

# ULOGA SOMMELIERA U VINSKOJ KULTURI

---

**Bižić, Filip**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Polytechnic of Šibenik / Veleučilište u Šibeniku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:389487>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-24**

*Repository / Repozitorij:*

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova  
Veleučilišta u Šibeniku](#)



**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU**  
**ODJEL MENADŽMENTA**  
**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT**

**Filip Bižić**

**ULOGA SOMMELIERA U VINSKOJ KULTURI**

**Završni rad**

**Šibenik, 2020.**

**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU**  
**ODJEL MENADŽMENTA**  
**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ MENADŽMENT**

**ULOGA SOMMELIERA U VINSKOJ KULTURI**

**Završni rad**

**Kolegij:** Informacijske tehnologije i zaštita okoliša

**Mentor:** mr. sc. Tanja Radić Lakoš, v. pred.

**Student:** Filip Bižić

**Broj indeksa:** 1219051925

**Šibenik, srpanj 2020.**

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>1</b>
1.1. Svrha rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja.....	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
<b>2. VINO I VINSKO TRŽIŠTE.....</b>	<b>3</b>
2.1. Vinska povijest .....	3
2.2. Proizvodnja vina.....	7
2.2.1. <i>Terroir</i> .....	8
2.2.2. <i>Vinifikacija</i> .....	9
2.3 Vinsko tržište i informatizacija vinske priče .....	13
2.3.1. <i>Terravin</i> .....	14
2.3.2. <i>CRO-wine</i> .....	16
<b>3. OSNOVE SLJUBLJIVANJA HRANE I VINA I ETNOTURIZAM .....</b>	<b>18</b>
3.1. Hrana i vino .....	19
3.2. Etnoturizam u Europi i Republici Hrvatskoj .....	24
<b>4. SOMMELIER I OBVEZE SOMMELIERA U RESTORATERSTVU .....</b>	<b>26</b>
4.1. Kroz povijest .....	26
4.2. Sommelier u turizmu .....	27
4.3. Obveze sommeliera u restoraterstvu .....	29
4.3.1. <i>Nabava i skladištenje vina</i> .....	30
4.3.2. <i>Odležavanje vina</i> .....	31
4.3.3. <i>Izrada vinske karte</i> .....	32
<b>5. IMPLEMENTACIJA SOMMELIERA U HRVATSKIM RESTORANIMA .....</b>	<b>36</b>
5.1. Sommelier u <i>fine dining</i> -u .....	36
5.2. Sommelierska scena u hrvatskim restoranima.....	38
<b>6. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>42</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>43</b>
<b>POPIS SLIKA.....</b>	<b>45</b>
<b>POPIS TABLICA .....</b>	<b>45</b>

Veleučilište u Šibeniku

Završni rad

Odjel Menadžmenta

Preddiplomski stručni studij Menadžment

## **ULOGA SOMMELIERA U VINSKOJ KULTURI**

FILIP BIŽIĆ

Krste Frankopana 2, Hrvatska Kostajnica, filip.bizic@hotmail.com

Ugostiteljstvo se počelo razvijati odavno, ali se oblik ugostiteljstva onda i danas razlikuje u svim komponentama svoje biti. Modernizacija i globalizacija, razvoj tehnologije i sva otkrića modernog doba potaknula su ubrzan razvoj turizma koji se temelji na ugostiteljskoj djelatnosti čime ugostiteljstvo postaje jednom od perspektivnijih djelatnosti današnjeg gospodarstva. Današnji trend ugostiteljstva je pružanje gostu jedinstveno i personalizirano iskustvo, a autohtona vina i popratni proizvodi i usluge mogu dati kvalitetan i prepoznatljiv imidž destinaciji. Za sljubljivanje jela s vinom i pružanje potpunog enogastronomskog ugođaja zadužen je sommelier. Sommelier je stručna osoba koja posjeduje širok spektar znanja i vještina i čije zanimanje zahtjeva njihovu kontinuiranu nadogradnju. Funkcije modernog sommeliera veoma su opsežnije i složenije nego što su bile prije u prošlosti i konstantno se razvijaju još i više.

(44 stranica / 16 slika / 1 tablica / 27 literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u: Knjižnici Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: *ugostiteljstvo, modernizacija, turizam, sommelier*

Mentor: mr. sc. Tanja Radić Lakoš, v. pred.

Rad je prihvaćen za obranu:

## BASIC DOCUMENTATION CARD

---

Polytechnic of Šibenik

Final paper

Department of Management

Professional Undergraduate Studies of Management

### **SOMMELIER'S ROLE IN THE WINE CULTURE**

FILIP BIŽIĆ

Krste Frankopana 2, Hrvatska Kostajnica, filip.bizic@hotmail.com

Catering started to develop long time ago, but the form of catering today is different in all of components of its bit. Modernization and globalization, technology's development and all of discoveries encouraged hurriedly development of tourism what are based on catering activity whereby catering become one of the more perspective activity of present economy. Present trend of catering is to offer unique and personalized experience for guest and autochthonous wines and covering products and services can provide quality and recognized image to the destination. Sommelier is owing for the kerning food with wine and providing of full enogastronomy atmosphere. Sommelier is a competent person who has wide spectra of knowledge and skills and its career require their continuous upgrade. Functions of modern sommelier are more comprehensive and more complex than in the past and they developed more and more constantly.

(44 pages / 16 pictures / 1 table / 27 references / original in Croatian language)

Paper deposited in: Library of Polytechnic in Šibenik

Keywords: *catering, modernization, tourism, sommelier*

Supervisor: Tanja Radić Lakoš, MSc, senior lecturer

Paper accepted:

# 1. UVOD

Pojam sommeliera u prošlosti je označavao osobu koja se brine o životinjama za vuču kola s hranom i pićem, a s vremenom je evoluirao i danas se, u najširem smislu, sommelierom smatra osoba koja u ugostiteljstvu ispunjava sve zahtjeve gostiju, ponajprije one vezane uz vino i druga pića. Iako se sommelieri u današnje vrijeme sve više prepoznaju kao vinski stručnjaci nužni u svakom ugostiteljskom objektu koji drže do sebe, još uvijek ih se ne smatra obaveznim i podrazumijevajućim dijelom osoblja. Stoga je širenje svjesnosti o potrebitosti i korisnosti sommelierskog posla sastavni dio često spominjane potrebe povećanja kvalitete i razine usluga u domaćem ugostiteljstvu i turizmu općenito. Danas je vinska kultura u Republici Hrvatskoj na mnogo većoj razini nego što je bila prije petnaestak godina kada su se počeli baviti ovim poslom.

Sommelier je vinski stjuard ili obučeni vinski profesionalac koji se obično nalazi u dobrim restoranima i ugostiteljstvu. Sommelieri znaju koja vina u restoranu posjeduju i imaju ulogu pomoći gostu pronaći pravo vino za njihov obrok ili priliku. Obrazovanje sommeliera obično je akreditirano od strane profesionalnih organizacija poput suda učitelja sommeliera ili udruženja za obrazovanje vina i duha. Iako u Republici Hrvatskoj još nije toliko razvijeno, sommelierstvo se godinama sve jače i više razvija te postaje sve popularnija i traženija struka.

## 1.1. Svrha rada

Svrha ovoga rada je prikazati ulogu sommeliera u vinskoj kulturi. Kroz rad će se opisati vinska povijest, proces proizvodnje vina te vinsko tržište. Najveći se naglasak daje na sommeliera, tj. sami pojam, njegove obveze i uloga u restoraterstvu. Također, moglo bi se reći, najvažnija svrha ovoga rada jest prikaz implementacije sommeliera u hrvatskim restoranima.

## **1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja**

Izvori podataka prikupljeni su sekundarnim istraživanjem, tj. putem knjiga, znanstvenih i stručnih radova te baze Interneta, kao i intervjua. Prilikom istraživanja za ovaj rad koristit će se sljedeće znanstvene metode:

- ✓ induktivna metoda (na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi se do općih zaključaka),
- ✓ deduktivna metoda (iz općih sudova izvode se posebni i pojedinačni zaključci),
- ✓ metoda analize (rašćlanjivanje složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente),
- ✓ metoda sinteze (postupak spajanja jednostavnih tvorevina u složene zaključke),
- ✓ metoda dokazivanja (utvrđivanje točnosti neke spoznaje),
- ✓ metoda klasifikacije (sistematska podjela općeg pojma na posebne pojmove),
- ✓ metoda deskripcije (jednostavno opisivanje činjenica bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja),
- ✓ komparativna metoda (usporedba teorije i prakse te donošenje vlastitih zaključaka) i
- ✓ metoda intervjua.

## **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Rad je strukturiran po tzv. principu lijevka, tj. počinje se sa širim i općenitim prikazom područja, a potom se usmjerava prema specifičnoj problematici istraživanja.

Rad se sastoji od šest poglavlja. U prvom, uvodnom, dijelu rada navedena je svrha rada, metode prikupljanja podataka te sama struktura rada. U sljedećem je poglavlju prikazana povijest razvoja vina, proces proizvodnje vina kao i informatizacija vinske priče. U trećem se poglavlju opisuje postupak sljubljivanja hrane i vina te etnoturizam u Europi i Republici Hrvatskoj. U četvrtom je poglavlju opisan pojam te obveze sommeliera u turizmu i restoraterstvu, a u petom je prikazana implementacija sommeliera u hrvatskim restoranima. Na samom kraju rada dana su zaključna razmatranja te popis literature, slika i tablica.



## 2. VINO I VINSKO TRŽIŠTE

Vino je alkoholno piće, proizvod potpunog ili nepotpunog vrenja alkohola svježeg grožđa ili njegovog soka. Vino sadrži različite koncentracije alkohola (9-15 vol %), a sadrži i izvjestan broj mineralnih sastojaka, uglavnom soli natrija i magnezija pretežno vezane za organske kiseline (vinsku kiselinu), koje se lako razgrađuju u organizmu i koje daju vinu alkalna svojstva (u mokraći). Vino sadrži oko 400 sastojaka, no njihova je hranjiva vrijednost prilično mala. Isto tako, vino je bogato vitaminima grupe B, naročito B2 i nikotinske kiseline B3, a hranjiva vrijednost 1 litre vina je 600-700 kalorija, a kod slatkih vina može se kretati i do 1.400 kalorija. Jedna čaša (130 g) vina sadrži prosječno 90 kalorija (Prvi hrvatski vinogradarski portal, 2020).

### 2.1. Vinska povijest

Vino je alkoholno piće koje ima dugu povijest. Naime, razlikuju se vina Starog i vina Novog svijeta. Glavne razlike između ovih termina čisto su geografske i zasnivaju se na tome koliko dugo zemlje Starog i Novog svijeta proizvode vino.

Zemlje Starog svijeta su one zemlje koje tradicionalno proizvode vino u Europi i na Bliskom istoku i sve one imaju dugu povijest u proizvodnji vina. Najpoznatije zemlje Starog svijeta su Francuska, Italija, Njemačka, Španjolska i Portugal. Zemlje Novog svijeta su nova djeca u bloku i zemlje koje se pojavljuju kao proizvođači vina kao što su Sjedinjene Američke Države, Australija, Južna Amerika, Južna Afrika i neke zemlje u Aziji.

Vina Starog svijeta razlikuju se od vina Novog svijeta zbog toga što su vina pod utjecajem nečega što se zove *terroir*.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> *Terroir je francuski izraz koji se koristi za opisivanje čimbenika okoliša koji utječu na prepoznavanje određenog vinogradarskoga područja. Njegov koncept je ključan za razumijevanje vinskih sorti koje po sebi nose razne različitosti. Za kolektivno se kaže da ove kontekstualne karakteristike imaju karakter; terroir se također odnosi na ovaj lik*

(prema: Winophilia,

<https://web.archive.org/web/20150724071621/http://www.winophilia.com/2010/03/27/what-is-terroir/>,

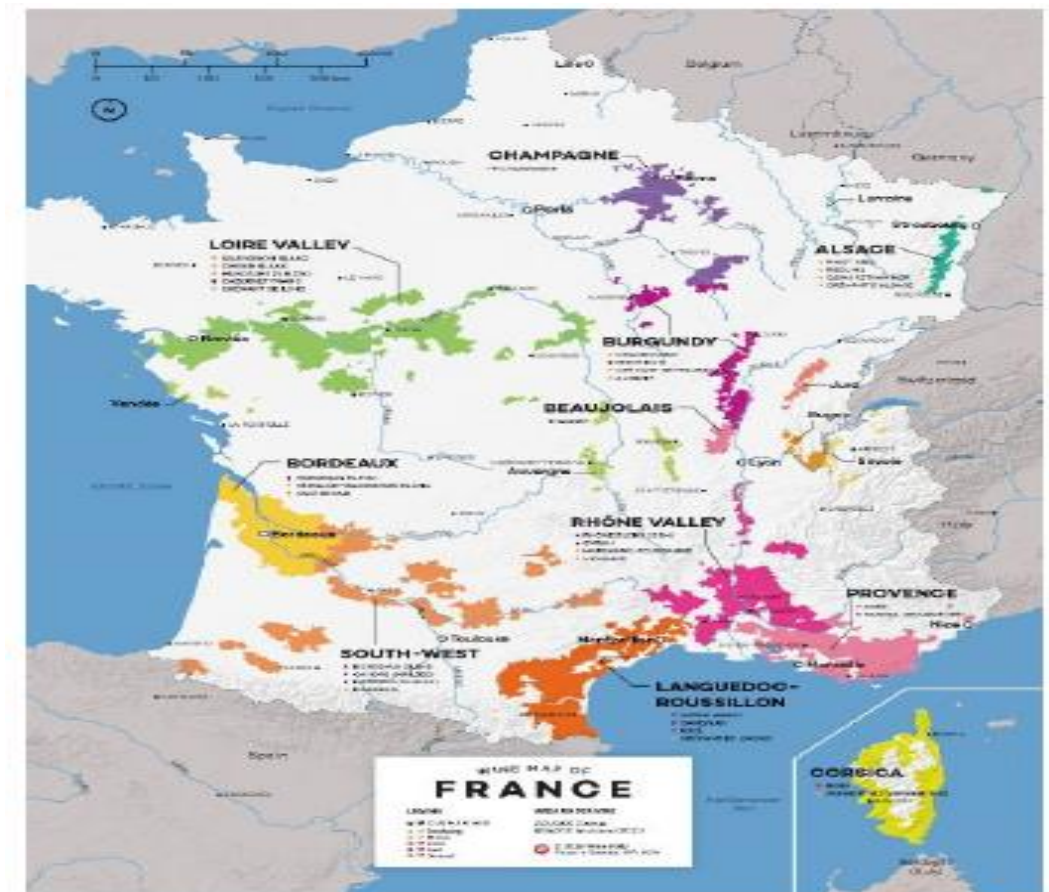
18.07.2020.)

Kombinacija prirodnog okruženja u kojem se uzgaja vinova loza i proizvodi grožđe, uključuje zemljište, klimu i topografiju regije, te različite filozofije i (tradiciju) običaje primijenjene u proizvodnji vina.

Vinarstvo Starog svijeta vrednuje tradiciju i *terroir*, a mnogi stari vinari vjeruju da je najbolji način da se proizvede vino one metode koje su primjenjivali njihovi preci.

Dok vinari iz Novog svijeta također vrednuju *terroir*, oni su otvoreniji za prelazak na njega eksperimentiranjem s najnovijim znanstvenim dostignućima i usvajanjem modernih tehnika proizvodnje vina (Lock, 2017).

Slika 1. Vinske regije Francuske (Stari svijet).

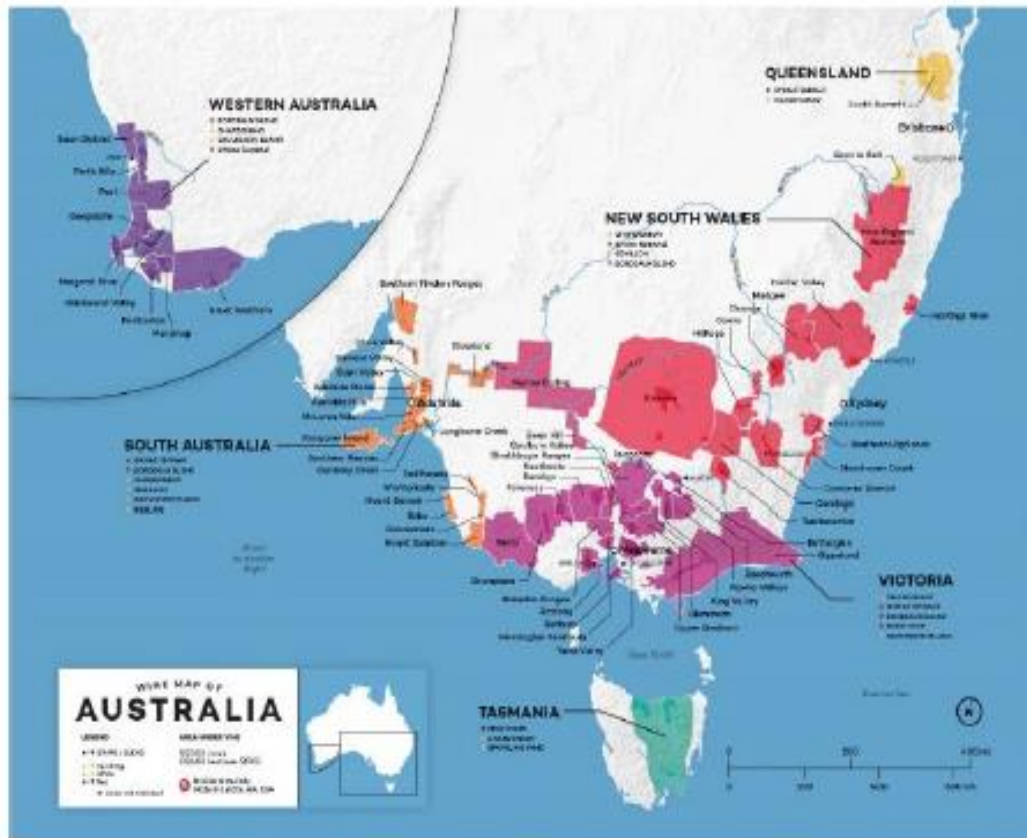


Izvor: Lock, J. (2017.) *What Are The Differences Between Old World And New World Wines?*, dostupno na: <https://explore.flyingwinemaker.com.hk/>, 18.07.2020.

Općenito govoreći, vina Starog svijeta imaju tendenciju da budu elegantnija, imaju višu kiselost te pokazuju veću mineralnost i karakteristike zemljišta. Zbog toga je mnogim vinima Starog svijeta potreban duži period starenja u boci da bi sazrelo i razvilo kompleksnost.

S druge strane, vina Novog svijeta su općenito više voćno-napredna, vođena sortom i nude više profinjen stil jer moderne metode vinarstva omogućuju vinarima da otklone bilo koje nepoželjne karakteristike (Lock, 2017).

Slika 2. Vinske regije Australije (Novi svijet).



Izvor: Lock, J. (2017.) *What Are The Differences Between Old World And New World Wines?*, dostupno na: <https://explore.flyingwinemaker.com.hk/>, 18.07.2020.

Činjenice su da su sva vina Novog svijeta moćna i mnogo je talentiranih vinara Novog svijeta koji proizvode elegantna vina tradicionalnim metodama, ali i mnogi vinari Starog svijeta pomiču granice proizvodnje vina.

Vina Starog svijeta pravljena su „vrlo strogo“, tj. da osiguraju visok minimalni standard kvalitete. To je u suštini sistem klasifikacije naziva gdje vinari moraju zadovoljiti stroge propise kako bi označili svoje vino sa specifičnim nazivom, na primjer “*Sancerre AOC France*”. Geografske granice, sorte grožđa, broj čokota po ha, prinosi grožđa i nivo sadržaja

alkohola su neki od faktora koji su dio smjernica koje vinar mora slijediti kako bi označio svoje vino posebnim nazivom (specifičnom apelacijom).

Postavlja se pitanje kako Stari i Novi svijet utječu na razlike između vina. Naime, unutar stilova vina odvijaju se različiti načini eksperimentiranja. Vinari prate osnovni "recept" za proizvodnju vina, ali na kraju svaki vinar želi dodati osobni pečat svojim vinima. Osim toga, uvjeti vegetacije također utječu na to kako će grožđe dozreti i iskazati svojstva određenog godišta, godinu u kojoj je vino proizvedeno. Zapravo, starenje vina u bačvama pomaže vinarima da kontroliraju arome drveta koje prelaze u vina, a različiti tipovi bačvi daju različite tipove aroma "prepečenosti" u vinu (Lock, 2017).

Kako bi se opisale razlike, u Tablici 1. prikazana je usporedba vina *rosé* iz Starog svijeta (Francuska) s vinom *rosé* iz Novog svijeta (Japan).

Tablica 1. Usporedba vina *rosé* iz Starog i Novog svijeta.

VINO	P. Jolivet Sancerre Rosé 2013	Grace Rosé 2014
APELACIJA	Sancerre AOC, France	Yamanashi, Japan
SORTA	100% Pinot Noir	Merlot, C. Sauvignon, C. Franc, Petit Verdot
ALKOHOL	12,5%	13,5%
OKUS	Nježan i blijedi losos sa biljnim notama, jagode i čiste, hrskave svježine	Ružičasta boja s puno poslastica i okusa crvenog voća. Robustan i snažan dok kvasi suho, sočno i plišano nepce
VINARSKA TEHNIKA	Direktno presiranje, Rose	Direktno presiranje, Rose

Izvor: Lock, J. (2017.) *What Are The Differences Between Old World And New World Wines?*, dostupno na: <https://explore.flyingwinemaker.com.hk/>, 18.07.2020.

Što se tiče Republike Hrvatske, vinarstvo u Hrvatskoj ima vrlo dugu tradiciju. Najstariji artefakt koji dokazuje uzgoj vinove loze i proizvodnju vina je kovani novčić grada Visa s istoimenog otoka u Jadranskom moru koji datira iz 5. stoljeća prije Krista. Na jednoj strani novčića nalazi se grozd, a na drugoj amfora za čuvanje vina. Takvih se arheoloških i pisanih

nalaza može pronaći po cijelom obalnom području, od Dalmacije do Istre. U kontinentalni dio Hrvatske vinarstvo je stiglo nekoliko stoljeća kasnije (Vina Croatia, 2020).

Raširili su ga dijelom starosjedioci Iliri, dijelom Tračani, a nešto kasnije najvećim dijelom Rimljani. Uzgoj vinove loze u kasnijim je stoljećima bio prekidan jedino u dijelovima Hrvatske koje je okupiralo Otomansko carstvo u 16. stoljeću, da bi njihovim odlaskom vinogradarstvo opet oživjelo. Na konačni, današnji sortiment u Hrvatskoj je, kao i u najvećem dijelu Europe, presudno utjecala filoksera s kraja 19. stoljeća, nakon koje je naročito u kontinentalnom dijelu Hrvatske velik dio autohtonih sorti izumro. Na mjesto starih sorti došle su pretežno austrijske i njemačke, sorte novih vladara – Habsburgovaca. Francuske su sorte uvedene nešto kasnije, prvi val početkom 20. stoljeća i drugi val u drugoj polovini 20. stoljeća. Istra i Dalmacija su također bile pogođene filokserom, ali su se zbog specifičnosti tla i klime autohtone sorte uspjele održati i ostati dominantne do današnjih dana. Danas je Republika Hrvatska zemlja s razvijenom vinskom kulturom koja prepoznaje istinsku kvalitetu vina te u njemu opušteno uživa. Bezbrojnim je generacijama kroz bližu i dalju povijest vino predstavljalo mnogo više od sredstva za namirenje egzistencijalnih potreba. Prodaja i posao s vinom bili su tek usputni produkt obiteljskih radnih vikend-druženja u malešnim vinogradima, a prodavale su se samo one količine koje nisu bile rezervirane za „vlastite potrebe“. Gotovo polovina vinograda u Hrvatskoj nije registrirana za promet vinom, te se vino iz tih vinograda koristi samo za vlastitu upotrebu. Druga polovina, namijenjena tržištu, još uvijek je prilično nepoznata izvan Hrvatske. Domaća proizvodnja, u međuvremenu čak i osakaćena zbog ratnih djelovanja, nikako nije mogla zadovoljiti domaće potrebe jer je i potrošnja u međuvremenu rasla. Tek se zadnjih godina, nakon višegodišnjeg masovnog obnavljanja vinograda, počinju javljati prvi viškovi vina i stvarati potreba za izvozom (Vina Croatia, 2020).

## **2.2. Proizvodnja vina**

Vinogradi su područja namijenjena uzgoju vinove loze za proizvodnju grožđa i vina. Kvaliteta plodova vinove loze ovisi o okruženju u kojem se vinograd nalazi, odnosno o klimatskim uvjetima kojima je vinograd izložen. Temperatura zraka te izloženost suncu igraju veliku ulogu, kao i karakteristike samog tla. Kvaliteta grožđa i vina ovisi i o načinima berbe (industrijski, tradicionalno) te o vremenu kada se berba vrši. Čimbenici poput klime, vremena

i tla utječu na količinu i kvalitetu plodova vinove loze. Toplina je u ovom slučaju neophodna jer biljka koristi sunčevu svjetlost i klorofil za proizvodnju glukoze koja je potrebna za rast i bujnost kombiniranjem ugljikova dioksida i vode (Vinarija Svijetli dvori, 2020).

*Berba grožđa*, odnosno plodova vinove loze, jedan je od najvažnijih koraka u procesu proizvodnje vina. Glavni čimbenik koji određuje kada će se točno obaviti berba grožđa odnosi se na zrelost samih plodova. Zrelost grozda mjeri se uzimajući u obzir količinu šećera, kiseline i tanina. Vinari se prije berbe odlučuju o vrsti vina koju žele proizvesti, a zrelost plodova uzima se u obzir kako bi to vino bilo što kvalitetnije. Ostali čimbenici koji utječu na vrijeme berbe grožđa dakako jesu vremenske (ne)prilike (vrućina, kiša, tuča, pa i led mogu oštetiti grožđe i izazvati različite bolesti vina). Postoje dva načina berbe grožđa: mehanička i ručna berba. Prednosti mehaničke berbe jesu brzina, dok su nedostaci očiti u vidu skupljanja svakojakih bobica (te lišća i insekata) bez razvrstavanja. Ručna berba smanjuje rizik od oštećenja plodova, iako je puno sporiji, zahtjevniji i dugotrajniji proces od mehaničke berbe.

S obzirom na podjelu vina prema boji postoji *proizvodnja* bijelih, crnih i ružičastih *vina* kao i proizvodnja pjenušavih vina i ostalih vrsta. Razlike kod proizvodnje jednih i drugih vina bit će navedene kasnije (Vinarija Svijetli dvori, 2020).

### 2.2.1. *Terroir*

Vinski *terroir* zanimljiva je istraživačka tema u kojoj su za njegovo proučavanje potrebni agronomija, edafologija, ekologija, biologija i kemija. Ključnu ulogu koju mikroorganizmi imaju u zdravlju i prinosu vinograda te u izvođenju fermentacije vina stavlja mikrobiologiju kao ključnu znanost kada se želi definirati i iskoristiti *terroir*.

Francuzi su dugo upotrebljavali riječ *terroir* kao kvalitetan opis proizvodnje vina iz različitih okruga. Oni su čak koristili izraz za posebne lokalne prehrambene proizvode i njihove osobitosti koje se mogu vratiti rastućem utjecaju mjesta na sirovine. Čak i u Francuskoj, gdje su frazu koristili u vezi s vinom i zadržali se takozvanim geografskim pokazateljima (GI), dugo je kontekst ovog izraza bio dvosmislen. Naime, *terroir* proizvoda mora biti iz određenog lokaliteta ili regije i odražavati krajolik na kojem se uzgaja. Lokalitet (regija) mora imati dugu

tradiciju proizvodnje ili berbe samo ovog proizvoda i mora se graditi iz vještine koja je prenošena generacijama i podijeljena među građanima.

U najširem smislu, pojam *terroir* predstavlja “osjećaj mjesta”. Točnije, dugo prije nego je netko imao bilo kakvu ideju o etiketama, brendovima i marketingu, određena su vina identificirana s mjestom gdje su proizvedena. Jednostavne definicije *terroir*-a dozvoljavaju da zemljište i klima vinograda značajno doprinose okusu vina (Ovinu.info, 2020).

Značajni su elementi *terroir*-a:

- ✓ zemljište,
- ✓ klima,
- ✓ izloženost suncu,
- ✓ nagib te
- ✓ orijentacija redova.

Mogućnost prepoznavanja glavnog karaktera *terroir*-a i isticanja toga u vinu krajnji je cilj dobrog vinogradara (Ovinu.info, 2020).

Kada se svi navedeni elementi ukomponiraju, oni se odražavaju u onome što se opisujemo kao *terroir* vina. Vinari Starog Svijeta zaslužuju svoje povijesne *terroir*-e za svako prepoznatljivo obilježje, a vinari Novog Svijeta počeli su proizvoditi visoko ocjenjivana vina na zemljištima na kojima se nikada nije gajila europska loza. *Terroir* utječe na grožđe, ali i grožđe oblikuje *terroir*. Naime, kaže se da „*terroir* može donijeti nadmoćnost života samo s vrlo specifičnom sortom“ (talijanski proizvođač vina Francesco Zonin, Zonin 1821).

### 2.2.2. Vinifikacija

Prema portalu Coolinarika (2020) **vinifikacija** je skup postupaka primijenjenih tijekom proizvodnje vina:

- ✓ skidanje bobica s peteljke,
- ✓ fermentacija,
- ✓ prešanje,
- ✓ bistrenje,

- ✓ zrenje itd.

Berba i prerada grožđa dio su lanca vinifikacije i moraju se obaviti u točno određeno vrijeme i na točno određenom mjestu te se vinski podrum mora pripremiti za prihvatanje i preradu grožđa te vinifikaciju. Ako se to nije napravilo, cijeli proces može biti uzaludan. Proizvođači unatoč velikom znanju i tehnologiji još uvijek griješe u proizvodnji, pa se događaju najčešće greške u kao što su octikavost mošta, pojava sumporovodika, zastoj fermentacije, oksidacija, nizak ili visok alkohol te strani mirisi (Agroklub, 2020).

Naime, razlikuju se vinifikacija bijelih i crnih vina. Tehnologija proizvodnje bijelih vina jedna je jako profinjena i senzibilna tehnologija koja, u današnje vrijeme, podrazumijeva nove stručne i tehnološke pojmove, modernu opremu i ne dopušta ni najmanje pogreške. Tehnologija bijelih vina uvelike se razlikuje od tehnologije crnih vina i to prvenstveno iz razloga što crna vina podnose puno više manjih i većih tehnoloških „propusta“ u odnosu na bijela vina. Naime, crna vina podnose veću količinu oksidacije u svim fazama njihove proizvodnje, dobivaju se jačom ili slabijom maceracijom<sup>2</sup>, mogu se dobro čuvati u drvenim bačvama, imaju jako tijelo i izraženu boju i zahtijevaju služenje na višim temperaturama. S druge strane, bijela vina zahtijevaju potpuno drugačije uvjete prerade. Bijela vina trebaju biti proizvedena bez ili s vrlo kratkom maceracijom, nemaju takvu mogućnost čuvanja u drvenim bačvama i u pravilu ne dobivaju na kvaliteti dugogodišnjim čuvanjem (neka vina postignu svoj optimum samo nakon par mjeseci njihova čuvanja), tanjeg su tijela, mogu se konzumirati i mimo obroka i zahtijevaju serviranje na nižim temperaturama.

Kod bijelih je vina vinifikacija u jednoj ravnoteži, jer, za razliku od crnih vina, i najmanja nepoželjna promjena može ostaviti posljedice, koje se kasnije teško otklanjaju. Najznačajnije tehnološke faze proizvodnje bijelih vina prikazane su na slici 3. Proizvodnja bijelih vina odvija se u nekoliko koraka:

- ✓ berba grožđa,
- ✓ prerada u mošt,
- ✓ muljanje/runjanje,

---

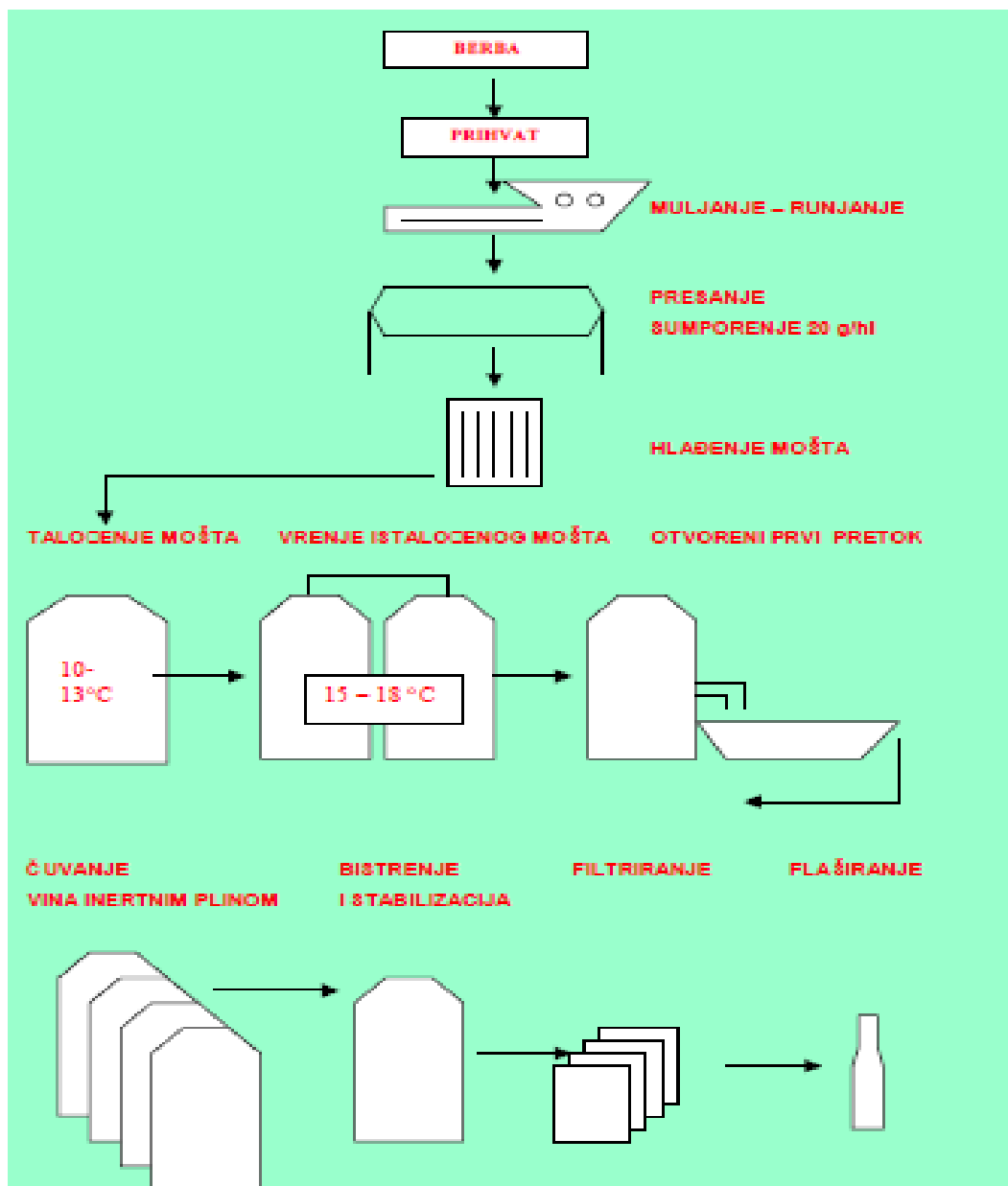
<sup>2</sup> *Maceracija (lat.) podrazumijeva postupak namakanja neke krute tvari (npr. dropa, voća, aromatskog bilja) u tekućini (npr. u moštu, vinu, rakiji) radi izdvajanja željenih supstanci (npr. bojila, mirisnih sastavina). Maceracija se koristi kao tehnološki postupak i u proizvodnji jakih alkoholnih i alkoholnih pića na način da se uz pomoć destilata ili etilnog alkohola ekstrahiraju aromatski sastojci iz biljnih plodova, cvjetova ili listova. (prema: Vinopedia, <http://vinopedia.hr/wiki/index.php?title=maceracija>, 20.07.2020.)*



- ✓ sumporenje mošta,
- ✓ ocjeđivanje mošta,
- ✓ prešanje te
- ✓ hlađenje mošta.

Međutim, u proizvodnji vina ima određenih odstupanja od navedene sheme, a u proizvodnji pojedinih specifičnih tipova vina koriste se i još i neki drugi tehnološki zahvati (Vinifikacija sa prešama, 2020).

Slika 3. Vinifikacija bijelih vina.



Izvor: vlastita obrada autora

Crna vina se dobivaju paralelnim postupkom maceracije i alkoholne fermentacije mošta. Klasična vinifikacija crnih vina provodi se maceracijom krutih dijelova grozda (kožice, sjemenke i eventualno peteljke) u fazi fermentacije mošta, ali postoje i drugi načini dobivanja crnog vina kao što su termovinifikacija i karbonska maceracija. Budući da su crveni pigmenti smješteni samo u kožici bobice, crno se grožđe može vinificirati i na «bijelo» ili *rosé* vino, tj. odvajanjem samotoka laganim prešanjem (Vinifikacija crnih vina, 2020).

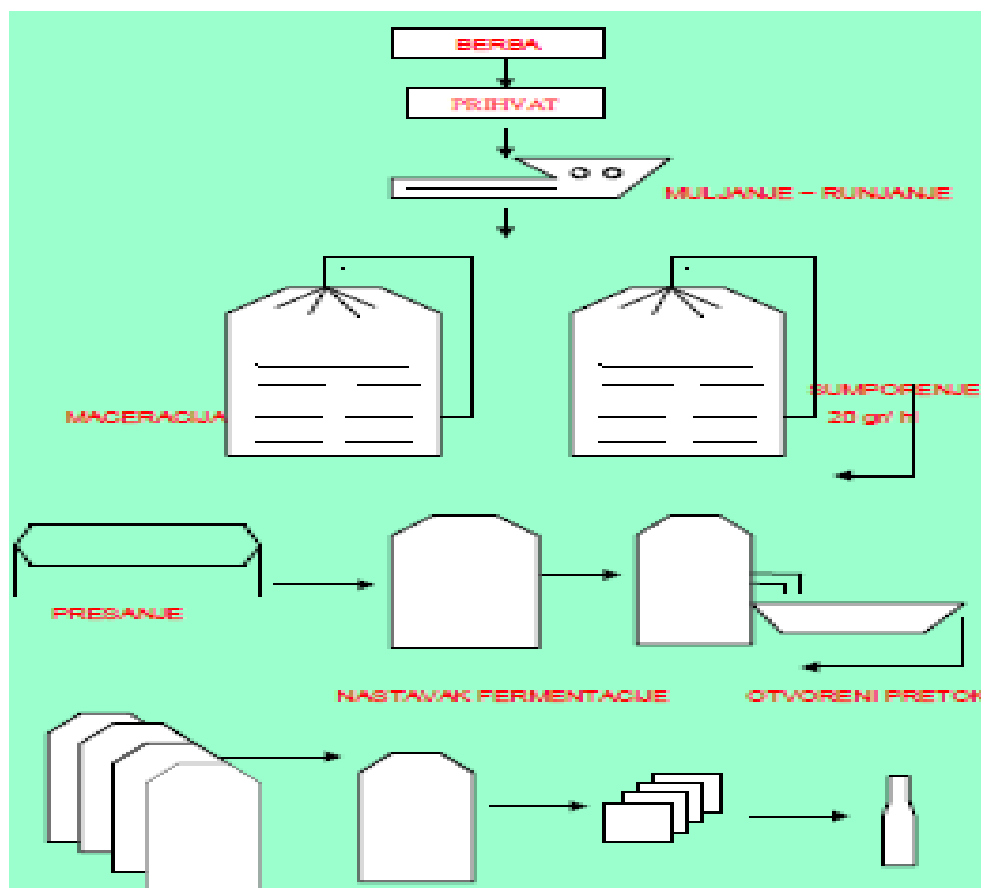
Ovisno o karakteristikama grožđa i tipa vina koje se želi proizvesti, maceracija može biti kraća ili duža. Tako se za mlada crna vina, koja su namijenjena brzom potrošnji provodi kratka maceracija, dok se za vina namijenjena starenju provodi duža maceracija.

Klasične faze u vinifikaciji crnih vina (Vinifikacija crnih vina, 2020) su:

- ✓ muljanje - runjanje i punjenje sudova,
- ✓ maceracija i alkoholna fermentacija,
- ✓ odvajanje mošta od taloga ocjeđivanjem i prešanjem i
- ✓ završna alkoholna i, eventualno, malolaktična fermentacija.

Ove su faze tipične za klasičan način vinifikacije crnih vina, ali postoje i druge tehnike koje omogućavaju veću automatizaciju (npr. kontinuirana vinifikacija, termovinifikacija i vinifikacija karbonskom maceracijom). Shema proizvodnje crnih vina prikazana je na slici 4.

Slika 4. Vinifikacija crnih vina.



Izvor: vlastita obrada autora

### 2.3 Vinsko tržište i informatizacija vinske priče

U skladu s digitalizacijom i informatizacijom koja se sve više razvija i bez koje je jednostavno nemoguće živjeti, razvija se i vinsko tržište kroz informatizaciju vina i vinske priče. Naime, svakodnevno vinsko educiranje i obilazak hrvatskih vinara želi ostaviti trag u hrvatskom vinskom turizmu i uspješnom brendiranju Republike Hrvatske kao zemlje vina i vinskog turizma.

### 2.3.1. Terravin

Terravin je vinski projekt pokrenut 2017. godine kojemu je cilj da na jednom mjestu približi vinarije, vinare i njihove vinske podrume turistima i zaljubljenicima u Republiku Hrvatsku, hrvatske ljepote i hrvatska vina. Projekt se ogleda kroz aplikaciju u kojoj će svoje mjesto naći vinarije iz cijele Hrvatske koje samo jednim klikom vrlo lako mogu naći svi korisnici ove aplikacije (HEDONISM TOURISM, 2020).

Slika 5. Terravin mobilna aplikacija.



Izvor: miss gastro, <https://gastro.24sata.hr/najave/terravin-projekt-za-vinske-zaljubljenike-19495>, 20.07.2020.

Naime, aplikacija je napravljena na način da olakša korisnicima traženje. Kako bi se što lakše moglo doći do željene destinacije i vinarije, korisnicima se putem *google* karte iscrta put do odredišta. Svoje iskustvo u vinariji svaki korisnik može podijeliti i drugim korisnicima aplikacije, a samu vinariju i njihovo gostoprimstvo može i ocijeniti te dodati konstruktivne kritike kako bi svaki idući posjet prošao vinskim turistima u što boljem sjećanju. Također, potrebno je napomenuti da je ova aplikacija jedina ovog tipa na području Europe te da jedina nudi kompletnu uslugu krajnjem korisniku kroz aplikaciju. Pod kompletnom uslugom misli se

na informacije, ponude, cijene, *web wine shop* s dostavom po cijelom svijetu, a sve je to omogućeno kroz integrirano plaćanje kreditnom karticom. Korisnik kompletno rezerviranje svog posjeta kao i samu kupnju vina obavlja kroz aplikaciju i jedino što mu preostaje je doći u vinariju i uživati.

Osim same aplikacije koja uvelike olakšava pronalazak i dolazak do samih vinarija, ideja i cilj cijelog projekta je da se zajedničkim snagama vinara i izvođača projekta osmisle i dogovore određene ponude koje mogu ponuditi vinarije. O ponudama i vrstama ponuda konkretno se dogovoreno s vinarijama i te se ponude mogu koristiti samo kroz aplikaciju koju korisnici (turisti) instaliraju na svoje pametne telefone.

Nositelj ovog projekta je poduzeće ESTRICTO, u vlasništvu ekonomistice Romane Jurec, koja je zadužena za financijski dio projekta i marketing. Projektni menadžer je Leon Vlahović, *sommelier* i, kako sam kaže, strastveni vinoljubac koji se poduzetništvom bavi od završetka školovanja, a u vinima je prepoznao sebe i svoj smisao.

Moto kampanje kojom se promovira platforma Terravin glasi „Hrvatska postaje zemlja vina“. Ovim je sloganom poduzeće krenulo u kampanju iz želje da se Republika Hrvatska uvrsti na listu vinskih zemalja, vinskih destinacija vrijednih posjeta i s drugog kraja svijeta. Cilj ove platforme jest deklaracija Republike Hrvatske kao zemlje vina vodeće po kvaliteti, ne samo vina, već i usluge i ponude, tj. kao specifične vinske zemlje u kojoj je mediteranska klima s punim, snažnim crnim vinima podijeljena od one kontinentalne s vrhunskim pjenušcima svjetskog ranga ili vinima koji se ispijaju u kraljevskim dvorima. Kako bi postala zemlja vina, Republika Hrvatska mora postići da bude zemlja u kojoj je srdačnost i tradicija prisutna u svakoj čaši vina i upravo je takvo razmišljanje pokrenulo ovo poduzeće da počne s realizacijom vinske platforme Terravin. (HEDONISM TOURISM, 2020.)

Dakle, Terravin je **platforma**, a ne samo mobilna aplikacija. Točnije, to znači da je Terravin kompleksan projekt sastavljen od nekoliko segmenata koji uključuje mobilnu aplikaciju kao jedan od kanala prezentacije krajnjem korisniku kao i *web* stranica.

Naime, u Republici Hrvatskoj postoji mnoštvo zanimljivih vinarija od onih velikih do malih „kućnih“, ali nedostaje angažmana po pitanju prezentiranja same vinarije i njene ponude. U tom je djelu ovo poduzeće pronašlo mjesta za platformu ovog tipa jer Terravin upravo taj dio posla obavlja za vinare s obzirom da zaposlenici poduzeća stručno odrađuje dio posla s područja ekonomije, marketinga i *web*-a. Dakle, prilagođavanjem potrebama današnjeg tržišta

i željama posjetitelja u Republici Hrvatskoj, ovo poduzeće promovira i potiče razvoj vinskog turizma i hrvatskih vina svim zaljubljenicima u vino. (HEDONISM TOURISM, 2020.)

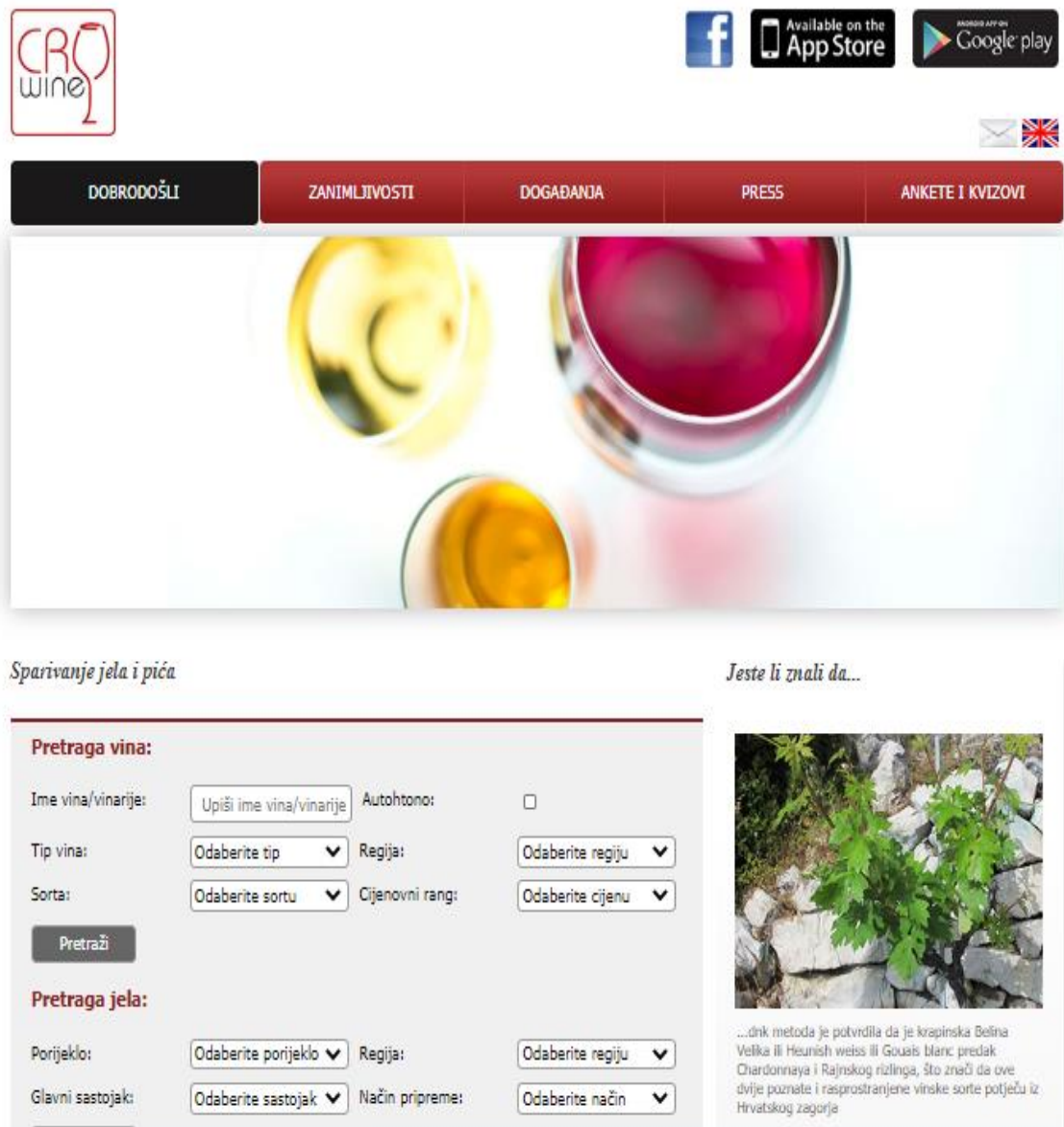
### 2.3.2. CRO-wine

Osim Terravin, vrlo popularna aplikacija u području vina jest i Cro-wine aplikacija. Ova je aplikacija namijenjena pametnim telefonima i tablet uređajima, a predstavljena je 16. travnja 2013. godine u zagrebačkom bistrou Rougemarin. Naime, projekt su pokrenule nositeljice projekta Nina Jović i Davorka Krnić-Trick koje su nazočnima predstavile Cro-wine aplikaciju, a dio aplikacije u kojem su izabrana hrvatska vina i sparena s jelima predstavio je autor tog dijela aplikacije Klaudio Jurčić, četverostruki hrvatski prvak *sommelier* i sudionik nekoliko svjetskih i europskih natjecanja.

Aplikacija Cro-wine daje generalne informacije o hrvatskom vinarstvu i vinogradarstvu, informira o vinskim događanjima u Republici Hrvatskoj, ali i svijetu, educira o osnovnim pravilima degustiranja i sparivanja vina i jela, provodi ankete i kvizove, te sadrži priručni gastro rječnik preveden na talijanski, njemački i engleski jezik. Na kraju se nalazi i dio koji se zove „moje recenzije“, a u kojem korisnik aplikacije može spremati svoje osobne recenzije za svoju osobnu evidenciju.

U najobimnijem dijelu aplikacije (sparivanje vina i hrane) postoji mogućnost izbora vina prema odabranom jelu, prema tipu vina, regiji, sorti, cjenovnom rangju ili po autohtonosti, a kada korisnik odabere određeno vino, o njemu dobiva sve tehničke podatke (Poslovni, 2020).

Slika 6. Naslovna stranica CRO wine.



Izvor: CRO wine, <https://www.cro-wine.com/>, 21.07.2020.

Aplikacija Cro-wine može se koristiti na računalu, ali i, što je još popularnije, na pametnom telefonu. Ova je aplikacija trenutno dostupna u android verziji, besplatna je i može se koristiti čak i bez pristupa Internetu, a, osim na hrvatskom, dostupna je i na engleskom jeziku. Ova aplikacija namijenjena je svima koji malo znaju o vinima i žele se educirati, kao i onima koji nešto znaju, ali ipak trebaju pomoć i savjet, te onima koji već jesu vinski znalci jer će na njoj uvijek pronaći ažurirane informacije (Poslovni, 2020).

### 3. OSNOVE SLJUBLJIVANJA HRANE I VINA I ETNOTURIZAM

Vrlo značajna stavka koju bi svaki sommelier trebao znati jest kako pravilno sljubiti hranu s određenim vrstama pića. Naime, kroz povijest se razvijalo nekoliko škola sljubljivanja, a to su:

- ✓ Engleska škola,
- ✓ Francuska škola te
- ✓ Talijanska škola.

**Engleska škola** na čelu s Elizabeth i Cyril Ray drži se teze da se kod toga „svatko mora rukovoditi vlastitim ukusom i željama, i pri tome ne slijediti nikakva utvrđena pravila“, dakle ovdje je zastupana potpuna neovisnost izbora (Wine story, 2020).

Za razliku od Engleske, **Francuska škola** ipak preciznije definira pravila uparivanja, no još uvijek ne dovoljno precizno ni sveobuhvatno. Moto ove škole može se svesti u deset pravila, koja je dobro poznavati više zbog kulture i tehnike posluživanja vina, nego zbog neke posebno razrađene i definirane tehnike uparivanja hrane i vina (Wine story, 2020), a to su sljedeća mota:

1. Vina treba posluživati u odnosu prema njihovom sadržaju alkohola, od manjeg ka većem.
2. Vina slabijeg tijela treba poslužiti prije onih s jačim tijelom.
3. Vina koja se poslužuju na nižim temperaturama, treba poslužiti prije onih koja su predviđena za posluživanje na višim temperaturama.
4. Bijela vina treba poslužiti prije crnih.
5. Vino nastojati poslužiti u optimalnom razvojnom stupnju.
6. Svakom jelu odabrati adekvatno vino.
7. Prije promjene vina, otpiti gutljaj vode.
8. U degustacijskom slijedu nikada ne koristiti samo jedno ‘veliko’ vino.
9. ‘Velika’ crna vina ne posluživati uz ribe, rakove ili mekušce.
10. Desertna vina ne posluživati uz crveno meso i divljač.

**Talijanska škola** nastala je zbog manjkavosti u smislu nedovoljno definiranih procedura i tehnika uparivanja prethodne dvije škole i uparivanju pristupa znanstveno-tehnički.



Brojni talijanski sommelieri razvili su specifične pristupe i načela uparivanja te tehniku procjene organoleptičkih odrednica jela i vina, koja se unosi u specifične grafičke kartice, koje vizualno tehnički pomažu u procjeni sukladnosti uparivanja pojedinog vina i jela.

Osnovna načela ove škole su (Wine story, 2020):

- ✓ tradicijsko (regionalna jela s regionalnim vinima),
- ✓ sezonsko,
- ✓ psihološko ili poetično (vezano uz određeni događaj ili društvo),
- ✓ načelo valorizacije (ciljano isticanje jela ili jela i vina) te
- ✓ načelo suprotstavljanja i slaganja (Pietro Mercadini – ASPI analitika organoleptike).

### 3.1. Hrana i vino

Kako vrijeme prolazi, tako je sve važnije znati pravilno sljubiti, tj. spariti hranu s pićem. Naime, svatko nakon dobre hrane u restoranu želi i kvalitetno i dobro piće koje svakako treba odgovarati pojedenoj hrani. Stoga je A.I.S. talijanska sommelierska udruga razradila metodu koju je prihvatio Hrvatski sommelierski klub, a koja se temelji na osjetilnoj analizi vina i jela s ciljem usklađivanja i par načela koja se pri tome primjenjuju i grafičkom prikazu koji pri tome pomaže.

Naime, kod osjetilne analize vina, ocjene se kreću u rang od 1 do 10, a ocjenjuju se intenzitet i trajanje (postojanost) mirisa. Okusnom analizom utvrđuju se i pjenušavost, slatkoća, alkoholnost, mekoća, kiselost, taničnost, slanost i tijelo (struktura) vina.

Kod jela, ocjene se također kreću u rang od 1 do 10, a ocjenjuju se slanost, tendencija gorčine, tendencija kiselosti, slatkoća, začinjenost, aromatičnost, zamašćenost, sočnost, tendencija slatkoće, masnoća i trajnost okusa. Tako dobiveni podaci unose se na graf popularno poznat kao “*kotač sljubljivanja*” (prikazan na slici 12.), i to posebno za vino, a posebno za jelo. Tako se dobiju dva mnogokuta, jedan vrhom okrenut prema gore, drugi vrhom okrenut prema dolje. Što su ti mnogokuti skladniji i što im je površina sličnija, to je i uparivanje bolje, skladnije.

Slika 7. Analiza i grafička kartica sljubljanja.

HRANA JELO _____		NAZIV VINA _____													
TOPLO JELO <input type="checkbox"/>		HIADNO JELO <input type="checkbox"/>													
GODIŠTE _____		TEMPERATURA _____ °C													
DATUM _____ SAT _____		MJEŠTO _____ DEGUSTATOR _____													
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;"> <input type="checkbox"/> ALKOHOLNOST  <input type="checkbox"/> TANIČNOST             </td> <td style="width: 50%;"> <input type="checkbox"/> KISELOST  <input type="checkbox"/> PENUŠAVOST  <input type="checkbox"/> OKUSNOST             </td> </tr> <tr> <td style="width: 50%;">                 Okusnost                  Tendencija gorčine                  Tendencija kiselosti                  Slatkoća             </td> <td style="width: 50%;">                 Trajnost okusa mirisa                  Žirastost                  Aromatičnost             </td> </tr> </table>				<input type="checkbox"/> ALKOHOLNOST <input type="checkbox"/> TANIČNOST	<input type="checkbox"/> KISELOST <input type="checkbox"/> PENUŠAVOST <input type="checkbox"/> OKUSNOST	Okusnost Tendencija gorčine Tendencija kiselosti Slatkoća	Trajnost okusa mirisa Žirastost Aromatičnost								
<input type="checkbox"/> ALKOHOLNOST <input type="checkbox"/> TANIČNOST	<input type="checkbox"/> KISELOST <input type="checkbox"/> PENUŠAVOST <input type="checkbox"/> OKUSNOST														
Okusnost Tendencija gorčine Tendencija kiselosti Slatkoća	Trajnost okusa mirisa Žirastost Aromatičnost														
Struktura hrane <table style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td>Malo strukturirano</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> Prikladno strukturirano <table style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> Strukturirano <table style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>				Malo strukturirano	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Malo strukturirano	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
Tijelo vina <table style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td>Slabo</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> Puno <table style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> Jako <table style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>				Slabo	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Slabo	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
	<input type="checkbox"/>														
SLUBLJANJE                      MALO HARMONIČNO <input type="checkbox"/> PRELIČNO HARMONIČNO <input type="checkbox"/> HARMONIČNO <input type="checkbox"/>															

Izvor: Wine story, <https://vinskaprica.com/slubljanje-uparivanje-matching-iliti-33>, 22.07.2020.

Dakle, hrana se valorizira prema sljedećim obilježjima:

- ✓ slanost,
- ✓ tendencija gorčine,
- ✓ tendencija kiselosti,
- ✓ slatkoća,
- ✓ začinjenost,
- ✓ aromatičnost,
- ✓ zamašćenost-uljevitost,
- ✓ sočnost,
- ✓ tendencija slatkoće,
- ✓ masnoća,
- ✓ trajnost okusa i mirisa te
- ✓ struktura.

Nema bolje kombinacije od dobrog vina i dobre hrane, osim ako kombinacija nije u potpunosti promašena. Stoga je potrebno biti vrlo oprezan prilikom sljublivanja ovih namirnica. Općepoznato pravilo da crveno vino ide uz crveno meso, a bijelo vino ide uz ribu i piletinu svakako vrijedi, ali u svijetu vina i bogate gastronomske ponude, kombinacije vina i hrane uvelike su raznovrsnije i mnogo kompliciranije.

Cilj uparivanja vina i hrane nije samo u naglašavanju okusa hrane već da ono obogati gastronomsku senzaciju. To nije savršena znanost pa će različita nepca ponuditi i niz različitih mišljenja. Stoga odabir vina koje će se savršeno uklapati s nekim menijem nije jednostavna stvar i na ovu temu bi se dalo zaista mnogo pisati. Međutim, postoji par osnovnih pravila kojih bi se svakako svatko trebao pridržavati.

**1. pravilo** kaže: „Lagano vino s laganim jelom, teško s teškim.“ Ovo je prvo i vjerojatno najpoznatije pravilo kod sljublivanja vina i hrane, a odnosi se na “težinu” same hrane i vina. Naime, ukoliko je hrana lagana, tada bi i vino trebalo biti lagano, a ukoliko je jelo teško, tada i vino treba biti jače. Stoga bi uz laganu hranu, poput bijelog mesa, ribe i povrća, i vino trebalo biti bijelo i lagano dok teža hrana traži i jače vino koje uz sve te jake okuse jela neće izgubiti vlastiti okus. **2. pravilo** vodi računa o ravnoteži kiseline između jela i vina jer, za razliku od gorkog okusa, kiselost se može kombinirati i u vinu i u hrani. Naime, ako je vino manje kiselo od jela, vino će imati „prazan“ okus. Dakle, kada se jelo uparuje s vinom, treba imati na umu da bi kiselost hrane i vina trebala biti uravnotežena. **3. pravilo** nalaže da se uz začinjenu hranu pije lagano piće s niskim udjelom alkohola, pa bi takvo trebalo biti i vino. **4.**

**pravilo** nalaže kombinaciju slatkih jela slatkim vinom. Naime, ako se uz vrlo sladak desert posluži suho vino, njegov okus će se uz sav taj snažan šećer činiti nekako mlak i mlitav. Ako desert nije sladak, poslužuje se bijelo vino izrazite arome i blaže slatkoće (suho, polusuho), a uz teže kolače s orasima, bademima i kremama, vina moraju biti zrela i jače slatka. Općenita je preporuka da se uz deserte poslužuju desertna vina **kao što su** bijeli muškati, muškati ruža i slatki pjenušci. **5. se pravilo** odnosi na kombiniranje egzotičnih jela i vina. Tako je, kod npr. kineskih, meksičkih ili, pak, indijskih jela najbolje poslužiti određena aromatična vina, ovisno o vrsti hrane. Jedna od najjednostavnijih tajni sljublivanja hrane i vina, ujedno i **6. pravilo**, jest uparivanje vina s regijom iz koje dolazi jelo. Naime, ljudi su stoljećima pravili vina koja prate njihova tradicionalna jela i s ovom se taktikom rijetko kad pogriješi (Wine you like, 2020).

Vina je moguće analizirati, tj. valorizirati putem osjetila vida, njuha i okusa, a detaljnije značajke tih valoriziranja prikazane su na sljedećim slikama.

Slika 8. Analiza vina putem vida.

ANALIZA PUTEVIM VIDA	BOJA	BISTROĆA	PJENUŠAVOST
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zelenkasto žuta</li> <li>- slamnato žuta</li> <li>- zlatno žuta</li> <li>- jantarno žuta</li>   <li>- blago ružičasta</li> <li>- roza boje trešnje</li> <li>- svijetlo ružičasta</li>   <li>- purpurno crvena</li> <li>- rubin crvena</li> <li>- granat crvena</li> <li>- narančasto crvena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- magličasto</li> <li>- djelomično bistro</li> <li>- bistro</li> <li>- kristalno</li> <li>- sjajno</li>   <li><b>FLUIDNOST (Konzistencija)</b></li> <li>- tanko</li> <li>- slabe gustoće</li> <li>- djelomično gusto</li> <li>- gusto</li> <li>- vrlo gusto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DEBLJINA MJEHURICA</li> <li>- veliki</li> <li>- mali</li> <li>- sitni</li> <li>BROJ MJEHURICA</li> <li>- malen</li> <li>- velik</li> <li>- brojčan</li> <li>TRAJNOST</li> <li>- isčezavajući</li> <li>- djelomično trajni</li> <li>- trajni</li> </ul>

Izvor: vlastita obrada autora

Slika 9. Analiza vina putem njuha.

ANALIZA PUTE M NJUHA	<b>INTENZIVNOST</b>	<b>KAKVOĆA</b>	<b>PERCEPCIJE OSJETA</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- neizražena</li> <li>- slabo izražena</li> <li>- djelomično izražena</li> <li>- izražena</li> <li>- vrlo izražena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- obična</li> <li>- osrednja</li> <li>- djelomično fina</li> <li>- fina</li> <li>- izvrsna</li> </ul>	<p>CVJETNI: akacija - bijeli trn - iris - brnista - bazga - ruža - ljubičica ...</p> <p>VOĆNI: šumski plodovi (tribiz, malina, borovnica) - trešnja - šljivica - jabuka ...</p> <p>SUHO VOĆE, MARINELADE: suha šljivica - suha smokva - kuhano voće - orah - badem ...</p> <p>TRAVASTI I BILJNI: trava - lišće - sijeno - zelena orahova ljuska - paprat - gljivica - tartuf ...</p> <p>AROMATIČNE TRAVE: žalfija - anis - koromač - origano - timus - bažuljak ...</p> <p>MRODIJE: crni papar - zeleni papar - roza papar - anis - zvjezdani anis - klinčić ...</p> <p>PRŽENI: kava - kakao - kaučuk - karamel - dvopek - čokolada - prženi badem ...</p> <p>ŽIVOTINJSKI: koža - krzno - mačji urin - znoj - divljač - lisica ...</p> <p>ETERSKI: vosak - sapun - lak - bombon - masne kiseline ...</p> <p>RAZNO: med - duhan - kora od kruha - brašno - kvasaac - putar - sir ...</p>
	<b>KOMPLEKSNOST</b>	<b>OPIS</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- siromašna</li> <li>- zadovoljavajuća</li> <li>- djelomično bogata</li> <li>- bogata</li> <li>- vrlo bogata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vinozno</li> <li>- voćno</li> <li>- cvjetno</li> <li>- po mirodijama</li> <li>- etersko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aromatično</li> <li>- travasto</li> <li>- mirisno</li> <li>- čisto sortno</li> </ul>

Izvor: vlastita obrada autora

Slika 10. Analiza vina putem okusa.

ANALIZA PUTE M OKUSA	<b>ŠEĆERI</b>	<b>KISELINE</b>	<b>RAVNOTEŽA</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- suho</li> <li>- polusuho</li> <li>- poluslatko</li> <li>- slatko</li> <li>- pretjerano slatko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- neizraženo svježe</li> <li>- malo svježe</li> <li>- djelomično svježe</li> <li>- svježe</li> <li>- kiselkasto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- malo uravnoteženo</li> <li>- djelomično uravnoteženo</li> <li>- uravnoteženo</li> </ul>
	<b>ALKOHOLI</b>	<b>TANINI</b>	<b>INTENZIVNOST</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lagano</li> <li>- slabo</li> <li>- djelomično toplo</li> <li>- toplo</li> <li>- alkoholno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- blago</li> <li>- malo tanično</li> <li>- djelomično tanično</li> <li>- tanično</li> <li>- trpko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- neizražena</li> <li>- slabo izražena</li> <li>- djelomično izražena</li> <li>- izražena</li> <li>- jako izražena</li> </ul>
	<b>VIŠI ALKOHOLI</b>	<b>MINERALNE SOLI</b>	<b>TRAJNOST</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- uglato</li> <li>- oskudno mekano</li> <li>- djelomično mekano</li> <li>- mekano</li> <li>- pretjerano mekano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bljutavo</li> <li>- slabog ukusa</li> <li>- djelomično ukusno</li> <li>- ukusno</li> <li>- slano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kratkotrajna</li> <li>- djelomično trajna</li> <li>- trajna</li> <li>- dugotrajna</li> </ul>
<b>OPĆA STRUKTURA ILI TIJELO VINA</b>			<b>KAKVOĆA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- slabo</li> <li>- srednjeg tijela</li> <li>- puno</li> <li>- jako, robusno</li> <li>- teško</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- obična</li> <li>- osrednja</li> <li>- djelomično fina</li> <li>- fina</li> <li>- izvrsna</li> </ul>

Izvor: vlastita obrada autora

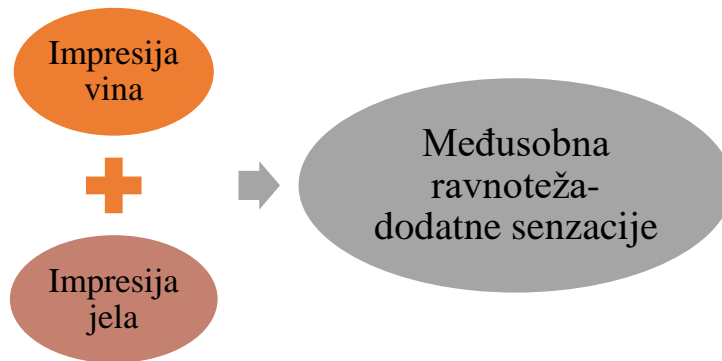
Preduvjeti za zadovoljavajuće sljubljivanje hrane i vina su:

- ✓ želja za sljubljivanjem jela i vina – osobni izbor gosta,
- ✓ poznavanje sensorike organoleptike usne šupljine i njena osviještenost,
- ✓ poznavanje vrijednosti namirnica,
- ✓ poznavanje organoleptičke sensorike vina i

- ✓ poznavanje pravilne konzumacije pri sljubljanju.

Poanta sljubljanja hrane i vina jest dobivanje međusobne ravnoteže između tih namirnica.

Slika 11. Poanta sljubljanja hrane i vina.



Izvor: vlastita obrada autora

### 3.2. Etnoturizam u Europi i Republici Hrvatskoj

Europa se odavno suočila s problematikom odumiranja ruralnih područja koja su počela gubiti sva svoja stara obilježja - od arhitekture, zanata, običaja, narodne nošnje pa i ljudi. U potrazi za rješenjima kako takve trendove zaustaviti, došlo se do jednog novog koncepta nazvanog održivi turizam (Mrnjavac, 1992). Ritam života kojim živi današnji čovjek postao je izrazito brz, a, samim time i stresan. Ljudi sve više osjećaju potrebu da se vrate prirodi i za svoj boravak biraju upravo ona mjesta koja su ostala netaknuta, očuvana i u svakom pogledu posebna. Stoga seoski (ruralni, agroturizam), tj. etnoturizam postaje sve popularniji kako u svijetu, tako i u Republici Hrvatskoj.

Etnoturizam nije važan samo za turističko gospodarstvo već je jednako važan i za razvoj poljoprivrede. Poljoprivreda, a posebno ona koja se zasniva na uzgoju poljoprivrednih proizvoda bez upotrebe kemijskih gnojiva i pesticida, pokretač je razvoja turizma u tzv. eko-etno selima. Povećanje razine obrazovanja stanovništva sve više će utjecati na porast potražnje za odmorima u kojima će umjetnost, kultura i povijest, te edukacija imati veliku važnost.

Eko-etno sela bi se trebala nalaziti u prirodnom okruženju, udaljena od gradova i većih naselja i u njima ne bi smjelo obitavati više od 5000 stanovnika. Takva bi sela trebala zadržati svoju

izvornu arhitekturu i prepoznatljiv identitet. U takvom ruralno okruženju njegovalo bi se i prakticiralo tradicionalno poljodjelstvo sa svim svojim izraženim karakteristikama ili izuzetnim prirodnim vrijednostima.

Turisti bi konzumirali proizvode pripremljene na tradicionalni način, dobivene iz ekološkog uzgoja i napravljene po staroj recepturi. Proizvodi bi se konzumirali u istim smještajnim kapacitetima u kojima se i boravi, te je od iznimne važnosti sama autentičnost smještajnih kapaciteta i ambijenta. Turisti bi u etno-eko selima za vrijeme svog boravka dio vremena provodili u samoj okolici sela baveći se rekreacijom, obilazeći prirodne i kulturne atrakcije, sudjelujući u kulturnim, vjerskim, folklornim, sportskim i sličnim manifestacijama, posjećujući ugostiteljske objekte i slično.

Urbanizacija i industrijalizacija negativno djeluju na prirodu i cjelokupno okruženje ovakvih ruralnih sredina i stoga je potrebno uložiti izuzetne napore kako bi etno-eko sela ostala zaštićena kao jedinstvene životne sredine, na mirnim i tihim položajima, bez buke ili zagađenja (Ceballos-Lascurain, 1996).

U svijetu, pa sve više i u Republici Hrvatskoj, prisutan je trend povratka prirodi i tradiciji. Dalmatinska zagora obiluje napuštenim i zapuštenim selima koja bi se mogla obnoviti i revitalizirati u cilju obogaćivanja turističke ponude Republike Hrvatske.

Sukladno strateškim smjernicama razvoja hrvatskog turizma potrebno je definirati jasan projekt koji bi za cilj imao predstaviti Republiku Hrvatsku kao etnološki bogatu i ekološki sačuvanu destinaciju. Strategija razvijanja etnoturizma pridonijela bi povratku onih koji su djedovinu odavno napustili te pružila mogućnost angažiranja dominicilnog stanovništva na obnavljanju tradicionalnih obrta i poljoprivrede, što je preduvjet dugoročnog razvitka i opstanka ovakvih ruralnih sredina. Etnoturizam je prihvatljiv suvremenom potrošaču koji traži domaće i izvorno, protkano pričom i začinjeno specifičnom kulturom, gastronomijom i etnografijom. Objedinjenjem svega navedenog, osigurao bi se razvoj gospodarski, socijalno, ekološki i kulturno održivog turizma kao komplementarnog dijela ukupne nacionalne turističke ponude.

Prema tome, naglasak je na stvaranju prepoznatljivog hrvatskog turističkog proizvoda koji se temelji na uključivanju našeg ukupnog prirodnog, povijesnog, kulturnog i posebice arhitektonskog nasljeđa u kreiranju različitog i turistički atraktivnog novog proizvoda.

## 4. SOMMELIER I OBVEZE SOMMELIERA U RESTORATERSTVU

Sommelier je po definiciji „čovjek koji profesionalno spaja piće i hranu“. Kako je ideja o spajanju došla iz Francuske, spajanje pića i hrane prvobitno se odnosi na vino. U svijetu je profesija sommeliera jedna od najtraženijih i vrlo dobro plaćenih profesija. Kako se u slavne restorane oduvijek odlazilo zbog kuhara, danas se sve češće ide i zbog – sommeliera. (POS sector, 2020).

### 4.1. Kroz povijest

Podrijetlo zanimanja sommelier seže u davnu prošlost. Točenje Bakusova ili Diomedovog nektara smatralo se vrlo važnom ulogom koja se u antičko vrijeme povjeravala plemenitim osobama, čiji su se nazivi mijenjali usporedno s povijesnim razdobljima. Ovo se zanimanje u Mezopotamiji nazivalo *shagu*, dok je u Egiptu i Grčkoj bilo poznato kao *arkant* (peharnik ili simpozijarh koji vodi gozbe). U antičkom Rimu istu je ulogu obnašao *Rex bibendi* (De Nicola i sur., 1994).

Naziv sommelier potječe od latinskog izraza *sagmarium* koji označava osobu zaduženu za prijevoz vina teglećim životinjama. Ovaj se naziv koristi u srednjem vijeku, a u 16. stoljeću se u Francuskoj pretvara u sommeliera, što je u početku označavalo časnija koji se brine za opskrbu hranom. Kasnije, na dvoru Luja XIV., Kralja Sunca, sommelier predstavlja povjerenika za prijevoz prtljage i posluživanje vina. Nedugo nakon toga na dvoru Savoja naziva se *Somigliere di Bocca*. Poslije sommelier obnaša dužnost pravosudnog službenika kojemu je zadatak bio odabrati i kupiti najbolje grožđe i vina za kraljevsku kuću, kao i poučiti plemiće pravilnoj konzumaciji ovog napitka. Od 19. stoljeća nadalje, pojavom i širenjem velikih restorana, zanimanje sommeliera postaje javno. Nakon završetka Drugog svjetskog rata zanimanje sommelier gotovo je nestalo, a ponovno se pojavilo u Francuskoj šezdesetih godina 20. stoljeća dajući profesiji novi zamah.



Suvremeni sommelier više nije samo profesionalac posvećen prvenstveno posluživanju i savjetovanju gostiju o najboljim kombinacijama hrane i vina, već je to stručnjak za enogastronomiju i kvalitetno restoraterstvo (De Nicola i sur., 1994).

Dakle, suvremeni sommelier bavi se nabavom i prodajom napitaka, surađuje s voditeljima restorana, pridonosi gospodarskoj i marketinškoj politici tvrtke za koju radi te aktivno sudjeluje u organiziranju, motiviranju i obuci osoblja. Ukratko, suvremeni je sommelier stručnjak i profesionalac koji u svom segmentu poslovanja pridonosi društvenom boljitku. (De Nicola i sur., 1994).

U skladu s tradicijom, sommelier je, prije svega, riznica širokog spektra znanja, vjerodostojni poznavatelj i tumač svijeta vina, vinogradarstva, vinifikacije, skladištenja vina kao i zakonodavstva i zemljopisa vinskog sektora. *Moderni sommelier* mora poznavati i tumačiti ne samo vino i likere, već i široku paletu pića, kao što su vode, čajevi, piva, kave i ostala pića unutar sve više specijaliziranog područja personalizacije okusa i igre sljublivanja s hranom. Moderni sommelier mora biti upoznat s potencijalom svakog pića kako bi, sve zahtjevnijoj, publici mogao predložiti najbolju kombinaciju. Kreativnosti i stečenom iskustvu pridodaju se i menadžerske sposobnosti. Naime, pod obukom suvremenog sommeliera ne smatra se samo posluživanje vina, već i sposobnost sastavljanja vinske karte, organizaciju podruma prema lokalnim potrebama, vođenje nabave i plasiranje pića na tržište. Kako bi ugodio gostima, ovim je karakteristikama važno pridodati i poznavanje stranih jezika te osnova marketinga i komunikacije.

#### **4.2. Sommelier u turizmu**

Nema smisla posjedovati veliku vinsku kartu, ako je nemoguće i prodati ta vina, a za to je potreban sommelier. Prije svega, to je komunikativna i spretna osoba koja je svojim trudom, zalaganjem i velikim odricanjima stekla široko znanje o vinskom svijetu i spremna je to podijeliti s drugima. Sommelier je vinski ekspert okrenut gostu čije povjerenje mora steći otvorenim i objektivnim ocjenama vina koje mu preporuča. Da bi u tome uspio, mora stalno pratiti i poznavati vrijednost pojedinih proizvodnih područja, solidnost proizvođačkih kuća, najistaknutije značajke sorte, godišta tehnološkog postupka i mnoga druga značajna područja neophodna za ocjenjivanje vina i njihovo slaganje uz jelo. Kao i barmen, sommelier je stručni

radnik, ali i osoba široke kulture, staloženih elegantnih pokreta, nenametljiv, pristupačan i duhovit, kojemu je zadatak da kod gosta probudi interes za jelo i, dakako, za piće (POS sector, 2020).

Radno mjesto i zadaci sommeliera u turizmu su:

- ✓ nabava vina,
- ✓ razvrstavanje vina,
- ✓ kreiranje vinske karte,
- ✓ briga o samim bocama te
- ✓ briga o podrumu (sommelier mora voditi računa da su vina uskladištena kako treba, da se ne kvare, da nema svjetla, vlage i naglih promjena temperature).

Za ovaj posao osoba mora biti talentirana te imati urođenu sklonost. Dakako da je iznimno važna teoretska baza, ali ono što je još važnije jest neprekidan trening.

Zaštitni znak sommelier-a je plitica ili tastevin, tj. srebrna metalna plitka posudica, posebnog oblika, iz koje enolozi i sommelieri kušajući ocjenjuju kakvoću i obojenost vina.

Nabavljena vina pokazatelj su kvalitete ugostiteljskog objekta, naravno, samo ako su nabavljena vina i kvalitetna. Sommelier ne opskrbljuje podrumu lijepim etiketama, već razumnim izborom vina koja se slažu s jelovnikom i određenim vremenskim razdobljem u kojem će biti korištena. Sommelier mora posjedovati ekonomsko znanje, tj. nabavljati vino u najpovoljnijem trenutku čime se utječe na ukupnu cijenu zalihe vina. Uvijek je zadaća sommeliera prodati vino i ocijeniti je li odnos cijene i kvalitete optimalan kako bi to, u konačnici, na najbolji način prezentirao i omogućio gostu. Sommelier mora znati servirati vino, što znači dekantirati vino, servirati šampanjac, odnosno pjenušac te odabrati pravu čašu. Također, treba odrediti pravu temperaturu jer prehladno vino zatomit će arome, a pretoplo vino također gubi na kvaliteti. Najvažnije od svega, sommelier mora znati sljubiti vino s jelom te znati objasniti zbog čega je to tako da bi taj enogastronomski doživljaj bio potpun (POS sector, 2020).

Iako mu je primarni cilj udovoljiti gostu, sommelier mora osigurati i prodaju pića, imajući pri tome na umu interese vlasnika i uspješnost poslovanja.

Dakle, kako bi udovoljio gostu, sommelier mora (De Nicola i sur., 1994):

- ✓ **preporučiti** pića ovisno o izboru hrane (moguće je i obratno, pod pretpostavkom da savršeno poznaje i njihove okusne podražaje, kako bi ih na najbolji način ugodio s vinom),
- ✓ **odgovarati** bez oklijevanja na pitanja gosta,
- ✓ **otkriti** gostu vina ili neka druga nepoznata ili manje poznata pića,
- ✓ **potaknuti** gosta da isproba neko novo gastronomsko iskustvo (primjerice bijela vina sa sirevima od kozjeg mlijeka, likerska vina s nekim drugim vrstama čokoladnih slastica itd.),
- ✓ **pred gostom** odavati dojam da je upravo on „najvažnija i najkompetentnija osoba kuće“.

Kako bi udovoljio interesima vlasnika, sommelier mora (De Nicola i sur., 1994):

- ✓ **pomoći** upravi u otkrivanju proizvoda koji imaju najbolji odnos cijene i kvalitete,
- ✓ **osigurati** dobro vođenje podruma,
- ✓ **pokušati** povećati opseg poslova i povećati prihode,
- ✓ **poticati i izgrađivati** lojalnost gostiju.

Uprava će mu zauzvrat osigurati sredstva i potporu potrebnu za iskorištavanje vlastitih znanja i poduzetnosti, upoznavajući ga s poslovnim ciljevima tvrtke, kako bi ih i dalje mogao slijediti i ostvarivati.

### 4.3. Obveze sommeliera u restoraterstvu

Kao što je već prethodno rečeno, sommelier mora posjedovati određena znanja, vještine i kompetencije kako bi bio uspješan u poslu kojeg obavlja. Naime, sommelier uživa mnoge dobrobiti prilikom obavljanja svog posla u nekoj uglednoj tvrtki, ali, jednako tako, stručan i

poduzetan sommelier poboljšava ugled te tvrtke. Stoga se od sommeliera očekuje da uspješno obavlja sljedeće zadatke (De Nicola i sur., 1994):

- ✓ organizacija i vođenje nabave, ali i skladištenja vina,
- ✓ briga o odležavanju vina te
- ✓ izrada vinske karte.

#### 4.3.1. Nabava i skladištenje vina

Nabava vina, likera i drugih pića vrlo je osjetljiv posao za svakog sommeliera jer visoke cijene čuvenih vina i jakih alkoholnih pića zahtijevaju veće financijske izdatke. Nabava se obavlja na temelju zabilježene potrošnje.

Različiti su kriteriji kojih se sommelier treba pridržavati prilikom nabave robe za podrum. Naime, važna je **prethodna analiza tržišta**, odnosno potreba i želja stalnih i potencijalnih gostiju/kupaca te njihovih platežnih sposobnosti.

Zatim je važna **analiza prodaje** i kapacitet podruma koji obuhvaća *dnevni podrum* i *podrum za skladištenje*. Ne smije se zanemariti ni važnost **vrsta jela** koja se poslužuju i stoga treba voditi računa o tome jesu li ta jela regionalna ili tradicionalna, riblja, mesna, vegetarijanska ili, pak, sezonska. Osim toga, sommelier treba voditi računa i o godišnjim dobima, pa, primjerice, u ljetnim mjesecima ponuditi vina s manje alkohola, a zimi ona s više alkoholne gradacije.

Izrada popisa mogućih dobavljača kao i procjena njihove pouzdanosti te izbor vina nakon degustacije uzoraka tri su faze opskrbe podruma. Podrazumijeva se da je sommelier iskusan degustator, ali, da bi bio sigurniji u svoj izbor, može osnovati i degustacijsku komisiju u sastavu: voditelj kuhinje, voditelj odjela hrane i pića te šef sale. Svi ovi članovi procjenjuju svako pojedino vino te se na osnovi njihovih ukupnih rezultata odabiru najbolji proizvodi.

Pravilno i učinkovito vođenje podruma podrazumijeva sljedeće poslove: evidenciju ulaza i izlaza vina, skladištenje, kontrolu troškova i inventuru. Ukoliko je uvedena informatizacija, cijeli se postupak obrađuje i računalno.

Vino se obavezno **skladišti** u odgovarajućim prostorima, ali, pri tome, su jednako važne tehnike upravljanja zalihama i njihovo vrednovanje. **Utvrđivanje vrijednosti zaliha i potrošnje vina** moguće je pomoću nekoliko različitih metoda. Jedna od tih metoda uključuje *prosječnu ponderiranu cijenu (PPC)* koja se, uz uvažavanje značenja pojedinih artikala,

dobiva izračunom troškova nastalih izračunom prosječnih različitih nabavnih cijena. Time se utvrđuje realno stanje vrijednosti zaliha *FIFO (First In – First Out)*. Metoda „prvi ulaz – prvi izlaz“ podrazumijeva da se vina koja su prva kupljena prva i upotrijebe, odnosno prodaju, i to najnovijim nabavnim cijenama kako bi se održala vrijednost uskladištene robe.

Prilikom *kontrole izlaza vina* iz podruma i *vrednovanja zaliha*, nikada se ne smiju izgubiti iz vida završni ciljevi, a to su procjena potrošnje (ovisno o vrsti ugostiteljskog objekta) te olakšavanje rada osobi koja upravlja podrumom (De Nicola i sur., 1994).

Također je važno da se ne zaborave vrednovati i uknjižiti vina koja su darovana, a koje je konzumiralo osoblje ili uprava restorana, kao i vina koja imaju „miris po čepu“ te se ne mogu poslužiti gostu. Naime, sva su ta vina trošak za tvrtku.

Dakako, mnogi su ovi procesi u današnje vrijeme kompjuterizirani i stoga je moguće pohraniti sve podatke o narudžbama i dospijeću vina i drugih pića, naziv i godište vina, ime proizvođača, nabavnu cijenu, iznos popusta dobavljača i način plaćanja, kao i podatke o potrošnji i vrednovanju zaliha. Računalni programi omogućavaju brz pristup informacijama o zalihama u podrumu, vinima čije zalihe treba obnoviti i onima kojih ima dovoljno. Istovremeno vode evidenciju o zahtjevima gostiju, te ove podatke statistički obrađuju (De Nicola i sur., 1994).

#### 4.3.2. *Odležavanje vina*

Kada je vino tek proizvedeno, njegove osobine, okusi i arome još nisu dovoljno uravnoteženi, povezani i usklađeni. Stoga je nužno da vino prođe kroz fazu sazrijevanja čija dužina varira ovisno o njegovoj strukturi, a tijekom tog razdoblja vino će doseći punoću i organoleptičku ravnotežu. Dozrijevanje vina odvija se pod utjecajem oksidacije, odnosno u uvjetima u kojima može doći u dodir s kisikom. Upravo tome služe drvene bačve i boce s plutenim čepovima pa vino koje u njima odleži s vremenom stvara polifenole<sup>3</sup> i formira estere koji omekšavaju

---

<sup>3</sup> *Polifenoli* predstavljaju strukturnu klasu uglavnom prirodne, ali i sintetskih ili polusintetskih, organskih kemikalija u kojima je naznačen prisutnost velikih multipla fenolastrukturnih jedinica. Broj i karakteristike ovih fenolnih struktura podupiru jedinstvena fizička, kemijska i biološka svojstva određenih članova klase.

njegovu strukturu i razvijaju boju. Ako dužica bačve sadrži začinske note, vino će ih preuzeti i poprimiti šumski miris vanilije i slatkih začina.

Ako su, pak, posude u kojima se čuva vino ispunjene inertnim plinom i stoga bez kisika, vino će se organoleptički „zamrznuti“, tj. neće biti izloženo bilo kakvim značajnim promjenama. Slika 12. prikazuje proces vinifikacije bijelih, ružičastih i crnih vina.

#### 4.3.3. Izrada vinske karte

Karta (ili popis) vina i pića zapravo je „podrum na stolu gosta“ (De Nicola i sur., 1994). Sommelier sastavlja vinsku kartu u suradnji s upravom, uzimajući u obzir klasu restorana, zemljopisni položaj, klijentelu, vrstu kuhinje, kvalitetu podruma i politiku nabave (koja često ovisi o financijskim mogućnostima).

Vinska karta mora biti jasna, precizna, dobro predstavljena i logičnog redoslijeda. Na kvalitetnoj vinskoj karti nužno se ne navodi previše etiketa. Takva je karta često povlastica velikih kuća u kojim radi sommelier, eventualno restoraterskih tvrtki čiji su vlasnici i voditelji zaljubljenici u vino. Često i skromnija vinska karta može zadovoljiti goste, osobito ako je inovativna i predlaže „najbolje vino dana, trenutka ili tjedna“. Gosti cijene takvu promidžbu, osobito ako se vino poslužuje na čaše i omogućava upoznavanje mnogih poznatih vina. Vina se općenito navode prema vrsti, abecednom redoslijedu, godištu, cijeni ili zemlji podrijetla. Posljednji je vjerodostojni detalj na vinskoj karti ***ime sommeliera koji ju je sastavio, puni naziv hotela/restorana, adresa i telefonski broj***. Također, ne smije se zaboraviti ni da je vinska karta promidžbeno sredstvo tvrtke pa su dobro osmišljena grafika i dizajni vrlo značajni čimbenici u prodaji vina.

Vinska karta mora uvijek biti ažurirana zbog čega je važno redovito i detaljno provjeravati zalihe (točne količine i vrste vina pohranjenih u podrumu). Prije svakog posluživanja potrebno je provjeriti vinske karte. One moraju biti ***besprijekorno čiste*** (bez masnih mrlja ili ogrebotina na naslovnici), svi proizvodi moraju biti ***raspoloživi*** kako ne bi došlo do

---

(prema: Quideau, SP, Deffieux, D., Douat-Casassus, CL, Pouységu, L. (2011). "Biljni polifenoli: Kemijska svojstva, biološke aktivnosti i sinteza". *Angewandte Chemie International Edition*. 50(3), str. 588.

nesporazuma. Ono na što treba posebno paziti jest *raspoloživost godišta* navedenih vina jer su takve pogreške čest i za gosta zbunjujuće.

Slika 12. Proces vinifikacije bijelih, ružičastih i crnih vina.



Izvor: De Nicola S., Garofolin, A., Larentis, M., Pilzer, B., Vaccarini, G. (1994.) Priručnik za sommeliere: Osnove vinogradarstva i etnologije, degustacija, usklađivanje hrane i vina, zakonodavstvo, sestilati, kava i čaj, Hrvatski sommelier klub, str. 47.



Neophodno je žurno djelovati i u slučaju promjena cijena ili rasprodanosti pojedinih vina. Kako ne bi trebalo sastavljati potpuno novu vinsku kartu, rasprodana se vina mogu označiti zvjezdicom, uz opasku na podnožju stranice „trenutno nedostupno vino“. Podrazumijeva se da se to pravilo može primjenjivati samo za nekoliko vina (De Nicola i sur., 1994).

## 5. IMPLEMENTACIJA SOMMELIERA U HRVATSKIM RESTORANIMA

U ovom će se poglavlju prikazati implementacija sommelierstva u Republici Hrvatskoj, tj. u hrvatskim restoranima. Opisat će se značajke koje treba imati hrvatski sommelier te će se prikazati neki najpoznatiji sommelieri u Republici Hrvatskoj.

### 5.1. Sommelier u *fine dining*-u

*Fine dining* može se definirati kao restoran s vrhunskom poslugom, dobrim uređenjem, kvalitetnim čašama, višim rangom pribora za jelo, ambicioznom i, ne odveć, kratkom vinskom listom, te elaboriranim kuhanjem u kojem se koriste bar neki vrhunski sastojci, i u kojem su zabranjeni nižerazredni sastojci, od konzerviranog povrća do smrznute i uzgojene ribe. Držeći se ove definicije, prilično je jasno da u Republici Hrvatskoj visoka kuhinja više gotovo da i ne postoji, dok je *fine dining* restorana vrlo malo (Kult Plave Kamenice, 2020).

Iz samog aspekta prodaje, vrlo je važno imati sommeliera iz razloga što je to osoba koja gostu (kupcu) unese povjerenje. U bilo kojoj sferi prodaje, tek kada zadobije povjerenje, kupac tada postaje spreman kupiti. Sommelier može zadobiti povjerenje na način da pokaže svoju stručnost, razumijevanje za gosta i da on sluša tog gosta, kako verbalno, tako i neverbalno. Sommelier mora, nakon verbalnih i neverbalnih znakova gosta dobiti dojam koje vino žele, koju su cijenu spremni platiti za to vino, koju kombinaciju hrane i vina ne žele i slično. Kada je sommelier sve navedene faktore shvatio, tada se on „prepušta“ gostu.

Često dolazi do određenih problema prilikom komunikacije gosta i sommeliera. Naime, nerijetko gost naruči neko „nezanimljivo“, „obično“ jelo poput bečkog odreska jer „igraju na sigurno“. Naime, takav gost razmišlja na način da: „I ako ne bude dobro, nisam puno riskirao (jer je to najniži cjenovni rang).“ Međutim, veliki broj gostiju, kada se osjete sigurno, spremni su platiti i više. Njima je samo važno da ne bude izigrano njihovo povjerenje i da dobiju toliko koliko su platili. Naime, nije rijetka situacija da poneki sommelier ne uspijeva u svom poslu, tj. ne uspijeva duže vrijeme prodati proizvode, zbog čega se rađaju određeni strahovi i

barijere, kako komunikacijske, tako i prodajne. Tada sommelier može, ukoliko je na određenom višem nivou, može prenositi svoje znanje i na druge kolege.

Još jedan segment u kojem su implementirani sommelieri, a to nije sommelierstvo, jest taj što u Republici Hrvatskoj ne postoji neko kvalitetno školovanje za voditelja restorana. Obzirom da sommelier klub radi vrlo kvalitetno i široko u izučavanju sommeliera, ti sommelieri vrlo često završe kao voditelji ili suvlasnici restorana.

Za Republiku Hrvatsku je iznimno važno to što je turistička zemlja i turizam predstavlja jedini „ozbiljniji“ prihod u ovoj zemlji. Problem je što ljudi, pogotovo u posljednje vrijeme, konobara ne doživljavaju kao neko ozbiljno zanimanje jer je došlo do velikog deficita radne snage i na to su se radno mjesto zapošljavali ljudi s raznim (ne)znanjima, (ne)iskustvima i vještinama što je rezultiralo lošom ponudom. Međutim, treba imati na umu da gost koji dođe u neki ugostiteljski objekt, prvi će kontakt ostvariti s konobarom, posebice sommelierom, i iz tog je iznimno važno kakav će dojam on ostaviti na tog gosta. Gost (turist) će često dobiti dojam o kulturi neke zemlje na osnovu osoblja, tj. u ovom slučaju sommeliera. Međutim, upitni su znanje i kompetencija tog sommeliera, tj. hoće li moći ponuditi i objasniti materiju zemlje u kojoj živi, u smislu vina i hrane koji se nude u toj zemlji. Nezaboravan doživljaj kako za sommeliera, tako i za gosta, jest kada sommelier prođe jednim degustacijskim menijem kroz cijelu Republiku Hrvatsku.

Što se tiče sommelierske scene u Republici Hrvatskoj, kako vrijeme odmiče, ona je sve jača, posebice se taj rast može primijetiti na jugu Republike Hrvatske. Naravno, uvijek ima mjesta da se to podigne na još veću razinu. Hrvati, kao i svaki narod, imaju određene navike. Tako je navika kod Hrvata npr. naručivanje rakije neposredno prije jela što nije prihvatljivo. Također, još jedna neprihvatljiva navika je miješanje visokokvalitetnih pršuta (slano, bogato, raskošno) sa zrelim dugogodišnjim paškim sirom (slano, bogato, raskošno). Stoga bi te loše navike svakako trebalo mijenjati. U svakom slučaju, sama struka sommelierstva prije 10, 15 godina praktički nije ni postojala, a danas je postala iznimno interesantna, prihvaćena, cijenjena i tražena struka.

## 5.2. Sommelierska scena u hrvatskim restoranima

Kao što je prethodno rečeno, zadnjih se godina sommelierstvo u Republici Hrvatskoj razvilo i postalo sve popularnija i traženija struka.

Neki od, moglo bi se reći, popularnijih sommeliera u ovoj državi su: Ivan Jug (Noel Zagreb), Goran Petrić (Noel Zagreb), Siniša Lasan (Proto Dubrovnik) i Mario Meštrović. Sommelier i suvlasnik zagrebačkog restorana Noel, Ivan Jug najbolji je sommelier kontinentalne Hrvatske za 2017. godinu. Ivan Jug, vrhunski poznavatelj vina, predstavio je sveobuhvatno majstorstvo vještina iz ove profesije na prvenstvu koje je održano 6. studenoga 2017. godine na Vinskoj akademiji u Zagrebu (Total Croatia News, 2020).

Ivan Jug ušao je u profesionalni vinski svijet 2010. godine i vrlo brzo je napredovao. Ovo nije prvi put da je Ivan Jug dobio nagradu za najboljeg sommeliera kontinentalne Hrvatske, no ovaj se put suočio s kolegom iz restorana Noel Goranom Petrićem i zagorskim sommelierom Ivanom Greblički iz kumrovske restorana Zelenjak. Za vrhunskog sommeliera potrebno je poznavati vinsku kulturu cijelog svijeta, puno kušanja, kontinuiranog učenja, razvoja i nadogradnje znanja, a ovo sve posjeduje Ivan Jug (Total Croatia News, 2020).

Slika 13. Ivan Jug (Noel).



Izvor: Kult Plave Kamenice, <https://plavakamenica.hr/2018/05/22/ivan-jug-sake-sommelier-noel-restoran/>,

29.07.2020.

U zagrebačkom hotelu Academia u 2018. godini održano je Prvenstvo sommeliera kontinentalne Republike Hrvatske u kojem se natjecalo devet sommeliera. Na ovom je natjecanju pobijedio sommelier zagrebačkog restorana Noel Goran Petrić čiji je mentor suvlasnik i glavni sommelier Noela Ivan Jug. Noel je restoran s najboljom vinskom kartom u Zagrebu i jednom od najboljih u Republici Hrvatskoj (Kult Plave Kamenice, 2020).

Slika 14. Goran Petrić (Noel).



Izvor: Kult Plave Kamenice, <https://plavakamenica.hr/2018/05/22/ivan-jug-sake-sommelier-noel-restoran/>, 29.07.2020.

Najbolji sommelier Republike Hrvatske u 2019. godine je sommelier zaposlen u dubrovačkom restoranu Proto, Siniša Lasan. Naime, Siniša je najboljim sommelierom proglašen na 23. prvenstvu sommeliera Hrvatske koje je, u organizaciji Hrvatskog sommelier kluba i pod pokroviteljstvom HTZ-a, 25. i 26. studenog 2019. godine održano u zagrebačkom hotelu Westin (DULIST, 2020).

Sinišu Lasanu je, osim glavne nagrade (studijskog putovanja u Champagne), pripala i čast predstavljati Hrvatsku na Prvenstvu sommeliera Europe i Afrike – Contest Best Sommelier of Europe & Africa 2020., koje će se održati na Cipru od 16. do 20. studenog 2020.

Slika 15. Siniša Lasan (Proto).



Izvor: Kult Plave Kamenice, <https://plavakamenica.hr/2018/01/25/sinisa-lasan-sommelier-advanced-court-of-master-sommeliers/>, 29.07.2020.

Mario Meštrović jedan je od najuglednijih hrvatskih sommeliera i, između ostalog, on je i sudac na Decanterovim Svjetskim nagradama. Mario Meštrović ima dugo i bogato iskustvo u restoranskom biznisu koje obuhvaća niz godina u velikogoričkom Mon Amiju te angažmane u Timeu i Namasteu. Također, Mario je preuzeo restoran Kajzerica u istoimenom zagrebačkom kvartu blizu Save. Kajzerica je bila gostionica s jelovnikom opće prakse, koja je živjela od gableca. Meštrović je Kajzericu preimenovao u Kaiser, razvio novi vizualni identitet, a do velikih je promjena došlo i u samoj ponudi restorana u Cimermanovoj ulici. Kaiser, naime, zadržava dnevna jela, no šef Ivica Pavičić uveo je i večernje fine *dining* menije.

Kaiser inzistira na domaćim i svježim proizvodima, uključujući bijelu ribu i škampe te organizira promocije malih proizvođača hrane i pića, tematske vinske večere, a u planu su i edukacije za profesionalce iz restoranske industrije. Kaiser je prvi samostalni restoran Marija Meštrovića (Kult Plave Kamenice, 2020).



Slika 16. Mario Meštrović.



*Izvor: JOURNAL, <https://www.journal.hr/lifestyle/gastro/journal-man-mario-mestrovic/>, 29.07.2020.*

Gosti suvremenih restorana ostali su trajno skloniji manje formalnoj atmosferi u restoranima, izrasle su nove vinske regije, novi stilovi, afirmirane nove sorte i proizvođači, i sommelieri su, uz vinske kritičare, postali glavni informatori kupaca. Neki od njih postali su izrazito utjecajni jer nitko ne može proslaviti novu malu vinariju kao sommelier. Dakle, sommelierstvu u Republici Hrvatskoj pridaje se sve veća pažnja i to postaje sve više značajna i tražena struka, a očigledno će u budućnosti jačati još i više.

## 6. ZAKLJUČAK

Sommelier je općenito osoba odgovorna za sve aspekte vinske usluge kao i za kombiniranje hrane i vina u restoranu. Ovo nije običan konobar, već dobro obučeni i dobro poznati vinski profesionalac s puno iskustva koji je položio tečaj za certificiranje sommeliera. Ovo je zanimanje mnogo zahtjevnije od običnih konobara, pa ne čudi da sommelieri vrhunskih restorana uživaju veliku reputaciju, što odgovara reputaciji njihovih kuhara. Ovisno o vrsti prostora u kojem radi, zadaci sommeliera variraju. Sommelier usko surađuje s kuhinjom kako bi bio u potpunosti spreman dati vinske preporuke u skladu s uparivanjem hrane gostima. Ova odgovornost zahtijeva puno iskustva u tehnikama sparivanja hrane i vina, kao i odlično poznavanje jelovnika restorana i vinske karte. Zapravo je sommelier taj koji stoji na raspolaganju gostima, a u izravnom kontaktu s gostom, sommelier mora biti u stanju prepoznati kojim putem njihov gost želi ići.

Dakle, sommelier je iskusan, visokovrijedan i neophodan profesionalac u modernom restoraterstvu koji svojim stručnim djelovanjem pridonosi uspješnosti svoje tvrtke i ugostiteljstva općenito, a time i ukupnom boljitku društva. Glavna funkcija svakog sommeliera jest osigurati da gost koji dođe u restoran može uživati u vinima koja su im preporučena i da im je jasno da su prikladna potpuno jelima koja su već poprimila njihov ukus. Međutim, to je složen zadatak, jer svaki klijent ima različite preferencije, ali i budžet, tj. novac na raspolaganju. Trenutno, svi oni koji se žele posvetiti profesiji sommeliera, moraju pohađati različite specifične stručne tečajeve koji postoje gdje kroz mnogo sati prakse i teorije nauče okusiti vina, upoznati međusobne kvalitete, razumjeti identitet bilo kojeg juha te da se oduševе čulima. Uz sve to navedeno, sommelier mora imati urođene osobine u tom pogledu kao sjajna čula mirisa i ukusa. Posljednjih se godina uloga sommeliera proširila te oni sada imaju uloge i konzultanata, kritičara i kolumnista, ali i organizatora prezentacija, degustacija vina te ostalih događaja.



## LITERATURA

1. Agroklub, <https://www.agroklub.com/vinogradarstvo/greske-koje-u-proizvodnji-vina-treba-izbjeci/20394/>, 20.07.2020.
2. Ceballos-Lascurain, H. (1996). Tourism, Ecotourism and protected areas, Cambridge, IUCN
3. Coolinarika, <https://www.coolinarika.com/magazin/prehrambeni-rjecnik/v/vinifikacija/>, 20.07.2020.
4. CRO wine, <https://www.cro-wine.com/>, 21.07.2020.
5. De Nicola S., Garofolin, A., Larentis, M., Pilzer, B., Vaccarini, G. (1994). Priručnik za sommeliere: Osnove vinogradarstva i etnologije, degustacija, usklađivanje hrane i vina, zakonodavstvo, sestilati, kava i čaj, Hrvatski sommelier klub
6. DULIST, <https://www.dulist.hr/sinisa-lasan-najbolji-sommelier-hrvatske-za-2019/619892/>, 29.07.2020.
7. JOURNAL, <https://www.journal.hr/lifestyle/gastro/journal-man-mario-mestrovic/>, 29.07.2020.
8. Kult Plave Kamenice, <https://plavakamenica.hr/2019/12/03/poznati-sommelier-mario-mestrovic-otvara-kaiser-svoj-prvi-samostalni-restoran/>, 29.07.2020.
9. Kult Plave Kamenice, <https://plavakamenica.hr/2018/01/25/sinisa-lasan-sommelier-advanced-court-of-master-sommeliers/>, 29.07.2020.
10. Kult Plave Kamenice, <https://plavakamenica.hr/2018/05/22/ivan-jug-sake-sommelier-noel-restoran/>, 29.07.2020.
11. Kult Plave Kamenice, <https://plavakamenica.hr/2017/02/23/postoje-li-u-hrvatskoj-visoka-kuhinja-i-fine-dining/>, 29.07.2020.
12. Lock, J. (2017). What Are The Differences Between Old World And New World Wines?, dostupno na: <https://explore.flyingwinemaker.com.hk/>, 18.07.2020.
13. miss gastro, <https://gastro.24sata.hr/najave/terravin-projekt-za-vinske-zaljubljenike-19495>, 20.07.2020.
14. Mrnjavac, Ž. (1992). Definiranje turističkog proizvoda, Acta turistica, Zagreb
15. Ovinu.info, <http://ovinu.info/da-li-je-terroir-ono-sto-mislimo-da-jeste/>, 20.07.2020.
16. POS sector, <https://possector.hr/management/sommelier-o-sommelierima>, 21.07.2020.
17. POS sector, <https://possector.hr/konobar/tko-je-sommelier-i-koja-je-njegova-uloga-u-ugostiteljstvu>, 22.07.2020.

18. Poslovni, <https://www.poslovni.hr/sci-tech/predstavljena-vinska-aplikacija-cro-wine-238004>, 20.07.2020.
19. Prvi hrvatski vinogradarski portal, <http://www.vinogradarstvo.com/home/vijesti-i-zanimljivosti/zanimljivosti/307-vino-ono-sto-niste-znali>, 18.07.2020.
20. Total Croatia News, <https://www.total-croatia-news.com/lifestyle/39598-advanced-sommelier-ivan-jug>, 29.07.2020.
21. Quideau, SP, Deffieux, D., Douat-Casassus, CL, Pouységu, L. (2011). "Biljni polifenoli: Kemijska svojstva, biološke aktivnosti i sinteza". Angewandte Chemie International Edition. 50(3)
22. Vina Croatia, <http://vinacroatia.hr/hrvatska-vina/tradicija/>, 19.07.2020.
23. Vinarija Svijetli dvori, <http://svijetlidvori.hr/1972/>, 19.07.2020.
24. Vinopedia, <http://vinopedia.hr/wiki/index.php?title=maceracija>, 20.07.2020.
25. Wine story, <https://vinskaprica.com/sljublivanje-uparivanje-matching-iliti-23>, 21.07.2020.
26. Wine you like, <https://wineyoulike.com/blog/kombinacije-hrane-i-vina/vodic-pocetnici-kombinacija-vina-hrane-11/>, 22.07.2020.
27. Winophilia, <https://web.archive.org/web/20150724071621/http://www.winophilia.com/2010/03/27/what-is-terroir/>, 18.07.2020.

## POPIS SLIKA

Slika 1. Vinske regije Francuske (Stari svijet) .....	4
Slika 2. Vinske regije Australije (Novi svijet) .....	5
Slika 3. Vinifikacija bijelih vina .....	11
Slika 4. Vinifikacija crnih vina .....	13
Slika 5. Terravin mobilna aplikacija .....	14
Slika 6. Naslovna stranica CRO wine .....	17
Slika 12. Analiza i grafička kartica sljubljivanja .....	20
Slika 13. Analiza vina putem vida .....	22
Slika 14. Analiza vina putem njuha .....	23
Slika 15. Analiza vina putem okusa .....	23
Slika 16. Poanta sljubljivanja hrane i vina .....	24
Slika 7. Proces vinifikacije bijelih, ružičastih i crnih vina .....	34
Slika 8. Ivan Jug (Noel).....	38
Slika 9. Goran Petrić (Noel).....	39
Slika 10. Siniša Lasan (Proto).....	40
Slika 11. Mario Meštrović.....	41

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Usporedba vina rosé iz Starog i Novog svijeta .....	6
--	---