

# Vinski turizam u Slavoniji i Baranji

---

Lovoković, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2022

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:*

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:151:258969>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-23**



Sveučilište Josipa Jurja  
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet  
agrobiotehničkih  
znanosti Osijek**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical  
Sciences Osijek - Repository of the Faculty of  
Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA**  
**FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK**

Iva Lovoković

Diplomski studij smjer Agroekonomika

**VINSKI TURIZAM U SLAVONIJI I BARANJI**

**Diplomski rad**

Osijek, 2022.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA  
**FAKULTET AGROBIOTEHNIČKIH ZNANOSTI OSIJEK**

Iva Lovoković

Diplomski studij smjer Agroekonomika

**VINSKI TURIZAM U SLAVONIJI I BARANJI**

**Diplomski rad**

Povjerenstvo za ocjenu i obranu diplomskog rada:

1. prof.dr.sc. Jadranka Deže, predsjednik
2. prof.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
3. doc.dr.sc. Jelena Kristić, član

Osijek, 2022.

# SADRŽAJ

1. Uvod .....	1
2. Pregled literature.....	2
2.1. Povijesni razvoj vinarstva i vinogradarstva .....	2
2.1.1. Razvoj vinogradarstva i vinarstva u hrvatskoj.....	2
2.2. Podjela vina.....	4
2.2.1. Klasifikacija vina .....	6
2.2.2. Zaštićena oznaka izvornosti.....	7
2.3. Sorte vina.....	8
2.4. Najčešće vinske sorte u slavonskoj .....	10
2.5. Vinarije u slavonskoj i baranjskoj.....	13
2.6. Enogastroturizam .....	15
3. Materijal i metode.....	18
4. Rezultati.....	19
4.1. Inventarizacija manifestacija.....	19
4.2. Evaluacija manifestacija.....	21
4.3. Turizam vina .....	27
4.4. Swot analiza .....	30
5. Rasprava .....	33
6. Zaključak .....	35
7. Literatura .....	37
8. Sažetak.....	39
9. Summary.....	40
10. Popis tablica.....	41
11. Popis slika .....	41

Temeljna dokumentacijska kartica

Basic document card

## 1. UVOD

Slavonija i Baranja predstavlja turistički zanimljivu regiju zbog povijesti, prostornih obilježja, te prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti. Važno je istaknuti kako Slavonija i Baranja, suvremenim turistima, može ponuditi ono što traže kroz svoju čistu i očuvanu prirodu, bogatu gastronomsku ponudu i tradiciju vinarstva te gostoljubivo okruženje. U Hrvatskoj ima 200 različitih kultivara, a njih 198 je priznato na službenoj listi Republike Hrvatske, te autohtonih sorti 60. Glavna domaća kontinentalna sorta je graševina.

Globalni i nacionalni trendovi usmjeravaju turizam prema “turizmu doživljaja”, te su time stvorili prolaz turističkim potencijalima Slavonije, Baranje i Srijema prema intenzivnijem razvoju turističke ponude.

Ekonomija doživljaja koncept je koji je evaluirao iz agrarne, proizvodne i uslužne djelatnosti spajajući razvojne razine pojedinih ekonomija s interaktivnošću krajnjeg korisnika. Ekonomija doživljaja može obuhvatiti širok raspon potpuno različitih sektora te je polazna točka u analiziranju gospodarskog doprinosa podjednaka, kako u kvalitativnim tako i u kvantitativnim okvirima (Sudarić, 2017). Upravo u turizmu, doživljaj može dosegnuti svoj vrhunac.

Nakon dugogodišnje gospodarske stanke, Slavonija i Baranja prolazi kroz ubrzani razvoj turističkih kapaciteta i sadržaja, posebno enogastronomije. Važnost analize manifestacija vidi se u njihovom utjecaju na brendiranje i razvoj turističke destinacije. Atraktivne manifestacije mogu unaprijediti postojeću turističku ponudu i pridonijeti pozitivnoj slici turističke destinacije.

Uloga manifestacija u razvoju turizma sve je važnija s obzirom kako turistički trendovi ukazuju na želje turista prema novim inspiracijama, potrazi za novim mjestima i kulturama. Osim samih turističkih učinaka, manifestacije destinaciji pružaju gospodarske i društvene učinke koje je potrebno kontinuirano jačati razvijanjem snažnih partnerstava sudionika uključenih u razvoj manifestacija.

## 2. PREGLED LITERATURE

Proizvodnja vina na ovim područjima poznata je od ilirskih vremena. Vino je oduvijek bilo simbol blagostanja i užitka, tako da su mu u povijesti davali i božanske odlike (Dioniz, bog vina). U današnjem globalnom svijetu, kada razvoj turizma ovisi o lokalnim i autohtonim karakteristikama područja, kultura vina koristi se kao turistički brend. Proizvodnja vina oslanja se na vinogradarstvo, poljoprivredu i znanje o vinskoj proizvodnji. Plasman vina na lokalna tržišta često nije dovoljan, te je turizam izvrsna prilika za promociju Slavonije kao vinske regije.

### 2.1. Povijesni razvoj vinarstva i vinogradarstva

Smatra se da se vinova loza počela uzgajati prije sedam tisućljeća na prostoru današnje Turske, Armenije i Gruzije, odakle se kasnije počela širiti prema Palestini, Egiptu i Indiji, te na zapad preko Male Azije i Balkanskog poluotoka do Sredozemlja. U vrijeme Feničana i Grka, vinova loza se proširila na krajeve u kojima se i danas najviše uzgaja i u kojima se proizvode najkvalitetnija vina. To su područja današnje Italije, Francuske, Jadranske obale, Španjolske, Portugala i sjeverne Afrike. U svakodnevnom životu starih Grka i Rimljana, osobito kod svetkovina ili vjerskih i ritualnih obreda, vino je imalo izrazito važnu ulogu. Iz tog vremena postoji i mnogo zapisa o uzgoju vinove loze, kao i o izradi vina, koje je bilo visoke kvalitete i čuvalo se u amforama, u kojima su ih kasnije prevozili trgovci i prodavali u svim dijelovima tada poznatog svijeta. Uzgojem vinove loze i proizvodnjom vina, u srednjem vijeku je dominirala katolička crkva. Samostani i crkve su postale središta razvoja vinogradarstva i vinarstva, posjedovale su i razvile većinu najboljih vinograda, te usavršili tehnologiju uzgoja vinove loze. U osamnaestom i devetnaestom stoljeću uzgojem vina se počinje baviti sve više europskog stanovništva, razvijaju se vinogradarske i vinarske regije u Italiji, Francuskoj i Španjolskoj, te se vina izvoze širom svijeta.

#### 2.1.1. *Razvoj vinogradarstva i vinarstva u Hrvatskoj*

Blaga klima, geografski položaj, osunčane padine i polja oduvijek su privlačile raze osvajače koji su na ova područja donosili sadnice vinove loze i proširili uzgoj i proizvodnju vina na području Istre, Primorja i Dalmacije. Smatra se da su drevna ilirska plemena, Histri na području današnje Istre poznavali kulturu i uzgoj vinove loze kojima su ih naučili Feničani i Grci, jer su u drugom stoljeću prije Krista rimski osvajači na ovim područjima zatekli razvijeno vinogradarstvo. O kasnijem rimskom utjecaju na hrvatsko vinogradarstvo i vinarstvo svjedoče mnogi dokumenti, kao

i predmeti koji su pronađeni na raznim lokalitetima prilikom arheoloških iskapanja. Također, na području kontinentalne Hrvatske se u rimsko vrijeme razvijao uzgoj vinove loze. U Slavoniji su pronađeni arheološki ostaci koji upućuju na vrlo razvijeno vinogradarstvo i vinarstvo u toj regiji, a postoje i dokumenti koji svjedoče o sadnji vinograda na padinama Moslavačke i Fruške gore, u okolici Varaždina, Zagreba i Krapine. Procvat vinogradarstva nastavlja se i u srednjem vijeku, a u statutima hrvatskih srednjovjekovnih gradova najviše se spominje upravo vinogradarsko- vinarska proizvodnja. Provalom Turaka uništavaju se vinogradi, te kultura vinove loze i proizvodnja vina sve više nazaduje. U vrijeme Austro-Ugarske monarhije započinje obnova vinograda, na području Primorja i Dalmacije se suhozidovima grade terase, nasipavaju zemljom i sadi vinova loza, a u iločkom, kutjevačkom i u zapadnim područjima Hrvatske se grade novi vinski podrumi. Početkom dvadesetog stoljeća i pojavom opasne bolesti filoksere koja je donešena iz Amerike, vinogradi doživljavaju propast i ta pošast ih je gotovo unistila. To je ujedno bio i razlog velikog vala iseljavanja Hrvata iz područja Primorja i Dalmacije. Pretpostavlja se da su, budući da su im glavna područja useljavanja bile Amerika i Australija, hrvatsku autohtonu vrstu crljenak na taj način Hrvati donijeli u Ameriku jer američka sorta zinfandel posjeduje iste karakteristike sorte. Kraj dvadesetog stoljeća u Hrvatskoj donosi ponovni uspon vinogradarstva i vinarstva. Uvode se nove sorte na američkim podlogama, osuvremenjen je uzgoj vinove loze i njezina zaštita, te se uvode novi tehnološki postupci u proizvodnju vina. Zahvaljujući dugogodišnjoj tradiciji Hrvatska danas može imati vino kontroliranog zemljopisnog porijekla što je dokaz dugogodišnje tradicije i profilacije određenih sorti vinove loze u pojedinim krajevima. Hrvatska danas raspolaže s oko pedeset i sedam tisuća hektara vinograda, što čini oko 0,6 svjetskih površina zasađenih vinovom lozom. U kontinentalnoj Hrvatskoj vinogradarskih površina ima gotovo trideset i jedna tisuća hektara, a u primorskoj gotovo dvadeset i osam tisuća hektara. Registrirano je više od tristo proizvođača vina s kontroliranim porijeklom koji godišnje proizvedu oko sedamsto tisuća hektolitara vina. Danas se u Hrvatskoj uzgaja oko dvjestotrideset različitih sorti grožđa, od kojih je šezdeset autohtonih sorti. Proizvodi se oko 5 % vrhunskih vina s kontroliranim geografskim porijeklom i 45 % kvalitetnih vina s kontroliranim porijeklom, a od ukupne količine bijelo vino je zastupljeno sa 65 %, a crno vino sa 35 % ukupne proizvodnje vina (u Dalmaciji crno vino čini 60 %, a bijelo 40% ukupne proizvodnje). U vinogradarskom kontekstu, Hrvatska je podijeljena na kontinentalnu i primorsku regiju.

U kontinentalnoj Hrvatskoj se izdvaja nekoliko podregija: u sjeverozapadnom dijelu Zagorje-Međimurje, Prigorje-Bilogora, Plješivica, Pokuplje i Moslavina, a u sjeveroistočnom Slavonija i Podunavlje. Najraširenija bijela sorta u Hrvatskoj je graševina. Vrlo je zahvalna za proizvodnju više tipova vina, te najbolje rezultate pruža u srednjoj Slavoniji. U sjeverozapadnoj Hrvatskoj brežuljkast i brdovit kraj vinovoj lozi pruža prirodnu zaštitu od sjevernih hladnih vjetrova, te se na tom području najviše uzgajaju graševina, kraljevina i moslavac. Od poznatih europskih sorti uzgajaju se bijeli i sivi pinot, rajnski rizling, chardonnay, sauvignon, traminac i muškati. Kraljevina se najviše veže uz područje Zagrebačke županije, a moslavac (šipon) i škrlat uz Moslavinu. Od crnih sorti tu su najviše zastupljena frankovka i portugizac, te pinot crni. U sjeveroistočnoj Hrvatskoj brdoviti teren polako prelazi u blagi i tvori mjestimično prostrane terase, a dosta vinograda se proteže po ravnici. Uz graševinu, tu se uzgaja zeleni silvanac, rajnski rizling, chardonnay, pinot sivi i bijeli, traminac, sauvignon, a od crnih sorti frankovka, pinot crni, portugizac, te cabernet sauvignon i merlot.

Primorska vinogradarska regija proteže se Istrom i duž Jadranske obale. Cijelo područje je podijeljeno na četiri vinogradarske podregije: Istru i Hrvatsko primorje, Sjevernu Dalmaciju, Dalmatinsku zagoru, Srednju i Južnu Dalmaciju. Od hladnih vjetrova i klime sa sjevera, vinograde štite planine koje se protežu usporedno s obalom, a zbog odlične osunčanosti, povoljnog tla i topline priobalje je idealno za proizvodnju vrhunskih, osobito crnih vina. Na istarskom području cijenjena je istarska malvazija, teran, pinot crni, pinot sivi, chardonnay, merlot i cabernet sauvignon. Bijela žlahtina s otoka Krka postala je vrlo popularno i lagano vino od autohtone vrste. U srednjoj Dalmaciji se od kvalitetnijih bijelih sorti uzgajaju maraština, debit i kujundžuša. Na području Primoštena proizvode se najviše babiće i plavina. Od srednjedalmatinskih otoka Brač je poznat po plavcu, Korčula po bijelom pošipu, Lumbarda po grku, a Vis po bijeloj vugavi i crnom plavcu. Otoci Hvar i Pelješac poznati su po brojnim kvalitetnim vinogradima i vinima, kao što su plavac (potomak crljenka), a najbolja vina nose nazive lokaliteta (Dingač, Ivan Dolac). Dingač je prvo hrvatsko vino koje je dobilo zaštitu geografskog porijekla i zaštićena je i vrlo cijenjena marka vina širom svijeta.

## **2.2. Podjela vina**

Vina se dijele prema kakvoći i po ostatku neprovrelog šećera.



Prema kakvoći razlikuju se:

- stolna vina
- stolna vina s oznakom kontroliranog podrijetla
- kvalitetna vina s oznakom kontroliranog podrijetla
- vrhunska vina s oznakom kontroliranog podrijetla
- predikatna vina
- arhivska vina
- specijalna vina
- pjenušava vina

Prema sadržaju šećera vina se dijele na suha, polusuha, poluslatka i slatka vina, a prema boji na bijela, ružičasta i crna.

Stolno vino je vino proizvedeno od jedne ili više sorti grožđa vinove loze. Stolno vino ne može nositi oznaku sorte. Stolno vino s oznakom kontroliranog podrijetla je vino proizvedeno od jedne ili više sorti grožđa koje potječu iz jedne vinogradarske regije. Kvalitetno vino s oznakom kontroliranog podrijetla je vino proizvedeno od jedne ili više sorti grožđa koje potječu iz jedne vinogradarske podregije s izraženim kvalitetnim organoleptičkim svojstvima značajnim za ekološke uvjete i sorte određene vinogradarske podregije, vinogorja ili položaja čiju oznaku nosi, koje je odnjegovano u toj podregiji. Vrhunsko vino s oznakom kontroliranog podrijetla je vino proizvedeno od određene sorte ili grupe sorti grožđa koje potječu iz jednog ili više vinogradarskih položaja u okviru jednog vinogorja s osobito izraženim kvalitetnim, specifičnim organoleptičkim i kemijskim svojstvima značajnim za ekološke uvjete položaja i sorte, odnosno grupe sorti grožđa. To vino mora biti i odnjegovano i punjeno u boce u vinogradarskom vinogorju koji obuhvaća određeni položaj. Ako vino nosi oznaku sorte, mora biti proizvedeno od najmanje 85% grožđa sorte čije ime nosi. Predikatna vina su vina koja u izuzetnim godinama u posebnim uvjetima dozrijevanja, načina berbe i prerade daju posebnu kakvoću, a moraju biti proizvedena samo od grožđa preporučenih sorti za pojedino vinogorje.

Predikatna vina su:

- Kasna berba - vino proizvedeno od grožđa koje je ubrano u stanju potpune zrelosti i čiji mošt ima najmanje 94° Oechsle.

- Izborna berba - vino proizvedeno isključivo od brižno izabranog grožđa, čiji mošt sadrži najmanje 105° Oechsla.
- Izborna berba bobica - vino proizvedeno od prezrelih ili plemenitom plijesni napadnutih bobica čiji mošt sadrži najmanje 127° Oechsla.
- Izborna berba prosušenih bobica - vino proizvedeno od prosušenih bobica čiji mošt sadrži najmanje 154° Oechsla.
- Ledeno vino - vino proizvedeno od grožđa koje je ubrano pri temperaturi od najmanje -7°C i prerađeno u smrznutom stanju, a čiji mošt sadrži najmanje 127° Oechsla.

Arhivsko vino je vino koje se u podrumskim uvjetima čuva dulje od njegovog optimalnog zrenja, a najmanje pet godina od dana prerade grožđa u vino, od čega najmanje tri godine u boci.

Specijalna vina su vina dobivena posebnim načinom prerade grožđa, mošta ili vina bez dodatka ili s dodatkom određene količine vinskog alkohola, vinskog destilata, šećera, koncentriranog mošta i mirisavih ili drugih dopuštenih tvari biljnog podrijetla.

Specijalna vina su:

- desertno vino,
- likersko vino,
- aromatizirano vino

Pjenušava vina su vina koja uz ostale određene sastojke sadrže i povećanu količinu ugljičnog dioksida, zbog kojeg se pri otvaranju boce razvija obilna pjena. U pjenušava vina ubrajaju se prirodno pjenušava i gazirano pjenušava vina. Poslove u području vinogradarstva i vinarstva utvrđene Zakonom obavlja Hrvatski zavod za vinogradarstvo i vinarstvo.

### *2.2.1. Klasifikacija vina*

Regionalna klasifikacija vina nastala je zbog toga što su ljudi u prošlosti vinima određivali regionalnu pripadnost, jer sa sigurnošću nisu mogli reći koju sortu vina uzgajaju. Važnost regionalne pripadnosti je u tome što ista sorta grožđa može imati drukčije karakteristike zbog utjecaja klime, tla i ostalih sastavnica u određenoj regiji. Apelacija je pojam kojim se identificiraju zaštićeni geografski položaji s kojih dolazi grožđe za proizvodnju vina. Postupak kojim bi područje postalo apelacijom različit je od zemlje do zemlje. Najviše apelacija na svijetu ima Francuska, više od 350, dok Hrvatska ima 66 apelacija. Važnost apelacije je u tome što proizvođačima vina koji

se nalaze na tom području pruža bolju tržišnu poziciju, a kupcima garantira određeni standard kvalitete kojeg jamče nadležne institucije.

Oznake za apelaciju

- Europska unija: PDO (Protected Designation of Origin),
- Francuska: AOC (Appellation d'Origine Contrôlée),
- Italija: DOC (Denominazione di Origine Controllata),
- Hrvatska ZOI (Zaštićena Oznaka Izvornosti).

Apelacija je iznimno važna, jer naglašava svoju izvornost i originalnost.

### 2.2.2. *Zaštićena oznaka izvornosti*

Na slici 1. se nalazi vino za zaštićenom oznakom izvornosti vinarije Belje- Rose, a na slici 2. se nalazi vino sa zaštićenom oznakom izvornosti vinarije Feravino- Graševina. Ona imaju zaštićenu oznaku izvornosti, a kako bi se istaknulo na svojoj vinskoj etiketi grožđe za proizvodnju tih vina mora isključivo potjecati sa zemljopisnog područja definiranog oznakom ZOI (zaštićeno oznakom izvornosti). Vinar odlučuje hoće li svoju oznaku izvornosti staviti na prednju ili stražnju stranu etikete.

Zaštićenom oznakom izvornosti određuje se:

- naziv regije koja se zaštićuje,
- opis najznačajnijih fizikalno kemijskih i organoleptičnih (senzornih) svojstava bijelih i crnih vina,
- tradicionalni izrazi koji se mogu koristiti,
- specifični enološki postupci i ograničenja,
- granice područja,
- maksimalni urod po hektaru,
- sorte vinove loze,
- pojedinosti koje se odnose na kakvoću i svojstva vina koje su uglavnom ili isključivo povezane sa zemljopisnim uvjetima uključujući prirodne i ljudske čimbenike.



Slika 1. VINO SA ZOI BELJE ROSE

Izvor: autor



Slika 2. VINO SA ZOI FERAVINO GRAŠEVINA

Izvor: autor

### 2.3. Sorte vina

U Hrvatskoj ima 200 raličitih kultivara, a njih 198 je priznato na službenoj listi Republike Hrvatske, a autohtonih sorti 60. Glavna domaća kontinentalna sorta je graševina. Sorta koja se uzgaja na 4 511,8 hektara. Graševina je u dobrim regijama u stanju dati izvrsnu kvalitetu. U Hrvatskoj u tome prednjače tri regije: Baranja, Ilok i Kutjevo.

Vinske sorte vinove loze bijeloga grožđa uzgajaju se na pjeskovitim tlima, a tamnija tla su povoljnija za crne sorte, prije svega zbog svog povoljnijeg toplinskog režima, a zemljišta crvene boje također utječu na obojenost crnih vinskih sorti. U svijetu postoji oko 8.000 vrsta grožđa od toga nešto više od 1.000 je namijenjeno proizvodnji vina. Pogodnim groždem za proizvodnju vina podrazumijeva se zdrav, zreo, prezreo, prosušen ili prirodno smrznut plod vinove loze priznatih sorti vinove loze.

Kvaliteta vina zavisi od kvalitete grožđa (kvaliteta grožđa je uvjetovana sortom, loznom podlogom, klimom, zemljištem, fitosanitarnim stanjem, prinosom, trenutkom i načinom berbe) te kvalitetom tehnološkog postupka prerade grožđa. Kod vinskih sorti osnovni parametri kvalitete su: sadržaj šećera i ukupnih kiselina u grožđanom soku, sadržaj aromatičnih tvari, dok je sadržaj ostalih tvari bitan, ali ne i odlučujući.

Kod uzgoja vinskih sorti najbitnija je podjela na grupe s obzirom na kvalitetu vina:

Visokokvalitetne sorte vina imaju izražena sortna svojstva, sadrže najveću količinu alkohola (12 – 15 %) i također najmanju količinu kiselina (5 – 8 %).

Kvalitetne sorte su harmonična vina, sadrže 11 – 13 % alkohola i 6 – 9 % ukupnih kiselina. Kvalitetne sorte za obična stolna vina sadrže najmanju količinu alkohola (9 - 11 %), a ukupna količina kiselina je malo jača (5 – 12 %).

Berba vinskih sorti vinove loze ovisi o trenutku berbe te je od velikog značaja za kvalitetu vina. Kada se govori o proizvodnji vina, grožđe obrano prije tehnološke zrelosti (s 13 – 15 % šećera) i poslije tehnološke zrelosti u prezrelom stanju (s 24 – 26 % šećera) daje vino po kvaliteti daleko ispod vina koje se proizvede od grožđa ubranog u tehnološkoj zrelosti (s 20 – 22 % šećera). Generalno pravilo je da se grožđe bere u stanju tehnološke zrelosti, jer tada ima najpovoljniji kemijski sastav, a prvenstveno se misli na sadržaj šećera o kojem ovisi količina alkohola (etanola) u budućem vinu. Grožđe sadrži i organske kiseline koje bijelim vinima daju pitkost i svježinu. Idealni vremenski uvjeti za berbu su suho vrijeme s temperaturom od 20 - 25 °C. Ako je temperatura viša od 25 °C, treba voditi računa da ne dođe do pregrijavanja grožđa u sanducima, jer se to može vrlo nepovoljno odraziti na tijek fermentacije i na kvalitetu budućeg vina. U slučaju nastupanja kišnog perioda u vrijeme berbe dolazi do pojave truleži – botritisa.

Pri berbi vinskih sorti odvajaju se bijele od crnih sorti. Berba se obavlja kombajnom koji može zamijeniti 60-120 berača. Kombajni rade na principu udaranja i otresanja bobica. Dnevno se otrese 2 - 2,5 bobica po hektaru. Mehanizirana berba ima i svojih slabosti koje se očituju kroz veći gubitak grožđa (5–10 %), uzgojni oblik čokota mora biti prilagođen radu kombajna, pa se zbog toga u plantažama mora vršiti rekonstrukcija oblika čokota, a loše podešeni kombajni-berači za rad, mogu izazvati oštećenja na čokotu te su veoma skupi. Kod nas je zastupljena ručna berba vinskih sorti. Jedan berač u toku dana prosječno ubere 400 – 600 kg. To znači da za berbu 1 hektara u toku

jednog dana treba 30-60 berača, u zavisnosti od sorte, visine prinose, uzgojnog oblika, kvaliteta radne snage i organizacije berbe.

#### **2.4. Najčešće vinske sorte u Slavoniji**

U proizvodno najvećoj i najrasprostranjenijoj vinogradarskoj regiji, Slavonija se dijeli na četiri glavna vinogorja. Vinogorje Kutjevo, vinogorje Baranja, vinogorje Srijem i vinogorje Erdut. Slavonija se također može podijeliti na deset vinogorja Đakovo Slavonski Brod, Nova Gradiška, Požega-Pleternica, Kutjevo, Daruvar, Pakrac, Feričanci, Orahovica-Slatina i Virovitica, gdje se proizvode raznovrsna bijela, rosé i crna vina, koja su i izvan Republike Hrvatske stekla dobru reputaciju. Tome je uz višestoljetnu tradiciju i marljiv rad pridonijela i briga o redovitoj opskrbi tržišta izvrsno doradenim i ukusnim vinima. Najpoznatije vino cijele kontinentalne regije je graševina. To je vino najviše pridonijeli dobroj reputaciji ove regije. Raznovrsnost ponude bijelih, rosé i crnih vina ovog kraja ogleda se i u raznolikosti kultivara, među kojima se posebno ističu chardonnay, pinot bijeli, rizling rajski, silvanac zeleni, traminac crveni od bijelih, te frankovka crna, merlot crni, cabernet sauvignon od crnih. Tome uveliko pridonose i mnogobrojni proizvođači vina. Uspješno predstavljaju regiju na domaćim i inozemnim natjecanjima i sajmovima. Neki imaju dugu tradiciju u uzgoju vinove loze i proizvodnje vina poput Iločkih podruma čiji se traminac pio i na engleskom dvoru na krunidbi kraljice Elizabete II., Erdutski vinogradi, Vina Belje i Kutjevo koji broje proizvodnju vina u milijunima litara godišnje. Oni u ovo vrijeme značajno doprinose ugledu hrvatskog vinogradarstva i vinarstva. Uz njih uspješno ubrajajamo i sve brojnije privatne proizvođače vina Enjingi, Krauthaker, Zdjelarević, Adžić, Galić, Buhač, Kalazić, Josić, Antunović i mnogi drugi. Gledajući povijesni razvoj vinarstava i vinogradarstva kutjevačkih vina vezan i uz već spominjanu cistercitsku opatiju iz 1232. god., na čijim su ruševinama nakon turskih haranja nastavili uzgoj loze novi vlasnici vlastelinstva, zagrebački isusovci od 1669. do 1773., a nakon toga, sve do dražbe 1882. Znanstvena zaklada. Najveće zasluge promicanju ove djelatnosti u tom dijelu Slavonije pripadaju obitelji Turković, a na Đakovačkom području biskupu Antonu Mandiću i Josipu Jurju Strossmayeru, te brojnim drugim djelatnicima što rade za opće dobro.

Podregija Podunavlje obuhvaća tri vinogorja, Srijem, Erdut i Baranju u kojima je za vrijeme Domovinskog rata vinogradarstvo i vinarstvo pretrpjelo veliku štetu. Mirnom reintegracijom u gospodarski i pravni sustav Republike Hrvatske koja je počela u tijeku 1997. godine, započela je

obnova, i redovita proizvodnja u plantažnim vinogradima Belja (Kneževi Vinogradi), IPK Osijeka (u Erdutu), Vupika (na terenima Vučedola), gdje su se i prije uzgajale vinske sorte (graševina, pinot bijeli, traminac, rizling rajski, chardonnay, sauvignon, muškat ottonel, od bijelih, te frankovka, cabernet franc, cabernet sauvignon, merlot crni, pinot crni od crnih). Uz idealne zemljišne i klimatske uvjete, ovdje su se od davnih vremena proizvodila iznimno kvalitetna vina, među kojima već dugo godina posebno mjesto zauzima iločki traminac.

Graševina je u vinogradarskom sektoru Republike Hrvatske najzastupljenija vinska sorta bijeloga grožđa. Proizvodi se u kontinentalnim dijelovima, te je Pravilnikom (NN 159/04.) uvrštena među preporučene kultivare u svim podregijama kontinentalne Hrvatske. Nalazi se na prvom mjestu u konkurenciji velikog broja sorti s obzirom na redovitu i dobru rodnost, te kvalitetom grožđa i vina. Stari hrvatski naziv je grašica slatka. U Hrvatskoj je graševina najviše šticeño vino. Potječe iz Francuske, a raširena je cijelim svijetom. Kod nas je najzastupljenija bijela sorta kontinentalne Hrvatske. Srednje je bujna i otporna na niske temperature. Prepoznatljiva je po ugodnoj aromi, zelenkasto žutoj boji, svježem i skladnom okusu. Najznačajnija i najvažnija vinska sorta istočne kontinentalne Hrvatske s velikim potencijalom i uspješnim stilovima: od pjenušaca, preko laganih osvježavajućih, bijelih i maceriranih vina do visokih predikatnih vina ledene berbe. U hrvatskom vinskom vodiču (Srećko Ljubljanić, 1997/1998.) opisano je 99 kvalitetnih i 108 stolnih graševina s kontroliranim podrijetlom. Najveći broj tih vina označava se samo kao graševina, manji broj već u nazivu ima oznaku kraja iz kojeg dolazi.

Traminac crveni je vinska sorta koja potječe iz južnog Tirola i ime je dobila po mjestu Tramin. Srednje je rodnosti, otporan na niske zimske temperature i srednje otporan na bolesti. Vina od grožđa traminca crvenoga cijedeña su zbog profinjene arome. Boja je slamnatožuta do zlatnožuta, okus polusuh do polusladak, rjeđe suh, alkoholnost srednje jaka, a manja ukupna kiselost se izbjegava ranijom berbom. U Hrvatskoj su tri traminca svrstana u skupinu vrhunskog vina, od kojih dva potječu iz podregije Slavonije i jedan iz podregije Zagorje-Međimurje. Najpoznatiji traminci su iz podregije Podunavlja, vinogorja Srijema (Ilok, Vukovar), Erduta i Baranje, čija je proizvodnja obnovljena, te se 1997. godine nude domaćim i stranim kupcima.

Pinot bijeli naziva se još burgundac bijeli, sorta je bijeloga vinskog grožđa. Vino je srednje do jako alkoholno, ugodne arome, primjereno kiselo. Ova sorta je u Hrvatskoj svrstana među preporučene kultivare u svim vinogorjima regije kontinentalne Hrvatske i Istre. U Republici Hrvatskoj, kao

vrhunsko vino s oznakom kontroliranog podrijetla zaštićena su, tri vina iz vinogorja Đakovo (s položaja Mandićevac), Plešivica-Okčić i Zelina. Kvalitetna vina pinota bijelog s oznakom kontroliranog zemljopisnog podrijetla proizvodi osamnaest vinara iz regije kontinentalne Hrvatske i dva iz regije primorske Hrvatske i to iz Istre.

Pinot sivi još se naziva i burgundac sivi, rulender, u Francuskoj najčešće Pinot gris. Podrijetlom je iz Francuske. Vinska sorta bijelog grožđa velike osjetljivosti na bolesti, posebno na sivu plijesan što je razlog slabije rasprostranjenosti. Otporna je na niske temperature i pogodna je za povišeni uzgoj. U Hrvatskoj je 2007. godine samo jedno vino proizvedeno iz kultivara sivi pinot uvršteno u skupinu vrhunsko s oznakom kontroliranog zemljopisnog podrijetla (Provin, imotsko vinogorje, podregija Dalmatinska zagora). Najpoznatiji hrvatski sivi pinot dolazi iz vinograda i podruma tvrtke Kutjevo dd iz Kutjeva.

Rizling rajnski jedna je od najstarijih sorti na svijetu, porijeklom iz doline rijeke Rajne. Kod nas je najrasprostranjenija u kontinentalnoj Hrvatskoj. Ova sorta je izrazito otporna na niske temperature, ali je osjetljiva na prekomjernu gnojidbu dušikom. Vino je svjetložute do slamnatožute boje, profinjene arome, svježa, skladna i puna okusa. U Hrvatskoj se (u skladu s Pravilnikom o Nacionalnoj listi priznatih kultivara) uzgoj ove sorte preporučuje u svim područjima kontinentalne Hrvatske.

Chardonay bijeli francuska vinska sorta bijelog grožđa koja je dugo bila poistovjećivana sa sortom pinot bijeli, ali je istraživanjima dokazano da su to dva različita kultivara. Chardonnay dozrijeva kad i pinot, otporan je na niske temperature, te je pogodan za propusna, topla tla. Pravilnikom o Nacionalnoj listi priznatih kultivara vinove loze u Republici Hrvatskoj (NN 159/04.) njen se uzgoj preporuča u svim područjima izuzevši područje Srednje i južne Dalmacije. Vino je odlična osnova za proizvodnju pjenušca. Od ukupno 37 hrvatskih vina chardonnay s oznakom kontroliranog zemljopisnog podrijetla (1997/1998.) u kategoriju vrhunskih uvrštena su tri (jedan iz vinogorja Đakovo, dva iz vinogorja Međimurje).

Frankovka crna je jedna od vodećih vinskih sorti crnog grožđa u većini europskih zemalja, a kod nas u nekim podregijama Kontinentalne Hrvatske, posebno u Slavoniji te je zbog izvrsne kakvoće vina i bujnosti svrstana među preporučene. U Republici Hrvatskoj kao vrhunsko vino prvo je zaštićena iločka. Na tržištu se nudi veliki izbor vina frankovki, a njihov najveći broj dolazi iz podregije Slavonije (vinogorje Orahovačko-Slatinsko, Feričanci i Đakovo. Crno vino frankovke



je rubinskocrvene do granatno crvene boje, srednje je alkoholne jakosti, ugodno je kisela i pitka, s razvijenom aromom.

Merlot crni francuskog je podrijetla i proširen cijelim svijetom. Jedna od malobrojnih sorti koja uspjevaju u južnim i sjevernim vinorodnim područjima. Srednje je bujan, a kakvoća mu ovisi o položaju. Sorta koja je izrazito rodna i otporna na zimske uvjete. Kod nas je svrstana među preporučene kultivare samo u četiri regije kontinentalne Hrvatske (Podunavlje, Slavonija, Prigorje-Bilogora i Pokuplje) i u svim regijama primorske Hrvatske. Ova vina su rubincrvene boje, arome šumske maline. U Hrvatskoj je veći broj proizvedenih vina od sorte merlot zaštićeno u kategoriji kvalitetnih i vrhunskih.

Cabernet sauvignon je sorta francuskog podrijetla, a kod nas rasprostranjena u Istri, Dalmaciji i Slavoniji. Ovu sortu odlikuje rubinskocrveno obojeno vino bogato kiselinama, primjereno alkoholno, puno i skladna okusa s karakterističnom aromom.

Ružica, rosé, ruso vino, zajednički naziv za ružičasto rubinskocrveno i ružičasto-crvenkasta vina. Vrhunska vina rosé proizvode se u vinogorjima Kutjevo, Feričanci, Plešivica-Okić, Međimurje. Broj zaštićenih vina kvalitetne kategorije od istog kultivara višestruko je veći, dok je broj vina iz kvalitetne kategorije stolno vino upola manji.

## **2.5. Vinarije u Slavoniji i Baranji**

Slavonija i Baranja se mogu pohvaliti mnogobrojnim vinarijama. U nastavku su navedene neke od značajnih vinarija u Osječko-baranjskoj, Požeško-slavonskoj i Vukovarsko-srijemskoj županiji.

Vinarija Kutjevo datira još od 1232. godine. Vinarija Kutjevo može se pohvaliti najstarijim vinskim podrumom u ovom dijelu Europe. Proteže se na četiristo dvadeset hektara vlastitih suvremenih nasada vinograda na južnim padinama planina Papuk i Krndija. Kutjevački podrum također je poznat i po najbogatijoj arhivi u Hrvatskoj u kojoj je najstarija arhivska graševina iz 1947. godine. Vinarija Kutjevo se ističe svojom graševinom koju rade u nekoliko varijanti, od svježih i mineralnih, preko pjenušca od graševine pa do predikatnih vina. Uz dominantnu graševinu, zastupljeni su i pinot sivi, chardonnay, traminac, pinot crni i druge sorte.

Vinarija Enjingi je jedna od najstarijih vinarija s obzirom da datira od 1890. godine. Vinarija Enjingi se proteže na šezdeset i tri hektara vlastitih nasada te pridaje sve veću pozornost kvaliteti svojih vina. U njihovoj vinariji se mogu kušati graševina, kasne berbe graševine, pinota sivog,

rajnskog rizlinga, sauvignona, venja, zweigelta, pinota crnog, crnog venja, te izborna berba traminca mirisavog i venja. Vina imaju ekološku markicu s obzirom da su se okrenuli ekološkoj proizvodnji.

Vinarija Krauthaker se nalazi u Kutjevu. Njihova graševina se smatra jednom od najboljih u Hrvatskoj s obzirom da osvajaju mnoge prestižne nagrade među kojima je i Decanter. Površina vinograda je četrdeset i tri hektara vlastitih nasada, kao i šezdeset osam hektara nasada kooperanata. Uzgajaju mnogobrojne sorte: graševinu, sauvignon, pinot sivi, muškat žuti, zelenac, syrah, frankovka, merlot, cabernet sauvignon, pinot crni, te izborne berbe graševine i zelenca. Imaju široki spektar vina te se i oni okreću ekološkoj proizvodnji.

Vinarija Galić je spoj modernog i tradicionalnog. Laboratorij vinarije je opremljen najsuvremenijom opremom. Svoje sorte uzgajaju na šezdeset hektara vlastitih nasada. Spadaju u srednju veličinu vinara, te veću pozornost pridaju kvaliteti vina. Sorte koje uzgajaju su graševina, sauvignon, pinot crni, chardonnay, merlot. Poznati su po zanimljivim nazivima vina poput "Bijelo devet", "Crno devet", "G- točka bijelo", "G- točka crno".

Vinarija Belje nalazi se u Kneževim Vinogradima te je najveća i najznačajnija vinarija u Baranji. Beljski podrum u Kneževim Vinogradima iz 1527. godine najveći je u Hrvatskoj. Nova vinarija izgrađena je 2011. godine te ima kapacitet od osam milijuna litara. Vinarija Belje posjeduje 650 hektara vinograda na kojima prevladava sorta graševine.

Vinarija Josić pionir je vinskog turizma u Baranji. Kupili su prvi gator 1999. godine u Zmajevcu. Posjeduju 22 hektara vinograda na kojima uzgajaju graševinu, chardonnay, pinot sivi, sauvignon blanc, muškat, traminac, frankovku, cabernet sauvignon, cabernet franc, merlot i syrah. Najpoznatije vino im je Cuvee superior te rose.

Iločki podrumi nalaze se u Iloku. Poznati su po više tisućljeća staroj tradiciji uzgoja vinove loze i vina. Proizvodnja vina odvija se na devetsto devedeset hektara vinogradarskih položaja, a ukupno godišnje proizvedu oko 4 milijuna litara vina. Osim osnovne djelatnosti, vinogradarstva i vinarstva, razvijaju autentičnu i jedinstvenu turističku i ugostiteljsku ponudu, povezujući sadržaje turističke destinacije s vinarstvom i vinogradarstvom. Spadaju u srednje velika poduzeća.

Vinarija Buhač iz Iloka je mala obiteljska vinarija. Posjeduju dvadeset hektara vlastitih nasada, te sedam hektara u zakupu. Naglasak je na graševini i bijelim sortama. Sorte koje uzgajaju su

graševina, chardonnay, rizling, traminac, sauvignon blanc, merlot, cabernet sauvignon, frankovka i rose. Vino za prodaju proizvodi se od 1998. godine u boci s vlastitom etiketom i oznakom kontroliranog podrijetla.

Erdutski vinogradi su središnja i povijesna vinarija erdutskog vinogorja. Posjeduju petsto trinaest hektara vlastitih nasada, a sjedište im je u dvorcu Adamović – Cseh. Osim u vinskim podrumima vino se čuva u najvećoj drvenoj bačvi na svijetu koja je u stalnoj upotrebi, zapremnine sedamdeset i pet tisuća litara, a u njoj se uvijek nalazi graševina. Graševina čini sedamdeset posto proizvodnje ove vinarije. Proizvodnja vina je do tri milijuna litara. Od 2022. godine prvi put puštaju u prodaju numerirane serije od sto tisuća boca vina koje je bilo u bačvi.

Vinarija Feravino/Enosophia, nalazi se u Feričancima, a njihovi vinogradi prostiru se na 170 hektara. Stari podrum izgrađen 1804. godine još uvijek je u upotrebi. Godišnje proizvedu preko devetsto tisuća litara vina, a odnedavno proizvode i pjenušce Virtuo, Grasecco i Francesca. Poznati su po svojim linijama Dika i Miraz koji označava ekskluzivna vina. Modernizacijom nastaje Enosophia. Unaprijedili su i modernizirali proizvodnju. Trenutno najpoznatija vina su Trs No.5 i rose Matarouge. Na etiketama ova dva vina nalaze se kodovi koja skeniranjem možete na svojim pametnim telefonima poslušati glazbu skladanu baš za to vino ili virtualno prošetati vinogradom. Razvili su pjenušce imena Nice to see you, Today Rose i Today Blanc. Prvo crno vino Enosohia je Rubi Fusion.

## **2.6. Enogastroturizam**

Glavni motiv enogastronomskih turista nije odmor, već odlazak u određenu destinaciju kako bi sudjelovali u raznim enogastronomskim manifestacijama, degustirali autohtona jela i vina te kako bi kroz hranu “okusili” i upoznali odlike posjećenog kraja (Drpić i Vukman, 2014). Zbog svog geografskog položaja, izražene kontinentalnosti i bogate kulturno-povijesne baštine, te prema analiziranim manifestacijama, enogastroturizam je uz kulturni turizam i etnoturizam vodeći turistički proizvod analiziranog područja. To je vidljivo prema broju identificiranih manifestacija u kategoriji enogastroturizma na području Osječko-baranjske, Požeško-slavonske i Vukovarsko-srijemske županije. Većina enogastronomskih manifestacija nalazi se na području Osječko-baranjske županije.

Prema trenutnom stupnju razvoja četiri manifestacije okarakterizirane su kao vodeće manifestacije (Gatorfest, WineOs, Vinkovo u Iloku, Vinski maraton). One generiraju najveći broj posjetitelja, te kroz kontinuitet održavanja na najbolji način promoviraju bogatu enogastronomsku ponudu regije Srednjeg Dunava, zbog čega predstavljaju izniman potencijal za razvoj prekogranične suradnje. Enogastroturizam je turistički proizvod koji je komplementaran s gotovo svim ostalim prisutnim turističkim proizvodima te svakako predstavlja vrijedan temelj brendiranja turističkih manifestacija.

Lokalna gastronomija i njezina tradicija mogu se prikazati kao dio lokalnog identiteta destinacije. Enogastronomska ponuda Osječko-baranjske, Požeško-slavonske i Vukovarsko-srijemske županije prepoznata je na međunarodnom turističkom tržištu te čini jedan od temeljnih elemenata manifestacijskih resursa. Važnost enogastronomске ponude prepoznata je i u razvojnim dokumentima Osječko-baranjske, Požeško-slavonske i Vukovarsko-srijemske županije. Master plan turizma Osječko-baranjske županije (2017.) ističe kako je trend na europskom turističkom tržištu jačanje uloge vina i gastronomije kao motiva dolaska u destinaciju u kontekstu kontinentalnog turizma, u čemu je vidljiv izrazit potencijal i snaga ove županije. Jedno od odabranih razvojnih osnova turizma Osječko-baranjske županije je očuvanje autohtonih vrijednosti u prostoru, gastronomiji i načinu života, te je utvrđen strateški cilj na europskom tržištu kao destinacije kratkih odmora, prije svega temeljenih na sadržajima gastronomije i kulture. Sukladno usmjerenju i strateškim ciljevima, utvrđen je turistički proizvod “Enogastronomija i ruralni turizam” koji otvara mogućnosti razvoja posebnih centara vezanih uz vino i brendirane prehrambene proizvode. Uz enogastronomsku ponudu, preporuča se razvoj povezanih sadržaja iz kulture, aktivnog odmora i agroturizma. Strategija razvoja turizma Vukovarsko-srijemske županije također je utvrdila važan turistički proizvod gastronomskih susreta. Tradicionalna gastronomija ovog kraja dio je kulturološkog identiteta i privlači ljubitelje kvalitetne hrane i vina.

Potencijal integriranja enogastronomске ponude u cikloturističku ponudu prepoznat je na razini triju županija. Primjer prepoznatljivosti enogastronomije u turizmu je i proveden projekt “Wine Tour Osječko-baranjske županije” kroz kojeg su uređene vinske ceste, vinoteke, provedene edukacije o vinskom turizmu te aktivnosti promocije vinsko-turističke ponude. Bogata i raznolika gastronomska ponuda Osječko-baranjske i Vukovarsko-srijemske županije rezultat je burnih kulturno-povijesnih promjena i kulturoloških utjecaja zapada i istoka. Prema autorima Samardžija i sur (2021) u vinarstvu pronalazimo spoj tradicije, povijesti i zavičajnog duha koji imaju potencijal

dati čvrstu osnovu za razvoj turizma, ali i činjenicu kako trenutno stanje odstupa od regionalnih i inozemnih konkurenata, odnosno važno je istaknuti regionalnu pripadnost, regionalni brend koji može konkurirati inozemnoj konkurenciji.

Veliki broj turističkih atrakcija Slavonije i Baranje ima međunarodnu važnost, gospodarstvenu, i prometnu. Malobrojne atrakcije imaju višu razinu uređenosti i veće privlačne snage domaćih i inozemnih turista. Većina manifestacija i atrakcija nema tu postignutu razinu, ali imaju perspektivu prerastanja u međunarodne i nacionalne. Posebno se ističu enogastronomija i tradicijska narodna kultura. U vinogradarskoj tradiciji najistaknutija je proizvodnja prepoznatljivih sorti vina kao što su graševina, traminac i merlot te višetoletna tradicija podrumarstva. Temeljem analize Požeško slavonske županije, Osječko baranjske županije i Vukovarsko srijemske županije izdvojene su manifestacije koje se ističu: Vinogorje Kutjevo; vinogorje / vinski podrumi, Vinogorje Baranja (Kneževi Vinogradi, Zmajevac, Suza); vinogorje / vinski podrumi, Vinogorje Erdut; vinogorje / vinski podrumi, Vinogorje Srijem (Ilok); vinogorje / vinski podrumi.



Slika 3. Četiri glavna vinogorja Slavonije

Izvor: Zoran Klarić; [www.visitslavonia.hr](http://www.visitslavonia.hr)

### **3. MATERIJAL I METODE**

U pripremnom dijelu istraživanja pregledanja je i iščitana relevantna stručna literatura, sekundarne baze podataka, te znanstveni radovi i publikacije. Prikupljeni su podaci o postojećim vinskim manifestacijama. Konzultirana je zakonska regulativa.

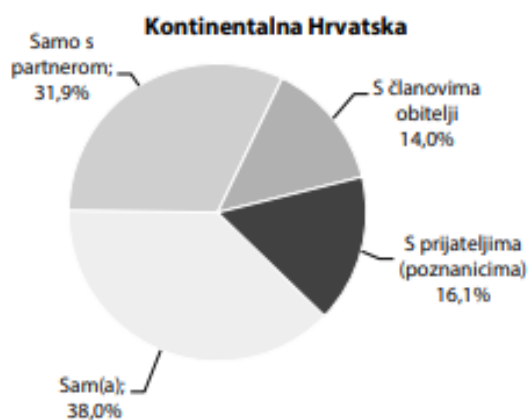
Rad se temelji na prikazu i analizi postojećih enogastronomskih manifestacija i njihovih karakteristika, uzimajući u obzir njihovu turističku i kulturnu vrijednost s aspekta posjetitelja i lokalnog stanovništva. Evaluacija njihova značaja provodi se uzimajući u obzir podatke turističkih zajednica Požeško-slavonske, Vukovarsko-srijemske i Osječko-baranjske županije, a koja uključuje elemente kulturne i prirodne baštine, turističke proizvode i aktivnosti.

U radu je korištena i metoda intervjua koja je provedena s Vinkom Ručevićem, organizatorom WineOS-a i Festivala traminca u Iloku. Pitanja su se odnosila na početke afirmacije vina i vinara u sferi turizma, te organizaciju enogastronomskih manifestacija kao što je WineOS.

## 4. REZULTATI

Turističko tržište se mijenja, a turisti žude za raznolikom vrstom ponude turističkih odredišta. Uživljanje u hrani i piću postaje sve jači motiv dolaska turista u određenu regiju, a gastronomski doživljaj integriran je u sustav vrijednosti svakog pojedinog turističkog potrošača.

Prema istraživanjima koje je naručio institut za turizam pod nazivom TOMAS Hrvatska iz 2019. godine motivi dolaska turista u kontinentalnu Hrvatsku su: priroda sa 32%, gastronomija sa 7%, manifestacije i događanja sa 6%. Više od trećine gostiju ranije je posjetilo kontinentalnu Hrvatsku od čega samo 14% u krugu obitelji. U kontinentalnoj Hrvatskoj gosti su najmanje zadovoljni ponudom zabave, biciklističkim rutama i informacija o zaštićenim prirodnim područjima. Dnevna potrošnja turista u kontinentalnoj Hrvatskoj je 115 eura od čega je samo 17% na hranu i piće. Rezultati istraživanja otkrili su slabosti u turističkoj ponudi i utjecali su na formiranje politika koje će rezultirati povećanjem konkurentnosti slavonskobaranjskih destinacija.



Rang	Kontinentalna Hrvatska	%
1.	Priroda	31,7
2.	Touring, sightseeing	26,0
3.	Gradovi (city break)	25,9
4.	Sport i rekreacija	24,1
5.	Posao	21,7
6.	Kultura i umjetnost	15,7
7.	Planinarenje	9,8
8.	Sela	9,6
9.	Gastronomija	6,6
10.	Manifestacije i događanja	6,3

Slika 4. Struktura posjetitelja i motiv dolaska u kontinentalnu Hrvatsku

Izvor: TOMAS Hrvatska

### 4.1. Inventarizacija manifestacija

Proces inventarizacije proveden je pregledom ustupljenih informacija Turističke zajednice Osječko-baranjske županije i dostupnih informacija na internetskim stranicama i društvenim mrežama Turističke zajednice Vukovarsko-srijemske županije i Turističke zajednice Požeško-

slavonske županije. Inventarizacijom manifestacija identificirano je i izdvojeno ukupno dvadeset i jedna manifestacija širokog spektara vremenske i prostorne distribucije, enogastronomskog sadržaja te potencijala za razvoj u kontekstu generalnog turističkog razvoja županija. Cjelokupan popis evidentiranih manifestacija prikazan je u tablici 1., a strukturiran je po principu dostupnosti izvora informacija i promotivnih sadržaja.

Tablica1. Manifestacije u turističkim zajednicama

TURISTIČKA ZAJEDNICA	MANIFESTACIJE
Turistička zajednica Osječko- baranjske županije	Dani vina, turizma i cikloturizma
	Dunav Art Festival
	Vinatlon
Turistička zajednica Grada Osijeka	Večeri vina i umjetnosti
	WineOS
Turistička zajednica Grada Valpova	Festival sira i vina
Turistička zajednica Grada Donjeg Miholjca	Zlatna berba
Turistička zajednica Baranje	Gatorfest
	Vinski maraton
	Wine&Walk
Turistička zajednica Općine Erdut	Bjelobrdska pударina
	Vinski grad Erdut – Srednjovjekovni sajam
	Wine&Bike Tour Erdut
Turistička zajednica Grada Vukovara	Vinkovo na Vučedolu
Turistička zajednica Grada Iloka	Iločka berba grožđa
	Noć vina u Iloku
	Vinkovo u Iloku
	Festival Traminca
Turistička zajednica Požeško- slavonske županije	Vincelovo u Kutjevu gastronomska
	Festival Graševine u Kutjevu
	Cesta vina i ruže Pleternica

Izvor: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, 2022.



## 4.2. Evaluacija manifestacija

Evaluacija kojom se utvrđuju postojeći značaj i mogućnosti daljnjeg razvoja pojedinih manifestacija Osječko-baranjske i Vukovarsko-srijemske županije temelji se na analizi sljedećih obilježja svake manifestacije:

- opis manifestacije;
- mjesto održavanja, s utvrđivanjem nalazi li se ono unutar definirane granice fokus područja;
- vrijeme održavanja manifestacije (mjesec);
- vremenski obuhvat, odnosno trajanje manifestacije (jednodnevna, višednevna, višetjedna, višemjesečna, više puta godišnje, cjelogodišnja);
- organizacijski aspekt (organizator);
- posjećenost manifestacije;
- opći značaj manifestacije (lokalna, regionalna, nacionalna, međunarodna);
- turistički značaj, odnosno tip manifestacije (kulturna, sportska, zabavna i dr.);
- prepoznatljivost (načini promocije manifestacije);
- razina prometne dostupnosti lokacije održavanja manifestacije (1 – moguća jedna vrsta prijevoza, 2 – moguće dvije vrste prijevoza, 3 – moguće tri vrste prijevoza).

Detaljan i sveobuhvatan prikaz navedenih obilježja svih identificiranih manifestacija nalazi se u tablicama 2.,3.,4. Prikazani podaci prikupljeni su od turističkih zajednica, organizatora manifestacija, putem anketnog upitnika te iz relevantnih nacionalnih izvora (Državni zavod za statistiku, Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske), dok je za evaluaciju prostornih aspekata korištena GIS analiza. Na temelju osnovnih obilježja manifestacija provedena je konačna evaluacija te su odabrane najvažnije manifestacije.

Tablica 2. Opis manifestacija

<b>Naziv manifestacije</b>	<b>Dani vina, turizma i cikloturizma</b>
Mjesto održavanja	Osijek, Đakovo, Baranja
Opis manifestacije	Promocija turizma, etno i gastronomske ponude
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	Travanj, svibanj
Vremenski obuhvat	višednevna
Organizator	Osječko-baranjska županija
Posjećenost	-
Opći značaj	regionalna
Turistički značaj	Višetematska (enogastronomija, cikloturizam)
Prepoznatljivost	TZ OBŽ, lokalni TZ-ovi, lokalni i regionalni mediji
Prometna dostupnost	3
<b>Naziv manifestacije</b>	<b>Dunav Art Festival</b>
Opis manifestacije	Festival glazbe, enologije i gastronomije
Mjesto održavanja	Erdut, Vukovar, Ilok, Batina
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	lipanj
Vremenski obuhvat	višednevna
Organizator	Regionalna razvojna agencija Slavonije i Baranje
Posjećenost	10.000
Opći značaj	regionalna
Turistički značaj	Višetematska (enogastronomija i glazba)
Prepoznatljivost	lokalni TZ-ovi, TZ OBŽ, TZ VSŽ, lokalni i regionalni mediji, društvene mreže
Prometna dostupnost	3
<b>Naziv manifestacije</b>	<b>Večeri vina i umjetnosti</b>
Opis manifestacije	Predstavljanje vina lokalnih proizvođača
Mjesto održavanja	Kazamat, Osijek
Unutar fokus područja	Da
Vremenski obuhvat	više puta godišnje
Organizator	TZG Osijek, TZ OBŽ, Grad Osijek
Posjećenost	-
Opći značaj	lokalna
Turistički značaj	Enogastronomija, kultura (glazbena, likovna umjetnost)
Prepoznatljivost	TZG Osijek, TZ OBŽ, lokalni mediji, društvene mreže
Prometna dostupnost	3

Izvor: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, 2022.

Tablica 3. Opis manifestacija

<b>Naziv manifestacije</b>	<b>WineOs</b>
Opis manifestacije	Međunarodni festival vina i delicija
Mjesto održavanja	Dvorana Gradski vrt, Osijek
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	Siječanj
Vremenski obuhvat	Višednevna
Organizator	Vinoteka Vinita
Posjećenost	2500
Opći značaj	međunarodna
Turistički značaj	Enogastronomija
Prepoznatljivost	vlastita web stranica, društvene mreže, lokalni, regionalni i nacionalni mediji, TZG Osijek, TZ OBŽ
Prometna dostupnost	3
<b>Naziv manifestacije</b>	<b>GatorFest</b>
Opis manifestacije	Enogastronomska manifestacija koja uključuje međunarodno ocjenjivanje vina
Mjesto održavanja	Batina, Kneževi Vinogradi, Zmajevac, Karanac, Kamenac
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	Lipanj
Vremenski obuhvat	višednevna
Organizator	TZ Baranja, Općina Kneževi Vinogradi, Udruga vinara Baranja
Posjećenost	4.000
Opći značaj	regionalna
Turistički značaj	Enogastronomija
Prepoznatljivost	Lokalni i regionalni mediji, TZ Baranja, društvene mreže, tiskani materijali
Prometna dostupnost	2
<b>Naziv manifestacije</b>	<b>Wine&amp;Walk</b>
Opis manifestacije	Degustacija vina uz šetnju Banskim brdom
Mjesto održavanja	Kotlina
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	lipanj
Vremenski obuhvat	Jednodnevna
Organizator	TZ Baranja
Posjećenost	-
Opći značaj	lokalna
Turistički značaj	Enogastronomija, aktivan odmor
Prepoznatljivost	TZ Baranja, lokalni mediji
Prometna dostupnost	1

Izvor: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, 2022.

Tablica 4. Opis manifestacija

<b>Naziv manifestacije</b>	<b>Wine&amp;Bike Tour Erdut</b>
Opis manifestacije	Biciklističko- vinska utrka i dani otvorenih podruma Erdutskog vinogorja
Mjesto održavanja	Osijek, Erdut
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	Rujan
Vremenski obuhvat	Višednevna
Organizator	Općina Erdut
Posjećenost	-
Opći značaj	Lokalna
Turistički značaj	Višetematska (enogastronomija, glazba, cikloturizam)
Prepoznatljivost	Lokalni i regionalni mediji, TZO Erdut, društvene mreže
Prometna dostupnost	3
<b>Naziv manifestacije</b>	<b>Iločka berba grožđa</b>
Opis manifestacije	Održava se tradicionalno od 1962. godine kulturno - zabavna - turistička manifestacija
Mjesto održavanja	Ilok
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	Kolovoz, rujan
Vremenski obuhvat	višetjedna
Organizator	Grad Ilok
Posjećenost	7.000
Opći značaj	Regionalna
Turistički značaj	Višetematska s naglaskom na enogastronomiju i agroturizam
Prepoznatljivost	Lokalni, regionalni i nacionalni mediji, TZG Ilok, TZ VSŽ
Prometna dostupnost	2
<b>Naziv manifestacije</b>	<b>Vinkovo u Iloku</b>
Opis manifestacije	Obilježavanje blagdana svetog Vinka
Mjesto održavanja	Ilok
Unutar fokus područja	Da
Vrijeme održavanja	Siječanj
Vremenski obuhvat	višednevna
Organizator	Vinski klaster Srijem, Grad Ilok, TZ Ilok
Posjećenost	-
Opći značaj	regionalna
Turistički značaj	Enogastronomija
Prepoznatljivost	Lokalni, regionalni i nacionalni mediji
Prometna dostupnost	2

Izvor: Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, 2022.

WineOS je gospodarski najznačajnija i najvažnija manifestacija u Slavoniji i Baranji. Održava se jednom godišnje u siječnju, u Osijeku na dva dana postaje vinsko središte jugoistočne Europe. Osijek se nalazi u središtu svojevrsnog četverokuta koji formiraju glavni gradovi Budimpešta, Beograd, Sarajevo i Zagreb. Zbog odličnog geoprometnog položaja i činjenice da je okružen sa svih strana vinogorjima, Osijek je odlično mjesto za održavanje vinskih sajmova. Ova godina, 2022., bila je sedma godina održavanja.

Vinko Ručević, glavni organizator i vlasnik vinoteke Vinita, za potrebe ovog istraživanja, putem intervjua predstavio je manifestaciju WineOS. Izlagači su vinari pretežito iz Slavonije i Podunavlja, a ostali sudionici su regionalno iz Srbije (Fruška gora), Mađarske (Villany), Bosne i Hercegovine, Makedonije, Slovenije, a također su zastupljene i ostale vinarske regije Hrvatske (Dalmacija, Istra, Kvarner, Plešivica). Sajam se okrenuo promociji graševine primarno vezujući se uz lokalne proizvođače. Posljednji WineOS posjetilo je oko dvije tisuće petsto osoba u dva dana održavanja, ali uz uvjete vezane uz COVID-19 što je ograničilo pristup. Ova manifestacija ima veliki utjecaj na gospodarstvo u Osječko-baranjskoj županiji, ponajviše u promociji vina, te izravno u dovođenju gostiju (smještaj u Osijeku i okolici, restorani popunjeni tijekom dana za ručak i večeru, povećana potrošnja, korištenje lokalnog prijevoza i slično). Manifestaciju prate nacionalni mediji svih navedenih država, te tako kroz brojne članke i marketing promoviraju ovu destinaciju. Izlagači su na WineOS-u ostvarili kontakte, osnažili svoj posao jer sajam prvenstveno ima poslovni karakter. Suradnja s udrugom Graševina Croatica koja dovodi sve najvažnije vinare Slavonije i Podunavlja dovode vlasnike resorana, voditelje hrane i pića hotelskih kuća, istaknute sommeliere, vinske pisce i novinare.

Festival traminca u Iloku je također organiziran od strane Vinka Ručevića. Znatno je manji događaj u smislu posjećenosti i po broju izlagača. Organizira se krajem svibnja ili početkom lipnja. Bez obzira na manji broj posjetitelja i broj izlagača, dovoljni pokazatelj utjecaja na vinski turizam daje činjenica da je u vrijeme festivala smještajni kapacitet popunjen u okolici Iloka, čak i u graničnom dijelu Srbije, kako je istaknuo Vinko Ručević. Iločki podrumi partnerski podržavaju Festival traminca. Ovo je prvi festival posvećen toj sorti, a kako je Ilok poznat po tradiciji uzgoja vinove loze, naročito traminca, prepoznali su značaj i potencijal festivala. Osim turističke ponude, predstavljaju i svoja vina od sorte traminac koji godinama postižu kontinuirane uspjehe na najistaknutijim svjetskim, ali i regionalnim vinskim ocjenjivanjima. Zadnjih nekoliko godina, traminci Iločkih podruma osvojili su više od stotinu značajnih nagrada i priznanja, pokretači su

razvoja vinskog turizma grada Iloka, vinogorja Srijem i hrvatskog Podunavlja. Kao uvod u zagrebački festival ocjenjivanja vina, nedavno je održano i ocjenjivanje traminaca, a najbolji traminaci su predstavljeni publici na posljednjoj prezentaciji 2022. godine na festivalu traminca. U kategoriji suhih traminaca najbolje ocijenjen, s 95,3 boda je bio traminac Rosamal iz 2015. godine iločke vinarije Papak. Pobjednik polusuhih traminaca je traminac izborna berba iz 2009. godine Ivana Enjingija koji je dobio 93,3 boda. U kategoriji poluslatkih traminaca pobjedio je traminac izborna berba 2016. godine iločke vinarije Trs s 96 bodova. Najbolji slatkih traminaca i sveukupni pobjednik ocjenjivanja je traminac izborna berba prosušenih bobica Ante Miličevića iz Kutjeva koji je osvojio 96,66 bodova.

U organizaciji WineOS-a s Vinkom Ručevićem usko surađuje udruga Graševina Croatica kao najveća udruga vinara Slavonije i Baranje koja okuplja gotovo sve vinogradare i vinare istočne Hrvatske. Udruga je osnovana s ciljem promocije graševine kao najvažnije hrvatske vinske sorte. Osim graševine promoviraju sve vinske sorte koje proizvode članovi udruge, kao i vinske i turističke destinacije Slavonije, Baranje i Podunavlja. Graševina Croatica je nositelj regionalnog vinskog razvoja i jedna je od četiri regionalne vinske udruge u Hrvatskoj koje su nositelji nacionalne vinske strategije VINA CROATIA – VINA MOSAICA. Udruga sudjeluje u brojnim projektima predstavljanja vina te podupire vinske evente u kojima graševina zauzima značajno mjesto. Njihov daljnji plan je jačanje povezanosti vina i turizma u Slavoniji i na Jadranskoj obali tijekom turističke sezone. Plan im je graševinu predstaviti kao autentično hrvatsko vino koje se odlično spaja s gastronomskim specijalitetima naših krajeva.

Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu (HAPIH), Turistička zajednica Osječko-baranjske županije i Udruge Graševina Croatica su u Osijeku 27. svibnja 2022. godine održali konferenciju “GO - Graševina Osijek”, gdje je u prvom planu bio razvoj i pozicioniranje graševine. Na konferenciji je zaključeno da je graševina najvažnija hrvatska sorta koja čini 40% ukupno proizvedenog vina u Republici Hrvatskoj koja zauzima 25% ukupnih površina vinograda. Ova sorta ima najveći potencijal u izvozu hrvatskih vina.

Konferencija “GO - Graševina Osijek” organizirana je u sklopu projekta “Vinski turizam bez granica – jedinstvena vinski-turistička destinacija”, koji je sufinanciran kroz EU Interreg program Mađarska-Hrvatska. Cilj projekta je jačanje razvoja turizma kroz promociju prekograničnog odredišta vinskog turizma, povezujući jedne od najvažnijih vinskih regija u Mađarskoj (Siklós-

Villány) i kontinentalnoj Hrvatskoj, Slavoniju i Podunavlje. Povezivanjem vina i turizma podiže se vrijednost vinskih i turističkih destinacija te se ostvaruju značajni marketinški i financijski rezultati. Za daljnji razvoj vinskog turizma potrebna je suradnja vinara, Ministarstva poljoprivrede i HAPIH-a, znanstvenih institucija, turističke zajednice, lokalnih samouprava, županija i medija.

### **4.3. Turizam vina**

Marketinški plan turizma za Osječko-baranjsku županiju dio je projekta “Strateškog marketinškog plana turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. - 2025.”, kojem je osnovni cilj podignuti prepoznatljivost Slavonije i Baranje kao turističke regije na domaćem i međunarodnom tržištu. Definiranjem brenda Slavonije i Baranje i njegovim prihvaćanjem od strane dionika, stvaraju se ključne pretpostavke za objedinjavanje marketinških aktivnosti na cijelom području, odnosno u svih pet slavonskih županija: Brodsko-posavskoj, Osječko-baranjskoj, Požeško-slavonskoj, Virovitičko-podravskoj i Vukovarsko-srijemskoj.

Svaka od pet županija provodit će i marketinške aktivnosti za svoje područje kao i aktivnosti kojima će podržavati projekte koji se provode za područje cijele Slavonije. Za Slavoniju, kao turističku regiju, predviđen je brend koncept koji se temelji na zajedničkim obilježjima koji dijele županije među kojima je njegovanje tradicije i običaja, tradicionalna slavonska gostoljubivost, slavonska ruralna arhitektura, bogata gastronomija i tradicija vinarstva. Stvaranje jedinstvenog brenda Slavonije i Baranje izazov je za sudionike koji su uključeni u marketing i menadžment cijelog prostora.

Aktivnosti koje će se provoditi u području marketinga, obuhvatit će dvije razine za svaku županiju: jednu, koja se odnosi na zajedničke aktivnosti s ciljem stvaranja brenda Slavonije, a drugu, kao skup aktivnosti koje će se provoditi za područje svake županije.

Osječko-baranjska županija isticat će svoja jedinstvena obilježja i sve svoje posebnosti koje se mogu doživjeti u ovom dijelu Slavonije, a u funkciji stvaranja cjelokupnog doživljaja i boravka na ovom prostoru. To su, što se tiče enogastronomije, poznata vinogorja s dugom tradicijom (Baranja, Erdut) i poznati vinski podrumi (Erdut, Kneževi Vinogradi, Zmajevac i Suza). Županija je poznata po gastronomiji, a njen položaj i reljef čine je ‘srcem Slavonije’. Sva ova obilježja sagledavaju se s ciljem iznalaženja nekoliko ključnih pojmova koji će obuhvatiti cjelokupni doživljaj. Oni se trebaju uklopiti u zajedničku priču Slavonije i Baranje.

Turizam vina prikazan je u tablici 5. gdje su kao glavne atrakcije/ destinacije izdvojeni Baranjsko, Đakovačko, Erdutsko, Feričansko vinogorje, Erdutska bačva i vinoteka Vinita kao regionalna vinoteka. Ciljna skupina potrošača su mladi, srednja i starija dob. Faktorima uspjeha se smatraja ponuda tržišno spremnih iskustava kao što su ugostiteljske ponude, manifestacije, gastronomske ture; uređenost destinacije; profesionalni ljudski resursi; zajednički projekti; inovativne marketinške aktivnosti; kvalitetna promocija i interpretacija; razvijeni sustav upravljanja vinskim cestama i razvijena ponuda turističkih doživljaja. Aktivnosti na razvoju proizvoda koje imaju utjecaj na ovu destinaciju su: program povezivanja vinara, edukacija i razmjena iskustava; daljnji razvoj vinskih cesta i kušaonica; povezivanje s destinacijama u okruženju; razvoj manifestacija na temu vina i daljnje poticanje ponude lokalnih vina u ugostiteljskih objektima.



Tablica 5. Turizam vina

Turizam vina	
Glavne destinacije/atrakcije	<p>Vina:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iločki traminac, graševina, frankovka</li> <li>• Vinski podrumi/vinarije/vinoteke: <ul style="list-style-type: none"> <li>• -Iločki podrumi, Erdutski vinski podrumi i najveća bačva, Vinski podrum Belje, Vinarija Galić, Kutjevački podrum, Vinoteka Vinita</li> </ul> </li> <li>• Vinogorja: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kutjevo, Baranja, Srijem, Erdut</li> </ul> </li> </ul>
Ciljni segmenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mladi parovi, zreli parovi i gosti treće dobi</li> </ul>
Faktori uspjeha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ponuda tržišno spremnih iskustava</li> <li>• razvijeni sustavi upravljanja vinskim cestama</li> <li>• dobro razvijena interpretacija(vinari)</li> <li>• razvijena ponuda tura/turističkih doživljaja</li> <li>• suradnja vinara s drugim dionicima u destinaciji</li> </ul>
Aktivnosti na razvoju proizvoda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• povezivanje vinskih cesta (udruživanje, zajednička promocija, ponuda obilaska, dežurstva) <ul style="list-style-type: none"> <li>- programi povezivanja vinara i razmjene iskustava</li> <li>- provedba Programa edukacije za vinare</li> </ul> </li> <li>• daljnje poticanje ponude lokalnih vina u ugostiteljskim objektima</li> </ul>

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

#### 4.4. SWOT analiza

SWOT analiza predstavlja pregled glavnih snaga i nedostataka te prilika i prijetnji za razvoj vinskog turizma u Slavoniji i Baranji. Temelji se na istraživanjima turističkih zajednica.

Tablica 6. Swot analiza vinskog turizma

SWOT analiza	
Snage	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>• očuvanost i ljepota krajolika</li> <li>• bogato kulturno-povijesno nasljeđe</li> <li>• kultura života i rada kroz običaje, gastronomiju i vinarstvo</li> <li>• gostoljubivost lokalnog stanovništva</li> <li>• dobro korištenje EU fondova</li> <li>• kvalitetan rad turističkih zajednica</li> <li>• prometno dobro povezana i dostupna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nema prepoznatljiv turistički identitet</li> <li>• domaće tržište relativno je malo i još uvijek nedovoljno razvijeno</li> <li>• na stranim tržištima Slavonija nije prepoznata kao turistička destinacija</li> <li>• slabija ekonomska i ukupna razvijenost</li> <li>• kratka prosječna dužina boravka</li> <li>• nedovoljno start-up projekata</li> <li>• nedovoljno povezivanja i zajedničkih projekata</li> </ul>
Prilike	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sve veća segmentiranost turističke potražnje</li> <li>• rast potražnje za turizmom posebnih interesa</li> <li>• dostupnost EU fondova/financiranja interes Vlade za razvoj kontinentalnog turizma</li> <li>• povezivanje slavonskih županija u jedinstvenu turističku destinaciju Slavonija</li> <li>• suradnja s drugim kontinentalnim destinacijama u RH</li> <li>• prekogranična suradnja</li> <li>• snažnije povezivanje turizma s drugim gospodarskim sektorima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nastavak negativnih demografskih kretanja</li> <li>• odumiranje sela (de-agrarizacija)</li> <li>• brz razvoj konkurentskih destinacija</li> <li>• ulaganja u financijski neisplative turističke projekte</li> <li>• pad ukupne gospodarske aktivnosti</li> </ul>

Izvor: Institut za turizam, Zagreb

Jedna od glavnih prednosti Slavonije i Baranje je očuvanost i ljepota krajolika. Ljepoti krajolika doprinose i vinogorja, koja ovdje stoljećima stvaraju tradiciju življenja i čine ovaj kraj zanimljivim i ugodnim za putovanje i boravak. Na prostorima Slavonije i Baranje čuva se i njeguje kultura života i rada kroz običaje, gastronomiju i vinarstvo. Gostoljubivost lokalnog stanovništva svakako doprinosi razvoju turizma. Također je vidljiv i rad turističkih zajednica koje udruženim snagama promoviraju turističke atrakcije na tržištu, te pokušavaju što bolje iskoristiti sredstva iz EU fondova. Slavonija i Baranja je prometno dobro povezana i dostupna, a tome svjedoči i rast turističkog prometa.

Nedostaci su što Slavonija i Baranja nema prepoznatljiv turistički identitet. Domaće tržište relativno je malo i još uvijek nedovoljno. Slabija ekonomska i ukupna razvijenost vidljiva je u elementima destinacijske ponude, pa tako nedostaje kvalitetnog smještaja, ponude hrane i pića, mali je broj turističkih agencija, a i turistička infrastruktura nije dovoljno razvijena. Kratka prosječna dužina boravka je nedostatak, s obzirom da Slavonija i Baranja mogu biti idealna vikend destinacija. Relativno je mali broj poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu. Za intenzivniji razvoj nedovoljno je start-up projekata koji bi mogli obogatiti turističke sadržaje. Nedovoljno razvijena suradnja među vinarima je nedostatak koji će trebati prevladati. Sustav turističkih zajednica, čiji su budžeti izravno ovisni o turističkom prometu, raspolaže s iznimno skromnim financijskim sredstvima, što predstavlja nedostatak, posebno u kontekstu potrebe jačanja promocijskih aktivnosti i nastupa na tržištima, sa ciljem stvaranja prepoznatljivosti Slavonije, odnosno, stvaranja imidža.

Prilike i prijetnje za razvoj turizma u Slavoniji dolaze iz kretanja na širem tržištu. Sve veća segmentiranost turističke potražnje na sve više tržišta, te se time razvija veliki broj različitih interesa i zahtjeva u destinacijama. Dostupnost EU fondova i financiranje projekata tim sredstvima prilika su koju Slavonija koristi i koja će biti na raspolaganju. Hrvatska Vlada pokazuje veliki interes za razvoj Slavonije i za razvoj kontinentalnog turizma. Prilika je i povezivanje cijelog prostora u jednu destinaciju zajedničkim marketinškim aktivnostima. Isto tako, priliku predstavlja i suradnja s drugim kontinentalnim destinacijama u Hrvatskoj, ali i prekogranična suradnja. Važno je za istaknut da je i prilika povezivanje turizma s drugim gospodarskim sektorima. Prijetnju predstavlja nastavak demografskih kretanja, iseljavanje stanovništva koje u konačnici ugrožava ukupni razvoj, posebno kad je riječ o kvalitetnim, mladim ljudima koji trebaju biti pokretači i nositelji razvoja. Ruralni prostor, koji je zanimljiv turistima jer je očuvan, uz odumiranje sela može

u budućnosti izgubiti svoju autentičnost. Konkurentske destinacije u okruženju koje se brže razvijaju, mogu predstavljati prijetnju. Također, financijski neisplativi turistički projekti mogu ugroziti ulaganja u budućnosti. Pad ukupnih gospodarskih aktivnosti povezuje, sve probleme, usporava i demotivira ljude koji bi pridonjeli razvoj turizma.

## 5. RASPRAVA

Osječko-baranjska županija najveća je i najmnogoljudnija slavonska županija, zbog čega u njoj ima i najviše atrakcija međunarodnog i nacionalnog značaja. Status ključnih atrakcija imaju i Baranjsko i Erdutsko vinogorje sa svojim podrumima. Uz najpoznatije vinske podrumu u Erdutu i Kneževim vinogradima postoji i podrum kod katedrale u Đakovu, poznat po ponudi misnih vina, te nedavno otvorena Regionalna vinoteka u osječkoj Tvrđi, koja nudi vina iz cijele Osječko-baranjske Županije.

Po cijeloj Osječko-baranjskoj županiji organizira se i mnoštvo manifestacija regionalnog i lokalnog značaja. Najviše je onih enogastronomskog Vinski maraton u Zmajevcu, Dani vina, turizma i cikloturizma, Dunav Art Festival, Vinatlon, Večeri vina i umjetnosti, WineOS, Festival sira i vina, Zlatna berba, Gatorfest, Wine&Walk i WineOs.

Enogastronomski turizam predstavlja putovanje u destinaciju bogatu gastronomskim resursima sa ciljem doživljaja ili zabave, koja uključuje posjete proizvođačima ili ponuđačima enogastronomskih proizvoda, posjet enogastronomskim festivalima, sajmovima, kušanja hrane ili vina. Eno i gastronomski turizam prepoznati su kao jedan od važnijih turističkih proizvoda Hrvatske. Gastronomija čini neizostavan dio svakog turističkog iskustva, te istraživanja pokazuju da za sve veći broj gostiju postaje i iznimno važan element doživljaja destinacije koju posjećuju. Time su percepcija cijele destinacije i cjelokupno turističko iskustvo izravno povezani s kvalitetom gastronomske ponude.

Vinski turizam bilježi veliku popularnost posljednjih godina i postaje iznimno zanimljiv turistički proizvod, posebno u kontekstu životnog stila određenog segmenta stanovništva. Obuhvaća cijeli spektar aktivnosti od obilaska vinskih cesta, šetanja vinogradima, organiziranih tura i boravka u vinogradima, izučavanja enologije, posjeta vinskim podrumima, muzejima vina kao i različita događanja i festivale vezane uz vino i vinogradarstvo. Njegovi bitni elementi odnose se na atraktivni krajobraz, kvalitetu vina, gostoljubivost i profesionalnost domaćina, načine prezentacije i predstavljanje vina kao i sve druge elemente destinacijske ponude koji su usklađeni s vinskim turizmom (smještaj, ugostiteljstvo i ostalo).

Unatoč pozitivnim primjerima i razvoju ovoga sektora, iza vinara je teška godina u kojoj je prodaja vina pala za gotovo 50%. Prošle godine je u prvih deset mjeseci u odnosu na isto razdoblje prethodne godine rastao vanjskotrgovinski deficit te uvoz po stopi od gotovo 30%. Osim toga, u

2021. je izgubljeno i 1.200 ha vinograda. U izvozu su sve više zastupljena vina više cjenovne kategorije. Uvoze se vina niže cjenovne kategorije, a izvoze vina više cjenovne kategorije. S obzirom da je Republika Hrvatska mala država koja se želi pozicionirati na vinskim kartama svijeta, da ima četiri vinske regije s odličnim položajnim i sortnim specifičnostima i da se želi brendirati kao turistička destinacija kroz enogastronomsku ponudu mora više ulagati u marketing vina. Osobito je potrebno povećati ulaganja u tehnologiju. Kontinentalna Hrvatska, posebno Slavonija i Baranja imaju slabo razvijen marketing vina koji bi posebno trebalo razvijati na brendiranju graševine kao autohtone sorte.

## 6. ZAKLJUČAK

U globalnom svijetu, zasićenom identičnim turističkim ponudama, otvara se prostor za originalne i neotkrivene destinacije i turističke doživljaje. Slavonija i Baranja su baš takvo područje, bogato jedinstvenim doživljajima i gastronomskim ponudama, koje je dosadašnji gospodarski razvoj temeljilo na poljoprivredi i industriji (koja više nije konkurentna). Mogućnost gospodarskog razvoja u smjeru povezivanja gastronomije i turizma prepoznaje se na lokalnoj turističkoj i znanstvenoj razini te se sve više razvija, posebno u vinskom turizmu.

Za daljnji razvoj i unaprjeđenje turističke ponude Slavonije i Baranje značajan je razvoj turizma doživljaja kroz organizaciju i provedbu manifestacija, usko povezanim s prezentacijama gastronomske, posebno vinske ponude. Stoga bi bilo potrebno već postojeće turističke proizvode definirati kroz turizam doživljaja gdje će manifestacije postati pokretači razvoja specifičnih proizvoda, koji, uzvratno, doprinose razvoju atraktivne i inovativne turističke ponude. Analizom dostupnih podataka, posjetama različitim manifestacijama i istraživanjem iskustava promotora vina, može se zaključiti da je Slavonija i Baranja bogato vinorodno područje koje je nužno predstaviti brendiranjem turističke i enogastronomske ponude s naglaskom na promociji različitih vrsta vina.

S obzirom da je Republika Hrvatska mala država koja se želi pozicionira na vinskim kartama svijeta, da ima četiri vinske regije s odličnim položajnim i sortnim specifičnostima, da se želi brendirati kao turistička destinacija kroz enogastronomsku ponudu mora više ulagati u marketing vina. Važna stavka za daljnji razvoj i unaprjeđenje turističke ponude destinacije je razvoj turizma doživljaja kroz organizaciju i provedbu manifestacija. S obzirom kako je porasla potražnja za inovativnim segmentima turističke ponude, tako se razvija sve veća potreba turista za oblik turizma koji u sebi nosi određeni doživljaj.

Sudjelovanje na brojnim manifestacijama koje destinacija nudi, a koje predstavljaju tradiciju, prirodnu i kulturnu baštinu, enogastronomiju i drugo, potencijal su za razvoj specifičnih turističkih doživljaja što može obogatiti turističko-manifestacijsku ponudu. Stoga bi bilo potrebno već postojeće turističke proizvode definirati kroz turizam doživljaja gdje će manifestacije postati pokretači razvoja specifičnih turističkih proizvoda. Time bi se aktivno doprinijelo razvoju atraktivne i inovativne turističke ponude gdje bi manifestacije bile prepoznate kao izuzetno važan segment turističkih proizvoda. S obzirom da je Republika Hrvatska mala država koja se želi

pozicionira na vinskim kartama svijeta, ima četiri vinske regije s odličnim položajnim i sortnim specifičnostima, koja se želi brendirati kao turistička destinacija kroz enogastronomsku ponudu mora više ulagati u marketing vina. Potrebno je više ulagati u tehnologiju, posebno brendirati graševinu kao autohtonu sortu.

Vinski turizam bilježi veliku popularnost posljednjih godina i postaje iznimno zanimljiv turistički proizvod, posebno u kontekstu životnog stila određenog segmenta stanovništva. Enogastronomska ponuda Osječko-baranjske, Požeško-slavonske i Vukovarsko-srijemske županije prepoznata je na međunarodnom turističkom tržištu te čini jedan od temeljnih elemenata manifestacijskih resursa.



## 7. LITERATURA

1. Bolfek, B., Jakičić, D., Lončarić, B. (2012.): Polazišta za brendiranje Slavonije kao turističke destinacije, *Ekonomski vjesnik* 25 (2), str.363-374
2. Bolfek, B., Jakičić, D., Lončarić, B. (2014): Utjecaj marketinga na razvoj turističkog brenda Slavonije i Baranje, *Ekonomski misao i praksa* 23 (1), str. 247-276
3. Drpić, K., Vukman, M. (2014.): Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj, *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, Vol. 5, 62-67.
4. Garmaz, Željko (2018.): Vinske priče, Slavonija i Hrvatsko Podunavlje, Osijek. str. 44.-48.,70.,84.96.,143.,182.-183.
5. Jelinčić, D.A. (2007.): Agroturizam u europskom kontekstu, *Studia ethnologica Croatica*, Vol. 19, 269-289.
6. Law J. (2006.): Od vinograda do vina, Zagreb. str.20.,77.,118.,146.,167.-170.
7. Ljubljanović S. (1997. /1998.): Hrvatski vinski vodič, Zagreb.
8. Samardžija, L., Sudarić, T.; Mikuš, O. (2021.): Vinarstvo kao nositelj razvoja ruralnog turizma Požeško-slavonske županije,56. hrvatski i 16. međunarodni simpozij agronoma, Rozman, V., Antunović, Z. (ur.), Vodice: Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek, 2021. str. 284-288.
9. Sudarić, T. (2017.): Istraživanje kupaca u ruralnom turizmu s aspekta ekonomije doživljaja, Kupovno ponašanje turista, Slivar, I., Alerić, D., Stanov, U. (ur.). Zagreb: Sveučilište Jurja Dobrile, Fakultet ekonomije i turizma, 2017. str. 129-137

### Internetski izvori:

1. Analitički dodatak studiji razvoja manifestacija srednjeg Dunava (2019.), Turistička zajednica Osječko-baranjske županije. <https://visitslavoniabaranja.com/wp-content/uploads/2022/06/izvjesce-o-radu-s-fin-izv-2019.pdf> (11.07.2022.)
2. Graševina – lokomotiva koja će vući sve hrvatske sorte. [www.hapih.hr](http://www.hapih.hr) (01.09.2022.)
3. Graševina Croatica. [www.grasevina.org](http://www.grasevina.org) (20.08.2022.)
4. Marketinški plan turizma Požeško-slavonske županije. [www.wisitslavonia.hr](http://www.wisitslavonia.hr) (21.08.2022.)
5. Novi hrvatski vinski brend. [www.privredni.hr](http://www.privredni.hr) (10.07.2022.)
6. Narodne novine, Zakon o vinu (NN 32/19). [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019\\_03\\_32\\_641.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_03_32_641.html) (10.07.2022.)

7. Narodne novine, Pravilnik o Nacionalnoj listi priznatih kultivara vinove loze u Republici Hrvatskoj (NN 159/04.). [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020\\_03\\_25\\_616.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2020_03_25_616.html) (10.07.2022.)
8. Najveća bačva na svijetu. [www.poslovni.hr](http://www.poslovni.hr) (09.08.2022.)
9. Povijest. [www.ilocki-podrumi.hr](http://www.ilocki-podrumi.hr) (21.08.2022.)
10. Strateški marketinški plan turizma. [www.visitslavonia.hr](http://www.visitslavonia.hr) (21.08.2022.)
11. Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. - 2025. [www.visitvukovar-srijem.hr](http://www.visitvukovar-srijem.hr) (21.08.2022.)
12. Studija razvoja manifestacija srednjeg Dunava (2018.), Turistička zajednica Osječko-baranjske županije. <https://visitslavoniabaranja.com/wp-content/uploads/2022/06/izvjesce-oradu-s-fin-izv-2019.pdf> (11.07.2022.)
13. Vinske sorte vinove loze. [www.agroklub.com](http://www.agroklub.com) (24.08.2022.)
14. Vinske ceste Zlatne doline. [www.nacional.hr](http://www.nacional.hr) (15.07.2022.)

## 8. SAŽETAK

Nakon dugogodišnje gospodarske stanke, Slavonija i Baranja prolazi kroz ubrzani razvoj turističkih kapaciteta i sadržaja, posebno enogastronomije. U tu svrhu, razvija ponudu različitih turističkih manifestacija čiji je nezaobilazan sadržaj segment vinskog turizma, koji se posebno razvio u doba Austro – ugarske monarhije kada se grade vinski podrumi na područjima Kutjeva, Iloka i Erduta. Od 200 različitih kultivara u Republici Hrvatskoj, 60 je autohtonih sorti, od kojih je glavna kontinentalna sorta graševina. Uzgaja se na više od 4, 500 ha i to najviše u Baranji, Iloku i Kutjevu, u područjima koja čine slavonsko – baranjska vinogorja: Kutjevo, Baranju, Srijem i Erdut. Osim graševine, u ovim se vinogradima uzgajaju sorte chardonnay, pinot bijeli, rizling rajski, silvanac zeleni, traminac crveni od bijelih, te frankovka crna, merlot crni, cabernet sauvignon od crnih. Velike vinarije s dugogodišnjom proizvodnjom na ovim područjima su Iločki podrumi, Erdutski vinogradi, Vina Belje i Kutjevo, ali i privatni vinari i vinarije Enjingi, Krauthaker, Zdjelarević, Adžić, Galić, Buhač, Kalazić, Josić, Antunović i mnogi drugi. Proizvodnja vina i njegov plasman na tržište moguć je razvojem vinskog turizma koji pruža mogućnost gospodarskog razvoja u smjeru povezivanja gastronomije i turizma doživljaja. Za daljnji razvoj i unaprjeđenje turističke ponude Slavonije i Baranje značajan je razvoj i organizacija manifestacija, usko povezanih s prezentacijama gastronomske, posebno vinske ponude. Razvoj vinskog turizma, razvoj kulture vina veliki je pokretač postojeće turističke ponude koja će oživjeti manifestacije i postati pokretači razvoja specifičnih proizvoda i atraktivne i inovativne turističke ponude.

## 9. SUMMARY

After a long-term economic hiatus, Slavonija and Baranja is going through an accelerated development of tourist capacities and contents, especially wine and gastronomy. For this purpose, it is developing an offer of various tourist events, the inevitable content of which is the segment of wine tourism, which developed especially during the Austro-Hungarian monarchy when wine cellars were built in the areas of Kutjevo, Ilok and Erdut. Of the 200 different cultivars in the Republic of Croatia, 60 are autochthonous varieties, of which the main continental variety is Graševina. It is grown on more than 4,500 ha, mostly in Baranja, Ilok and Kutjevo, in the areas that make up the Slavonian - Baranja vineyards: Kutjevo, Baranje, Srijem and Erdut. In addition to Graševina, these vineyards grow varieties of Chardonnay, Pinot Blanc, Riesling Paradise, Silvan Green, Traminac Red from White, and Frankovka Black, Merlot Black, Cabernet Sauvignon from Black. Large wineries with many years of production in these areas are Iločki podrumi, Erdutski vinogradi, Vina Belje and Kutjevo, but also private winemakers and wineries Enjingi, Krauthaker, Zdjelarević, Adžić, Galić, Buhač, Kalazić, Josić, Antunović and many others. Wine production and its placement on the market is possible through the development of wine tourism, which offers the possibility of economic development in the direction of connecting gastronomy and experience tourism. For the further development and improvement of the tourism offer of Slavonia and Baranja, the development of the organization of events, closely related to the presentation of gastronomic, especially wine offers, is significant. The development of wine tourism, the development of wine culture is a major driver of the existing tourist offer, which will revive events and become drivers of the development of specific products and attractive and innovative tourist offers.

## **10.POPIS TABLICA**

Tablica 1. Manifestacije u turističkim zajednicama

Tablica 2. Opis manifestacija

Tablica 3. Opis manifestacija

Tablica 4. Opis manifestacija

Tablica 5. Turizam vina

Tablica 6. SWOT analiza

## **11.POPIS SLIKA**

Slika 1. Vino sa ZOI Belje Rose

Slika 2. Vino sa ZOI Feravino Graševina

Slika 3. Četiri glavna vinogorja Slavonije

Slika 4. Grafički prikaz rezultata istraživanja TOMAS Hrvatska

## TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Sveučilišni diplomski studij Agroekonomika

Diplomski rad

### Vinski turizam u Slavoniji i Baranji

Iva Lovoković

#### **Sadržaj:**

Nakon dugogodišnje gospodarske stanke, Slavonija i Baranja prolazi kroz ubrzani razvoj turističkih kapaciteta i sadržaja, posebno enogastronomije. U tu svrhu, razvija ponudu različitih turističkih manifestacija čiji je nezaobilazan sadržaj segment vinskog turizma, koji se posebno razvio u doba Austro – ugarske monarhije kada se grade vinski podrumi na područjima Kutjeva, Iloka i Erduta. Od 200 različitih kultivara u Republici Hrvatskoj, 60 je autohtonih sorti, od kojih je glavna kontinentalna sorta graševina. Uzgaja se na više od 4, 500 ha i to najviše u Baranji, Iloku i Kutjevu, u područjima koja čine slavonsko – baranjska vinogorja: Kutjevo, Baranju, Srijem i Erdut. Osim graševine, u ovim se vinogradima uzgajaju sorte chardonnay, pinot bijeli, rizling rajski, silvanac zeleni, traminac crveni od bijelih, te frankovka crna, merlot crni, cabernet sauvignon od crnih. Velike vinarije s dugogodišnjom proizvodnjom na ovim područjima su Iločki podrumi, Erdutski vinogradi, Vina Belje i Kutjevo, ali i privatni vinari i vinarije Enjingi, Krauthaker, Zdjelarević, Adžić, Galić, Buhač, Kalazić, Josić, Antunović i mnogi drugi. Proizvodnja vina i njegov plasman na tržište moguć je razvojem vinskog turizma koji pruža mogućnost gospodarskog razvoja u smjeru povezivanja gastronomije i turizma doživljaja. Za daljnji razvoj i unaprjeđenje turističke ponude Slavonije i Baranje značajan je razvoj i organizacija manifestacija, usko povezanih s prezentacijama gastronomske, posebno vinske ponude. Razvoj vinskog turizma, razvoj kulture vina veliki je pokretač postojeće turističke ponude koja će oživjeti manifestacije i postati pokretači razvoja specifičnih proizvoda i razvijaju atraktivne i inovativne turističke ponude.

**Rad je izrađen pri:** Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

**Mentor:** prof.dr.sc. Tihana Sudarić

**Broj stranica:** 41

**Broj slika:** 4

**Broj tablica:** 6

**Jezik izvornika:** Hrvatski

**Ključne riječi:** vino, vinski turizam, enogastronomija, Slavonija i Baranja

**Datum obrane:**

**Stručno povjerenstvo za obranu:**

1. prof.dr.sc. Jadranka Deže, predsjednik
2. prof.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
3. doc.dr.sc. Jelena Kristić, član

**Rad je pohranjen u:** Knjižnica Fakulteta agrobiotehničkih znanosti Osijek, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Vladimira Preloga 1.

## BASIC DOCUMENT CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek  
University Graduate Studies, Agroecconomics

Graduate thesis

### Wine tourism in Slavonia and Baranja

Iva Lovoković

#### **Abstract:**

After a long-term economic hiatus, Slavonija and Baranja is going through an accelerated development of tourist capacities and contents, especially wine and gastronomy. For this purpose, it is developing an offer of various tourist events, the inevitable content of which is the segment of wine tourism, which developed especially during the Austro-Hungarian monarchy when wine cellars were built in the areas of Kutjevo, Ilok and Erdut. Of the 200 different cultivars in the Republic of Croatia, 60 are autochthonous varieties, of which the main continental variety is Graševina. It is grown on more than 4,500 ha, mostly in Baranja, Ilok and Kutjevo, in the areas that make up the Slavonian - Baranja vineyards: Kutjevo, Baranje, Srijem and Erdut. In addition to Graševina, these vineyards grow varieties of Chardonnay, Pinot Blanc, Riesling Paradise, Silvan Green, Traminac Red from White, and Frankovka Black, Merlot Black, Cabernet Sauvignon from Black. Large wineries with many years of production in these areas are Iločki podrumi, Erdutski vinogradi, Vina Belje and Kutjevo, but also private winemakers and wineries Enjingi, Krauthaker, Zdjelarević, Adžić, Galić, Buhač, Kalazić, Josić, Antunović and many others. Wine production and its placement on the market is possible through the development of wine tourism, which offers the possibility of economic development in the direction of connecting gastronomy and experience tourism. For the further development and improvement of the tourism offer of Slavonia and Baranja, the development of the organization of events, closely related to the presentation of gastronomic, especially wine offers, is significant. The development of wine tourism, the development of wine culture is a major driver of the existing tourist offer, which will revive events and become drivers of the development of specific products and develop attractive and innovative tourist offers.

**Thesis performed at:** Faculty of Agrobiotechnical Sciences in Osijek

**Mentor:** prof.dr.sc. Tihana Susarić

**Number of pages:** 41

**Number of figures:** 4

**Number of tables:** 6

**Original in:** Croatian

**Key words:** wine, wine tourism, enogastronomy, Slavonia and Baranja

**Thesis defended on date:**

**Reviewers:**

1. prof.dr.sc. Jadranka Deže, president
2. prof.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
3. PhD Jelena Kristić, Assistant professor, member

**Thesis deposited at:** Library, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, V. Preloga 1.