

Kod nas se naprotiv velika množina vlasnika i proizvođača bavi i pravljenjem i razprodajom vina, te zbog toga zapinje pravi enologični napredak u obrtničkom pogledu a postaje skoro nemoguće svaki uspješni i koristan napredak trgovine s vinom.

Ako se učine potrebni izuzetci, proizvođač ne može uvijek praviti velike množine prikladnih, mekih, ljubkih, savršenih vina, koja bi mogla iz konobe ravno ući u veliku trgovinu i otvoriti sebi put, jer nije moguće, da će on uvijek umjet spojiti sa glavnicom od tvari onu od pameti, a to je ovdje potrebno. Obično dosta je, da ovaj spravi vino dobro i trajno, dočim je zadaća pravog obrtnika i trgovca nabavljati vino na veliko, u svojim ga konobama skupiti i smjestiti, te pustiti ga da se tu usavrši, te prikladnim i pametnim križanjem udesiti ga zahtjevima potrošilaca.

Proizvođač može će, valja i sa vlastitom koristi, biti razdavalac svog proizvoda, kad bi potrošač u zemlji dostajao, da se razproda cijela ljetina, kad potrošači ne bi postavljali nikakvih zahtjeva, već bi bili našeg ukusa, te se zadovoljavali proizvodom pripravljenim, onako na Božiju, bez tolikog savršenstva u zanatu, dapače na starinski način pravljenja vina, kako je to slučaj n. pr. sa Tršćanskim tržištem, koje trati i prilično dobro plaća kao dobro vino, ono koje još zaudara turnjem, i koje je po tomu još vrlo mlado te pridržava neki stupanj opornosti. To je pitanje ukusa o komu se ne može razpravljati, i ko radi sa Tršćanskim tržištem uvijek će mu biti korisno praviti vino na starinsku bez tolikog usavršenja.

Drugi je pak posao, kad valja razdati previše produkcije, koji se ne može razprodati na našim potrošnim tržištima. U tom slučaju ili se valja ograničiti da donasmo na tržište prosta vina za križanje za koje se ne može vele zahtijevati, niti se šnjima može oživotvoriti izvoz doista obširan, ozbiljan i siguran; ili ako se hoće prodati vino za izravni potrošač, treba nastojati da udovoljimo različitim ukusima i zahtjevima novih potrošilaca, da tako dademo pravilan odušak vlastitim proizvodima. U ovom slučaju naše nastojanje valja da bude tim postojanije i razboritije, što glede finih vina za izravni potrošač ne dolazi uvijek kupac k nama, niti on nama čini ponude, već smo mi većinom prinuđeni tražiti kupce, i to osobito ondje, gdje se je razmahala utakmica drugih vinorodnih zemalja.

Pri ovakim prilikama kako je moguće, da proizvođač, osobito mali i srednji, sve i ako je u stanju da pravi dobro i savršeno vino, sebi osigura prodaju na dalekim tržištima? Može li on uvijek imati razuma, takta, trgovačkog oka i ne malu glavicu, što je sve potrebno; urediti svoju konobu da može praviti vina zdrava, trajna, harmonična i u velikoj množini jednolika, uzorna i da odgovaraju za-