

VINO KOT PONUDBA V OSKRBOVALNIH VERIGAH IN TURISTIČNO DOŽIVETJE NA DEŽELI

doc. dr. Drago Papler, Biotehniški center Naklo in Jure Leban, Univerza v Novi Gorici, Poslovno-tehniška fakulteta

Izvilleček

Slovenija ima 505.255 hektarjev kmetijskih površin z 67.747 kmetijskimi gospodarstvi, od katerih je 14.096 hektarjev vinogradov s 17.442 kmetijskimi gospodarstvi. V vinogradništvu in vinarstvu sta postala kakovost vina in odličen marketing najpomembnejša elementa. Goriška Brda imajo 1800 hektarjev vinogradov. Najbolj znana vina so avtohtona Rebula, Tokaj, Pinot, Sivi pinot, Chardonnay, Savignon, Merlot in Cabernet. Goriška Brda imajo submediteransko podnebje, kjer letno zapade dvakrat več padavin v primerjavi s sredozemskim podnebjem. Flišna podlaga je dala globoka ilovnata do ilovnato glinasta tla, ki so dobro prepustna za vodo in polna mineralov, kar nudi dobre pogoje za rast vinske trte in s tem višjo mineralno noto vinu. Študija primera prikazuje posestvo Ronk, ki ima tri blagovne znamke, katere so

Frajer, Ronk in novost Selectus. Uvedba nove blagovne znamke na trg je bil izziv marketinškega znanja v oskrbovalni verigi, trdega dela in uporabe izkušenj. Pomembnost nove blagovne znamke je razlikovanje, jamstvo kakovosti, oglaševanje, tekmovalnost in označevanje porekla ter prepoznaven imidž turističnega doživetja na deželi, ki ga prepoznajo zvesti kupci.

Ključne besede: vino, turizem, blagovna znamka, trženjski splet, statistična analiza

WINE AS AN OFFER IN SUPPLY CHAINS AND A TOURIST EXPERIENCE IN THE COUNTRYSIDE

Abstract

Slovenia has 505,255 hectares of agricultural land with 67,747 agricultural holdings, of which 14,096 hectares are vineyards with 17,442 holdings. Wine quality and excellent marketing have become the most important elements in viticulture and winemaking. Goriška Brda has 1 800 hectares of vineyards. The most famous wines are the indigenous Rebula, Tokaj, Pinot, Pinot Gris, Chardonnay, Savignon, Merlot and Cabernet. Goriška Brda has a sub-Mediterranean climate, with twice the annual rainfall of the Mediterranean climate. The clay subsoil has given rise to deep loamy to clayey loam soils that are well permeable to water and full of minerals, which offer good conditions for the growth of vines

and thus a higher mineral note in the wine. The case study shows the Ronk estate, which has three brands, Frajer, Ronk and the new Selectus. Launching the new brand was a challenge of marketing know-how in the supply chain, hard work and application of experience. The importance of the new brand is differentiation, quality guarantee, advertising, competition and origin labelling, and a distinctive image of the tourist experience in the country, recognised by loyal customers.

Keywords: wine, tourism, brand, marketing web, statistical analysis

1 UVOD

Za kmetijstvo in lokalne ponudnike proizvodov in storitev je turizem na podeželju dodana vrednost in bogatitev ponudbe v lokalnih skupnostih. Med kmetijskimi pridelki in proizvodi ima specifično obliko vinskega turizma. Slovenija je na vinskem zemljevidu zelo majhna država. Sodi med vinorodne dežele, katere počasi prodirajo v svet in postajajo vedno bolj prepoznavne. V Sloveniji pridelovalci pridelujejo veliko kakovostnih in vrhunskih vin, kar pa ni dovolj, da postane vinska klet ali vinar uspešen. Zahteven potrošnik želi dobiti sporočilo o pridelovalcu, kakovosti in ponudbi. Za povečanje prepoznavnosti je bistvenega pomena trženjska strategija vinske kleti ali vinarja. Blagovna znamka mora imeti jasno identiteto, ki odraža vrednote in cilje vpete v kulturni, družbeni in ekonomski kontekst.

2 PREGLED LITERATURE

Kultura vinogradništva in vinarstva v Sloveniji je stara skoraj 9000 let. Izvira iz dežel srednjega vzhoda, kjer so vzgajali sorte namenjene pripravi sokov ter vina. Plemenite sorte so po Sredozemlju začeli širiti Feničani, Grki in Rimljani, kateri so zasadili prve trte tudi v Sloveniji (SloVino, 2024). Največ zaslug za razširjanje vinogradništva v Sloveniji nosi rimski cesar Probus, kateri je svojim vojščakom ukazal razmnoževanje najboljših sort. Velik vpliv na razvoj vinogradništva je imelo tudi krščanstvo, katerega je vino sestavni del obreda. Za razvoj vinogradništva in kakovost vin so v srednjem veku poskrbeli predvsem menihi, v 13. stoletju pa gorsko pravo, katero je uvedlo zakupnino za vinograde.

V 18. in 19. stoletju je za napredek vinogradništva in vinarstva poskrbela ustanovitev poskusnih postaj v Gorici in Mariboru ter kmetijskih šol (Žurnal24, 2024).

Proti koncu 19. stoletja pa se je na naših tleh pojavila trsna uš, ki je do konca stoletja uničila polovico vi-

nogradov. Tako so ustanovili prve trsnice, izdelali prvo rajonizacijo in določili trsni izbor. Do prve svetovne vojne je bila obnovljena že večina vinogradov. Kljub temu se je z razpadom Avstro-Ogrske položaj še poslabšal, ker je prišlo do izgube trga. Svoje je prispevala tudi splošna gospodarska kriza.

Slovenska turistična organizacija (2018, 31) je profil vinskih turistov prepoznala tudi v kontekstu gastronomskega turizma na Slovenskem, in sicer v segmentaciji gastronomskih turistov na naključne (zeleni raziskovalci), zainteresirane (aktivni nostalgiki, sproščeni eskapisti) in predane gastronomske turiste (družabni foodieji).

Vinski turisti želijo spoznati vinorodne pokrajine, dobro ohranjeno naravo in lokalne prebivalce. Za nekatere je lahko razlog za obisk le želja po nakupu določenega vina, pravi vinski turisti pa želijo o vinu izvesti čim več (Bojnec in Korpar, 2005, 196) in ga okušati ter nakup združiti z doživetjem. Vinski turizem predpostavlja zasnovo kompleksnega sistema, ki zahteva med drugim tudi razvito lokalno infrastrukturo (npr. vinsko-turistične ceste), zlasti pa je ta dejavnost zahtevna na ravni posamičnih ponudnikov (vinskih klet), saj predvideva precejšnje investicije, turistične in gostinske spretnosti, predvsem pa željo in voljo vinarjev, da postanejo del sistema vinskega turizma (Bojnec idr. 2007). Kot uporabne indikatorje za oceno razvitosti vinskega turizma se lahko upošteva: število vinskih klet, število zaposlenih v vinskem turizmu, število in raznovrstnost specializiranih turističnih proizvodov, ki se povezujejo s ponudbo vinskega turizma (npr. kulturni turizem, eko turizem ipd.), pomembnost prodaje in izvoza vina za vinske kleti, uporabo marketinških komunikacijskih orodij in promocijskih metod za obisk vinskih klet, rast prihodkov od vinskega turizma, povezanost vinogradnikov in vinarjev (vinska združenja, kon-

zorciji) (Jurančič in Bojnec, 2009, 473–474).

Hall in Macionis (1998) sta opredelila tri segmente vinskih turistov in njihove glavne značilnosti. Mednje sodijo ljubitelji vina, zainteresirani za vino in radovedni turisti. Za podeželje na vinorodnih območjih so pomembni motivacijski dejavniki turistov. Pri zunanjih dejavnikih je identiteta vinorodne regije z vsemi značilnostmi in aktivnostmi, ki se ponujajo (ogledi vinskih klet, degustacije, nakupovanje vina itn.). Med notranjimi dejavniki se izpostavlja druženje, spoznavanje vina, osebno interakcijo med vinskim turistom in vinarjem, s čimer se izboljšuje in krepi znanje o vinogradništvu, vinarstvu, vinu. Osebni stiki z vinarji med vinskimi turisti sprožajo povečano zaupanje v vinarja in njegova vina (Lapsley in Moulton, 2001).

Razvoj vinskega turizma pa je odvisen tudi od t. i. mehke vinskoturistične infrastrukture, med katero lahko uvrščamo nesnovno dediščino vinogradništva in vinarstva ter kulturo vina v najširšem pomenu besede. Ta se kaže skozi naš vsakdanji in praznični način življenja in kulturo, ki je zaznamovala naš odnos do vinske trte in vina. Med vinskimi prazniki, ki se razvijajo tudi v pomembne vinskoturistične prireditve, je potrebno izpostaviti martinovanja, postavljanja klopotev pa tudi z vinsko trto in vinom povezane najpomembnejše svetnike (sv. Martin, sv. Urban, Štefanovo, Vincekovo idr.), med vinogradniškimi opravili s turističnim potencialom pa predvsem trgatve (Kerma in Gačnik, 2020, 119).

3 MATERIALI IN METODE DELA

Namen raziskave je ugotoviti stanje vinogradništva in vinarstva v Sloveniji in še bolj podrobno v Goriških Brdih, katera so trženjsko bolj uspešna od ostalih vinorodnih okolišev. Podrobneje je bilo analizirano posestvo Ronk in njen trženjski

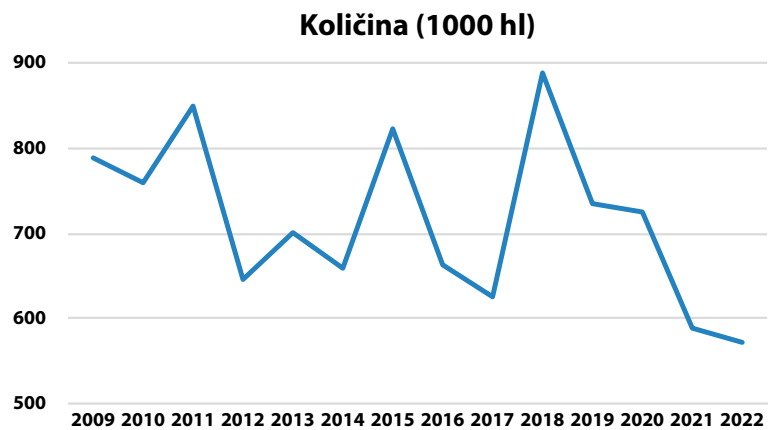
splet. V ta namen je bila pregledana strokovna literatura in članki, ki so pripomogli k analizi pridelave vina v Sloveniji, Goriških Brdih in posestva Ronk. Izdelana je bila statična analiza pridelave vina vinorodnih območij v Sloveniji ter analiza trženjskega spleta. Cilj je oblikovati načrt trženja in uporaba tržnih orodij.

4 REZULTATI

4.1 Statistična analiza vinorodnih območij

V registru pridelovalcev grozdja in vina je vpisano 16.000 hektarjev vinogradov, kar precej odstopa napram letalskim posnetkom, saj jih je po slednjih 19.120 hektarjev. Razloga za odstopanje so v veliki razdrobljenosti pridelovalcev, ter zakonski zavezi, da morajo biti registrirani le tisti pridelovalci, ki obdelujejo več kot pol hektarja. V registru je vpisanih 30.000 pridelovalcev grozdja od katerih so skoraj vsi tudi pridelovalci vina. Vino stekleničijo v približno 2300 kletah izmed katerih jih je 11 večjih, kjer pridelajo vsaj 500.000 litrov vina na leto. Iz slednjega je razbrati, da večina slovenskih vinarjev še vedno večinoma prodaja tako imenovano odprto vino. V integrirani pridelavi je bilo leta 2014 vključenih 7.856 hektarjev vinogradov, po zapovedih ekoloških standardov v letu 2015 pa obdelanih 495 hektarjev vinogradniških površin. Precej slovenskih ekoloških vinarjev upošteva tudi biodinamična načela. Slovenski vinarji letno pridelajo od 80 do 90 milijonov litrov vina na leto, od katerega ga 30 odstotkov namenijo samooskrbi (MKGP, 2018).

Več kot 90 % pridelovalcev na območjih, kjer je velikostna struktura najbolj razdrobljena (Štajerska Slovenija, Prekmurje, Dolenjska, Bela krajina, Bizeljsko Sremič) obdeluje manj kot 1 ha vinogradov. Manj kot 0,5 ha pa obdeluje večina pridelovalcev v vinorodnih območjih Prekmurje (95 %), Dolenjska (95 %) in Bela krajina (94 %).



Slika 1: Pidelava vina po letih (Vir: SURS, 2024)

Velikostni razred	Površina vinogradov (v ha)	Število pridelovalcev
< 0,1 ha	875 (6 %)	12034 (47 %)
0,1 - 0,5 ha	2089 (15 %)	9688 (38 %)
0,5 - 1,0 ha	1125 (8 %)	1590 (6 %)
1,0 - 2,0 ha	1463 (10 %)	1035 (3 %)
2,0 - 5,0 ha	2390 (17 %)	760 (3 %)
>5,0 ha	6371 (44 %)	453 (2 %)

Tabela 1: Razdrobljenost pridelave (velikostni razredi glede na površino vinogradov, ki jih obdeluje posamezen pridelovalec) (Vir: Vinska družba, 2018)

Statistična regija	Leto 2000		Leto 2010	
	Površina [ha]	Število kmetijskih gospodarstev	Površina [ha]	Število kmetijskih gospodarstev
SLOVENIJA	16.603	35.129	16.351	26.328
1 - POMURSKA	2.128	5.939	1.897	3.564
2 - PODRAVSKA	4.137	7.029	3.962	5.316
3 - KOROŠKA	z	z	z	z
4 - SAVINJSKA	1.208	4.621	1.004	3.649
5 - ZASAVSKA	2	14	z	z
6 - SPODNJEPOSavska	1.630	4.268	1.612	3.701
7 - JUGOVZHODNA SLOVENIJA	1.415	7.016	1.055	5.238
8 - OSREDNJE SLOVENSka	111	652	119	445
9 - GORENJSka	6	14	z	11
10 - NOTRANJSKO - KRAŠka	z	z	z	10
11 - GORIŠka	3.974	3.030	4.332	2.478

Tabela 2: Kmetijska gospodarstva po rabi kmetijskih zemljišč za vinograde po statističnih regijah, leto 2000 in 2010 (Vir: SURS, 2020)

Statistična regija	Leto 2000		Leto 2010	
	Površina [ha]	Število kmetijskih gospodarstev	Površina [ha]	Število kmetijskih gospodarstev
SLOVENIJA	100,0	100,0	100,0	100,0
1 - POMURSKA	12,8	16,9	11,6	13,5
2 - PODRAVSKA	24,9	20,0	24,2	20,2
3 - KOROŠKA				
4 - SAVINJSKA	7,3	13,2	6,1	13,9
5 - ZASAVSKA	0,01	0,04		
6 - SPODNJEPOSAVSKA	9,8	12,1	9,9	14,1
7 - JUGOVZHODNA SLOVENIJA	8,5	20,0	6,5	19,9
8 - OSREDNJE SLOVENSKA	0,7	1,9	0,7	1,7
9 - GORENJSKA	0,04	0,04		0,04
10 - NOTRANJSKO – KRAŠKA				0,04
11 - GORIŠKA	23,9	8,6	26,5	9,4

Tabela 3: Deleži kmetijskih gospodarstev po rabi kmetijskih zemljišč za vinograde po statističnih regijah, leto 2000 in 2010 (%) (Vir: SURS, izračuni dr. Drago Papler, 2020)

Največji premiki k izboljšanju velikostne strukture vinogradov so se zgodili na območju vinorodnega okoliša Goriška Brda, in sicer v tem okolišu 64 % pridelovalcev obdeluje več kot 1 ha vinogradov, 17 % pa jih obdeluje več kot 5 ha vinogradov. V tem vinorodnem okolišu je površina vinogradov po rabi kmetijskih zemljišč praktično enaka kot površina vpisana v register (95 %). Medtem, ko je v okoliših z največjo razdrobljenostjo ta delež ponekod tudi le 60 % (GOV.si, 2024).

V Sloveniji je bilo leta 2000 35.129 kmetijskih gospodarstev s povprečno površino 0,47 ha in skupno površino 16.603 ha kmetijskih zemljišč za vinograde.

V Sloveniji je bilo leta 2010 26.328 kmetijskih gospodarstev s povprečno površino 0,62 ha in skupno površino 16.351 ha kmetijskih zemljišč za vinograde. V desetih letih se je v Sloveniji zmanjšalo za 25 % število kmetijskih gospodarstev, površine za vinograde pa so se zmanjšale le

za 1,5 %. Povprečna velikost kmetijskih gospodarstev se je v obdobju 2000–2010 povečale za 32 %.

Največ, skoraj četrtno kmetijskih zemljišč za vinograde je bilo leta 2000 v Podravski statistični regiji in se leta 2010 zmanjšalo na 24,2 % površin za vinograde v Sloveniji na 3.962 ha. V Goriški statistični regiji je bilo leta 2000 23,9 % slovenskih površin za vinograde, leta 2010 pa 2,6 odstotne točke več, to je 4.332 ha. Na tretjem mestu po površini kmetijskih zemljišč za vinograde Pomurska regija; leta 2000 je imela 12,8 % površin za vinograde, leta 2010 pa 11,6 % delež vseh slovenskih površin za vinograde. Spodnjeposavska regija je delež 9,8 % površin za vinograde leta 2000 povečala za 0,1 odstotno točko. Statistična regija Jugovzhodna Slovenija je imela leta 2000 8,5 % delež kmetijskih zemljišč za vinograde, leta 2010 pa se je delež zmanjšal na 6,5 % delež površin kmetijskih zemljišč za vinograde v Sloveniji. Savinjska regija je imela

7,3 % delež leta 2000, leta 2010 pa 6,1 % delež površin kmetijskih zemljišč za vinograde v Sloveniji.

4.2 Primerjalna analiza pridelave grozdja v vinogradih v Sloveniji

V Sloveniji je bila v obdobju 2008–2023 povprečno pridelano 104.056 ton grozdja na površini 15.857 ha, kjer je raslo 58.888 trt. Povprečni pridelek je bil na 6,6 t/ha oziroma 1,8 kg/trto. Leta 2021 je bilo v Sloveniji pridelano 84.158 ton grozdja na površini 14.874 ha, kjer je raslo 58.527 trt. Povprečni pridelek je bil na 5,7 t/ha oziroma 1,4 kg/trto.

Najboljši pridelek je bil leta 2011. Na 16.351 hektarih je 57.093 trt obrodilo 121.396 ton grozdja. Pridelek grozdja je bil 7,4 t/ha, pridelek grozdja je bil 2,1 kg/trto.

V sušnem letu 2013 je raslo 60.362 trt oz. 9,5 % več trt na enaki površini 16.085 ha kot leta 2008. Skupni pridelek je bil 100.177 t (zmanjšal se je za 5,2 % glede na leto 2008), pridelek na hektar je bil 6,2 t/ha (zmanjšal se je za 6,1 % glede na leto 2008), pridelek na trto je bil 1,7 kg (zmanjšal se je za 12,7 % glede na leto 2008).

Leta 2020 je raslo 59.857 trt oz. 8,6 % več trt (kot leta 2008) na 5,15 % manjši površini kot leta 2008. Skupni pridelek je bil 103.637 t (zmanjšal se je za 2,0 % glede na leto 2008), pridelek na hektar je bil 6,8 t/ha (povečal se je za 8,6 % glede na leto 2008), pridelek na trto je bil 1,7 kg.

Leta 2023 je raslo 57.060 trt oz. 3,5 % več trt (kot leta 2008) na 10,5 % manjši površini kot leta 2008. Skupni pridelek je bil 78.567 t (zmanjšal se je za 25,7 % glede na leto 2008), pridelek na hektar je bil 5,7 t/ha (zmanjšal se je za 16,7 % glede na leto 2008), pridelek na trto je bil 1,4 kg. Bilo je vremensko neugodno leto.

Z rdečimi sortami vinske trte je bilo zasajeno tretjino površine, dve tretjine pa je bilo zasajeno z belimi sortami vinske trte. Povprečni pridelek belih sort grozdja v obdobju 2008–2023 je bil na 6,5 t/ha oziroma 1,7 kg/trto. Leta 2023 je bilo

v Sloveniji pridelano 54.930 ton belega grozdja na površini 9.961 ha, kjer je raslo 39.465 trt. Povprečni pridelek belega grozdja leta 2023 je bil na 6,5 t/ha oziroma 1,7 kg/trto.

Povprečni pridelek rdečih sort grozdja v obdobju 2008–2023 je bil na 6,4 t/ha oziroma 1,7 kg/trto. Leta 2023 je bilo v Sloveniji pridelano 23.638 ton grozdja na površini 4.443 ha, kjer je raslo 17.596 trt. Povprečni pridelek rdečega grozdja v letu 2023 je bil na 6,4 t/ha oziroma 1,7 kg/trto.

Povprečni pridelek vseh sort grozdja v Sloveniji v obdobju 2008–2023 je bil na 6,4 t/ha oziroma 1,7 kg/trto. Leta 2023 je bilo v Sloveniji pridelano 78.567 ton grozdja na površini 14.404 ha, kjer je raslo 57.060 trt. Povprečni pridelek v letu 2023 je bil na 6,4 t/ha oziroma 1,7 kg/trto.

Za gojenje kmetijske kulture grozdje v Kohezijski regiji Vzhodna Slovenija je bil leta 2023 namenjen 56,1 % delež površine in v Kohezijski regiji Zahodna Slovenija 43,9 % delež površine. Delež se v Zahodni Sloveniji zvišuje; od leta 2010–2023 se je delež povečal za 2,2 odstotne točke, za toliko pa zmanjšal v Vzhodni Kohezijski regiji.

Dosežen pridelek grozdja je bil leta 2023 v Kohezijski regiji Vzhodna Slovenija 54,6 % in v Kohezijski regiji Zahodna Slovenija 45,4 %. Zaradi vremenskih razmer se je pridelek v Vzhodni Kohezijski regiji zmanjšal (Tabela 9, 10).

Največji premiki k izboljšanju velikostne strukture vinogradov so se zgodili v območju vinorodnega okoliška Goriška Brda, in sicer v tem okolišu 64 % pridelovalcev obdeluje več kot 1 ha vinogradov, 17 % pa jih obdeluje več kot 5 ha vinogradov. V tem vinorodnem okolišu je površina vinogradov po rabi kmetijskih zemljišč praktično enaka kot površina vpisana v register (95 %). Medtem, ko je v okoliših z največjo razdrobljenostjo ta delež ponekod tudi le 60 %. Največji delež mladih vinogradnikov (do 25 let) je na Primorskem (70 %), medtem ko jih je v Podravju in Posavju le dobra polovica.

Leto	Površina (ha)	Število trt (1000)	Pridelek, skupaj (t)	Pridelek na ha (t/ha)	Pridelek na trto (kg/trto)
2008	16.086	55.126	105.719	6,6	1,9
2009	16.086	55.126	112.855	7,0	2,0
2010	16.351	57.093	108.541	6,6	1,9
2011	16.351	57.093	121.396	7,4	2,1
2012	16.351	57.093	92.324	5,6	1,6
2013	16.085	60.362	100.177	6,2	1,7
2014	16.009	60.553	94.209	5,9	1,6
2015	15.692	59.914	117.585	7,5	2,0
2016	15.824	60.740	94.780	6,0	1,6
2017	15.839	61.147	89.416	5,6	1,5
2018	15.630	60.910	126.958	8,1	2,1
2019	15.549	60.884	105.035	6,8	1,7
2020	15.265	59.857	103.637	6,8	1,7
2021	14.874	58.527	84.158	5,7	1,4
2022	14.396	56.783	81.775	5,7	1,4
2023	14.404	57.060	78.567	5,5	1,4
Povprečje	15.675	58.642	101.071	6,4	1,7

Tabela 4: Pridelava grozdja v vinogradih, Slovenija 2008–2023.
(Vir: SURS, izračuni dr. Drago Papler, 2024)

Leto	Površina (ha)	Število trt (1000)	Pridelek, skupaj (t)	Pridelek na ha (t/ha)	Pridelek na trto (kg/trto)
2008	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2009	100,0	100,0	106,7	106,1	105,3
2010	101,6	103,6	102,7	100,0	100,0
2011	101,6	103,6	114,8	112,1	110,5
2012	101,6	103,6	87,3	84,8	84,2
2013	100,0	109,5	94,8	93,9	87,3
2014	99,5	109,8	89,1	89,4	81,9
2015	97,6	108,7	111,2	113,6	103,3
2016	98,4	110,2	89,7	90,9	82,1
2017	98,5	110,9	84,6	84,8	77,0
2018	97,2	110,5	120,1	122,7	109,7
2019	96,7	110,4	99,4	103,0	90,8
2020	94,9	108,6	98,0	103,0	91,1
2021	92,5	106,2	79,6	86,4	75,7
2022	89,5	103,0	77,4	86,4	75,1
2023	89,5	103,5	74,3	83,3	71,8

Tabela 5: Indeks s stalno osnovo (It) za pridelavo grozdja v vinogradih, Slovenija 2008–2023
(Vir: SURS, izračuni dr. Drago Papler, 2024)

Leto	Površina (ha)	Pridelek (t)	Povprečni pridelek (t/ha)	Delež površina (%)	Delež pridelek (%)
2010	9.535	62.875	6,6	58,3	57,9
2011	9.535	75.003	7,9	58,3	61,8
2012	9.535	64.010	6,7	58,3	69,3
2013	9.471	60.623	6,4	58,9	60,5
2014	9.411	52.784	5,6	58,8	56,0
2015	9.225	69.996	7,6	58,8	59,5
2016	9.309	57.695	6,2	58,8	60,9
2017	9.284	51.137	5,5	58,6	57,2
2018	9.210	74.608	8,1	58,9	58,8
2019	9.053	66.232	7,3	58,2	63,1
2020	8.773	59.948	6,8	57,5	57,8
2021	8.470	46.366	5,5	56,9	55,1
2022	8.110	51.042	6,3	56,3	62,4
2023	8.077	42.862	5,3	56,1	54,6

Tabela 6: Pridelava grozdja, Kohezijska regija Vzhodna Slovenija v obdobju 2008 – 2023
(Vir: SURS, izračuni dr. Drago Papler, 2024)

Leto	Površina (ha)	Pridelek (t)	Povprečni pridelek (t/ha)	Delež površina (%)	Delež pridelek (%)
2010	6.817	45.666	6,7	41,7	42,1
2011	6.817	46.393	6,8	41,7	38,2
2012	6.817	28.313	4,2	41,7	30,7
2013	6.615	39.554	6,0	41,1	39,5
2014	6.598	41.425	6,3	41,2	44,0
2015	6.467	47.589	7,4	41,2	40,5
2016	6.515	37.085	5,7	41,2	39,1
2017	6.555	38.279	5,8	41,4	42,8
2018	6.421	52.350	8,2	41,1	41,2
2019	6.496	38.802	6,0	41,8	36,9
2020	6.492	43.689	6,7	42,5	42,2
2021	6.404	37.793	5,9	43,1	44,9
2022	6.287	30.773	4,9	43,7	37,6
2023	6.327	35.705	5,6	43,9	45,4

Tabela 7: Pridelava grozdja, Kohezijska regija Zahodna Slovenija v obdobju 2008–2023
(Vir: SURS, izračuni dr. Drago Papler, 2024)

Na obseg letnega pridelka vpliva predvsem vremenske razmere v posameznem letu. Letno se pridelava med 63 in 69 mio litri vina, pri čemer je cca. 20 % za samooskrbo, registrirane pridelave je tako 45 – 50 mio litrov letno. Glavnino pridelkov predstavljajo kakovostna vina z zaščitnim geografskim po-
reklom (70 %).

Zaloge vina so odvisne predvsem od pretekletine in se gibljejo med 30 in 40 mio litri letno, zaradi obilne letine 2018 so v letu 2019 poskočile na 48 mio litrov, zaradi omejevanja prodaje zaradi epidemije pa so se v letu 2020 še nekoliko dvignile na 49 mio litrov. Z uvedbo ukrepa destilacije vina v letu 2020 in 2021 se je stanje zalog

dokaj normaliziralo na 36 mio litrov v letu 2022 (GOV.si, 2023).

4.3 Analiza vinorodnega okoliša Goriška Brda

Vinorodni okoliš Goriška Brda se razprostira 1992 hektarjev vinogradov. Brda so šolski primer značilne vinogradniške pokrajine, katera kaže sredozemsko naravo. Začnejo se z goro Sabotin, nadaljujejo po slemenu Korade, od Furlanije na zahodu pa jih ločuje reka Idrija. Proti jugu se gričevnat svet znižuje in prehaja v Prevalsko ravnino med vasjo Vipolže in Mošo. Tla na območju so nastala iz oceanske sedimentacijske mase. Ob odtekanju morja so ostale plasti fliša – opoke, peščenjaka in apnenca. Podnebje v pokrajini je zelo ugodno, saj so zime mile, poletja pa vroča vendar ne presuha. Goriška Brda imajo submediteransko podnebje, kar pomeni, da letno zapade dvakrat več padavin v primerjavi s sredozemskim podnebjem. Vinska trta v Brdih uspeva do nadmorske višine 600 m. Vina, katera so pridelana na višjih legah so zelo harmonična, elegantna, z nekaj manj alkohola, vendar bogatejša s kislinami. Vina pridelana v nižjih legah pa so bolj polna, bogata in z nekoliko več alkohola. V Goriških Brdih je od leta 1957 prisotna Klet Brda, ki je največja pridelovalka in izvoznica slovenskih vin v kar 26 držav sveta. Najbolj znana vina so avtohtona Rebula, Tokaj, Pinot, Sivi pinot, Chardonnay, Savignon, Merlot in Cabernet (Ovinu, 2024).

V Sloveniji je bilo leta 2015. leta 49.473 vinogradov na površini 15.688 ha v lasti 30.210 pridelovalcev. V obdobju 2009–2015 se je število pridelovalcev povečalo za 18,09 %, število vinogradov se je povečalo za 15,13 %, površina se je zmanjšala za 4,07 %. Leta 2009 je Občina Brda predstavljala po površini 11,52 % vseh površin vinogradov v Sloveniji, po številu 6,88 % in po pridelovalcih 3,12 %. V Brdih je bilo leta 2016 pridelano 59.600 hektolitrov vina oz. 9,03 % pridelanega vina v Sloveniji.

Belica	Kocijančič Zanut	Robert Erzetič
Bjana	Kren	Silveri
Blažič	Kristalvin	Sosolič
Bregar	Kristančič	Ščurek
Bužinel	Marjan Simčič	Štekar
Constantini	Markovič	Šturenšče
ČARGA 1767	Mavrič	Valentinčič
Dolfo	Medot	Valter Sirk
Domačija Radikon	Movia	Vina Mavrič
Edvin Simčič	Na Bregu Marinič	Vinarstvo Mužič
Emeran Reya	Nando	Vina RONK
Erzetič	Peršolja	Vina Simčič
Ferdinand	Peršolja Vina	Vinarstvo Šibau
Iaquin	Pri Stakljevih	Vinarstvo Šibav
Kabaj	Pulec	Vinogradništvo Domenis
Kmetija Benedetič	Reja	Vinska klet Goriška Brda

Tabela 8: Seznam vinarjev Goriških Brdih. (Vir: Jure Leban)

Leta 2020 je bilo v Občina Brda 2.047 ha vinogradov Brda (14,52 % vseh površin v Sloveniji) pri 627 pridelovalcih (3,59 % delež prebivalcev Slovenije).

5 TRŽENJSKI SPLET

5.1 Izdelek

Vina Ronk so večinoma zorena le v nerjavečih posodah, kar jim pusti tipično sortnost in svežino. Bela vina so pripravljena kot sveža, sadna, živahna in prijetna, medtem ko rdeča pustijo zoreti kakšno leto več, da ob sadnosti in svežini pridobijo tudi bogatejšo strukturo. Posestvo Ronk ima tri blagovne znamke, katere so Frajer, Ronk in novost Selectus. Se-

lectus je premium blagovna znamka, katera zori tudi v lesenih sodih. Na trg je prišla pred enim letom.

Uvedba nove blagovne znamke na trg je bil velik izziv, ki je bil mogoč le s pravim marketinškim znanjem, izkušnjami in trdim delom. Pomembnost nove blagovne znamke je razlikovanje, jamstvo kakovosti, oglaševanje, tekmovalnost in označevanje porekla.

Nova blagovna znamka predstavlja imidž pridelka. Premium znamka Selectus je bila ustvarjena z namenom zagotavljanja zvestobe kupcev ter z namenom povečanja tržne uspešnosti drugih blagovnih znamk (Ronk, 2022).

5.2 Cena

Od same prodajne cene vina je odvisno kakšen bo poslovni rezultat in dobiček podjetja. Prodajna cena je povezana s stroški, kateri so zaradi gričevnate pokrajine in veliko ročnega dela višji kot pri večjih kmetijah, ki večinoma opravijo vsa dela s stroji.

Cena je odvisna tudi od povpraševanja samega trga. Večina vin Ronk je pozicioniranih v srednji razred, Selectus pa v srednje – višji razred.

5.3 Prodajna pot v oskrbovalnih verigah

Vina Ronk so distribuirana v oskrbovalnih verigah preko posrednikov in neposredno potrošnikom. Posredniki omogočajo prisotnost v trgovinah na drobno, medtem ko se neposredni potrošniki odločajo za nakup preko spleta ali nakup po degustaciji. Vina so na voljo v gostinskih obratih, spletnih prodajalnah in neposredno na kmetiji Ronk ter na lokalnih dogodkih kot pristno turistično doživetje na deželi. Največ izvoza je v Avstrijo in Italijo, sledijo pa Belgija in Izrael.

5.4 Tržno komuniciranje

Na posestvu Ronk se zavedajo pomembnosti tržnega komuniciranja, saj ima pomembno vlogo ob vse večji konkurenci na trgu vina. Tržno komuniciranje je sestavljeno iz oglaševanja, prodaje, pospeševanja prodaje, neposrednega trženja, odnosov z javnostmi, sponzoriranjem

Leto	Slovenija Količina		Slovenija (%)	Občina Brda Količina	Občina Brda delež (%)
	2009	2015	Gibanje 2009 - 2015	2009	2009
Pridelovalci	25.582	30.210	18,09	799	3,12
Površina (ha)	16.354,3	15.688	-4,07	1.884,4	11,52
Število vinogradov	42.970	49.473	15,13	2.958	6,88
Število sadik (v 1000)	58.914,1	57.743,2	-1,99	6.315	10,72
Št. sadik / ha	3,60	3,68		3,35	
Št. ha / pridelovalca	63,93	51,93		235,84	

Tabela 9: Primerjalna analiza pridelovalcev, površine, vinogradov in števila sadik v Sloveniji in v Brdih (Vir: SURS, izračuni Jure Leban)



Slika 2: Vina RONK (Vir: vina.ronk.si, 2024)

Poreklo	Kakovost vina	Barva	Skupina trgov	Količina (l)	Ponderirana cena (EUR/100 l)
SGP	namizno	belo	RS	188.449	101,35
			EU	5.249	1.063,22
		rdeče	RS	73.334	122,38
			EU	31.243	107,85
	deželno	belo	RS	804.436	154,58
			EU	538.446	82,98
		rdeče	RS	1.252.386	129,84
			EU	51.189	42,77
	kakovostno	belo	RS	10.191.927	241,24
			EU	1.579.964	275
		rdeče	RS	4.221.238	249,84
			EU	230.495	289,36
	vrhunsko	belo	RS	1.077.751	555,4
			EU	166.698	362,6
		rdeče	RS	713.782	567,43
			EU	51.814	550,4
EU poreklo	brez označbe porekla / geografske označbe			475.609	100,13
tretje države				213.480	179,72

Tabela 10: Povprečne ponderirane letne cene in količine za vino, prodano v Sloveniji in EU, v letu 2017 in letu 2021 (Vir: Arsktrp, 2018, GOV.SI, 2022)



Slika 3: Kmetija RONK (Vir: vina.ronk.si, 2024)

korporativne identitete, embalaže, točk prodaje in ustnega komuniciranja. Pri komuniciranju s potrošniki se mu želijo čimbolj približati, zato večkrat letno ob različnih priložnostih na posestvo povabijo posrednike, katerim skušajo prikazati filozofijo vina. Ravno tako so ob predhodni najavi vedno dostopni širši javnosti za vodene degustacije in predstavitev kmetije. Prisotni so na vseh vinskih dogodkih občine Brda. Predstavljajo se na večjih sejmišnih vin, po možnosti skupaj z italijanskimi Brdi, katera so bolj znana širši javnosti. Z dobrim čezmejnim sodelovanjem je učinkovitejša promocija in pospeševanje prodaje vina na tujih trgih.

6 ZAKLJUČEK

Kakovost vina in odličen marketing sta postala najpomembnejša elementa, katera sta vinogradništvu in vinarstvu še posebej izpostavljena. Na slabi zemlji ne uspeva vinska trta in iz slabega grozdja ne moremo pridelati dobrega vina. Vinogradništvo se začne z izbiro sorte, katera bo na izbrani lokaciji – zemlji dala odlično grozdje, katerega bomo lahko pridelali v vrhunsko vino. Pri tem nima pravega učinka, če ne znamo prodati vina. Pomembna sta prodajni trg in prepoznavnost. Na tržišču je veliko odličnih vin, zato je nujno potrebno na izviren način pritegniti potrošnikovo pozornost. Zelo pomemben je trženjski splet, ki ga vinska klet ali vinar uporablja, saj mu ravno to poleg vrhunskega vina omogoča, da ustvari tržno prednost pred konkurenco. Veliko konkurenčno prednost so si vinar-

ji iz Griških Brd pridobili s skupnim nastopom na trgu in skupnim sodelovanjem z vinarji italijanskega dela Brd ter skupno promocijo z italijanskimi Brdi – Collio.

Drago Papler je docent za ekonomijo in znanstveno-raziskovalni sodelavec ter zunanji član Katedre za ekonomijo na Fakulteti za management, Univerze na Primorskem. Kot predavatelj ekonomije, strateškega managementa, energetskih in proizvodnih sistemov, obnovljivih virov energije ter učinkovite rabe energije, je vključen v pedagoško delo v magistrskem programu Gospodarski inženiring na Poslovno-tehniški fakulteti, Univerze v Novi Gorici ter v diplomskem programu Varstvo okolja na Visoki šoli za trajnostni razvoj, Ljubljana. Sodeluje v programih Višje strokovne šole B&B in Višje strokovne šole Biotehniškega centra Naklo. Izkušnje ima iz strokovne kariere v gospodarstvu. Zaposlen je bil v Elektru Gorenjska na področju tehnične komercialne investicij distribucijskega omrežja, marketinga in trga z električno energije. V Gorenjskih elektrarnah je bil vodja investicij, razvoja in projektive ter svetovalec direktorja za raziskave in razvoj ter predstavnik vodstva za kakovost in upravljanje z energijo. Od leta 2021 je vodja Medpodjetniškega izobraževalnega centra Biotehniškega centra Naklo. Njegova raziskovalna področja so: interdisciplinarne študije, ekonomika, management, podjetništvo, kakovost, energetika, obnovljivi viri energije, agroekonomija, turizem. Sodeluje v strokovnih združenjih ter kot predavatelj na konferencah, vodi projekte trajnostnega razvoja in sodeluje v znanstveno-raziskovalnih projektih. Zaključuje drugi doktorat znanosti.

Jure Leban je študent magistrskega programa Gospodarski inženiring na Poslovno-tehniški fakulteti, Univerze v Novi Gorici. Ima 11 let izkušenj v bančništvu, od tega 7 let vodstvenih izkušenj, predvsem na področju gotovinskega poslovanja. Zaposlen je v invalidskem podjetju Želva na delovnem mestu vodje oddelka ter skrbnik sistema ravnanja z okoljem ISO 14001.

LITERATURA IN VIRI

- ARSKTR. (2018). Agencija RS za kmetijske trge. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: http://www.arsktrp.gov.si/storitve_ukrepi/trzni_ukrepi/trzno_informacijski_sistem_trzna_porocila/vino/
- Bojnec, Š., in Korpar, K. (2005). Vino in turizem v Ljutomerko-Ormoških goricah. V S. Kavčič (ur.), *Slovenija v EU – izzivi za kmetijstvo, živilstvo in podeželje: 3. konferenca DAES, Moravske Toplice*, 10–11. november 2005 (str. 191–201). Društvo agrarnih ekonomistov Slovenije.
- Bojnec, Š., Jurinčič, I., in Tomljenovič, R. (2007). Marketing of wine tourism as a teritorial product. V *Managing global transitions: globalisation, localisation, regionalisation* (str. 1075–1082). Faculty of Management.
- GOV.si. (2023). Stanje na področju vinogradništva in vinarstva 2023. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: <https://www.gov.si/teme/vinogradnistvo-in-vinarstvo/>
- GOV.SI. (2022). Tržna poročila za kmetijske pridelke in živila. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: <https://www.gov.si/zbirke/storitve/priprava-trznih-porocil-za-kmetijske-pridelke-in-zivila/>
- Hall, C. M., in Macionis, N. (1998). Wine tourism in Australia and New Zealand. V R. Butler, M. Hall in J. Jenkins (ur.), *Tourism and recreation in rural areas* (197–224). Wiley.
- Kerma, Simon in Gačnik, Aleš (2020). Vinski turizem. Tematski turizem [Elektronski vir] : teoretični in aplikativni primeri oblik turizma v svetu in Sloveniji / uredili Miha Lesjak, Marijana Sikošek, Simon Kerma ; [risbe Alen Ježovnik]. Koper: Založba Univerze na Primorskem, str. 105–129. <http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-293-042-4.pdf>
- Lapsley, J., in Moulton, K. (2001). *Successful wine marketing*. Aspen Publishers.
- MKGP. (2018). Kmetijski trgi. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2020: http://www.mkgp.gov.si/delovna_podrocja/kmetijstvo/kmetijski_trgi/vino/
- MKGP.GOV.si. (2024) Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: http://www.mkgp.gov.si/fileadmin/mkgp.gov.si/pageuploads/podrocja/Kmetijstvo/Vino/opis_stanja_vinogradnistvo.pdf
- Ovinu.si. (2024). Vinorodni okoliši Slovenije. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: <https://www.ovinu.si/zemljevid?cookie=1527102567>
- Ronk.si. (2024). ROKN. Pridobljeno s svetovnega spleta 16.11.2022: <http://www.vinaronk.si/>
- Slovenska turistična organizacija. (2018). Okusiti Slovenijo: akcijski načrt razvoja in trženja slovenske gastronomije 2019–2023 [brošura]. https://www.slovenia.info/uploads/gastronomija_b2b/ang_slo_lowres.pdf
- slovenija.info.si. (2024). Okusiti Slovenijo. Pridobljeno s svetovnega spleta: https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/taste_slovenia/okusiti-slovenijo.pdf
- SURS. (2024). Statistični urad Republike Slovenije. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/1502406S.px>
- Terčelj, D. (2007). *Kultura vina na Slovenskem*. Tova vinskadružba.si. (2024). Vinska družba Slovenije. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: <http://www.vinskadruzba.si/zemljevid/osnovni-podatki-o-vinogradnistvo-vinarski-sloveniji/>
- Žurnal24. (2024). Zgodovina vinarstva pri nas. Pridobljeno s svetovnega spleta 21.10.2024: <https://www.zurnal24.si/magazin/zgodovina-vinarstva-pri-nas-18170>