

PREGLEDNI RAD

## Ponuda vina na vinskim cestama Istarske županije

Željka Bedek, Ljiljana Gašparec-Skočić

*Hrvatski centar za poljoprivredu, hranu i selo, Hondlova 2/11, Zagreb, Hrvatska  
(zeljka.bedek@hcphs.hr)*

### Sažetak

Istarska županija prednjači u broju registriranih proizvođača grožđa i vina u Republici Hrvatskoj. Vinske ceste čine sastavni dio turističke ponude Istre, te upravo kroz tu fuziju moguće je ostvarivati ekonomsku održivost samih proizvođača. U Istri postoji sedam vinskih cesta.

Kroz ponudu vina cilj ovog istraživanja je saznati više o samim objektima, sredstvima promocije, te predviđanjima samih proizvođača o prodaji vina putem ovog oblika prodaje. Namjera ovog rada je ukazati na važnost udruživanja proizvođača u Republici Hrvatskoj kroz unapređivanje kvalitete, zajedničke promocije, te na važnost vinskih cesta kao jednog oblika izravne prodaje vina. Naime, proizvođač izravnom prodajom na svom poljoprivrednom gospodarstvu uz minimalne troškove ostvaruje izravnu financijsku korist, te je u direktnom kontaktu sa krajnjim potrošačem.

Ključne riječi: Istra, vinske ceste, ponuda vina

### Uvod

Vinogradarstvo je u Republici Hrvatskoj od posebne važnosti za male i srednje obiteljska gospodarstva jer im osigurava ekonomsku i socijalnu održivost. Niz vinogradara i vinara postaju poduzetnici koji preuzimaju odgovornost za tržišnu sudbinu vlastitog proizvoda (Skočić, Bedek, Banić, 2009).

Najvažniji prodajni kanal za vino je maloprodajna mreža preko koje se proda nešto više od polovice ukupnih količina. Jak tržišni kanal je izravna prodaja, posebice na gospodarstvu i on će u budućnosti postajati sve važniji, posebice za male proizvođače (Kolega, Božić, 2001). Uz radišnost i učinkovitu poslovnost (Istrani) su ovladali marketingom vina, a istarske vinske ceste učinili putovima susreta brojnih turista... (Skočić, Bolić, 2006).

U Istri postoji sedam vinskih cesta; Bujština, Poreština, Rovinjština, Puljština, Labinština, Bužeština, i Pazinština. Navedena područja predstavljaju zaokružene itinerare koji geografski objedinjuju vinare iz tog područja koji se često i kroz navedena područja identificiraju i predstavljaju ([www.istria-gourmet.com](http://www.istria-gourmet.com)).

Od provedenih istraživanja za istaknuti je ono autora Peršurić, Peršurić, Težak (2009.) u kojem se utvrđuje ponuda vina Istre.

### Materijal i metode

Obzirom na tradiciju postojanja vinskih cesta, provedeno je anketno ispitivanje o ponudi vina na vinskim cestama Istre. U istraživanju su sudjelovali proizvođači prijavljeni na vinskim cestama Istarske županije ([www.istria-gourmet.com](http://www.istria-gourmet.com), 2009). Od tada ukupno prijavljenih 87 proizvođača, na anketni upitnik se odazvalo 57 proizvođača. Istraživanje je provedeno tijekom ožujka i travnja 2009. godine. U obradi podataka korišteni su statističke metode za obradu podataka.

## Rezultati i rasprava

U Republici Hrvatskoj registrirano je 34,000 ha vinogradarskih površina (DZS, 2008).

Temeljem upisa u Upisnik proizvođača grožđa i vina, u RH registrirano je 17,768 proizvođača. U pod regiji Istra registrirano je 2.668 proizvođača, od čega 81% proizvođača imaju vinogradarske površine do 1 ha, 16% proizvođača imaju površine 1 do 5 ha, te je 3% proizvođača sa površinama većim od 5ha. U ukupnom sortimentu pod regije dominantna je *malvazija istarska* s udjelom od 59%, te *merlot* s udjelom od 12%, *teran* 8%, *cabernet sauvignon* 4%, te *chardonnay* s udjelom od 3%. U ukupnoj proizvodnji grožđa i vina RH, Istra sudjeluje sa 13%, a u ukupnom prometovanju vina domaće proizvodnje u RH sa 12%. Najveći udio od 55%, promet je kvalitetnog vina (HCPHS, 2008/2009).

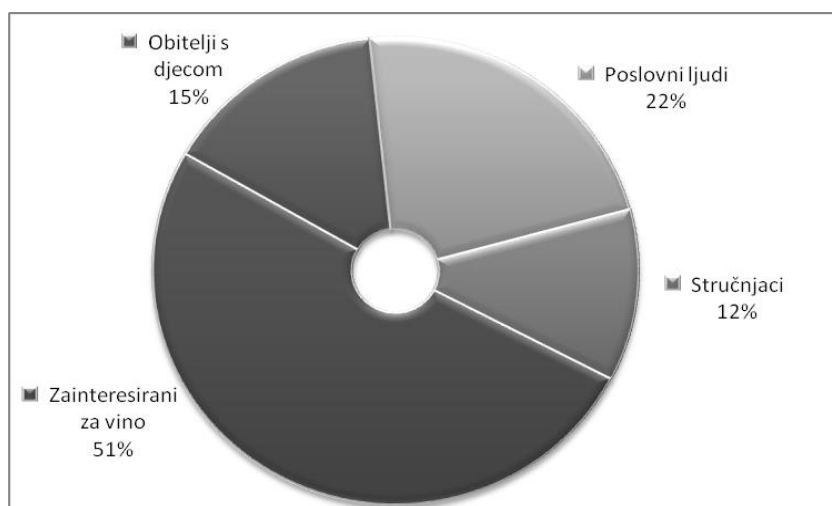
Temeljem svega navedenog, namjera je bila istražiti jedan od kanala prodaje vina i to izravnom prodajom putem vinskih cesta. Kroz ponudu vina cilj je ovog istraživanja bio saznati nešto više i o samim objektima, ponudi, prodaji, i promociji vina. Posebno su bila zanimljiva i indikativna predviđanja samih proizvođača o razvijanju prodaje putem vinskih cesta.

Od ukupnog broja proizvođača 44% su obiteljska poljoprivredna gospodarstva, 40% su obrti, a 16 % proizvođača poduzeća. Putem objekata na vinskim cestama, u registriranim OPG dohodak ostvaruje do 4 osobe, u obrtima do 9 osoba, te u poduzećima do 12 osoba.

Objekti su kod 70% ispitanika otvoreni tijekom cijele godine, kod 28% ispitanika na upit, a tek kod 2 % ispitanika samo sezonski.

Kada je riječ o veličina posjeta, kod 39 % proizvođača dolaze skupine do desetero ljudi, na 33% objekata 10 do 30 ljudi, a na 28% objekata grupe veće od 30 ljudi.

Proizvođače na vinskim cestama posjećuju i domaći (56%) i strani gosti. Prema strukturi gostiju, vinske ceste najviše posjećuju zainteresirani za vino (Slika 1). Kod 65 % ispitanika zastupljene su sve kategorije gostiju (obitelji s djecom, poslovni ljudi, zainteresirani za vino i stručnjaci za vino).



**Slika 1. Struktura gostiju na vinskim cestama (Izvor: Vlastito istraživanje)**

Od ukupnog broja ispitanika, 95 % proizvođača nudi degustaciju vina i prodaju vina, 18% eno-gastro ponudu, dok 8 % proizvođača ima uz degustaciju vina i pansionSKU ponudu. Tek 6% proizvođača imaju uz degustacije vina, eno-gastro i pansionSKU ponudu, dok 15% proizvođača imaju degustacije vina s eno-gastro ponudom.

Na vinske ceste Istarske županije 72 % ispitanika uključeno je više od 4 godine, njih 16 % do 2- 4 godine, a 12 % do 2 godine.

Prema procjenama ispitanika prisutnih na vinskim cestama u posljednje tri godine (2006-2008), prosječna godišnja prodaja kroz vinske ceste bila je oko 20%. Kroz godine se i omjer ponude mijenja u korist boce (+13%), u odnosu na rinfuzu (-9%).

U ponudi dominantna su vina bijelih sorata (66%). Od bijelih sorata to su *malvazija istarska* (72%), *chardonnay* (11%), i *muškat bijeli* (8%), dok su to kod vina crnih sorata *teran* (40%), *merlot* (31%), i *cabernet sauvignon* (14%).

Prema 54% ispitanika prodaja vina putem vinskih cesta će se povećavati, 42% ispitanika smatra da će ostati ista, a 4% smatra da će se prodaja smanjivati.

Svi ispitanici koriste jedan od oblika promocije svojeg objekta na vinskim cestama (Tablica 1).

**Tablica 1. Promocija proizvođača na vinskim cestama**

Varijabla	Broj ispitanika	Udio
Vlastiti katalog	29	50,9 %
Sudjelovanje na izložbama vina i sajmovima	56	98,2%
Turistički prospekti	29	50,9%
Oglasi u tiskovinama	21	36,8%
TV	10	17,5%
Radio	10	17,5%
Web stranice, email	35	61,4%

Izvor: Vlastito istraživanje

### Zaključak

Proizvođači na vinskim cestama u svojim objektima tradicionalno od vina bijelih sorata vinove loze imaju *malvaziju istarsku*, a od vina crnih sorata *teran*. Svakako je važna i činjenica da su objekti kod 70% ispitanika otvoreni tijekom cijele godine. Svi proizvođači uključeni su u jedan od oblika promocije, a za više od 60% ispitanika informacije su dostupne putem interneta. Znakovita je i ocjena samih ispitanika o povećanju prodaje putem vinskih cesta. Upravo proizvođači izravnom prodajom na svom poljoprivrednom gospodarstvu uz minimalne troškove ostvaruje izravnu financijsku korist, te su u izravnom kontaktu sa krajnjim potrošačem. Namjera je ovog rada ukazati na važnost udruživanja proizvođača kroz unapređivanje kvalitete, zajedničke promocije, te na važnost vinskih cesta kao jednog oblika prodaje vina.

### Literatura

- Državni zavod za statistiku (2008). Raspoloživo: [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr) priopćenja
- Kolega A., Božić M. (2001). Hrvatsko poljodjelsko tržište. Tržništvo. Zagreb. Republika Hrvatska: 188.
- Skočić-Gašparec Lj, Bolić J.,(2006). Hrvatska vina i vinske ceste. Golden marketing-Tehnička knjiga. Zagreb: 317.
- Peršurić D., Ilak Peršuric A.S., Težak A. (2009). Wine offer in Istrian wine cellars. Final papers of 32th World Vine and Wine Congress of the OIV. Zagreb, 28.06.-03.07. 2009.
- Podaci Hrvatskog centra za poljoprivredu, hranu i selo
- Pravilnik o vinogradarskim područjima (NN 159/04, 64/05, 123/07)

Pravilnik o nacionalnoj listi priznatih kultivara vinove loze (NN 159/04, 14/05, 42/05, 62/05, 3/06, 37/06, 76/06, 44/07, 118/07, 133/07, 86/08, 117/08, 124/08-ispr., 148/08, 45/09)

Zakon o vinu (NN 96/03)

[www.istria-gourmet.com](http://www.istria-gourmet.com)

## **Wine offer on Istrian wine routes**

### **Abstract**

The Istrian county precedes in the number of registered grape and wine producers in the Republic of Croatia. Wine routes are the integrated part of the Istria tourist offer. By such fusion it is possible to achieve the economic sustainability of the producers themselves. There are seven Wine routes in Istria.

Through the wine offer the objective of this research is to find out more about the facilities, means of promotion and the predictions of the producers themselves concerning the wine sale. The aim of this work is also to point out the importance of merging of producers in Croatia through quality improvement, joint promotion and the importance of Wine routes as one of the form of the direct wine sale.

In fact, with the direct sale on the farms, the producers achieve the direct financial benefit with the minimal expenses and are in the direct contact with the ultimate consumers.

Key words: Istria, wine routes, wine offer