DANI BERBE GROŽĐA

BROTNJO 2023.

Turizam i poljoprivreda

68. turističko-kulturno-gospodarstvena manifestacija

Godina: XIX; Broj: 19, ČITLUK - BiH

ISSN 2303-6133

9772303613003

Dobrodošli

na Dane berbe

Poštovani,

ova godina će biti upamćena kao jedna od najzahtjevnijih i najtežih za broćanske i hercegovačke vinogradare. Nestabilne vremenske prilike i nadprosječne padaline u proljeće i početkom ljeta stvorili su uvjete za razvoj plamenjače u vinogradima. Nastala šteta usred ove bolesti je ogromna. Mnogi broćanski vinogradari unatoč nadljudskim naporima nisu uspjeli sačuvati ovogodišnji urod, a jedan dobar dio vinogradara neće uopće imati berbu. Ovdje se još jednom pokazalo da je plamenjača najopasnija bolest vinove loze i da vinogradari bez obzira na suvremena zaštitna sredstava, mehanizaciju i sav trud nekada izgube borbu s prirodom.

Svjedoci smo da je kroz povijest bilo sličnih godina, ali su naši marljivi vinogradari ustrajavali i posvećivali svojim vinogradima još veću pozornost, a loza bi se oporavljala i davala puni urod već naredne godine. S tim iskustvom i u toj nadi ponosno i dostojanstveno ulazimo i u ovu jesen proslavljajući početak berbe grožđa u Brotnju.

Stoga, dragi Brotnjaci i ljubitelji vina, 15., 16. i 17. rujna će se po 68. put održati naša manifestacija Dani berbe grožđa. U ovogodišnjem izdanju magazina koji prati manifestaciju, uz brojne edukativne članke možete pronaći i zanimljiv trodnevni program. Prva dva dana manifestacije su posvećena promocijama knjiga i filma, te izložbama slika i sportskim sadržajima. Treći dan (nedjelja) je i najsadržajniji dan manifestacije s bogatim kulturno-zabavnim programom koji će se održati na Broćanskom trgu u Čitluku.

Ovom radosnom prigodom vas sve pozivam da uz čašu Žilavke i Blatine, s prijateljima i gostima podjelimo naše vrijednosti koje su jedinstvene i s kojima se ponosimo!

Želim vam svako dobro i dobrodošli na Dane berbe grožđa – Brotnjo 2023.!

Predrag Smoljan
Predsjednik OO DBG - Brotnjo 2023.

dani berbe grožđa
BROTNJO 2023.

Program manifestacije:

15. rujna 2023. (petak)

19:30 sati: Predstavljanje troknjižja “Brotnju u pohode” autora Josipa Muselimovića
(Hotel Brotnjo, Čitluk)

16. rujna 2023. (subota)

14:00 sati: Boksački turnir „Dani berbe grožđa 2023“ u sklopu 4. kola Lige Federacije BiH
(Gradska športska dvorana, Čitluk)

19:00 sati: Promocija Dokumentarnog filma „Priča o vinu-Hercegovina“, Studio Yoker
(Podrumi Andrija, Paoča)

20:00 sati: Predstavljanje knjige Jure Belje i Tihomira Prusine „Vinogradarstvo i vinarstvo Brotnja“
(Podrumi Andrija, Paoča)

21:00 sati: Otvaranje izložbe slika “Poredak tišine III” akademske slikarice Magdalene Džinić-Hrkać
(Podrumi Andrija, Paoča)

17. rujna 2023. (nedjelja)

13:00 sati: “Biciklom kroz vinograde i podrume Brotnja”
(Start : Vinarija Čitluk - 13 sati, Čitluk; Doček biciklista: Broćanski trg - 18:00 sati, Čitluk)

15:00 sati: Stručna predavanja iz vinogradarstva i vinarstva
Agronomski i Prehrambeno-tehnološki fakultet
Sveučilišta u Mostaru i Federalnog agromediteranskog zavoda
(Hotel Brotnjo, Čitluk)

18:00 sati: Svečani mimohod svih sudionika Manifestacije
(od Srednje škole fra Slavka Barbarića do Broćanskog trga, Čitluk)

18:30 sati: Svečano otvaranje 68. Turističko-kulturno-gospodarstvene manifestacije „Dani berbe grožđa - Brotnjo 2023“. i početak programa kulturno-umjetničkih društava, skupina i pojedinaca.
(Broćanski trg, Čitluk)

21:00 sati: Koncert: MLADEN GRDOVIĆ
(Broćanski trg, Čitluk)

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

dani berbe
grožđa
BROTNJO 2023.

Teme u ovom broju:

Prošlogodišnji *Dani berbe*	14
Vina na *Danima berbe grožđa - BROTNJO 2023.*	20
Vinogradarska 2023.	24
Manifestacije i njihova uloga u turizmu	26
STORYTELLING u vinskome turizmu	30
Čini li odijelo čovjeka, a etiketa vino?	32
Trendovi u potrošnji vina 2022./2023.	36
Primjena novih propisa o označavanju vina u EU	38
Farmerski marketi	42
Uloga vizualnog i geografsko-prostornog identiteta i turizmu	44
Vinska priča Hrvatske	46
Vinogradarstvo i vinarstvo Brotnja - nova knjiga	48
Prvi broćanski animirani film - veliki uspjeh HKUD-a "Didak" iz Gradnića	50
Navodnjavanje maslina	52
Značajnije vrste cikada u Hercegovačkim vinogradima	56
Projekti u našoj općini	58

PROŠLOGODIŠNJI DANI BERBE

Dani berbe grožđa ponovno su imali prepoznatljiv program

Turističko-kulturno-gospodarstvena manifestacija s najbogatijom tradicijom održavanja u regiji prošle je godine ponovno imala prepoznatljivi program. Dani berbe grožđa, nakon dvije godine održavanja uz ograničavajuće okolnosti, prošle su godine zasjali prepoznatljivim sjajem. 67. Dani berbe grožđa održani su od 16. do 18. rujna, a rujanska manifestacija započela je promocijom monografije "Agrar i agronomi Brotnja" autora Jure Belje i Veselka Sivrića. Autori su se potrudili na više od 300 stranica oživjeti sjećanja starijih, educirati mlađe, približiti i prikazati zaboravljene pojedinosti iz bogate riznice prikupljenih podataka o poljoprivredi Brotnja od antičkih vremena do danas i na poseban način predstaviti sve agronome iz Brotnja. Predstavljanje monografije organizirao je Ogranak Matice hrvatske Čitluk, koji je broćanskoj publici također predstavio likovno stvaralaštvo širokobriješke akademske slikarice Karoline Marušić.

Dani berbe grožđa na lijep način promoviraju sport i sportsku rekreaciju te su sportske aktivnosti važan dio ove manifestacije. U sklopu prošlogodišnjih dana berbe grožđa Atletski klub Brotnjo nastavio je s tradicijom održavanja međunarodnog atletskog mitinga, dok je Boksački klub Brotnjo po prvi put u Čitluku ugostio boksače u sklopu 4. kola lige FBiH. Na 17. Međunarodnom atletskom „Memorijalu Bože Gagro" u organizaciji Atletskog kluba Brotnjo nastupilo je približno 400 atletičarki i atletičara, dok se Boksački klub Brotnjo pokazao kao dobar domaćin te je po prvi puta u Čitluk doveo natjecatelje iz mnogobrojnih klubova s područja FBiH, a u ringu se domaćoj publici predstavilo i osam talentiranih članova BK Brotnjo.

U kraju iz kojega je poteklo božansko vino nema boljeg načina za promociju biciklizma i sportske rekreacije od biciklijade „Biciklom kroz vinograde i podrume Brotnja". Treća biciklijada u sklopu Dana berbe grožđa održana je u organizaciji Biciklističkog kluba Brotnjo, a biciklisti iz nekoliko biciklističkih klubova, ali i

biciklisti rekreativci vozili su se biciklističkim rutama kroz čitlučko polje i uz prolazak kroz lijepu prirodu koju krase brojni vinogradi, uživali u okrijepi čašicom žilavke, blatine i ostalih visokokvalitetnih vina koja su za njih pripremile vinarije domaćini ovogodišnje biciklijade.

Visokokvalitetnih vina nema bez suradnje struke s vinogradarima i vinarima te su stoga predavanja u organizaciji Agronomskog i prehrambeno-tehnološkog fakulteta Sveučilišta Mostar i Federalnog agromediteranskog zavoda Mostar, važan dio manifestacije dugi niz godina. Predavači na 67. Danima berbe grožđa bili su prof. dr. sc. Adrijana Filipović, prof. dr. sc. Tihomir Prusina i prof. dr. sc. Marko Ivanković, koji su u Vinariji Marijanović u Služnju govorili o važnim temama za vinogradare i vinare. Za broćanski kraj zasigurno je važan i razvoj ruralnih područja te su stoga Vlada HNŽ, Ministarstvo, poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede HNŽ i Općina Čitluk u sklopu prošlogodišnjih Dana berbe grožđa organizirali konferenciju pod nazivom „Održivi i odgovorni razvitak u ruralnim područjima HNŽ“. Uvodničari na spomenutoj konferenciji bili su

dr. sc. Nevenko Herceg, dr. sc. Vlatka Martinović, Josip Grbavac i Stjepan Primorac, dok su panelisiti na konferenciji o održivom razvitku ruralnih područja bili: ministar Donko Jović, dr. sc. Damir Jerković, mr. sc. Dijana Katica, dr. sc. Damir Krešić i prof. dr. sc. Dora Smolčić-Jurdana.

Nakon svega navedenog, 67. Dani berbe grožđa završili su završnom svečanošću koja je uključivala svečani mimohod, nastupe čuvara tradicije iz brojnih kulturno-umjetničkih društava i pjevačkih skupina, kao i koncert Najboljih hrvatskih tamburaša na Broćanskom trgu. Kako to tradicija nalaže tijekom završne svečanosti na Broćanskom trgu brojni vinari posjetiteljima su na degustaciju ponudili svoja vrhunska vina. S posebnim ponosom vinari su predstavili autohtona hercegovačka vina, a predstavljanje vina praćeno je i bogatom gastronomskom ponudom te je važno kazati kako je prodaja hrane imala humanitarni karakter. Prošlogodišnje Dane berbe grožđa, manifestaciju koja se održava od 1955. godine, otvorila je gospođa Borjana Krišto, predsjedateljica Vijeća ministara BiH, što je također doprinijelo značaju broćanske manifestacije.

Željko Planinić

dani berbe
grožđa
BROTNJO 2023.

Vina na Danima berbe grožđa *BROTNJO 2023.*

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

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

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

Podrumi Mata, Blatnica
Mob.: 063 321 408
www.podrumimata.com
GPS: 43°15’53.1”N 17°42’02.1”E

Podrumi Andrija, Paoča
Tel.: 036 643102
www.podrumiandrija.com
GPS: 43°13’44.1”N 17°44’17.8”E

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

Vinarija Domano, Domanovići
Tel.: 036 822 301
www.vinazadro.com
GPS: 43°08’11.0”N 17°47’06.6”E

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

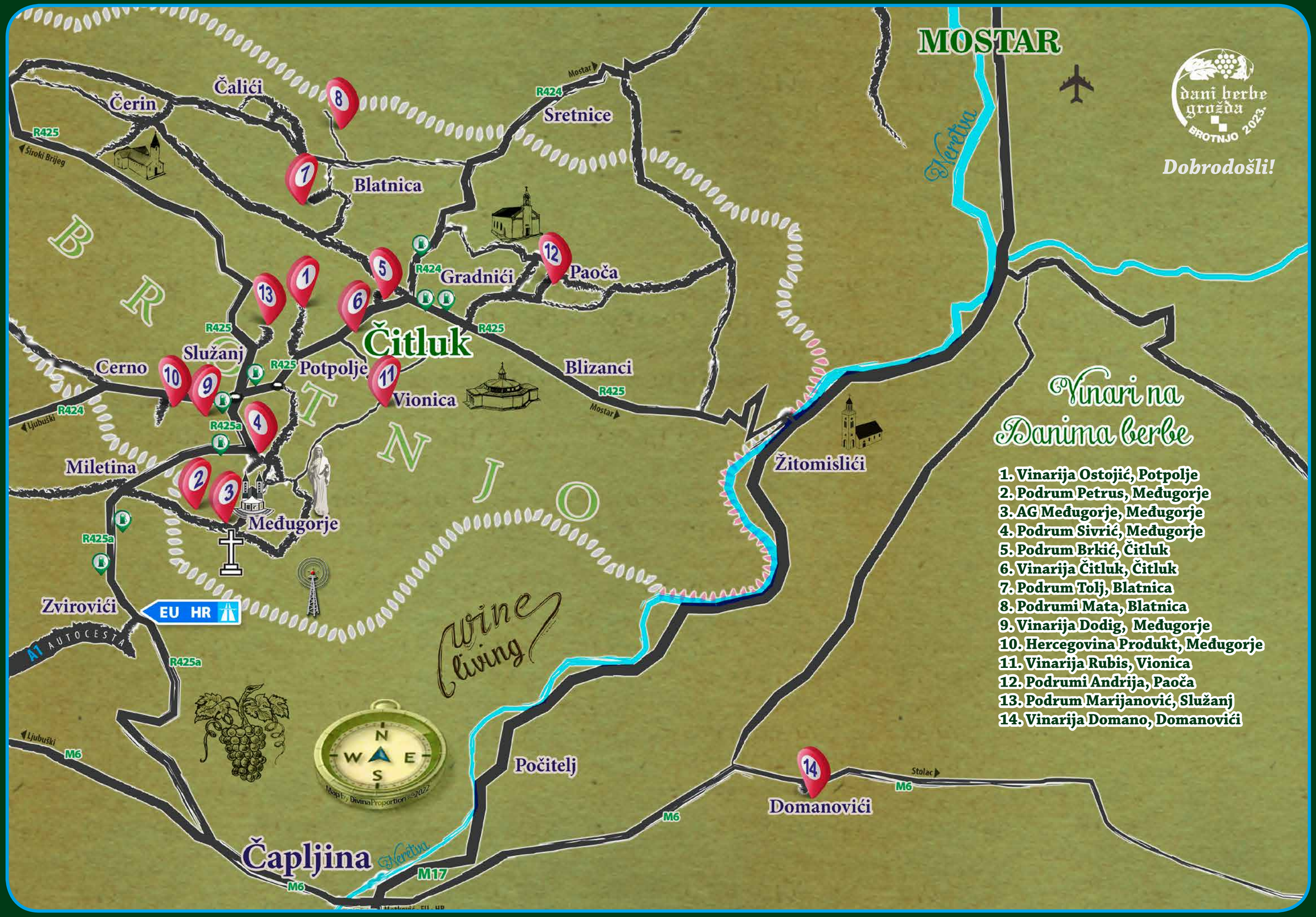
Vinarija Rubis, Vionica
Mob.: 063 297 727
www.rubis.ba
GPS: 43°12’23.8”N 17°41’58.9”E

Vinarija Dodig, Međugorje
Mob.: 061 141 688
E-mail: circleint@tel.net.ba
GPS: 43°13’24.8”N 17°40’40.7”E

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

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

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


MOSTAR
dani berbe grožđa
BROTNJO
2023.
Dobrodošli!
Neretva
Čerin
Čalići
Sretnice
Blatnica
Gradnići
Paoča
Čitluk
Služanj
Cerno
Potpolje
Vionica
Blizanci
Miletina
Međugorje
Žitomislići
Zvirovići
EU HR
A1 AUTOCESTA
Počitelj
Čapljina
Domanovići
Vinari na Danima berbe
1. Vinarija Ostojić, Potpolje
2. Podrum Petrus, Međugorje
3. AG Međugorje, Međugorje
4. Podrum Sivrić, Međugorje
5. Podrum Brkić, Čitluk
6. Vinarija Čitluk, Čitluk
7. Podrum Tolj, Blatnica
8. Podrumi Mata, Blatnica
9. Vinarija Dodig, Međugorje
10. Hercegovina Produkt, Međugorje
11. Vinarija Rubis, Vionica
12. Podrumi Andrija, Paoča
13. Podrum Marijanović, Služanj
14. Vinarija Domano, Domanovići
Wine Living
Map by DivinaProportion ©2022

Vinogradarska 2023.

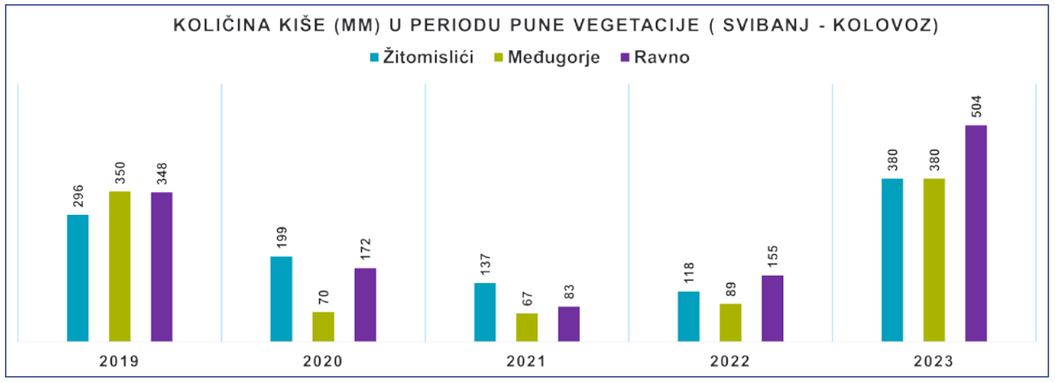
Uzroci i posljedice teške vinogradarske sezone u Hercegovini

U vrijeme pisanja ovog članka koncem kolovoza, analizirajući vinogradarsku sezonu 2023. i obilaskom vinograda na području Hercegovine, lako se može zaključiti da će ova godina ostati upamćena po kiši i šteti od plamenjače.

Po nekim procjenama, iz više izvora, plamenjača je uzrokovala preko 50% štete na prinosu, a zbog kiša i nešto nižih srednjih dnevnih temperatura berba kasni 10-15 dana u odnosu na zadnjih 10 sezona. Situacija je veoma slična u svim zemljama iz našeg okruženja (Hrvatska, Srbija, Slovenija i dr.). Zadnjih 20 godina koliko pratim pojavu bolesti i štetnika u vinogradima ostale su mi u sjećanju tri godine plamenjače: 2004., 2009. i 2014. Obično su im prethodile iznadprosječno sušne sezone, a mi smo u Hercegovini imali zadnje tri godine sušne i vruće. Pričali smo o globalnom zatopljenju, a onda je došla kišna 2023. godina koja je sve demantirala i podsjetila nas da je tako bilo i ranijih godina. Mnogi vinogradari su se opustili i zaboravili koliko plamenjača može biti opasna bolest, kako na vinovoj lozi tako i na brojnim povrtnim kulturama (krumpir, luk i rajčica su stradali na mnogim njivama). Trenutna situacija može imati dugoročne posljedice na vinogradarstvo i vinarstvo u Hercegovini. Očekivati je sve više zapuštenih vinograda na malim gospodarstvima koji će biti izvor zaraze u narednoj godini, dododit će se pad zanimanja za sadnju novih vinograda i očekivati je nedostatak vrhunskih bijelih vina (berbe 2023., a možda i kasnijih godina). Ove godine prilika je za opravdan rast cijena grožđa i vina što je i normalno zbog porasta svih troškova i očekivano manje ponude.

ANALIZA KLIMATSKIH PARAMETARA NA NEKOLIKO LOKALITETA HERCEGOVINE

Analizirajući klimatske parametre zadnjih pet godina na tri lokaliteta u Hercegovini (Međugorje, Žitomislići i Ravno) može se zaključiti da je ova vegetacija (svibanj-kolovoz) bila najkišnija i sa srednjim dnevnim temperaturama u prosjeku 1,5-2 stupnja nižim u usporedbi sa zadnje tri vegetacije. Ukupna količina oborina u periodu vegetacije (svibanj-kolovoz) bila je od 380 do 504 mm/m^2 , s tim da su bila minimalno tri kišna perioda kada su kiše trajale više od 3-4 dana u bloku, s preko 60 lit kiše/m^2. Početak vegetacije i razvoj loze u usporedbi s prethodne tri godine, zbog obilnih kiša tijekom svibnja, kasnio je 10 dana - što je dobro jer smo izbjegli mraz koji je bio u prvoj dekadi travnja. Nakon 10. travnja, noćne temperature do konca svibnja nisu padale ispod 0º C, a prosječne srednje dnevne temperature su bile 18º - 20º C. Cvatnja je počela početkom lipnja i kasnila je 3-5 dana (od prosječnih



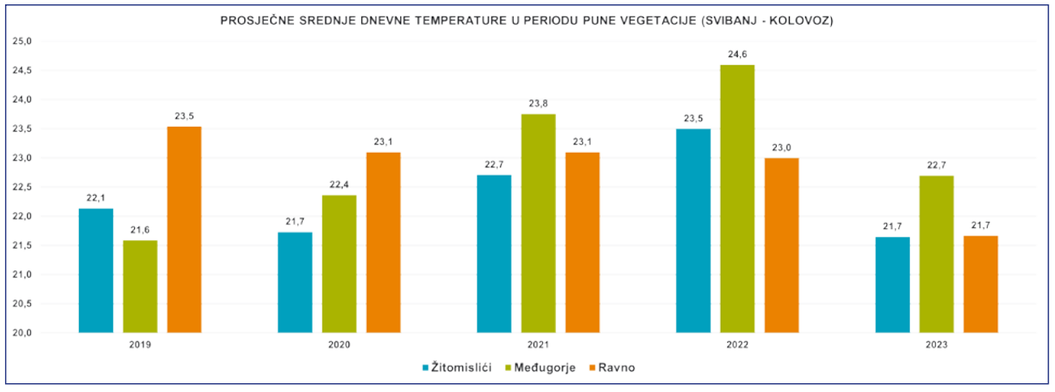
godina). Odvijala se usporeno zbog kiša. Srpanj je bio relativno suh, a sredinom mjeseca imali smo nekoliko dana kada su maksimalne temperature dosezale 40º C. U drugoj polovici srpnja na pojedinim lokalitetima ukazala se potreba za navodnjavanjem vinograda. Kolovoz je započeo s kišom što je pogodovalo pepelnici, ali je mnoge spasilo od potrebe za navodnjavanjem. Generalno se može zaključiti da je ovo bila jedna kišna sezona, u kojoj je vegetacija krenula 10-ak dana kasnije, a tako će biti i sa berbom koja kasni 10-15 dana od prosjeka. Klimatske prilike najviše su pogodovale razvoju plamenjače i korova. Na nekoliko lokaliteta imali smo štete od tuče.

PROBLEMI S PERONOSPOROM I POGREŠKE KOJE SE ČINE

Iznimno kišan svibanj donio nam je rano prve primarne infekcije plamenjačom, posebno u vinogradima koji su bili na programu kontaktnih fungicida, a prskani svakih 10-15 dana. Zbog tri kritična kišna perioda do polovice lipnja kada je palo u bloku preko 60-100 lit. kiše u 3-4 dana, plamenjača se razvijala preko lošeg programa zaštite jer je imala idealne uvjete. Ove godine u program zaštite je trebalo dosta rano uključiti najbolje sistemične fungicide, a mnogi su ih koristili kad je bilo već kasno. Agronomi znaju da kontaktne aktivne tvari ispire 30-40 mm kiše, a trebaju minimalno 6-12 sati bez kiše nakon tretmana i na to su upozoravali. Rano frezanje vinograda se opet pokazalo kao pogrešno, jer ulazak u nasad prskalicama nije moguć 2-3 dana nakon obilnije kiše. U takvim uvjetima imamo infekcije plamenjačom starije od 48 sati, koje ne mogu zaustaviti ni najbolji sistemični (kurativni) fungicidi u okviru registrirane doze. Isto tako korištenje sistemičnih pripravaka na bazi fosfonata za kurativu je bila pogrešna strategija. U vrijeme cvatnje i prve polovice lipnja, učestale kiše i optimalne temperature su osim plamenjače stvorile idealne uvjete za nagli rast mladica i zaperaka tako da su mnogi vinogradari kasnili s pljevidbom zaperaka i odgodili prskanja za nekoliko dana. Zaštita vinograda koji nisu oplijevljeni, bez atomizera, je veoma loša i tada vrlo lako stradaju tek zametnuti grozdići što se pokazalo ove godine. Plamenjača se do konca lipnja nastavila širiti na grozdu i mladim listovima i tada su već bile jasne štete koje je napravila. Više nije bilo popravka i mnogi su digli ruke i odustali. U razgovoru s vinogradarima koji su izgubili bitku s plamenjačom uočili smo puno grešaka u izboru, doziranju i pozicioniranju preparata (posebno sistemičnih fungicida). Ponuda preparata s novim aktivnim tvarima poput oksatiapiprolina je kasnila u poljoljekarnama, a upravo ta aktivna tvar se pokazala najbolja u zaštiti od plamenjače ove godine.

Vinogradari su koristili nekoliko poznatih starih pripravaka, a neki su se odlučili za novije ali nedovoljno poznate - što je također bilo loše pozicionirano i primijenjeno. Primijetili smo na vinogradima gdje se plamenjača rano pojavila i učinila velike štete, da su vinogradari u nastojanju da spase grožđe, ignorirali doze i mjere antirezistente strategije, odnosno nisu se pravilno vršile izmjene pripravaka iz različitih grupa, što će se sigurno negativno odraziti na naredne sezone. Tu se potvrdilo da se kod nas još uvijek ne poštuje agronomska struka, a fungicidi se odabiru po trgovačkom nazivu ili po cijeni, a rjeđe po sastavu i mehanizmu djelovanja. Na greškama se čovjek uči. Zato, svi vinogradari moraju više poštivati preporuke struke, posebno u budućnosti kad će mnogi proizvodi nestati s tržišta, i biti će sve manje novih aktivnih tvari. Prošlu godinu pamtit ćemo po kvaliteti grožđa kod svih, a ove godine će dobar prinos i kvalitetu imati samo oni koji su slušali ili imali na raspolaganju agronome.

Danko Tolić



MANIFESTACIJE
i njihova uloga u turizmu

Pojam „manifestacija“ u kontekstu turizma bi značio javno i ponosno predstavljanje svojih vrijednosti radi približavanja istih, kako domaćem čovjeku, tako i posjetiteljima ili promatračima i slušateljima putem različitih medija. Cilj turističkih manifestacija jest očuvanje, valorizacija i promocija svojih vrijednosti vezanih za kulturu i način života, ali i dodadavanje novog turističkog proizvoda, te gradnja željenog image-a (slike) destinacije. Da bi se manifestacija ili događaj smatrao uspješnim, treba neposredno ili posredno davati doprinos i lokalnom gospodarstvu. Prema stručnoj literaturi, elementi uspješnosti po kojima se mjere manifestacije i događaji su kvaliteta, jedinstvenost, inovativnost, kontinuitet i vidljivost.

Središnji pojam u turizmu jest turistički doživljaj. Kroz turističke manifestacije posjetitelju se nudi prilika da potpunije i bolje osjeti i doživi područje u kojem se nalazi te na taj način kompletira svoj ukupni turistički doživljalj koji će biti razlogom ponavljanja akcije. Glede turističkih atrakcija kao **faktora privlačnosti** u destinaciji, treba reći da i manifestacije imaju određeni faktor privlačnosti, međutim, one su ipak **sekundarne atrakcije**. Velikom većinom nemaju tu **atraktivnu snagu** da bi se na njima mogle graditi projekcije značajnijeg turističkog razvoja, odnosno ne mogu biti lokomotiva razvoja turizma jer su vremenski ograničene te im ne treba pridodavati tu ulogu. Međutim, manifestacije uobičajeno imaju **sadržajne vrijednosti**, a te vrijednosti se pozitivno očituju u odnosu na kulturni, društveni i općenito nacionalni identitet, pa ih se ne bi smjelo smatrati kao puku nadgradanju, luksuz, a posebno trošak. Kao takve značajno doprinose pojedinačnoj i društvenoj kvaliteti života na području gdje egzistiraju. Manifestacije stvaraju zajednička iskustva, te uspostavljaju veze između prošlosti i sadašnjosti, a koje doprinose kulturi sjećanja, promišljanja o podrijetlu i osiguranju smislenog daljnjeg postojanja zajednice. Za razliku od svakodnevnog nemirnog života - manifestacije istovremeno i razveseljuju, opuštaju i smiruju. Širok je raspon vrsta manifestacija. Protežu se od kulture i umjetnosti, sporta i rekreacije, gospodarstva i turizma pa sve do politike, vjere, obrazovanja, znanosti, itd. Po veličini mogu se svrstati u lokalne, velike, značajne i mega manifestacije. S obzirom da se približavamo dvadesetom izdanju ovog magazina, bilo bi korisno reći (ponoviti) nekoliko riječi o manifestaciji Dani berbe grožđa; o njenoj povijesti i ulozi u našem društvenom, kulturnom i gospodarskom životu.

MANIFESTACIJA DANI BERBE GROŽĐA
Jedan od najvažnijih simbola Brotnja

Da bi se bolje shvatilo značenje i uloga manifestacije Dani berbe grožđa - Brotnjo treba se vratiti skoro sedam decenija unatrag i pogledati motive utemeljenja ovakve manifestacije baš u Čitluku. Nakon drugog svjetskog rata, općina Čitluk je bila izrazito ruralno područje. Svo stanovništvo je živjelo od poljoprivrede i ratarstva. Živjelo se sa zemljom i od zemlje. Industrije nije bilo, izuzev rudarstva koje je zapošljavalo određeni broj ljudi. Indrustijalizacija u poljoprivredi nije krenula punim zamahom sve do 1957. kada je izgrađena Vinarija Čitluk koja je u svakom domaćinstvu u Brotnju imala kooperanta. Zajamčen otkup grožđa rezultirao je podizanjem novih nasada obiteljskih vinograda tako da se uskoro jedna trećina svih vinograda u Hercegovini nalazila u Brotnju. Takvi uvjeti stvorili su još veću poveznicu između Brotnjaka i njihovih vinograda. Vinogradi su postali više od nasada, postali su dio ovoga čovjeka i odredili mu identitet i način života, te od Brotnjaka stvorili vrhunskog i glasovitog vinogradara. Iako se svijet ubrzano mijenja, taj odnos Brotnjaka sa zemljom (biljugom i crvenicom) i lozom je neprekinut do danas. Svaka generacija ga čuva i njeguje s manje ili više uspjeha. Upravo je to razlog dugovječnosti manifestacije Dani berbe grožđa, iza koje stoji **stvarni život**; život sa zemljom i vinogradima, s uzgojem loze, trganjem i spravljanjem vina.

Ovakav život stvorio je jake obiteljske i društvene poveznice kao nigdje drugdje. Sam naslov manifestacije (Dani berbe grožđa) sugerira da je to vrijeme berbe plodova vinove loze. To je vrijeme radosti, zadovoljstva i ponosa. Upravo zbog toga, ovu manifestaciju svaki Brotnjak doživljava kao svoju - što joj jamči besmrtnost, a posjetitelju nudi dokaz da živimo ono što promoviramo. Dani berbe grožđa je primarno **vinogradarska manifestacija** i to treba naglasiti. Na vinogradarima i njihovim obiteljima je zasnovana cijela broćanska vinska priča. Bez vinogradara i njihovog grožđa nema ni manifestacije Dani berbe grožđa, pa ni kvalitetnih i vrhunskih vina s kojima se dičimo. U nas ne postoji manifestacija ili društveni događaj koji je dio svih nas kao što je Dani berbe grožđa. Zbog svoje sveobuhvatnosti ne treba je uspoređivati s drugim događajima, nego je svake godine nadograđivati i pridodavati joj veću važnost.

Vinski događaji

Hercegovačka vinska regija je jedinstvena vinska regija, kao što je turistička destinacija Hercegovina jedinstvena turistička destinacija. Unutar ove vinske i turističke regije se nalaze mjesta i gradovi koji svojim posebnostima stvaraju šaroliku i lijepu sliku, a različiti događaji kroz godinu upotpunju sadržaje. Prije više od petnaest godina se značajnije počelo raditi na vinskom turizmu. Danas su vidljivi i opipljivi rezultati toga rada. Svaka općina u Hercegovini ima svoje vinarije koje su se aktivno uključile u vinski turizam. Osim prodaje i degustacija vina i vinskih proizvoda, vinarije nude različite događaj atrakcije i sadržaje. Takvi sadržaji ili atrakcije imaju promotivnu i profitnu funkciju. Za ovakve događaje vinarija osigurava **prostorne i infrastrukturne preduvjete**. Važno je napomenuti da različiti gradovi i vinarije unutar destinacije nisu konkurenti jedni drugima prilikom kreiranja različitih događaja - nego baš suprotno. Svojim aktivnostima u tom pogledu podižu razinu vinske kulture u destinaciji i sadržajno ju obogaćuju.

Logično je da vinarije sve što mogu povezuju s vinom, pa su nazivi događaja obično **vino i još nešto**. Povezuju se glazbeni instumenti i vino, kao npr.: vino & piano, vino & gitara, vino & saksofon, vino & harmonika, itd. Povezuju se glazbeni pravci i stilovi s vinom, kao npr.: vino & blues, vino & jazz, vino & pop rock music, vino & sevdalinka, vino & tradijcijska glazba, itd. Također, vino se često povezuje s vremenskim periodom nastanka glazbe, kao npr.: vino & '70s music, vino & '80s music, vino & '90s music, itd. Prema tome, riječ je o širokim mogućnostima povezivanja vina s glazbenom kulturom (i kulturom općenito) te velikim prostorom za kreativnost koji hercegovački vinari već koriste.

Ostali događaji u vinarijama

Infrastrukturno i prostorno opremljene vinarije, također organiziraju različite privatne i javne zabave i događaje kao što su: koncerti, vjenčanja i svadbe, različite obljetnice, rođendani i slični tematski događaji; seminari, radionice, predavanja, promocije, itd. I ovdje postoji puno prostora za kreativnost i profitnu djelatnost. Vinarija usmjerena ka vinskom turizmu svakako može kroz godinu imati dobar **kalendar** ovakvih događaja koji će joj otvoriti dobre mogućnosti promocije i ekonomske koristi. Neke od vinarija u nas već imaju sve spomenute preduvjete i djeluju u ovom pravcu.

Vinski festivali

Pojednostavljeno rečeno, vinski festivali su vinske svečanosti i veselja. Kao i manifestacije imaju javni karakter ali se sadržajno festivali razlikuju. Vinski festivali uključuju: povezivanja ljudi koji znaju o vinu, ali i onih koji manje znaju ali žele naučiti; zatim degustacije, edukacije, radionice, ocjenjivanja vina i dodjele nagrada, zabavne programe, te gurmanske sadržaje uz vino - od lokalne tradicionalne i svjetske kuhinje do street food kulture. I ovdje se kreativnosti ostavlja puno prostora pa se vinski festivali spajaju i s modom, umjetnosti, rijetkim obrtima, stilovima života i sl. Također, povezuju se s različitim danima, značajnijim datumima i mjesecima kroz godinu. Vinski festivali, zbog najčešće dobre medijske pokrivenosti, **snažno utječu na promociju vinske kulture**. Ovakvi događaji zahtjevaju prikladne unutarnje i/ili vanjske prostore opremljene i dekorirane u modernističkom ili tradicionalnom vinskom stilu. Ove događaje obično organiziraju interesne sektorske organizacije ili profesonalne agencije, te poslovni subjekti na profitnoj osnovi.

Krešimir Milićević

STORYTELLING U VINSKOME TURIZMU

Uzgoj vinove loze i proizvodnja vina u Hercegovini imaju višestoljetnu tradiciju. Razvoj društva, rast medijskih i IT platformi i širenje turističke ponude posljednjega desetljeća pogoduju i razvoju enološkoga turizma, čime se uz sezonsku turističku ponudu ljetnoga turizma, razvijaju i turističke blagodati vjerskoga turizma čiji je nositelj Međugorje. Upravo razvojem Vinske ceste Hercegovine u Brotnju se otvara mogućnost znatnoga turističkog rasta i širenje turističke ponude specifičnim proizvodima eno-gastro turizma u čemu uz lokalnu vlast i Turističku zajednicu najvažniju ulogu imaju proizvođači vina, kako oni koji na tržištu uzimaju znatne udjele, tako i oni koji u obiteljskim domaćinstvima razvijaju vinsku proizvodnju.

Pozicioniranje projekta Vinske ceste Hercegovine u turističkoj ponudi nudi priliku i za širenje ruralnoga turizma i uvezivanje vinske industrije s kulturnim organizacijama čime bi se zainteresiranoj javnosti prezentirala povijesna baština, kulturno nasljeđe, gastronomske delicije i enološko blago Hercegovine. Niz aktivnosti koje javne institucije, gospodarski subjekti i pojedinci s područja Hercegovine poduzimaju putem aktivnosti u nacionalnim i međunarodnim projektima pokazuje kako sinergija interresorne suradnje turističkih, kulturnih i gospodarskih subjekata može rezultirati iznimno zanimljivim i turistima privlačnim prezentacijama hercegovačkoga bogatstva. U cilju rasta vinskoga turizma iznimno je važno konačno krenuti s uvezivanjem turističkih ruta koje su već razvijene u posljednjih dvadesetak godina. Upravo u tom kontekstu kulturne rute Vijeća Europe nude priliku kojom bi se Vinska cesta Hercegovine snažnije vezala za ostale turističke rute koje su u Hercegovini pozicionirale različite segmente našega kulturnog nasljeđa, pri čemu je velika mogućnost već afirmiranih organizacija apliciranje na IPA projekte koji se nude putem predpristupnih fondova Europske unije hercegovačkim turističkim organizacijama, pri čemu bi se digitalizacijom kulturne baštine i razvojem filmske industrije temeljene na povijesnim događajima i povijesnim osobama s našega prostora, pridonijelo popularizaciji hercegovačkih običaja i tradicije, pa bi se posebno u razvoju vinskoga turizma moglo pokazati uspješnim pristupanje događajima kojima bi živom riječju – storytelling turistima predstavile domaće znamenitosti i uloga vinske industrije kroz povijest u razvoju bosanskohercegovačkoga društva, gospodarstva pa i agronomske znanosti.

Storytelling kao jedna od aktivnosti kojima bi se enološka ponuda učinila zanimljivijom ima sve veću važnost u suvremenom turizmu. Naime, uporabom storytellinga koji je tehnika javnoga pripovijedanja temeljena na interaktivnom pristupu turistima/slušateljima uz uporabu verbalnih i neverbalnih vještina, prezentacijskih sposobnosti, određenih audiovizualnih elemenata, privlači se pažnja i budi mašta slušatelja čime se izravno uključuju u samu prezentaciju i postaju aktivni sudionici događaja kojem nazoče.

Privlačenje turista određenoj destinaciji i proizvodima koje nudi ta destinacija, u našem slučaju enološka ponuda Hercegovine, mora se temeljiti na četiri osnovna elementa. Prilikom organizacije događaja koji uključuju pripovijedanje potrebno je kvalitetno predstaviti situaciju, otvoriti i riješiti nedoumice te ponuditi rješenja, a u turističkim događajima koji sadrže storytelling imamo uvijek priliku pozvati sudionike na akciju – kušanje i kupovinu vina i vinskih proizvoda. Niz istraživanja vezanih za storytelling pokazuje kako se najsnažniji učinci pripovijedanja ostvaruju vezanjem za osobne događaje pripovjedača ili nekih poznatih osoba, zbog čega se u prezentacijske događaje preporuča uključiti jedan dio istinitih događaja, a svakako se u turističkoj ponudi predlaže korištenje mitologije kako bi se slušatelji što aktivnije uključili u komunikaciju i vezali za poruke koje se prenose na organiziranom događaju. Razvoj suvremenoga turizma temeljen na iskustvima putnika koje prenose putem medijskih platformi i društvenih mreža, postaje sve važniji alat u promociji neke destinacije. Naime, nitko se posebno ne osvrće na smještaj u kojemu je boravio, nego putnici putem medijskih sadržaja glavninu svojih iskustava prenose kroz različite zanimljive događaje, priče, trenutke u kojima su emocionalno ispunjeni i upravo se ti emocionalni trenutci mogu poticati storytelling događajima. Elementi iznenađenja i autentičnosti koje na želje i očekivanja turista nudi pripovijedanje i kvalitetna prezentacija destinacije i njezine ukupne ponude, rezultirat će posebnim iskustvima što će uz edukativni karakter takvih događaja izazvati vezanje određene osobe upravo uz tu destinaciju u kojoj je doživjela nešto „posebno“. U tom smislu svaka destinacija treba raditi na razvijanju priča i njihovih elemenata koji se vežu uz određene turističke mikrodestinacije koje obilježavaju različite organizacije na lokalnom turističkom tržištu.

Da bi određena destinacija ostala „posebnom“, turistima je važno učiniti atraktivnim lokalno stanovništvo, predstaviti im povijesne osobe i događaje, ponuditi eno-gastro ponudu, prikazati prirodnu i kulturnu baštinu te naglašavati da upravo ta mjesta koja posjećuju, ljudi s kojima komuniciraju i s kojima borave imaju određene „posebne“ karakteristike što se umješnim načinom prezentacije jednostavno postiže. Temeljem takvih iskustava jasno je kako u vinskom turizmu valja uključivati storytelling događaje u kojima će pripovjedači jednostavnom strukturom izlaganja osigurati da ih svi slušatelji prate tijekom govora, a kasnije da pamte i njih i destinaciju koju su im predstavili te da zapamte zanimljive anegdote, što će ih ponukati na ponovni posjet, a evocirajući uspomene zasigurno će zainteresirati svoje poznanike na posjet upravo toj destinaciji.

Ilija Musa

Čini li odijelo čovjeka, a etiketa vino?

Kada se susretnemo prvi put s nekom bocom vina, ono što najčešće prokomentiramo i vidimo je izgled boce i etikete. Vinska etiketa prvi je kontakt s potrošačem, odnosno s krajnjim korisnikom stoga svaki vinar shvaća važnost dobre etikete vina.

Etiketa puno govori o vinu i vinaru, govori priču vina i vinara, približava vino potrošaču i zapravo je dio uživanja u vinu, dio njegove promocije i marketinga. Kada je zanimljiva i posebna, etiketa ne daje samo one nužne i potrebne informacije o vinu, već oslikava filozofiju i karakter vinara koji iza njega stoji. Svakako, proizvodnja vrhunskog vina je ključ uspjeha, ali etiketa je ono što privlači pažnju potrošača i pomaže brendovima vina da se istaknu iz gomile. Koliko god bilo vrhunski ocijenjeno i nagrađivano vino, loš dizajn vinske etikete ili neprimjerena ambalaža može umanjiti značaj i imidž nekog vina. Kroz konzistentnost dizajna etiketa, vinarije mogu uspostaviti prepoznatljiv vizualni identitet i povjerenje kod potrošača.

U posljednjih nekoliko godina naučili smo da se puno toga svodi na vizual. Stoga, vinske etikete igraju važnu ulogu u našem procesu donošenja odluka, čak i ako ne shvaćamo zašto. Istraživanja su pokazala da je čak 85% ispitanika reklo da je bar jednom kupilo vino zato što im se svidio dizajn etikete. Da je etiketa uvijek bila „odjeća“ vina i njegov značajan detalj, pokazuje nam i povijest. Otkad postoje, etikete vina su nam na različite načine davale mnogo korisnih tragova, ne samo o onome što se nalazi u boci, već i o društvu koje ga je stvorilo. Vinske etikete iz prošlosti mogu nam poslužiti kao prozor u kulturu, tehnologiju i vrijednosti određenog vremena i mjesta. Najstarije poznate etikete vina otkrivene su još u grobnicama egipatskih faraona, a datiraju iz 1550. godine p.K., ili čak i ranije. Cijenjeno od bogatih kraljeva i svećenika, vino se čuvalo u glinenim amforama, čuvano u masivnim, pomno organiziranim podrumima. Svaka posuda bila je obilježena izuzetno detaljnim natpisom o njenom sadržaju. To su: berba, regija, vrsta vina, nivo slatkoće, ocjena kvaliteta, a identificirani su i vinar i vlasnik vinograda. Na posudi je navedena i idealna prilika za konzumaciju – poput „vino za dan naplate poreza“ ili „vino za ples“. Ovi artefakti ne govore nam samo o prestižnoj ulozi vina u starom Egiptu, nego i o iznenađujućem naglasku na berbu. Tako je kralj Tutankamon sahranjen 1352. p.K., zajedno sa 26 posuda vina, od kojih su 23 iz samo tri godine.

Međutim tek početkom 18. stoljeća, kada su se staklene boce prvi put pojavile u vinskoj industriji, proizvodnja i dizajn etiketa počeli su se modernizirati. U tom vremenu se i odnos prema hrani i vinu uveliko promijenio. Počele su se profilirati regije koje su proizvodile bolja, kvalitetnija, nepcu ugodnija vina, pa je i tržište polako postajalo sve sofisticiranije i zahtjevnije. Dom Pérignon je bio prvi koji je ručno ispisivao informacije na male komadiće pergamenta, zavezane oko vrata boce trakom što je kasnije postala standardna praksa. Drugi su koristili kamene gravure prenesene na papir valjkom za tintu. Otprilike stoljeće kasnije, izum litografije je promijenio „igru“ te omogućio po prvi put masovnu proizvodnju etiketa. Istovremeno, pravokutnik je postao standardni oblik za etikete vina, jer je povećao raspoloživi prostor za informacije i ilustracije. Tijekom sljedećih desetljeća, moderno vinarstvo postajalo je sve sofisticiranije. Proizvođači su postali željni stvaranja prekrasnih etiketa vrijednih njihovih vinarskih kreacija. U međuvremenu je industrija staklenih boca počela uzimati maha, a distribucija vina bila je šira i raznolikija nego ikad prije. Kako su vina bila sve bolja i vinari na njih ponosniji, etiketom se željelo pokazati koliko je njihovo vino dobro. Stvaranje savršene etikete postalo je potrebno u poslovanju pa su i dizajn i boje postali iznimno važni, jer su uz usmenu predaju, etikete zapravo bile jedini marketing vina. Postajale su sve šarenije i zanimljivije, a propisano je i koje informacije etiketa treba sadržavati, što se u velikoj mjeri nije promijenilo do danas.

Na prvi pogled zanimljiva etiketa privlači pažnju na vino, a kada uspije reflektirati sve ono što iza njega stoji, možemo reći da su i vinar i dizajner napravili dobar posao. Ma koliko se razumijeli u vino, gotovo svatko od nas će povremeno zastati pred prelijepo dizajniranom, neobičnom, inovativnom, stilski savršenom etiketom vina, ali i ponekad kupiti vino baš zbog nje. Mnogi su čimbenici uključeni u izradu etikete vina. Treba uzeti u obzir korištenje boja, tipografije, slika, dizajna i rasporeda, kako bi se stvorio estetski ugodna etiketa koja je funkcionalna i prikladna za vino koje predstavlja. Često puta proizvođači vina ne uzimaju u obzir mnoge od ovih čimbenika pri izradi etikete vina. Dizajn vinske etikete cijeli je projekt na razini dizajna koji nadilazi jednostavnu grafičku estetiku te je neophodno ovladati teorijskim znanjem i puno dokumentacije kako biste došli do kvalitetnog rješenja koje će donijeti rezultat. Važno je istražiti estetski najugodnije kombinacije dizajna koje neće samo privući pažnju potrošača, već i prenijeti željenu razinu kvalitete vina potencijalnim kupcima.

Kada je riječ o dizajnu vinskih etiketa, svijet je pun raznolikosti i kreativnosti. Svaka vinska regija i zemlja ima svoj jedinstven pristup dizajnu etiketa. S rastom i razvojem hercegovačke vinske scene velik broj vinara napravio je značajne iskorake u dizajnu etikete, tako smo u zadnjem desetljeću vidjeli niz fantastičnih projekata u dizajnu vinskih etiketa i boca. Iako postoji stoljetna tradicija u uzgoju vinove loze i proizvodnji vina, Hercegovina je relativno mlada vinska destinacija u plasiranju vina na svom području. Ta situacija izuzetno pogoduje dizajnerima jer je puno veći prostor slobode oblikovanja - s obzirom da ne postoje pravila i obrasci kako bi etikete trebale izgledati. Primjerice, kad pogledamo francuska vina uočavamo obrazac izuzetno čistih, tipografskih rješenja na kojima se izmjenjuju ilustracije različitih dvoraca u kombinaciji s nekoliko minimalnih informacija. Iako i većina vinarija u Hercegovini još uvijek odabire tradicionalan dizajn etiketa, koji evocira tradiciju, posvećenost i familijarnost (tako je uglavnom u svim vinskim regijama Europe), neki od vinara ipak su odlučili otići korak dalje, svojim vinima dati novi pečat te pokazati da su drukčija, kao u najčešćem slučaju i oni sami.

Za neke proizvođače tehnologija je postala odličan način da se zaobiđu ograničenja veličine etikete – QR kodovi, koji se mogu skenirati za dodatne informacije, već su relativno uobičajeni; neki čak uključuju iskustva proširene stvarnosti. QR kodovi čine vinsku etiketu zanimljivijom i djelotvornijom, što rezultira boljim angažmanom kupaca i većom prodajom vina. Na primjer, možete staviti QR kod na bocu kako biste ljude doveli do videa koji prikazuje video iza kulisa vaše vinarije ili destilerije i kako se proizvodi. Alternativno, možete poslati potrošače na web stranicu koja sadrži detaljne informacije o vašem proizvodu, od njegovih sastojaka do načina na koji nabavljate materijale. Uzmite u obzir i to da živimo u vremenu u kojem su mladi konstantno na mobitelima, kompjuterima, uz ekran, sve mora biti privlačno. Internet je postao bojno polje i konkurencija je ogromna. Dobar dizajn, dobra reklama i dobar PR mogu doprinijeti boljem plasmanu i popularnosti vina, odnosno proizvoda općenito. Potrebno je naglasiti da sva vina proizvedena i uvezena u EU, a koja će biti punjena u boce nakon 8. prosinca 2023., će morati imati na etiketi QR kod s navedenim aditivima koji se koriste u proizvodnji vina.

Ilija Barbarić

dani berbe
grožđa
BROTNJO 2023.

Trendovi u potrošnji vina 2022./2023.

Vinsko tržište se još uvijek oporavlja od posljedica „trganja“ opskrbnih lanaca koji su prouzročeni pandemijom Covid-19. Također, opća inflacija u svijetu utječe na potrošnju vina po stanovniku s tendencijom zadržavanja ovoga trenda u ovoj i 2024. godini. Inflacija, sama po sebi smanjuje indeks kupovne moći potrošača, što će se svakako odraziti na potrošnju vina per capita. S druge strane već pomalo „razvikane“ klimatske promjene imaju svoj utjecaj na terroir. Klimatskim promjenama pomalo ali sigurno se mijenja koncept terroira. Granice uzgoja vinove loze (i drugih kultura) se pomiču na veće nadmorske visine. Tako, npr. neki uvaženi stručnjaci u Republici Hrvatskoj predviđaju da će u narednih 20-tak godina Lika biti mjesto uzgoja vinove loze.

S druge strane, već u pandemiji se stvorio trend prodaje putom e-trgovine za koji se predviđa nastavak širenja u narednim godinama. Web stranica postaje izuzetno značajan alat u promociji malih vinskih kuća. Ovaj fenomen djelomično je uzrokovan izolacijom zbog Covida-19, ali pandemija nije jedini razlog. Istina je, zbog toga što je naš svijet postajao sve više globaliziran i definiran trgovinom i tehnološkim napretkom, vinska je industrija ionako krenula u tom smjeru. Pandemija Covid-19 jednostavno je malo ubrzala stvari pa se očekuje da će se taj trend nastaviti u 2023.

1. TREND POTRAŽNJE ZA PRIRODNIM VINIMA

Novi alati u istraživanju trendova putom web platformi (npr. Exploding Topics) jasno pokazuju porast potražnje za tkz. „prirodnim vinima“. Pretraživanja web platformi su se povećala za 150% u zadnjih pet (5) godina. Nedavno istraživanje koje je proveo International Wines and Spirits Record također je otkrilo da je na 50% onih koji piju vino u SAD-u pozitivno utjecalo brendiranje koje se odnosi na održivost i metode organskog uzgoja. Izraz „prirodno vino“ se može odnositi na vrlo široko područje, kao npr. vino proizvedeno tradicionalnim metodama i bez upotrebe pesticida, što je također važan dio organskog uzgoja. Međutim, veća je vjerojatnost da će se izraz "prirodno vino" odnositi na pjenušava vina bez dodanog šećera. Ovaj stil u nastajanju ima veliki potencijal širenja u 2023., i idućim godinama.

2. ODRŽIVO VINARSTVO

Pojam „održivo vinarstvo“ podrazumijeva cjelokupan proces od njive do stola („farm to fork“). Vinska industrija u zadnjim decenijama ulaže velike napore prelazaka na biološku proizvodnju i organski uzgoj. Takva proizvodnja podrazumijeva smanjenje uporabe pesticida, herbicida ili sintetičkih gnojiva uz sveobuhvatan napor promicanja raznolikosti biljnog svijeta u vinogradu. Jednostavnije kazano: „proizvodnja grožđa u skladu s prirodom“. Ovaj trend je prihvaćen od strane velikog broja proizvođača vina u svijetu. Ova tranzicija dijelom je posljedica klimatskih promjena koje su veliki problem, a dijelom zato što vinari jako poštuju svoju zemlju. Zaključno, "minimalna intervencija" i "gazirano vino" sjajni su izrazi na koje ove godine treba obratiti pozornost. Ako se jedna stvar može izvući iz svih ovih približavajućih trendova, to je da i proizvođači vina i vinopije shvaćaju koliko je zemlja važna. S trendovima prema oznakama prirodnog vina i organskog proizvoda, potrošači također pokazuju povećanu svijest o štetnim učincima pesticida po zdravlje potrošača.

3. ZDRAVLJE I BLAGOSTANJE

Povećana briga za zdravlje je trend koji se sve više širi, te se očekuje njegova nastavka u 2023. godini. Predviđa se da će potrošači sve više tražiti vina s nižim sadržajem alkohola i kalorija (obveza označavanja po Uredbi (EU) od 8. 12. 2023.). Također, organska i biodinamička vina koja su proizvedena bez štetnih utjecaja kemikalija pokazuju trendove porasta.

4. PREMIUM VINA

Očekivani trend porasta je za vinima Premium klase, jer su potrošači spremni platiti višu cijenu za kvalitetna vina, male serije proizvodnje, jedinstvenoga okusa. Očekuje se porast ovoga trenda. Premium klasa vina ima svoj tržni odsječak koji će u narednim godinama biti sve veći.

5. INOVATIVNA PAKIRANJA VINA

Stalno traženje vinara u prepoznatljivosti njihovih vina u odnosu na konkurenciju stvaraju nove ideje za nova pakiranja vina. Vinari će i dalje tražiti nove načine kako doprijeti do potrošača sa prepoznatljivim pakiranjima vina, a 2023. očekuje se nastavak inovacija u pakiranju vina. Vinari idu metodom pokušaj i pogreške, te sve više koriste nove materijale i vrhunski dizajn kako bi njihovi proizvodi bili privlačniji potrošačima.

6. ALTERNATIVNE SORTE VINA

Vinski znalci, ali i obični potrošači vina uvijek traže nove izazove te postaju sve otvoreniji za kušanje novih i neobičnih vina proizvedenih od lokalnih sorata koje nisu poznate na regionalnoj ili svjetskoj razini, a taj će se trend nastaviti i 2023. Očekuje se da će alternativne sorte poput prirodnog vina, narančastog vina i pjenušca postati sve popularnije. Potražnja za prirodnim vinima može se povećati kako raste interes potrošača za održivost, zdravlje i autentičnost u izboru hrane i pića. Prirodna vina proizvode se organskim ili biodinamičkim poljoprivrednim postupcima, što znači malo ili nimalo upotrebe jakih kemikalija ili konzervansa. Među prirodnim vinima je i narančasto vino, vrsta bijelog vina koje se proizvodi u produljenom kontaktu s pokožicom tijekom procesa proizvodnje vina, stvarajući jedinstvenu narančastu boju. Pjenušava vina poput šampanjca i prošeka postaju sve popularnija među vinopijama iz nekoliko razloga, uključujući pristupačnost, okus i raznolikost, te njihovu prikladnost za posebne prilike.

7. POTRAŽNJA ZA LOKALNIM VINIMA

Lokalne ili nepoznate sorte dobivaju sve veću pozornost vinara. Takva proizvodnja i stvaranje novih vina s novim okusima ima sve veću potražnju. U 2023. i narednim godinama se očekuje porast potražnje za vinima proizvedenim u regije ili zemlji. Ovo je trend vođen određenim promotivnim politikama (npr. kupujmo domaće) ili željom i svijesti potrošača za podržavanjem lokalne proizvodnje i očuvanja radnih mjesta u mjestu življenja potrošača vina. Trend se također povezuje s poviješću i kulturom određenog područja.

8. DIGITALNI BLIZANAC U WINEU

Digitalni blizanac u vinu odnosi se na digitalnu verziju vina, zajedno s mnoštvom informacija o vinu, njegovoj povijesti, idealnim kombinacijama s hranom i drugim privlačnim značajkama za korisnike. Ova je tehnologija revolucionirala način na koji ljudi razmišljaju o vinu i doživljavaju ga, nudeći zabavan i interaktivan način za istraživanje različitih vrsta vina i povezivanje s drugim vinskim entuzijastima. S digitalnim blizancem vinopije mogu pristupiti mnoštvu informacija o svojim omiljenim bocama, uključujući informacije o procesu proizvodnje vina, vinogradu u kojem je grožđe uzgojeno i karakteristikama samog vina. Te se informacije mogu koristiti za pomoć ljudima pri odabiru pravog vina za različite prigode, kao što su posebni događaji, romantične večere ili ležerna druženja. Osim pružanja informacija, digitalni blizanci u vinu također nude razne značajke igre, kao što je prikupljanje različitih vrsta vina, natjecanje s drugim vinopijama za izgradnju najimpresivnije kolekcije i interakcija s drugim vinskim entuzijastima putem internetskih foruma i zajednica. Ove značajke čine ispijanje vina zabavnijim i privlačnijim te potiču ljude da isprobaju nova i uzbudljiva vina koja inače ne bi razmišljali. Sve u svemu, digitalni blizanci u vinu predstavljaju novi trend u vinskoj industriji, nudeći interaktivnije i privlačnije iskustvo za ljubitelje vina i pomažući u promicanju uživanja i cijenjenja vina diljem svijeta.

9. SLJUBLJIVANJE VINA I HRANE

Ovaj trend ima najveću šansu povećanja u 2023. i narednim godinama. Sljubljivanje vina i hrane postati će sve popularniji trend među potrošačima vina. Potrošači traže nove i uzbudljive načine da poboljšaju svoje iskustvo objedovanja, a vinari odgovaraju nudeći preporuke i prijedloge za sparivanje na svojim etiketama i web stranicama.

10. OSOBNA VINSKA ISKUSTVA

Potrošači traže više osobnih (personaliziranih) vinskih iskustava koja su prema njihovom mišljenju neponovljiva. Ovo se sve više veže uz putovanja i turizam. Očekuje se porast ovoga trenda u 2023. i narednim godinama. Ovome trendu se prilagođavaju vinari nudeći veoma široku lepezu jedinstvenih vina i hrane s naglaskom na lokalne sastojke i tradicionalne načine pripreme. Vinari nude obilaske vinograda, sudjelovanje u berbi i preradi, kušanje vina uz druge mogućnosti kao npr. noćenje s doručkom.

11. NASTAVAK RASTA TRENDA VINSKOGA TURIZMA

Ovaj trend dobiva sve veći zamah u zadnjoj deceniji, koji je pomalo usporen pamdemijom Covid-19. Očekuje se da će vinski turizam postati još popularniji 2023., a potrošači će tražiti nova i jedinstvena vinska odredišta. S druge strane, od vinara se očekuje prihvaćanje i prilagodba ovome trendu. To znači da je poželjno za svaku vinariju imati određenu prostoriju za kušanje vina uz tradicionalne specijalitete, salon za prodaju uz obilazak vinarije.
Zaključno, očekuje se da će vinska industrija u 2023. doživjeti velike promjene u ponudi i potražnji vina uz nove prodajne kanale. Vinari Hercegovine se uvelike pripremaju za sve navedene trendove te se očekuje pozitivan utjecaj na vinsku industriju u narednim godinama.

Prof. dr. sc. Marko Ivanković

Primjena novih propisa o označavanju vina u EU

Uredbom (EU) 1308/2013 1 je uspostavljena zajednička organizacija tržišta za poljoprivredno-prehrambene proizvode u Europskoj uniji (EU) koja se, međutim, primjenjuje i na uvoz poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u EU iz tkz. trećih zemalja. Vino je kao poljoprivredno-prehrambeni proizvod također obuhvaćeno navedenom uredbom. Prevladava mišljenje da je vino proizvod koji je najviše reguliran u EU. Ovolika legislativa sektora vinarstva pokriva sve segmente proizvodnje i tržišnog prometa sektorskih proizvoda: od propisanih: postupaka proizvodnje, dozvoljenih i zabranjenih enoloških postupka, preko označavanja i prezentacije proizvoda, sve do zahtjeve za sljedivost, evidencije i dokumentaciju, kontrole, itd. Dakle, vino je regulirano tkz. „vertikalnom“ legislativom koja se primjenjuje specifično na proizvode od vinove loze, ali i nizom „horizontalnih“ propisa EU koji se primjenjuju na hranu općenito, kao što su propisi o označavanju hrane i informiranju potrošača, kemijska sigurnost hrane (kontaminanti, rezidue pesticida), ambalaži (propisi o materijalima u dodiru s hranom), aditivima, aromama i enzimima i drugo.

Donošenjem Uredbe (EU) 2021/2017, djelomično su izmijenjene Uredba (EU) br.1308/2013 o uspostavljanju zajedničke organizacije tržišta poljoprivrednih proizvoda i Uredba (EU) br. 251/2014 o definiciji, opisivanju, prezentiranju, označavanju i zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla aromatiziranih proizvoda od vina. Dakle, prema Uredbi (EU) 2021/2117, od 8. prosinca 2023. godine, pored ranije propisanih elemenata označavanja, na etiketi vina moraju biti navedeni **sastojci proizvoda, alergeni, energetska vrijednost i nutritivna deklaracija**. Od tog datuma vino i aromatizirani proizvodi od vina koji se stavljaju na tržište EU moraju zadovoljiti navedene zahtjeve označavanja uz izuzeće za proizvode koji su proizvedeni prije tog datuma. Uredbom je ostavljena mogućnost alternativnog označavanja liste sastojaka proizvoda i potpune nutritivne deklaracije. Tako se na etiketi može navesti samo **energetska vrijednost** (izražena simbolom „E“ za energiju). Ako se proizvođači vina odluče navesti samo energetsku vrijednost, onda moraju pružiti potpunu **nutritivnu deklaraciju** u elektroničkoj formi putem QR koda. Također, popis svih sastojaka se može dati tako da se njihovo očitanje vrši elektoronski (QR kod). Iznimka su sastojci koji mogu izazvati alergije (alergeni) ili netoleranciju koji moraju biti napisani na ambalaži i dostupni u vidnom polju. Ako se proizvođači odluče za primjenu QR koda, zahtjev Uredbe je sljedeći:

- ne prikupljaju se niti prate korisnički podaci;
- popis sastojaka i nutritivna deklaracija ne prikazuju se zajedno s drugim informacijama namijenjenima za prodaju ili stavljanje proizvoda na tržište.

Dakle, QR kod ne smije sadržavati nikakve prodajne ili marketinške sadržaje, kao što rade mnogi softveri za praćenje navika i želja potrošača. Takvi softveri su Uredbom izričito zabranjeni. Dalje, proizvođači trebaju navesti prisustvo sumpornog dioksida (sulfita - SO 2) kao sastojka, ako je on dodan (kao što je slučaj kod većine vina), na leđnoj etiketi vina se i dalje morati **navesti „sadrži sulfite”** ako je ukupna razina sumpornog dioksida u vinu iznad 10 mg/l.

Europska komisija (EK) objavila je 30. svibnja 2023. delegiranu uredbu (EU) 2023/1606 koja donosi izmjene Delegirane uredbe (EU) 2019/33 (i Delegirane uredbe /EU/ 2018/273) u kojoj su propisane detaljnije izmjene u svezi označavanja vina, a početak njezine primjene također će biti 8. prosinca 2023. Promjene predviđene ovim propisom uključuju:

- izmjene vezano za aditive koji se razlikuju od boce do boce i plinove za pakiranje
- izmjene koje se odnose na mjesto na etiketi gdje se trebaju navesti alergeni
- nova pravila za vina s manje od 10 % alkohola i s manje od 0,5 % alkohola.

Označavanje vina – izmjene vezane za označavanje aditiva

Za punjenje vina uz primjenu plinova kao što su argon, dušik i ugljikov dioksid, koji ne postaju dio proizvoda, popis plinova za pakiranje može se zamijeniti izrazom „punjeno u kontroliranoj atmosferi” ili „punjenje se može odvijati u kontroliranoj atmosferi”. EU je pokrenula ovaj pravni proces prije deset (10) godina, ali se vinska industrija u cjelini opirala dobrovoljnom uključivanju ovih informacija na etiketu. Međutim, sada je tomu došao kraj, jer od 8. prosinca 2023. izostavljanje ili lažiranje informacija zapravo će biti tretirano kao **prijevara potrošača**.

Prof. dr. sc. Marko Ivanković

Primjer navođenja liste sastojaka, nutritivne deklaracije i alergena: **VINO GRAŠEVINA** (Republika Hrvatska)

Sastav / Ingredients: Grožđe (Graševina), glicerol, glukoza, fruktoza, vinska kiselina, jabučna kiselina, limunska kiselina, mliječna kiselina, glukonska kiselina, pepeo, polifenoli, metanol

Nutritivne vrijednosti / Nutritional information

Energija / Energy: 285 KJ / 68 kcal

Masti / Fat

od kojih zasićene masne kiseline / of which saturates: 0 g

Ugljikohidrati / Carbohydrate: 3.1 g

od kojih šećeri / of which sugars: 2.2 g

Vlakna / Fibre: 0 g

Bjelančevine / Protein: 0 g

Sol / Salt: 0 g

Alergeni / Allergens: Sadrži SULFITE

dani berbe
grožđa
BROTNJO 2023.

Farmerski marketi

Devedestih godina prošlog stoljeća su širom otvorena vrata globalizaciji ekonomije i ostalim sferama života. Cijeli svijet je postao jedno tržište. Velike svjetske kompanije, posebno iz sektora hrane, su to vješto iskoristile. Hrana je postala visoko industrijalizirana što je dovelo do hiper prizvodnje na uštrb kvalitete. Mali proizvođači tradicionalne i zdrave hrane su došli u nezavidan položaj, a kupci pomalo gube mogućnost izbora da se zdravo hrane. Ovaj trend na zapadu je davno viđen, a uznapredovala globalizacija je pomogla da ga i mi dobro upoznamo.

Pozitivni učinci globalizacije su sloboda protoka ljudi i dobara s minimalnim ograničenjima. Sve što se može kupiti na bilo kojem kontinentu može se pronaći i na policama naših prodavaonica ili tržnih centara. Na prvi pogled sada vlada bogatstvo izbora i kupci bi po svemu trebali biti sretni i zadovoljni tom mogućnošću. Vjerojatno su kupci sretni što vrlo jednostavno mogu i putem interneta naručiti neki predmet ili tehničku robu iz bilo kojeg kraja svijeta. Međutim, kad je riječ o hrani i piću kao **osnovnim ljudskim potrebama**, tu stvari stoje drugačije. Nekad smo se hranili isključivo domaćim proizvodima, a domaći industrijski prehrambeni proizvodi su bili pod znatno većom kontrolom, pa smo i tu imali potrebnu sigurnost po pitanju kvalitete proizvoda. Međutim, globalizacijskim procesima stvari su se značajno promijenile.

Velike multinacionalne kompanije potpomognute znanstvenom zajednicom su „poklopile" sektor hrane. Količina je nadjačala kvalitetu. Mali proizvođači, tradicionalne, kvalitetne i organski proizvedene hrane su minorizirani na tržištu, a u novije vrijeme se na očigled primjećuje intencija da ih se potpuno makne s tržiša, te na taj način proizvodnja hrane stavi pod potpunu kontrolu spomenutih svjetskih kompanija. Kod kupaca svijest o tomu postoji, pa se danas s velikom dozom **opreza** kupuje svježe voće i povrće, meso i mesni proizvodi, ali i svi ostali prehrambeni proizvodi. Zbog gore navedenog, na visoko industrijaliziranom zapadu su davno došli na ideju o pokretanju farmerskih marketa koji traju do dan danas, i ponose se time. Dobar primjer je Kalifornija (kao poljoprivredna država) u kojoj egzistira **825 farmerskih marketa** (tržnica). Te tržnice su postale nezaobilazna mjesta u gradovima na kojima se kupuje svježa i zdrava domaća hrana, ali i sastajalište domaćih stanovnika kao i šetalište. Tržnice nude od svježeg voća i povrća do restoraterskih usluga. Karakterizira ih šarolikost izgleda i ukupne ponude te mirisi svježe hrane. Povremeno organiziraju događaje za posjetitelje. Imaju u gradovima povlaštena mjesta i pozornost. Najčešće imaju besplatne parkinge za posjetitelje. Oni s dužom tradicijom su u pravilu smješteni u užoj gradskoj zoni, a novoizgrađene na slobodnim pozicijama predgrađa. U velikim gradovima s puno posjetitelja i turista se nude kao **atrakcije** i vrlo često su na naslovnicama promotivnih materijala tih gradova.

Ovi marketi su obično **certificirani i zakonski poduprti** od države na način da im se dopušta direktna prodaja kupcu bez posrednika. Izuzeti su od strogog poštivanja propisa za veličinu, pakiranje i transport standarda za svježe voće, orašaste plodove i povrće. Iako farmerski marketi poljoprivrednicima omogućuje puno više slobode djelovanja „od polja do stola", poljoprivrednici na certificiranim farmerskim marketima se i dalje moraju pridržavati **propisa o standardizaciji** u pogledu zrelosti, kakvoće i veličine proizvoda, te zakonom predviđenog standarda pakiranja i označavanja. Uz kakvoću i kvalitetu, poljoprivrednici moraju nuditi i zadovoljiti **poštene prodajne prakse**. Ovakvi marketi se po svijetu nisu naglo i brzo širili, nego su pod različitim ekonomsko-socijalnim prilikama nastajali. Pored potrebe za zdravim i domaćim proizvodima, poremećaji u lancu opskrbe, nestašice i krize su također bile razlogom donošenja zakonskih preduvjeta o mogućnosti otvaranja ovakvih tržnica.

Današnje ekonosko-socijalne prilike u svijetu nisu stabilne. Česta su upozorenja po pitanju hrane. Nesigurnosti, ratovi, isprekidani lanci opskrbe žitarica i ostalih poljoprivrednih proizvoda doveli su do nestašica i značajnog poremećaja cijena hrane i u nas - što je bio motiv pisanja ovog članka. Hercegovačko-neretvanska Županija ima približno **6000 OPG-ova**, odnosno obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, koji su inačica zapadnih farmi. Naše ministarstvo poljoprivrede podupire proizvodnju ovih obiteljskih gospodarstava svake godine, pa je možda došlo vrijeme da se razmisli o iskustvima drugih zemalja po pitanju novih mogućnosti plasmana tih proizvoda, odnosno o organiziranoj prodaji proizvoda sa obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava kroz **OPG tržnice po gradovima**. Uz **dobru analizu** funkcioniranja i iskustava farmerskih marketa na zapadu i domaće poljoprivredne (OPG) prizvodnje, možda se mogu donijeti kvalitetni zakonski okviri prilagođeni našim uvjetima, koji bi otvorili nove procese u pogledu plasiranja domaćih poljoprivrednih proizvoda. S obzirom da smo **turistička regija**, zasigurno bi ovakve tržnice bile izvrstan dodatak i našoj sveukupnoj **turističkoj ponudi**. Ovim člankom se želi dati poticaj konstruktivnom razmišljanju o iskorištenosti domaćih poljoprivrednih mogućnosti i njihovom većem udjelu na lokalnim tržištima hrane.

Krešimir Milićević

Uloga vizualnog i geografsko-prostornog identiteta u turizmu

Pojavom i suvremenim razvojem, mrežna stranica postaje novi sveprisutni medij komunikacije u svakom gospodarskom, a posebice turističkom domenu. Suvremenim tehnološkim promjenama i napretkom u digitalnoj komunikaciji s posebno izraženim stjecanjem novih spoznaja u turizmu, ovako kreirana mrežna mjesta u promotivne svrhe mijenjaju i vizualne informacije o samom prostoru. Izrazito su uspješne one kojima se temeljne kulturološke značajke vizualnog identiteta stapaju s geografsko-prostornim komponentama. Takvi vizualni identiteti sadržavaju svakako neke od nacionalnih simbola, a određene su i kulturnim i društvenim elementima pojedine zemlje.

Prema Geertu Hofstedeu „nacionalna kultura“ određenog društva zajednička je za pojedince i skupine unutar tog društva i razlikuje se od nekog drugog društva kroz pet dimenzija: 1. hijerarhijska distanca – HD (odnos prema moći ; razina do koje društvo prihvaća nejednakosti među ljudima), 2. individualizam i kolektivizam – IK (razina do koje ljudi u društvu radije djeluju kao individualci, nego li kao članovi grupa), 3. ženstvenost i muževnost – ŽM (razina koja objašnjava jesu li u društvu poželjnije vrijednosti „muškosti” ili „ženstvenosti”), 4. Anksioznost – A (ili kontrola neizvjesnosti, izbjegavanje nesigurnosti) i 5. konfučijanski dinamizam – KD (dugoročna i kratkoročna životna usmjerenja).

Vizualni identitet danas je možda i najvažniji segment predstavljanja određenog prostora, a izražen je kroz **slike ili grafičke informacije** koje izražavaju posebnosti i razlikuju ga od svih ostalih. Svrha vizualnog identiteta je stvaranje **emotivnog dojma** ali i informiranje gledatelja o ponuđenim uslugama ili proizvodima. Vizualni identitet mora biti fleksibilan, sveobuhvatan, intuitivan, točan i dizajniran za budućnost, a kvalitetan dizajn može biti ključan za uspjeh čime će novim vizualnim identitetom turizam dobiti veću i bolju prepoznatljivost. Hercegovina ima izražen prostorni identitet lokalne zajednice. U geografskom i prostornom poimanju to znači veću povezanost, ali i **vrijednost pojedinih kulturnih i prirodnih resursa**.

Pravilnim upravljanjem, ulaganjima u promociju i vizualni identitet, posebice u segment kulturnih i prirodnih elemenata, ali i nematerijalne baštine, isti se mogu transformirati u značajnu turističku atrakciju. Tradicijski identitet najbolje je izražen kroz sadržajne elemente baštine, a ista odražava stabilnost razvoja kroz **kontinuiranu naseljenost i tradicijske krajobraze** i važan je dio turističke ponude. **Baština je resurs** koji prepoznaju turisti (posebice ako je pod zaštitom neke od međunarodnih organizacija), pa ista može biti podloga za razvoj identiteta.

Izraženiji prostorni identitet znači i veću vrijednost pojedinih kulturnih i prirodnih resursa, a time i dodanu turističku vrijednost. Prostorni identitet (značajno ovisi o individualnom aspektu pojedinaca) je također jedan od najvažnijih **nematerijalnih resursa**, koji uz pravilnu prezentaciju i promociju ima značajan potencijal u izgradnji jedinstvenog turističkog proizvoda. Uz **prostorni identitet**, svakako se može vezati **sociokulturni identitet**, i za njegovo izučavanje su nužna i istraživanja čija je baza pojedinac, a razvijenost pojedinoga prostornog identiteta podrazumijeva skup međuovisnih prirodnih i društveno-geografskih obilježja nekog prostora na kojima se zasniva identifikacija (Pejnović, 2010.). To znači da je društveni identitet “naše razumijevanje onoga tko smo i tko su drugi ljudi, te recipročno, razumijevanje drugih ljudi toga tko su oni i drugi” (Jenkins, 1996., 5).

Tri su **temeljne razine prostornog identiteta**: nacionalna, regionalna i lokalna. Status i ugled regije, pa tako i regionalnog identiteta, imaju također veliku mogućnost rasta nakon što budu „otkriveni” u svrhu razvoja turizma (Rekom i Go, 2006.; Sani i Mahasti, 2012.).
Dvosmjerna je uloga utjecaja turizma i prostornog identiteta, koji se nalaze u kompleksnoj vezi utjecaja i odnosa, jer se turizmu pridaje i uloga „graditelja” identiteta kroz koji pojedina država, ali i regija mogu unaprijediti svoj imidž te formirati pozitivan prostorni identitet, posebice u razdobljima rata i tranzicije (Light, 2001.; Skoko, 2004.). Posebice u ovom kontekstu cijela Bosna i Hercegovina ima veliku priliku na međunarodnoj sceni. Lokalno **stanovništvo ima presudnu ulogu** u pokretanju turističkog razvoja Bosne i Hercegovine.

Upravo zbog dobrog poznavanja potencijalnih turističkih resursa, uz već postojeći sveobuhvatan prostorni identitet, a koji je neizostavna stavka u daljnjem razvoju Hercegovine, kao i nužna izgradnja vizualnog identiteta put je prema održivom razvoju turizma.

Danijela Madžar, Ivan Madžar

POVIJESNE VINSKE PRIČE
PODRUČJA KOJEM PRIPADAMO

VINSKA PRIČA HRVATSKE

Hrvatsku vinsku priču potrebno je svakako početi od starih Helena. Naime, smatra se da su oni u svojim kolonijama na Jadranu prvi počeli sustavno saditi vinovu lozu i proizvoditi vino. Svoja znanja prenijeli su i na ilirsko pleme Dalmata kao i keltsko-ilirsko pleme Histra. O tome govore mnogi tragovi među kojima jesu pronađeni grčki novčići s utisnutim grozdovima i peharima na Visu kao i ime uvale Kalavojna u Raškom zaljevu koja ima zahvaliti imenu upravo po dobrom vinu - Καλα οινος (Kala oinos: dobro vino).

No, za hrvatsku vinsku priču najzaslužniji su Rimljani. Pokorivši ove prostore, Rimljani su kod Ilira zatekli vrlo razvijeno vinogradarstvo i vinarstvo koje su dodatno usavršili. Osim što su vino proizvodili na svojim imanjima diljem jadranske obale i otoka, kulturu uzgoja vinove loze i proizvodnje vina proširili su i na kontinent odnosno unutrašnjost Hrvatske.

Dolaskom Slavena u ranom srednjem vijeku, kultura vina nije zamrla. Naprotiv, prihvaćajući kršćanstvo gdje se vino koristi u vjerskim obredima, novopridošli Slaveni prihvatili su i uzgoj vinove loze te proizvodnju vina. Koliko su od tada Hrvati neraskidivo povezani s vinskom kulturom govori i povijesni podatak da su narodni vladari u srednjem vijeku na svojim dvorovima imali posebnu čast dvorskog vinotoka odnosno peharnika te podrumara koji su se brinuli o vinu.

Ako je prva javna poznata degustacija vina bila u Rimu, onda je u Hrvatskoj to bilo 1455. u Varaždinu. Naime 170. g.n.e. u Rimu u carskim podrumima nalazila se najveća zbirka vina koju su skupljali carevi. Tada se poznati rimski liječnik Galen, koji je bio i osobni liječnik rimskog cara Marka Aurelija, upustio u avanturu pronalaska najboljeg vina na svijetu. Među tim vinima zasigurno su bila i vina iz naših krajeva jer kako je još Strabon (grčki povjesničar i zemljopisac) zapisao, na Jadranu u Akvileji postoji veliko tržište najboljih vina dovezenih iz ilirskih i dalmatskih krajeva. Također zapisuje kako se u Akvileji nalaze goleme bačve velike kao kuće, moguće najveće na Mediteranu. 1455. godine pak, u Varaždinu određeno je da kakvoću vina i određivanje cijene po kojoj će se prodavati imaju ocijeniti posebni procjenitelji (današnji sommelieri). Njihova procjena bila je konačna i nikako se nije smjela osporavati niti sumnjati u nju. Eto koliko je vino u Hrvatskoj bilo od goleme važnosti da se pazilo na njegovu kakvoću prilikom prodaje građanima.

Vino je u povijesti Hrvatske odigralo i vrlo snažnu socijalnu ulogu. Naime, sredinom 19. st. nestala su vremena bezbrižnosti kada je vinova loza rasla i davala plodove bez straha da bude bolešću pokošena. Vinovu lozu tada napadaju dotada nepoznate bolesti koje je uništavaju. Najprije pepelnica, pa filoksera i na kraju peronospora. Mnoga područja koji su živjeli od uzgoja vinove loze i proizvodnje vina (područja uz obalu) gotovo su ostala pusta obzirom na iseljavanje stanovništva u potrazi za ekonomskom egzistencijom odnosno trbuhom za kruhom. No, došavši u nove domovine diljem svijeta, hrvatski vinogradari nastavili su sa svojim umijećima uzgoja vinove loze i proizvodnje vina. Ali i u Hrvatskoj vinogradarstvo se postupno i polako obnavljalo obzirom da

su, kao i svugdje u Europi tako i kod nas, vinogradarstvo spasili američki čokoti otporniji na bolesti na koje su se kalemile domaće sorte vinove loze te na taj način očuvala izvorna vina, specifična za Hrvatsku u kojima se i danas može uživati.

Neminovno se nakon povijesnog uvoda o vinskoj priči, postavlja pitanje može li gost, namjernik, vinski zaljubljenik u Hrvatskoj doživjeti ono što su doživjeli grčki i rimski prautristi kupujući vina po današnjoj hrvatskoj obali? I što danas može očekivati što se vina tiče?

O kontinuiranoj, neraskidivoj povezanosti vina i ljudi na ovim prostorima, predanosti u očuvanju tisućljetne tradicije govori podatak da je danas u Hrvatskoj evidentirano čak 3499 vina s kontroliranim i zaštićenim podrijetlom. Rezultat je to velikog entuzijazma i ljubavi prema vinogradarstvu i vinarstvu mladih vinara, u zadnjih dvadesetpet godina koji polako ali sigurno pozicioniraju Hrvatsku kao destinaciju dobrog vina. Također, vino je značajan faktor na kojemu se gradi i turistička privlačnost.

Bez imalo skromnosti može se reći da je Hrvatska doslovno vinski svijet u malom. To potvrđuje i nepobitna činjenica kako Hrvatska ima svih pet zona uzgoja vinove loze odnosno temperaturnih zona (koje se kategoriziraju prema broju sunčanih sati i temperaturi). Zanimljivo da ih Francuska ima četiri a Italija samo tri.

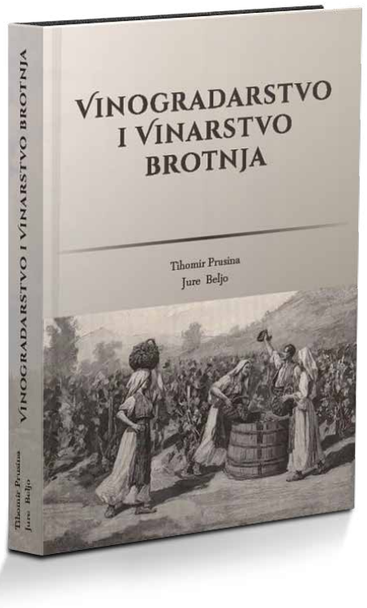
Dakle, gostu, vinskom zaljubljeniku, Hrvatska predstavlja vrlo privlačnu zemlju punu vinskih specifičnosti i iznenađenja koja je premrežena vinskim cestama, odnosno vinskim putima te im je na taj način olakšano istraživanje. Svaki vinski put svojstven je jer gdje završava jedan započinje drugi i obratno i na svakom vinskom putu vinskog gosta očekuju posebne, zanimljive i nadahnute vinske priče.

Robert Baćac

Nova knjiga

Vinogradarstvo i vinarstvo Brotnja

Vinova loza i vino obilježje su Brotnja u kontinuitetu od antičkih vremena do današnjih dana. Povelja u kojoj se prvi put spominje hercegovačko vino pisana je u Brotnju, vino je u vrijeme Osmanlija za potrebe franjevačkih samostana u Bosni na tovarnim životinjama prenošeno iz Brotnja. Neki putopisci koji su putovali Bosnom i Hercegovinom spominju vino „Broćanac“, a prvi javni vinski podrum u Hercegovini izgrađen je u Brotnju. Kada je austrijski arheolog i povjesničar Moritz Hoernes posjetio Brotnjo, očaran njegovim krajobrazom nazvao ga je „oaza Brotnjo“. A u toj je oazi, kako piše povjesničar Karl Patsch „srce hercegovačkog vinogradarstva“. I danas broćansko vino pronosi ime Brotnja po svijetu, jer gdje god se na nekom sajmu pojavi, dobije neko odličje. Ne zaboravimo da su vino iz Brotnja kao poseban dar dobila dvojica papa: Ivan Pavao II za oba svoja pastoralna pohoda Bosni i Hercegovini i papa Franjo za svoj imendan, o čemu je pisao Vatikanski magazin. Svjetski poznata publikacija National Geographic hvali iznimnu kvalitetu vina iz Brotnja. Zbog svega toga Brotnjo zaslužuje dobiti svoju monografiju o vinogradarstvu i vinarstvu. Poznata latinska poslovica kaže: Verba volant scripta manent, odnosno “što je zapisano, pamti se; što se pamti, zaboravi se”. Upravo je to bio naš motiv pisanja ove knjige, da na jednom mjestu ostane zapisano, što su vinova loza i vino značili i što znače Brotnju. Do sada je bilo dosta članaka, zapisa i natuknica o vinogradarstvu i vinarstvu Brotnja, ali nije bilo ovako sveobuhvatna teksta na ovu temu. Kao agronomi i kao Brotnjaci osjećali smo svojim dugom napisati monografiju o djelatnosti od koje mnogi Brotnjaci žive i s kojom gotovo svi žive. Namijenjena je svim Brotnjacima, a napose broćanskim vinogradarima i vinarima, i sadašnjim i budućim. Knjigu smo koncepcijski podijelili u sedam poglavlja. U prvom poglavlju obradili smo agroekološke uvjete Brotnja, koji imaju utjecaj na uzgoj vinove loze. U poglavlju o vinogradarstvu dali smo povijesni prikaz uzgoja vinove loze od antike do danas, kao i uzgojne oblike. U sortimentu vinove loze u Brotnju opisali smo domaće i strane sorte koje se u znatnoj mjeri uzgajaju u Brotnju. Ako tko želi više podataka o svim autohtonim hercegovačkim sortama, može ih naći u Atlasu vinogradarstva i vinarstva Bosne i Hercegovine, što ga je objavio Agronomski fakultet u Mostaru 2014. godine. Poglavlje o vinarstvu i podrumarstvu uz povijesni prikaz obrađuje također postupak spravljanja vina, karakteristike broćanskih vina, kulturu pijenja vina te proizvodnju rakije i likera. Posebno poglavlje posvetili smo izložbama grožđa i vina i priznanjima koja su dobili broćanski vinari. U poglavlju o Zadrugarstvu naveli smo koje su zadruge imale važnost za vinogradarstvo i vinarstvo Brotnja i nihov kratak opis. Na koncu smo u posebnom dodatku naveli neke zanimljive priloge o vinogradarstvu, vinarstvu i podrumarstvu, ne samo Brotnja, nego i šire, a što se odnosi na tu tematiku. Moramo nešto reći o pisanju imena sorata. Do sada je uobičajena praksa u stručnoj literaturi bila da se imena sorata kultiviranoga bilja, a napose u vinovoj lozi, pišu velikim početnim slovom iako to nije u skladu s pravopisnim normama hrvatskoga standardnog jezika. Naime, svi pravopisni priručnici propisuju da se imena sorata kultiviranoga bilja pišu malim početnim slovom. Postoje mnoge sorte vinove loze koje su ime dobile po osobi ili mjestu. To je posebno istaknuto u podlogama vinove loze koje uglavnom nose ime svog autora (Kober, Paulsen, Richter, Ruggieri). U svim dosadašnjim knjigama o vinogradarstvu imena sorata pisana su velikim početnim slovom, a tako se pišu i u nekim stranim jezicima (engleski, talijanski). Stoga smo odlučili da i u ovoj knjizi imena sorata pišemo velikim početnim slovom, iako je to, ponovimo još jednom, suprotno postojećim pravopisnim normama. Na koncu želimo zahvaliti svima koji su na bilo koji način doprinijeli da ova knjiga ugleda svjetlo dana. Ponajprije se to odnosi na recenzente prof. dr. sc. Marka Ivankovića i prof. dr. sc. Ivana Ostojića na korisnim sugestijama. Zahvaljujemo lektorici prof. dr. sc. Irini Budimir na uspješnoj suradnji i Ivici Belji na tehničkom uređivanju. Zahvalnost dugujemo nakladnicima, matici hrvatskoj i općini Čitluk, te svim sponzorima koji su svojim prilozima omogućili tiskanje ove knjige.



Autori: Jure Beljo i Tihomir Prusina

Prvi broćanski animirani film

Veliki uspjeh HKUD -a „Didak“ iz Gradnića s kratkometražnim animiranim filmom NADA

Premijera kratkometražnog filma NADA upriličena je prigodom otvaranja Didakovih dana u Hrvatskom domu Herceg Stjepan Kosača, 6. listopada 2022. godine. Od tada je krenuo njegov put prema festivalima animiranog filma.

Do sada je osvojio prvo mjesto na Mjesečnoj dodjeli filmske nagrade „Budućnost“ za najbolji animirani film, održanom u Ohridu u Sjevernoj Makedoniji. Također, nominiran je između pet najboljih kratkih animiranih filmova na Međunarodnom filmskom festivalu Feel The Reel održanom u Glasgowu u Škotskoj. Između ostalog, tu su i nominacije na ostalim filmskim festivalima kao što su: Međunarodni filmski festival u Švicarskoj i Međunarodni festival povijesnog filma Pápa u Mađarskoj. Nominiran je i domaćem Festivalu animiranog filma NAFF (Neum Animated Film Festival), a na Sarajevo film festivalu je premijerno prikazan domaćoj publici. Film NADA je osvojio je srca publike i na Travel festivalu u Albaniji, te dobio nagradu „Časni spomen Travel festivala Albanija“ održanom u gradu Tirani. Kruna ovog filma je osvojena nagrada na **Cannes 7th Art Awards festivalu** u Francuskoj za **najbolji animirani film**. Nagrada je uručena za vrijeme održavanja filmskog festivala u Cannu od 16. do 27. svibnja 2023. Uprava društva HKUD Didak - Krešimira i Robert Jurešić, Nataša i Zdenko Pehar, Andrijana i Renato Zubac uz pratnju autora Pere Petrušića primili su ovu povijesnu nagradu za naše Brotnjo, Općinu i državu Bosnu i Hercegovinu.

Animirani film NADA autora Pere Petrušića, Ernesta Markote, Slavka Kneževića i Gabrijela Prusine, govori o djevojčici Nadi koja je rođena 1907. godine na Širokom Brijegu. U filmu je prikazan njezin put od rođenja do punoljetnosti, gdje se spominje i vidi veliko djelo fra Didaka Buntića – od gradnje širokobriješke bazilike, učenje naroda o kultiviranju našeg krša, opismenjavanje puka, Prvi svjetski rat, mobilizacija naše muške omladine, godine gladi i put za Slavoniju. Kroz razne slikopise se vidi naš teški život u tom vremenu.

Od osnutka, ali i sve prethodne godine, Društvo organizira manifestaciju Didakovi dani, koja je u 20 godina iznjedrila zavidne rezultate na svim razinama kulture. Okupila je mnoge javne osobe iz kulturnog, vjerskog i političkog života. Pored brojnih glazbenih koncerata i likovnih kolonija, manifestacija svoj vrhunac djelovanja doživjela kao suorganizator Svečane Akademije u HNK Zagreb pod nazivom „100 godina spašavanja djece od gladi 1917.-2017.“

Lijepo je spomenuti da su Didakovi dani imali čast predstaviti romane Mire Gavrana, fra Ante Marića i Sanijele Matković inspirirane likom i djelom fra Didaka Buntića.

Zasigurno će se pamtiti, kao još jedan jaki segment društva i manifestacije, tri kazališne predstave: „U godinama gladi“ fra Ante Marića, „Učiteljice“ i „Smak Svita“ Dragana Komadine. Ove predstave postižu izniman uspjeh na festivalima i bivaju višestruko nagrađivane. Bitno je i spomenuti da u svim predstavama igraju župljani Gradnića, a za kvalitetnu režiju i postignutu dobru razinu glume zahvalnost dugujemo HNK-u Mostar, koji su svoju profesionalnost i stručnost prenosili na ove ljude. Mnogo je mladih ljudi kojima su aktivnosti u društvu i događaji Didakovih dana otvorili put za izbor životnog zanimanja, ili su im uveliko pomogli na studijima; javnom obraćanju, aktivnostima na fakultetima, školama, i u različitim komunikacijama gdje je potrebno govorništvo i samopouzdanje. Sve ovo potvrđuje vrijednost aktivnog sudjelovanja mladih u folkloru, pjevanju, sviranju i glumačkim sekcijama. Od samog početka, vodstva Društva su usmjerena na našu mladost i ka otvaranju mogućnosti njihova razvoja kroz Društvo. Pogledom unatrag se vide veliki rezultati i iskustva - što jamči Društvu lijepu budućnost.

HKUD Didak

Navodnjavanje maslina

Stablo masline u svom tisućljetnom razvoju dobro se prilagodilo za preživljavanje u teškim uvjetima. Ipak, to ne znači da nema izražene potrebe za vodom. Pored agrotehničkih mjerakao što su rezidba, gnojidba, zaštita od bolesti i štetnika, kontrola korova, navodnjavanje predstavlja **jako bitnu mjeru** kojom se postiže ekonomski isplativ uzgoj maslina.

Navodnjavanje se ne postavlja iz "nužnog zla" već kao upravljački alat kojim se postiže balans između kvalitete i kvantiteta maslinova ulja.

Danas težimo modernom maslinarstvu kojim postižemo ravnotežu u vegetaciji, prinosu, kvaliteti ulja i troškovima. Voda je osnovni pokretač biljke te svaki nedostatak uzrokuje stres i slabiji urod. Svjedoci smo i česte alternativne rodnosti maslina koja je također posljedica vodnog stresa. Stablo masline troši oko 600-800 mm/ha vode u klimatskim uvjetima dnevne evapotranspiracije od 2-3 mm/danu, te općenito u područjima kao što je Hercegovina, s navodnjavanjem treba početi **3 tjedna nakon obilnog kišnog razdoblja**, budući da je većina maslinika podignuta na crvenici, koja izrazito brzo gubi vlagu, te biljka doživljava tzv. vodeni stres. Dostupnost vode održava lišće funkcionalnim za termoregulaciju i fotosintezu. Uz to, povećava broj i duljinu izbojaka na kojima se formiraju cvjetni pupovi, promjer stabljike, te duljinu i gustoću korijena.

NAVODNJAVANJE OMOGUĆUJE:

- povećanje proizvodnje do 60%
- postizanje ravnoteže u vegetativnom rastu
- postavljanje temelja za rod u slijedećoj godini
- dosljednost u prinosu i kvaliteti
- dodavanje hranjiva prema potrebama i fazama rasta
- poticanje sinteze polifenola, aktivno upravljanje aromatskog profila ulja

Ipak, prevelike količine vode snizuju kvalitetu ulja tako da u današnje vrijeme kod navodnjavanja primjenjujemo princip ograničenog preciznog navodnjavanja ovisno u kojoj se razvojnoj fazi biljka nalazi. Postoji **5 važnijih faza** u razvoju maslina:

Zametanje plodova: nedostatak vode u fazi cvatnje i nakon oplodnje izaziva odbacivanje dijela zametnutih plodova. **Razvoj sjemenke:** ova faza također je osjetljiva na nedostatak vode jer dolazi do smanjenog vegetativnog rasta, smanjene diobe stanice - što može rezultirati manjim plodovima. **Okoštavanje sjemenke:** ova faza dolazi u periodu najvećih ljetnih vrućina kada je dodavanje vode neophodno ako se želi izbjeći veći stres biljke. U ovoj fazi se još uvijek ne sintetizira ulje u plodu te veća količina vode ne može narušiti kvalitetu ulja. **Razvoj mezokarpa** (mesnatog dijela ploda): u ovoj fazi se događa intenzivan rast plodova i sinteza ulja. U slučaju nedostatka vode plodovi pokazuju smežuranost što znači da je biljci potrebno dodavati vodu u manjim i češćim obrocima. **Zrioba plodova:** u ovoj fazi navodnjavanje nije potrebno, a smanjena količina vode u plodovima omogućit će veće zadržavanje fenolnih spojeva u ulju. Najčešće koristimo metode preciznog navodnjavanja sustavom kap na kap ili mikro rasprskivačima.

KAP NA KAP sustav

Postoji nekoliko opcija postavljanja kap na kap sustava. **Kod maslinika sa pravilnim rasporedom sadnje** preporuča se postavljanje crijeva sa već integriranim samokompenzirajućim kapaljkama. Tim načinom ispod površine tla stvara se vlažni pojas duž reda u kojem se razvija korjenov sustav. Ovim sustavom se također u novije vrijeme provodi i fertigacija, odnosno dodavanje hranjiva istodobno sa navodnjavanjem. **Kod nepravilne sadnje** obično se punim crijevom dovodi vodu do stabla. Oko stabla se izrađuje krug od crijeva sa integriranim kapaljkama. **Treća opcija** je ugradnja kapaljke različitog protoka u blizini stabla u puno crijevo. Po potrebi i rastu stabla, kapaljke se mogu naknadno ugrađivati duž crijeva. Ovo je trenutno najpopularniji način navodnjavanja maslina, te ekonomski najisplativiji.

Prednosti i nedostaci navodnjavanja kap na kap

Prednosti:

- Lakša instalacija
- Izvrsna učinkovitost u potrošnji vode (85 - 95 %)
- Izvrsno rješenje za podizanje nasada
- Minimalno zakorovljavanje
- Mogućnost navodnjavanja u svim vremenskim uvjetima
- Mobilnost s razvojem stabla
- Regulacija kapaljki s razvojem stabla
- Mogućnost ukapanja u tlo
- Nema oštećenja sistema u berbi
- Potpuna kontrola potrošnje vode
- Maksimalan razvoj korjena

Nedostatci:

Navodnjavanje nije u potpunosti vidljivo kod ukopanog sustava. Proizvođači koji se prvi put sretnu s ovim sistemom znaju biti nepovjerljivi zbog smanjene količine vode koja je vidljiva u potrošnji po stablu,

RASPRSKIVAČI

Osim kap na kap sustava, postoje i mnogobrojne opcije navodnjavanja rasprskivačima. Rasprskivačima se postiže navodnjavanje dijela ili čitave površine te podiže vlaga zraka u masliniku. Ipak, rasprskivači zahtijevaju veći utrošak vode što je u našim krajevima često ograničavajući faktor.

Prednosti i mane navodnjavanja rasprskivačima su:

Prednosti:

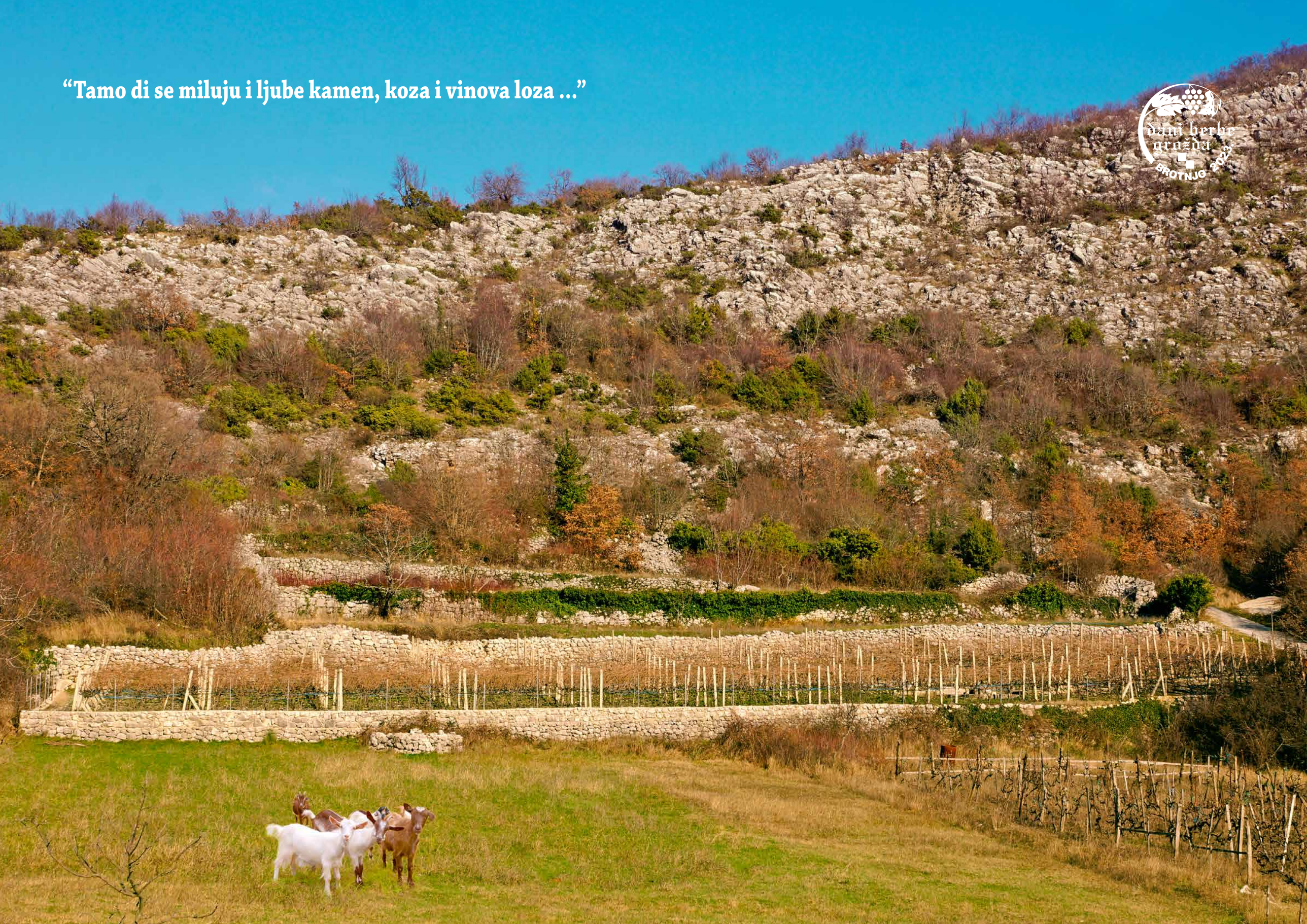
- Veliki raspon tlaka i protoka
- Prilagodba širine prskanja
- Dizajniran protiv ulaska mravi

Nedostatci:

- Potiče rast korova
- Pojava zanošenja kapljica vjetrom
- Ometa strojnu berbu
- Ometa međurednu obradu
- Izloženost napadima insekata
- Pokretna postrana cijev može zakloniti rasprskivač
- U slučaju blokiranja emitera stablo ne dobiva vodu
- Ne navodnjava se za vjetrovitog vremena
- 70 - 80 % učinkovitost u potrošnji vode
- Zahtjevna instalacije sa dosta radne snage
- Zahtjeva preciznost kod bušenja rupa u lateralama

Važno je shvatiti da je navodnjavanje preduvjet moderne maslinarske proizvodnje, pogotovo kroz zadnja dva desetljeća te usljed klimatskih promjena koje su sve vidljivije, i predstavlja temelj za uspješno bavljenje maslinarstvom.

Danijel Ćavar


“Tamo di se miluju i ljube kamen, koza i vinova loza ...”
dani berbe grožđa
BROTNJO 2023

ZNAČAJNIJE VRSTE CIKADA U HERCEGOVAČKIM VINOGRADIMA

Vinovu lozu, kao i mnoge druge biljne vrste napada veći broj štetnika i uzročnika bolesti. Među štetnicima koji pričinjavaju štete na vinovoj lozi značajno mjesto zauzimaju cikade (cvrčci) koji sisanjem na različitim organima vinove loze pričinjavaju ozbiljne štete. Osim toga, cikade su poznate i kao vektori mnogih uzročnika bolesti koje napadaju vinovu lozu.

Cikade ili cvrčci su kukci različitih dimenzija tijela. Ima ih velikih nekoliko centimetara ali i dosta malih, veličine tek nekoliko milimetara. Cikade su pokretljivi kukci i mogu preletjeti tisuće kilometara. Neke se vrste kreću skakanjem. Pojedine se vrste glasaju cvrčanjem (jasenov cvrčak) što je naročito izraženo tijekom ljeta. Zvuk proizvode organima na prvom segmentu zadka. Cikade se hrane sisanjem biljnih sokova. Neke vrste prenose viroze i fitoplazme koje mogu pričiniti velike štete u vinogradima. Pretežno su štetnici vinove loze, voćaka i ukrasnog bilja, mada se mogu hraniti i na povrtnim kulturama. Među cikadama koje su prisutne u vinogradima Hercegovine veći značaj imaju sljedeće vrste : američki cvrčak, rogati cvrčak, lozin zeleni cvrčak, lozin šareni cvrčak, medeći cvrčak i vrsta Hyalestes obsoletus.

AMERIČKI CVRČAK *(Scaphoideus titanus)* podrijetlom je iz Sjeverne Amerike. U Europi je prvi put pronađen u Francuskoj 1958. godine, a od tada do danas raširio se u mnoge europske zemlje. U Hrvatskoj je američki cvrčak prvi puta otkriven u vinogradima u Iloku, Novigradu i Štrigovi 2003. godine, dok je u Srbiji prvi put registriran kao štetnik 2004. godine. Štetnik je prisutan i u Bosni i Hercegovini, a prvi nalazi američkog cvrčka na području zapadne Hercegovine zabilježeni su 2014. godine. Odrasli oblik američkog cvrčka ima vitko tijelo blijedožute boje, dugačko 5–6,0 mm. Glava je karakterističnog trokutasta oblika. Tjeme je jako ispupčeno, s jasno izraženim poprečnim tankim crnim prugama. Odrasli se oblici na lozi pojavljuju od početka srpnja te se zadržavaju do kraja rujna i najaktivniji su tijekom noći. Vrhunac pojave zabilježen je u prvoj polovici kolovoza. Ličinke prolaze kroz pet razvojnih stadija od kojih svaki traje desetak dana. Ličinke počinju izlaziti iz jaja sredinom svibnja te najprije naseljavaju mladice na donjem dijelu trsa. Ličinke se zadržavaju isključivo na donjoj strani lišća, a ponekad na lisnim peteljkama. Hrane se sisanjem na lišću.

Štete pričinjavaju ličinke i odrasli sisanjem na lišću, ali taj vid šteta i kod visoke populacije ne predstavlja ozbiljan problem. Najveće štete vrsta pričinjava prenošenjem fitoplazme zlatne žutice vinove loze. U epidemiološkom smislu za širenje ove bolesti najznačajniji su faktori inficirani sadni materijal kao i ishrana i prirodno širenje vektora.

ROGATI CVRČAK *(Stictocephala bisonia)* američkog je porijekla, a u našim krajevima otkriven je 1939. Vrlo karakteristična vrsta zbog svog izgleda. Naime, nadvratni štit ovog cvrčka je jako razvijen, naprijed produljen u dva roga. Po tome je dobio i naziv – "bisonia". Zelene je boje, dužine 8-10 mm. Šteti voćkama i vinovoj lozi prvenstveno zarezivanjem kore radi ovipozicije (odlaganja jaja). Nastali zarezi rastom se povećavaju te liče šteti od udarca zrna tuče. Spomenuta oštećenja nalaze se i s donje strane mladih grana gdje tuča ne dospije pa se tako može identificirati štetnik. Na mjestima oštećenja grane se lakše lome, a kroz otvore je olakšan ulaz štetnih mikroorganizama. Na tim mjestima se pojavljuje smolotok. Pri jačem napadu cvrčka sadnice gube tržišnu vrijednost.

LOZIN ZELENI CVRČAK *(Empoasca vitis)* je važan i redoviti štetnik vinove loze na području Hercegovine. Odrasli oblik ima vitko tijelo zelenkaste boje, dužine 3-3,5 mm. Vrlo je živahan i teško se hvata. Ličinka je bjeličasta, s jako ispupčenim crnim očima, kasnije pozeleni. Štete nanosi sisanjem sokova iz žila na naličju listova. Time ometa kolanje sokova pa nervatura lista posmeđi. Zatim cijeli listovi mijenjaju boju, rubovi se kovrčaju prema dolje, u crvenih dobije tamnocrvenu boju, a u bijelih kultivara list žuti. Katkada se na lišću javljaju crvenkaste točke i pjege uglata oblika koje se šire s ruba prema glavnoj žili lista. Pjege mogu neki puta izgledati kao mozaik. Simptomi se prvo javljaju na starijem lišću od srpnja nadalje. Zapažene su i razlike u intenzitetu

napada na pojedine sorte. Jače su napadnuti bujni, dobro gnojeni vinogradi. Štete su posebno uočljive sredinom rujna. Osim loze napada breskve, jabuke, šljive, smokve, mahunarke i krumpir.

LOZIN ŠARENI CVRČAK *(Zygina rhamni)* je dosta česta vrsta na području Hercegovine. Vrlo često se javlja zajedno sa zelenim lozinim cvrčkom. Odrasli oblik je veličine oko 3mm. Ima karakteristične crvene pruge po tijelu. Javlja se u manjoj brojnosti i ne pričinjava značajnije štete.

MEDEĆI CVRČAK *(Metcalfa pruinosa)* također potječe iz sjeverne i srednje Amerike. Nađen je u Europi 1979. godine u okolici Trevisa u Italiji, kraj aerodroma koji su koristili američki vojni avioni u izravnom letu iz Amerike. U Sloveniji je otkriven 1990., u Hrvatskoj 1993., u BiH 2006. godine. Odrasli kukac je dugačak od 5,5 do 8 mm, a širok 2 do 3 mm. Cijelo mu je tijelo prekriveno voštanim izlučinama pepeljaste boje. Usni ustroj je za bodenje i sisanje. Prednja su krila široka i trokutasta, u vrijeme mirovanja položena preko bočnih strana tijela odnosno krovoliko te mu daju klinasti izgled. U početnim stadijima ličinke su bijele, a kasnije su zelenkaste boje. U medećeg cvrčka mogu se primijetiti gregarigene sklonosti koje su inače vezane za skakavce. Nalaze se u velikim skupinama na biljci poredani u nizu jedan iza drugoga. Vrsta je izraziti polifag, koji primjerice u Italiji ima više od 200 biljaka domaćina. Na području Hercegovine prisutnost štetnika zabilježena je na vinovoj lozi, jabuci, breskvi, smokvi, kakiju, dudu, kupini, divljoj platani, košćeli i drugim biljkama. Štete od medećeg cvrčka su dvojake. Izravne štete očituju se slabim porastom biljke. Štetnik siše na granama, grančicama, izbojima, lišću, rjeđe plodovima. Neizravne štete su veće i nastaju zbog obilnog izlučivanja medne rose na koju se naseljuju gljive čađavice pa se smanjuje asimilacija. Jako zaražene biljke lako se uočavaju po bijelim voštanim prevlakama štetnika i zamazanom izgledu od čađavica. Onečišćeni plodovi gube svaku tržišnu vrijednost. Voštane izlučevine i čađavica zaostaju na biljkama i kada štetnika više nema. Vrsta je potencijalni prijenosnik patogenih virusa. Prema podacima iz literature, u Sjevernoj je Americi utvrđeno da vrsta prenosi AY i AP fitoplazme vinove loze.

HYALESTHES OBSOLETUS je polifagna vrsta, poznata kao vektor fitoplazme Stolbur (16SrXII-A) na vinovoj lozi. Vrsta je veoma česta na slaku (Convolvulus arvensis), ali je prisutna i na koprivi, Ranunculus spp., Senecio spp. i Artemisia spp. Iako rijetko, imaga se mogu se naći i na drugim zeljastim i drvenastim biljkama i voćkama. Imaga se javljaju od kraja svibnja do polovine kolovoza. Ova cikada ima jednu generaciju godišnje, a prezimljava u stadiju ličinke drugog ili trećeg stadija. Veličina odrasle cikade varira i kreće se od 3 do 6 mm. Ženke su obično krupnije od mužjaka. Ličinke žive u tlu i hrane se na korijenu biljke domaćina. U uvjetima kada postoji visoka stopa fitoplazmatičnih biljaka domaćina u korovskoj flori vinograda, što je čest slučaj kod slaka ili koprive, infekcija fitoplazmom se događa još u stadiju ličinke, čime se može objasniti visok postotak zaraženih imaga. Iako je Hyalethes obsoletus rijetko prisutan na vinovoj lozi, njegova uloga u prenošenju Stolbur fitoplazme je značajna, jer naseljava pretežno kserotermna staništa koja su pogodna za uzgoj vinove loze. Sa druge strane, slak je sigurno jedan od najčešćih i najupornijih korova u vinogradima.

Ivan Ostojić, Mladen Zovko
Agronomski i prehrambeno-tehnološki fakultet,
Sveučilišta u Mostaru

Projekti u našoj općini

Iz godine u godinu Općina Čitluk osigurava značajna proračunska sredstva, uz potporu partnera, za realizaciju infrastrukturnih projekata. U osvrtu na započete i planirane infrastrukturne projekte važno je istaknuti kako je u drugoj polovini 2023. godine nastavljena izgradnja zgrade Kulturno-informativnog centra Čitluk.

Projekt nastavka izgradnje obuhvaća sve radove i usluge do kompletnog završetka zgrade KIC-a, odnosno do potpune funkcionalnosti objekta, a riječ je o projektu čija vrijednost premašuje 2,5 milijuna konvertibilnih maraka. Multifunkcionalna zgrada Kulturno-informativnog centra Čitluk samo je jadan od javnih objekata u čiju izgradnju i obnovu Općina Čitluk ulaže velike napore. S mnogo entuzijazma Općina Čitluk pristupila je obnovi i nadogradnji objekata obrazovnih ustanova, te je tako u proteklom razdoblju završeno vanjsko uređivanje zgrade OŠ Bijakovići i novoizgrađene sportske dvorane, uz što je započeto završno uređivanje nadograđenih učionica i pratećih prostorija u spomenutoj osnovnoj školi.

U proteklom razdoblju također su završeni projekti obnove zgrade područne osnovne škole u Gradnićima, kao i uređenja dvorišta OŠ fra Didaka Buntića uz stalnu brigu o objektima Doma zdravlja, Dječjeg vrtića i Gradske sportske dvorane Čitluk. Važno je kazati kako je u tijeku izgradnja sportske dvorane Srednje škole dr. fra Slavka Barbarića. Općina Čitluk u proteklom razdoblje također je nastavila s kontinuiranim ulaganjima u širenje i modernizaciju mreže javne rasvjete na području cijele općine pa je tako u brojnim mjesnim zajednicama postavljena nova javna rasvjeta ili je izvršena modernizacija postojećih sustava. Postavljanje LED rasvjete na kružnom toku kod Križa i postavljanje LED rasvjete uz magistralnu cestu u Potpolju samo su neki od značajnijih projekata u ovom području, za koje su planirani i novi projekti.

U proteklom razdoblju uspješno je okončan projekt izgradnje kanalizacijskog sustava u Rudarskoj ulici, nakon čega je izvršena rekonstrukcija prometnice u spomenutoj ulici, a širenje kanalizacijskog sustava na području naše općine nastavljeno je i izgradnjom dijelova kanalizacijskih sustava K2 i KO2, odnosno po 380 metara fekalne i oborinske kanalizacije u međugorskoj Ulici put Kovačice. U osvrtu na realizirane infrastrukturne projekte svakako ne smijemo zaboraviti ulaganja u prometnu infrastrukturu, gdje valja istaknuti nove servisne prometnice u Gospodarskoj zoni Tromeđa, obnovu lokalnih prometnica u različitim dijelovima naše

općine, kao i visokovrijedni projekt izgradnje spojne ceste u zoni Bare, koji se odvija u fazama. S ponosom možemo kazati kako smo bili među partnerima Udruge Susret i Edukacijsko-rehabilitacijskog centra sv. Josip Radnik prilikom izgradnje senzornog parka. Svečano je otvoren u prosincu prošle godine. Također smo partneri Fondacije „Olimpijada srca – Sveti Jakov“ vezano za izgradnju zgrade područne ambulante s hitnom pomoći na području župe Međugorje, a koja je u tijeku. Sve navedene aktivnosti su snažno usmjerene ka općem interesu i imaju za cilj da Brotnjo postane mjesto boljeg i ugodnijeg življenja svih njegovih stanovnika.

Željko Planinić

Postavljamo nova pravila u borbi protiv peronospore

Novi sistemični fungicid za zaštitu vinove loze

Orondis™ Ultra

syngenta®

2023, Syngenta
™ zaštitni znak tvrtke Syngenta Group Company.
® registrirani zaštitni znak tvrtke Syngenta Group Company.

HT eronet

Veza koja traje

HT eronet

IMPRESSUM

Magazin
"Dani berbe grožđa - Brotnjo, 2023."
Besplatni primjerak

Nakladnik:
Organizacijski odbor
Turističko-kulturno-gospodarstvene manifestacije
"Dani berbe grožđa - Brotnjo, 2023."

Za nakladnika:
Predrag Smoljan

Urednici izdanja:
Krešimir Milićević i Marin Sivrić

Priredili:
Željko Planinić, Krešimir Milićević, Robert Baćac, Ilija Musa, Danijela Madžar, Ivan Madžar, Ilija Barbarić, Marko Ivanković, Predrag Smoljan, Ivan Ostojić, Mladen Zovko, Danijel Ćavar, Pero Petrušić i Danko Tolić.

Fotografije:
Željko Planinić, Arhiva Općine Čitluk, Arhiva Agronomskog i prehrambeno-tehnološkog fakulteta - Sveučilišta u Mostaru, Podrum Brkić, Podrum Andrija, Blaž Enology, Vinarija Čitluk, Wikimedia-Arheološki muzej Split, Shutterstock Images, Arhiva Divina Proportion Design Studio i nepoznati autor.

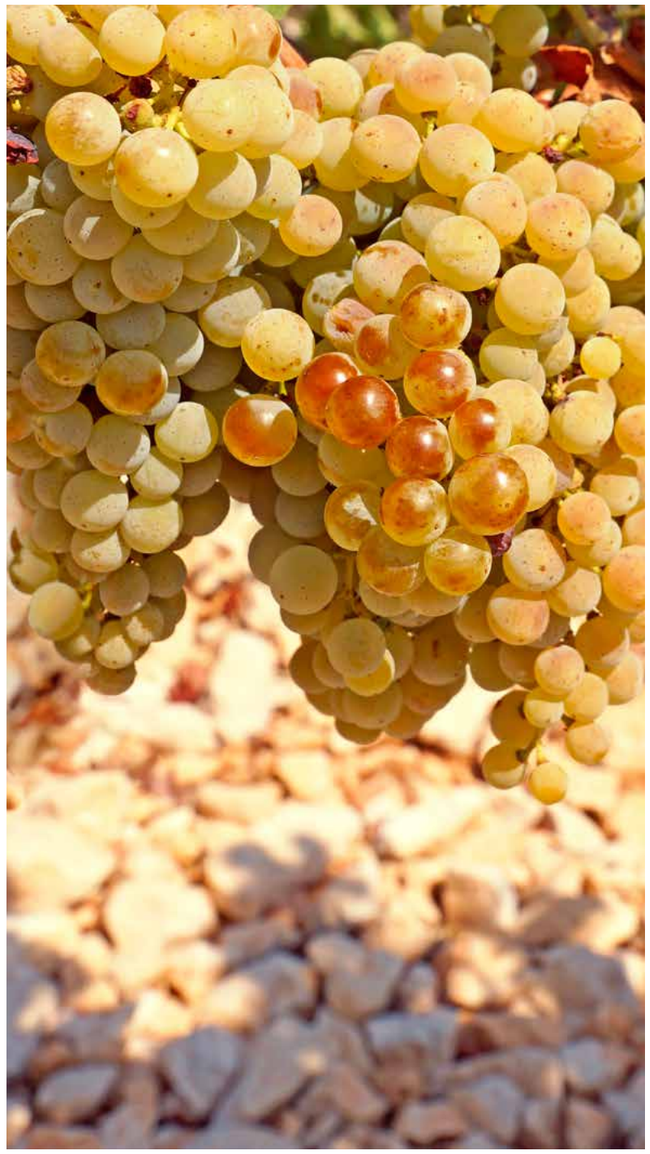
Grafičko oblikovanje:
Divina Proportion
Design Studio - Međugorje

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

Naklada:
5000 primjeraka

BROTNJO - ČITLUK, rujan 2023.

OO DBG BROTNJO 2023
Trg žrtava Domovinskog rata 1,
88260 Čitluk, BiH.
Info tel.: 036 640 510



Manifestacija *Dani berbe grožđa - Brotnjo 2023.*

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, Boksački klub Brotnjo-Čitluk, Biciklistički klub Brotnjo.

GENERALNI POKROVITELJ: Općina Čitluk.
POKROVITELJI: Ministarstvo kulture i sporta FBiH, Vlada HNŽ, Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa Bosne i Hercegovine, Elektroprivreda Hrvatske zajednice Herceg-Bosna, Turistička zajednica HNŽ, Središnji državni ured za Hrvate izvan Republike Hrvatske.

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, Podrumi Mata, Vinarija Ostojić, Podrum Vilinka, Podrum Sivrić, Podrum Tolj, Vinarija Domano, Podrum Petrus, Podrum Vučić, Vinarija Rubis, Vinarija Dodig, BLAŽ ENOLOGY, Hotel "Brotnjo" Čitluk, JP Broćanac, JP Broting, "Park&Shop" Čitluk, "Limpeh" Čitluk, "Ledo" Čitluk, "HT Eronet", Hercegovačka pivovara, Delta Security Čitluk, "Etico" Čitluk, "Café Brazil" Čitluk, "Sjemenarna" Široki Brijeg, Syngenta.

Hotel Brotnjo s 4 zvjezdice u centru Čitluka

Udaljen svega 2 km od marijanskog svetišta Međugorje i 20 km od Mostara, Hotel Brotnjo nezaobilazno je mjesto kako domaćih tako i stranih turista. Zbog svog bogatog sadržaja; restoran Grappolo, Wellness Spa Centar, Svadbeni salon, konferencijske dvorane te bar Brocco Cafe, idealno je mjesto prilagođeno poslovnim ljudima te svim gostima željnim opuštanja i ugodnih trenutaka s obitelji i prijateljima.

PARK & SHOP
MEĐUGORJE

Bingo

shopping with pleasure...

Međugorje,Tromeđa VIII br.4

www.parkandshop.ba

DELTA SECURITY d.o.o.

Agencija za zaštitu ljudi i imovine

Vi nama povjerenje, mi Vama sigurnost!

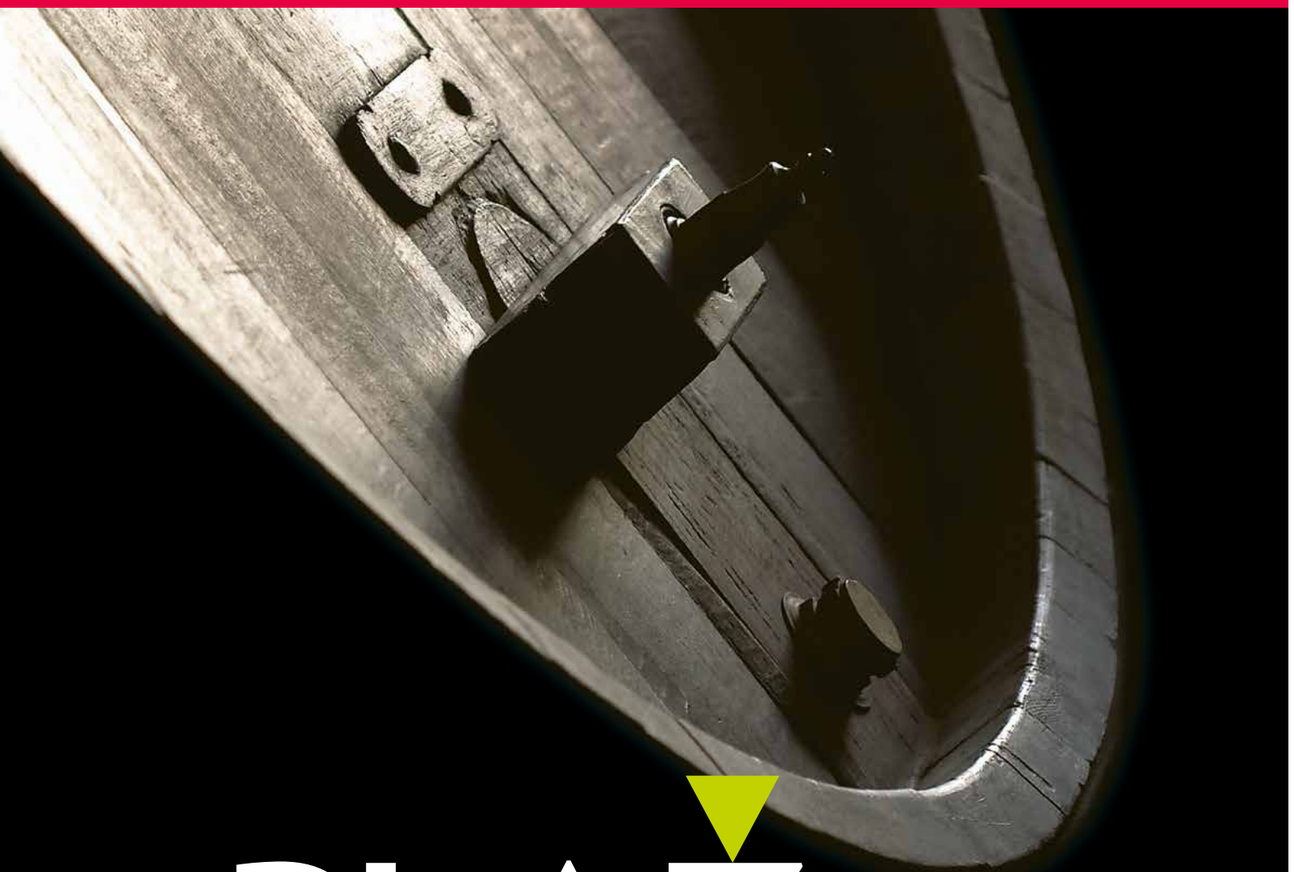
Tromeđa b.b., 88 260 Čitluk-Međugorje
Tel.: 036 650 052
Faks: 036 446 097
Mobilni tel.: 063 327 297 / 063 328 430

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

JAVNO PODUZEĆE BROĆANAC d.o.o. Čitluk
Duhanski Put bb, 88260, Čitluk - Tel.: 036 640 283; 640 284
www.jp-brocanac.ba

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



BLAŽ

AD 2023

BLATINAŽILAVKAENOLOGY

SMART DESIGN

JP ELEKTROPRIVREDA
HRVATSKE ZAJEDNICE HERCEG BOSNE d.d. Mostar