



SLAVLJE KUTJEVA d.d. i BADELA 1862

Priredio MARTIN KLETARIĆ • Snimio MARKO ČOLIĆ

Google prevoditelj / translator: http://translate.google.com/translate_t

ŽELI LI IMATI PAŽNJE i POŠTOVANJA VRIJEDNU PRIREDBU POSVEĆENU VINU i GASTRONOMIJI, ZAGREBAČKI VELESAJAM MORAO BI SE U OSMIŠLJAVANJU i REALIZACIJI DOGAĐANJA i NAROČITO U ANIMACIJI IZLAGAČA i PUBLIKE POSTAVITI PODUZETNIJE, ENERGIČNIJE, INVENTIVNIJE

U odnosu na priredbu Zagreb Wine & Gourmet festival 2011 održanu mjesec dana prije u neposrednom susjedstvu, u Muzeju suvremene umjetnosti u Zagrebu, cijena ulaznice za posjet međunarodnom sajmu vina Vinovita 2011 te sajmovima s istim terminom InGa 2011, Hotel & Gastroteh i Cro Tour 2011 na Zagrebačkom velesajmu bila je nešto više od sedam puta niža (20 kuna), a u odnosu na cijenu ulaznice za međunarodni festival vina i gastronomije Zagreb VINO.

com 2010 krajem studenoga u zagrebačkoj Esplanadi pet puta niža. Međutim, dok je posjet spomenutim eno-gastro festivalima i unatoč općenito za naše pojmove visokoj cijeni bio vrlo velik a doimalo se da su posjetitelji bili, što se kaže, kvalitetni, dakle oni koje vino i gastronomija zanimaju i koji su u mogućnosti i voljni potrošiti za dobru ponudu, odziv publike na Vinoviti i ove je godine, na žalost, bio slab, a profil po poslovnoj zanimljivosti za izlagače upitan. Dobar dio i te male publike

činili su mladići i djevojke školarci-studenti, vjerojatno iz ugostiteljskih i turističkih učilišta što su valjda došli organizirano preko škole odnosno fakulteta, na koje ponuđači vina mogu računati u poslovnom smislu tek kasnije, ako i kad završe školovanje i zaposle se u struci, dok su dio publike činile starije osobe-umirovljenici, namjernici kojima nije bilo važno što će kušati nego im je bilo važno da se nešto popije, po mogućnosti u skladu s vlastitim afinitetima i na razini

SVIJET u ČAŠI na VINOVI



Stalaža A Little Piece of Croatia, projekt nastao u suradnji Svijeta u čaši, MAM-VIN-a i Hand Studia iz Zagreba



Na našem štandu: prezentacija sira i vina hrvatskih sjevera i juga. O sirevima pred publikom u kojoj je bilo i dosta kuhara priča stručnjakinja Maja Bator

suhomesnate delikatese kao samoborska salama, slavonski kulen, istarski i dalmatinski pršut, prerađevine od ribe i plodova mora, tartuf i prerađevine od njega kao i prerađevine (namazi, umaci) od drugih gljiva, domaći džemovi od šumskog voća, vina, jaka pića... te o stalaži pratećem elektroničkom uređaju s prilično velikim ekranom na kojemu je prikazana spomenuta stalaža s proizvodima što se prezentiraju, klikom mišem na proizvod za koji postoji zanimanje na ekranu se pojave, likovno i tekstom, detalji što pojašnjavaju o kakvom se točno artiklu radi, odakle je porijeklom i kako je proizveden, tko je proizvođač, u kakvom se artiklu pakiranju nudi, kolika je, okvirno, cijena... Ovaj model našeg promocijskog kompleta prikazan je na Vinoviti kao prototip, namjera je pokrenuti njegovu proizvodnju kako bi ga i druge tvrtke mogle koristiti u turističkoj sezoni pred strancima kod nas odnosno u tijeku godine na raznim turističkim, prehrambenim i vinskim sajmovima vani ■



Nakon dugo vremena, u javnosti se pojavila PZ Orahovica iz Orahovice, koja je nedavno dobila novog vlasnika, informatičku kuću s vrlo mladim vlasnikom. Enologinja Zrinka Vinković Jergović i Zoran Umičević, voditelj prodaje, rado su se pohvalili zlatnom medaljom osvojenom na ocjenjivanju na Vinoviti 2011 a za Zeleni silvanac 2002 izbornu berbu bobica. PP Orahovica inače ima namjeru krenuti i u tržišnu produkciju pjenušaca klasičnom metodom, s pokusnom šampanjizacijom startala je 2007 (zeleni silvanac, chardonnay, bijeli pinot), novi vlasnik zadovoljan je i sklon je nastavku proizvodnje za pravo

bijelo odnosno crno vino.

Od promjena nabolje u odnosu na Vinovite u posljednjim godinama a vezane su uz ono što daje organizator, kuća Zagrebački velesajam, moguće je navesti tek nešto ljepše uređeni *sirovi prostor*, konkretno pod sav prekriven tapisonima u dobroj kondiciji i žive boje koji su podizali ambijent u paviljonu, te uvedenu mogućnost i izravno kupnje butelja na sajmu. Od onoga što je bilo bolje a nije osnovna zasluga organizatora valja spomenuti povratak na sajam koncerna Akrokor sa svojim podrumima - Agrolagunom,



O profilu publike, ako i nije istina - izmišljeno je inventivno i s razlogom: Mario Cotić, koji je na štandu Poljoopskrba pomagao ocu Brunu, zastupniku niza najpoznatijih svjetskih proizvođača opreme, rekao nam je da je neki ozbiljniji gospodin upirući prstom na ovu malenu pneumatsku prešu Vaslin/Bucher upitao je li to, možda, uređaj za pečenje janjetine ili odojka na ražnju za kućnu uporabu, zatvoren da ne dimi i ne prlja uokolo, a Cotić junior snašao se pa je odgovorio da jeste i da je kadica ispod stavljena da se u nju cijedi mast od pečenja...

Beljem, Iločkim podrumima, Istravinom, Mladinom. Od onoga pak što je dobra konstanta može se ukazati na nevjerovatnu vjernost Vinoviti nekih naših renomiranijih vinskih kuća na izlagačkim podijima kojih smo u posljednjim godinama dosta slušali rogoborenje na slab posjet sajmu i najave da više neće dolaziti jer to nema smisla, preveliki je trošak za ništavan ili maleni poslovni efekt - ali su ipak došle...

Za sajam do kojega će se držati trebala bi biti nazočna i neka od atraktivnih imena i u punom angažmanu, kao **Krauthakera, Plenkovića, Roxanicha, Matoševića, Kozlovića, Tomca, Koraka, Gracina, Claija, Coronike, Degrossija** odavde te barem ponekog inozemnog imena. Zanimljivih imena iz Slovenije primjerice **Movije, Simčiča, Ščureka, Batiča, Isteniča, Steyera, Sutora, Prusa, Kupljena, Čurina** što inače i te



Novo ime na domaćoj vinskoj sceni je Senjković. Obitelj je iz Milne na Braču, vinograd je s osam hektara i s 35.000 loza, nalazi se na kamenitom tlu na visoravni Sibena njiva na 350 metara nadmorske visine, sorte su Plavac mali kao najzastupljeniji, Syrah (4000 loza) i Cabernet sauvignon (6000 loza), plan je u konačnici dosegnuti oko 50.000 trsova. Podrum je u Dračevici. Vinom se bave tata Tonči i braća Saša (na slici) i Lari Senjković, strukovnu pomoć pruža zagrebački Vinolab na čelu s enologom Leom Gracinom.



U sklopu sajma InGa bila su natjecanja mladih hrvatskih kuhara i 10 najboljih kuhara po rang listi Hrvatskog kuharskog saveza za 2010. godinu. Pobjednik u kategoriji mladih bio je Franjo Copak iz Varaždina, drugi Stjepan Franjić iz Bošnjaka, a treći Krešimir Čimaš iz Zagreba. Kod Top-10 pobijedio je Tomislav Karamarko iz Zadra, slijede Dean Todorović iz Primoštena i Grozdana Bohorč iz Ludbrega.



Poslovni klub Vinovite o brendiranju Vinske Hrvatske: uz dr. Christiana Jaboreka od naših su govorili Vinko Milat, Đuro Horvat i Ivica Matošević

kako reflektiraju na ovo tržište, nije bilo, od naših zapadnih susjeda pojavili su se tek KZ Metlika i KZ Krško, i to vrlo vjerojatno i stoga što za svoje promotivne nastupe prema *trećim tržištima* imaju mogućnost ostvariti pomoć iz određenih fondova EU.

Zašto tolika indolencija?

Četiri međunarodna sajma – Vinovita, InGa, Hotel & Gastroteh i CroTour - okupila su u trima paviljonima na prostoru Zagrebačkog velesajma 525 izlagača i sudionika iz 28 zemalja. Uz izlagčki dio bilo je i nekih popratnih akcija, primjerice konferencija industrije zdravstvenog turizma, prezentacije *Najbolje u Hrvatskoj – izabrali građani, Zagreb kakvog ne poznajete i Zagreb za mlade*, degustacija pekarskih i slastičarskih proizvoda, izložba *Zatne ruke*, natjecanje 10 najboljih kuhara Hrvatskog kuharskog saveza, kuharski show *Masterchef* Nove TV, forum *HACCP u ugostiteljskoj praksi*.

Što se tiče Vinovite 2011, 16. po redu, najavljene kao *središnje mjesto okupljanja vinara u regiji...*, ona je obuhvatila, uz klasično izlaganje, još i međunarodno ocjenjivanje vina – organizator se pohvalio pokroviteljstvom OIV-a i naveo je da su *nagrade osvojene na tom ocjenjivanju garancija za bolji plasman vina na tržištu a ocjene su mjerodavne u zemlji i priznate u svijetu (!!!)*, pa izbor i proglašenje najboljeg mladog hrvatskog vinara za 2010., Poslovni klub Vinovite s temom *Brendiranje Hrvatske kao vinske regije i problematika izvoza vina*, uz sudjelovanje dr. **Christiana Jaboreka** iz austrijskog ministarstva, dr. **Vinka Milata** iz Ministarstva poljoprivrede RH, **Đuro Horvata** direktora AgrokorVina i predsjednika Udruženja vinarstva pri HGK, dr. **Ivice Matoševića**, vinara iz Istre i predsjednika udruge Vinistra. Najavljen na pressici vezanoj uz ove sajmove da je pozvan da se *kao neovisni novinar* svojim komentarima pridruži govornicima na podiju, **Davor Butković** iz Jutarnjeg lista nije se pojavio na ovom Poslovnom klubu.

Nakon što je dr. Jaborek govorio o putu Austrije od velikog vinskog skandala, koji je u osamdesetima austrijskoj vinskoj branši prijetio i krahom, do današnje visoke reputacije austrijskog vina na međunarodnom tržištu, i rekao da je po ulasku Austrije u EU bilo strahovanja da će pojačani uvoz kapljice pomesti austrijsko vino, pa dodao kako Austrija, koja je odlučila izmijeniti apelacijske oznake germanskog tipa s onima romanskoga tipa gdje se u prvi plan gura toponim, naziv a ne sorta jer nju se može zasadi svuda, danas izvozi oko 50 posto svoje produkcije, konkretno koliko uveze vina, toliko ga i izveze, na Poslovnom klubu o brendiranju vinske Hrvatske maltene je već i *do bóla* korišten izraz brendiranje, a da on iz ustiju naših govornika – osim donekle u istupu dr. Matoševića kad je naglasio važnost tijesne veze između vina i teritorija te važnost dobre organiziranosti lokalnih proizvođača i kao primjer spomenuo udruhu Vinistra - nije potkrijepljen konkretnim objašnjenjem o tome kako se razmišlja o provedbi tog našeg *brendiranja* i što se konkretno poduzima... 🍷

(nastavak na str.42)