

Posestvo Berce: prestižna vina in Velike malenkosti s 500 leti tradicije

Družinska kmetija iz srca Vipavske doline navdušuje z izjemno rastjo – prihodke so v štirih letih skoraj potrojili, dobiček šestkrat večji.



Posestvo Berce razvijajo vsi člani družine. Foto: Nejc Fon

Sredi vinorodne Vipavske doline, kjer burja oblikuje značaj pokrajine in njenih ljudi, se že več kot pet stoletij razvija zgodba, ki jo danes piše Posestvo Berce. Družina, ki vinograde obdeluje že od leta 1400, je svojo sodobno zgodbo postavila na temelje vinogradniške tradicije, znanja in čuta za trajnost.

Začela iz nič

Leto 1999 je bilo prelomno – takrat sta Stanka in **Matjaž Berce** v Dornberku ustanovila kmetijo, ki danes obsega 30 hektarjev vinogradov. Na njej razvijajo vrhunska vina ter izvirne domače izdelke.

»Začela sva iz nič. Nisva si postavila razvojne strategije, sva kar začela delati,« se v smehu spominja začetkov energična in pozitivna **Stanka Berce**, direktorica Posestva Berce. »Vedela sva, da želiva ustvariti več kot kmetijo, da bo osnova najinega dela kakovost in da bova ustvarila močno blagovno znamko, ki bo sinonim kakovosti in zaupanja. Prav zato sva se v letu 2002 odločila, da se poimenujemo Posestvo Berce,« pripoveduje sogovornica, živilska tehnologinja, enologinja, članica reda evropskih vinskih viteзов in uradna degustatorka vin.

Zemljo za nov objekt so že kupili

Iz sprejemnice z njihovimi izdelki se odpraviva na ogled kleti, proizvodnje likerjev, kisov, marmelad, pa skozi skladišča na prosto, kjer že pripravljajo lani kupljeno zemljišče za povečanje zmogljivosti tako kleti kot za proizvodnjo izdelkov pod blagovno znamko Velike malenkosti Berce.

Posestvo Berce predstavljamo v okviru natečaja Odlično živilsko podjetje 2024. Preberite še zgodbe pekarskega podjetja **Sastela**, **Kmetije Pustotnik**, **Zeliščarske kmetije Kalan** in **Amafooda**.

»Povpraševanja po izdelkih je veliko. Povečanje zmogljivosti je nujno. Koliko nas bo stala investicija, še ne vemo. Vsekakor jo bomo izpeljali v več fazah,« pojasnjuje Stanka Berce, ki je na posestvu alfa in omega razvoja, brez njene zelene luči ne gre v prodajo nobena steklenica vina ali izdelek. »V kleti dela že prevzema sin Miha, vendar se še uči in ga usmerjam. Delo v vinogradu pa je prevzel prvorojenec Marko in je pri svojem delu že povsem suveren,« je zadovoljna.



Foto: Nejc Fon

Moški del družine Berce v vinogradu, za katerega je skrb že prevzel prvorojenec Marko.

»Ni nama bilo lahko. Ko sva pred dvema desetletjema prišla na sejem, so se nama smejali. Zato, ker smo kmetijo poimenovali posestvo in ker smo se predstavljali z novim stilom vina, s poudarkom na unikatnih lokalnih sortah, ki temeljijo na svežini in lahkotnosti s polnim pookusom. Saj nama ni bilo vseeno, ko sva to poslušala, a vedela sva, kaj sodobni kupec potrebuje. Smer, ki sva si jo določila, se vedno znova izkazuje za pravo,« pripoveduje Stanka, medtem ko se nama pridruži Matjaž in ji s prikimavanjem pritrjuje.

Zasadili avtohtone sorte

Pri vzgoji trte sledita načelom ekološkega kmetovanja. Na 30 hektarjih rastejo tudi stare avtohtone sorte grozdja, kot so zelen, klarnica in pokaleca, ki so jih na novo zasadili. Skupaj skrbijo za 15 sort trt, med katerimi so tudi refošk, chardonnay, merlot in cabernet sauvignon.

»Zadnja leta je glavna ovira za pridelavo vina nestanovitno vreme. Letos smo 1. maja že imeli točo, minula leta so bila v znamenju pozebe, toče, suš ... Treba se bo prilagoditi. Na srečo imamo več različnih izdelčnih skupin, da lahko skozi leto nekako lovimo ravnovesje in prihodke vsako leto presežemo,« doda Matjaž Berce.



Foto: Nejc Fon

Stanka Berce je živilska tehnologinja, enologinja, članica reda evropskih vinskih viteзов in uradna degustatorka vin. Pod njeno taktirko nastajajo tudi izdelki blagovne znamke Velike malenkosti Berce.

Je pa res, da to pomeni vsako leto nove okuse marmelad oziroma sadnih namazov, nove pijače, kot je vingin, nova vina, kot je polsladki rose femme fatale. Na Posestvu Berce prisegajo na sonaravno pridelavo, njihova vina pa so bila večkrat nagrajena tudi na mednarodnih dogodkih.

Kako nastajajo novosti

Idej za nove izdelke pod blagovno znamko Velike malenkosti Berce, ki pomenijo med 15 in 20 odstotkov skupnih prihodkov, jim ne zmanjka. Novi okusi sadnih namazov so tudi posledica odličnega sodelovanja z večjim trgovcem, ki Bercetove spodbuja k novostim.

»So pa nekateri namazi nastali tudi zato, da smo ljudem pomagali porabiti presežke sadja. Tako je bilo z malinami,« opisuje Stanka Berce. Med zanimivimi marmeladnimi kombinacijami je marmelada iz pomaranče, korenčka in breskve, pa iz borovnice in aronije.



Foto: Jasmina Putnik

Spoštovanje do lokalno pridelane hrane in izjemna fleksibilnost sta privedla tudi do tega, da so pred časom začeli izdelovati kise. »Tast in tašca sta imela v sodu kis, za katerega sploh nista vedela, da je balzamični. Prosila sem ju, da ga flaširam. In tako se je zgodba začela. Kis se je začel prodajati sam od sebe in danes ga največ kupujejo Michelinove restavracije,« opisuje Stanka Berce.

Sadni namazi, kisi, likerji, žganja in olje iz grozdnih pečk so ročno izdelani izključno iz sestavin s posestva, kar daje izdelkom posebno vrednost. V letu 2024 so v tej liniji razvili dva nova okusa marmelade ter oblikovali poslovna darila, ki so namenjena posameznikom in podjetjem, ki cenijo to domačnost. Ker Bercetovi spremljajo sodobne prehranske smernice, se njihova ponudba postopoma širi tudi na veganske, brezglutenske in funkcionalne izdelke.

V okviru natečaja Odlično živilsko podjetje 2024 smo obiskali tudi prazarno **Escobar**, **DrobTinko**, **Mok'co** in **Tovarno olja Gea**.

Spletna trgovina se je v zadnjem letu izkazala kot pomembno prodajno orodje, kar potrjuje rast prodaje. Pred kratkim so prenovili spletno stran s poudarkom na blagovni znamki Vina Berce.

Čeprav gre za družinsko posest, je poslovni uspeh Posestva Berce, kjer so v delo poleg Stanke in Matjaža torej vpeta oba sinova, najmlajša hči pa še studira, vse prej kot skromen. V zadnjih štirih letih je podjetje imelo dinamično rast prihodkov. Leta 2021 so ustvarili nekaj manj kot 250 tisoč evrov čistih prihodkov, lani pa že 424.679 evrov prihodkov. Napoved za leto 2025 je še bolj ambiciozna, saj direktorica načrtuje 600 tisoč evrov skupnih prihodkov.

Ljudje želijo nova znanja in doživetja

Nekaj odstotkov prihodkov ustvarijo tudi z enološkim svetovanjem in organizacijo dogodkov. Ta segment želijo v prihodnje še okrepiti, saj je po mnenju prve dame podjetja potencial velik. »Ljudje si želijo doživetja. Ni uspešne prodaje v kleti brez degustacije, poleg tega ljudje želijo nova znanja.«

V letu 2025 zato načrtujejo razširitev tovrstnih dogodkov, vključitev tematskih tur po vinogradih ter še večji obseg sodelovanja z drugimi turističnimi organizacijami v Vipavski dolini. Z večjo vlogo v turistični ponudbi regije želijo utrditi svoj položaj vedno večje vinske destinacije.

Načrtujejo prodajo v tujini

S prodajo, ki trenutno temelji skoraj izključno na slovenskem trgu, želijo postopoma ustvariti prepoznavnost tudi zunaj meja. Nagovorili bodo predvsem sosednje države, torej Avstrijo, Italijo in Hrvaško, spogledujejo se z Nemčijo in Francijo. Njihova konkurenčna prednost pri tem ostaja jasno izražena: tradicija, kakovost in sonaravna proizvodnja.

Posestvo Berce se zavestno usmerja v ekološko pridelavo, zmanjševanje ogljičnega odtisa in uporabo novih trajnostnih tehnologij. V prihodnje načrtujejo dodatno širitev ekoloških in, izboljšave tehnoloških proizvodov in več vlaganj v raziskave ter optimizacijo pridelave.

Največje letošnje investicije bodo namenjene vstopu na nove trge, nadgradnji proizvodnih zmogljivosti ter krepitvi spletne prodaje in širše prepoznavnosti.

Ključ do uspeha se skriva v strateški razporeditvi izdelkov in preišljeni poslovni rasti. Približno 70 do 80 odstotkov prihodkov ustvarijo z linijo Vina Berce – gre za prefinjene bele, rdeče, oranžne, rosé in peneče sorte, med katerimi sta v ospredju avtohtoni zelèn in klarnica.

Vse to ne bi bilo mogoče brez sposobnosti obvladovanja poslovnih tveganj. Redno zavarujejo pridelke pred vremenskimi ujmami, kar pa je, roko na srce, zaradi razmer v slovenskih zavarovalnicah vse prej kot enostavno. Ravno med našim obiskom sta Stanka in Matjaž razpravljala o tem.

Bercetovi med drugim tudi skrbno gradijo odnose z distributerji prek dolgoročnih pogodb in diverzificirajo prodajne poti. Svoje izdelke prodajajo na posestvu, v trgovinah in tudi v trgovinah kmetijskih združenj, vse skupaj s spletno trgovino pa jim zagotavlja odpornost poslovnega modela.