

Македонските винари се во освојување на британскиот пазар и во истражување за извоз на девет потенцијални странски пазари. Треба да се смени досегашната практика за извоз на наливно вино, кое оди по многу ниски цени, наместо тоа да се извезува флаширано, кое е повеќе ценето!

■ Пишува: Рената МАТЕСКА

Уште од дамнешни времиња, поточно уште во времето на Александар Македонски на овие наши македонски простори се одгледувала виновата лоза и се пиело црвено вино. Денес македонското вино е мошне ценето на странскиот пазар, заедно со француското, италијанското, шпанското... Но, Македонија сè уште извезува наливно вино по евтини цени, наместо тоа убаво да го флашира создавајќи добар бренд за кој странскиот увозник ќе треба повеќе да плати. Како и за многу други работи во државата, така и за виното, потребно е време за да ја научиме лекцијата и за повеќе да го цениме она што го имаме. Најново - македонското вино ќе го освојува британскиот пазар. Но, не само британскиот, туку во план е освојување на девет светски пазари, што е резултат на заедничката работа на неколку македонски производители на грозје и вино здружени преку Кластерот за вино, во рамките на МЦА, Проектот за конкурентност. Интересно е и размислувањето на винарите, кои сметаат дека тие не треба да очекуваат некој друг како, на пример, државата да им ги решава проблемите и да ги прави конкурентни за странскиот пазар, туку тие сами треба да се изборат за тоа.

ИЗВОЗ И МАРКЕТИНГ

Доколку се има зацртана цел и целата енергија се насочи во тој правец, тогаш успехот кога-тогаш ќе си дојде. "Кластерот за вино, по иницијатива на МЦА, УСАИД,

покрај неколкуте други одбрани кластери во Македонија, е формиран и веќе функционира неколку години. Форсирањето на оваа стратешка работа за Македонија, зголемувањето на производството, квалитетот и експортот за вино се мошне важни. Дефинирани се три основни активности како суштински во нашите потреби за напредување во оваа област. Формирани се три работни групи, кои ги дефинираат определбите на Кластерот. Во работната група за квалитет се мисли, пред сè, на квалитетот на виното, квалитетот на производството на грозје и постојаното напредување на квалитетот, споредување со светските стандарди и норми. Втората група е продажба и маркетинг, исклучително важна за Македонија, која има зацртано извоз на македонското вино во светот. Македонија е релативно голем производител на вино, годишно околу 120 милиони литри евидентирано производство, од тоа значителен број, околу 60-70 отсто оди за извоз, но структурата на извозот е многу неповолна бидејќи, главно, се извезува наливно вино, кое оди по многу ниски цени (веројатно како цена на флаширана вода), и многу малку од тоа е флаширано вино, каде што е вреднуван нашиот труд, каде што може и винарите да заработат за да опстанат, а нешто да добие и државата. Токму затоа втората работна група акцентот го става на продажбата, односно на маркетингот, како би можело да се создадат шанси за настап на странските пазари. Третата ра-



ЉУПЧО ТРАЈКОВСКИ, ДИРЕКТОР НА ВИНАРИЈА "ФОНКО"

ДА СОЗДАДЕ

ботна група е за развој на човечките ресурси, кои се исклучително важни. Не е доволно да знаете да направите

вино, туку тоа треба да биде направено по современи технологии, да биде квалитетно, да ги задоволи светските

"Луѓето треба да сфатат дека во Македонија се прави високо квалитетно вино. Значи, наша цел ќе биде да направиме еден македонски бренд на вино, кој ќе биде препознатлив и со кој ние како држава ќе можеме да се гордееме.

Всушност, наша цел е, со оглед дека виното е наш национален пијалак, преку квалитетот кој ќе го понудиме и Македонија да биде препознатлива секаде во светот. Точно е тоа дека до сега Македонија или е релативно слабо позната како производител на вино или, пак, дека тоа е вино со послаб квалитет затоа што во изминативе 50 години се извезувало само вино во наливна состојба. Македонија има квалитетни винари кои си ја знаат работата", констатира Кире Андов, сопственик на винарија "Пивка".



КИРЕ АНДОВ, СОПСТВЕНИК НА ВИНАРИЈА "ПИВКА"

вкусови, со доза на економичност, рентабилност и слично", вели Љупчо Трајковски, директор на винарија "Фонко", член на Кластерот за вино.

Во рамките на активностите на Кластерот, во периодот од 11 до 29 јули годинава претставници од винариите: "Пивка", "Бовин", "Езимит", "Чекорови", "Сковин", "Вина Арт", "Фонко" и "Ено-Мак" престојуваат на Катедрата за витикултура и енологија на "Дејвис универзитетот" во Калифорнија. Тие ќе имаат можност да ја следат специјализираната обука за контрола на побарувачка и производство, маркетинг и продажба и профитабилност и економија. Цел на обуката е да се обезбедат кадри кои преку претходна проценка ќе го зголемат капацитетот на винариите за натпревар на странските пазари, што ќе придонесе да се зголемуваат приходите од извоз на флаширано вино.



ДИВНА ЈОРДАНОВСКА, ДИРЕКТОР НА ВИНАРИЈА "ЧЕКОВОРИ"

"Малите винарии се хендикепирани со капацитет, но се во поповолна ситуација затоа што можат своите капацитети лесно да ги преадаптираат со цел да произведат највисок можен квалитет. Големите капацитети мораат да ги откупат количествата, затоа што имаме многу лозари, а мораат да балансираат затоа што и тие мора да произведат квалитет. Во моментот

ни е една осигурителна организација не осигурува во лозарството. Причините се повеќе, а една од нив е неисплатливоста на тој вид осигурување, но тоа би можело и да се надмине доколку винарите би се организирале добро. Државата ја мачат нејзини проблеми, ако нема некој таму што е доволно силен да тропна на маса, мислам дека тие нема да се занимаваат со нашите проблеми. Сметам дека многу губиме што очекуваме државата да ни ги решава проблемите", коментира Дивна Јордановска, директор на винарија "Чекорови".

точно, прецизно и многу брзо да ги дава резултатите, значи со нови методи прифатени во светот, и на крај тоа да биде евтино".

Зацртана е и сеопфатна промотивна и маркетинг кампања за позиционирање, промоција и градење на имиџ на македонските вина во Велика Британија, Лондон во периодот од 5 до 7 септември 2005 година. Статистиката вели дека Велика Британија е еден од најголемите конзументи на вино во светот, а веројатно во Европа таа е најголем конзумент по жител (околу 29 литри по жител годишно).

"Македонското вино во Велика Британија, ако ништо друго, нема негативен имиџ. И за таа цел закажавме тридневна промоција во еден убав хотел во центарот на Лондон и ќе настапат шест винарии, за кои сметаме дека произведуваат високо квалитетно вино. При тоа се ор-

МЕ ИМИЏ ПО КОЈ ЌЕ НÈ ПРЕПОЗНАВААТ

КВАЛИТЕТ И ПРОМОЦИЈА

За подобрување на квалитетот на виното, винарите сметаат дека тоа треба да се регулира со тоа што тука ќе доаѓаат докажани експерти и консултанти од странство.

"Треба од обработката, од кроењето на лозјето да дојде меѓу до врвно вино. Ако тука се затаи - вели Трајковски - тогаш не можеме да го добиеме тоа што го сакаме. Значи, се инсистира да се воспостави практика за склучување договори со производителите на грозје т.е. меѓу винарите и производителите на грозје, со цел да се постигне сигурност и на едната и на другата страна. Кај едните со снабдување со грозје, а кај другите со си-



ДЕНЕС ВИНОВА ЛОЗА СЕ ОДГЛЕДУВА НА ПОВРШИНА ОД 29.000-30.000 ХЕКТАРИ

гурна, обезбедена живеачка, значи обезбедена инвестиција но, исто така, да се обезбеди и што поквалитетно грозје. Помалите винарии помалку ќе откупуваат, па тие можеби сами ќе се снабдат со сопствено грозје, но поголемите или најголемите се нераскинливо поврзани со

лозарите и сметаме дека ова е особено важна работа. Треба да се воспостават и нови пазарни односи и имаме иницијатива за изградба на лабораторија за испитување на виното. Во Македонија постојат лаборатории, но нам ни е потребна софистицирана лабораторија која ќе може

ганизира настап со заеднички каталог. Ќе се обидеме и на шишето да ставиме заедничка етикета. Таму се поканети значајни новинари од познати светски списанија, кои пишуваат за вино, а ќе бидат присутни дистрибутери и големи трговци на вино. Ова е една од оние иницијативи кои навистина погодиле во значајна жила во македонската реалност, во случајов таа организација е на УСАИД, која ќе ѝ овозможи на една стратешка гранка од која живеат многу луѓе, но уште позначајно, и на нашата земја да може да очекува значаен девизен прилив од оваа област, кој сега изнесува можеби 30 милиони евра, а нема да биде нескромно ако се каже дека во блиска иднина тој може да биде пет и повеќе пати поголем", вели директорот на винаријата "Фонко".