

Dani berbe grožđa

64. turističko-kulturno-gospodarstvena manifestacija, BROTNJO 2019.

Turizam i poljoprivreda



Godina: XV; Broj: 15, ČITLUK, BiH



ISSN 2303-6133



9772303613003

Dobrodošli

na 64. turističko-kulturno-gospodarstvenu manifestaciju
Dani berbe grožđa - Brotnjo 2019.

*“U ovim bobicama je utkana
sva žestina hercegovačkog sunca,
miris zemlje i znoj broćanskog vinogradara”*





Živjeli u zdravlju i veselju!

*Tradicija uzgoja vinove loze i proizvodnja vina od naših bisera
Žilavke i Blatine,
zajedno s manifestacijom “Dani berbe grožđa”,
nas obvezuje da moramo čuvati i njegovati svoju vrijednu baštinu koja je
oduvijek bila ponos Brotnjaka .*

Predsjednik OO Dani berbe grožđa - Brotnjo 2019.
Predrag Smoljan



Teme u ovom broju

PROGRAM - 64. turističko-kulturno-gospodarstvene manifestacije "DBG - BROTNJO 2019."	8
Prošlogodišnji <i>Dani berbe</i>	10
Vina na ovogodišnjim <i>Danima berbe grožđa</i>	14
Osvrt na vinogradarsku 2019. sezonu	18
Trendovi u vinskom turizmu	20
Red vinskih vitezova Europe	22
Vinske utrke i maratoni	24
Influncer marketing	26
Suvenir	28
Ususret turističkim sezonama	30
Kuće za odmor	32
Hodočasnik	34

Međugorje i naš rural	38
Naše kuće - gnijezda ljubavi	39
Kulturno umjetnička društva i njihova uloga u turizmu	40
Do svjetskoga trona na krilima međugorskih dragulja	42
Medeni gemišt	44
Iz naše baštine	48
Škola za vinogradare	50
Kako proizvesti vlastiti autohtoni kvasac?	52
Sušica cvasti vinove loze	54
Ćufter	56
Aronija	57
Oskoruša	58
Infrastrukturni projekti (Općina Čitluk)	60





Program manifestacije

14. rujna 2019. (subota)

13,00 sati:

Međunarodni atletski miting „Memorijal Bože Gagro – 2019“.

(Gradski stadion „Bare“)

15. rujna 2019. (nedjelja)

12,00 sati:

Blagoslov obnovljene Čatrnje (1895)

(Čerin)

12,15 sati:

Predstavljanje slikovnica Pere Petrušića; NEVINO SRCE - Diva Grabovčeva, BESKRAJAN SAN i izložba ilustracija akademskog slikara Branimira Dorotića

(Dvorana Pastoralnog centra, Župni ured sv. Stjepana Prvomučenika, Čerin)

20. rujna 2019. (petak)

20,00 sati:

Predstavljanje knjige Jure Belje i Danke Dugandžića - „BROTNJO I BROTNJACI“

(Podrum „Dodig“ – Sportski Centar „Circle International“ Međugorje)

Stručna predavanja iz vinogradarstva i vinarstva

Agronomski i Prehrambeno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Mostaru i Federalnog agromediterranskog zavoda

(Podrum „Dodig“ – Sportski Centar „Circle International“ Međugorje)

21. rujna 2019. (subota)

10,00 sati:

Međunarodni karate turnir „DBG Open 2019“

(Gradska športska dvorana)

19,00 sati:

Promocija knjige

VERBA VOLANT – SCRIPTA MANENT, Zbornik u čast akademika Stjepana Krasića, OP

(Galerija fra Didaka Buntića, Župni ured Krista Kralja, Čitluk)

20,00 sati:

Otvorenje izložbe slika mag. art. Marka Šaravanja, akad. grafičar

(Galerija fra Didaka Buntića, Župni ured Krista Kralja, Čitluk)

22. rujna 2019. (nedjelja)

14,30 sati:

Turistički forum “UPRAVLJANJE TURIZMOM”

Formiranje strategije, planiranje i prostor

Fakultet prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti Sveučilišta u Mostaru

(Hotel Brotnjo Čitluk)

18,00 sati:

Svečani mimohod svih sudionika Manifestacije

(od Srednje škole fra Slavka Barbarića do Broćanskog trga)

18,30 sati:

Svečano otvaranje 64. Turističko-kulturno-gospodarstvene manifestacije „Dani berbe grožđa-Brotnjo 2019“. i početak programa kulturno-umjetničkih društava, skupina i pojedinaca

(Broćanski trg)

21,00 sati:

Koncert : Grupa Magazin

(Broćanski trg)



Program od 18,30 sati ovog dana održat će se na Broćanskom trgu, uz hercegovačke specijalitete i kušanje vrhunskih hercegovačkih vina.

ORGANIZACIJSKI ODBOR MANIFESTACIJE

PROŠLOGODIŠNJI DANI BERBE

prošlogodišnju manifestaciju pripremio Organizacijski odbor radeći na programskom sadržaju jedne od najstarijih manifestacija u regiji. Dani berbe grožđa mogu se pohvaliti uistinu bogatom tradicijom i turistički forum, održan pod pokroviteljstvom predsjednika Vlade HNŽ Nevenka Hercega, bio je pun pogodak jer je bio mjesto susreta eminentnih stručnjaka na ovom području i jer je stavio naglasak upravo na ono čime se Brotnjo ponosi, tradiciju uklopljenu u prirodnu baštinu. Tradicionalno, dio Dana berbe grožđa su stručna predavanja za vinogradare i vinare, koja su prošle godine održana u obiteljskom podrumu Ostojić, gdje je predstavljena i knjiga „Mikotoksini – pojavnost, prevencija i redukcija“ koju su napisale prof. dr. sc. Jelka Pleadin, doc. dr. sc. Višnja Vasilj i prof. dr. sc. Danijela Petrović. A tradicionalno Dani berbe grožđa imaju i bogat sportski sadržaj. Tako je Atletski klub Brotnjo, u okviru programa 63. Dana berbe grožđa, na Gradskom stadionu Bare organizirao 13. međunarodni atletski miting „Memorijal Bože Gagro“ na kojemu je sudjelovalo više od 600 mladih atletičarki i atletičara s područja cijele BiH i Hrvatske, dok su

Brotnjo kao najveći vinorodni kraj u BiH i Čitluk kao njegovo središte prošle su godine po 63. put bili domaćini tradicionalne turističko-kulturno-gospodarske manifestacije „Dani berbe grožđa“. Ova trodnevna svečanost ponovno je bila prigoda da se Brotnjaci iskažu kao gostoljubivi domaćini i da sa svojim prijateljima uživaju u manifestaciji kojom se proslavlja berba plodova cjelogodišnjeg mukotrpnog rada vinogradara.

Program 63. Dana berbe grožđa započeo je otvorenjem izložbe slika akademske slikarice Marije Galić „Kamen u kojemu je zapisana duša“, a premijerno predstavljanje u programu tradicionalne rujanske manifestacije imala je i knjiga „Časna sestra Dominika“ autora prof. Emila Raspudića.

Na prošlogodišnjim Danima berbe grožđa održan je turistički forum „Tradicijska u funkciji turizma“, što je bila jedna od programskih novina koju je za





karate klubovi s područja općine Čitluk prošlogodišnju manifestaciju obogatili organiziravši šesti „DBG Open“, međunarodni karate turnir za sve dobne skupine na kojemu je nastupio približno jednak broj natjecatelja kao i na najdugovječnijem atletskom natjecanju. Na međunarodnom karate turniru u Čitluku u najboljem svijetlu svoje sportske vještine pokazali su natjecatelji iz BiH, Hrvatske, Srbije, Italije, Kosova i Crne Gore. Predstavnici iz petnaestak europskih i svjetskih zemalja okupili su se i na druženju članova diplomatskog kora s dužnosnicima BiH, tijekom kojega su predstavnicima stranih država predstavljani Dani berbe grožđa i ostale vrijednosti koje Hercegovina nudi, a prošlogodišnji Dani berbe grožđa završeni su smotrom kulturno-umjetničkih društava, pjevačkih skupina i pojedinaca tijekom koje su domaći vinogradari na lijepo ukrašenim

šandovima nudili posjetiteljima vrhunska hercegovačka vina. Četrnaest vinarija posjetiteljima 63. Dana berbe grožđa ponudilo je na degustaciju i uživanje svoja vrhunska vina, a posjetitelji su mogli Hercegovinu upoznati i kroz tradicionalnu gastronomsku ponudu te uživati u nastupima: puhačkog orkestra HKUD „Seljačka Sloga“ – Trebižat, Mažoretkinja općine Čitluk, HKUD Brotnjo, ženske klape „Bura“ iz župe Gradina, muške klape „Concordia“, HKUD Stolac, HKUD „Sarajlije“ – Tomislavgrad, HKUD Donji Ograđenici, HKUD „Sv. Ante“ Cim – Mostar, HKUD Didak – župa Gradnići, HKUD „Lindžo“ – Neum, HKUD „Peruća“ – Hrvace, Broćanskih bećara, Tamburaškog orkestra „Misericordia“ sa solistima, ženske klape „Mir“ – Međugorje, Drim tima babe, te na samom kraju Tomislava Bralića i klape Intrade.

Željko Planinić



Vina na ovogodišnjim

Danima berbe grožđa



Podrum Tolj, Blatnica
Mob.: 063 313 333,
E-mail: joco.tolj@gmail.com
GPS: 43°14'51.8"N 17°40'59.2"E



Podrum Sivrić, Međugorje
Mob.: 063 360 909
www.sivric-medjugorje.com
GPS: 43°11'55.3"N 17°40'21.8"E



Podrumi Andrija, Paoča
Mob.: 063 322 162
www.podrumandrija.com
GPS: 43°13'44.1"N 17°44'17.8"E



Podrum Brkić, Čitluk
Mob.: 063 320 205
www.brkic.ba
GPS: 43°13'38.3"N 17°41'35.4"E



Podrum Vučić, Blatnica
Mob.: 063 941 953
www.vinovucic.blogspot.ba
GPS: 43°15'06.0"N 17°40'48.3"E



Podrum Marijanović, Služanj
Mob.: 063 177 198
www.marijanovic.ba
GPS: 43°13'13.1"N 17°40'24.0"E



Podrum Sušac, Cerno
Mob.: 063 329 215
E-mail: jure.susac1@tel.net.ba
GPS: 43°12'49.6"N 17°36'38.3"E



Vinarija Ostojić, Potpolje
Mob.: 063 893 298
www.podrumostojic.ba
GPS: 43°13'24.8"N 17°40'40.7"E



Vina Zadro, Domanovići
Tel.: 036 822 301
www.vinazadro.com
GPS: 43°08'11.0"N 17°47'06.6"E



Podrum Petrus, Međugorje
Mob.: 063 747 751
GPS: 43°11'00.3"N 17°40'03.8"E



Vinarija Rubis, Vionica
Mob.: 063 297 727
www.rubis.ba
GPS: 43°12'23.8"N 17°41'58.9"E



AG Međugorje, Međugorje
Mob.: 063 377 305
www.ag-travel.org
GPS: 43°10'49.7"N, 17°40'26.6"E



Vinarija Čitluk, Čitluk
Tel.: 036 642 232
www.hercegovinavino.com
GPS: 43°13'28.2"N 17°41'34.9"E



Hercegovina Produkt, Međugorje
Tel.: 036 650 980
www.hercegovinaprodukt.com
GPS: 43°12'14.4"N 17°39'16.9"E



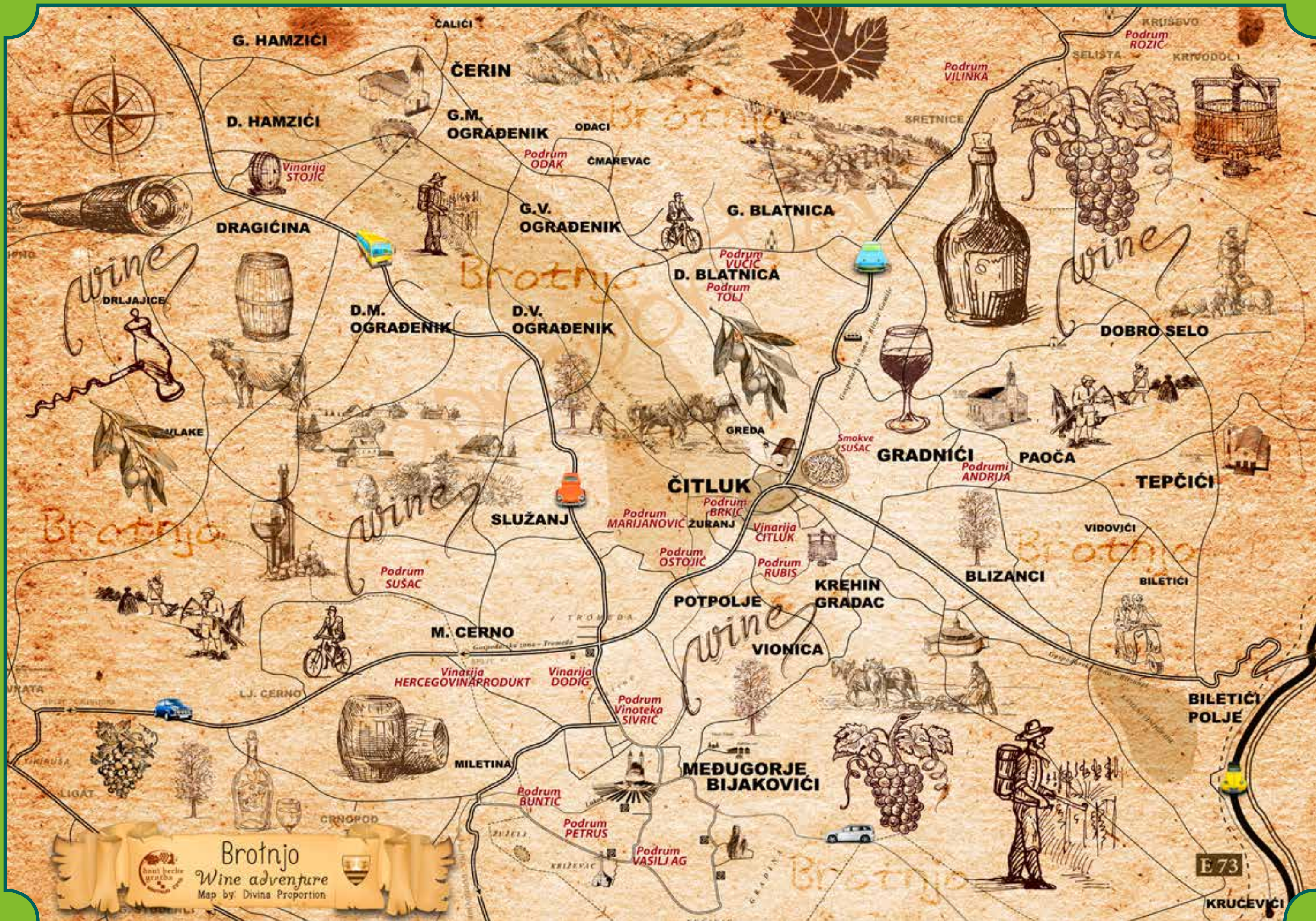
Vinarija Buntić, Miletina
Mob.: 063 377 073
www.vinarija-buntic.com
GPS: 43°11'09.7"N 17°39'34.1"E



Podrum Vilinka, Sretnice
Mob.: 063 427 411,
www.vilinka.com
GPS: 43°16'40.9"N 17°44'19.8"E



Vinarija Dodig, Međugorje
Mob.: 061 141 688
www.vinarijadodig.com
GPS: 43°13'24.8"N 17°40'40.7"E



Osvrt na vinogradarsku 2019. sezonu

i korisni savjeti za zaštitu vinograda od bolesti

Vinogradarska sezona 2019. je iza nas nekima će ostati u dobrom sjećanju, a neki će je pamtit i kao iznimno tešku i specifičnu. Ako je uspoređujemo s prethodnom godinom 2018-om, značajno se razlikuje po klimatskim parametrima, prinosu i vremenu berbe. Nakon iznimno rodne 2018., u mnogim vinogradima rodni potencijal je bio iznad očekivanja, no na kraju dosta vinograda je desetkovala peronospora na grozdu. Kvaliteta grožđa zavisila je uglavnom od dobre i pravovremene agrotehnike što se vidjelo kod uzornih vinogradara.

Rezime klime u 2019. sezoni i njen utjecaj na vinogradarsku godinu:

- Proljeće je bilo prohladno i kišovito, a ljetno jako toplo, u nekoliko navrata s ekstremnim temperaturama iznad 40 °C
- Vegetacija je krenula kao i obično početkom travnja zavisno od lokaliteta i sorte
- Tijekom travnja i svibnja palo je preko 300 litara kiše, što je bilo više nego dovoljno za primarne infekcije plamenjačom do prve dekade lipnja
- Prosječne dnevne temperature tijekom travnja i svibnja bile su ispod 15 °C, što je značajno usporilo razvoj mladica do cvatnje
- Porast mladica prvih 45 dana do polovice svibnja bio je svega 10-15 cm, a uvjeti su bili idealni za razvoj crne pjegavosti (fomopsisa)
- Cvatnja je počela u prvoj dekadi lipnja i već tada se moglo naslutiti da vegetacija kasni 7-12 dana u odnosu na ranije sezone i tako je ostalo do početka berbe
- Prvi toplotni udar desio se 15. lipnja, kada se temperatura popela iznad 38 °C, a apsolutni maksimumi zabilježeni su 2. Srpnja i 12. kolovoza (maksimalne dnevne temperature iznad 40°C)
- Nakon toplotnih udara u vinogradima su se pojavili simptomi Esce (bolest drveta) koja postaje sve veći problem, a sunčanih opržotina na grozdu (obare) gotovo da nije ni bilo
- Tuče nisu zabilježene, ako su bile sporadično s kišom nije bilo značajnijih šteta na grožđu
- Koncem lipnja na više lokaliteta palo je 60 - 100 litara kiše/m² što je donekle pomoglo vinogradima da lakše prežive sušni i topli kolovoz
- Nakon kiše u lipnju počela se masovnije pojavljivati pepelnica i plamenjača na vrhovima mladica u vinogradima gdje je bilo primarnog inokuluma ovih bolesti
- Kroz čitavu vegetacijsku sezonu pritisak štetnika je bio značajno manji nego u prethodnim sezonama

Osim klimatskih parametara i njihova utjecaja na vinogradarsku sezonu, evidentno je da opada interes za održavanjem postojećih vinograda, a o sadnji novih malo tko razmišlja. Smjena generacija i masovno iseljavanje mladih ljudi postaju sve veći problem u širem regionu. Sve više ima zapuštenih i neobrađenih vinograda diljem Hercegovine, a ista je situacija u susjednoj Dalmaciji. Zapušteni vinogradi predstavljaju izvor zaraze i leglo bolesti i štetnika za susjedne vinograde. Cijena radne snage raste iz godine u godinu i teško je naći radnika za rezidbu, prskanje ili pljevidbu. Mnogi vinogradari svjedoče ove godine da su zbog nedostatka radnika u vrijeme prve pljevidbe kasnili sa zaštitom vinograda i zbog toga imali ozbiljne štete od plamenjače i pepelnice na grožđu.

Korisni savjeti za zaštitu vinograda od najznačajnijih bolesti

Najvažnija stvar koju vinogradar treba znati je pravilno planiranje i izbor pripravaka za zaštitu vinograda. Osnovu planiranja čini preventiva na bazifenofaze, klimatskih prilika i vremenske prognoze. Zaštita nikako ne smije čekati završetak agrotehničkih zahvata ili smirivanje vremena. Zaštita koja se planira samo vikendima (najčešće subotom) lako može zbog kišne subote da se produži na 15 dana i tada je teško zaustaviti infekciju. Ova sezona je počela s kišom i usporenim rastom što je pogodilo razvoj crne pjegavosti koja se razvija od faze bubrenja i prestaje kad mladice dosegnu 50 - 70 cm. Za njeno suzbijanje treba primijeniti preventivno pripravke na bazi bakra, azoksistrobina ili folpeta (**NORDOX, FOLPET, QUADRI** i sl.). U zaraženim nasadima obavi se jedna zaštita bakrom u fazi bubrenja pupoljaka, a druga kad mladice dosegnu 15-20 cm (**Quadris** ili **Folpet**). Utrošak vode je mali i ne treba štedjeti na kvaliteti pripravka i tretmanu. Problem fomopsisa se vuče iz sezone u sezonu i dugoročno zaraženi vinogradi propadaju.

Plamenjača je u ovoj sezoni imala dobre uvjete za razvoj prije cvatnje, a prve infekcije su se vidjele u cvatnji ili odmah nakon zametanja bobica. Prvi simptomi primjete se na donjim listovima, a do fenofaze kad bobice dosegnu veličinu zrna graška postoji velika opasnost za grožd. Rana infekcija grožđa desi se najčešće zbog loše ili neobavljene pljevidbe zaperaka. Kod izbora pripravaka u ovoj fazi prednost se daje sistemcima, ali malo vinogradara zna da postoji razlika između fungicida i njihovog djelovanja na list i grožd. Ako se koriste sistemci koji nemaju svojstva vezanja na voštane materije bobice zaštita često bude ista kao i kod primjene kontaktnih fungicida. Za zaštitu lišća u fazi intenzivnog porasta mladice potrebno je izabrati tzv. prave sistematike (**RIDOMIL** ili **MIKAL**). Ovi sistemci prate rast loze i nude zaštitu lišća s lica i naličja. Za zaštitu bobica do zatvaranja grožđa preporuka je koristiti loko sistematike koji imaju tzv. liposolubilna svojstva vezanja za voštanu prevlaku, a jedan od najboljih za tu namjenu je **PERGADO**. Dva do tri prskanja sistemcima od početka cvatnje do zatvaranja grožđa s proizvodima **RIDOMIL, PERGADO** i **MIKAL** nude najveći stupanj zaštite, što se pokazalo odlično i u ovoj sezoni.

Pepelnica(lug) je poseban problem na osjetljivim sortama kao što je Žilavka. Nekad je bila opasnija od plamenjače, ali danas se relativno lako suzbija jer postoji veliki izbor pripravaka iz različitih grupa specifičnog načina djelovanja. Zaštita od pepelnice počinje i završava močivim sumporom (**THIOVIT** ili sl.). U vrijeme cvatnje koriste se sistemci tzv. triazoli kao što je **TOPAS**, a nakon cvatnje do zatvaranja grožđa najbolji se pokazao novi fungicid **DYNALI**, koji ima dvije djelatne tvari i jako dugo rezidualno djelovanje do 14 dana. Za

pepelnicu je osim izbora fungicida veoma bitno osigurati prozračnu zonu grožđa i kvalitetnu aplikaciju uz dodatak okvašivača (ljepila).

Zaključci i preporuke za vinogradare:

- Vrlo je važno pravovremeno prskanje za sve bolesti (ne prerano, ali ne i prekasno) po mogućnosti preventivno prije infekcije i ostvarenih uvjeta za infekciju
- Razmake prskanja u preventivi treba prilagoditi uvjetima za infekciju i količini oborina (u kritičnim fazama 6-12 dana)
- Ako se ide u liječenje plamenjače (kurativu) s pripravcima kao što je **RIDOMIL**, onda prskamo najkasnije 48 sati nakon kiše
- Pepelnica se kod nas primijeti polovicom lipnja, ali osnovna zaštita je preventiva od samog početka vegetacije. Za kurativu najbolji se pokazao **DYNALI**
- Ako nakon prskanja padne više od 30-40 litara kiše, zaštitu treba ponoviti najkasnije za 7 dana (najbolje sistemikom koji ima kurativna svojstva)
- U vrijeme intenzivnog rasta lisne mase do kraja cvatnje preporučavaju se sistemski pripravci koji bolje štite list (**RIDOMIL, MIKAL** i sl.).
- Za zaštitu grožđa od zametanja bobica do zatvaranja grožđa veoma su bitna biokinetička svojstva fungicida (**PERGADO** se pokazao najbolji)
- Utrošak vode treba prilagoditi volumenu lisne mase, a dozu površini vinograda
- Oprezno s novim atomizerima koji koriste manje od 1.000 litara vode/ha (koncentraciju s uputstva treba povećati proporcionalno smanjenju utroška vode)
- Koristite savjete agronoma jer ima jako puno pogrešaka u pravilnoj primjeni i izboru pripravaka za zaštitu vinove loze

Mr.sci. Danko Tolić



Trendovi u vinskom turizmu

*Robert Baćac,
samostalni konzultant
za ruralni turizam*

Na sam spomen vinskog turizma, obično se pomisli kako je to vrsta turizma povezana s putovanjima poradi konzumacije vina. Ustvari, ovo pojednostavljeno poimanje je u potpunosti točno, jedino je još potrebno dodati kako vinski turizam obuhvaća i putovanja poradi posjete vinogradima, vinskim podrumima, festivalima vina i događajima te degustaciju i konzumiranje vina, doživljavajući vinorodno područje i sve njegove atraktivne attribute koje ga čine osebnim i neponovljivim.

Putovanje poradi vina nije novovijeka navada čovjeka već seže duboko u prošlost. Još su stari Grci oplovili svaki zakutak Mediterana u traženju dobrog vina. Doduše, nisu putovali turizma radi, već zbog trgovine kako bi svoje domicilne destinacije opskrbili najboljim vinima za symposiume i važne svečanosti. Na taj način svjesno su širili vinsku kulturu diljem ondašnjeg poznatog svijeta te nesvjesno utjecali na etabliranje danas poznatih i turistički nezaobilaznih vinskih regija.

Vinski turizam posebna je tržišna i turističko-proizvodna niša. Dio je agroturizma kao aktivnosti koja povezuje poljoprivredu, odnosno tipični proizvod s turizmom i artikulira ga u turistički proizvod. Motiv za putovanja je vino kao privlačni faktor i prvi izbor za putovanje. Tomu u prilog govori i primjer iz Bordeauxa u Francuskoj gdje gotovo 30% posjetioca dolaze isključivo poradi vina. Prema interesu putovanja, vinske turiste moguće je generalno podijeliti u dvije grupe:

→ **Specialist winery tourists** - posjećuju vinograd, vinariju, vinski festival ili vinski događaj i njihova primarna motivacija je poseban interes za vino ili doživljavanje posebnog iskustva vezanog uz vino;

→ **Generalist wine tourists** - prvenstveno su motivirani posjetiti vinsku regiju iz drugih razloga (npr. zbog ponude kulturnog ili aktivnog turizma) te u sklopu boravka odabiru posjet vinariji ali u sklopu šireg obilaska ili putovanja;

Prema profilu, odnosno zainteresiranosti za vino kao turistički proizvod moguće je vinske turiste svrstati u sljedeće segmente:

→ **Wine lovers** - ljubitelji vina, koji čine 15% vinskih turista, upoznati su s vinom i mogu s povjerenjem razgovarati o vinarstvu na profesionalnoj razini. Snažnu motivaciju za posjet vinskoj regiji jesu mogućnost degustacije direktno u vinskom podrumu, učenje o vinu, kupnja te sljubljivanje jela i vina;

→ **Wine Interested** - čine 55% od ukupnog broja vinskih turista. Zanimaju se za vinsku kulturu te je posjećuju vinarije i pohađaju degustacije vina. Iskustvo vina im je također primarna motivacija jer žele naučiti više o vinu, posebno o novom vinu kojeg nisu imali prilike kušati;

→ **Wine Curious** – čine 17% od ukupnog broja vinskih turista. Slabo su do umjereno zainteresirani za vino. Posjet vinariji smatra se samo još jednom atrakcijom, odnosno dodatnim iskustvom koje je vrijedno doživjeti. Zadovoljni su osnovnim znanjem o vinu;

Upravo prema interesima vinskih turista, na tržištu vinskog turizma nastaje konkretna turis-

tička ponuda i trendovi koji karakteriziraju budući razvoj turističkih usluga u ovom segmentu.

Jedan od najznačajnijih trendova u ponudi vinskog turizma je „Wining an dining“ (vino i hrana). U osnovi označava spajanje kulinarstva s kulturom vina direktno na mjestu proizvodnje tj. restorane ili ostale tipične ugostiteljske objekte u vinskim podrumima. Ovdje turist iz prve ruke može doživjeti filozofiju sljubljivanja vina i hrane. Posebna ponuda ovog trenda odnosi se na „restorane u vinogradu“ tj. mogućnost konzumiranja jela i vina u samome vinogradu. Naravno, radi se o specijaliziranoj ponudi koja već ulazi u sferu luksuza s jako malim brojem gostiju tj. individualnim pristupom. Vinski festivali također su jedan od značajnijih trendova u vinskom turizmu. Snažno promoviraju vinsku kulturu određenog odredišta i odličan su motivator za putovanja poradi vina. Obično se sastoje od prezentacija vina, učenja o vinu i uživanja u vinu u lokalnom području, uz doživljaj lokalnih kuhinja, glazbe, umjetnosti i kulture.

Storytelling (ispričati priču) o vinu postaje ključan trend u vinskom turizmu. Storytelling predstavlja drevnu umjetnost premještanja događaja u jezik, riječi, slike i zvukove uz improvizacije i izmišljanja. To bi značilo ispričati priču o kulturnoj ponudi na takav način koji će ta ista ponuda zajedno s pripovjedačem, što bolje privući k potencijalnim korisnicima. U vinskom turizmu storytelling odnosi se na obilaske vinskih podruma i vinograda ali od strane vlasnika ili nekog od članova obitelji koji će na atraktivan način uz vođenu turu ispričati priču o vinu i vinskoj kulturi, povijesti obitelji te ostalim zanimljivim događajima. Storytelling u vinskom turizmu posebno je atraktivan za vinske muzeje i vinske posjetiteljske centre gdje se uz pomoć tehnologije proširene stvarnosti, hologramske tehnologije, 7D prezentacija turistima može na inovativan i neočekivan način prikazati priča o vinskoj kulturi odredišta.

Ako se samo ovlaš baci pogled na trenutno najveću ciljnu skupinu turista, a to su Milenijalci i podatak da 42% njih koji putuju (od ukupnog broja od 200 milijuna) jesu zainteresirani za vinsku kulturu i sudjelovanje u vinskim pričama, onda se sa sigurnošću može ustvrditi kako vinski turizam zaista ima ogromnu perspektivu.

RED VINSKIH VITEZOVA EUROPE

(ORDO EQUESTRIS VINI EUROPÆ)

Legat za Bosnu i Hercegovinu – pred osnivanjem

Red vinskih vitezova Europe ima svo-
Burgenlandu (Gradišće) ili preciznije u
ili Železnom kao središtu gradišćanskih
je područje koje spaja mađarsku, austri-
kulturu, koje je proživjelo teška vremen-
ih preživjelo. U svom proslovu obnovi-
Otto von Habsburg kao Vrhovni redar,
Europskog vinskog viteškog reda kaže
ne smije se zaboraviti da veličina Eu-
iz njene kršćanske kulture. Europa je
bez nje. Veliki pokreti njegove priče got-
bili motivirani vjerom.“ Također dal-
navodi „*vjernost našoj tradiciji očitu-*
u unutarnjem stavu, već i u vanjskim
Svatko tko poznaje povijest Europe
naše vinske kulture. Nije slučajno što je
prvo čudo izvršio pretvarajući vodu u
jev svoje majke. Oni koji putuju na
znaju da je na onim mjestima gdje je
vo ekonomski temelj, civilizacija



je sjedište u
Eisenstatdtu
Hrvata. Ovo
jsku i hrvatsku
na i uspješno
telj reda i *dr.*
križni nositelj
„prije svega,
rope proizlazi
nezamisliva
ovo su uvijek
je u proslovu
je se ne samo
o b i č a j i m a .
zna o važnosti
Isus Krist svoje
vino, na zaht-
naš kontinent
vinogradarst-
procvjetala.“

Europski vinski viteški red okuplja nekoliko
desetaka tisuća štovatelja vina diljem Europe koji
se zalažu za vinsku kulturu. Ciljevi su mu una-
pređenje i širenje spoznaje i kulture o vinu i proizvodnji
vina, te povezivanje među narodima na kulturnoj os-
novi. Širenje ljubavi i činjenje dobra bitno je poslanje
svih vinskih vitezova. Red vinskih vitezova Europe je
nastao prije skoro 550 godina što je vidljivo iz temeljnih
načela.

PROGLAS OEVE IZ ČLANAKA 3

Ispovijed + vrijednosti:

Red vitezova vina predan je kršćanskim vrijednostima i
poštuje kršćansku religiju i tradiciju, posebno zato što
je sakralni centar viteškog reda usidren u simbolu naše
vjere. Plemenito vino raduje čovjekovo srce; Stvara ra-
dost i prijateljstvo, tako da se pod tim okriljem viteška
aktivnost pojavljuje kao djelo mira - *Eques de Vino kao*
Eques de Pacis. Viteštvo se posebno odnosi na tradiciju
Reda svetog Jurja iz 1333./1468., pa tako ima visoke
povijesne, društvene i kulturne standarde kao i važan
europski - zapadnjački zadatak koji treba ispuniti. U
nastavku ove religiozne tradicije 1984. godine upravo
je Redom vinskih vitezova, predstojnik Eisenstadtske
konvencije sv. Antuna Padovanskog Reda braće milos-
rđa vodio stolicu plemstva. Dakle, viteški uredi i dosto-
janstva Reda vitezova vina povezani su s Konvencijom.
U skladu s tim, viteški visoki blagdani, naime Tihi blag-
dan i Festival zaklade, započinju s vjerskim službama,
a organiziraju se i Dan svetog Jurja, Dan svetog Mar-

tina i Dan svetog
Ivana. Viteštvo promiče društvene, dobrotvorne radove
i kulturne, znanstvene zadatke. Viteštvo je istinita plem-
enitost duha. Viteški uredi počašćeni su činjenicom
dobrovoljnosti. Kao rezultat toga, Red vinskih vitezova
je karitativan i ni na koji način nije profitabilan. Red
vinskih vitezova kroz rodnu kuću šefa legitimira Austri-
ju kao habsburški vinski red.

Prije tri godine smo krenuli ozbiljnije u realizaciji te-
meljnih načela OEVE među budućim članovima u
Bosni i Hercegovini. Trenutno, Legat OEVE za Bosnu
i Hercegovinu broji 31 člana. Pomalo, ali sigurno Legat
postaje vidljiv na svim vinskim događanjima (BLAŽ;
Dani berbe grožđa - Brotnjo, Kušaj - Ljubuška vina,
ANDRINJE,...). Trenutno tragamo za prostorom kako
bi adresu mogli unijeti u Statut i pristupit registraciji
kod Ministarstva pravde BiH. Nadamo se da ćemo ove
godine završiti posao registracije Legata OEVE za BiH.
Nas 31 smo duboko uvjereni u ispravnost temeljnih
načela OEVE.

KRATAK PRIKAZ TEMELJNIH NAČELA ORDO EQUESTRIS VINI EUROPEA

- Neovisno od vjere, politike, ekonomije i staleških in-
teresa vinski vitezovi se zalažu za:
- Vinsku kulturu i poštivanje i promicanje plemenitih
sorti
- Znanost i istraživački rad na temu vina
- Istinu, dobrotu i ljepotu, kao i kulturne svečanosti



- Boljitak u životnim pitanjima i pitanjima vina
- Kršćanske vrijednosti s obzirom da je duhovno
središte
- vinskog viteškog reda utemeljeno na simbolu naše
vjere;
- Za istinsku uzvišenost duha, uslijed čega su viteške
funkcije dobrovoljne
- i počasne i time dobrotvorne i neprofitne;
- Za društvena dobrotvorna djela i kulturne, znanst-
vene inicijative;
- Za ispunjenje visokih povijesnih, društvenih, kul-
turnih zahtjeva,

*S obzirom da je vinski viteški red utemeljen na sred-
njevjekovnoj tradiciji viteških redova, prije svega na*
tradiciji reda Svetoga Jurja (Sv. Georga ili Sv. Đorđa)
iz 1273., odnosno 1308. i 1468. godine:

- Za njegovanje idealnih vrijednosti, uzvišenih uvjeren-
ja i plemenitoga viteškoga prijateljstva;
- Za ljudsko dostojanstvo i zajednicu europskih vrijed-
nosti;
- Za europski identitet;
- Za mir, s obzirom da bogatstvo vina odražava plod-
nost mira.

Staleški izjednačeni prijatelji – pripravnici (*hospes*),
savjetnik (*consiliarius*), sudac (*iudex*) i vitez (*eques*)
- svojom privrženošću viteškom redu i konkretnim do-
prinosima i aktivnostima u privatnom i profesionalnom
životu služe ostvarenju plemenitih ciljeva reda. Viteški
Senat predstavlja predsjedništvo cjelokupnog viteškog
reda sa svim svojim dijelovima i svoje sjedište ima u
mjestu utemeljenja vinskoga viteškoga reda u slobod-
nom gradu Eisenstadtu, Austrija. U pojedinim regijama
djeluju viteški konzulati = regionalni ogranci viteškoga
reda.

Glavni moto viteškoga reda glasi:

„Tek kada pobijediš zavist i počneš se zalagati za
druge, postat ćeš pravi vitez“

Glavni ciljevi ORDO EQUESTRIS VINI EUROPÆ
uključuju promociju i održavanje kulture vina i znanosti
o vinu, predanost europskim vrijednostima, živoj vjeri,
filozofiji, viteškom duhu i istinskom prijateljstvu. Od
svih ciljeva i zadataka, međutim, valja istaknuti jedan
od glavnih prioriteta, a to je **rad za mir**. Na ovom svi-
jetu sigurno nema važnijeg zadatka od očuvanja mira uz
poštivanje ljudskog dostojanstva. Zbog svoje strukture
i svog europskog sidrišta, vinski vitezovi mogu sigurno
dati svoj doprinos na međunarodnoj razini putom vin-
ske diplomacije. Prije tradicionalnog viteškog pozdrava
želimo naglasiti da je vino čimbenik koji spaja ljude, a
proklamirana vinska diplomacija o tome svjedoči preko
500 godina. Uvjereni u kulturu mira, zajedništva i pri-
jateljstva među ljudima možemo kazati da:

Equites de Vino su u osnovi Equites de Pacis prema iz-
reci: *“Oni koji piju zajedno, ne bore se jedni protiv*
dругih!”.

Sve to simbolizira Galska nagrada za mir Gallus Pacis!
Plemenito vino, europsko piće, stvara radost, prijateljst-
vo i mir; povezuje narod i narode na plemenitoj razini,
o njemu uistinu vrijedi pjevati! *“U Necessariis Unitas,*
u Dubiis Libertas, u omnibus caritas” (“U potrebnim st-
varima jedinstvo, u sumnjivim stvarima sloboda, u svim
stvarima ljubav”).

U HONOREM DEI i IN HONOREM VINI
U SLAVU BOGA I SLAVU VINA

PAX i LAETITIA SEMPER NOBISCUM
MIR I RADOST UVIJEK S NAMA

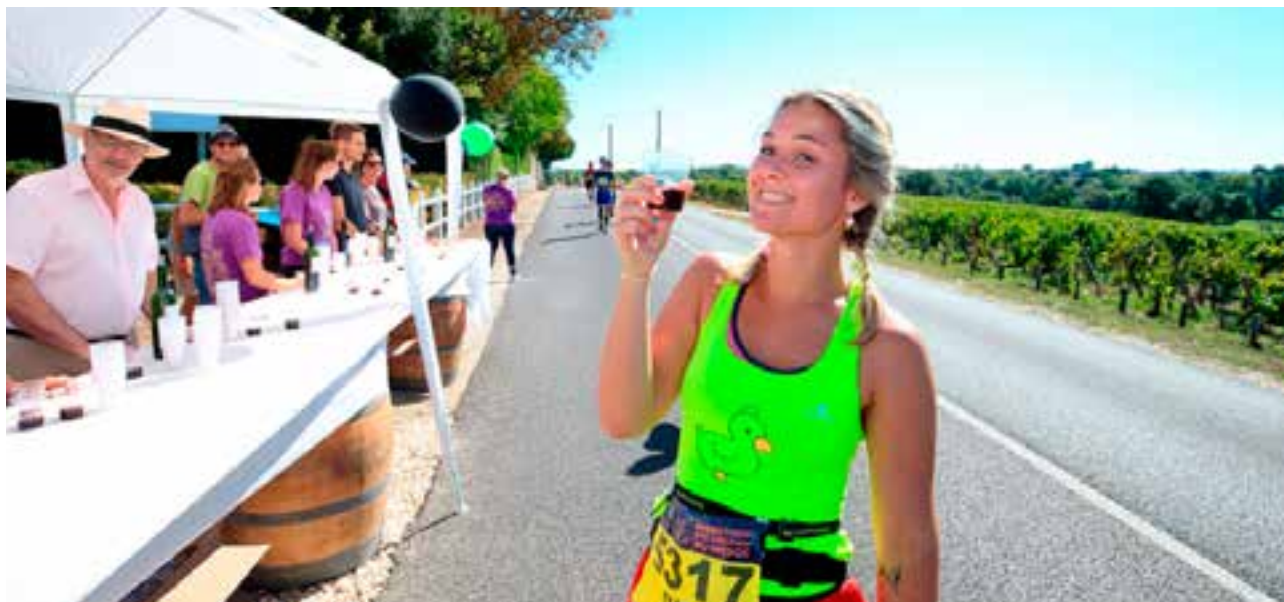
PAX EUROPE
MIR EUROPE

Prof.dr.sc. Marko Ivanković -
LEGAT OEVE ZA BiH

Vinske utrke i maratoni

Branimir Penava

Vinski turizam doživljava eksponencijalni rast u mnogim vinskim regijama širom svijeta. Razlozi ovog rasta su višestruki. Najčešće se povezuju s težnjom modernog čovjeka da pobjegne od gužve i stresnog poslovnog života. *Trčanje i alkohol*, barem na prvi pogled, teško je spojiva kombinacija, no svi znamo da postoje utrke koje spajaju ta dva gušta. I ne samo da postoje, nego su veoma popularne.



Vinski polumaratoni i maratoni, pive desetine i slična natjecanja, zabavu pretpostavljaju rezultatu. Zainteresirani se najvećim dijelom i prijavljuju za sudjelovanje baš zato jer se žele dobro zabaviti uz svoju omiljenu rekreaciju. „*Istrian Wine Run*” jedna je od takvih utrka; izrazito popularna, odlično osmišljena i definitivno, do u detalje, kvalitetno organizirana.

Utrka je originalna na našim područjima, ali inspiracija je pronađena na najvećoj svjetskoj utrci „*Marathon du Medoc*” u Bordeauxu. Poznati hrvatski vinar Ivica Matošević, koji je ujedno i idejni začetnik pokušaja da se nešto slično napravi u Istri, kaže: „Svake godine imamo i nekoliko desetina vrhunskih trkača, no posebni je naglasak stavljen na rekreativce, ljude koji po prvi puta trče ili su tek počeli s tom aktivnošću. S obzi-

rom na sadržaj, utrka je sretni spoj natjecanja i enološke avanture, jer natjecatelji imaju priliku kušati i 40-ak različitih vrsta vina od 18 različitih vinara, a pritom trče i zabavljaju se”. Francusku inačicu vinskog maratona svake godine istrči 10.000 sudionika, s time da se još nekoliko desetaka tisuća njih ne uspije registrirati. Radi se o golemom turističkom potencijalu i događaju koji privlači turiste željne jedinstvenog i autentičnog doživljaja.

Istra, kao jedna od najrazvijenijih vinskih regija ovog dijela Europe, sa idiličnim krajolicima, bogatom kulturom i toplim ljudima, ima sve preduvjete za razvoj inovativnog eno i gastro turizma, a u tu priču odlično se smjestila ovakva utrka koja koristi globalnu popularnost *trkačkog pokreta*. Istra je Hercegovini uzor po pitanju vinskog turiz-



ma, tako da je ovaj članak poticaj svima nama da krenemo u pravcu koji se već pokazao uspješnim.

Treba napomenuti i naglasiti da vinski potencijal koji nudi naša Hercegovina, u suradnji s vrlo aktivnom „trkačkom” zajednicom, organiziranoj u rekreativnoj „Ligi trkača” u Mostaru (naš poznati „Mostar Halfmaraton”) nudi buduće zanimljive i atraktivne vinske maratone i može biti neizostavni dio kalendara atraktivnih događaja u Hercegovini. Takav jedan događaj će biti organiziran slijedeće godine u Brotnju. Profesionalna agencija je u suradnji s broćanskim vinarima i trkačima

već izradila plan aktivnosti, a naknadno će biti objavljen termin događaja.

Današnji trkački i pješački turizam sastoji se od različitih segmenata, od kojih su najvažniji infrastruktura (staza i sadržaj), usluge smještaja, te ostali dodatni sadržaj. Od velikog su značaja i ove manifestacije koje, pored što ugošćuju brojne sudionike, vrše i ciljanu promociju specifične ponude izvan njenih granica. Da bi se napravio iskorak u ovome segmentu, naravno, potrebna je edukacija pružatelja usluga, ali i promocija trkačke i pješačke ponude destinacije.



INFLUNCER MARKETING

Ilija Barbarić

Marketing putem utjecajnih pojedinaca u vinskoj industriji

Popularnošću društvenih mreža i njihovom sve većom ekspanzijom posljednjih godina, iskristalizirao se jedan novi trend u marketingu a to je marketing putem utjecajnih pojedinaca ili tzv. "influencer" marketinga koji je izazvao značajne promjene u svijetu marketinga. Iako smo u svakodnevnoj komunikaciji preplavljeni pojmom "influencera", još uvijek jedan od najmanje shvaćenih digitalnih marketinških strategija je upravo marketing putem utjecajnih pojedinaca ("influencer marketing") koji se prvenstveno oslanja na platforme društvenih medija (Instagram, Youtube, Facebook, Twiter,...) kako bi izgradio prepoznatljivost i zamah oko određenog branda.

Influencer marketing je u biti identificiranje ključnih vođa zajednica i javnog mnijenja koji su skloni pričati o proizvodu i imaju sposobnost utjecaja na stavove drugih. Influencer je osoba koja ima utjecaj u svojoj zajednici i koju određeni ljudi prate i vjeruju, te je sva-

kodnevno aktivna na društvenim mrežama. Dosljednost, upornost, inovativnost u velikoj konkurenciji epiteti su koji obilježavaju velike influencere. Većina njih započela je karijeru kako bi druge informirala o svojim zanimljivim putovanjima, aktivnostima, zanimanjima i razmišljanjima, a nakon nekog vremena, svoj su hobi pretvorili u posao. Oni se percipiraju kao stručnjaci za određenu temu, te svakodnevno iznose svoje mišljenje na društvenim mrežama ili u medijima, a ujedno imaju veliki broj pratitelja na društvenim mrežama.

U novije vrijeme, ta osoba promovira proizvode ili usluge brenda putem različitih medija uglavnom društvenih mreža i blogova. Nekada su prvenstveno slavne osobe bile zadužene za ovakvu vrstu marketinga, no sada su tražene i osobe iz našeg bližeg okruženja s kojima se možemo poistovjetiti ili s kojima dijelimo iste interese. Uobičajene kategorije influencera su fotografiji, "food

blogeri", "travel blogeri", zaljubljenici u modu i kozmetiku, fitness treneri, ali i poznati sommelieri, vrhunski vinski stručnjaci ili vinski entuzijasti. Svaki od njih posjeduje znanje i iskustvo u svom području djelovanja te oko sebe okuplja zajednicu istomišljenika i pratitelja. Budući da i vinska industrija postaje sve više industrija koja se temelji na robnim markama, možda nije iznenađujuće da se vinske marke širom svijeta okreću istim vrstama digitalnih marketinških strategija kao i tradicionalni potrošački brendovi. Utjecajni pojedinci ("influenceri") na društvenim mrežama sve više igraju veliku ulogu u pokretanju trenutnih trendova u vinarскоj industriji i odlukama potrošača. Uspješne marke putem ove vrste marketinga, surađujući s utjecajnim sommelierima i vinskim ekspertima koje na društvenim mrežama prate brojni korisnici, mogu izgraditi svoj brend naslanjajući se na autentičan postojeći glas te njihovo mišljenje i ocjenu pojedinog vina. Oni su pouzdani izvori informacija jer se percipiraju kao osobe koje znaju nešto (ili puno) o vinu.

Također, influenceri mogu biti i one osobe koji nisu prepoznati kao vinski eksperti, nego više kao neke poznate osobe ili osobe koje su tzv. "stručnjaci za životni stil". Često će fotografirati sebe kako piju određeno vino u glamurnom prostoru ili s grupom vrlo fotogeničnih prijatelja. Poruka možda nije izravna, ali svakako se može zaključiti: "Ako pijete ovo vino, vodit ćete sličnu vrstu nevjerovatnog načina života". I to je možda razlog zašto tema o utjecajima društvenih medija i "influencera" može biti i sporna tema u vinarскоj industriji. Mnogi smatraju da vino, a osobito vrhunsko vino, nije proizvod koji je posebno prikladan za iste vrste masovnih medija i marketinških taktika koje koriste neki drugi potrošački brendovi. Štoviše, ljubitelji i potrošači vina uvijek su bili poznati po svom znanju i sofisticiranosti. Ponekad može biti kontraproduktivno vidjeti fotografije mladih "influencera" koji poziraju u bikiniju na plaži s bocom vrhunskog vina u ruci. Dok je vino definitivno dio vođenja određene vrste životnog stila, postavlja se pitanje gube li vinske marke dio svoje autentičnosti ako rade s "instagram influencerima" koji znaju malo ili ništa o vinu. Ali opet s druge strane na takav način se može i proširiti bazu potrošača vina na mlađe generacije i one osobe koje rijetko konzumiraju vino.

Kada se kampanja koja uključuje influencer marketing planira i provodi kako treba, tada daje i konkretne rezultate te stvara odgovarajući moment i dinamiku, aktivira pojedince i privlači pažnju. Oblici suradnje razlikuju se od kratkoročnih (primjerice recenzija proizvoda, dolaska influencera na određene vinske događaje ili posjetu vinariji koje će objaviti na društvenim mrežama) do

onih dugoročnijeg karaktera gdje influenceri preuzimaju ulogu "ambasadora" pojedine marke vina. Pritom je nekoliko zajedničkih karakteristika koje odlikuju uspješne suradnje: vjerodostojnost, kreativnost i kvalitetan sadržaj. Koristi li (ili je koristila) uistinu odabrana osoba promovirati proizvod? Koliko je osoba relevantna u vinarскоj industriji i koliko će njegova/njezina poruka odjeknuti i utjecati kod pratitelja i prijatelja? Vjerodostojnost se sve više cijeni, stoga su jedan od najvažnijih trendova dugoročnije suradnje koje ohrabruju povjerenje publike u autentičnost sadržaja. Obzirom da su povjerenje i „odnos s influencerom“ ključni za odluku o kupnji promoviranog proizvoda ili usluge, za vinarскоj industriju puno je bolje koristiti tzv. "mikro-influencere" u određenom segmentu ili području koji mnogi percipiraju kao vjerodostojniji i stručniji izvor informacija.

Prava suština influencer marketinga nije samo doseg influencera pa uvijek moramo više obratiti pozornost na kvalitetu nego na kvantitetu sadržaja. "Mikro-influenceri" imaju manji broj sljedbenika i prijatelja, ali su posebno dobro ciljani i angažirani, te ih iskreno zanima sadržaj njihovih objava i žele saznati više o vašem brendu. Možete imati i 20 000 pratitelja, ali ako nema njihove interakcije s vama, onda je bolje imati 2 000 pratitelja koji čitaju, dijele i razgovaraju o vašem sadržaju.

Zbog čega je potrebno prihvatiti i implementirati influencere u svoju digitalnu strategiju? Zato jer ljudi vjeruju drugim ljudima. Studije koje su provedene o globalnom povjerenju u oglašavanje pokazala je da najpoželjnija forma oglašavanja dolazi usmenom predajom od drugih ljudi. Suradjujući s influencerima, uz malo ulaganja, možete osigurati da ti pratitelji i potrošači upoznaju vaš proizvod na organski način.

I Hercegovina kao vinarska regija u svojoj promociji bi više trebala iskoristiti utjecaj svjetski poznatih influencera (<https://www.fooddive.com/press-release/20180821-the-2018-top-wine-influencers-global-list-is-out/>) u vinskoj industriji. Poželjno je na sljedeće vinske manifestacije u Hercegovini pozvati što je moguće veći broj, kako regionalnih tako i svjetski poznatih sommeliera i vinskih eksperata, koji imaju značajan utjecaj u definiranju trendova u vinarскоj industriji. Nadalje, potrebno je organizirati i ciljane prezentacije i vinska putovanja u Hercegovinu za novinare, sommeliere, ugostitelje, diplomate, trgovce i ostale osobe koje su uključene u promociju i trgovinu vinom. To će bez sumnje biti značajna promocija naših autohtonih sorti Blatine i Žilavke, te Hercegovine kao regije vrhunskih vina.

TAKO SE RAZVIJA TURIZAM, STRATEŠKI I ODRŽIVO

SUVENIR

je puno više od podsjetnika na putovanje,
on je ambasador

Prof.dr.sc. Mirjana Milićević

Teško je zamisliti turističku destinaciju bez suvenira. Originalni ili ne, suveniri su važan dio turističkog sadržaja stoga njihov razvoj i ponuda prate razvoj same destinacije.

Ukorijenjeni u lokalnu kulturnu baštinu i prirodu, oni ne reflektiraju samo turističku atraktivnost lokaliteta, nego materijaliziraju i promoviraju njegov identitet, kulturno naslijeđe i tradiciju te promiču određene vrijednosti. Dolaskom sve većeg broja posjetitelja u naš kraj, želimo im omogućiti da ponesu lijepu uspomenu na posjet Čitluku, Međugorju, Brotnju pa u konačnici i Hercegovini. Kako je Brotnjo kraj s puno autentičnih prizora, prostor brojnih posebnosti i društvo duge tradicije tako se mogu izdvojiti brojni prepoznatljivi proizvodi.

Brotnjo, kraj krša, kamena prošaran plodnim uvalama i dubovom šumom, nameće samo po sebi rješenje da osmislimo suvenir koji će biti istinski **broćanski**. Prirodni ambijent i specifičnost Brotnja suvenir mora predstaviti i ponijeti sa sobom. To je pozadina koja nas je potaknula na priču o važnosti suvenira u održivom razvoju lokalnog gospodarstva kroz turizam. Motiv putovanja je upoznati novi način i kulturu življenja, a upravo je to naša najveća prednost. Naša nevjerovatna autentičnost i raznolikost. S druge strane, smisao turizma nije živjeti

od rente, te da se kroz turizam potiče uvoz, što je nažalost slučaj našeg turizma, nego da se kroz povećanje turističke potrošnje potiče lokalna i nacionalna ekonomija. Što znači, da se maksimalno iskoriste svi lokalni resursi za potrebe turizma. Dakle, da se recimo drvo i kamen koristi umjesto plastike, da se jaja, salata, meso koristi iz domaće proizvodnje, a ne iz uvoza. U protivnom, koji je smisao turizma i za koga - ako ne za našu ekonomiju?

Kako turizam vertikalno i horizontalno veže razne industrije, utjecaj turizma se multiplicira na razne sektore. S jedne strane postoji velika potražnja i potrošnja kroz turizam, a s druge gospodarstvo, (poljoprivreda, ostala proizvodnja,...) koja plasira proizvode u turizam. I to je to, zaokružena priča. Tako ide priča i o suvenirima, kako u našim turističkim destinacijama na štandovima, tako i u muzejima. Gostima moramo ponuditi lokalne i autentične suvenire koji se vežu uz priču o turističkoj destinaciji. Suveniri su kompleksni kulturni objekti, neodvojivi dio materijalne kulture, ali i identitetskih i razvojnih strategija lokaliteta. Ukorijenjeni u lokalnu kulturnu baštinu i prirodu, oni ne reflektiraju samo turističku atraktivnost lokaliteta, nego materijaliziraju i promoviraju njegov identitet, kulturno naslijeđe i tradiciju te promiču određene vrijednosti.

Suvenir mora biti autentičan, originalan, jedinstven, *pričati priču o nekoj destinaciji* i imati dodanu vrijednost jer upravo podsjeća na neki doživljaj koji je gost doživio u turističkoj destinaciji. Na taj trenutak i doživljaj koji zahvaljujući suveniru ostaje u sjećanju zauvijek. Koliko ste samo puta ispričali priču o nekom suveniru ili slici s putovanja, a koji se nalazi u vašem dnevnom boravku i privlači pažnju vaših gostiju. Ukoliko je još time suvenir i ručni rad i unikat time još bolje jer nema kopije, niti masovne proizvodnje na traci.

I zato, suveniri ne mogu biti proizvedeni u Kini, a pogotovo ne bi trebali imati ponudu plastičnih "suvenira" po suvenirnicama, što je nažalost čest slučaj i totalno promašena priča. Barem ne bi trebali biti.

Suveniri imaju nekoliko značajnih gospodarskih funkcija:

- **Ekonomska** – za mnoge ljude izrada suvenira je oblik samozapošljavanja, odnosno izvor osnovne zarade, ali često i izvor dodatnih prihoda. Tako kod lokalnog stanovništva često čujem „*da bi preživjeli... pokušavamo dodatno zaraditi*“, ili to je način da osiguraju pouzdaniju i bržu naplatu vlastitog rada (*kod prodaje suvenira gotov proizvod naplatiš odmah u relativno kratkom periodu*).
- **Turistička** – radi velikih potencijala u prezentiranju i reklamiranju određenog lokaliteta, suveniri funkcioniraju kao važan dio njegove samoprezentacije kao turističke atrakcije, često s nekim specifičnim sadržajima (primjerice, suveniri u službi promoviranja lokalne manifestacije Dani berbe grožđa).
- **Ekološka** – suvenirski asortiman se velikim dijelom temelji na uporabi prirodnih, lokalno do-

bavljenih materijala i ekoloških boja. Pritom se vjerodostojno afirmiraju principi održivosti, poticanja lokalne proizvodnje, recikliranja, itd.

- **Kulturna** – obzirom na nedostatak muzeja kao ključne institucije u konzerviranju i prezentiranju lokalne kulturne baštine, neki izrađivači svoju „misiju“ definiraju kao čuvanje tradicijskih zanata, vještina, fragmenata folklora od zaborava. U širem smislu, osmišljavanje i izrada suvenira ne samo da čuva kulturnu baštinu, čime održava i kulturnu raznolikost, nego je okrenuto i budućnosti, jer potiče na eksperimentiranje, invenciju, kreativnost i stvaralačku igru, te tako osigurava i daljnji razvoj materijalne kulture.

- **Identitetska** - kad pogode svoj cilj, suveniri su rječiti simboli lokaliteta jer, takoreći, materijaliziraju neku specifičnost sredine.

- **Hobi**, zadovoljstvo i razvoj kreativnosti.

Kao kulturni artefakti *par excellence*, suveniri su svojevrsni poslanici, **ambasadori** ili predstavnici lokaliteta i stoga je teško procijeniti njihovu ulogu u turističkoj ponudi, ali zaključak je jasan „**za samu promociju destinacije suvenir je jako, jako bitna stvar**“. Njegova funkcija je višestruka, a „misija“ kompleksna. Oni su ponajprije pripovjedači, čije priče čuvaju i materijaliziraju (*isprepletena*) sjećanja, a kao takvi oni mogu biti i izvrsni promotori turizma. Stoga nije čudno da ih ne kupuju samo turisti nego i lokalno stanovništvo – kao poklon prijateljima, ali i kao podsjetnik na rodni grad.

Narav suvenira ne samo da omogućuje nego i zeziva upravo takve smjele operacije. One će otvoriti vrata i onim „zaboravljenim“ dijelovima baštine, ali će se, još važnije – stimulirajući kreativnost i radost stvaranja – otvoriti i budućnosti.



Ususret turističkim sezonama

Želio bih kao dugogodišnji hotelski djelatnik podijeliti neka od svojih iskustava s ugostiteljskim radnicima i gradonačelnicima turističkih destinacija.

Radeći u Švicarskoj imao sam priliku i čast biti nazočan više puta na prijemu koji je redovito sazivao gradonačelnik grada Montreuxa na početku turističke sezone s tamošnjim managementom vodećih hotelskih kuća. Montreux je mjesto na Ženevskom jezeru tzv. Švicarskoj rivijeri.

Teme sastanaka su bile odrednice i smjernice kako regiju i mjesto što bolje direktno predstaviti gostu i što činiti u prvom kontaktu s gostom, s mjestom koje su posjetili, te kako osigurati da prvi dojam bude što bolji i u skladu s planiranom strategijom gradonačelnikovog ureda? U uvodnom govoru gradonačelnik bi se osvrnuo da tradiciju mjesta, te na presudnu ulogu turizma u percepciji cijele regije. Na kraju izlaganja imenovao bi sve nas kao svoje ambasadore koji ćemo se svi zajedno brinuti o našem gostu. Po završetku sezone bi se upriličio sličan prijem, s dodjelama nagrada najuspješnijim djelatnicima uz prigodne poklone. Poslije dosta godina sličnu praksu sam doživio u Palm Beachu gdje sam radio u jednom od najboljih hotela SAD-a. Tom prilikom je turistička organizacija priredila sličnu manifestaciju prilikom črge je tvrtka Tiffany sponzorirala nagrede najuspješnijim djelatnicima.

Nedavno sam pročitao knjigu Bože Skoke "Kakvi su Hrvati". Ta me je knjiga kao ponosnog Hrvata i ugostiteljskog djelatnika učinila još ponosnijim. Ova knjiga može poslužiti kao odličan izvor informacija koje se mogu prenositi gostima tijekom naše komunikacije s njima. Nadam se da bi te informacije ostavile jednak dojam na goste kao što su ostavile i na mene kao čitatelja.

Prošle godine sam imao priliku ručati u jednom restoranu u Dubrovniku koji ima lijep pogled na staru gradsku jezgru. Za susjednim stolom engleski je par upravo naručivao desert po preporuci konobara, poznatu dubrovačku rozatu. Uz narudžbu, konobar



se potrudio i gostima objasnio i recept i porijeklo ovog deserta, koji je Napoleonov general došavši u Grad prenio u Francusku, gdje je kasnije poprimila kulturni status i danas je poznata kao *crème brûlée*.

Taj isti konobar je gostima objašnjavao odakle i kako su u novijoj povijesti barbari napadali Grad i bombardirali svjetsku kulturnu baštinu. Uistinu je odigrao vrhunsku ulogu ambasadora svoga grada i domovine.

Ovakav primjer ponašanja bi trebao biti uzor mnogim djelatnicima u branši. I ja sam mu se zahvalio i pohvalio ga za njegov profesionalni trud. Na kraju bih želio podijeliti još jednu

od mnogih epizoda iz svog bogatog iskustva. Jedne mi je večeri 1992. godine došao u goste Senator Bob Dole kojeg poznajem dugi niz godina. Bio je u društvu još dvojice senatora. Upravo je nekoliko tjedana ranije izvršen najveći napad na Dubrovnik. Pred senatorima mi je ispričao svoj doživljaj tog barbarskog čina, te rekao da ga je tadašnji gradonačelnik Dubrovnika Poljanić nazvao telefonom te mu preporučio da stavi slušalicu što bliže i da čuje granate koje padaju na Grad. Kazao mi je: "Ja sam tada lupio šakom od stol i odmah otišao do Predsjednika Busha". U to je vrijeme Senator Dole s još 27 senatora predložio Rezoluciju za priznanje Hrvatske i Slovenije. Osobno mi je poslao tekst rezolucije. Čuvam je kao jednu od najdražih uspomena koju sam dobio.

Inače, o domovinskom ratu se u zadnje vrijeme sve manje govori i piše, sve je nekako u rukavicama. Osobno sam proživio dramu domovinskog rata kada je granatirana kuća mog tasta u Orašcu kod Dubrovnika 7. 8. 1995., gdje je tada boravila moja 13-godišnja kćer koju smo izvlačili pod granatama u Neum.

Nakon ovih primjera, želim istaknuti da su naši "front line" manageri ambasadori naše domovine i da su veliko potencijalno blago i alat za širenje dobrog dojma među našim posjetiteljima, posebno u temama naše povijesti i domovinskog rata. Istina je nužna za bolje razumijevanje prošlosti, ali je i temelj bolje i sretnije budućnosti svakog naroda.

Blago Krešić

IMPRESSUM

Časopis

"Dani berbe grožđa - Brotnjo, 2019."
Besplatni primjerak

Nakladnik:

Organizacijski odbor
Turističko-kulturno-gospodarstvene manifestacije
"Dani berbe grožđa - Brotnjo, 2019."

Za nakladnika:

Predrag Smoljan

Urednici izdanja:

Krešimir Miličević i Marin Sivrić

Priredili:

Željko Planinić, Borislav Šimović, Marin Sivrić, Anđela Miličević, Krešimir Miličević, Tihomir Prusina, Robert Bačac, Ilija Barbarić, Predrag Smoljan, Blago Krešić, Jure Beljo, Danijel Čavar, Branimir Penava, Luka Kolovrat, Josip Zeko, Tihomir Perić, Ivan Šimić, Fra Mate Logara, Ivan Sivrić, Mirjana Miličević, Ivan Turudić - Ičara, Marko Ivanković, Danko Tolić, Mladen Gašpar, Ana Crnogorac, Anita Raić i Tanja Vučić Tomić.

Fotografije:

Dana Anders, Ivan Turudić Ičara, Grgo Kozina, Mirjana Miličević, Blago Krešić, Branimir Penava, Željko Planinić, Marko Ivanković, Arhiva Općine Čitluk, Josip Brkić, Mladen Gašpar, Ana Crnogorac, Anita Raić, Josip Zeko, Tihomir Perić, Ivan Šimić, Fra Mate Logara, Foto Đani, Arhiva Divina Proportion Design Studio i nepoznati autor.

Grafičko oblikovanje:

Divina Proportion
Design Studio - Međugorje

Tisak:

Grafotisak d.o.o. Grude
www.grafotisak.com

Naklada:

5000 primjeraka

BROTNJO - ČITLUK, rujan 2019.



00 DBG BROTNJO 2019

Trg žrtava Domovinskog rata 1,
88260 Čitluk, BiH.
Info tel.: 036 640 510

BLAŽ

BLATINA ZILAVKA ENOLOGY

Vaša kartica za siguran popust.



- Siguran popust od 5% do 10% na preko 95% artikala
- U svim agrocentrima Sjemenarne
- Za gotovinska i kartična plaćanja
- Označeni artikli na popustu samo za članove
- Informacije o novostima i stručni savjeti agronoma
- Bogate nagradne igre

Sve informacije u najbližem agrocentru
Sjemenarne ili pozivom na info broj.
SJEMENARNA daje više!

Info@sjemenarna.com
039 700 000
www.sjemenarna.com

Manifestacija *Dani berbe grožđa - Brotnjo 2019.*



ORGANIZATORI: Općinsko vijeće Čitluk, KIC Čitluk, Matica hrvatska Čitluk, Udruga vinogradara i vinara HercegOVINA, Turistička zajednica HNŽ - podružnica Čitluk-Međugorje-Bijakovići, HKUD "Brotnjo" Čitluk.
SUORGANIZATORI: Atletski klub Brotnjo, Karate klub Brotnjo-Hercegovina, Blaž enology.

GENERALNI POKROVITELJ: Predsjednik Hrvatskog narodnog sabora BiH dr. Dragan Čović.

POKROVITELJI: Vlada HNŽ, Ministarstvo civilnih poslova BiH, Ministarstvo kulture i sporta FBiH, Ministarstvo okoliša i turizma FBiH, Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH, Turistička zajednica HNŽ, Elektroprivreda Hrvatske zajednice Herceg-Bosna, HT Eronet.

GENERALNI MEDIJSKI POKROVITELJ: Radio postaja "MIR" Međugorje.

MEDIJSKI POKROVITELJI: RTV Herceg-Bosne, Večernji list BiH, Dnevni list, RP Ljubuški, RP Čapljina, RP Grude, RP Tomislavgrad, RP Posušje, RP Široki Brijeg, Običan radio, PORTALI: Brotnjo.info, Citluk.ba, Hercegovina.info, Bljesak.info, Glasbrotnja.net i Medjugorje-info.com.

SPONZORI: AG Međugorje, Podrumi Andrija, Obiteljski podrum Brkić, Vinarija Čitluk, Hercegovina Produkt, Obiteljski podrum Marijanović, Podrum Sušac, Monako 2000, Podrum Vilinka, Podrum Sivrić, Podrum Tolj, Vina Zadro, Podrum Petrus, Podrum Vučić, Vinarija Rubis, Podrum Buntić, Podrum Dodig, Hotel "Brotnjo", HT Eronet Mostar, Elektroprivreda Hrvatske zajednice Herceg-Bosna, "Croatia osiguranje", "Eurovip" Čitluk, "Ledo" Čitluk, "Limpeh" Čitluk, "Syngenta", Agencija "Delta Security" Čitluk, "Sjemenarna" Široki Brijeg, "Fortuna Tours" Mostar, Vrtlarija Dragičević, Hercegovska pivovara, JP "Broćanac", JP "Broting", Andrea&Giovanni, "Park&Shop" Čitluk, "Odiseja" Čitluk i Hotel "Bigeste" Ljubuški.



Kuće za odmor

Je li Hercegovina nova destinacija turista u potrazi za kućama za odmor?

Turizam je fenomen nastao s prvim mogućnostima prijevoza na velike udaljenosti, pa se današnji turizam može bez imalo dvojbe smjestiti u industriju putovanja. Trgovina je nekada bila jedini motiv odlaska na udaljene lokacije radi razmjene dobara i prodaje određenih vrijednosti. Hodčašća također spadaju u prva putovanja na velike udaljenosti. Međutim, značajnija želja za upoznavanjem novih (dalekih) krajeva, ljudi, kultura, običaja, prirodnih ljepota, itd., se dogodila tek s industrijskom revolucijom u 19. stoljeću, kada je pojedinac ili obitelj mogla odvojiti određeni iznos zarađenog novca za takvo nešto. Današnje društvo karakterizira brz i pokretljiv život s visokom tehnologijom koji čovjeku ne ostavlja puno slobodnog vremena u tjednu ili mjesecu. U takvim uvjetima življenja čovjek se *troši* iznad svojih mogućnosti pa je potreba za **bijegom i odmorom** sve prisutnija. To je posebno izraženo na zapadu i sjeveru na kojima se i događala spomenuta industrijska revolucija.

Odmor kao motiv putovanja

Odmor i *isključivanje* iz svoje svakodnevice, uz određene sadržaje koji će učiniti provedeno vrijeme relaksirajućim ali i zanimljivim, je postao trend u modernim turističkim kretanjima. Kuće za odmor preferiraju turisti koji žele zamijeniti vlastiti dom

s drugim, ali koji pri tome žele imati sadržaje koje najvjerojatnije nemaju u svome domu. Ti sadržaji su obično vezani za mir, osamu, prirodno okruženje, diskreciju, kućni komfor, zanimljive okućnice s bazenom, stolom za stolni tenis, roštilj kaminima, ljuljačkama, i slično; zavisno od mašte i mogućnosti investitora u takvu kuću. Turisti koji trebaju ovakve objekte i sadržaje u pravilu ostaju 7 ili 8 dana, tj., od vikenda do vikenda. Vrlo je specifična ova ciljna skupina gostiju i po tome što se rijetko vraćaju na istu adresu. Slijedeće korištenje ovakvih sadržaja obično traže u drugim regijama. Obzirom da ostaju tjedan dana, ponekad ovi gosti žele upoznati istovremeno i dvije regije. Trenutno su u našem okruženju najčešći kupci ovakvih sadržaja turisti iz Skandinavije, Britanije, Francuske, Njemačke i Poljske. Obično dolaze vlastitim automobilima ili zrakoplovom u najbližu zračnu luku, gdje uzimaju rent-a-car vozila za nastavak putovanja.

Sezona potražnje

Sezona potražnje za kućama za odmor traje od svibnja do listopada, s tim da su srpanj i kolovoz top mjeseci, a u lipanju i rujnu je ipak malo manja potražnja. Ova ciljna skupina je naviknuta na svakodnevnu vožnju automobilima i putovanja na posao i s posla, tako da im posjete zanimljivih lokaliteta

u razdaljini do sat vremena ne predstavlja nikakav problem. Boravak najčešće uključuje posjete različitih prirodnih i društvenih vrijednosti i korištenje javnih sadržaja i turističkih proizvoda regije u koju su došli. Ipak treba reći da određeni postotak ovih gostiju uopće *ne izlazi* iz kuće, tj., s imanja na koje su došli i nisu zainteresirani za okruženje.

Najam kuća

Kuće se obično iznajmljuju preko agencija od kojih je napoznatija agencija Novasol koja ima svoje predstavništvo u Makarskoj. Međutim, s jednom agencijom dolaze i druge tako da iznajmljivači mogu birati, a dio njih se odluči na samostalan booking kako bi povećali profit. Agencija radi na način da *uđe* u regiju, održi predavanja i tribine zainteresiranim ulagačima, te ih upozna s potrebama ove ciljne skupine turista i sadržajem objekata u koje žele doći. Također, agencija predstavi svoj način rada te specifičnosti ovoga posla, ali i rizike koji ga prate. U poslovnom odnosu, agencija uzima svoju proviziju koja se dogovara između nje i najmodavca. Vrlo je važna internetska recenzija bivših posjetitelja objekta i znatno utječe na izbor kuće za odmor.

Primjer Imotske krajine

Prije nekoliko godina ove agencije su *ušle* u nama susjednu Imotsku krajinu koja je po svemu slična Hercegovini. Sad ih je prisutno desetak s različitim aktivnostima i uspjehom. Rezultat svega nakon nekoliko godina jest da Imotska krajina trenutno ima 316 kuća za odmor, od čega njih 250 ima bazen kao važan atraktivni čimbenik. Kuće su obično priređene za prihvrat maksimalno 8 osoba, te na tržištu imaju prilično dobre cijene najma na tjednoj

bazi. Država Hrvatska je poticala ovakva ulaganja s povoljnim kreditima da bi ulagači ipak napravili **atraktivnu i konkurentnu** ponudu, što je prouzročilo povećanje ekonomske aktivnosti u područjima jadranskog zaleđa i rurala, te otvorilo nove mogućnosti zarade ljudima koji žive na njemu. Lokalne samouprave i turističke organizacije su brinule o javnim sadržajima kao što su: biciklističke, trekking, hodočasničke, planinarske, geološke, vinske i slične staze. Gdje je postojala mogućnost gradili su se vidikovci i označavali. Iz razgovora s ljudima iz profesionalnog turističkog sektora može se zaključiti da ovakva ponuda ima svoju klijentelu i da obitelj koja uloži u ovu turističku ponudu može imati *lijepu dodatnu financijsku zaradu* kroz godinu, uz bitnu napomenu da **ovo ne može biti osnovni obiteljski prihod** jer ulaganje u ovakvu kuću zahtijeva prilična financijska sredstva i kontinuirano buduće održavanje.

Mogućnost koju ne treba unaprijed odbaciti

Gore navedene činjenice i brojke svakoga potiču na razmišljanje. Ovim člankom se želi dati doprinos informiranju i razmišljanju o otvaranju novih turističkih mogućnosti u Hercegovini, pogotovo što na hercegovačkom ruralu postoji puno zapuštenih starih kuća i imanja koja se kroz kuće za odmor i turizam možda mogu staviti u ekonomsku svrhu, te tako otrgnuti dio našega rurala od zapuštenosti, a onima koji žive na njemu otvoriti nove poslovne mogućnosti. Kao u svakom ulaganju, i u ovom je **potreban dobro promišljen i razrađen plan** kako u budućnosti ne bi došlo do neželjenih i neugodnih iznenađenja po pitanju otplate kredita i povrata uložених financijskih sredstava.

Krešimir Milićević i Luka Kolovrat



Hodočasnik

uz Božju pomoć susresti samoga sebe

Već je davno netko rekao da se znanje može prenijeti, ali osjećaji ne mogu. Naše osjećaje može doista razumjeti samo onaj tko je doživio isto što i mi. Camino je prije svega doživljaj, osjećaj, a tek onda putopis kojega se može staviti na papir i prenijeti drugim ljudima. Na zamolbu Uredništva časopisa kojeg držite u rukama, odlučili smo vam pokušati prenijeti jedan dio naših doživljaja i informacija koje mogu biti korisne ako se netko od čitatelja odluči za takav put.

Josip Zeko, Tihomir Perić,
Ivan Šimić, Fra Mate Logara

Camino de Santiago

Usrednjovjekovnoj pobožnosti, hodočašća su imala veliku ulogu. U kršćanstvu su tri najposjećenija svetišta bila Rim, Jeruzalem i Santiago de Compostela, trojstvo koje na neki način simbolizira cjelinu kršćanskoga života: Bog – Crkva – Čovjek. Zbog različitih naglasaka svakoga od ta tri mjesta postojala je izreka: *Tko traži Boga, ide u Jeruzalem. Tko želi upoznati Crkvu, posjećuje Rim. Tko želi susresti samoga sebe, hodočasti u Santiago.* Postojali su različiti putovi sa različitih udaljenosti, ali danas se kao klasični put uzima takozvana *Francuska ruta*, koja polazi od Saint Jean Pied de Port i vodi do Santiago de Compostele, gdje se nalazi katedrala sv. Jakova koja je odredište svih putovanja na Caminu, bez obzira odakle se polazi. Ukoliko polazite od St. Jeana, prema službenom računanju do Santiaga ima 799 kilometara. U novije vrijeme mno-

gi ljudi polaze iz Lourdesa, što duljini puta dodaje oko 120 kilometara. Santiago de Compostela je grad u kojemu živi otprilike 300 000 stanovnika i glavni je grad pokrajine Galicije. Glavna znamenitost je velebna katedrala građena između 11 i 13 stoljeća, koja je izvanredni primjer ranoromaničke arhitekture. Cijelom dužinom puta mogu se naći različite crkve i kapelice koje su posvećene svetom Jakovu, a već od 9. stoljeća postoji ovo hodočašće. Sveti Jakov, o kojem je ovdje riječ, jest Jakov Stariji – jedan od dvanestorice Isusovih apostola. Taj Jakov je uz Petra i Ivana dio najužega Isusovoga kruga. Oni su prisutni kod Isusovoga preobraženja, kod uskrsnuća Jairove kćeri, kod Isusove molitve u smrtnoj tjeskobi u Maslinskom vrtu. Kralj Herod je 42. godine naredio da se Jakov pogubi, i on je prvi od apostola koji je umro za svoga Učitelja. Predaja kaže da su prvi

kršćani koji su povjerovali na propovijedanje svetoga Jakova njegovo tijelo iz Jeruzalema prevezli u Galiciju gdje je najviše navještao Evanđelje i tamo ga pokopali, da bi kasnije taj grob bio čudesno otkriven od jednoga monaha. Ukoliko se odlučite na ovo hodočašće, svakako preporučujemo da detaljnije proučite pobožne predaje vezane uz ovo hodočašće. Simboli na poseban način vezani za ovo hodočašće su školjka, štap, tikva za vodu, te žute strelice. Gotovo svaki hodočasnik nosi školjku kao simol sv. Jakova na svom rusaku. Kada u crkvama vidite da je nešto u obliku školjke, vjerojatno ima veze ili sa sv. Jakovom ili sa putovima u Santiago. Dobar je primjer Šibenska katedrala, gdje je mnogo toga nadahnuto oblikom školjke. Žute strelice su posebna priča. Nakon što je hodočašće zbog razbojnika, bolesti, oružanih sukoba i raznih drugih razloga bilo umrtvljeno, a broj hodočasnika se sveo na nekoliko desetaka godišnje, Camino je praktično pao u zaborav. Preokret je donio jedan španjolski župnik koji je 70-ih godina napisao vodič za Camino i žutim strelicama označio put. Kažu da je boju dobio kao donaciju od tvrtke za održavanje cesta. Od tada se broj ljudi neprestano povećavao, tako da danas ide oko 200 000 godišnje, vjerojatno više nego u najsajjnija vremena srednjeg vijeka. Posebnu je popularnost donio jedan new-age roman, koji je Camino razglasio širom svijeta. Ipak, većina ne prehoda cijelu rutu odjednom nego dio po dio, jer za cijelu rutu treba izdvojiti oko mjesec dana vremena. Financijski, uz dobro planiranje i ako niste velikih prohtjeva, potrošiti ćete oko 1200 eura, sa uključenim avionskim kartama. Tu nije uključena obuća u kojoj ćete hodati, niti ostala oprema koju možda imate ili možete posuditi od prijatelja koji se bave planinarenjem. Svakako, za detalje vrijedi upitati nekoga tko je već išao.

Odluka

Odluka za poći na Camino je gotovo stereotipna. Čujete negdje usput za Camino, ili za nekoga tko je već tamo išao, ili namjerava ići. Pitate što je to, probudi vam znatiželju, započne istraživanje po internetu, kalkuliranje možete li to financijski i fizički podnijeti i već ste jednom nogom na putu!

U našem slučaju je presudnu ulogu imao Ivan koji je davno čuo za Camino, dok još nije bio toliko poznat i kad je i na internetu o njemu bilo jako malo informacija. Na hrvatskom jeziku nije bilo gotovo ništa. Njegovu je znatiželju probudio spomenuti roman još 2007. godine i već se tada rodila želja za otići na taj put. Odluka se još više učvstila 2010. nakon što je pogledao veoma dobar američki film „Put“ (The Way). Iste godine je fra Mate premješten na službu u Drinovec gdje je počelo prijateljstvo koje se održalo do danas. Više puta se razgo-



varalo i o Caminu i želji otići na taj put. Ipak, svake godine bi nastala neka prepreka koja je odgađala odlazak. 2017. Ivan je konačno odlučio da ide iduće godine i za vrijeme jedne šetnje po Šuici to rekao fra Mati koji je zatražio tri dana da razmisli. Nakon jednoga je javio da ide. Fra Mate je kao vojni kapelan potaknuo vojnika Josipa Zeku da se i on odluči za putovanje. Tako se stvorila ekipa od 3 člana. Uskoro se pridružio i Tihomir Perić koji je za spomenutu ekipu čuo od prijatelja, a fra Mate mu je bio vjeroučitelj u srednjoj školi. Tihomir se pridružio nakon što su ostali već kupili avionske karte, a avion je već bio dosta popunjen. Sam kaže da nije mogao nikako zaspati noć prije nego je od roditelja zatražio dopuštenje da putuje, u strahu hoće li do sutra avion biti popunjen. Na kraju je ipak sve ispalo dobro. Tako je na koncu grupu činilo četvero ljudi od kojih je jedino fra Mate znao svakoga pojedinačno, a ostali se nisu međusobno poznavali. Ivan je prije polaska najviše proučavao uvjete na putu, pripremao se fizički i sa informacijama koje su se kasnije pokazale dragocjenima.

Put

Na putovanje smo pošli pred kraj kolovoza. Polazak iz Zadra, avionom do Barcelone, nisko budžetnim Vuelingom. Ako se na vrijeme rezervira, avionska karta je oko 60 eura. Dvodnevno zadržavanje u Barceloni bilo je prilično ispunjeno sadržajem. U tom se gradu doista ima što vidjeti, a mi smo iskoristili priliku i posjetili Montserrat, poznatu planinu i svetište. Iz Barcelone vla-

kom do Pamplone, onda autobusom do San Jeana Pied de Porta. Tu se prijavljujemo, ovjeravamo hodočasničke putovnice (koje omogućuje smještaj u prenočištima i jeftinije menije na putu). Prvo noćenje i zadnje pripreme. Tu se već susrećemo s pravilima koja dalje vrijede skoro svugdje: odlaganje ruksaka i obuće, odabir kreveta, te odluka jesti tu ili negdje drugdje. Cijena prenočišta su između 5 i 15 eura, a obroka (predjelo, glavno jelo i desert sa pola litre vode ili vina) je 8-12 eura. Poneka prenočišta nemaju cijenu, nego dobrovoljnu donaciju. Kvalitetom su dosta različita, prilično realnu sliku daje jedan vodič koji je preveden na hrvatski. Preporučujemo ga svakome tko ide.

Prvo jutro smo ustali u 5, krenuli u 6. Prvi dan je doista teška dionica, jedna od najtežih. Umjesto da se zaustavimo nakon 24 planirana kilometra, tamo smo popili pivo i nastavili dalje, još 7 do novog prenočišta. To je bila greška, jer smo precijenili svoju fizičku spremu. Tako smo već prvi dan prošli sa upalom mišića koja je većinu pratila dobar dio puta. Liječila se aspirinima, opuštanjem u vodi u malim bazenčićima za noge koje imaju neka prenočišta i slično. Puno opasniji dušmanin, glavni neprijatelj svakog hodočasnika, jesu žuljevi. Često nesnošljivo bolni smanjuju kilometražu koja se može proći i put pretvaraju u muku. Ne može se dovoljno naglasiti koliko je važno dobro odabrati obuću koja neće stvarati žuljeve i ne nositi novu obuću. Ivan je svojom opremom rješavao žuljeve, a usput smo kupovali i dosta djelotvorne flastere. Sve to nije spriječilo da se (posebno prvih dana) čuje: „Sve me boli, više ne mogu... Ajmo se vratit kući.“ Mi smo ustrajali. Poneki odustanu. Kad smo otkrili Brufene, tada se sve manje spominjalo odustajanje, pa je bilo i manje zanimljivo. Važno je uzeti i putno zdravstveno osiguranje. Vrlo je vjerojatno da će vam barem ponegdje ustrebat. Glavobolja, opekline, upala zuba, ozljeda... Lako je moguće da se nešto od



toga dogodi. Treba uzeti u obzir da nije samo u pitanju pješaćenje, nego hodanje sa oko 10 kilograma teškim ruksakom na leđima. Doduše, ima i onih koji ruksake šalju poštom na iduće odredišta, da mogu lakše hodati. Na Putu se lako otkrije da ti u stvarnosti treba puno manje nego što misliš. Oni koji ponesu previše opreme, usput je ostavljaju u prenočištima jer će možda nekom dobro doći, a donator će olakšati ruksak. Teren je veoma različit. Uzbrdo, nizbrdo, po asfaltu, po makadamu, po poljskom putu, po kamenoj brdskoj stazi... Ići iz dana u dan preko 30 kilometara (ritam koji smo mi držali) je teže nego što na prvu izgleda, ali moguće je i bez ozbiljne kondicijske priprave. Vidjeli smo i ljude preko 70 godina na putu. Pošteno govoreći teškoće s kojima se suočava današnji hodočasnik su neusporedive sa onima s kojima se susretao hodočasnik prije nekoliko stotina godina koji nije imao ni anatomskog ruksaka, ni udobne obuće, ni navigacije i mobitela, ni učinkovitih lijekova. O tome svjedoče grobovi i prava groblja hodočasnika koja se negdje usput mogu vidjeti, iako je većinu već prekrila prašina zaborava. Mnogi ljudi su se preporučili u molitve, i nastojali smo održati svoja obećanja da ćemo moliti za one koji su nas to zamolili. Uistinu smo se trudili dosta moliti. Put je i psihički zahtjevan. Isto društvo dugo vremena dovodi do nervoze i zasićenja, te do besmislenih rasprava i oko nevažnih stvari. To se i nama događalo. Kroz dan smo se znali razdvajati da svatko hoda ritmom koji njemu odgovara, s tim da smo odlučivali i koje dionice idemo zajedno i dogovarali smo u kojim prenočištima noćimo. Nakon 800 kilometara stižemo u Santiago. Svatko osjeti radost i olakšanje. Čekamo više sati u redu da dobijemo potvrde sa svojim imenima, a onda čekamo u katedrali da zagrlimo kip sv. Jakova. Tako ispunjavamo ritual koji hodočasnici stoljećima čine. Vrijedi napomenuti da nisu svi ljudi na putu hodočasni, pa nisu svi ni vjernici. Ljudi idu iz različitih razloga: izazova, pustolovine, vjere, razmišljanja... Čak se u mnogim prenočištima mogu vidjeti kipovi Bude,

praksa yoge, Reiki i slične stvari nespojive sa kršćanstvom. Zapravo, dosta ima utjecanja new-agea na današnju atmosferu Camina. Uglavnom, što tko traži obično to i nađe. Tko pođe s vjerskim razlozima, vjerojatno će u tome duhu proći taj put. Tko pođe iz nekog drugog razloga, nije baš vjerojatno da će se obratiti. U Santiagu se odlučujemo nastaviti još preko 100 kilometara ići pješke do Muxie i Finisterre koja se nalazi na španjolskoj Costa de Morte (Obala mrtvih). Većina ostalih hodočasnika put završava u Santiagu. Povratak je avionom do Barcelone, spavanje na aerodromu i avionom u Split. Karte su jeftine, ako na vrijeme rezervirate. Bez obzira iz kojih razloga pođete na Camino, to je ipak životno iskustvo s kojim se malo drugih može mjeriti.

Cruz de Fero i Finisterra

Vjerujemo da ovdje vrijedi spomenuti još 2 stvari koje su vezane uz Camio. Cruz de Fero je jedna od upečatljivih točaka Camina. Tu pod križem ljudi ostavljaju kamenčiće koja su ponijeli od kuće i koji simboliziraju neki životni teret koji čovjek želi odložiti. Sada je ovdje višemetarska hrpa u visinu i širinu. Kada bi te stijene govorile, vjerojatno bi ispričale toliko teških priča i osobnih patnji koje razum teško može pojmiti. Ovako ostaju nijemi svjedoci bezbrojnih anonimnih sudbina. I mi smo ostavili svoje kamenčiće. Vjerujemo da su svi ti veliki tereti, koje sakrivaju ta mala kamenja, pohranjeni u srcu Onoga koji jedini može donijeti mir i koji može svaki križ preobraziti u zoru uskrsnuća, u srcu Krista Otкупitelja.

Na kraju smo stigli do Finisterre i Muxie gdje Atlantik oplakuje španjolsku obalu. Nekoć su ljudi mislili da je tu kraj svijeta, i da tamo iza nepreglednih vodenih prostranstava nema više ništa. Fisterre (finis terra - kraj zemlje) je zadnja točka i Obale mrtvih koja se tako zove jer su stari narodi vjerovali da odatle duše mrtvih idu u Nebo... I mi smo odlučili da baš tu 'na kraju svijeta' bude i kraj našega puta. Ta točka je imala i snažnu simboličnu vrijednost, jer su tu nekad hodočasnici spaljivali odjeću u kojoj su putovali, označavajući tako prekid sa starim čovjekom.



Jesmo li se promijenili?

I jesmo i nismo. Bogatiji smo za jedno iskustvo koje je teško usporediti s nečim drugim u životu. Ovo će zacijelo ostati među najposebnijim doživljajima na koje smo se odvažili. Otkrili smo što znači izreka da su **turisti zahtjevni, a hodočasnici zabvalni**.

Mogli smo razmotriti neke stvari, trudili smo se redovito moliti, i to puno, da nam ovo bude doista hodočašće, a ne samo putovanje ili avantura. S druge strane, to smo opet potpuno isti mi. Ako čovjek ne odluči sebe promijeniti ili barem dopustiti da se mijenja, ništa izvan njega ne može ga prisiliti. A iskustvo pokazuje da za promjene na lošije ne treba trud, dosta se pustiti. Svaka, pa i najmanja, promjena na bolje traži itekakav napor. I taj unutarnji napor ništa izvanjsko ne može nadoknaditi. Stvarni kraj našega hoda je bila crkva na hridini u Múxii, 30 kilometara od Fisterre. To se doista može gledati kao slika kraja, kraja životnoga puta. Kao i svako putovanje, i život ima svoj početak, trajanje i kraj. Ima suputnike, ima teške i lake, lijepe i ružne trenutke. I tek na kraju možeš ocijeniti kakav je bio. Kao što je ovo putovanje završilo pred crkvicom, tako će i zadnji pokret na zemlji biti kad nas ponesu iz neke crkve do našega groba. Tada se čovjek pred licem Božjim u potpunosti susreće sam sa sobom i istinom sebi samome, istinom koju za zemaljskog života nikada potpuno ne može spoznati. Ipak nas Bog uvijek poznaje više nego mi sami sebe.

Međugorje i naš rural



Krešimir Milićević

O pćenito u turizmu je priroda najveća atrakcija; tu se misli na mora, oceane, jezera, rijeke, kanjone, planine, ledenjake, floru i faunu, itd. Pored prirode, važne atrakcije su kultura te različiti događaji i izgrađeni sadržaji, ali isto tako i **tradicija i način života ljudi u destinaciji**. Neke atrakcije su zbog svoje Bogom dane iznimne ljepote i posebnosti već odavno prepoznate kao takve, a neke se tek otkrivaju. Primjerice, Hrvatska je dobila toplo more i sunce pa je najposebnija po tome, dok je Hercegovina dobila Međugorje – jedno od katoličkih duhovnih središta Europe. I Hrvatska i Hercegovina trebaju biti zahvalna na tome, jer je evidentno da svijet traži i jedno i drugo. U Hrvatskoj ljudi traže kupanje u toplom moru i sunčanje, a u Međugorju mir i svoje duhovne potrebe.

Koja je razlika između gore navedena dva primjera? Razlika je u **motivima** putovanja i **ponudi**. U odnosu na te motive i ponudu neki izabiru jadransku obalu, a drugi međugorska brda, crkvu i ispovjedaonice. I jedna i druga destinacija se potrudila svojim posjetiteljima osigurati adekvatne smještajne i ostale ugostiteljske, ali i različite druge uslužne potrebe. Jadranska obala i njeno zaleđe zasigurno zanima ljude motivirane morem, suncem, kulturom, prirodom i odmorom. **Postavlja se pitanje motivira li međugorskog hodočasnika hercegovačko selo sa svom njegovom tradicijom, vrijednostima i mogućnostima?**

Odgovor na ovo pitanje mogu najbolje dati sami hodočasnici i ljudi koji organiziraju njihova skupna putovanja. U razgovoru s njima ovoga ljeta, može se zaključiti da organizirane skupine hodočasnika u Međugorje, koje ostaju više od **tri dana**, **ipak** vole malo „izići“ iz Međugorja, tj. imati *svoju* misu u nekoj seoskoj crkvi; upoznati krajolik, zanimljiva mjesta, ljude, način života, prirodne i društvene vrijednosti i ljepote, te tradicionalnu seosku hranu u ambijentu prilagođenom za takve skupine. U određenoj mjeri se ovo već događa, ali zasigurno postoji prostor za daljnji iskorak.

Iskorak

Da bi se iskorak dogodio potrebno je **osvijestiti mogućnosti i djelovati**. Prvo što bi valjalo učiniti je označiti lokalne crkave koje su u mogućnosti „otvoriti vrata“ međugorskim hodočasnici, a sve u suradnji s župnim uredima. Lokalna zajednica se treba pobrinuti o pristupnim cestama. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva bi trebala izraditi promotivne letke na kojima će predstaviti svoju ponudu slikom i tekstom (*na stranim jezicima*). Zatim, **popraviti komunikaciju** s organizatorima i posrednicima (agencijama) putovanja.

Jasno je da je kod hodočašća *primarni fokus* na duhovnom programu hodočasnika, ali isto tako kratki boravak u izvornom hercegovačkom seoskom okruženju i obiteljskom ambijentu, može obogatiti i uljepšati hodočašće pojedinca i skupine. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva

bi trebala prirediti prostor i ambijent za prijeme i posjete, ali **strogo paziti da se ni s čim ne naruši hodočasnički doživljaj**. Usluge koje se osiguravaju su vezane za kratki odmor na obiteljskom imanju na nekoliko sati. Zatim ručak, kupnju domaćih (*izvornih*) proizvoda, suvenira, uživanje u seoskim pejzažima, upoznavanje lokalne tradicije, lokalnih ljudi, itd. Elementi ponude obiteljskih gospodarstava ne moraju biti isti. Bitno je da ono što imaju bude priređeno i predstavljeno na jednostavan, ali hodočasniku prikladan i prihvatljiv način!

Nakon razgovora s posrednicima i organizatorima međugorskih hodočašća, **važno** je reći da ovakav *izlet* s prilagođenom ponudom za hodočasnika ne bi umanjio hodočasnički doživljaj, a najvjerojatnije bi ga dodatno upotpunio. Prema tome, određeni angažman svih sudionika u turizmu u nas bi mogao već narednih godina donijeti neke pozitivne učinke u tom pogledu, na zadovoljstvo hodočasnika i i njihovih domaćina u našim selima. Smisao ovoga članka jest potaknuti na razmišljanje i djelovanje sudionika u turizmu, te osvijestiti sve mogućnosti koje postoje u našim prekrasnim i slikovitim selima, i pružiti međugorskom hodočasniku priliku da **upozna Hercegovinu kakva je nekad bila**.



Naše kuće - gnijezda ljubavi

Ovaj broj časopisa je na neki način posvećen našem cijelom kraju, našim običnim ljudima koji su kada treba heroji, ali istovremeno i ljudi meke duše i srca. Ponekad zaboravimo na sve te vrijednosti i darove koje smo dobili i naslijedili, a što svakako ne bi trebali. Plemenitost i ustrajnost u očuvanju svojih vrijednosti je oduvijek krasilo našeg čovjeka. Predanost obitelji, brigu o svome bližnjemu i domovini je ono što bi trebali čuvati kao malo vode na dlanu. Moderno vrijeme je ipak malo zbunilo čovjeka, pa i našeg. Zbog toga, ispod donosimo dječji uradak sa sata hrvatskoga jezika na temu „Moja obitelj“. Dijete je svojom čistom rukom i srcem stavilo na papir kako ono vidi svoju obitelj i nas odrasle podsjetila da su djeca anđeli među nama, od kojih možemo puno toga naučiti.

Moja obitelj

Obitelj, što je to obitelj? E pa to vam je kao neka kolijevka znanja, sreće, radosti i jedinstvenosti.

Ona je vaš dom. Obitelj je poput ograde koja te štiti od bilo čega strašnog. Ta je ograda tako visoka i čvrsta i nikada neće pasti. Obitelj je poput lanca i sve tvoje tajne će uvijek ostati svezane s njim. Obitelj je najljepši cvijet koji ćeš ikad vidjeti.

Cvijet u kojem ja živim ima šest latica. Moju majku predstavlja ona mudra i strpljiva latica. Moga oca ona pametna i hrabra latica. Stariju sestru predstavlja latica puna čežnje za putovanjem. Mlađu sestru ona latica meka i čista srca, a najmlađu seku predstavlja latica čiji je smijeh ljepši od samoga Sunca. Mene predstavlja ona pozitivna latica željna znanja.

I ako se pitate kako te latice nisu opale, odletjele? To je zato što ih zajedno drži samo jedna stvar, a zove se **ljubav**!

Andela Milićević, 12 g
O.Š. Ilija Jakovljević, Mostar

Kulturno umjetnička društva i njihova uloga u turizmu

Hrvatsko kulturno-umjetničko društvo Didak na Turističko-kulturno-gospodarstvenoj manifestaciji DBG-Brotnjo

U svakom narodu, državi ili području postoje vrijedni pojedinci i skupine koje rade na očuvanju svoje materijalne i nematerijalne kulturne baštine i tradicije. Čuvanjem spomenute baštine znatno utječu na očuvanje svoga identiteta i na njegovu promociju. Sve države i narodi podupiru ovakve skupine i drže do njih iz više razloga. S turističke točke gledanja, jedan od najvažnijih razloga za to jest što se u svijetu raznolikosti posebno cijeni izvornost i prepoznatljivost po nečemu svome. Bez toga, svijet bi bio unificiran i ne bi nudio svo bogatstvo kultura, običaja, tradicije i načina života kojih danas imamo. Upravo to bogatstvo različitosti potiče modernog čovjeka na putovanje i upoznavanje novih krajeva i kao takvo je jedan od najčešćih motiva putovanja današnjeg turista.

Preko televizora i modernih komunikacijskih tehnologija možemo se uvjeriti koliko se po svijetu cijeni tradicija i kako se se s njom postupa. Nema značajnijih događaja u svijetu da pojedinci ili skupine koje njeguju svoju kulturnu baštinu ne nastupaju, te na taj način prezentiraju svoj narod ili državu. Ti događaji mogu biti sajmovi, svečani politički prijemi, dodjele sportskih medalja, različiti festivali i drugi bitni gospodarski i društveni događaji. U nas u Brotnju djeluju brojna kulturno-umjet-



Autentični proizvodi promovirani kroz tradiciju



Kulturno-umjetničko društvo kod prijema i ugošćavanja važnih medijskih gospodarstvenika iz SAD-a

nička društva. Kao takva su zaslužna što smo ipak očuvali svoju kuturnu baštinu i otrgli od zaborava tradicionalne vrijednosti. S ovim vrijednostima se naravno ponosimo, a ova ih društva rado prezentiraju u svim prigodama pa i turistima. Treba reći da naša društva usko surađuju sa svim važnijim akterima u turizmu i kulturi, ali isto tako može se poručiti da se ta suradnja treba dići na još veći nivo na zajedničko dobro i zadovoljstvo. Upoznavanjem kulture i tradicije nekoga naroda ili kraja, moderni turist odlazi kući obogaćen novim znanjima i spoznajama, što će svakako znatno utjecati na njegov sveukupni doživljaj s putovanja. Brojne snimljene fotografije će ih uvijek rado podsjećati na njihovo putovanje, ali istovremeno će biti i izravni promotori naših vrijednosti u svojim životnim okruženjima. U ovom broju predstavljamo slikom i tekstom HKUD "Didak" Gradnići koje spada u najaktivnija kulturno-umjet-

nička društva u Brotnju, te su izvrsni partneri prilikom svakog događaja - bilo folklornog, festivalskog ili drugog kulturnog događaja, ali i nekog privatnog turističkog angažmana. Društvo je osnovano 2010. godine u Gradničima. Aktivno je po pitanju folklornih nastupa, koncerata, predstava, znanstvenih skupova, likovnih kolonija, radio i TV nastupa, itd. Društvo promiče lik i djelo fra Didaka Buntića - hercegovačkog svećenika, koji se početkom dvadesetog stoljeća mojsijevski zalagao za svoj glađu napačeni narod. Prošle godine je društvo dobilo godišnju nagradu Općine Čitluk za svoj dosadašnji rad. Uz želju da i dalje predano radi na očuvanju naše kulturne i tradicijske baštine, Organizacijski odbor Dana berbe grožđa se zahvaljuje društvu na dosadašnjoj suradnji i najljepše preporučuje svima za suradnju.

Krešimir Miličević





DO SVJETSKOGA TRONA NA KRILIMA MEĐUGORSKIH DRAGULJA

Francuski Lille, koncem 2018., mjesto je jedne od najljepših sportskih priča Hrvatske u posljednjem desetljeću. Upravo je ondje, hrvatska Davis Cup reprezentacija, na krilima međugorskih dragulja - prijatelja i kumova, Marina Čilića i Ivana Dodiga, osvojila naslov najbolje teniske momčadi svijeta i time zaključila jedno veliko poglavlje u povijesti tenisa i natjecanja starog 118 godina.

Njihova odanost voljenom dresu nikada nije dolazila u pitanje; u vrijeme najvećih obveza na *touru* i ostvarivanja najznačajnijih rezultata, rado su se odazivali pozivima izbornika i ostavili neizbrisiv trag u analima hrvatskoga sporta. Marin je za Hrvatsku debitirao već 2006. godine u Krefeldu, te nedugo nakon toga preuzeo liderstvo u reprezentaciji.

Kao devetnaestogodišnji, najmlađi član Davis Cup reprezentacije, upravo je Marin, s dvije pobjede protiv Mardyja Fisha i Jamesa Blakea, uveo Hrvatsku u polufinale Davis Cupa 2009. godine. Vjernost i ljubav prema hrvatskom dresu Marin je pokazao i 2014., kada je samo nekoliko dana nakon osvajanja najvažnijeg trofeja na Touru – US Opena, predvodio Hrvatsku u meču protiv Nizozemske za povratak u svjetsku skupinu Davis Cupa. Iako je Hrvatska nesretno izgubila finale od Argentine na domaćem terenu 2016. godine, te sezone Ivan i Marin su pokazali kako su jedan od najjačih, ako ne i najbolji par u svijetu. Briljirali su protiv najboljega para u povijesti tenisa – braće Bryan u četvrtfinalu u Portlandu, a u glavnoj

ulozi su bili i u polufinalnom meču protiv Francuske i tada prvoplasiranog para na svijetu – Herbert/Mahuta, koji su također osjetili snagu para Čilić/Dodig. Marin je blistavo izdanje završio pobjedom protiv Richarda Gasqueta i odveo Hrvatsku u drugo finale u povijesti. Tamo ih je čekala moćna Argentina predvođena Juanom Martinom Del Potrom. Domaći teren, ispunjena zagrebačka Arena, s vjernim navijačima iz Hercegovine, ulijevali su ogromni potencijal da će *salatara* ponovno doći u hrvatske vitrine. Međutim, za potpuno slavlje nisu bili dovoljni parovi i Marino-va pobjeda prvoga dana, te je Argentina u posljednjem meču došla do trećega, pobjedničkog boda.

Sve oči kritičara, novinara i dijela hrvatske javnosti koja nije naklonjena hercegovačkim sportašima, neopravdano su bile uprte u Marina i njegov nes(p)retni poraz protiv Del Potra.

Samozatajan, nenametljiv, Marin je odgovorio dvije godine kasnije, i to na najljepši način – predvodeći Hrvatsku do naslova prvaka svijeta.

Druga *salatara* ima posebno značenje u povijesti tenisa, jer se, nakon 118 godina, mijenja sustav natjecanja i Hrvatska ostaje zapisana kao posljednja osvajačica i država među deset reprezentacija koje se mogu pohvaliti da su više od jednom osvojile najstarije momčadsko tenisko natjecanje.

Put prema osvajanju druge *salatara* počeo je u Osijeku, susretom protiv Kanade i fantastičnim mečom parova, u kojemu su Dodig i Čilić preokrenuli 0:2 i slavili na kraju – 2:6, 3:6, 6:4, 7:5, 6:2. Nevjerojatan osjećaj

za igru i spona koja ih razlikuje od ostalih parova na Touru, došla je do izražaja upravo protiv Kanade kada su bezizlaznu situaciju pretvorili u pobjedu.

Ključnu ulogu i u sljedećem meču protiv Kazahstana imali su ponovno njih dvojica. Dok je Marin čudesnom igrom u oba četvrtfinalna meča izgubio samo osam gemova i donio dvije pojedinačne pobjede. Ivan je, u paru s Nikolom Mektićem ostvario treći bod, čime se Hrvatska plasirala u polufinale Davis cupa. Tamo su ih čekali Amerikanci, a kako je pobjeđivati jednu od najjačih teniskih sila svijeta i prve osvajače ovoga prestižnoga natjecanja, najbolje znaju Marin i Ivan. Uz plasman u treće finale, Marin je, pobje-

dom u meču protiv Tiafoa, postao najuspješniji tenisač hrvatske reprezentacije u povijesti s 37 trijumfa u Davis Cupu. Ovo mu je bila 27. pobjeda u pojedinačnim dvobojima i deseta u igri parova.

Da je istinski vođa i najbolji hrvatski reket u povijesti, dokazao je s dvije uvjerljive, dominantne i impresivne igre u finalu protiv Jo-Wilfrieda Tsongea i Lucasa Pouillea, kojima je Hrvatsku odveo na vrh svijeta. Upravo će Marin ostati zapisan kao posljednji igrač koji je ostvario pobjedu u najstarijem teniskom natjecanju na svijetu čiji se sustav, nakon 118 godina, mijenja i odlazi u povijest.

S druge strane, Ivan je u tekućoj sezoni napravio rezultatski podvig te postao najtrofejniji Hrvat s četiri Grand Slama. Nakon Roland Garrosa u paru s Marcelom Melom 2015., Ivan je, u konkurenciji mješovitih parova s partnericom Latishom Chan,

osvojio čak tri Grand Slama u dvije godine. Godine 2019., Ivan je na obranio naslov pobjednika mješovitih parova u Parizu, a uskoro i trijumfirao na najstarijem i najpopularnijem turniru na svijetu - londonskom Wimbledonu. Time je ušao u tenisku povijest kao jedan od rijetkih igrača koji je osvojio dva Grand Slam naslova zaredom. Neraskidiva veza koja traje od najmlađe dobi, ustrajnost u surovom svijetu tenisa, uz mnoga odricanja i mukotrpn rad, dovoljan su jamac kako se sljedeće godine s pravom možemo nadati da će, nakon naslova prvaka svijeta i osvajanja Grand Slama, svoje karijere okruniti i olimpijskim odličjem.

Tanja Vučić Tomić

HOTEL BIGESTE

Hotel Bigeste je hotelsko poslovni kompleks smješten u samom središtu Ljubuškog. Hotel je ranga 4****, izuzetno modernog dizajna i vrhunskog interijera. Raspolažemo s 28 soba i apartmana, za koje je osiguran besplatan parking u hotelskoj garaži, kao i besplatan Wi-Fi Internet.

Suvremeno opremljena svečana dvorana, u kojoj se istovremeno mogu odvijati tri različita događaja, je idealna za održavanje seminara, prezentacija, kongresa, poslovnih sastanaka ili domjenaka, kao i proslava svadbe, krštenja, promocije ili sličnih događaja. U posebnom dijelu hotela je smješten fitness centar, opremljen najmodernijim spravama, koji će zadovoljiti sve zahtjeve sportskih ekipa. Od ostalih sadržaja izdvajamo dva restorana, à la carte restoran i restoran s dnevnom ponudom jela, gradsku kavanu s velikom vrtom terasom, salon za masažu, te niz poslovnih prostora različitih sadržaja.

Smješten u samom središtu Ljubuškog, Hotel Bigeste je u neposrednoj blizini znamenitosti kao što su vodopad Kravica, slapovi Koćuše, kula Herceg Stjepana, rimske iskopine Gračine, te Franjevački samostan na Humcu, u sklopu kojeg se nalazi galerija "Majka" i najstariji muzej u Bosni i Hercegovini. Hotel je udaljen samo 11 km od svjetski poznatog svetišta Međugorja, manje od 40 km od Starog mosta ili zračne luke u Mostaru, te stotinjak kilometara od zračnih luka u Splitu i Dubrovniku, dok se za četrdesetak minuta vožnje stiže do plaža Makarske rivijere.

The place to stay

HOTEL BIGESTE ****
HRVATSKIH BRANITELJA 69. 88320 LJUBUŠKI,
BOSNA I HERCEGOVINA
T: +387 39 835 000 - E: INFO@HOTELBIGESTE.BA
WWW.HOTELBIGESTE.BA



Medeni gemiš

domaći čovjek i priroda oko njega – vino i med – priča iz života

Jedan od razloga za ovakav naslov i koncept priče je taj što su mošt i med slatki biljni produkti s nekim sličnim svojstvima. Drugi, još važniji razlog je taj što sam se godinama aktivno bavio vinarstvom a potom pčelarstvom, pa sam stekao neke temeljne spoznaje o tim djelatnostima i pripadajućim proizvodima.

Nezaboravna su sjećanja na događaje i moja zapažanja u djetinjstvu sredinom prošlog (20-) stoljeća. Volio sam slatko kao i sva djeca, ali nije bilo nikakvih slatkiša, niti sam znao za njih, pa sam s velikom željom iščekivao sazrijevanje voća, kako uzgajanog tako i divljeg, a osobito sam volio grožđe. Djeci nije bilo dopušteno da sami vršljaju po vinogradima u vrijeme sazrijevanja grožđa, već bi odrasli članovi domaćinstva ubrali određenu količinu grožđa koje bi se jelo s ječmenim kruhom za neki obrok.

Najveću slast osjetio bih kad bi mi se ponudilo malo svježeg bijelog mošta nakon gnječenja grožđa nogama u škafu. Odrasli su manje pili mošt, već su ga sa zadovoljstvom nalijevali u drvene bačve, potom bi danima iščekivali kada će završiti vrenje mošta kako bi uživali u ispijanju crnoga vina, a bijelo bi čekali do Svih Svetih. Vino se u Brotnju pilo iz bukaru (drveni pehar) jer su staklene čaše u domaćinstvima bile rijetkost. Zanimljiva su moja sjećanja na neke stare ljude u selu koji bi se u nekim prigodama družili i ispi-

jali vino bukarom nakon čega bi, odlazeći svojim kućama, ševrljali, posrćali i padali po kamenitim stazicama dok bi im se drugi rugali i ismijavali ih. Vina nije bilo u izobilju, pa bi neki domaćini neumjerenim trošenjem brzo ispraznili bačvice zbog čega su ih u selu ogovarali kako neće imati s čime božićati, jer je bio običaj da za proslavu Božića ne smije nedostajati vina i kruha, a drugo šta bude i koliko bude, manje je važno.

Dramatično i traumatično bilo je moje prvo ispijanje vina za Božić kad sam imao 9 godina. U posebnoj raspoloženju uz svjetlost božićnih svijeća i obilnu večeru počeo sam piti vino što su roditelji i prisutna rodbina zdušno prihvatili. Umjesto ograničavanja količine vina svi su mi, uz smijeh i gangu, cijelu večer nazdravljali i poticali me na ispijanje vina. To se meni osladilo i ne znajući mjeru pio sam vino dok nisam zamantao i počeo povraćati, što je trajalo cijelu noć i sljedećih nekoliko dana osjećajući gađenje na hranu i na miris vina. Nije bilo liječnika u Čitluku da mi pomogne, a to je vjerojatno bilo zbog trovanja alkoholom. Postupno sam počeo osjećati glad i prestalo je gađenje na hranu, ali gađenje na vino ostalo je godinama jer miris vina izazivao je povraćanje što me u odrasloj dobi počelo frustrirati gledajući druge kako ispijaju čaše vina.

Povećavanjem životnog standarda u Brotnju bukaru se postupno zamjenjuju bokalima i staklen-

im čašama, a pojavom *mineralne vode* u trgovinama mijenja se stil ispijanja vina. U gostionicama se prije pio špricer spravljen miješanjem vina i „soda-vode“, a sada se sve više u gostionicama, domaćinstvima i drugim mjestima pije *gemišt*, što je mješavina vina i mineralne vode. Potrošači su brzo uočili da gemiš spravljen s vinom proizvedenim na starinski način nije postojan jer se zamuti i promijeni boju, a ljubitelji vina i gemišta postaju profinjeniji i zahtjevniji, pa se proizvođači vina samoinicijativno educiraju i ubrzano prihvaćaju suvremeniju proizvodnju vina. I otac Vinko želio je suvremeniju proizvodnju vina jer mu je 1977. godine vinograd od 5000 loza došao na puni rod, pa je zatražio moju pomoć u tome. To sam odmah prihvatio, ali se nisam želio oslanjati na usmena prepričavanja i nadmudrivanja vinara, već sam u Sarajevu nabavio knjigu *Tehnologija vina*, autora prof. dr. Vojislava Radovanovića, za koju se usuđujem tvrditi da je i danas korisna proizvođačima vina kao udžbenik anatomije studentima medicine.

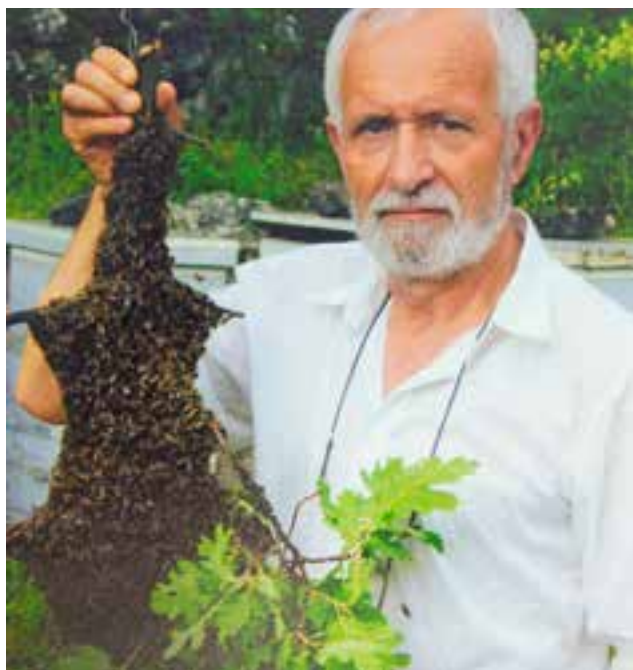
Knjigu sam pročitao i označio najbitniji tekst za proizvodnju vina. Međutim, mene su iznenadile šire spoznaje i podaci o grožđu i vinu, a osobito bogatstvo hranjivih sastojaka kako u grožđu tako i vinu. Stoga sam odlučio pokušati promijeniti odbojnost prema vinu, koja je nastala opijanjem na božićnoj večeri, kako bih mogao uz odgovarajuće jelo popiti barem čašicu vina ili gemišta. Pokušao sam s ukuhanim i zaslađenim vinom, koje bi mi pripremila supruga, pijući ga žličicom kap po kap nekoliko mjeseci sve dok se nisam na-

vikao na miris vina. Sada mogu popiti čašicu vina ili gemišta uz odgovarajuće jelo. Na ovaj način pripremio sam se i za podnošenje mirisa vina pri radu u podrumu. Tijekom nekoliko godina uhodala se proizvodnja vina i rakije sukladno opisanim postupcima u navedenoj knjizi, otac je upisan u registar proizvođača vina i registar proizvođača rakije. Uspostavila se suradnja s kupcima pa je otac mogao samostalno nastaviti raditi oko proizvodnje vina i rakije bez mog većeg angažiranja.

Budući da sam razmišljao i o pčelarstvu, sada sam mogao svoje slobodno vrijeme iskoristiti za proučavanje literature o pčelama i tehnologiji pčelarenja. O pčelama sam znao samo to da su kukci koji sakupljaju slatke sokove od kojih proizvode med i da bolno ubadaju, što sam u djetinjstvu više puta osjetio, pa sam oko godinu dana nabavljao i proučavao literaturu kako bih proniknuo u taj čarobni pčelinji život i rad. Kad sam procijenio da se mogu usuditi krenuti u taj pčelinji svijet, tijekom proljeća i ljeta 1985. godine nabavio sam 7 rojeva. Motiv za pčelarenje bio je pribavljanje dovoljno meda za vlastite potrebe i potrebe obitelji. Pored toga što volim slatke namirnice, med sam godinama konzumirao za ublažavanje tegoba u probavnom traktu koje su možda izazvane već u djetinjstvu neumjerenim opijanjem uz božićnu večeru.

Već prve godine pčelarenja spoznao sam da mi bavljenje pčelama znači puno više od slasnog užitka koji mi pruža njihov proizvod - med. Mogao bih reći kao da sam postao ovisnik o





pčelarenju. To ne znači da je pčelarstvo romantična djelatnost. Čak je suprotno, jer ima razdoblja kad je to stresna, rizična, opasna i iscrpljujuća djelatnost. To može razumjeti samo onaj koga to „pogodi“, kao što je „pogodilo“ mene, i druge pčelare koji nisu odustali zbog mnoštva teškoća koje se javljaju pri uzgoju pčela i očekivanju klimatskih uvjeta u kojima će pčele sabrati dovoljno nektara za proizvodnju dovoljno meda kojeg im pčelar može oduzeti za svoje potrebe.

Tehnologija pčelarenja specifična je najviše zbog toga što je pčela kukac kojim se ne može upravljati i koji bolno ubada štiteći svoju zajednicu i zbog toga što prinos pčelinjih proizvoda potpuno ovisi o klimatskim prilikama. Često se događa da pčelari uzgoje snažne pčelinje zajednice, ali zbog vremenskih nepogoda izostane adekvatan prinos pčelinjih proizvoda. Slično se događa i vinarima, samo puno rjeđe, kad je zbog vremenskih nepogoda slab urod grožđa pa u podrumima bude srazmjerno manje vina. O uzgoju pčela i tehnologiji pčelarenja napisano je mnoštvo knjiga, a danas je na internetu o tome mnoštvo informacija što u ovom članku nije moguće obraditi. Za neupućene navest ću samo to da je prvi korak za uspješno pčelarenje što bolje upoznavanje biologije pčela i biti spreman prilagođavati se pčelama, te poštovati njihove osobine. Nervni sustav pčele vidljiv je tek pod mikroskopom, ali su one savršeno organizirane. Svako narušavanje njihove organizacije nije dobro za njih niti za pčelare.

Raznovrsnost i vrijednost hranjivih sastojaka u medu, grožđu i vinu je nepobitna. U bivšoj državi godinama se bezuspješno pokušavalo proglasiti vino prehrambenim proizvodom, kao što je to bilo u Italiji i Francuskoj, kako bi se prometovanje vinom oslobodilo poreza na alkohol. Sada nisam dobro informiran o poteškoćama vinara na tržištu, ali dobro znam da su Brotnjaci usavršili proizvodnju veoma kvalitetnih vina koja će pri umjerenoj konzumaciji blagotvorno djelovati na ljudski organizam. O djelovanju meda na ljudski organizam može se govoriti s iskustvenog i znanstvenog stajališta. Na temelju iskustva kroz povijest, ustalilo se mišljenje o ljekovitosti meda, što ne bih pobijao. Na temelju osobnog iskustva i znanstvenih podataka mogu tvrditi da je med veoma kvalitetna prehrambena namirnica bogata prirodnim jednostavnim šećerima i drugim sastojcima koji blagotvorno, a po subjektivnom osjećaju i ljekovito, djeluju na ljudski organizam. S medom se mogu miješati ekstrakti nekih biljaka za koje se u narodnoj predaji zna da blagotvorno (s ljekovitim učinkom) djeluju na ljudski organizam. Treba istaknuti da su, osim meda, sljedeći pčelinji proizvodi: vosak, propolis, pelud, matična mliječ i pčelinji otrov, a najviše se koriste za farmaceutske i kozmetičke proizvode. U raznovrsnoj literaturi i na internetu mogu se pronaći recepti za alternativno liječenje s medom i ovim pčelinjim proizvodima. Međutim, ja to ovdje ne bih navodio, koga zanima to može pronaći na spomenutim mjestima.

Potaknut činjenicom da neki pčelari i neki vinari miješaju rakiju i med praveći piće pod najčešćim nazivom „medovača“, pri pisanju ovog štiva javila mi se pomisao kako bi možda bilo dobro, i korisno, da se ostvari suradnja zainteresiranih vinara i pčelara s Agronomskim i prehrambeno-tehnološkim fakultetom u Mostaru u cilju stvaranja i brendiranja jedinstvenog pića, zbog toga stoga što je Hercegovački med već registriran i zaštićen kao regionalni proizvod. Ne bih sada više o tome, jer na temelju napisanog netko može pomisliti da sam „zamantao“, što bi možda imalo smisla budući da mi je za ovakvo štivo sinula ideja uz čašicu gemišta. Ako ste samo kušali ili može biti „iskapili“ (pročitali) ovaj tanki tekstualni gemiš -neka vam je **uzdravlje**. Živjeli!

Ivan Turudić - Ićara





IZ NAŠE BAŠTINE

Ivan Sivrić

V alja se podsjetiti bogate narodne baštine koju su nam ostavili naši preci. Ona je vrijedna oznaka našega karaktera bez obzira jesmo li ili nismo toga svjesni, priznali ili ne priznali. Baština je tu, ona je zapravo u nama. Ona je nasreću u velikom dijelu sačuvana, međutim, pretežito u usmenoj predaji, kao nematerijalna baština, ima svoju važnost i stoga je potrebno istraživati i zabilježiti, zadržati u pamćenju i priznavati njezinu vrijednost.

Nažalost, iz više razloga, a posebno zbog siromaštva i oskudice u puku, Brotnjaci se nisu odveć često starali o zaštiti vlastite baštine pa je dosta dragocjenih stvari zaboravljeno, izgubljeno i nestalo. Ovom prilikom se podsjećamo na predaju koja je nastajala ovdje i ostavila trag u svijesti i ponašanju ljudi. Ona se prenosila s koljena na koljeno kad nije bilo današnjih medija i kad je postojala samo usmena komunikacija.

U idućim redcima donosimo neka vjerovanja koja su zabilježena i koja odražavaju domaći narodni karakter, svijest o (ne)prihvatljivom ponašanju ili pak o moralnoj ili praktičnoj poduci. Prenosimo tekstove u standardu hrvatskog književnoga jezika od prije sto dvadesetak godina, kada su zabilježeni od tadašnjih vrijednih istraživača.

VINO UMRE NA MRTVI DAN

(ostale čudnovate stvari)

Ni u bačvi pusto mira nema, kamo li da ga ima u čoviku. Nego ono uvijek u bačvi burlja i nikada da se smiri. Otako ga ne otako, uvijek je mutno i sinje (tamno). Dvadeset puta da na dan ispireš bačvi, uvijek bije, ako opet u nju pretočiš vino, pritiskostriješ i peca (muljvinski). Nema se fajde (koristi) mučiti o njemu, dok je živo i dok ne umre. Najskoli, prid štoće umrijeti, uzbijuzuri i skacinja (oboje znači: uznemiri), kao da zna, da mu je prid smrt. Ana mrtvi dan, kô, sveti Bože, ono valja daumre. Kad nešto ne bi umrlo, negobi uvijek bilo onako muteljivo (mutno), a onda ga svaka oka za paru. Na mrtvidan ono mora osvanutimrtvo i onda istom valja za piće, a dotle nije valjalo, nego je bilo prava taložina ipolipina. (Ivan Zovko, *Uvjerice*, MH Mostar 2000.priredio S. Ivanković)



KAKO ŽIVU ŽIVOTINJE (Uvjerice)

(Što više magare, a što konj, kad se na njem jaše)

Konja trči, a s magaretom, kad biva na njem jašiš, ha-jde s opipom (polagano). S magareta će se brže pasti i ubiti, nego s konja. Magare treska i tranguzatrusajući (stresajući), kaselji, kaselji (ide treskajući), dok onaj s njega na ledinu. Kad leti magare, sve više: „Daj Bože, da s mene pane! Daj Bože da s mene pane!“ – Čovjek se i ne nada sijasetu (nezgodi), kad ljós! Kod konja nije to. Kad se jaši i leti na njemu, on sve više: „Bože, daj da ne pane! Bože daj da ne pane!“ S konja će ko rijetko panuti. Čovjek se nešto čuva, nešto i onako, a s magareta ko da ga neko baci iz rašeta. Začudi se i on: A što biti sa mnóm! Gori pa na jednom doli! Otrisa se ičisti, a magare zna, da jekrivo, pa se potuli (umiri) i usaćini (umiri, ušuti), ko da nije ništa ni bilo, ko da ono svemu tomesijasetu nijekumilo.

KONJI

(imena domaćih životinja)

- *alat*, koji je alataste (riđe) boje
- *at (hat)*, koji još nije uškopljen
- *brnjaš*, koji ima bijele boje o glavi
- *cezar*, koji je uznosit
- *čakar*, na kojem ima svake boje
- *dorat*, koji je smeđ, s crnom grivom i crnim repom
- *dundul*, konj ciganskoga cara
- *gavran*, koji je crn kao gavran
- *đogat*, konj bijele dlake
- *javor*, koji je visok i skladan
- *ključe*, koji je velika trbuha
- *krhat*, dobar stari hat
- *kulaš*, konj žute boje s crnom grivom i crnim repom
- *malin*, koji je omalen
- *mrkov*, koji je mrke boje
- *putalj*, koji je putastih nogu
- *riđan*, koji je riđe boje
- *sivalj*, koji je sive dlake
- *šarac*, kojije šaren
- *vatrica*, koji je vatren i žestok
- *vibor*, ime posuđeno
- *vranac*, koji je mrke boje
- *zekan*, koji je izmiješane crne i bijele boje
- *zelenko*, koji je zelenjaste boje
- *žeran*, koji je muški, ustrajan i žestok
- *ždralin*, koji je ždralkastih očiju.

BOŽJA PRAVDA I LJUDI

(Pretvorbe, Mitske pripovijetke i priče,)

KRTICA

Mjesto da se ljudi vole k'o braća, a oni, - ko da će se zubima iskositi. Nema dana u Boga, a da se ne bi posvadili i na riječdošli. Svaki je hotio, da ima pravo i da je prav, a nijedan nit je imô pravo nit je bio prav. Da su se za što imali inaditi, neka bi i to bilo, - nego za jedan komad zemlje, za jednu mršavu ornicu (oranicu). Kô da im je malo bilo, što su imali zemalja, livada, oranica, podvornica i svakog drugog blaga božjeg. Nego još crna braća, crno će im biti, pa hade da se jezijete (srde) pa pedo zemljišta! Murafali se i davolali (oboje znači: parbili) ali nikad, da izidu na kraj. Sad jedan dobi, sad drugi, taman isto ti danas. Šta je stalo sudu! On samo zna svoje. A'vokati znadu samo guliti i pljačkatina mrtvo ime. To im je sreća bila, jer su imutniji, pa se na njima nije ni poznavalo, štoše parbe. Kad već nikako nijesu mogli da se nasule (namjeste), odrede, da će pitati zemlju, da im sama kaže, čija je pravija ikome od njih dvojice voli. Sva-ki od njih smislio, kako će jedan drugom nasantičiti (prevariti) i nakentrati (prevariti). Tako iskopaju jame i krijući (!) svaki metne svoje dijete i nagovori ga, kako ima i što imakazati, kad ga on (njegov otac) upita. Što smislili, to i učinili. Pozovu se, te će prvi pitati zemlju: čija je i komu više voli. Dijete bome odgovori kako je navrkano (nagovoreno) za svoga oca, da jenjegova, biva zemlja i da ga ona voli. Onda onaj drugi stane isto tako pitati zemlju, gdje je i on svoje dijete zaprpo (zakopao). Adijete – kao tobož zemlja da odgovara – odgovori za svog oca. Al' imaju što vidjeti! Kad ih odgrnu i otkopaju, a onamo djece ni poznanja (znaka). Prometnula se u male krtice, pa riju zemlju nožicama imrlicom (šunjkom), te njima samima štetu i zijan čine. Žalit je jadne djece, koja nijesu kriva. Pravije bi bilo, da se je to od njih dvojice desilo i dogodilo. (Prema, Ivan Zovko, *Uvjerice*, MH Mostar 2000. priredio S. Ivanković).

Baština naša svagdašnja rezultat je dugoga pamćenja i iskustva. Ona je katkad bila ipomoć običnom puku da prebrodi neobjašnjive pojave, katkad moralna poduka, a katkada izraz privrženosti onom što ih svakodnevno zaokuplja. Tako i danas nastaju kojekakvi mitovi, pridaju se značenja mnogim pojavama, daju se imena kućnim ljubimcima i tako život teče od prilike do prilike, od pojave do pojave i od neke bojazni do neke nade.

Škola za vinogradare



Slušatelji vinogradarskog tečaja u Čerinu (mostarski seoski kotar)

Poljoprivreda je sve do druge polovine 20. stoljeća bila glavna, a dugo vremena i gotovo jedina gospodarska djelatnost u Brotnju. Duhan i vinova loza bili su glavne kulture, a za razliku od drugih poljoprivrednih kultura, bile su i tržišno orijentirane. No proizvodnja je uglavnom bila primitivna i tek dolaskom Austrougarske počinje unapređenje proizvodnje. Veliki korak unapređenju vinogradarstva predstavljalo je osnivanje vinogradarske stanice u Gnojnicama, u okviru koje je postojala škola za obuku mladih vinogradara. Stručno osoblje stanice također je pomagalo vinogradarima u unapređenju proizvodnje.

Brotnjo je oduvijek bilo središte, ili kako piše Carl Patsch „srce“ hercegovačkoga vinogradarstva. Da bi naše vinogradarstvo bilo uspješno i

konkurentno na tržištu trebalo ga je osuvremenjivati. A to se moglo samo sa stručno osposobljenim proizvođačima. Austrougarska je uvela praksu školskih vrtova u kojima su školska djeca stjecala osnovna znanja iz napredne poljoprivrede. Međutim, to broćanskim vinogradarima nije bilo dovoljno, oni su za svoje mladiće željeli više stručnog znanja kako bi se mogli nositi s konkurencijom u naprednom vinogradarstvu. Brotnjaci su tražili načina kako da to i ostvare. Stoga su se glavari svih broćanskih sela složili da bi dobro bilo u Brotnju osnovati školu za stručno usavršavanje mladih Brotnjaka. U tom su cilju 1918. godine uputili zahtjev Zemaljskoj vladi za osnivanje osmorazredne škole koja bi imala i pouke iz poljoprivrede. Dopis upućen Zemaljskoj vladi donosimo u izvornom obliku.

Gospodarska škola

Visokoj zemaljskoj vladi u Sarajevu

Općine gornjeg i donjeg Brotnja broje oko 15 tisuća duša težačkog stališa. Glavni težački proizvodi ovih općina jesu duhan i grožđe, te manja količina raznog žita. Buduć općine prenapučene i bez većih polja, da bi se narod mogao širiti, stoga su iste prisiljene, da potraže još koje drugo zaradno vrelo na koje bi moglo upućivati svoj pomladak. Držeći da bi se ovoj potrebi najlakše moglo doskočiti, kada bi se u Čitluku, središtu Brotnja, sadašnja osnovna škola raširila na 8 razreda sa gospodarstvenim tečajem iz vinogradarstva, vinarstva i uvađanje gojitbe maslina, koje bi vrlo uspjevalo, kako se vidi po onima koje su gdje gdjejur zasađene. U staro doba moralo je maslina bivati, jer su neke godine u Čerinu iskopali jednu ploču na kojoj se cijedi ulje primitivnim načinom, i ova ploča i danas se čuva pred crkvom.

Pošto je i trsna uš jur zarazila susjedni ljubiški kotar to će ista brzo poklopiti naše vinograde, s čega bi se također moralo svim silom poraditi oko toga, da se u središtu vinograda, kao što je Brotnjo, što prije ostvari i rasadnik za amerikaniku i maslinu, i čim se zaraza pojavi, da se uzmog-

nu vinogradi sa amerikankom odmah obnavljati i time težaku pomoć pruži, jer propadnu li vinogradi, narod ovih općina ljuto će nastradati. Ove općina broje danas 4 osnovne škole, a dvije su još u projektu, Slipčiči i Blizanci, te se nije bojati da nebi bilo dječaka, a jamačno bi ih bilo i sa strane, kao ljubiškog kotara.

Kod današnjih nezgoda ako visoka zemaljska vlada ne bi mogla podići potrebite zgrade, to se potpisate općine obvezuju da će one preko svojih blagajna potrebite zgrade podići prema nacrtu koji će im vlada izdati. Suviše se obvezuju da će poraditi i oko toga da se podignu stanovi za učiteljsko osoblje.

Ističući ovijem potrebe potpisatih općina, želja je da bi visoka vlada zbiljno iste uzela u pretres i došla u susret njihovim potrebama podigav sadašnju osnovnu školu na 8 razreda sa gospodarstvenim tečajem za vinogradarstvo, vinarstvo i gojitbu maslina, kao novu privrednu granu za ove krajeve.

U Brotnju - Čitluk 10. jula 1918.

Za općine (naselja): Čitluk, Tepčiči, Blizanci, Krućeviči, Paoča, Gradnići, Vionica, Bijakovići, Gradac, Dobro selo, Slipčiči, Lipno, Hamzići, Čerin, Čalići, Mali Ograđenik, Dragičina, Veliki Ograđenik, Blatnica, Služanj, Međugorje

Kao što se vidi, predstavljena su sva sela današnje općine Čitluk, uz Lipno i Slipčiče koji su tada bili u sastavu općina Donje Brotnjo sa sjedištem u Čitluku, i Gornje Brotnjo sa sjedištem u Čerinu. Međugorje je tada bilo u sastavu kotara Ljubiški, ali se uvijek smatralo dio Brotnja i više naginjalo prema Čitluku nego prema Ljubiškom.

Prof.dr. sc. Jure Beljo





Kako proizvesti vlastiti autohtoni kvasac?

Alkoholna fermentacija je složen biokemijski proces transformacije šećera u kojem vodeću ulogu imaju vinski kvasci. Osim što tijekom alkoholne fermentacije prevode šećer u etanol, kvasci sintetiziraju veliki broj sekundarnih spojeva koji utječu na aromu vina. Vinski kvasci potječu s površne bobice grožđa, iz podruma ili kao inokulirani komercijalni kvasci. Pouzdano se zna da su epifitni mikroorganizmi grožđa, mošta i vina, vrlo raznovrsni i nepostojani (kvasci, bakterije, plijesni i virusi). Široko rasprostranjeni u prirodi kvasci se raznose putem vjetra i insekata. Na površini bobica grožđa nepravilno su raspoređeni. Na lišću i nezrelom grožđu se nalaze u malim količinama ili uopće nisu prisutni. Na bobicama grožđa se pojavljuju tek u vrijeme zriobe. Broj kvasaca na bobicama prije berbe ovisi o geografskom položaju vinograda, klimatskih uvjetima za vrijeme zriobe, zdravstvenom stanju grožđa i ostacima pesticida. Najveći broj kvasaca utvrđen je u toplom klimatu.

Fermentacija koju provode epifitni mikroorganizmi grožđa često se naziva prirodna ili spontana fermentacija. Neki vinari se još uvijek oslanjaju na spontanu fer-

mentaciju, a posljedica toga su često vina lošije kvalitete. Glavni problem kod spontane fermentacije je njena nepredvidivost, ne zna se kada će početi, koliko će dugo trajati, da li će razgradnja šećera proteći do kraja. Osim toga postoji bojazan hoće li vina imati loš okus i miris koje je kasnije teško popraviti. U spontanoj alkoholnoj fermentaciji u smjesi prirodnih kvasaca prisutni su i „divlji” kvasci koji ne mogu fermentirati veće količine šećera.

U pojedinom vinu svake godine spontanu alkoholnu fermentaciju ne provode isti sojevi kvasaca. Stoga fermentacija s epifitnim kvascima često rezultira vinima različite i neujednačene kvalitete, ovisno o enološkim karakteristikama soja koji prevladava u fermentaciji u pojedinoj godini. Zbog problema vezanih uz spontanu fermentaciju, mnogi vinari koriste čiste kulture komercijalnih preparata kvasca, koji imaju različite enološke karakteristike, kao što su: brza i efikasna fermentacija, otpornosti na veće koncentracije alkohola i SO_2 , sintezi H_2S , octene kiseline, estera, viših alkohola i glicerola. Uporaba komercijalnih kvasaca za proizvodnju vina ima značajne prednosti u odnosu na epifitne mikroor-

ganizme grožđa. Selekcionirani sojevi kvasca, koji su našli primjenu u proizvodnji vina, utječu na brzinu fermentacije, vrstu i količinu sekundarnih proizvoda koji nastaju tijekom alkoholne fermentacije mošta, a time i na aromatski profil vina.

Selekcija vinskih kvasaca obično se provodi unutar vrste *Saccharomyces cerevisiae*. Različiti sojevi komercijalnih kvasaca proizvode različite količine sekundarnih spojeva koji vinu daju specifične karakteristike. Danas se u svijetu koriste različite vrste i sojevi selekcioniranih kvasaca, dobivenih primjenom određenih metoda genetike i selekcije, te kao takvi imaju specifične karakteristike za proizvodnju različitih tipova vina.

Skoro svi komercijalni preparati na našem tržištu potječu od kvasaca koji su izolirani i selekcionirani u sasvim drugim vinogradarskim područjima, a sigurno je da se njihova svojstva razlikuju od autohtonih kvasaca naših vinorodnih područja i naših sorti. Višegodišnjom uporabom selekcioniranih kvasaca iz drugih vinogradarskih područja može doći do potpunog isčezavanja autohtonih kvasaca. Međutim, postoji način da se u pojedinim dobrim vinogradarskim godinama osigura vlastiti autohtoni matični kvasac. Matični kvasac, možemo pripremiti i od spontane mikroflore grožđa odnosno moš-

ta. Pripremu takve vrste kvasca provodimo sa određenom količinom grožđa koje mora biti potpuno zdravo i zrelo. Od tog grožđa se pripremi mošt u količini od 3 % u odnosu na mošt kojem treba dodati matični kvasac. Za to uzmu dvije posude, u jedan stavljamo jednu desetinu od količine pripremljenog mošta i sulfitiramo sa 15 g/hl sumpornog dioksida tj. 30 g/hl vinobrana, a zatim prepuštamo spontanoj fermentaciji. Ukoliko je mošt hladan treba ga zagrijati do 30 °C. Preostalu količinu mošta (devet desetina) sulfitiramo sa 30 – 40 g/hl, tj. 60-80 g/hl vinobrana, dakle dvostruko više. Kada mošt iz prvoga suda počne intenzivno fermentirati što se obično događa nakon 24-36 sati, postupno u mošt koji fermentira dodajemo jače sumporen mošt. Pri tome moramo paziti da fermentacija u prvom sudu ne bi stala. Dakle, etapno dodavati mošt koji je jače sulfitiran u mošt koji fermentira. Kada sva količina jače sulfitiranog mošta pređe u prvi sud - mora biti burna fermentacija.

Količina proizvedenog matičnog kvasca koja se dodaje u mošt je od 2 do 3 %, tj. 2 – 3 litra na 100 l mošta i dostatna je za normalno provođenje fermentacije.

Probajte, ako budete slijedili upute, ugodno ćete se iznenaditi.

Doc.dr.sc. Tihomir Prusina



Korak naprijed u zaštiti grozda od pepelnice i truleži

 **Dynali**®

 **Switch**®

syngenta®

Sušica cvasti vinove loze u Hercegovini

Ove vegetacijske sezone smo zaprimali više poziva vinogradara sarazličitih lokaliteta, posebice mostarskog vinogorja, o negativnim promjenama na cvjetnim organima prije, tijekom ili odmah nakon cvatnje. Pregledom dostavljenih uzoraka i obilaskom terena uočeno je sušenje. Osipanje cvjetova posebno na sorti Žilavka, te nešto manje na sorti Chardonnay (pokusni vinograd na Buni). Razloge tome valja potražiti u vrlo nepovoljnim i različitim meteorološkim uvjetima neposredno prije i tijekom ovogodišnje cvatnje vinove loze!

Za vinogradare 2019. godina se meteorološki značajno razlikuje od prethodnih sezona. Tijekom cijelog mjeseca svibnja i prvog tjedna lipnja, kiša je padala vrlo često i temperature su bile dosta niske (8-20°C) za taj period. Razvoj i rast u tom periodu je bio značajno usporen, te smo imali kasniju fenofazu cvatnje - najmanje 15 dana u odnosu na prethodne godine.



Slika br. 1: Propadanje cvati Žilavke



Slika br. 2: Žilavka nakon oplodnje



Slika br. 3: Cvast Žilavke u kolovozu

U pokusnom vinogradu na lokalitetu Buna smo utvrdili da je ovom bolesti pogođena samo sorta Žilavka, dok je sorta Blatina u potpunosti zdrava što je vidljivo na slici br 3.



Slika br. 4: Prikaz iz pokusnog vinograda

Sušica cvata [*Phoma glomerata*(Corda) Wollenw. & Hochapfel, (1936)] je manje poznata bolest našim vinogradarima. Uzročnik bolesti nema snagu inokuluma koji bi se poklopili s ekološkim uvjetima da izazove oboljenje često, ali u godinama povoljnim za razvoj bolesti bilo je evidentirano od 30-80% zaraženih cvjetova (Cvjetković, 2010)! Loza je na napad sušice cvata vrlo osjetljiva od stadija prije cvatnje do zametanja bobičica (Šubić 2013.)! Svi dijelovi cvata vrlo su osjetljivi, pa mogu propasti cvjetovi, peteljkovina i tek zametnute bobičice. Peteljkovina može biti naknadno napadnuta tijekom cijele sezone, a bobičice

samo dok ne dosegnu promjerom veličinu graška (Slika 2). Peteljkovina vene i smeđi (Slika 1). Suha peteljkovina s cvatom i osušenim bobičicama dugo ostaje visjeti na trsu (Slika 3). Kad je napadnut cvat, cvjetovi poprimaju smeđu boju, osipaju se, a tek zametnute bobičice poprimaju tamniju boju i ostaju tvrde! Kod djelomične zaraze, cvat ostaje pririjeđen ili slabo napreduje. Promjene na grozdu podsjećaju na simptom rane zaraze plamen-

Hotel Brotnjo**** se nalazi u gradiću Čitluk, udaljenom svega 2 km od velikog marijanskog svetišta Međugorja i 20km od Mostara, grada u srcu Hercegovine čiji je Stari most pod UNE-SCO-vom zaštitom.

HOTEL BROTNJO u svom sastavu ima : restoran s najsuvremenijom kuhinjom, pizzeriju, svečanu dvoranu, dvije kongresne dvorane, dvije vrtnje terase, caffe bar, najsuvremeniji Wellness Spa Centar (bazen, fimska sauna, turska kupelj, soba za masažu, fizikalna terapija, solarij, fitness sala, beauty tretmani), vlastito nogometno igralište po UEFA standardima, vlastiti parking i druge sadržaje koji su prilagođeni poslovnim ljudima i ostalim gostima željnim opuštanja, ali i onima koji žele provesti ugodne trenutke druženja sa svojom obitelji i prijateljima. U sklopu hotela također se nalaze super market, zlatara, frizerski salon te Lutrija BiH. Hotel raspolaže s 38 soba, s ukupno 90 ležaja, a svaka je soba opremljena vrhunskim namještajem, najsuvremenijim klima uređajima, mini barom, telefonom, LCD televizorom i mogućnost internetskog povezivanja Wi-Fi.

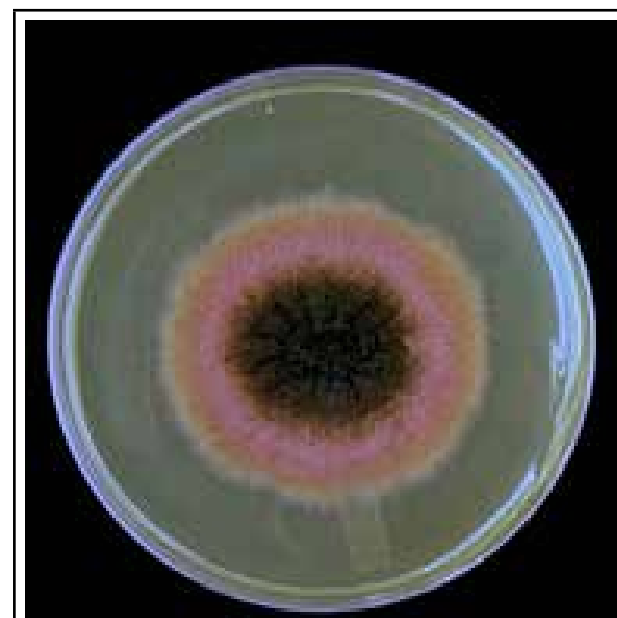
Zahvaljujući kvaliteti usluga te profesionalnom odnosu osoblja prema gostima, Hotel Brotnjo je primljen u Svjetsku asocijaciju hotelijera (IHRA) sa sjedištem u Parizu, a restoran hotela „Grappolo“ dobitnik je „Grimizne kugle“ - nagrade za najljepše uređen ugostiteljski objekt u BiH, i „Zlatne ugostiteljske krune“ kao najbolji restoran u sklopu hotela u BiH, te niza ostalih priznanja. Također, **Hotel Brotnjo** posluje po ISO i HACCP standardima.



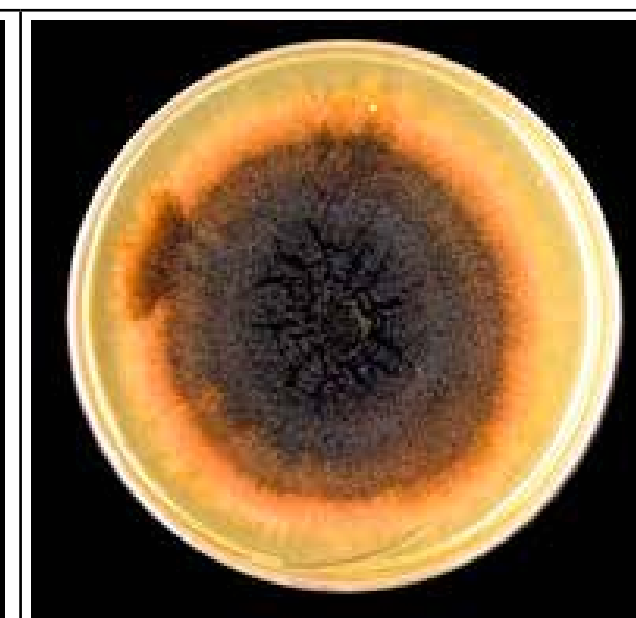
jačom, ali kod sušice cvata nema „prljavo-bijele“ sporulacije! Za razliku od spomenutih bolesti uzrokovanih drugim vrstama gljiva, kod sušice cvata nema nikakvih drugih promjena na lisnim organima ili drugim dijelovima vinove loze (što je tipično za plamenjaču ili peronosporu i apopleksiju)!

Gljiva – uzročnik bolesti (*Phoma glomerata*) je jedna sveprisutna, kozmopolitska gljiva koja se obično nalazi u tlima. Kao poznati biljni patogen može se zadržati i u zaraženom biljnom materijalu, gdje preživljava u plodištima tj., u piknidima, (slično crnoj pjegavosti - *Phomopsis*). Razvija se pri širokom rasponu temperatura, od minimalnih vrijednosti 2°- 4°C, do najviših 37°- 39°C. Primarni ekološki čimbenik za pojavu i razvoj ove bolesti je **kiša**! Proljetne mjere zaštite protiv crne pjegavosti, plamenjače i pepelnice suzbijaju i ovu bolest. Osipanje cvjetova se opisuje kao štetno smanjenje broja boba u grozdovima ili „rehuljavnost“ grozda, što za posljedicu ima manje urode (Cvjetković, 2010). Najčešći uzrok toj pojavi je anomalija u građi cvijeta, slaba klijavnost peluda, kišno razdoblje u doba cvatnje, niske temperature u vrijeme cvatnje, nedostatak ili neravnoteže između pojedinih hranjiva, npr. mikro-hranjivo bor (Šubić, 2013.). Kod nedostatka bora negativne promjene se vide i na mladima (skraćivanje internodija). Često se osipanje cvjetova pojavljuje u vinogradima jače gnojnim dušikom (Šubić, 2013.).

Kratko iz laboratorija - makroskopska morfologija: *Phoma* je brzorastuća gljiva koja zrelost obično dostiže u roku od pet dana. Potpuni razvoj piknidija može potrajati nešto duže. Kolonije se obično opisuju kao baršunaste teksture, mada neki izvori dodaju kako se mogu pojaviti praškasti do čak vunasti. Kolonije se obično opisuju kao smeđe do maslinasto sive boje. Naličje je od smeđe do tamno smeđe ili crne boje, a neke vrste stvaraju difuzni crvenkasto-smeđi pigment.



Slika br. 5: *Phoma glomerata* - inkubacija 5 dana na SAB pri 30°C



Slika br. 6: Ista kolonija kao i slika lijevo nakon 14 dana inkubacija na 30 °C

Mladen Gašpar, Ana Crnogorac, Anita Raič
(Federalni agromediteranski zavod Mostar)



Ćufter

naša autohtona slastica

Svaki narod ima neke svoje specifične kulinarske proizvode koji se njihovim migriranjem ili osvajackim pohodima šire u druga područja. Jedna od mnogobrojnih orijentalnih slastica koja je u nas ostala iz osmanlijskog razdoblja je Ćufter, jedna vrsta želea spravljenog od mošta. Riječ „ćufter“ u nas je došla preko Osmanlija, a izvorno je perzijskog podrijetla i znači nešto okruglo. Poznato je da se u nas mesne okruglice nazivaju „ćufte“. Na turskom jeziku naziv za okruglice glasi „köfte“ iz čega se vidi sličnost s izrazom Ćufter.

Spravljanje Ćuftera danas se zadržalo uglavnom na području Brotnja i djelomice Ljubuškog, dok je nekada njegova proizvodnja bila raširena u raznim područjima Bosne i Hercegovine. O spravljanju Ćuftera u prošlosti postoje i pisani dokazi. Evlija Čelebija, koji je naše krajeve posjetio 1660-ih godina, u svojim putopisima piše „da se u Bosni i Hercegovini, čak i u Sarajevu, od ukuhanog mošta spravlja Ćufter, jedna vrsta želea od od grožđa. Ćufter ima vrlo ugodan, slatkast okus i konzumirao bi se najčešće kao desert zajedno s bademima, orasima i suhim smokvama“. Poznati bosanski franjevac Ivan Frano Jukić, u knjizi *Zemljopis i povijest Bosne*, iz 1851. za mostarsku nahiju, kojoj je tada pripadalo Brotnje, doslovno piše: „Od vina izrađuju dobar Ćufter, koji se po ostalim mjestima raznosi“. Ne spominje ga ni u jednom drugom području BiH, iako spominje uzgoj vinove loze.

Nekada je u Brotnju u vrijeme berbe grožđa gotovo svako kućanstvo spravljalalo Ćufter i kasnije se sladilo njime uz rakiju i suho voće, ili je ovom slasticom dočekivalo goste. Za Božić je obavezno na stolu morao biti izrezan Ćufter uz bajame, orahe, suho grožđe i smokve. No vremenom se tradicija spravljanja Ćuftera postupno gubila i sve se manje broćanskih kućanstava za božićnom trpezom sladilo Ćufterom.

Danas se ipak vraća zanimanje za Ćufter, ne samo za konzumaciju u kućanstvu već i kao tržišni proizvod. Nećemo govoriti o tehnologiji i tehnici spravljanja Ćuftera, jer svaka kućanica ima neki svoj recept za spravljanje. Jedino što valja istaknuti jest da je osnovni sastojak

ukuhani mošt i nešto brašna da bi žele dobio čvrstinu. Prednost je Ćuftera što može dugo stajati da se ne pokvari, pa se može transportirati i na veće udaljenosti, a može se i skladištiti dulje vrijeme. Iako izvorno potječe s Orijenta, Ćufter bi se danas mogao označiti kao autohtoni proizvod Brotnja i Hercegovine, pogotovo ako bi mu se dodali još neki sastojci. Danas se u svijetu sve više cijene specifični autohtoni proizvodi. Da bi se očuvala autohtonost tih proizvoda i njihovo mjesto na tržištu, svaka država nastoji zaštititi njihovo zemljopisno podrijetlo. Time se štiti da netko drugi ne bi proizvodio i na tržište izbacio takav proizvod. Svjedoci smo kakvi se sporovi vode između država koje pretendiraju na zaštitu istog proizvoda. Dok mnoge države imaju desetine zaštićenih proizvoda, Bosna i Hercegovina do sada je zaštitila samo četiri. To su Ljubuški rani krumpir, hercegovački med, med od kestena i duhan - hercegovački ravnjak. Došlo je vrijeme da se pokrene inicijativa za zaštitu hercegovačkog Ćuftera.

Oznake podrijetla koriste se za obilježavanje prirodnih, poljoprivrednih, industrijskih, obrtničkih i proizvoda domaće radinosti. Zaštitom zemljopisnog podrijetla zaštićuje se oznaka izvornosti, a zaštita je regulirana i europskim uredbama. EU je još 1992. godine uvela sustav namijenjen zaštiti i promicanju tradicionalnih i regionalnih prehrambenih proizvoda. Cilj toga bila je zaštita određenih vrsta poljoprivrednih proizvoda. Nakon zaštite ti su proizvodi dobili veću dodanu vrijednost na tržištu čime proizvođači ostvaruju povećani dohodak.

Kada bi se zaštitilo zemljopisno podrijetlo Ćuftera i on bi mogao biti veoma dobar tržišni proizvod jer bi to na tržištu bio ekskluzivni poljoprivredno-prehrambeni proizvod. Kada se uz to istakne da je Ćufter prirodni proizvod bez ikakvih umjetnih dodataka, što je danas u vrijeme sve veće potražnje za ekološki prihvatljivom hranom itekako važno, mogla bi ova naša slastica biti veoma dobro prihvaćena na tržištu.

Prof.dr. sc. Jure Beljo



Aronija

uzgoj i upotreba

Zadnjih godina bobičasto voće zauzima sve više prostora u ishrani i na našim područjima, tako da uz ribiz, crvenu borovnicu i kupinu, sve više u vrtovima možemo naći i pokoji grm aronije.

Aronija, poznata kao i crna borovnica, je listopadni grm, koji vodi podrijetlo sa istoka SAD-a. Uzgojno područje aronije se iz Amerike proširilo na Dansku, istočnu Europu i Rusiju (naročito Sibir). Tu se provela selekcija sadnog materijala, tako da se u Europi aronija uzgaja na dosta velikim površinama, gdje su stvorene produktivne i vrlo kvalitetne sorte sa visokim prinosima. Na području Hercegovine uzgoj aronije polako ali sigurno sve više zauzima mjesto kod ozbiljnijih proizvođača, koji su uvidjeli ljekovita svojstva ove biljke i posvetili se njenom uzgoju. Kod nas uzgoj aronije nema ograničavajućih faktora, budući da je to biljka koja ne zahtijeva nikakvu posebnu brigu, podnosi manje plodna tla, niske i visoke temperature, kiselo ili blago alkalnu reakciju tla. Jedino što moramo osigurati je dovoljna količina vode od cvatnje do berbe, a ona se kreće oko

600 mm. Jako je bitno napomenuti da ova biljka nema prirodnih neprijatelja. Ne treba se prskati pesticidima te je kao takva odlična prilika za ekološku poljoprivredu i proizvodnju raznih ljekovitih pripravaka od ove biljke.

Aronija se uzgaja u obliku grma, plodove donosi u trećoj godini, bere se krajem kolovoza, odnosno početkom rujna - ako je godina vlažna i s manje sunčanih dana. Ako na biljci ostanu zreli plodovi, oni se neće pokvariti ili otpasti. Zbog toga se branje plodova može produžiti i na dva mjeseca. Veoma veliki broj je proizvoda koji se mogu dobiti od ove biljke, a neki od njih su: sok, čaj, rakija, liker, vino, džem, kompot, ocat, farmaceutski pripravci; kao dodatak pecivima i kolačima. Može se konzumirati svježa odmah nakon berbe i na još mnogo načina.

LJEKOVITA SVOJSTVA ARONIJE

Između ostalog, aronija pomaže kod sljedećih tegoba :

- pospješuje rad štitnjače
- poboljšava cirkulaciju krvi
- smanjuje visok krvni tlak te pomaže u regulaciji krvnog tlaka
- smanjuje količinu šećera u krvi te pomaže kod proširenih vena
- smiruje grčeve, bolove i upalu sluznice želuca i crijeva
- pomaže u liječenju čira na želucu i želučane nervoze
- poboljšava rad jetre i neutralizira štetne tvari
- pomaže kod upale žučnog mjehura i žučnih kamenaca
- pomaže u ubijanju malignih stanica
- koristi se kao izuzetan antioksidans, sprječava stvaranje slobodnih radikala u organizmu
- snižava visok kolesterol

- usporava proces starenja organizma
- ubrzava oporavak nakon srčanog i moždanog udara
- poboljšava prokrvljenost miokarda
- pomaže u liječenju urinarnih infekcija
- pomaže u liječenju upale prostate
- poboljšava vid
- smanjuje prisutnost bora i strija
- pomaže u dezinfekciji (u postoperativnom razdoblju)

Aronija je posebna biljka i zbog obilja vitamina (A, C, P, B6, B2, E, antocijani-boje, tanini) koji se nalaze u njezinu plodu, zajedno s kalijem, kalcijem, željezom, manganom, jodom i fosforom. Zbog svih ovih osobina, ova biljka zaslužuje mjesto u našim vrtovima i okućnicama, kako bismo mogli uživati u njenim blagodatima.

Danijel Čavar

Oskoruša

korisna, a zanemarena voćka

Nekada je u nas svako kućanstvo imalo barem jedno stablo oskoruše, uzgajalo ga se radi ljekovitosti plodova, posebno sušenih, koji su se kuhali za ljekovite čajeve, za mljeveno brašno koje se dodavalo u kruh, te radi drugih korisnih svojstava. No danas je ovoga korisnog voća sve manje, njezin je uzgoj neopravdano zanemaren i bilo bi dobro da se ponovo vrati u naše vrtove i okućnice.

Oskoruša (*Sorbus domestica*) je listopadno drvo s ravnim i jakim deblom i sa snažnom, pravilno razvijenom krošnjom. Pripada porodici ruža (*Rosaceae*). Ime roda *Sorbus* potječe od latinske riječi *sorbum* što je bio naziv za plodove oskoruše, *adomestica* znači „domaća“. Naraste 15 - 20 m. Deblo joj je prekriveno tankom sivo-smeđom korom, i vrlo slična deblu kruške. Krošnja oskoruše je okruglasta ili piramidalna oblika, razgranata, glavne grane su snažno uspravne, a sa strane na krajevima su više vodoravne. Listovi su sastavljeni od 10 do 20 izduženo jajolikih, do 5 cm dugih listića. Cvjetovi su bijeli, razmjerno veliki, široki 15 - 18 mm, složeni u štitaste cvatove. Oskoruša cvijeta u svibnju ili lipnju. Plodovi su mesnati, okruglasti, slični divljoj kruški. Veliki su 2-5 cm, žućkastosmeđi, a sa strane koja je izložena suncu crveni. Plodovi se na stablu obično nalaze u grozdovima, a ponekad je u jednom grozdu i više od 10 plodova. Jedan plod sadrži 5 -

6 sjemenki. Dozrijevaju u rujnu ili listopadu. Kad dozrijevaju tada požute i počinju postupno padati s drveća. Možemo ih otresti, ali moramo pričekati da plodovi posmeđe. Ponegdje se oskoruša i sadi, a iz kulture često podivlja. Poznato je više varijeteta ove vrste, s plodovima različitog oblika i veličine. Doživi 200 – 300, pa i više godina.

GROZD OSKORUŠA

Oskoruša je rasprostranjenana području srednje i južne Europe, jugozapadne Azije i sjeverozapadne Afrike. Samonikla oskoruša prilagodljiva je za različita podneblja, raste po šumama i šikarama, a često se javlja pojedinačno ili u manjim skupinama. Odgovara joj sunčano mjesto, dobro podnosi niske temperature i sušu. Ne podnosi teška, zbijena i podvodna tla.

Plod oskoruše sadrži 10 - 15 % šećera (više fruktoze nego glukoze). U prezrelom plodu ima i nešto alkohola, te octene i jabučne kiseline, tanina, dušičnih tvari i dosta celuloze. Ima malo vitamina C i karotina (vitamin A).

Uživanje plodova samonikle oskoruše bilo je poznato već u starom vijeku. Još iz antičkog doba

**FORTUNA
TOURS**

DESTINATION MANAGEMENT COMPANY

HEAD OFFICE MOSTAR

Rade Bitange 34, 88104 Mostar
Bosnia and Herzegovina
Phone: +387 36 552 197
Fax: +387 36 551 888
Email: headoffice@fortuna.ba



www.fortuna.ba
www.lcc-fortuna.com
www.villafortuna.ba



u Paladiusovu djelu “*De rerustica*” iz prvog stoljeće po Kristu, nalaze se i prvi naputci o uzgoju, te opisuje izrada vina i octa od njezinih plodova. Okus još tvrdih plodova je opor, nagorak i kiseo. Tek poslije dužeg stajanja i prvih mrazeva, kad potpuno omekšaju, plodovi postaju jestivi, ukusni su i slatki. Na hladnom i prozračnom mjestu mogu se skladištiti 3-4 tjedna. Plodovi oskoruša su višenamjenski; jedu se sirovi ili ih koristimo umedene, sušimo ih, mogu se preraditi u marmelade i kompote, koriste se i kao dodatak kod proizvodnje jabukovače, ili se same prerađuju u rakiju ili jako kvalitetan liker. Rakija od oskoruša je na cijeni, no ona mora neko vrijeme odležati, a okus i pitkost time dobivaju na kvaliteti.

Koristi se i u narodnoj medicini. Ljekoviti plodovi se upotrebljavaju za uravnoteženje probave (želučane i crijevne smetnje). Također se koriste za pripravu čajeva protiv proljeva jer sadrži tanin. Od oskoruše se radi i ljekoviti napitak od 0,5 kg soka oskoruše, pomiješanog sa 0,5 kg meda i taj se napitak koristi za osvježanje i za jačanje organizma. Sok od oskoruše često se prije dodavao voćnom moštu (jabučnom i kruškovom) i to 1% mošta od oskoruše za poboljšanje trajnosti, okusa izgleda i bistrenja. U našem kraju bio je običaj razrezati zreli plod na dva dijela, nanizati na špagu i sušiti. Takve nize zvale su se „grotulje“, a tako osušene oskoruše mogle su se čuvati više mjeseci i korištene su za jelo ili za pripravljanje čaja tijekom zime.

GROTULJA OSKORUŠA

Drvo oskoruše je izvanredno tvrdo i žilavo, pa su ga naši preci upotrebljavali za izradu raznih alata, kotača i zupčanika za vodene mlinove, za izradu preša za grožđe, te pribora i uređaja za kućanstvo. Oskoruša je također lijepa dekorativna biljka pa se uzgaja u parkovima kao ukrasna biljka.

Prof.dr. sc. Jure Beljo





Infrastrukturni projekti

Općina Čitluk, sudjelujući u Projektu integriranog lokalnog razvoja (ILD), koji je zajednički projekt Vlade Švicarske i Razvojnog programa Ujedinjenih naroda (UNDP) u BiH, izradila je i usvojila Integriranu strategiju razvoja općine Čitluk za razdoblje od 2019. do 2027. godine. Ovaj važni strateško-planski dokument izrađen je u suradnji s javnim, privatnim i nevladinim sektorom, a strategija je izrađena u skladu sa standardiziranom metodologijom za integrirano planiranje lokalnog razvoja (MiPRO) kako bi poticala budući rast i razvoj zajednice.

Brotnjo i sama općina Čitluk u ovom su dokumentu označeni kao dinamična, uređena i razvijena općina s prepoznatljivom turističkom ponudom i razvijenim gospodarstvom, općina koja pruža mogućnosti za kvalitetan život i rad, te je kao takva mjesto susreta ljudi, kultura i poslovnih mogućnosti. Da bi to bilo uistinu tako potrebno je kontinuirano ulagati u infrastrukturu, a u proteklom razdoblju Općina Čitluk uložila je značajna sredstva i napore kako bi na cijelom području općine realizirala infrastrukturne projekte na dobrobit žitelja svih mjesnih zajednica.

Realizirajući projekte na području svih mjesnih zajednica, Općina Čitluk značajno je povećala mrežu asfaltiranih putova. Među realiziranim projektima posebno se ističu rekonstrukcija ceste Donja Blatnica – Gornji Hamzići, izgradnja kružnog toka u Vionici, uređenje pristupa crkvi sv. Stjepana u Čerinu, radovi na rekonstrukciji regionalnih prometnica, rekonstrukcija i uređenju važnog raskrižja na regionalnoj cesti R425 Žitomislj – Čitluk – Široki Brijeg u Hamzićima, ali ništa manje nisu važni ni projekti kroz koje su u naseljenim mjestima uređeni pristupi obiteljskim kućama, izrađeno sportsko igralište u Potpolju i obnovljena Gradska športska dvorana Čitluk. Želeći poboljšati kvalitetu pristupa postojećim gospodarskim subjektima, te potaknuti snažniji investici-

jski zamah na slobodnim lokacijama u Gospodarskoj zoni Tromeda, Općina Čitluk u proteklom razdoblju realizirala je projekt „Izgradnja servisne prometnice (spoj ulaza 1, 2 i 3) u Gospodarskoj zoni Tromeda – Međugorje“. U okviru ovog projekta ranije izgrađene prometnice u navedenoj gospodarskoj zoni povezane su novoizgrađenom prometnicom čija je ukupna površina 435 metara.

Jedan od strateških projekata Općine Čitluk svakako je izgradnja kanalizacijske mreže, a kada je riječ o izgradnji sekundarne kanalizacijske mreže na području općine Čitluk u proteklom razdoblju posebno se ističu radovi na izgradnji kanalizacijskog voda „K6“ koji se proteže od Autobusnog kolodvora u Međugorju do raskrižja na regionalnoj cesti R-425a kod Atlasa, kao i radovi na izgradnji kanalizacijskih vodova „K2“ i „K02“. Općina Čitluk već dugu niz godina ima izgrađen vodoopskrbni sustav na svom cjelokupnom području, no i u ovaj sektor se kontinuirano ulaže pa je tako u proteklom razdoblju završena četvrta faza rekonstrukcije distribucijskog cjevovoda u Broćanskoj ulici. Ovim projektom dotrajale PVC cijevi zamijenjene su novim mnogo otpornijim cijevima od nehrđajućeg čelika kako bi bila osigurana kvalitetnija opskrba sjeverozapadnog dijela općine vodom za piće i ostale potrebe.

U proteklom razdoblju nastavljen je i projekt uspostave adresnog registra pa su tako nakon urbanih područja Čitluk, Međugorja i Bijakovića, koja su bila obuhvaćena prvom fazom projekta, u drugoj fazi realizacije ovog projekta i sva ostala naseljena mjesta na području općine Čitluk označena nazivima i na njihovom su području postavljeni pripadajući kućni brojevi. Uz navedene projekte koji su realizirani mnogi projekti na području općine Čitluk su započeti ili su u završnoj fazi planiranja pa sa sigurnošću možemo reći kako će i u sljedećem razdoblju biti realizirani brojni infrastrukturni projekti značajni za sve žitelje Brotnja.

Željko Planinić



DELTA SECURITY d.o.o.



Agencija za zaštitu
ljudi i imovine

Vi nama povjerenje, mi Vama sigurnost!

Tromeda b.b., 88 260 Čitluk-Međugorje
Tel.: 036 650 052
Faks: 036 446 097
Mobilni tel.: 063 327 297 / 063 328 430

E-mail: delta.security@tel.net.ba
deltasecurity@deltasecurity.ba
www.deltasecurity.ba

Vrtlarija Dragičević

88266 MEĐUGORJE, Tromeda b.b.

RUŽE*UKRASNI GRMOVI*SOBNO CVIJEĆE*UREĐENJE VRTOVA



Tel.: +387 (0) 63 360 803
+387 (0) 36 650 575



JP BROTING D. O. O.
Ulica Kralja Tomislava bb,
88260 Čitluk

Tel.: +387 (0) 36 640 063
Email: info@jp-broting.com
www.jp-broting.com



JAVNO PODUZEĆE BROĆANAC d.o.o. Čitluk

Duhanski Put bb, 88260, Čitluk - Tel.: 036 640 283; 640 284
www.jp-brocanac.ba



SAMO NAJBOLJE ZA VAS

NAJBOLJE OCJENJENO VINO SAJMA MOSTAR 2019



CHARISMA
ŽILAVKA
2018

HT ERONET
Jer vrijedi.



 PARK
&
SHOP
MEDUGORJE



*shopping with
pleasure...*

Međugorje, Tromeda VIII br.4

www.parkandshop.ba



LIMPEH d.o.o.
INOX
Gradnići b.b. 88260 ČITLUK, BiH.

Tel.: +387 36 642 187 // Fax: +387 36 642 037 // Mob.: +387 63 316 801 // E-mail: toni.pehar-limpeh@tel.net.ba

PROIZVODNJA INOX BAČAVA I CISTERNI ZA VINO
IZRADA RAZNIH PROIZVODA OD INOX-a



SVE NA JEDNOM MJESTU

**KVALITETA
GARANCIJA
CIJENA**

- LED RASVJETA
- VIDEONADZOR
- ALARM
- HOTELSKE BRAVE
- KONTROLA PRISTUPA

**O-tech
Odiseja 97**

JABLOTRON
CREATING ALARMS
CERTIFIED PARTNER

036-650-550; 063-792-616
www.o-tech.ba; info@o-tech.ba
Gospodarska zona Međugorje
88260 Čitluk
Bosna i Hercegovina

Quattro

IMA SVE ŠTO ŽELIŠ



Američka kombinacija okusa
za koju ćeš reći OH MY GOD
čim ti takne nepce!



JP ELEKTROPRIVREDA
HRVATSKE ZAJEDNICE HERCEG BOSNE d.d. Mostar

