



Sve je veći broj žena angažovanih u vinskim biznisu. Neretko susrećemo vlasnice vinarija, žene somelijere, mnogo ređe one koje sa naučnog ili praktičnog aspekta doprinose njihovoj egzistenciji. Upravo je broj onih „nevidljivih“ bez kojih život vinske industrije ne bi bio moguć, mnogo veći.

Ne želeći da umanje ulogu „jačeg pola“, oko ideje „otkrivanja“ žena u vinskom biznisu, ujedinile su se dr Tatjana Mrkić, somelije, mr Mirjana Maksimović, predsednica Udruženja „Žene i Vino“, Jasmina Stefanović, autorka emisije „Lady of Wine“ i Dragana Todorović, menadžer, koautor emisije „Lady of Wine“, osnivajući Udruženje „Nedelja ženskih vina“, potpisujući se ispod organizacije celog događaja. Aktuelna situacija samo je donekle pomerila njihove planove i od zakazanog majskog u Beogradu i novembarskog u Novom Sadu, u petak 18. septembra, u Event centru „Promenada“ (Beton hala, Beograd), u intervalu od 14:00 do 22:00 uspešno je održan Prvi salon ženskih vina, koji je otvorila Brankica Simanić, direktorica sekcije za preduzetništvo Privredne komore Srbije. Podršku organizatoricama pružila je kompanija Cvetković - Roškov nekretnine, od nedavno regionalni partner internacionalne kompanije Keller Williams, globalne No1 kompanije u svetu nekretnina.

Ideja vodilja Salona je bila predstavljanje žena od stvaranja novih sorti vinove loze, sadnog materijala, nege u vinogradu, preko proizvodnje, marketinga, plasmana, vinskog turizma, zaključno sa ženama kao finalnim potrošačima. Istraživanja ukazuju na sve veći broj marketing kampanja usmerenih ka ženama, dok neke vinarije, pri određivanju stila svojih vina, posebno vode računa o „ženskom“ ukusu, sve prisutnijem trendu i na srpskom tržištu.

- Imamo situaciju da se žene zbog prirode posla ili porodične stabilnosti ne pojavljuju na sajmovima, promocijama vina, i pošto ih ne vidimo i ne znamo da su tu i da igraju veoma važnu ulogu u procesu nastajanju tog vina. Ovoga puta smo njih želeli da izvučemo na svetlost dana, čak i one žene koje rade u vinogradu. Za sestre Draganu (Janjić), Maju i Mariju, Aleksić iz Vinarije „Aleksić“ Vranje, te Sonju i Natašu Vrkatić iz Vinarije „Verkat“ Čerević, uglavnom svi znaju, jer su vlasnice, ali bez Tamare Crnković Popov koja se bavi administracijom, i njene majke Helenu, zadužene za prijem gostiju, prodaju vina, održavanje prostora i sl. poslova, Vinarija „Kiš“ Sremski Karlovci, sigurno ne bi imala renome kakav ima danas. Lep primer je i Jelene Burmudžije iz Vinarije „Vinarium“ Banoštor, koja se bavi vinogradarskim poslovima. Prisutna je bila i dipl. ecc Vesne Maraš, izvršna direktorica Vinarije „Plantaže“ koja je, između ostalog dokazala da je Vranac stara sorta Crne Gore - rekla je mr Mirjana Maksimović, koja je i sama imala priliku da se predstavi originalnim projektom vinskog turizma „Carigradski vinski drum“. Publika je mogla da se upozna sa suvlasnicama brojnih vinarija iz Župe, a o kojima ništa nije znala.

Na Salonu je učestvovalo 45 izlagača od 50 planiranih, jer je nekoliko njih odustalo zbog aktuelne berbe. U hali, sa staklenim zidom otvorenim prema Savi i sa terasom sa pogledom na reku, uz prigodnu instrumentalnu muziku, sa cvetnim aranžmanima na stolovima izlagača „organizacija vinskih događaja podignuta je na jedan viši nivo, a time zadat zadatak svim ostalim organizatorima sličnih događaja“, kako je izjavila je Dragana Janjić.

Po rečima mr Mirjane Maksimović, sama promocija je bila zasnovana na direktnom marketingu, manje na medijskom, masovnom, sa idejom proširivanja kruga vinske publike. To nije ostalo nezapaženo kako od strane vinara, koji takođe tragaju za novim licima, ali ni medija, koji su u velikom broju ispratili ovaj događaj.

Poštovanje mera Vlade Republike Srbije u potpunosti je ispoštovano, tako što je publika, raspoređena u kategorije, imala različitu satnicu dolaska, ne prelazeći 100 ljudi u istom trenutku. Salon za posetioce bio je otvoren od 16 do 22 časa, ali samo za predstavnike medija od 14:00 do 16:00, zatim dva sata neke druge grupe, a potom i ostalu publiku.

Održavanje Salona ženskih vina u Novom Sadu je i dalje neizvesno, mada su organizatorke pokazale umeće i znanje, da u roku od 15 dana organizuju ovakav happening na ovako uspešan način.

