cilja: informirati potencijalne goste o mogućnostima odmora te skretanje pozornosti javnosti na prednosti i ljepote pojedine destinacije, grada ili države. Osnovna misao vodilja pritom mora biti stvaranje jedinstvenog identiteta kako bi se određene destinacije, gradovi ili seoska domaćinstva međusobno razlikovali jedni od drugih. Iako su s ovim pravilom upoznati svi koji se bave promocijom u turizmu, zapanjujuće velik broj destinacija svih vrsta i dalje nastavlja stvarati sliku o sebi koja je gotovo identična konkurenciji. Zar nije svako more plavo, nebo bez oblaka, pašnjaci zeleni, a zrak čist? Stoga je pravo pitanje - što je to što vašu destinaciju ipak izdvaja između svih ostalih i što ona može ponuditi za razliku od konkurencije? Hrana? Povijest? Priča? Sadržaji? Ili nešto treće? Uloga odnosa s javnošću upravo ovdje dolazi do izražaja jer je njihova misija „učiniti neko mjesto privlačnim i različitim od ostalih te potaknuti ljude da ga posjete, koristeći se medijima i drugim komunikacijskim kanalima“.



## Ljubaznost i kvaliteta ponude

Kako bi komunikacijske aktivnosti rezultirale kvalitetnim pozicioniranjem nekog turističkog subjekta u javnosti, potrebno je definirati ciljne skupine o kojima ovisi u poslovanju, odnosno s kojima mora komunicirati kako bi uspješno ostvarivao svoje poslovne ciljeve te razvijao imidž u javnosti. Deutschl je u svojoj knjizi Travel and Tourism Public Relations definirao pet najvažnijih ciljnih javnosti hotela i ostalih smještajnih jedinica. To su: zaposlenici, gosti, lokalna zajednica, mediji i kritičari te poslovna javnost. Možemo se s njime složiti i taj odabir primijeniti i u našoj stvarnosti. Ako zaposlenici nisu motivirani i educirani, ne postoji promocija koja će nadoknaditi njihovu neljubaznost, neznanje, nepoštivanje gosta ili nespremnost. Česta angažiranost članova obitelji smanjuje izdatke za interno komuniciranje i mogućnost pogreške u internoj komunikaciji.

Najčešći alati za komunikaciju s gostima su pisani materijali kao letci, brošure i pisma koje goste dočekuju u njihovim sobama, a koje potpisuje direktor ili domaćin. Pored same poruke iznimno je važan i dizajn tih materijala te vizualni identitet koji predstavlja određenu destinaciju. Mnogobrojni gosti svoju će odluku hoće li vas posjetiti ili ne donijeti upravo na temelju izgleda tih pisanih materijala.

Uspješnost velikih i malih hotela kao i seljačkih gospodarstava uvelike ovisi o odnosima sa lokalnom zajednicom i istaknutim članovima društva unutar kojeg posluju. Kako bi pokazali svoju društvenu odgovornost, oni često sudjeluju i osmišljavaju humanitarne akcije ili sponzoriraju različite lokalne priredbe. Više nego drugi smještajni kapaciteti, seoska gospodarstva ovisna su o lokalnoj zajednici jer je njihova ponuda izravnije povezana s prirodnim i kulturnim bogatstvom određenog kraja.



Etico d.o.o. (2002.) je specijalizirana tiskara za proizvodnju etiketa u roli koja u svom proizvodnom programu ima zastupljen široki spektar najraznovrsnijih etiketa široke namjene.

Kao npr. etikete za termo printere, vage, različite deklaracije, vinjete, stickere, bar kodove kao i bilo kakav proizvod za mesnu, vinarску i prehrambenu industriju općenito, kao i za farmaceutsku, kemijsku industriju i sl. Opremljeni smo jednom od najmodernijih tiskara u Bosni i Hercegovini, što nam omogućava izradu svih vrsta etiketa, a instalacijom najnovijeg

sedmobojnog stroja + lak + zlatotisak za tiskanje samoljepivih etiketa u roli zaokružen je cjelokupni program etiketnih proizvoda.

Usavršavanjem ljudi, konstantnim ulaganjem u opremu i strojeve te primjenjivanjem najnovijih tehničkih dostignuća i tehnoloških postupaka tiskara Etico teži proizvodnji i davanju usluga s najvišom razinom kvalitete isporučenih materijala uz konkurentne cijene i poštivanje dogovorenog roka isporuke.

Poslovna politika i strateški ciljevi: Iz godine u godinu sakupljati iskustvo, klijente, kvalitetan kadar koji predstavljaju okosnicu za daljni razvoj...

**etico**

ETIKO d.o.o.  
Duhanska b.b.  
88260 Čitluk, BiH  
tel/fax +387 (0) 36 642 112  
Gordan pervan, direktor  
mob: +387 (0) 63 372 221  
etico@tel.net.ba  
www.etico.ba



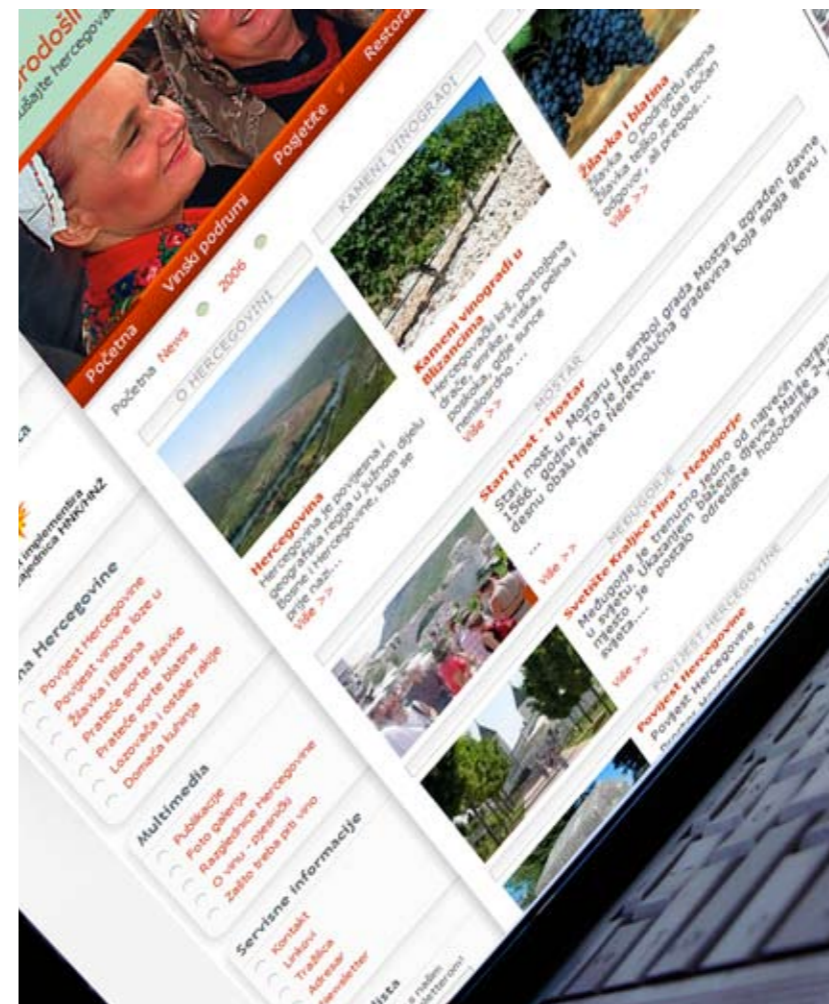
## Graditi mostove s novinarima

Ipak, možda najznačajnija javnost za sve koji se bave turizmom su novinari koji ocjenjuju turističku ponudu. Mnogi od tih novinara imaju veliki ugled u poslovnom svijetu i njihova iskustva mogu imati zastrašujuće velik utjecaj na buduću poslovnu uspješnost pojedinih hotela i ostalih smještajnih kapaciteta. Takvi novinari hotele posjećuju individualno, ali i u posebnim grupama koje se organiziraju povodom otvorenja ili nekih drugih posebnih događaja. Na samim počecima turističke promocije hotelski stručnjaci za odnose s javnošću mogli su biti sigurni u pozitivnu ocjenu kritičara ukoliko im je osoblje za vrijeme njihovog boravka poklanjalo naročitu pozornost i udovoljavala svim njihovim željama. U današnje vrijeme situacija se ipak bitno promijenila - danas se mediji drže posebnih profesionalnih etičkih načela koja, iz razumljivih razloga, zabranjuju kritičarima prihvaćanje posebnih tretmana za vrijeme boravka u objektu koji ocjenjuju. Upravo je ta činjenica utjecala na veću važnost turističkih stručnjaka za odnose s javnošću koji danas moraju biti vrlo kreativni kako bi pridobili naklonost svojih kritičara.

Kao ključni komunikacijski alat važan za ovu ciljnu skupinu je dobro pripremljena novinarska mapa (press kit) koja sadrži sve relevantne informacije o samom hotelu, hotelskim kapacitetima, regiji u kojoj se nalazi, popratnim sadržajima te mogućnostima za organizaciju različitih susreta i događanja. Dobro je s novinarima komunicirati i takozvanim priopćenjima, odnosno poslati im obavijest o svim novostima vezanim uz vaše poslovanje. Osim plasiranja u medije klasičnih informacija o samom hotelu ili imanju, postoji i mogućnost plasiranja čitavog niza zanimljivih informacija neposredno vezanih uz sam hotel, imanje ili destinaciju. Renoviranje, novi direktori, obogaćivanje ponude, izlazak knjige posvećene destinaciji... samo su neki od direktnih povoda za plasiranje pozitivne priče. Takozvani VIP gosti također su magnet za privlačenje pozornosti medija. Iako je jedno od glavnih postulata većine smještajnih jedinica privatnost gostiju, stručnjaci koji brinu o promociji nekad se jednostavno neće moći suzdržati da medijima dojavu informacije kako je trenutačno poznati glumac gost njihovog imanja. Ovakvi će sitni detalji uvelike utjecati na interes medija za neki hotel, mjestašce ili restoran.

Jedan od najučinkovitijih komunikacijskih alata za turističke subjekte koji žele privući međunarodne goste je sudjelovanje na međunarodnim turističkim smotrama i izložbama. Ovakve izložbe privlače veliki broj novinara na jedno mjesto te pružaju mogućnost promoviranja među važnim ciljnim skupinama. Sudjelovanje na izložbama povlači za sobom mogućnost korištenja i drugih komunikacijskih alata, npr. organizacija konferencije za novinare u sklopu pojedine izložbe gdje će vodstvo hotela predstaviti neku dotad neviđenu novinu zasigurno će rezultirati velikom pozornošću, posebice medijskom

## ... uloga odnosa s javnošću u razvoju seoskog turizma



## Sve važniji Internet

Seoska domaćinstva i mali hoteli koji se u javnosti žele pozicionirati kao poželjne turističke destinacije, posebice među bolje stojećim gostima, jednostavno moraju biti prisutni na Internetu, a dodatna mogućnost online rezervacije smještaja čini ih dostupnim cijelom svijetu pa tako i medijima. Svoje bi mjesto na Internet stranicama trebali naći i novinarska mapa sa svim relevantnim informacijama o hotelu ili destinaciji, biografijom ključnih ljudi, povijesnim pregledom, fotografijama te ažuriranim informacijama.

Iako se rijetko koristi, snimljeni video materijal iznimno je važan za prodor na televiziju. Dostupni i kvalitetni nemontirani video materijal sigurno će olakšati put do određene TV emisije koja će izvijestiti o kvaliteti hotela ili destinacije urednicima i novinarima.

Eventi povezani s praznicima kao što su Božić, Uskrs i Valentinovo dodatno će privući pozornost medija. Promocije knjiga poznatih autora, godišnjice važnih državnih događaja samo su neki od prilika za koje se organiziraju događaji od medijskog interesa za hotel ili seosko gospodarstvo. Dodanu vrijednost događaju svakako daju njegovi humanitarni elementi.

## Učimo od Amerikanaca

Iza kraj, budući da je SAD zasigurno najrazvijenija država po pitanju malih seoskih domaćinstava, donosimo savjete Jeffa Clousera, jednog od najpoznatijih vlasnika i voditelja pansiona u SAD-u čiji je mali hotel u američkom gradiću Marytownu postao jednim od najpoznatijih u SAD-u, kako pozitivno utjecati na uspješnost određenog pansiona:

- Istraživanje pansionarske industrije najmanje tri godine prije otvorenja vlastitog pansiona;
- Proučavanje literature i stručnih časopisa, sudjelovanje u radu profesionalnih udruženja;
- Uključivanje u različite edukacijske programe, stručne seminare i radionice;
- Definiranje ključnih javnosti - poslovni ljudi ili klasični turisti;
- Uspostavljanje komunikacije s poslovnom javnošću - gospodarskom komorom, turističkim zajednicama i poslovnim udruženjima;
- Priprema „brandiranih“ promotivnih materijala kao što su sapuni s logom našeg pansiona, npr. posebna kuharica s specijalitetima koji se poslužuju u pansionu;
- Praćenje događaja koji mogu utjecati na poslovanje i stalno prilagođavanje ciljeva;
- Osiguravanje svih potrebnih certifikata i njihovo komuniciranje među ključnim javnostima;
- Komuniciranje s medijima, ugošćavanje novinskih kritičara, pokretanje humanitarnih akcija, doniranje sredstava lokalnoj bolnici, školi ili vrtiću.



# Raiffeisen BANK

Raiffeisen direkt info: 033 26 80 80  
www.raiffeisenbank.ba

# Srednja turistička škola u Čitluku

*Piše: Krešimir Milićević, dipl. oec.*



Prva generacija hotelijersko-turističkih tehničara u Čitluku

Po mnogima je otvaranje srednje turističko-ugostiteljske škole u Čitluku došlo u pravi trenutak. Općina Čitluk je po svemu postala turističko-ugostiteljsko središte regije pa je ovo bio logičan i potreban potez uprave srednje škole iz Čitluka. Osim što se školi dodaje novi program, treba reći da je gospodarstvo Čitluka, dobrim dijelom naslonjeno na usluzni, a posebno na turističko-ugostiteljski sektor, dobilo rasadnik budućih turističkih djelatnika. Trenutno vlada deficit po pitanju kadrova iz ove struke i zasigurno će škola doprinijeti rješavanju ovoga problema, a mladima dati priliku ostvariti se profesionalno u ovome, po mnogima zanimljivom području djelovanja. Ministarstvo prosvjete, znanosti, kulture i športa

HNŽ-e je u svibnju 2005. godine odobrilo Srednjoj školi dr. fra Slavko Barbarić u Čitluku otvaranje ove škole s odgovarajućim planom i programom. Nju je do danas je pohađalo 150 učenika, a trideset ih je školske godine 2007./2008., završilo program školovanja te steklo diplomu i zanimanje hotelijersko-turistički tehničar. Ova četverogodišnja škola ima vrlo kvalitetan program nastave sastavljen od općih, ekonomskih i naravno stručnih predmeta. Naglasak je stavljen na učenje stranih jezika. Za četverogodišnjeg školovanja učenici imaju u nastavnom programu tri strana jezika. Tijekom školovanja učenici prođu i praktični dio nastave. Ovu vrstu nastave praktikanti obavljaju u restoranima, hotelima i turističkim agencijama na području općina Čitluk, Ljubuški i Čapljina. Na taj način stječu potrebno praktično znanje i pripremaju se za buduće stručno usavršavanje i rad. Treba reći da su turističko-ugostiteljski subjekti iz ove tri općine dosad bili izvrsni suradnici školi te dali poticaj da škola iz godine u godinu pravi sve veći kvalitativni iskorak. U znak zahvalnosti treba iskoristiti prigodu i navesti njihova imena:

- restorani: Garden's, Dubrovnik, Colombo, Coco, Victor's, Tomato, Libertas i konoba HP;
- hoteli: Brotnjo, Kaktus, Villa Regina, Mogorjelo i Hum;
- agencije: G-Tour, Goya Tours, Global Travel, Vox Tours, Joe Walsh Travel, Fortuna Tours, Globtour i Paddy Travel.

Suradnja ove srednje škole i gore spomenutih gospodarskih (turističkih) subjekata je zasigurno dobar primjer suradnje školstva i gospodarstva na dobrobit cijele zajednice.



*Recite DA  
na najraskošniji način*



**Zadovoljstvo nam je**  
organizirati za Vas vjenčanje sa stilom,  
sa bogatim jelovnikom svečane večere  
po Vašem izboru i željama

**Čast nam je**  
biti Vaši domaćini kada ženite sina i  
udajete kćer, kada se ljubav obje obitelji  
okuplja u slavu novog para,  
kao zalag zajedništva i podrške u budućnosti...

**Veseli nas**  
uz najbolje želje darovati mladencima  
superior exclusive sobu u svadbenoj noći i  
vikend boravak u čarobnom hotelu Podstine  
u Hvaru



*... jer Vi to zaslužujete!*



**Hotel Mogorjelo \*\*\*\* Čapljina**

Kraljice Katarine bb ~ 88300 Čapljina  
+387 36 810 815  
www.hotelmogorjelo.ba  
info@hotelmogorjelo.ba

# Kultiviranje krša aktivnost koju treba podržati

Pišu: Jure Beljo, prof. dr. sc.  
Marijo Leko, dipl. inž. agr.

Hercegovina je kao zemljopisno područje oduvijek bila sinonim za sunce, kamen, draču, kadulju, smilje... i plodna kraška polja u kojima je moguće proizvesti gotovo sve. No, urbanizacijom polja, izgradnjom naselja, puteva, vodnih akumulacija i čitavog niza drugih sadržaja nepovratno se gube hektari plodnog i obradivog zemljišta u poljima. Osim gubitka zemljišta zbog „višeg interesa“, dolazi i do daljnjeg usitnjavanja parcela, povećanja broja vlasnika, pretvaranja plodnog zemljišta u mrginje koje više ni krave ne pasu jer ih nema. Rezultat toga, kao i drugih procesa, zapuštenost je zemljišta. Netko je u šali rekao da se ne obrađuje jer je „minirano“. I doista, možda je nekad lakše „stati“ na minu, nego na nečiji mrginj. S druge strane, imamo sasvim suprotan proces. Posljednjih smo godina svjedoci sve učestalijeg privođenja kulturi manje plodnih, odnosno neplodnih površina na kršu. Na takvim površinama sadi se uglavnom vinova loza ili voćne kulture (maslina, šipak i dr.). To nije nova pojava jer su krš ili šumsko zemljište i ranije kultivirani i meliorirani. Koncem pedesetih godina započela je u Brotnju sadnja vinograda na položaju Dubrava u Potpolju i oko Tromeđe, da bi se nastavilo u Trtlama i Tepčićima, a najizrazitiji primjer sadnje vinove loze na kršu je vinograd u Blizanicima. No te vinograde je podizao Hepok, odnosno tadašnji društveni sektor državnim sredstvima, povoljnim kreditima i sa svom mogućom potporom od bankara, stručnih i znanstvenih institucija do političkih organa. Danas je situacija drukčija. Danas to radi privatni sektor, a isključivi motiv je ostvarivanje dobiti. Danas u Brotnju, pa i većem dijelu Hercegovine, imamo paradoks. S jedne strane gledamo neobrađena polja i njive u ledini gdje su nekada bili usjevi, a s druge strane kulturi se privodi

krš, odnosno neplodno i dosad neobrađivano tlo na kojemu se sade dugogodišnji nasadi. Zbog čega je to tako i što je motiv ljudima da ulažu u kultiviranje krša ako već imaju dovoljno obradivog zemljišta u polju? Prvi razlog najvjerojatnije je okrupnjavanje parcela. Osim bivših društvenih parcela, u Brotnju je teško naći parcelu s površinom većom od 0,5 ha. Uglavnom su između dva i tri dunuma. Primjerice, prosječna površina vinograda u Brotnju, osim bivših Hepokovih vinograda, iznosi 1,5 do 2 dunuma, što pokazuju najnoviji ortofoto snimci. Na području općine Čitluk evidentirano je cca. 3.400 parcela pod vinogradima ukupne površine oko 500 ha (bez vinograda vinarije Čitluk), a prosječna površina parcele je 1,5 dunum. To su površine na kojima se teško može ostvariti profitabilna proizvodnja uz primjenu suvremene agrotehnike. Veće površine omogućavaju primjenu mehanizacije, navodnjavanja i drugih agrotehničkih mjera. Postavlja se pitanje na koji način doći do veće parcele na jednom mjestu do koje vodi put normalne širine. Odgovor leži u ogromnim površinama koje se prostiru na području Hercegovine, a koje se vode kao šumsko ili pašnjačko zemljište niže bonitetne kategorije. Na području Hercegovačko-neretvanske i Zapadnohercegovačke županije samo pašnjačkog zemljišta ima oko 180.000 ha. Najčešće je ovo zemljište u vlasništvu države. Zapravo, u najvećem broju slučajeva ovdje je teško govoriti o zemljištu kao pojmu koji podrazumijeva mogućnost poljoprivredne proizvodnje. Najbolji izraz za ovaj teren je „supstrat“ koji se čitavim nizom agrotehničkih zahvata treba dovesti u stanje koje zadovoljava minimum potreba biljke za hranom i vodom. To podrazumijeva po mogućnosti navoz zemlje s nekog drugog lokaliteta i intenzivnu gnojidbu organskim gnojivima uz primjenu tzv. kondicionera tla koji imaju sposobnost vezanja hranjiva i vode (perlit i sl.). Najčešće su u pitanju vrlo skeletne, plitke i vrlo plitke crvenice, koje uz prosječna ulaganja od 40-50.000,00 KM/ha mogu poslužiti za poljoprivrednu proizvodnju uz osiguranje navodnjavanja.

Drugi razlog, ne manje bitan, mogućnost je reguliranja pravnog statusa nad državnim zemljištem (koncesija, zakup). Ako žele za takvu proizvodnju iskoristiti obradivo privatno zemljište, potencijalni poduzetnici suočit će se s mnogobrojnim problemima vezanim za neriješen

pravni status, isprepletenim suvlasničkim odnosima i usitnjenim parcelama. Tomu svakako doprinose neadekvatni zakoni, naročito zakon o nasljeđivanju i nesređene zemljišne knjige. Zbog svega toga, potencijalni vinogradari i voćari orijentiraju se na državno, makar i neplodno zemljište. Nažalost, jedino je općina Ljubuški prepoznala vrijednost ovih projekata i raspisala natječaj za dodjelu koncesija nad poljoprivrednim zemljištem u ukupnoj površini od 353 ha. Druge općine još uvijek su pasivne i ne žure se u rješavanju zahtjeva zainteresiranih potencijalnih koncesionara. Kad pogledamo vinograde i voćnjake podignute na terenima krša, vidimo koliko je to zahtjevan i skup poduhvat. Ulaganja u uređenje ovih površina su visoka i postavlja se pitanje mogu li se isplatiti. Naravno da sve ovisi o tome koliki su troškovi i kolika se cijena može postići za gotovi proizvod. Ima i onih koji ulaze u privođenje kulturi vlastitih površina, iako su svjesni da je to ulaganje opterećeno brojnim rizicima. Prije dvije godine jedna stručna skupina u kojoj su bili gosti iz Norveške i Njemačke posjetila je imanje Jure Sušca u Cernu. Kad su vidjeli što je Jure napravio na svom imanju od ljutog krša i

gotovo čistog kamenjara, ostali su zadivljeni terasama koje je napravio i zasađenom lozom. Kad ga je gost iz Norveške upitao kad će mu se to isplatiti, Jure je odgovorio da to radi za svoje unuke. Što nije daleko od istine jer takva ulaganja tek se dugoročno mogu isplatiti.

Osim gosp. Sušca, svakako treba pohvaliti i podržati i druge poput: Josipa Nuića iz Crnopoda (Ljubuški), Marka Keže iz Studenaca (Ljubuški), Jozana Raspudića iz Lipna (Ljubuški), Zdenka Pehara iz Dobrog sela (Čitluk), Vlade Dugandžića iz Donjeg Malog Ograđenika (Čitluk), Tihe Marića iz Gruda, Ivana Zadre iz Rotimlje (Stolac), Pere Miličevića iz Prćavaca (Čapljina) i mnoge druge koji su se uhvatili u koštac s tvrdom zemljom hercegovačkom.

No, osim stvaranja novih površina, privođenje krša kulturi ima još jednu dimenziju. Na taj način oplemenjuje se prostor. Umjesto krša, drače, divljeg šipka ili neuglednog grmlja koje na njemu raste, dakle poluidivljeg prostora, dobivamo kultivirani krajobraz.

Budući da ovakav način privođenja kulturi neplodnih površina ima višestruke koristi, i država bi to trebala poticati. Takvo zemljište se obično ne kupuje u trajno vlasništvo, već se najčešće dobiva u koncesiju i na koncu



opet ostaje državno nakon isteka koncesije. Ali sada, umjesto neplodnog, ostaje kultivirano tlo na kojem se može organizirati poljoprivredna proizvodnja, dakle uređeno i vrijedno zemljište. Stoga bi novčano poticanje takvog melioriranja imalo puno opravdanje. Uostalom, još je austrijska vlast, kad je došla na ove prostore, uvela takvu praksu i novčano poticala krčenje šumskog i neplodnog zemljišta. Radila je to iz sasvim praktičnih razloga. Naime, na takvim površinama proizvodio se duhan izvrsne kvalitete, koji nigdje drugdje u Monarhiji nije bilo moguće proizvesti.

To je također zoran pokazatelj što čovjek može učiniti svojim radom. Poznato je da je u Dalmaciji uzgoj vinove loze velikim dijelom bio prakticiran na umjetnim terasama, a slika takvih terasa iz Primoštena, koje su vrijedni Dalmatinci stvarali desetljećima, krasi zgradu Ujedinjenih naroda u New Yorku kao veličanstven dokaz rezultata ljudskog rada i upornosti. Kultiviranje krša u Hercegovini na stanovit način također se može svrstati u takve poduhvate. Jer bez obzira što danas postoji moćna mehanizacija koja uvelike olakšava taj posao, ipak je za takav poduhvat potrebno znanje, poduzetnički duh i hrabrost. I dok god ima ljudi koji se ne boje ući u koštac sa ljutim kršem i uložiti vlastiti kapital u podizanje nasada vinove loze, maslina, višanja, šipka i drugih kultura ovakve aktivnosti, treba ih podržati i na sve moguće načine poticati.

Sve razine vlasti od općine do Federacije moraju shvatiti da podržavajući ovakve projekta osiguravaju budućnost ljudima ovih prostora

# Njega i dozrijevanje vina

*Piše: mr. sc. Tibomir Prusina, dipl. agr.*

Poslije završetka alkoholne fermentacije dobili smo mlado vino. Ono je u većini slučajeva suho, šećer je profermentirao do kraja ili je ostala manja ili veća količina neprevrela šećera ukoliko smo željeli proizvesti polusuho ili poluslatko vino.

Mlado vino je mutno. Mutnoću vina uzrokuju bjelančevine, kvasci, pektini, zemlja, ostatak pesticida i nepoželjni mikroorganizmi.

Mlada vina obvezno zahtijevaju nadolijevanje kako bi posude bile pune ili da se površina zaštiti parafinskim ili vazelinskim uljem radi oksidativnih i mikrobioloških promjena. Vino se od oksidacije štiti primjerenim sumporenjem (sulfitiranjem). Nakon završetka alkoholne fermentacije slobodni SO<sub>2</sub> u mladom vinu nalazi se samo u tragovima i nije dostatan da čuva mlado vino od oksidacijskih i mikrobioloških procesa pa je mlado vino potrebno dodatno sumporiti osobito tijekom pretoka ili bistrenja vina.

## Prvi pretok

Mlada vina je potrebno čim prije dići s taloga. Talog sadrži nečistoće anorganskog i organskog podrijetla i vinski kvasac koji je obavio svoju funkciju. Kvasac počinje vremenom odumirati i raspadati se. Produkti te razgradnje ne samo da štetno utječu na bistroću, miris i okus vina, nego služe i kao odlična hrana za nepoželjne mikroorganizme. Da bi se spriječile te negativne posljedice, vino je potrebno pretočiti. Točan datum ili vrijeme prvog pretoka teško je odrediti. Prema nekima mlado vino je potrebno čim završi fermentacija dići s taloga. Ostavljanje vina na talogu pri klasičnom podrumarenju nema nikakvih posebnih prednosti, nego se često dogodi da se dužim držanjem vina na talogu javljaju mane i bolesti vina. Ako želimo svježija vina s dostatnim kiselinama

te čista vina na okusu i mirisu, prvi pretok treba provesti čim prije nakon završetka fermentacije.

I crna vina se također treba pretočiti ranije, ali s blagim sulfitiranjem (sumporenjem) kako bi mogla nesmetano proteći razgradnja jabučne kiseline koja je u crnom vinu poželjna.

Rani pretok mladog vina obično se provodi 7-14 dana nakon završetka alkoholne fermentacije. Ranije ćemo pretočiti mlada vina da bi odstranili nečist miris i okus (sumporovodik), vina kod kojih nije izvršeno bistrenje mošta i vina s nižom ukupnom kiselošću.

Normalni pretok je od 14 do 30 dana po završetku fermentacije, a kasni pretok je 30 do 90 dana nakon alkoholne fermentacije.

Pretok može biti zatvoren (bez pristupa zraka) ili otvoren (uz umjereno ili jače zračenje vina). Vrsta pretoka zavisi o stanju vina. Ako vino nije sklono promjeni boje – posmeđivanju i ako ima strane mirise, prvi pretok svakako treba biti otvoren. Vina koja su sklona oksidaciji – posmeđivanju te vina koja imaju nježnu aromu, moraju se pretakati zatvoreno bez pristupa zraka. Vina sklona posmeđivanju treba sumporiti s 10 g kalijeva metabisulfitna na 100 litara vina ili 1 dl otopine 5 % sumporaste kiseline. Sumporenje vina treba provesti najmanje 48 sati prije pretoka.



Kod mladih vina u Hercegovini česta je pojava sumporovodika (loš miris na pokvarena jaja), a neupućeni često kažu da vino ima previše vinobrana – kalijeva metabisulfitna. Ova mana vina je bezazlena ukoliko se otkrije odmah. Lako se može ukloniti prozračivanjem i sulfitiranjem vina. Ukoliko na vrijeme ne pretočimo vino, sumporovodik prerasta u spoj merkaptan koji je vrlo teško ukloniti iz vina.

## Bistrenje vina

Vina u prvom pretoku u većini slučajeva nisu dovoljno bistra. Uzrok mutnoće su najčešće koloidne čestice koje lebde u vinu. Ukoliko su bistreni moštovi, mlada vina su većinom bistra. Za bistrenje mladih bijelih pa i crnih vina u većini slučajeva je dovoljno kao bistrilo upotrijebiti bentonit ili kombinaciju tanina i želatine. Bistrenje vina najbolje je obaviti nakon prvog pretoka. Vrlo bitno je odabrati odgovarajuće bistrilo i odrediti pravilnu količinu, što se lako utvrdi probama na malo u enološkim laboratorijima.

## Drugi pretok vina

Nakon prvog pretoka mlado vino je neskladna mirisa i okusa. Vremenom se vino sve više bistri i dozrijeva. Razlog tome su brojni fizikalno-kemijski procesi, koji ovise o postotku alkohola, ukupnoj kiselosti, ekstraktu, količini neprevrela šećera, dodanom sumporu te kisiku koji u vino dospjeva prilikom pretoka ili kroz pore na drvenim bačvama. Znatno utjecaj na dozrijevanje vina ima i veličina te vrsta vinske posude. Najbrže dozrijevanje je u manjim drvenim posudama. Dozrijevanje vina kontroliramo redovitim

kušanjem, tj. organoleptičnim ocjenjivanjem, prilikom kojeg ocjenjujemo bistroću, boju, miris i okus vina. Kada smo u određenom trenutku zadovoljni s organoleptičkom kakvoćom našeg vina, pristupamo drugom pretoku vina, koji obavljamo sa što manjim zračenjem, uz primjereno sumporenje. Primjereno sumporenje znači da bi vino trebalo sadržavati do 35 mg/l slobodnog SO<sub>2</sub>, odnosno suho bijelo vino, rose i crno vino oko 25 mg/l SO<sub>2</sub>, a bijelo vino s ostatkom neprevrela šećera oko 30 – 35 mg/l SO<sub>2</sub>. Vino koje ranije ide u promet manje sumporimo, a ono koje ćemo duže čuvati ili arhivirati više.

## HOTEL BROTNJO - Čitluk



Hotel Brotnjo d.d., Kralja Tomislava br.2, 88260 Čitluk  
 Tel.: +387 (0) 36 640 036, 640 037, Faks: +387 (0) 36 640 038  
 E-mail: info@hotelbrotnjo.com // www.hotelbrotnjo.com  
 Wellness spa - Tel.: +387 (0) 36 640 314, E-mail: wellness@hotelbrotnjo.com

## Stabilizacija vina

Mnogi sastojci u vinu su nestabilni na visoke ili niske temperature. Neki se talože pri niskim, a neki pri visokim temperaturama. Neke su bjelančevine osjetljive na niske, a neke na visoke temperature. Kvasci su organskog podrijetla, a soli vinske kiseline tartarati su anorganskog podrijetla. Hlađenjem se pospješuje izdvajanje soli vinske kiseline koje se kristaliziraju i talože. Zajedno s tartaratima talože se ferifosfati, feritanati, bjelančevine i dio antocijana. Da se vino ne bi zaledilo, točka hlađenja mora biti 1-2°C viša od točke ledišta vina. Dužina držanja vina pri niskim temperaturama je 5-8 dana, a može i više. Temperatura se za to vrijeme ne smije povisiti više od 1°C. Vino se za to vrijeme treba držati u izotermičkim cisternama. Stajanjem vina na tako niskim temperaturama izdvajaju se tartarati – streš u vidu kristala. Po izlasku vina iz izotermičkih cisterni vino se mora filtrirati da bi se izdvojile čestice mutnoće – tartarati i bjelančevine.

## Dozrijevanje vina

Za crna vina dobro je da dozrijevaju u drvenim bačvama jer vino tada iz drveta izvlači vanilin koji pozitivno djeluje na aromatska svojstva vina. Pojedina crna vina dozrijevaju 2-3 godine, zatim se pune u boce i stare u bocama. Uz reduktivne uvjete formiraju se i reduktivni mirisi-bez kisika. Bijelo vino prije dozrijeva u drvetu, nego u tankovima od metala. Pojedina vina brže dozrijevaju, npr. Žilavka od Traminca, Blatina od Cabernet sauvignona. Bijela vina je dovoljno držati 1-2 mjeseca u drvetu, a onda vratiti u tankove od metala. Kad odlučimo puniti vina u boce, moraju biti stabilna da ne bi došlo do taloženja u boci. Vina napunjena u boce nužno trebaju odležati minimalno 2 – 3 mjeseca pa ih tek onda pustiti u promet.



## ... njega i dozrijevanje vina

# Plamenjača i pepelnica “stare bolesti” koje su iznenadile hercegovačke vinogradare

Piše: Danko Tolić, dipl. inž.

Vinogradari s područja općine Čitluk pamtit će 2008. godinu kao iznimno tešku godinu za zaštitu vinograda. Sredinom lipnja kada se loza nalazila u fazi intenzivnog porasta, palo je preko 100 litara kiše u desetaka dana. Takvi uvjeti uz visoke temperature zraka pogodovali su razvoju plamenjače i pepelnice. Iako su navedene bolesti dobro poznate vinogradarima, uz veliki broj pripravaka (fungicida) za suzbijanje, mnogi su vinogradari imali problema u nasadima. Osnovni razlog je taj što je u nekoliko posljednjih godina bio vrlo slab napad bolesti pa su se vinogradari pomalo uspavali. Posljedice napada su vidljive dok prolazimo uz vinograde na području Čitlučke općine, a naročito su stradali pojedini lokaliteti (Potpolje, Odaci, Krehin Gradac). Slična situacija je u čitavoj Hercegovini i susjednoj Dalmaciji.

U ovakvoj se situaciji ponovo nameće pitanje antiperonosporne službe i davanje prognoze za zaštitu vinove loze. Metode praćenja bolesti vinove loze su dobro poznate u čitavom svijetu, uređaji koji se koriste za tu namjenu su relativno jeftini, što nam daje dovoljno razloga da prihvatimo suvremen pristup suzbijanju bolesti na vinovoj lozi. Bez toga se neće moći sigurno i kvalitetno zaštititi vinogradi u intenzivnom uzgoju, a grožđe iz ovakvih i sličnih godina neće biti za proizvodnju vrhunski vina. U brojnim pokusima tvrtke Syngenta na području općine Čitluk (vinogradi Stojić, Čorić, Ostojić i dr.), pokazali smo kako se uspješno može zaštititi vinograd uz korištenje podataka koje smo preuzimali s meteo stanice CDA Agra, koja je instalirana na području općine Čitluk, a nalazi se u vlasništvu poljoprivredne savjetodavne službe. Stručnjaci Syngente će na Danima berbe grožđa i u zimskom ciklusu predavanja vinogradarima pokazati metode korištenja meteo podataka i rezultate pokusa iz 2008. godine. Detaljno će biti obrađena problematika peronospore i pepelnice vinove loze i ponudit će se program zaštite vinograda u skladu s visokim standardima koje nameće EU. Uz problematiku zaštite loze od bolesti vinogradarima će se prezentirati i problematika zaštite od pepeljastog grožđanog moljca i štitaštih ušiju, koji postaju ozbiljan problem na pojedinim lokalitetima u Hercegovini te očekujemo da će uskoro biti nužno prskanje protiv ovih štetnika.

## IN MEMORIAM



Doc. dr. sc. Jasmina Marić  
1951.-2008.

Naša draga profesorica i suradnica Jasmina preminula je 19. kolovoza 2008. godine nakon teške bolesti. Na posljednji počinak ispratili smo je 21. kolovoza 2008. godine na Krematoriju u Zagrebu.

Naraštaji studenata Agronomskog i prehrambeno-tehnološkog fakulteta Sveučilišta u Mostaru, koji su imali čast i sreću sudjelovati na njezinim uvijek zanimljivim i iscrpnim predavanjima iz vinarstva, pamtit će je kao vrsnog predavača, mentora i nadasve velikog čovjeka. Njezina nazočnost među vinarima i vinogradarima Hercegovine, njena stručna predavanja, a posebice priča o Žilavci i Blatini uvijek nas je oduševljavala. Trajno ćemo nositi uspomenu i sjećati se plemenitog lika velikog vinskog znalca i prijatelja.

Draga profesorice, hvala Vam za sve što ste učinili za vinarstvo i vinogradarstvo naše nam drage Hercegovine.

*Počivaj u miru!*

*Udruga vinogradara i vinara „Hercegovina“ Čitluk*



# Štetnici vinove loze i njihovo suzbijanje u narednom periodu na području Hercegovine

Piše: Ivan Ostojić, doc. dr. sc.

Vinova loza, odnosno vinogradarstvo važna je grana poljoprivredne proizvodnje u Bosni i Hercegovini, kojom se bavi veliki broj poljoprivrednih proizvođača. Vinovu lozu, kao i sve druge kulture, napadaju brojni štetnici, koji svake godine, manje ili više, uzrokuju različita oštećenja, a samim tim i umanjuju urod.

Neke štetnike vinove loze na području Hercegovine (štitaste uši, cikade, grinje) poljoprivredni proizvođači već suzbijaju i oni su pod stalnom kontrolom. Zadnjih nekoliko godina na pojedinim lokalitetima (Blizanci, Dubrave, Konjusi) bilježe se štete od lozina tripsa i groždanih savijača. Tijekom 2007., a naročito 2008. godine na navedenim lokalitetima štete od groždanih moljaca i lozina tripsa su dosta velike. Veće štete od lozina tripsa zabilježene su na lokalitetu Konjusi, a od groždanih moljaca na lokalitetima Blizanci i Dubrave.

## Lozin trips (Drepanothrips reuteri Uzel)

Lozin trips posljednjih godina postaje sve značajniji štetnik vinove loze na području Hercegovine. Osim vinove loze hrani se i na lijeski, hrastu i drugom bilju. Dugačak je oko 1 mm i svijetložućkaste je boje.

Napada vinovu lozu početkom vegetacije kada siše na mladim izbojima koji uslijed sisanja zaostaju u rastu. Kasnije prelazi na list i siše na plojci i peteljci, ali i na mladom grozdiću. Na mjestu sisanja javlja se svijetložuta boja, a vrlo brzo i nekroze. Plojka lista se deformira. Uslijed sisanja na peteljci ostaju točkaste nekroze. Napadnuti listovi se vrlo često osuše. Isto tako, i napadnuti dijelovi cvijeta se suše pa grozdovi ostaju rehuljavi. Kasnije siše na mladim bobicama.

Prezimi odrasla ženka na čokotima loze ispod raspucale kore. U proljeće se hrani na izbojima. Ženka odlaže jedno ili dva jaja u parenhim izboja, a jedna ženka odloži oko 100 jaja. Embrionalni razvoj traje 6-10 dana nakon čega izlaze ličinke, koje se hrane na naličju lišća i u grozdićima. Suzbijanje se provodi kada se na listu primijete 2-3 ličinke.



na već gotovo zrele bobice grožđa. Gusjenice se hrane unutrašnjošću bobice, a u njima mogu ostati sve do berbe. Jedna gusjenica ošteti 3-7 bobica. Na oštećene bobice naseljava se gljivica koja uzrokuje pojavu sive plijesni – botritisa. Kad završe razvoj, gusjenice se kukulje pod korom panja gdje ostaju do proljeća.

Za praćenje dinamike populacije ovih štetnika postoji čitav niz metoda, a jedna od najraširenijih je svakako praćenje leta leptira feromonskim mamcima. Za suzbijanje grozdovih moljaca upotrebljavaju se različiti insekticidi. Najviše se upotrebljavaju bioinsekticidi na osnovi Bacillus thuringiensis kurstaki, kojima zbog bolje učinkovitosti treba dodati 0,5 % šećera kad se koriste za suzbijanje gusjenica prve generacije. Povoljni su i biotehnički insekticidi na osnovi fenoksikarba i teflubenzurona.

## Pepeljasti grozdov moljac (Lobesia botrana Schiff.) i žuti grozdov moljac (Eupoecilia ambiguella Hb)

Pepeljasti grozdov moljac i žuti grozdov moljac spadaju u skupinu važnih štetnika vinove loze. Na području Hercegovine veće štete vinovoj lozi pričinjava pepeljasti grozdov moljac.

Leptir pepeljastog moljca ima raspon prednjih krila 7-8 mm, koja su obojena poput mramora, a prevladava pepeljastosiva boja. Leptir žutog moljca ima raspon prednjih krila 6-7 mm, a krila su žute boje s jasno uočljivom poprečnom prugom.

Gusjenica žutog moljca crvenkaste je boje, s crnom glavom. Dosta je troma. Gusjenica pepeljastog moljca je svijetlozelene boje, žute glave i vrlo je živahna. Moljci prezime u stadiju kukuljice u svilenom zapretku na različitim skrovitim mjestima, pod korom panja čokota ili pukotinama kolaca. U proljeće se krajem travnja ili početkom svibnja iz kukuljice razvije leptir koji odlaže jaja na cvatove vinove loze. Odlaganje jaja odvija se prije cvatnje. Jedna ženka odloži 40-60, najviše 120 jaja. Nakon izlaska iz jaja gusjenice zapredaju cvijet i oštećuju ga. Tijekom svog razvoja gusjenica može oštetiti oko pedesetak pupova, odnosno bobica. Kad završe razvoj, gusjenice stvaraju zapredek od otpadaka cvjetnih pupova ili pod korom panja čokota. Nakon dva tjedna izlijeću leptiri druge generacije, što se najčešće događa u prvoj dekadi lipnja.

Nakon kopulacije ženke odlažu jaja na zelene bobice veličine graška. Jedna gusjenicu ošteti 4-9 bobica. Naime, gusjenice ulaze u bobice, izgrizaju ih iznutra tako da katkad ostane samo sjemenka. Razvoj gusjenica ove generacije traje 20-25 dana. Nakon završenog razvoja kukulje se pod korom panja.

Početkom kolovoza iz kukuljica pepeljastog moljca izlijeću leptiri koji odlažu jaja

**BANK LEASING**

Austrija • Bosna i Hercegovina • Bugarska • Crna Gora • Hrvatska • Italija • Mađarska • Makedonija • Njemačka • Slovenija • Srbija • Ukrajina





**Slijedite svoje snove.**

Snovi nemaju granica. To je razlog zbog kojeg smo se uspješno razvili na međunarodnom nivou i zbog kojeg možemo, kao finansijska institucija, pružiti podršku svojim klijentima u ostvarenju njihovih snova. Cijelim putem od pionira do lidera na tržištu, u širem području regije Alpe-Jadran, stekli smo sveobuhvatno iskustvo, izgradili smo mrežu stručnjaka i naučili da je naša uloga, ustvari, uloga partnera i da ona seže daleko izvan okvira isključivo finansijskih tema. Danas ova regija nije samo naše tržište nego i naš dom. Kakvi god da su vaši snovi, oni će se uz nas ostvariti: jednostavno, brzo i kompetentno.

[www.hypo-alpe-adria.ba](http://www.hypo-alpe-adria.ba)

**12 zemalja – jedna mreža.**

# Izrada vinogradarskog katastra BiH

*Piše: Marijo Leko, dipl. inž. agr.*

U Bosni i Hercegovini trenutno ne postoje precizni podaci o površinama pod vinovom lozom. Brojke kojima raspolažemo temelje se na procjenama stanja u odnosu na predratno stanje, koje također nije precizno. Većina stručnjaka koji se bave ovom problematikom suglasni su da površine ne prelaze 4.500 ha. Neprecizni su podaci o strukturi sortimenta, starosnoj strukturi, broju parcela pod vinogradima i sl. Svake godine se određeni broj ha nanovo podiže, o čemu također nemamo evidenciju. Osim površina pod vinogradima, vrlo važan podatak kojim ne raspolažemo bi bio potencijal apsolutnih vinogradarskih položaja.

Apsolutno vinogradarsko zemljište je zemljište na kojemu vinski trs daje kvalitetno i količinski optimalne proizvode, pri čemu je ekonomičnost proizvodnje vinske loze na tom zemljištu veća nego bi bila kod proizvodnje drugih poljoprivrednih proizvoda.

Apsolutni vinogradarski položaj odnosi se na ekspoziciju i inklinaciju zemljišta, pedološka svojstva, mogućnost navodnjavanja, mogućnost uporabe mehanizacije i dr.

Međutim, vrlo često se ovakvi položaji vode kao katastarska kultura - šuma, čime je onemogućeno korištenje zemljišta za podizanje vinograda kao kulture koja bi na tom zemljištu ostvarila značajno veće gospodarske učinke.

Kroz izradu vinogradarskog katastra treba identificirati sva potencijalna apsolutna vinogradarska zemljišta (poljoprivredna i dijelom šumska) i zakonskom regulativom ih zaštititi od devastacije i prenamjene.

**Cilj projekta** je izrada vinogradarskog katastra kao numeričke i kartografske baze podataka.

U numeričkom dijelu baze podataka vinogradarskog katastra će biti podaci o:

- vlasništvu
- identifikaciji katastarske čestice
- strukturi sortimenta
- starosti nasada
- popunjenosti nasada
- prinosima
- ostalim podacima.

U grafičkom dijelu baze podataka vinogradarskog katastra biti će podaci o:

- sadašnjim površinama pod vinovom lozom
- potencijalnim površinama poljoprivrednog zemljišta za razvoj vinogradarstva
- potencijalnim površinama šumskog zemljišta koje bi se trebalo prenamijeniti za razvoj vinogradarstva
- prostornom prikazu sadašnjih nasada
- prostornom prikazu potencijalnog poljoprivrednog zemljišta za razvoj vinogradarstva
- prostornom prikazu potencijalnog šumskog zemljišta za razvoj vinogradarstva.



VOČNJACI I VINOGRADI NA TERASAMA U HERCEGOVAČKOM KRŠU



Odnos veličine površine za koncesiju (50 ha) i usitnjenog privatnog posjeda

Izrada vinogradarskog katastra preduvjet je za ulazak BiH u EU. Naime, za ulazak u EU svaka država preuzima obvezu izrade vinogradarskog katastra (registra) po Uredbi br. 2392/86., koja propisuje slijedeće:

- sve zemlje članice EU, koje imaju više od 500 ha vinograda, obvezne su voditi Vinogradarski registar.
- registar se dijeli na registar proizvođača i registar proizvodnje;
- registar mora biti vođen i ažuriran računalno, a države članice trebaju omogućiti pristup informacijama tijelima EU određenim za tu problematiku, uz odgovarajuću zaštitu podataka od eventualnih zlouporaba.

Budući da vinogradarstvo i vinarstvo zauzimaju važno mjesto u zajedničkoj agrarnoj politici EU, ovakav je registar prije svega potreban kako bi se dobile informacije o potencijalima proizvodnje i trendovima, a kako bi se osiguralo pravilno funkcioniranje zajedničkog tržišta.

U izradi Vinogradarskog katastra koristit će se: upisnik (registar) proizvođača grožđa i vina, satelitski snimci, digitalizirane topografske karte mjerila 1: 25.000, digitalizirani orto-foto snimci, digitalizirani katastarski plan, digitalni model reljefa, pedološki podaci i očevid u svakom nasadu vinove loze.

Aktivnosti na projektu Vinogradarski katastar Bosne i Hercegovine započele su početkom 2008. Godine, a rok za izradu projekta je 3 (tri) godine.



**g-tour**  **međugorje**  
 ..... **Travel Company**

BIH - 88 266 Međugorje - Tel: +387 36 650 126; +387 36 650 127; Fax: +387 36 650 156

E-mail: info@gtour-medjugorje.com

www.globtour.com; www.gtour-medjugorje.com



# Značajni projekti u općini Čitluk

*Piše: Ivo Jerkić, dipl. oec.*

U 2006. i 2007. godini pokrenuta su dva vrlo značajna projekta, a to su izgradnja novog srednjoškolskog centra dr. fra Slavka Barbarića i izgradnja uređaja za pročišćavanje otpadnih voda za naseljeno mjesto Čitluk.

## Izgradnja srednjoškolskog centra u Čitluku

Zbog pomanjkanja prostora i neadekvatnih uvjeta za održavanje nastave u osnovnoj i srednjoj školi u Čitluku, već dugo vremena postoji potreba za izgradnjom novog srednjoškolskog centra u Čitluku. Za realizaciju ovog projekta uvijek je bio problem nedostatak sredstava, pa je konačno Vlada HNŽ u veljači 2005. godine donijela Odluku da se priđe izgradnji ovog školskog objekta za što su osigurali sredstva iz OPEC-a fonda. U svibnju 2006. godine u sklopu obilježavanja Dana općine Čitluk položen je kamen temeljac za novu zgradu srednje škole dr. fra Slavka Barbarića. Objekt je trenutno pokriven i stavljeni su otvori a slijedi nastavak radova do konačnog završetka koji se očekuje za početak školske godine 2009/10. Sredstva za završetak radova je osigurala Federalna Vlada putem Ministarstva obrazovanja i nauka. Realizacijom ovog projekta i izgradnjom novog srednjoškolskog centra riješit će se i prostor za osnovnu školu fra Didaka Buntić.



## Izgradnja dječjeg vrtića

Značajan projekt za općinu Čitluk je i izgradnja nove zgrade dječjeg vrtića u Čitluku, jer postojeći prostor dječjeg vrtića je neadekvatan i ne ispunjava sve potrebne uvijete za boravak naših mališana. Za ovaj objekt je izdana urbanistička dozvola i urađen glavni projekt. Izgradnju dječjeg vrtića će financirati „Zaklada Primorac“ koja sve aktivnosti oko spomenutog objekta radi u suradnji sa općinskim službama.

Značenje ovog objekta je prepoznala i Vlada Federacije BiH koja će također financijski podržati realizaciju ovog objekta. Izgradnja nove zgrade dječjeg vrtića najviše će obdovati mališane i djelatnike vrtića.



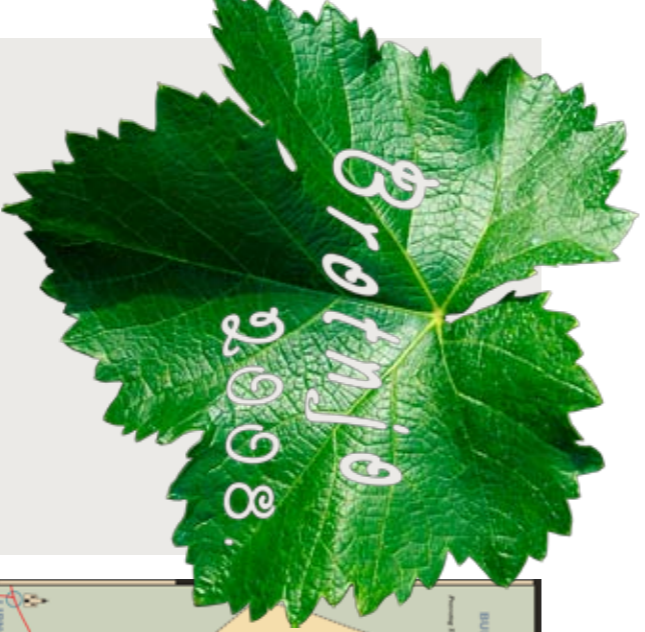
## Izgradnja uređaja za pročišćavanje otpadnih voda

Drugi kapitalni objekt za našu općinu je svakako rješavanje kanalizacijskog sustava za naseljeno mjesto Čitluk i prigradska naselja. Još 2002. godine Općinsko vijeće je projekt kanalizacije proglasilo strateškim i od tada se krenulo sa izgradnjom kolektora čija dužina iznosi oko 2500 metara i to sve vlastitim sredstvima. Za Dan općine 2007. godine položen je kamen temeljac za izgradnju spomenutog objekta i on je već završen i pušten u probni rad, a svečano otvaranje slijedi za Dane berbe grožđa, točnije 21. rujna 2008. godine. Nakon ovog slijedi rješavanje druge faze kanalizacije koja obuhvaća naseljena mjesta Bijakoviće i Međugorje.



Pored navedenog značajno je spomenuti da je Općina Čitluk ušla u program GAP-a, pa će biti potrebno dograditi postojeću zgradu Općine. U proteklom periodu je dosta urađeno i na uređenju nogostupa i pojedinih trgova i parkova.



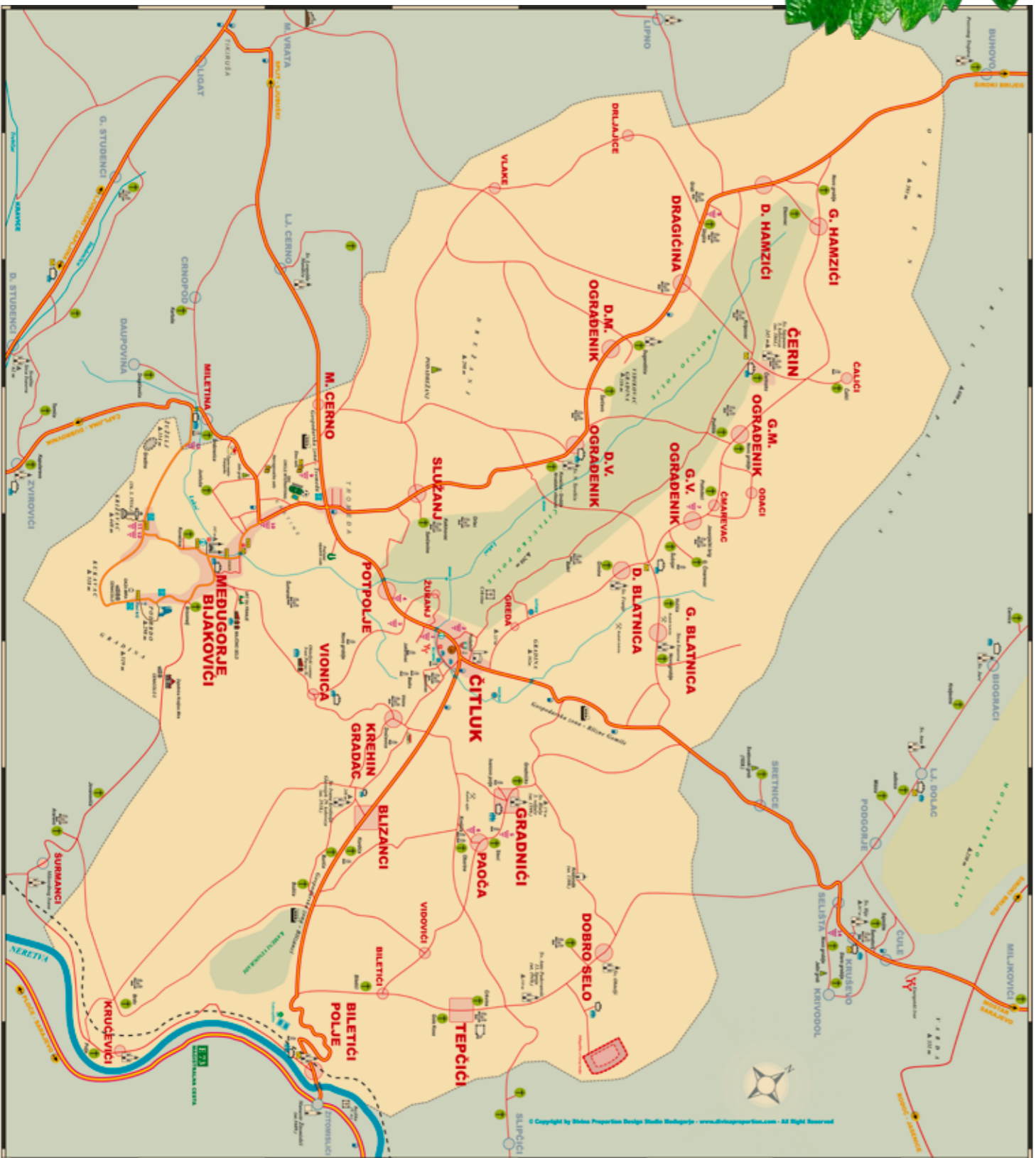


# Općina Čitluk

## VINARIJE - VINSKI PODRUMI

1. VINARIJA ČITLUK
2. VINARIJA BRKIĆ
3. VINARIJA VITAI
4. VINARIJA OSTOJIĆ
5. VINARIJA PRSKALO
6. VINARIJA ANDRIJA
7. VINARIJA ODAK
8. VINARIJA STOJIĆ-MATIĆ
9. VINARIJA HERCEGOVINA PRODUKT
10. VINARIJA SIVRIĆ
11. VINARIJA STANKELA
12. VINARIJA AG
13. VINARIJA MARTIN
14. VINARIJA ROZIĆ - KRUŠEVO

www.citluk.ba



www.bobita.ba



**ORGANIZATORI:**

Općinsko vijeće Čitluk  
KIC Čitluk  
Matica hrvatska Čitluk  
Udruga vinogradara i vinara Hercegovine  
Turistička zajednica HNŽ podružnica Čitluk-Međugorje-Bijakovići  
HKUD "Brotnjo" Čitluk

**GENERALNI POKROVITELJ:**

Vlada Federacije Bosne i Hercegovine

**POKROVITELJI:**

Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva FBiH. Ministarstvo okoliša i turizma FBiH, Ministarstvo kulture i sporta FBiH, Turistička zajednica HNŽ, Vlada HNŽ, Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva HNŽ.

**Sponzori:**

GIPRI Mesna industrija Čitluk, Pehar & Co, Pekarna "Miletić" D.V. Ograđenik, Hypo Group Alpe Adria, Zu & Ric, Vinarija Čitluk, Hercegovina VINO, Hotel "Brotnjo", Audio Team Pro Stage, Eurovip Čitluk, Divina Proportion Design Studio Međugorje, Barpeh, Bobita, Herzmedia Čitluk, Ledo, Bljesak portal, Gardens, Infoherc Mostar, Restaurant Gardens, Hotel Villa Regina, Disco Frotea, Agencija G-Tour, Etico d.o.o., Šakota d.o.o., Hotel Mogorjelo i Raiffeisen Bank.

**Generalni medijski pokrovitelji:**

Večernji list BiH i Radio postaja "MIR" Međugorje

**Medijski pokrovitelji:**

HTV Mostar, Fena, RP Posušje, RP Ljubuški, RP Mostar, RP Čapljina, Radio Herceg-Bosne, BH Radio 1, Slobodna Dalmacija i Dnevni list.