

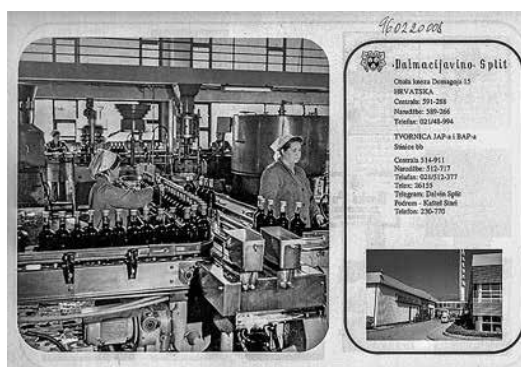
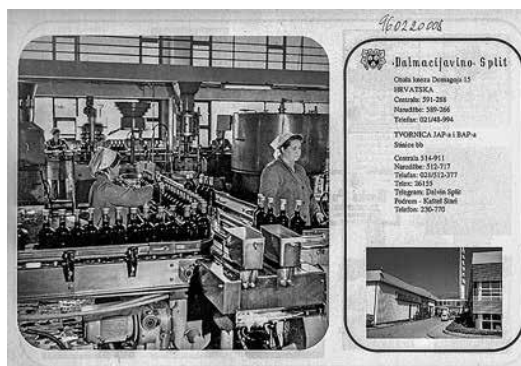
SANJA IVANČIĆ □ Etnografski muzej Split, Split

U Etnografskome muzeju Split prije šest godina, 2. svibnja 2019. godine, bila je otvorena izložba pod nazivom *Majka grbava, dica lipa, unučad ma'nita: o lozi, grožđu i vinu* i trajala je do 25. studenog 2019. Autoricama, muzejskim savjetnicama Ivani Vuković i Idi Jakšić osnovna je namjera bila predstaviti poljoprivrednu granu vinogradarstva i vinarstva Dalmacije do Drugoga svjetskoga rata, njezinu dugu tradiciju, uspone i padove, s naglaskom na praksama ručne obrade vinove loze u tom podneblju, što je uvriježena gospodarska praksa predindustrijskog razdoblja kakvu uobičajeno bilježi etnografija i proučava etnologija.

Nadovezujući se na tu etnografsku cjelinu, kolegicama se pridružila i muzejska savjetnica Sanja Ivančić obradivši, pod naslovom *Od vina do „Dalmacijavina”*, pojavu i razvoj dalmatinskih industrijskih vinarija tijekom druge polovice 20. stoljeća. Kao ogledni primjerak odabrala je splitsku tvrtku „Dalmacijavino”, osnovanu 1959. godine kao poduzeće za skladištenje, doradu i promet vinom. Prva zgrada splitske dorađivačke vinarije „Dalmacijavina”, ona u gradskoj jezgri, u putničkoj luci, i danas postoji jer je od 4. rujna 2017. godine postala trajno zaštićeno kulturno dobro Republike Hrvatske. Ipak, „Dalmacijavino” kao gospodarski subjekt grada Splita više ne postoji; 2012. pokrenut je stečajni postupak, a 23. veljače 2015. godine „Dalmacijavino” d.d. u stečaju, nakon jedanaest održanih ročišta, prodano je za iznos od 70,5 milijuna kuna tvrtki OŠTRC d.o.o. u vlasništvu poduzetnika Marinka Zadre.

„Dalmacijavino” d.d. u stečaju privatizacijom ulazi u sastav privatne tvrtke „Dalmacijavino Split” d.o.o., sa sjedištem na adresi Šetalšte Ivana Meštrovića 38 u Drišju, u zgradi „Dalmacijavina”, u prerađivačkoj vinariji izgrađenoj prije splitskih industrijskih vinarija.

Taj dio izložbe i kataloga *Majka grbava, dica lipa, unučad ma'nita: o lozi, grožđu i vinu* prati nastanak i razvoj „Dalmacijavina” od njegova osnutka 1959. godine, kroz drugu polovicu 20. stoljeća, sve do njegova stečaja i privatizacije u 21. stoljeću. Također je zabilježena pojava privatne tvrtke „Dalmacijavino Split” d.o.o. i njezino djelovanje sve do uoči realizacije izložbe.



Pojava industrijskih vinarija u Dalmaciji nakon Drugoga svjetskog rata

Poslijeratna industrijalizacija vinarstva zamisao je vinogradarskog stručnjaka ing. Marcela Jelaske (1914. – 2006.) i školovanog enotehnologa ing. Vanje Žanka (1914. – 1996.).

sl.1.-3. Iz katalog Dalmacijavina, eksport-import, 1995. (?)



sl.4.-7. Iz kataloga Dalmacijavina, eksport-import, 1995. (?)

Ing. Žanko od početka je bio pristaša ideje da se grade vinarije većih prostornih kapaciteta koje mogu prihvatiti dostupnu modernu tehnologiju te primjenom suvremenih enoloških normi proizvodnje preraditi velike količine grožđa u vina ustaljene kvalitete, što je bio jedan od velikih problema dalmatinskog vinarstva iz predratnog razdoblja. Za upravljanje tim vrlo složenim procesom industrijalizacije vinarstva, u Zagrebu se 1949. godine osniva poduzeće „Vinoprodukt“, s Vanjom Žankom na čelu. Pod patronatom „Vinoprodukta“ tijekom 1950-ih godina izgrađene su mnoge dalmatinske vinarije.

Prve dvije *tvornice vina* bile su one u Benkovcu i Imotskom, u kojima je prva prerada zabilježena još 1949. godine. Iznimne su i po tome što nisu građene prema projektu Stanka Fabrisa, poput mnogih drugih, nego su njihovi mogući autori bili Aljoša Žanko i/ili Lavoslav Horvat. Nadalje, Vanja Žanko će trajnom suradnjom s arhitektom Stankom Fabrisom (1909. – 1997.), usavršavati projekte vinarija. Tijekom 1950-ih godina uslijedila je njihova izgradnja u više dalmatinskih odredišta, a svaka sljedeća vinarija bila je drukčija od prethodne.

Najprije je izgrađena ona u Starome Gradu na otoku Hvaru, za koju su pripreme započele 1948., a svečano otvorenje bilo je 14. rujna 1952. godine. Slijedile su vinarije u Smokvici na Korčuli, Drnišu, Vrgorcu, Jelsi, Lastovu, Potomju na Pelješcu te na Grudi i Konavlima. Neočekivano, tek kao petnaesta po redu izgradnje bila je vinarija u Visu, na lokalitetu gdje je vinova loza poljoprivredna monokultura.

U ulogu tehničkog direktora „Vinoprodukta“ ing. Žanko u *Agronomskom glasniku*, u članku *Industrijalizacija dalmatinskog vinarstva* iz 1961. godine, sažima dotadašnje

rezultate u izgradnji vinarija, ističući splitsku i zadarsku, koje su tada upravo bile u izgradnji, kao primjere dosegnute kvalitete. Vinarije u Zadru i Splitu primjeri su doradivačkih vinarija građениh u istom razdoblju, na razmeđu petoga i šestog desetljeća, a riječ je o građevinama dvaju potpuno različitih arhitektonskih rješenja.

Sve navedene vinarije građene su prema alžirskim, francuskim ili kalifornijskim uzorima tipskih nadzemnih vinarija s betonskim cisternama zapremnine između 2,5 i 10 vagona. Mehanizacija im je velikim dijelom također bila uvozna, iz francuskih tvrtki COQ ili DAUBRON.

Iako arhitektonska rješenja zgrada industrijskih vinarija projektantskog tima Žanko – Fabris imaju velik potencijal za opsežniju obradu i prezentaciju te vrste industrijske arhitekture, one nisu bile uključene u izložbu, kao ni splitski arhitektonski primjeri, i to zbog nedostatka izložbenog prostora. Zadovoljili smo se upućivanjem na konzervatorsku studiju zgrade „Dalmacijavina“ u splitskoj putničkoj luci iz 2015. godine autorice dr. sc. Snježane Perojević te na valorizaciju dr. sc. Sandi Bulimbašić iz 2017. godine. Izložbu smo svjesno i namjerno usredotočili na proizvodni program, razvoj i identitet „Dalmacijavina“, nastaloga na istome mjestu i na tradiciji predratne trgovine grožđem i vinom splitske obitelji Katalinić. Zgrada Stanka Fabrisa prvi je pogon „Dalmacijavina“ u Splitu.

U prikazu izložbe *Majka grbava, dica lipa, unučad ma'nita: o lozi, grožđu i vinu* Ivana Vuković naglašava splitski predznak tog dijela izložbe, pa kaže:

„Kroz cijelu izložbu nastojali smo naglasiti specifičnosti s lokalnim, splitskim predznakom, što je kulminiralo u



sl.8. Likeri iz konobe Ante Acalije, 2017. godine

zasebnom dijelu izložbenog koncepta muzejske savjetnice Sanje Ivančić nazvanom *Od vina do Dalmacijavina*, kojim je detaljno obrađeno rađanje, procvat i sadašnjost Dalmacijavina, te nekada isključivo splitske firme koja danas ima sjedište u dalmatinskom zaleđu, u Drnišu. Grad Split se s Dalmacijavinom prometnuo u moćno industrijsko središte za proizvodnju alkoholnih i bezalkoholnih pića, od kojih posebno valja istaknuti narančadu *Pipi*, koja od pojave 1971. do danas ima status svojevrsne zvijezde.

Uz ambalažu alkoholnih napitaka Dalmacijavina, na izložbi su se mogle vidjeti i bočice spomenute narančade, i to u dvije (od tri) razvojne dizajnerske razrade, kao svojevrsan iskorak koji dopunjuje temu. Taj sok evocira uspomene na posebno razdoblje splitske povijesti i za Split vjerojatno najvažniju godinu 20. stoljeća – 1979., kada su u Splitu održane VIII. Mediteranske igre. U vremenu razvijanja novih splitskih naselja, realizacije velikih infrastrukturnih projekata te izgradnje stadiona na Poljudu, u kontekstu naše izložbe istaknut ćemo podatak da je 1979. prodano 12 milijuna bočica *Pipija* (2019: 175).

Od početnog poduzeća za skladištenje, doradu i promet vinom, registriranog imena i djelatnosti na splitskom Privrednom sudu 22. lipnja 1961., u godinama proizvodne i tržišne ekspanzije 1960-ih i 1970-ih, „Dalmacijavino” je kontinuirano usavršavalo i ubrzavalo proizvodni proces uvođenjem novih tehnologija i proizvoda. Svoju je djelatnost usmjeravalo prema specifičnoj vrsti proizvodnog programa te je uvodilo različite nove vrste pića kao svoju robnu marku ili, pak, kao licencirani proizvod. Stoga

je i sama zgrada više puta dograđivana, čime je njezin volumen udvostručen. No i to se pokazalo nedostatnim pa se u gospodarskoj priobalnoj zoni grada Splita – u Sjevernoj luci, na položaju Stinice-Pijati, gradi novi proizvodni pogon „Dalmacijavina”, tvornica bezalkoholnih pića (BAP), a potom žestokih alkoholnih pića (JAP), dovršena početkom 1980-ih. Projektant je u oba primjera, kao i pri dogradnji prvog objekta, bio Stanko Fabris.

Gospodarski uspon, razvoj i uspješnice „Dalmacijavina”

Nakon proširenja proizvodnih kapaciteta, količine i asortimana proizvoda tražile su se i mogućnosti povećanja veleprodaje, maloprodaje i izvoza proizvoda na nova tržišta, što je zahtijevalo izgradnju prepoznatljivosti vlastite robne marke. Kao vinarska tvrtka, u kreiranju svojstava i posebnosti svojih proizvoda „Dalmacijavino” se od početka djelovanja opredijelilo za baštinjene dalmatinske vrijednosti, prije svega isticanjem autohtonosti sadržaja i tradicijskih svojstava vinarskih proizvoda, usko određenih vinogradarskim prostorima i sortama grožđa od kojih su ti proizvodi napravljeni. To se očituje na svim komunikacijskim razinama: u izboru imena pića, grafičkome i likovnom oblikovanju etiketa, stilu i povijesnoj simbolici.

Veliko iskustvo marketinške i propagandne prakse stečeno je vrlo rano iz suradnje s tvrtkom „Isolabella” iz Milana, i to na primjeru uvođenja njihova aperitiva i digestiva *Amaro 18* kao licenciranog pića „Dalmacijavina” 1967. godine. Televizijska reklama prikazana iste godine pridonijela je uspješnosti plasmana *Amara 18* na doma-



sl.9. Etiketa narančade „Pipi“, autor Drago Friedl, oko 1971.



sl.10. Prije početka Mediteranskih igara u Splitu 1979. godine lik djevojčice Pipi preoblikovan je u lik tinejdžerice (autora Ivica Jurića?!)

ćem tržištu do razine njegova poistovjećivanja s izvornim proizvodima „Dalmacijavina“.

Druga velika proizvodna uspješnica „Dalmacijavina“ jest piće također bez ikakvih korijena u tradiciji Dalmacije – narančada *Pipi*, nastala 1971. godine. Kao takvom, potpuno novom proizvodu, bio je otvoren put za slobodnu interpretaciju: od sastava i recepture samog pića do oblikovnih rješenja njegove ambalaže, etikete ili oglašivačke kampanje. Kao autor prve staklene bočice *Pipija* spominje se Ivica Jurić iz aranžerske službe marketinga „Dalmacijavina“, a za autora prve etikete *Pipija* bio je izabran profesor Drago Fridl iz srednje umjetničke škole iz Splita. Prije početka Mediteranskih igara u Splitu 1979. godine lik djevojčice Pipi preoblikovan je u lik tinejdžerice (autora Ivica Jurića?!). Tada je ta narančada postigla prodaju od 12 milijuna primjeraka, te je potpuno nadmašila baš za tu prigodu posebno osmišljeno i medijski iznimno podržavano bezalkoholno piće *Mediteran*.

Splitski filmski snimatelj Andrija Pivčević (1945. – 2019.) naknadno je, kao potpuno samostalni autor, iz idejnih kontura i motiva već snimljenoga reklamnog filma za Mediteranske igre u Splitu nekoliko puta tijekom novoga snimanja, prerađivanja i doradivanja za *Pipi* i „Dalmacijavino“ ostvario najzujbudljivije promidžbene TV scene ikada snimljene u Splitu. Mjesto radnje bila je splitska plaža Bačvice, u glavnoj ulozi pojavila se Ana Sasso, a godina je bila 1983.

Djelatnost i odlike privatne vinarije „Dalmacijavino Split“ d.o.o.

U vrijeme priprema izložbe *Majka grbava, dica lipa, unučad ma'nita: o lozi, grožđu i vinu* 2019. godine, korporacijski brand „Dalmacijavina“ i atributi njegovih pića već su bili redizajnirani kao proizvodi nove privatne vinarije „Dalmacijavino Split“ d.o.o. iz Drniša.

Prvi put su kao takvi predstavljeni na splitskome međunarodnom sajmu prehrane, pića, hotelijerstva i hotelske opreme GAST, održanome u ožujku 2017. godine. Reklamna agencija Imago Ogilvy u rebrandiranju „Dalmacijavina Split“ d.o.o. potpuno je promijenila grafički znak, odnosno logotip poduzeća od izvornog motiva i kontinuiteta stiliziranog boga Bakusa iz ranijih razdoblja – „pohrvaćenoga“ 1993. godine – u potpuno neočekivani *lajtmotiv* koji prikazuje dva galeba u letu. Dodan mu je i slogan *Pomalo od 1946.*, a promijenjen je i oblik boca.

No u središtu pozornosti ponovo se našla narančada *Pipi*, kojoj će poseban dizajnerski pečat dati ilustrator Mads Berg. Taj je danski primijenjeni umjetnik posebno angažiran za redizajn narančade *Pipi*, koja je tada stekla i vlastiti slogan ili moto *Boli me Pipi*. Tako se narančada *Pipi* još jedanput našla u prvom planu oglašivačkih kampanja nove privatne vinarije „Dalmacijavino Split“ d.o.o. iz Drniša i nametnula se kudikamo snažnije od njezinih temeljnih vinskih i drugih proizvodnih sadržaja.

U vrijeme trajanja izložbe od 12 prodavaonica matičnog poduzeća u Splitu, u jezgri grada radile su još samo dvije: prodavaonica *Prokurative* i *Ex. Cankarjeva*, dok je prodavaonica, također u samom središtu grada – Čulića *dvori*, bila već zatvorena, a njezin prostor prenamijenjen u studio-apartman. Tako je za izložbu *Majka grbava, dica lipa, unučad ma'nita: o lozi, grožđu i vinu* u preostalim matičnim prodavaonicama „Dalmacijavina“ u Splitu još bilo moguće zabilježiti njihov rad, kao i nabaviti pića u novoj ambalaži, što je za potrebe izložbe rado i učinjeno.

Izložba i njezina građa

Znatno je teže bilo za izložbu nabaviti stariju ambalažu ili – još teže – cjelovito sačuvan proizvod, jer je riječ o vrstama potrošnih proizvoda, pićima i pakiranjima masovne proizvodnje i jednokratne namjene. U vrlo kratkom vremenu ipak su nabavljeni neki stariji, originalni uzorci proizvodnog programa „Dalmacijavino“. Kao primjer ističemo jednu potpuno praznu litrenu staklenu bocu pića *Amaro 18* s očuvanom etiketom „Dalmacijavina“, zatim staklenu bocu *Mandarinette* volumena 0,75 l, koju je, na krilima uspjeha *Amara 18*, također prema licenci „Isolabelle“ iz Milana, proizvodilo i punilo „Dalmacijavino“. U potrazi za materijalnom građom posebno nas je razveselio pronalazak staklene litrene boce od desertnog vina – *prošeka Dioklecijan*, i to s ostatkom pića i talogom, a prema recepturi iz 1980. godine. Bila je to jedna od pozitivnih potvrda prava na osporavani lokalni naziv *prošek* s obzirom na talijanski pjenušac i njegov naziv *prosecco*. Također je pribavljeno i nekoliko „Dalvinovih“ žestica *brandyja*, vinjaka i muškarcima omiljenoga gorkog biljnog likera *Pelinkovca*. Neposredno iz prodaje nabavljeni su preostali stariji primjerci narančade *Pipi*, proizvedeni i distribuirani 2015. godine, te stolna vina kao što su *Šjor Bepo*, *Peristil* ili *Dalmatinac*, zadnji u redu po kvaliteti iz ponude vinskih proizvoda te vinarske tvrtke.

Kao ilustracija za izložbu i popratni tekst o osnivanju, razvoju i preobrazbama identiteta „Dalmacijavina“ korištena je javno dostupna (tiskana) promidžbena građa „Dalmacijavina“ iz 20. stoljeća, a za drugi dio izložbe poslužilo je redizajnirano gradivo reklamne agencije Imago Ogilvy, predstavljeno javnosti u ožujku 2017. godine.

Treći segment ilustracija čine terenske fotografije Etnografskog muzeja Split snimljene diljem Splita 2019. godine, u povodu izložbe o lozi, grožđu, vinu i „Dalmacijavini“. Snimljene su amaterski, tek kao fotografske bilješke o marketinškom trudu uloženom u *rebrandiranje* proizvoda nove privatne vinarije „Dalmacijavino Split“ d.o.o. iz Drniša. Snimljen je i objavljen prostorni obuhvat, eksterijer i interijer „Dalvinova“ pogona na Stinicama, koji je još tada radio u proizvodnoj djelatnosti punionice s vrlo malim brojem radnika. Zabilježeni su i eksterijeri, interijeri i ponudeni asortiman proizvoda u matičnim



sl.11.-12. Rebrandiranjem „Dalmacijavina Split etiketa narančade „Pipi“ promijenjena je po treći put; autor novog dizna etikete je danski dizajner autor Mads Berg, oko 2017.rr

sl.13.-15. S otvorenja zložbe „Majka grbava, dica lipa, unučad ma'nita: o lozi, grožđu i vinu“, Etnografski muzej Split, 2019.



prodavaonicama „Dalmacijavina“ u središtu Splita.

Nakon samo šest godina od realizacije izložbe od svega tada zabilježenoga malo je toga do danas ostalo.

Krajnji ishod

Na položaju Stinice-Pijati, u gospodarskoj priobalnoj zoni grada Splita – u Sjevernoj luci – ostalo je 56 000 m² zemljišnog prostora koji, rekli bismo, čeka urbanističku prenamjenu.

Ostala je i zgrada proizvodnog pogona „Dalmacijavina“ na adresi Stinice 59, građena kao tvornica bezalkoholnih i žestokih alkoholnih pića te korporacije. U vrijeme izložbe još je djelovala u sastavu prehrambene industrije kao punionica „Dalmacijavina Split“ d.o.o. iz Drniša. U međuvremenu je njezin interijer preuređen i prenamijenjen u multifunkcionalnu dvoranu te je u njoj 31. kolovoza 2024. otvoren glazbeni (noćni) klub „Porat“, gdje se glazba susreće s morem.

Svi matični prostori prodavaonica „Dalmacijavina“ prenamijenjeni su ili napušteni i zapušteni. Također je zapuštena zaštićena zgrada doradivačke vinarije „Dalmacijavina“ u gradskom sjecištu putničkog prometa Splita, u splitskoj luci. Toliko zapuštena zgrada arhitekta Stanka Fabrisa više služi kao poruga turističkom gradu, a manje kao njegova važna industrijska baština 20. stoljeća, osobito ne kao njegova turistička atrakcija.

Iza nekad prepoznatljivoga splitskog gospodarskog brenda – statusne tvornice grada Splita za proizvodnju širokog asortimana alkoholnih i bezalkoholnih pića „Dalmacijavina“ (nasljedno i „Dalmacijavina“ d.d., „Dalmacijavina“ d.d. u stečaju i „Dalmacijavina Split“ d.o.o. iz Drniša), tek kao zaostala pojava iz prošlosti ostala je samo narančada Pipi. Ona se još proizvodi, puni i distribuira, ali u pivovari tvrtke OŠTRC d.o.o. Marinka Zadre u Grudama, u Hercegovini, pa pripadnici mlađe generacije teško prepoznaju Split kao njezino prvotno ishodište.

