

NEKA PITANJA POTROŠNJE I MARKETINGA ISTARSKIH VINA

B. Štancl

PRISTUP I NEKI PROBLEMI VINOGRADARSKE PROIZVODNJE U ISTRI

Kada sam prihvatio obavezu učešća na stručnom savjetovanju o vinogradarskoj i vinarskoj proizvodnji u Istri, priređenom u povodu 110 godišnjice Poljoprivrednog instituta i škole u Poreču, namjeravao sam da svojim prilogom potaknem raspravu o problematici potrošnje i marketinga istarskih vina. Kod toga sam se mislio ograničiti samo na neka pitanja potrošnje i marketinga u ugostiteljsko-turističkoj privredi. Naravno, na tome moram i ostati, ne samo zbog ograničenog prostora, nego i karaktera savjetovanja i drugih referata. Ipak, proučavajući dalje ovu problematiku došao sam do spoznaje da u referatu moram, makar okvirno, dati podatke o kretanju vinogradarstva i politike prema toj grani. Naime, poznato je da su proizvodnja i potrošnja usko povezani. Rast proizvodnje mora biti stimuliran ukupnom tražnjom i potrošnjom (domaćom i izvozom), u čemu značajnu ulogu imaju i mjere ekonomske, odnosno agrarne politike. Ako to izostane proizvodnja počinje da opada, što se odražava dalje na daljnji pad potrošnje sve dok se taj »začarani krug« ne izmjeni i prekine bilo objektivnim ili subjektivnim činiocima.

Za Istru u cjelini, a tako i za područje u sastavu SR Hrvatske, vinogradarstvo i vino bilo je tijekom dugog povijesnog razdoblja veoma važan činioc ukupnog privrednog razvoja, važan izvor zaposlenosti i prihoda stanovništva. To pokazuju raspoloživi podaci. Filoksera, a zatim pripojenje Istre poslije I. svj. rata Italiji i talijanska agrarna politika doveli su do propadanja vinogradarstva Istre, od kojega se ono nije oporavilo do današnjih dana. Gotovo 120 godina za koje raspoložemo podacima, vinogradarstvo i proizvodnja vina u neprekidnom su opadanju. Nikada vinogradarstvo Istre nije obnovljeno niti ni približno dostiglo kapacitete koje je ranije imalo. Italija nije bila zainteresirana za napredak vinogradarstva Istre, jer je imala svog vina dosta, pa i više od potreba, radi čega je svim mjerama, a napose svojom ekonomskom politikom kroz parolu »bitka za žito« gušila obnovu i razvoj vinogradarstva u Istri. S druge strane obnova vinogradarstva u glavnim zemljama proizvođačima vina, te porast proizvodnje utjecali su na ograničenja u izvozu vina. Ratna i poslijeratna situacija u Istri nije bila pogodna, pa se opadanje vinogradarskih površina nastavilo sve do naših dana. Brojne površine pogodne za vinogradarsku proizvodnju, velike površine terasa, stvarane mukom i radom

marljivih vinogradara Istre, za uzgoj loze danas su zapuštene, pa se ili uopće ne obrađuju i koriste za poljoprivrednu proizvodnju ili daju zanemarivu gospodarsku korist.

Što je sve uzrokom tom nezaustavivom padu vinogradarske proizvodnje, i kako to spriječiti? Kolika nam proizvodnja treba za domaće potrebe i izvoz, na kojim površinama i koliko se ta proizvodnja uklapa u ekonomske odrednice poljoprivrednog i ukupnog razvoja Istre? Kako povećati potrošnju vina u turizmu? Na ta ključna pitanja i mnoga druga s tim povezana, tehnološke i ekonomske prirode, mora se dobiti odgovor, da bi se mogla odrediti buduća razvojna politika razvoja vinogradarstva u Istri, ali i mjere koje će osigurati njenu realizaciju. Vjerujem da će Savjetovanje dati prilog i poticaj za daljnja istraživanja kao podlogu za politiku, organizaciju i realizaciju razvoja vinogradarstva u Istri.

U svom referatu ograničiti ću se: a) da pružim jedan pregled zaostajanja vinogradarskih kapaciteta u posljednjih 120 godina, b) da obradim neke probleme potrošnje vina, posebno u ugostiteljstvu i turizmu i iznesem neke poglede na mogućnosti povećanja potrošnje i primjenu marketinga.

PREGLED RAZVOJA POVRŠINA POD VINOGRADIMA U ISTRI

Za područje Istre postoje vrlo precizni podaci o vinogradarskim površinama po tzv. kapetanatima, koji su kao administrativne jedinice u Istri funkcionirali od 1869. do 1918. godine. Bilo je formirano 6 kapetanata, koji su uključivali određene sudske kotare i to: 1) Koparski, sa sudskim kotarima: Kopar, Piran i Buzet, 2) porečki, sa sudskim kotarima: Poreč, Buje i Motovun, 3) puljski, sa sudskim kotarima: Rovinj, Vodnjan i Pula, 4) pazinski, sa sudskim kotarima Pazin i Labin, 5) voloski, sa sudskim kotarima: Volosko i Podgrad, 6) lošinjski, sa sudskim kotarima: Krk, Cres i Lošinj.

Prema vrlo preciznim podacima, koje iznosi dr I. Beuc u svojoj knjizi »Istarske studije«, u 1869. godini na području Istre bilo je 47.056,6 ha vinograda, što je najveća zabilježena površina vinograda u ovom području. Već 1896. godine površine vinograda se smanjuju i iznose 46.508,0 ha i od tada na dalje u stalnom značajnom opadanju. Kolike su bile površine po pojedinim kapetanatima pokazuju slijedeći podaci:

Tabela 1

Površina vinograda u Istri 1869. i 1896. godine

| Kapetanat | Vinograda u hektarima | |
|--------------|-----------------------|----------|
| | 1869. | 1896. |
| 1. Koparski | 8.653,3 | 8.062,6 |
| 2. Porečki | 14.064,1 | 14.057,1 |
| 3. Puljski | 7.838,1 | 7.878,1 |
| 4. Pazinski | 9.634,1 | 9.605,1 |
| 5. Voloski | 1.655,0 | 1.659,1 |
| 6. Lošinjski | 5.212,0 | 5.246,0 |
| Ukupno | 47.056,6 | 46.508,0 |

Prema nepotpunim podacima za ukupno područje Istre za godine iza II. svj. rata vidljivo je daljnje snažno opadanje vinogradarskih površina. Prvi raspoloživi podaci za 1953. godinu (nepotpuni i dijelom konstruirani), pokazuju da je u Istri bilo 18.782 ha vinograda (tabela 2). Iza toga površine vinograda se dalje stalno smanjuju i iznose u 1984. godini svega 10.944 hektara. Staljetno

Tabela 2

Kretanje površina vinograda po općinama u Istri iza II. svj. rata

| Općina | 1953. | 1960. | 1970. | 1980. | 1984. |
|---------------|---------|---------|--------|---------|--------|
| Buzet | 600 | 562 | 470 | 383 | 360 |
| Poreč | 5.039 | 3.876 | 2.959 | 2.613 | 2.366 |
| Buje | 3.427* | 1.741* | 1.226 | 1.805 | 1.698 |
| Rovinj | (3.311) | 1.311 | 917 | 846 | 812 |
| Pula | 2.474 | 1.651 | 1.636 | 1.672 | 1.505 |
| Pazin | 1.972 | 1.980** | 1.506 | 1.315 | 1.103 |
| Labin | 162 | 868** | 709 | 416 | 365 |
| Opatija | (328) | 328 | 367 | 311 | 259 |
| Cres — Lošinj | 732 | (732) | (94) | 94 | 67 |
| Krk | (1.016) | 1.016 | 1.080 | 992 | 680 |
| Kopar | (1.454) | 1.454 | 1.312 | (1.519) | 1.519 |
| Piran | (267) | 267 | 188 | (210) | 210 |
| Ukupno | 18.782 | 15.786 | 12.464 | 12.176 | 10.944 |

Napomena: * podaci za 1955.

** podaci za 1961. U zagradi podaci naredne godine.

opadanje vinograda nije mogla zaustaviti ni organizirana akcija podizanja suvremenih plantažnih vinograda u društvenom sektoru, jer je privatni sektor nezadrživo dalje smanjivao površine pod vinovom lozom. Ne ulazeći u detalje u analizu smanjivanja površina po pojedinim općinama, može se općenito ustvrditi da je u svim općinama Istre, osim u Kopru gdje imamo praktički jednu stagnaciju, nastavljen daljnji pad vinogradarskih površina. Smanjivanje površina od 47.056,6 ha u 1869. godini na svega 10.944 hektara u 1984. godini za ukupno područje Istre samo po sebi govori o ozbiljnosti problema, koji dakako zahtijeva daleko detaljniju analizu, nego je moguće učiniti u jednom referatu.

Proizvodnja vina pokazuje nešto povoljnije kretanje od površina, zahvaljujući modernizaciji vinograda, osobito na društvenom sektoru, pa je to utjecalo na prinose grožđa po jedinici površine. Ipak proizvodnja se zaustavila na oko 150 — 250.000 hl, zavisno od prinosa pojedinih godina i može se povećati uz očuvanje kvalitete vina samo uz pretpostavku povećanja novih površina vinograda. (Tabela 3)

Kod toga treba se opredjeliti na kojim površinama podizati nove vinograde, odabrati sortiment, tehnologiju, veličinu površina na društvenom i privatnom sektoru, utvrditi ekonomske uvjete podizanja nasada, organizaciju, utvrditi kupce i dr. To je, dakako, predmet posebnih izučavanja, ali ona ne mogu a da ne uključe markentiški aspekt proizvodnje, kao sve značajnu komponentu suvremenog poslovanja.

Tabela 3

Kretanje proizvodnje vina u općinama Istre (u hl)

| Općina | 1953. | 1962. | 1970. | 1980. | 1984. |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Buzet | 23.580 | 9.855 | 17.765 | 9.886 | 9.862 |
| Poreč | 54.871 | 40.136 | 62.730 | 72.478 | 32.687 |
| Buje | — | 21.525 | 35.913 | 38.027 | 13.459 |
| Rovinj | — | 15.091 | 26.997 | 21.813 | 24.744 |
| Pula | 32.355 | 18.508 | 48.498 | 55.955 | 51.653 |
| Pazin | 37.823 | 21.938 | 37.028 | 26.754 | 17.553 |
| Labin | 4.906 | 12.458 | 13.855 | 14.929 | 8.678 |
| Opatija | — | 3.122 | 4.384 | 3.325 | 2.789 |
| Cres — Lošinj | 22.976 | — | — | 849 | 1.998 |
| Ukupno | 176.511 | 142.633 | 247.170 | 244.016 | 163.423 |

POTROŠNJA VINA U UGOSTITELJSKO-TURISTIČKIM ORGANIZACIJAMA

U posljednje dvije decenije uz sav porast turističkog i ugostiteljskog prometa u našoj zemlji, nastavlja se opadanje potrošnje vina i rakije, uz istovremeno značajan porast svih drugih vrsta alkoholnih i bezalkoholnih pića u ugostiteljstvu u cjelini. Podaci u tabeli 4 pokazuju da su najveći porast zabilježili voćni sokovi i bezalkoholna pića, zatim pivo, žestoka pića, te soda i mineralna voda. Još lošije od ukupne potrošnje u ugostiteljstvu (za društveni i privatni sektor), kreće se potrošnja vina i rakije u društvenom sektoru. Podaci u tabeli 5 dati su po regijama i za ugostiteljstvo društvenog sektora SR Hrvatske u cjelini.

U razdoblju 1969—1984. godine ugostiteljstvo društvenog sektora Hrvatske u cjelini pokazuje snažan pad potrošnje vina, kao gotovo neprekinutu tendenciju. Sitna poboljšanja u pojedinim godinama nisu mogla izmjeniti tu opću sliku kretanja. Po regijama kretanje je takovo da se, uz manja odstupanja, izražava pad potrošnje, kao i za ugostiteljstvo društvenog sektora u republici u cjelini. Jedino odstupanje od tog općeg pravila zabilježeno je u riječkoj regiji, gdje je u razdoblju 1974 — 1984. zabilježen značajan porast potrošnje vina. Dostignuta razina potrošnje vina ove regije u 1984. godini premašila je i onu iz 1969. godine, što je također jedina iznimka od svih regija SR Hrvatske.

Za riječku regiju sredili smo podatke po općinama Istre i Hrvatskog primorja o potrošnji vina u ugostiteljstvu za razdoblje 1980—1984. godine (tabela 6). Iz ovih podataka vide se značajne razlike u kretanju potrošnje vina u ugostiteljstvu riječke regije po pojedinim općinama. I dok u općinama Cres—Lošinj Buje, Labin, Opatija, Pazin, Pula imamo značajan promet potrošnje vina u posljednjih pet godina u njihovoj ugostiteljskoj mreži, u općini Rijeka stagnaciju, pad potrošnje zabilježen je u Poreču, Rovinju i Buzetu. Iako u posljednje dvije godine dolazi do ponovnog porasta potrošnje vina u ovim općinama još uvijek nije dostignuta razina potrošnje vina u 1984. godini, prema onoj koja je bila u 1980. godini, a napose u ranijim razdobljima. Ako za općinu Buzet i možemo shvatiti pad potrošnje, koji se kao opća tendencija izražava u širim razmjerima po općinama Hrvatske, teško je ra-

Tabela 4

Promet alkoholnih i bezalkoholnih pića u ugostiteljstvu u SR Hrvatskoj 1970—1984. godine

| Naziv pića | Jed. mjere | 1970. | | | 1974. | | | 1984. | | | Indeks 1970—84. Količina |
|----------------------------|------------|----------|--------------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|--|--------------------------|
| | | Količina | Vrijednost 000 din | Količina | Vrijed. 000 din | Količina | Vrijed. 000 din | Količina | Vrijed. 000 din | | |
| Voćni sokovi | 000 lit. | | | | | | | | | | |
| Koncentrirani | " | 1.138 | 15.300 | 1.616 | 39.425 | 3.790 | 920.851 | 333,0 | | | |
| Nekoncentrirani | " | 4.548 | 45.800 | 7.526 | 155.886 | 11.654 | 2.316.776 | 256,2 | | | |
| Bezalkoholna pića | " | 14.337 | 100.000 | 16.476 | 296.273 | 30.184 | 5.341.365 | 210,5 | | | |
| Soda voda i mineralna voda | " | 28.401 | 68.900 | 29.604 | 149.483 | 35.933 | 1.744.200 | 126,5 | | | |
| Vino | " | 40.220 | 329.800 | 35.226 | 788.691 | 31.747 | 7.788.411 | 78,9 | | | |
| Pivo | " | 54.614 | 312.400 | 67.292 | 745.567 | 81.714 | 5.706.548 | 149,6 | | | |
| Rakija | " | 3.191 | 85.300 | 2.321 | 162.528 | 2.058 | 1.537.354 | 64,5 | | | |
| Žestoka pića | " | 5.403 | 207.900 | 6.033 | 541.280 | 7.329 | 5.994.861 | 135,6 | | | |

Izvor: »Ugostiteljstvo«, 1970., 1974. i 1984.

Tabela 5.
112

Promet pićima u ugostiteljstvu po područjima u SR Hrvatskoj 1969., 1974. i 1984.
godine (društveni sektor)

| Jed. mjere | Pivo | Vino | Rakija | Žestoka pića | Vrsta pića | | | Bezalk. pića | Soda i mineralna voda |
|-------------|--------|--------|--------|--------------|--------------|----------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| | | | | | Voćni sokovi | | Soda i mineralna voda | | |
| | | | | | konzervirani | nekonzervirani | | | |
| Ukupno SRH | 33.116 | 23.495 | 2.650 | 3.733 | 810 | 3.105 | 10.375 | 20.372 | |
| 1. Bjelovar | 2.764 | 1.563 | 168 | 250 | 37 | 131 | 537 | 1.358 | |
| 2. Karlovac | 3.140 | 1.748 | 260 | 335 | 105 | 242 | 642 | 1.496 | |
| 3. Osijek | 6.499 | 2.118 | 716 | 454 | 78 | 565 | 1.187 | 2.907 | |
| 4. Rijeka | 6.376 | 4.919 | 323 | 727 | 150 | 1.125 | 2.249 | 3.391 | |
| 5. Sisak | 1.917 | 738 | 141 | 194 | 79 | 71 | 299 | 937 | |
| 6. Split | 4.645 | 3.982 | 344 | 563 | 178 | 412 | 2.440 | 3.508 | |
| 7. Varaždin | 2.032 | 1.500 | 94 | 203 | 28 | 26 | 422 | 1.621 | |
| 8. Zagreb | 5.743 | 6.927 | 607 | 1.007 | 155 | 533 | 2.599 | 5.154 | |
| 1974. god. | | | | | | | | | |
| Ukupno SRH | 48.136 | 21.071 | 1.788 | 4.669 | 1.456 | 7.095 | 13.990 | 23.563 | |
| 1. Bjelovar | 4.715 | 1.412 | 99 | 379 | 85 | 235 | 811 | 2.211 | |
| 2. Karlovac | 3.178 | 1.377 | 134 | 391 | 78 | 559 | 775 | 1.493 | |
| 3. Osijek | 7.587 | 1.615 | 371 | 660 | 311 | 986 | 1.431 | 2.776 | |
| 4. Rijeka | 9.222 | 3.372 | 333 | 762 | 312 | 1.981 | 3.369 | 4.208 | |
| 5. Sisak | 2.789 | 764 | 96 | 234 | 114 | 368 | 467 | 1.169 | |
| 6. Split | 7.811 | 3.654 | 271 | 586 | 216 | 1.138 | 3.512 | 3.977 | |
| 7. Varaždin | 2.884 | 1.544 | 67 | 236 | 44 | 142 | 668 | 1.605 | |
| 8. Zagreb | 8.124 | 7.112 | 405 | 1.357 | 198 | 1.374 | 2.660 | 5.834 | |
| 9. Ostalo | 1.826 | 221 | 12 | 64 | 98 | 312 | 297 | 290 | |

1984. god.

| Ukupno SRH | 60.613 | 20.496 | 1.408 | 5.558 | 2.038 | 8.454 | 24.183 | 27.984 |
|-------------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 1. Bjelovar | 4.384 | 1.434 | 46 | 468 | 90 | 269 | 1.796 | 1.846 |
| 2. Karlovac | 2.208 | 644 | 27 | 242 | 24 | 236 | 694 | 770 |
| 3. Osijek | 8.270 | 1.316 | 219 | 716 | 309 | 1.117 | 3.155 | 3.055 |
| 4. Rijeka | 16.237 | 5.777 | 375 | 1.181 | 364 | 3.098 | 6.699 | 6.106 |
| 5. Sisak | 1.496 | 313 | 59 | 185 | 138 | 186 | 919 | 877 |
| 6. Split | 9.933 | 3.846 | 254 | 564 | 592 | 1.558 | 4.686 | 6.060 |
| 7. Varaždin | 4.740 | 1.539 | 42 | 302 | 49 | 326 | 1.366 | 1.456 |
| 8. Zagreb | 11.897 | 5.185 | 278 | 1.750 | 419 | 1.537 | 4.270 | 6.935 |
| od toga GZO | 9.166 | 3.691 | 225 | 1.357 | 280 | 1.128 | 3.302 | 5.061 |
| 9. Gospić | 1.448 | 442 | 108 | 150 | 53 | 127 | 598 | 879 |

Tabela 6
Prodaja vina u ugostiteljstvu na području Istre i Hrvatskog primorja u litrama

| God. | Cres — Lošinj | Buje | Buzet | Labin | Opatija | Pazin | Poreč | Pula | Rijeka | Rovinj |
|-------|------------------|---------|--------|---------|---------|--------|---------|---------|-----------|---------|
| 1980. | 202.548 | 290.748 | 38.413 | 259.793 | 469.232 | 46.727 | 941.804 | 475.768 | 1.081.892 | 306.776 |
| 1981. | 189.142 | 273.306 | 33.936 | 228.274 | 401.481 | 50.523 | 649.243 | 447.134 | 970.053 | 297.836 |
| 1982. | 219.118 | 282.893 | 31.542 | 237.564 | 460.200 | 51.979 | 671.733 | 494.431 | 1.015.629 | 259.660 |
| 1983. | 263.881 | 312.044 | 31.621 | 268.811 | 481.608 | 67.559 | 750.550 | 538.093 | 1.016.207 | 272.298 |
| 1984. | 266.437 | 323.126 | 35.735 | 262.154 | 536.556 | 77.532 | 793.828 | 572.247 | 1.001.631 | 202.054 |

Izvor: Podaci Statističkog zavoda SRH

zumjeti da se to može dogoditi u općinama Poreč i Rovinj. To su mjesta sa ogromnim turističko smještajnim kapacitetima i razvijenim ugostiteljstvom, koja bilježe porast gostiju u analiziranom razdoblju, pa se teško može uz to prihvatiti istovremeni pad potrošnje vina. Općina Poreč k tome raspolaze najvećim turističkim i ugostiteljskim kapacitetima u našoj zemlji i ima značajnu vinogradarsku i vinarsku proizvodnju i tradiciju. Ova općina raspolaze daleko najvećim površinama vinograda u regiji, najvećim i najsuvremenijim vinarijama, kao i najvećom proizvodnjom vina. Pa kako se onda može dogoditi da se i uz povećanje ugostiteljskih kapaciteta, uz povećanje broja gostiju, uz povećanje površina vinograda, porast proizvodnje i modernizaciju prerade, te veliku tradiciju u proizvodnji i potrošnji vina, upravo u ovoj općini smanjuje potrošnja vina? Slično kretanje ima i općina Rovinj s tom razlikom da ona ima manje površina i starije nasade vinograda, nema izgrađene suvremene kapacitete prerade, ali s obzirom na porast turističkih kapaciteta i gostiju također je neopravdan pad potrošnje vina. Što je uzrok takovom nepovoljnom kretanju u potrošnji ovih općina? Ako se kod drugih općina Istre i riječke regije u cjelini to nije dogodilo, onda je očito da su turističko-ugostiteljski radnici ovih općina, i drugi u lancu prodaje vina u ugostiteljstvu zatajili i nisu poduzeli sve potrebno da potrošnju vina poveća. Kolikogod je ovo tvrđenje grubo i nije rezultat posebno provedenih ispitivanja, nama se čini da je realno i da bi ga svako ispitivanje samo potvrdilo. Kad to tvrdim ne mislim da na takova kretanja nisu utjecali i brojni drugi činioci. Uostalom sama činjenica da u ugostiteljstvu u cjelini imamo pad potrošnje vina, pa i u ugostiteljstvu Dalmacije, u gradu Zagrebu, unatoč porasta gostiju i stanovništva u gradu Zagrebu, Splitu i dr., to samo potvrđuje. To znači da već preko 20 godina nismo bili u stanju da adekvatnim mjerama zaustavimo pad potrošnje tog nacionalnog pića, kako u ukupnom ekonomskom interesu naše zemlje, u interesu ugostiteljstva, tako i u cilju bolje usluge i zadovoljstva gostiju, kako domaćih tako i u turizmu, te tranzitu kroz našu zemlju. Očito je da nam ponuda i asortiman vina, mjere i usluge u ugostiteljstvu, zatim posebno cijene, zbog opterećenja koje u vidu poreza i ugostiteljske režije, ali i zarade, stavljamo na vino, nisu prihvatljive za potrošače. Sama činjenica da u isto vrijeme kada pada potrošnja vina u ugostiteljstvu ona raste u trgovini na malo, potvrđuje da potrošači traže i troše vino, ali im ugostiteljska ponuda po kvalitetu usluge i cijenama nije prihvatljiva. U svakom slučaju koncepciju prodaje, kvalitetu usluge i cjelokupne mjere marketinga vina u ugostiteljstvu treba mijenjati i adaptirati prema vrstama ugostiteljskih objekata i raznovrsnim potrošačima, u čemu ne malu ulogu treba da ima i politika društvene zajednice u tretmanu ovog važnog nacionalnog proizvoda. Da je moguće postići značajno povećanje potrošnje vina u ugostiteljstvu pokazuju primjeri susjednih turističkih i vinarskih zemalja, ali i kretanje ukupne potrošnje vina u zemlji, pa i napredak u potrošnji svih drugih pića u ugostiteljskoj mreži. Očito je potreban zaokret u ukupnom tretmanu ponude vina u ugostiteljstvu i adekvatne mjere i akcije marketinga, koje će stalno svojim idejama, njihovom razradom, boljom organizacijom i realizacijom unaprijediti prodaju ovog pića.

NEKI PRIJEDLOZI ZA UNAPREĐENJE POTROŠNJE VINA U UGOSTITELJSTVU I TURIZMU ISTRE

U okviru referata nisam u mogućnosti ulaziti u iole potpuniju razradu marketinga vina u ugostiteljstvu i turizmu Istre. Ipak u vidu natuknica želim naznačiti neke pravce, mjere i akcije za unapređenje potrošnje vina u ugostiteljstvu i turizmu općenito, u čemu vidim i posebne mogućnosti u Istri.

1. Potrebno je izmijeniti odnos prema ponudi vina u ugostiteljskim radnjama svih kategorija i u turističkoj potrošnji. Jedna od prvih mjera je potreba da se ugostiteljski radnici bolje obrazuju u poznavanju vina i načinu njegovog serviranja gostima. Provedena istraživanja pokazuju da su znanja o vinu ugostiteljskih radnika i stalnih, a osobito sezonskih, u pravilu vrlo oskudna i tu počinje ona prva prepreka boljoj ponudi i prodaji vina u ugostiteljstvu i turizmu. To se mora poboljšati organiziranjem odgovarajućih oblika obrazovanja, koje se mora stalno i sistematski provoditi. Također se mora osmisliti odgovarajuća stimulacija za ugostiteljske radnike ukoliko ostvare veću prodaju ovog pića.

2. U ugostiteljsko-turističkoj ponudi u gotovo svakom iole značajnijem centru mi smo izgradili npr. pivnice, opremili ih, unijeli odgovarajuću popratnu ponudu i to je dobro i pokazalo se uspješno. Međutim, u ponudi vina nismo učinili većih pomaka u smislu izgradnje vinotočja, sa širokim asortimanom vina, nacionalnim specijalitetima, zabavom i sadržajima, uz prihvatljive cijene, koje bi gosti rado prihvatili. U tom pogledu ne samo da ima mnogo ideja, nego su neke dale izvanredne rezultate u drugim zemljama, npr. u Italiji, Španiji, Portugalu i dr. Na nama je da tome damo svoje nacionalno obilježje, koje turisti traže i rado će to i u nas prihvatiti.

3. U našoj ponudi turističkim agencijama u paket aranžmanima premalo je uključena ponuda vina. Vino je potrebno uključiti u menije za ručak, poklanjati turistima set vina na završetku boravka, što će sve povećati ne samo potrošnju, nego i zadovoljstvo gostiju. Oni su za bolji provod i ugođaj spremni platiti, ali traže da se to izvede na način koji će ih zabaviti, uzvisiti, pružiti im zadovoljstvo i užitek.

4. Uz vino svugdje idu raznovrsne zabave, priredbe, natjecanja, nacionalni specijaliteti i atmosfera, koja potiče i stvara ugođaje i zadovoljstvo. U malo turističkih centara priređuju se takove priredbe sa programima koji mogu privući goste, stvoriti uvjete za potrošnju, ali i veće zadovoljstvo gostiju. Turističke organizacije moraju stalno osmišljavati, razrađivati i unapređivati raznovrsne »projekte« takove zabave gostiju. Uspjesi npr. »ribarskih noći« i sl. ukazuju da bi bolja razrada i raznovrsnija zabava mogla osigurati daleko bolje rezultate.

5. U turističkim centrima, pa tako i u Istri nema organiziranih »vinskih cesta«, zatim organizirane aktivnosti za posjete podrumima, kušanjima vina, uz odgovarajuće ceremonije, ugođaje, prikladna jela, prigodnu prodaju vina i dr. Iskustva slovenskih »vinskih cesta« i »vinskih hramova« pokazuju da turisti izvanredno prihvaćaju ovu vrstu izleta, da je to unosno i da povećava zadovoljstvo gostiju. Naravno, uspjeh je utoliko bolji ukoliko je cijeli scenarij razrađeniji i usluga na visini.

6. Cijene vinu po asortimanu, po kategorijama ugostiteljskih radnja, moraju biti više diferencirane nego dosada. Ponuda mora biti raznovrsnija, uslu-

ge bolje, usluživanje vina primjerenije (čaše, temperatura vina, preporuka vina uz jela i dr.). Prevelike razlike u cijenama vina u ugostiteljstvu i trgovini moraju se smanjiti, sa izuzetkom barova i ugostiteljskih objekata najviše kategorije i sl. Bez toga će sa vinom i bocama i dalje imati sve manje posla konobari, a sve više sobarice, skupljanjem ispijenih boca u sobama. Moraju se organizirati radnje po cijenama i ponudi koje će zadovoljiti ukus i kupovne mogućnosti raznovrsnih potrošača. U tome posebnu ulogu mogu odigrati zajedničke akcije proizvođača, vinarija i ugostiteljstva.

7. Za kampove, vikend naselja nužno je organizirati prodaju i dobavu vina u većim pakovanjima, »vina iz bačve«, što može značajno unaprijediti potrošnju. Potrebno je ispitati i kreirati određene tipove vina za masovnu potrošnju, osmisliti pakovanje, zamjenu boca, dobavu, ali asortiman i cijene koje će zadovoljiti potrošače. To je veliko područje za rad i povećanje potrošnje. Isto tako naša sadašnja pakovanja moraju se mijenjati, u smislu raznovrsnosti veličina, izgleda boce, opreme boce, dizajna i sl. Tu leže ne samo veće mogućnosti prodaje vina, nego i zaposlenosti brojnih radnika na tom poslu.

8. Stvaranjem raznovrsnih restorana, restorana za brzu uslugu, suvremenih samoposluga, picerija, buređnica, mesnih i drugih nacionalnih specijaliteta, morala bi biti popraćena ponudom vina u odgovarajućim pakovanjima sa naznakom cijene, kao što je slučaj i u drugim vinarskim zemljama. Brojne goste sa manjim materijalnim mogućnostima treba osloboditi straha od iznenađenja u cijenama, u zaračunavanju usluga i sl. U tim masovnim i raznovrsnim radnjama moguće je znatno unaprijediti potrošnju vina, što pokazuju i neka naša iskustva, ali i praksa susjednih zemalja.

9. Predsezona i posezona mogu se u turističkoj privredi bolje iskoristiti nego dosada, uz ostalo i organizacijom dolaska turističkih grupa na 5—10 dnevni boravak uz ponudu seljačkih i nacionalnih specijaliteta, posjetu vinarijama sa odgovarajućim programom i priredbama. U to se može uključiti posjeta seoskim obiteljima, stručni program, kulturne priredbe, prikaz nacionalnih običaja, jahanje, vožnja kočijama i sl., sve zavisno od želja gostiju i mogućnosti pojedinih turističkih centara. Dosadašnje ponude koje su iako nedovoljno razrađene i improvizirane imale su veliki komercijalni uspjeh i bile dobro prihvaćene od prije svega inozemnih gostiju. Sve to treba stalno usavršavati, obučiti kadrove i dovesti do jedne razine, koja će sama sebi otvarati nove mogućnosti kroz zadovoljstvo i propagandu naših gostiju.

Ovih nekoliko natuknica i prijedloga za unapređenje prodaje vina samo su razumljivo jedna nepotpuna skica, koja traži daljnju razradu. No, siguran sam da i u ovim nepotpunim prijedlozima da bi se realizirali na zadovoljavajući način ima ogromno posla za mnoge i za mnogo godina unaprijed. Bez jedne razrade potrošnje vina, bez uže suradnje ugostitelja, vinarskih stručnjaka, turističkih radnika i agencija, stručnjaka za marketing, cijeli program unapređenja potrošnje vina u ugostiteljstvu i postizanje većeg poslovnog uspjeha u njemu kao i svih sudionika oko tog posla, ići će sporo. Sve to treba, ali i više organiziranosti i boljeg rada svih da se to realizira i iskoriste odgovarajuće mogućnosti. Osobno sam uvjerenja da u tom pogledu velike mogućnosti napretka postoje u Istri, kako zbog mogućnosti proizvodnje vina, tako i turističkih kapaciteta, ali i perspektive koje postoje za razvoj turističke i ugostiteljske djelatnosti u ovom području, blizine Istre gostima iz srednje

-evropskih zemalja, prirodnih ljepota, klime i drugih prednosti za razvoj turizma.

LITERATURA

Beuc I.: »Istarske studije«, Izdanje Sveučilišne naklade Liber, Zagreb, 1975.

Štancl B.: »Pića u ugostiteljskoj potrošnji«, »Hotelska kuća«, Opatija, 1976.

Štancl B.: »Prilog marketingu jugoslavenskih vina«, časopis »Jugoslavensko vinogradarstvo i vinarstvo« br. 12, Beograd, 1982.

Štancl B.: »Potreba i prijedlozi za primjenu marketinga poljoprivredno-prehrambenih proizvoda u turizmu«. U knjizi: »Marketing hrane u funkciji unapređenja ishrane« (zbirka referata), Sombor, 1985.

Adresa autora:

Prof. dr Branko Štancl
Institut za ekonomiku i organizaciju poljoprivrede
Fakultet poljoprivrednih znanosti
Šimunska 25, 41000 Zagreb