

## SLAVONIJA

# NOVI VJETROVI ZA KAPLJICU LIJEPE NAŠE (?)

Priredio ŽELIMIR LOZICA  
Snimio MARKO ČOLIĆ



Kutjevački vinari  
udruge vinara i vinogradara

GRAŠEVINU KANIMO USTOLIČITI KAO KRALJICU VINA i NJOME ŽELIMO PROMOVIRATI CIJELI KUTJEVAČKI KRAJ, kaže Vlado Krauthaker

**V**lado Krauthaker već godinama je jedna od najeskoniranijih ličnosti na hrvatskoj vinskoj pozornici. Osobito uspješno vodi svoj podrum, vina su mu vrlo tražena u Hrvatskoj a određenu količinu ih i izvozi, ali on uvelike vuče i za druge i za cijeli svoj kraj, nesebično pomaže gdje stigne a silno se trsi ujediniti proizvođače u snažnu udruhu *Kutjevački vinari* kako bi se sinergijski od graševine s područja Kutjeva realizirala snažna robna marka Graševina Kutjevo, na korist ne samo lokalnih proizvođača vina nego i cijeloga kutjevačkog teritorija.

- Želja nam je maksimalno ispromovirati kutjevački kraj kroz našu najjaču moguću marku a riječ je o graševini iz vinogorja Kutjevo. S obzirom na to da graševina nažalost još i danas ima stanovito negativno nasljeđe naime dugo je bila sinonimom za vino prosječne pa i slabije kvalitete, jedan od naših najvažnijih ciljeva je da što prije pokažemo i dokažemo da kutjevačka graševina zaista može biti vino iznimne kvalitete



Vlado Krauthaker: Sad, nakon što smo značajno uznapredovali s kakvoćom vina, moramo se ozbiljno posvetiti i marketingu!

odnosno da može trajno sjati kao *kraljica hrvatskih vina* - veli Vlado Krauthaker, predsjednik udruge *Kutjevački vinari*.

Krauthaker se dosta zalaže i za realizaciju boljeg marketinga općenito hrvatskoga vina, često je naime bilo kao izlagač bilo kao posjetitelj prisutan na raznim međunarodnim sajmovima vina gdje se lijepo zapaža da Hrvatsku vani ne poznaju u dovoljnoj mjeri i kao vinsku zemlju, a kad posjetitelji zastanu na našem štandu da nešto kušaju redovito su, barem u ovih posljednjih nekoliko godina, vrlo ugodno iznenađeni s vinima, znači potvrđuje se da potencijal za uspjeh i na inozemnom tržištu imamo, međutim nedovoljno ga i neznalački komuniciramo, pa ga time i slabo valoriziramo.

- Hrvatska je u najnovije vrijeme silno napredovala kakvoćom vina, a, srećom, počeli smo u nešto većem opsegu sada i izlaziti s vinima i u druge sredine, i eto vidi se kako se ta hrabrost i isplatala: naosvajali smo se već mnogo medalja

visokoga sjaja na brojnim i najrenomiranijim svjetskim vrednovanjima plemenite kapljice, to nam je svakako donijelo stanoviti, pozitivni publicitet. Uz bijela vina Lijepe naše, posebno se iskazuju i crna, ali iz kontinentalnoga dijela zemlje, čudi me što Dalmacija, koja ima bolje uvjete upravo za crnjake, ne radi još dovoljno na njima. Malo-pomalo dakle zatvaramo krug, ali daleko smo još od toga da se on i kako treba zatvori, naime nakon što smo proizveli dobra vina i nakon što smo izašli s njima pred svijet pa eto i nakon što nam je svijet za njih i odao priznanje sada treba vino i plasirati, i to što je moguće na unosniji način. A to je i najteži dio posla, jer ponuda kapljice na tržištu ogromna je i proizvođač/ponuđač se treba i te kako potruditi te oznojiti, možda i više nego u vinogradu, da navede potrošača da se odluči baš za njegovo vino.

Proizvodnja vina u Hrvatskoj u posljednje je vrijeme osjetno porasla u količini jer su *nadošli* novi vinogradi, s druge strane i uvoz je golem, i to situaciju na domaćem tržištu čini vrlo delikatnom, treba zaista znati plivati u svemu ovome, a jedan od izlaza svakako nam je i pokušati se nametnuti vani, dodaje Krauthaker.

- Nemam ništa protiv uvoza u Hrvatsku kvalitetnoga vina u butelji, staviše takav nam je uvoz i dobrodošao jer obogaćuje ponudu u našim vinotekama i jer nama vinarima omogućava da se i na kućnome pragu usporedimo s kvalitetom i s cijenama stranih vina, nije tajna da je s tržišnog aspekta vrlo važno vidjeti što čini konkurencija. Ono što koči Hrvatsku to je silan uvoz rinfuznog jeftinoga vina, koji nikako ne ide na ruku razvoju hrvatskog vinogradarstva, a put ka boljitku usporava svakako i aktualna vrlo izražena nevoljkost proizvođača da se interesno udružuju i stvaraju poslovna tijela te time i odgovarajuću organiziranost cijele branše. Za vinsku Hrvatsku stanoviti su problem i sadašnje cijene vinu, naime u velikom broju slučajeva previsoke su za ono što se nudi u boci, a iz inozemnoga kuta gledanja i na poznatost odnosno reputaciju proizvođača i vinogorja. Nije nelogično da se potrošač u našoj zemlji, posebice u vremenu ekonomske krize, okrene solidnome a cjenovno povoljnijem proizvodu iz uvoza, odnosno da inozemni konzument koji ima još i veći izbor etiketa u raznim razredima kakvoće i cijene, ne razmišlja o hrvatskome vinu. Moje opažanje s tržišnog aspekta ide i u područje proizvodnje, naime hrvatski bi proizvođači vina morali malo više pripaziti na rad u vinogradu i na datume

berbe, jer u novije vrijeme hrvatska su vina s dosta višim pa mogu reći i s previsokim stupnjem alkohola, a na vanjskom tržištu u cjenovnom razredu između tri i šest eura, gdje mi u ovome trenutku imamo najviše izgleda, traže se nižealkoholna vina s dosta izraženima svježinom i voćnosti - komentira situaciju Krauthaker.

## Napokon zainteresiranije i državne strukture

Vlado Krauthaker nakon osvojenih 27 trofeja za Hrvatsku na najvećem svjetskom ocjenjivanju vina - onome u organizaciji britanske vinske revije Decanter, te nakon nastupa Hrvatske na međunarodnom vinskom sajmu London International Wine Trade Fair kao i nakon uspješne dodatne prezentacije posebno hrvatskih vina za trgovce, restoraterere i novinare u elitnom londonskome hotelu, nada se da bi se u segmentu plasmana vina Lijepe naše stvari trebale uskoro prilično poboljšati, naravno ako se uloži određeni dodatni napor u promidžbu.

- Marketing vina u Hrvatskoj šepa, kako na razini proizvođača kao pojedinaca tako i na nacionalnoj razini. Ima, doduše, određenih pokušaja i pozitivnih pomaka, meni se, kad govorim o pojedincima, osobito sviđjelo kako se u Londonu prezentirala kuća Roxanich, **Mladen Rožanić** svakako je pokazao lijep pozitivni pomak u marketingu. Općenito, mi nemamo dovoljno kvalitetnih promo-materijala, a u Hrvatskoj nedostaju i kvalitetne agencije za promociju specijalizirane za vino. Na domaćem planu valjalo bi nam svakako više raditi na edukaciji potrošača, jer što će potrošač biti upućeniji bit će i kvalitetniji kao kupac. Za nastupe, posebice one vani, moramo se pripremati znatno studioznije, moramo jače isticati ono što je tipično i prepoznatljivo za Hrvatsku, za pojedino vinogorje i za svakoga od nas kao proizvođača posebno. U svemu je svakako

bitna potpora države, ona bi morala pružiti određenu infrastrukturu bez koje smo bili do sada, a to je, među ostalime, svakako i to da Hrvatsku kako treba reklamira kao zemlju vina, i to dobroga vina. Napokon su, moram reći i nakon učestalih vapaja od strane mojega kolege **Ivice Matoševića** kao proizvođača vina i predsjednika udruge Vinistra iz Istre, i mene kao aktualnog predsjednika udruge *Kutjevački vinari* i kao nekadašnjeg predsjednika udruge individualnih proizvođača vina Hrvatske *Vinum Croaticum*, odgovarajuće strukture u državi shvatile koliko je vino značajan proizvod u gospodarskome smislu i za cijelu zemlju. Ministarstvo poljoprivrede RH i Ministarstvo turizma RH, Hrvatska gospodarska komora, Turistička zajednica Hrvatske počinju, najavljuje, s novom politikom prema vinu, konkretno



U ovome trenutku hrvatsko vino u inozemstvu ima najviše šansi za dobar plasman u cjenovnoj kategoriji od tri do šest eura, iznio je svoje zapažanje Vlado Krauthaker

kreće se jače u promidžbu vina kao jednog od važnih gospodarskih aduta Hrvatske a kroz to i u promidžbu Hrvatske općenito.

A kako se on, koji već ima tri svoja vina na engleskome tržištu – Graševinu Mitrovac, Chardonnay Rosenberg i Graševinu izbornu berbu prosušanih bobica, organizirao na vlastitom posjedu, odnosno kako stvari stoje s udrugom *Kutjevački vinari* čiji je osnutak inicirao i kojim je na čelu?

- Radi učvršćenja pozicije na tržištu i



Najbolja vina A-kvalitativnog i cjenovnog razreda usmjeravati maksimalno prema ugostiteljstvu, a ona tzv. druga vina, iz B-grupe neka budu u široj maloprodaji, veli Krauthaker, na slici (lijevo) s uspješnim bračkim ugostiteljem Stankom Marinkovićem (posve desno) iz Bola i sa svojim kolegom te dopredsjednikom udruge Kutjevački vinari Robertom Čamakom

eventualnog poboljšanja pozicije poduzeo sam u najnovije vrijeme sljedeće korake: pojačao sam pažnju u vinogradu, provodim bolje i još strože ciljane selekcije grožđa za pojedine proizvode, formirao sam dvije kvalitativne i cjenovne linije vina, gornja i skuplja A-linija je s oznakama kao i do sada, a jeftinija B-linija je, također s vinom npr. od sorata Graševina, Pinot sivi, Sauvignon, pa rosé cuvée, crveni cuvée, sa zajedničkom oznakom *45 paralela*. Vina iz A-linije nastojim u što većoj mjeri usmjeriti prema ugostiteljstvu i samo prema prodavaonicama strogo specijaliziranim za vino, dok *45 paralela* treba biti prisutna svuda, namijenjena je široj publici. Neka vina proizvedena u manjoj količini a iz mojih pokusnih nasada u kojima imam 37 različitih sorata ovisno o kakvoći berbe te godine punit ću u posebne boce tako da budu na svoj način ekskluzivna, i tako će i ići na tržište. Vrlo zgodna su mi punjenja nekih ekstra-vina u magnume. Vino *Zajedno 2006* kreirano sa **Svijetom u čaši** i punjeno upravo u magnume izazvalo je već veliko zanimanje u javnosti kako stoga što je dio magnuma namijenjen izravno humanitarnoj aukciji, tako i stoga što je ovdje riječ o mješavini sorata a mi smo očito zaboravili na takve kreacije i uglavnom punimo samo jednosortna vina, te i stoga što je s tim vinom uveden i u nas poseban oblik prodaje, konkretno pretprodaja, kako to npr. rade u bordoškome kraju. Nekim svojim vinima snizio sam cijenu, zatim, dao sam tiskati nove, modernije i sadržajnije promotivne materijale, sudjelujem na značajnijim sajmovima, svakako onima za koje znam da privlače za nas proizvođače zanimljivu publiku, povremeno radim posebno prezentacije i degustacije novih vina, evo jedna, s degustacijom vina iz 2009. a koja su krenula na tržište, za novinare


i vinske trgovce ali i za neke krajnje potrošače održana je baš nedavno u Zagrebu u lijepo uređenom restoranu Maksimir na ulazu u park Maksimir. Gdje-god idem nastojim što više propagirati i cijelo Kutjevačko vinogorje i grad Kutjevo kao moguću pozornicu za atraktivna vinska-turistička događanja u tijeku godine.

Posebice se to odnosi na Vincelovo u siječnju i na Festival

graševine u lipnju.

- Kako smo i zamislili, svake druge godine bit će i **Međunarodni festival Graševine**, ove godine imali smo nastupe samo domaćih proizvođača a sudjelovanje i stranaca s graševinom pripremamo za 2011. Uspjeli smo konačno za takvu priredbu zainteresirati Grad Kutjevo i Požeško-slavonsku županiju, da nam pomognu pokroviteljstvom, priličan je broj sponzora u igri, tako da mislim da će sljedeća priredba biti doista na visokom nivou. Od nje moramo učiniti zaista pravu

turističku manifestaciju. Što se tiče udruge *Kutjevački vinari*, na putu smo da konačno uvedemo najavljivanu markicu kvalitete za stilski ujednačena i prepoznatljiva vina od ovdašnje graševine. Zasad je, inače, riječ tek desetak posto od ukupne produkcije graševine u Kutjevačkom vinogorju što konkurrira za markicu, ali nadam se da će broj kandidata brzo rasti. Po Pravilniku o marki Graševina Kutjevo markicu može dobiti graševina koja na ocjenjivanju strukovnog povjerenstva Zavoda za vinogradarstvo i vinarstvo Hrvatskog centra za poljoprivredu, hranu i selo što kuša vina da bi mogla dobiti dozvolu za izlazak na tržište osvoji naziv vrhunsko i koja na ocjenjivanjima vina Požeško-slavonske županije i za Festival graševine osvoji zlato...

Krauthaker napominje da je udruga *Kutjevački vinari*, koja broji 78 članova i koja je otvorila dobro opremljeni laboratorij za analitiku vina i kupila pokretnu punionicu vina, radi unaprjeđenja kakvoće vina i radi prikladnijeg izlaska pred kupce organizirala već niz strukovnih tečajeva vezanih uz proizvodnju vina, kušanje i ocjenjivanje vina kao i uz sljubljanje vina s jelom i posluživanje vina, ali vezano i uz suvremeni marketing vina, a organizirala je i studijska putovanja za svoje članove po Hrvatskoj i inozemstvu, da se vidi kako razmišljaju i rade drugi te da se neka dobra iskustva prenesu u Kutjevo i prilagode tamošnjim uvjetima... 

**SVIJET U ČAŠI**

**ZAJEDNO 2006**

1,5 lit • vrhunsko suho crno • 13,5 vol%

**ZLATNA MEDALJA**  
Emozioni dal Mondo Bergamo

**U PRODAJI!**  
Vinogradarstvo-podrumarstvo **KRAUTHAKER**,  
34340 Kutjevo, ulica Ivana Jambrovića 6,  
tel.: 00385 (0)34 315 000, fax.: 00385 (0)34 315 001,  
e-mail: vlado.krauthaker1@po.t-com.hr  
vlado@krauthaker.hr

**Redakcija SVIJET u ČAŠI, MAM-VIN d.o.o.,**  
10000 Zagreb, Selska cesta 41,  
tel.: 00385 (0)1 3643 933, fax.: 00385 (0)1 3637 944,  
e-mail: mam-vin@zg.t-com.hr