

dr Zygmunt Kruczek

Instytut Turystyki i Rekreacji AWF Kraków

Al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków

zygmunt.kruczek@awf.krakow.pl

www.proksenia.pl

ENOTURYSTYKA W POLSCE I NA ŚWIECIE

*wyborne wino budzi entuzjazm,
a cokolwiek robisz z entuzjazmem
kończy się najczęściej sukcesem
(baron Phillippe de Rothschild)*

Słowa kluczowe: enoturystyka, profil enoturysta, regiony enoturystyczne, imprezy, szlaki winne

Streszczenie: W artykule przedstawiono turystykę winiarską (enoturystyka) jako formę turystyki kulturowej. Przytoczono istniejące definicje i dokonano charakterystyki uczestników wyjazdów enoturystycznych (motywacje wyjazdów, charakterystyka profilu enoturystów, ich preferencji i zachowań). Na tym tle przedstawiono fenomen rozwoju tej formy turystyki na świecie i wskazano najważniejsze regiony turystyki winiarskiej. Oceniono szanse rozwoju turystyki winiarskiej w Polsce, poddano ocenie istniejący potencjał winnic, opisano istniejące szlaki enoturystyczne, wskazano dalsze możliwości rozwoju tej formy.

1. Enoturystyka jako forma turystyki kulturowej (definicje, profil odbiorców)

Wśród różnych form turystyki kulturowej wydzielonych przez UN WTO znalazła się turystyka kulinarna i winiarska. Została zaliczona przez K. Buczkowską do form turystyki dziedzictwa kulturowego i kultury współczesnej wydzielonych w oparciu o drugorzędne elementy tworzące turystykę kulturową (Buczkowska 2008). Natomiast A.M. von Rohrscheidt opisuje ją łącznie z turystyką kulinarną, podając przykłady z terenu Polski i Europy (Rohrscheidt 2008). Wydaje się jednak, że niezwykła popularność turystyki winiarskiej pozwala na wyodrębnienie jej jako osobnej formy turystyki kulturowej. Turystyka winiarska, czyli enoturystyka (z greckiego *oinos* - wino) nawiązuje do tak ważnego elementu życia człowieka jakim jest przygotowanie i delektowanie się napojem szczególnym jaki jest wino. Ta forma turystyki staje się obecnie modną i jest najszybciej rozwijającą się gałęzią światowego przemysłu turystycznego. Branża turystyczna traktuje enoturystykę jako niszowy rynek turystyczny, ale z drugiej strony wielu producentów wina na całym świecie upatruje szans rozwoju swoich interesów właśnie poprzez enoturystykę. Coraz większe zainteresowanie turystyką winiarską obserwujemy również w Polsce, chociaż warunki rozwoju winiarstwa są u nas trudne.

Turystyką winiarską określa się najczęściej wyjazdy do regionów winiarskich, w trakcie których turysta odwiedza przynajmniej jedno miejsce związane z produkcją wina (winnica, przetwórnia, gospodarstwo winiarskie), bądź uczestniczy w imprezie o profilu winiarskim np. degustacje, różnego rodzaju prezentacje win, święta winiarskie, itp. [Bogumił, www.farmer.pl/biznes/agroturystyka/enoturystyka_szlakiem_winnic]. Należy dodać, że koniecznym warunkiem turystyki winiarskiej jest otwartość uczestników na zdobywanie wiedzy związanej z winem, jego produkcją i szeroko pojętą kulturą winiarską. Eliminuje się w ten sposób z grona enoturystów wszystkich mniej lub bardziej przypadkowych odwiedzających, dla których pobyt w gospodarstwie winiarskim, czy udział w degustacji nie wiąże się z rozwojem winiarskiej wiedzy i zainteresowań [Bosak www.vinisfera.pl/wina].

Winiarze i organizatorzy imprez winiarskich traktują termin enoturystyka sensu stricto akcentując kulturowe i edukacyjne walory takich wyjazdów. Nie widzą również większych korzyści w przyjmowaniu takich turystów, którzy wizytę w piwnicy, czy na festiwalu wina traktują wyłącznie jako dobrą okazję do konsumpcji darmowych próbek lub zakupu tanich trunków, a nie są zainteresowani winem i winiarstwem w szerszym kontekście.

Typowy „enoturysta” mniej lub bardziej interesuje się winem i posiada na ten temat już na ten temat spory zasób wiedzy zaczerpniętej z książek, różnych kursów, Internetu, czy wcześniejszych podróży, a także

częściej lub rzadziej pije i kupuje wino. Spośród wszystkich europejskich krajów największy odsetek uczestników turystyki winiarskiej stanowią Niemcy, Austriacy, Brytyjczycy, Skandynawowie i mieszkańcy Beneluksu.

Motywacje wyjazdów enoturystycznych to głównie:

[Bogumił, www.farmer.pl/biznes/agroturystyka/enoturystyka_szlakiem_winnic].

- degustacja i chęć poznania nowych win oraz ich zakup;
- możliwość poznania wina w relacji z tradycyjną, lokalną kuchnią;
- wyjątkowa, niepowtarzalna atmosfera miejsc i regionów, w których powstaje wino;
- chęć zdobycia informacji o konkretnym winie lub jego producencie;
- okazja do wypoczynku, „ucieczka za miasto” oraz do wspólnego spędzenia czasu z rodziną, partnerem lub przyjaciółmi;
- możliwość poszerzenia wiedzy o winie i winiarstwie.

Kluczem do zrozumienia fenomenu turystyki winiarskiej są jej odbiorcy. Badania prowadzone w kilku krajach wyróżniły następujące wspólne cechy charakteryzujące enoturystów[Bosak www.vinisfera.pl/wina].:

- wiek ponad 25 lat, najczęściej w przedziale od 35 do 45 lat (średnia ta obniża się z roku na rok, gdyż coraz więcej młodych ludzi zaczyna interesować się turystyką winiarską);
- są to najczęściej pary lub mężczyźni, procent podróżujących samotnie kobiet jest wyraźnie niższy (proporcje te powoli się wyrównują, gdyż wśród młodszych enoturystów jest więcej kobiet);
- praca na stanowisku wymagającym wysokich kwalifikacji (menadżerowie, wysokiej klasy specjaliści, przedstawiciele wolnych zawodów);
- wyższe wykształcenie;
- dochody wyższe od przeciętnych.

Enoturystów wyróżniają też pewne wspólne upodobania związane z podróżowaniem:

- częściej wybierają kilka krótszych wyjazdów w ciągu roku, niż jedno dłuższe wakacje;
- preferują krótkie pobyty, albo w czasie wyjazdu odwiedzają kilka miejsc, rzadko zatrzymują się na dłużej w jednym miejscu;
- korzystają najchętniej z noclegów w hotelach, pensjonatach i pokojach typu „bed & breakfast” o dobrym standardzie;
- interesują się lokalną kuchnią, a także kulturą odwiedzanego regionu (zabytkami, sztuką, etc.);
- przed wyjazdem starają się czegoś dowiedzieć o celu swojej podróży, korzystając z różnych źródeł informacji (internet, książki i przewodniki, opinie znajomych);
- przy planowaniu podróży oraz rezerwacji biletów, noclegów i wizyt najczęściej korzystają z internetu.

Znaczna większość podróży enoturystycznych, to krótkie wyjazdy weekendowe do stosunkowo nieodległych celów. Wprawdzie enoturysty nie stronią od wizyt w odległych regionach winiarskich - nawet na innych kontynentach - lecz podróży takich nie podejmuje się zbyt często. Natomiast wielu enoturystów co roku bierze udział w kilku, albo nawet kilkunastu krótkich wyjazdach do regionów winiarskich, do których mogą dotrzeć w ciągu co najwyżej kilku godzin. Geograficzny zasięg takich weekendowych peregrynacji ostatnio znacznie się rozszerzył dzięki tanim połączeniom lotniczym, niemniej enoturysty wciąż najliczniej odwiedzają regiony położone blisko dużych metropolii.

Turystyka winiarska wykazuje mniejszą sezonowość, niż klasyczne formy turystyki wypoczynkowej. Enoturysty często podróżują do regionów winiarskich wiosną i jesienią, a nawet zimą, łącząc np. pobyt narciarski w Alpach z wizytą w okolicznych gospodarstwach winiarskich.

Współczesny enoturysta interesuje się nie tylko samym winem, interesuje się całym kontekstem jego powstawania. Coraz więcej producentów wina oferuje również swoim klientom rozmaite programy edukacyjne, od krótkiej wycieczki z przewodnikiem, aż po specjalistyczne kursy o tematyce winiarskiej. Program zwiedzania takiego gospodarstwa obejmuje spacer po winnicy i wizytę w piwnicy produkcyjnej, z omówieniem zagadnień związanych z uprawą winorośli i powstawaniem wina. Standardowo odbywa się również degustacja. Enoturysta podczas pobytu oczekuje, że impreza będzie prowadzona osobiście przez winiarza, zajmującego się w danym miejscu produkcją wina.

Podczas pobytu w gospodarstwie winiarskim enoturysta chce przede wszystkim poznać produkowane tam wina. Dlatego podstawową atrakcją enoturystyczną, oferowaną praktycznie we wszystkich dużych i małych gospodarstwach winiarskich otwartych dla odwiedzających są specjalnie organizowane, komentowane degustacje. Dzisiaj większość takich gospodarstw posiada już odpowiednio przygotowane salki degustacyjne,

mieszczące od kilku do kilkudziesięciu osób. Degustacja może być oferowana jako samodzielna, odpłatna impreza, lub jako część szerszej oferty np. w ramach dłuższego pobytu w gospodarstwie winiarskim.

Dobra degustacja wymaga starannego przygotowania. Trzeba zadbać o wygodne miejsce, zapewnić odpowiednie kieliszki, wodę i pieczywo, zadbać o właściwą temperaturę podawanych próbek, przygotować materiały z opisem degustowanych win, etc. Ważne jest także osoba prowadząca - najlepiej jeśli jest to ktoś osobiście zaangażowany w uprawę winorośli i wyrób wina, kto jest w stanie odpowiedzieć na różne pytania dociekliwych degustatorów. Enoturysta odwiedzający gospodarstwo winiarskie oczekuje bowiem czegoś więcej, niż degustacja z wyuczonym na pamięć i wyrecytowanym komentarzem.

Komentowana degustacja oferowana jako samodzielna, odpłatna impreza spotka się z zainteresowaniem odbiorców, jeśli zaprezentuje co najmniej 4-5 różnorodnych win, np. 2 wina białe, 2 czerwone i 1 słodkie. Natomiast optymalny zestaw, który zadowoli nawet wymagających enoturystów, to 7-8 próbek degustacyjnych (większa ilość win może wpłynąć na złe samopoczucie mniej doświadczonych enoturystów). Wiele małych gospodarstw nie jest jednak w stanie uzyskać takiego asortymentu win produkowanych w handlowych ilościach. Najlepszym rozwiązaniem jest wyrób niewielkich partii kilku różnych win, które są przeznaczone wyłącznie do degustacji i nie będą sprzedawane w innej formie. Już 50 litrów takiego „unikatowego” wina wystarczy na uzyskanie ok. 800-900 standardowych próbek degustacyjnych.

Jak pokazują statystyki z różnych regionów, od 68 do 75% turystów odwiedzających gospodarstwa winiarskie kupuje na miejscu co najmniej jedną butelkę produkowanego tam wina. A jeśli pobyt w gospodarstwie pozostawi miłe wrażenie, jest spora szansa że odwiedzający kupią tam wino również w przyszłości, bezpośrednio na miejscu lub korzystając ze sprzedaży wysyłkowej. Według badań ankietowych postępuje tak ponad 15% odwiedzających gospodarstwa winiarskie.

Sprzedając wino bezpośrednio konsumentowi producent zachowuje w kieszeni wydatki związane z dystrybucją oraz marżę dla pośredników hurtowych i detalicznych. W przypadku win średniej klasy koszty te mogą stanowić łącznie nawet 40% ceny wina na półce sklepowej. Wino kupowane w ilościach detalicznych bezpośrednio u producenta kosztuje zwykle tyle samo co w sklepie (często wymagają tego umowy z dystrybutorami), a ewentualne upusty są symboliczne, najwyżej do kilku procent. W sumie, sprzedając wino bezpośrednio konsumentowi producent może na każdej butelce zarobić „na czysto” nawet dwukrotnie więcej, niż w przypadku sprzedaży poprzez hurtownie i sklepy.

2. Fenomen enoturystyki na świecie

Winorośl (*vitis vinifera*) była uprawiana przez człowieka od najdawniejszych czasów. Wytwarzanie wina bierze swój początek w krajach kaukaskich – Gruzji i Armenii, około 7000 lat p.n.e. [Fischer 2008]. Szlakami handlowymi wino docierało do najważniejszych centrów handlowych w basenie Morza Śródziemnego. Rozprzestrzenianie się uprawy tego krzewu i wyrobu wina było związane z ekspansją kultury greckiej. Grecy sprowadzili winorośl i wino m.in. do Syrii, Egiptu i na Sycylię. Na terenie Italii uprawę winnych krzewów zapoczątkowali najprawdopodobniej Etruskowie ok. roku 1000 p.n.e. Wraz z rozwojem terytorialnym Rzymu winogrodnictwo i winiarstwo rozprzestrzeniły się w Hiszpanii, Galii i w północnej Afryce, a nieco później również nad Mozela i Renem [www.muzeumwina.pl].

We wczesnym średniowieczu kulturę winorośli podtrzymywali głównie mnisi. Wraz z ekspansją chrześcijaństwa na północ rozprzestrzeniła się także uprawa winnych krzewów i produkcja wina. Zasadą średniowiecznych zakonów jest również wyselekcjonowanie szczepów winnej latorośli dostosowanych do gorszych warunków klimatycznych. W XVI w., kiedy to uprawa winnej latorośli była najbardziej upowszechniona w Europie łączna powierzchnia upraw była czterokrotnie większa od obecnej. Również spożycie wina wielokrotnie przekraczało dzisiejsze.

W następnym okresie za sprawą ochłodzenia klimatu i licznych wojen nastąpiło znaczne skurczenie się obszaru upraw winorośli w Europie. Wraz z odkryciem nowych lądów i ich kolonizacją winorośl europejska była przewożona na inne kontynenty, dając początek winnicom w Chile, Stanach Zjednoczonych Ameryki, Południowej Afryce i Australii. Obecnie w Europie winnice zajmują obszar 5 mln ha, a na świecie około 8 mln ha. Winogrona uzyskiwane z tych plantacji są przerabiane w zdecydowanej większości na wino [www.muzeumwina.pl].

Podstawą rozwoju enoturystyki są winnice i odpowiednia infrastruktura do przyjmowania gości. Tworzą one rdzeń enoturystycznego produktu turystycznego. Winorośle uprawiane są przeważnie między 30. a 50. stopniem szerokości geograficznej, zarówno północnej jak i południowej półkuli Ziemi. Winogrona rosną jednak także poza tym obszarem i niewielkie ilości wina są produkowane w bardzo nieoczekiwanych miejscach. Największymi producentami wina na świecie są Francja, Hiszpania, Włochy, Stany Zjednoczone i Argentyna.

Enoturystyka rozwinęła się w związku z fascynacją regionalną kuchnią i modą na wyszukane jedzenie. Eleganckie restauracje przeżywają rozkwit, a na stołach króluje wino. Moda na kulturę winiarską najbardziej rozpowszechniona jest w krajach o bogatej tradycji związanej z winem, zwłaszcza we Francji, Hiszpanii i Włoszech. W kręgu europejskich krajów śródziemnomorskich narodziła się enoturystyka. Wg A.M. Rohrscheidta główne regiony turystyki winnej w Europie znajdują się we Francji (Burgundia, Szampania, okolice Bordeaux, Alzacja, Cognac), w Niemczech (region Mozeli i Środkowego Renu, region Menu, Frankonia, Schwarzwald oraz dwie enklawy na wschodzie nad Łabą i Soławą), we Włoszech (Toskania, Chianti, Sycylia, Południowy Tyrol), dolina Dunaju w Austrii i Morawy w Republice Czeskiej [Rohrscheidt 2008]. Znane są szlaki winiarskie prowadzący w dolinie Renu czy Mozeli¹.

We Francji winnice zajmują na 914 000 ha podzielonych na 300 odmiennych obszarów uprawnych. W żadnym innym kraju na świecie wino nie jest tak mocno zakorzenione w kulturze. Winnice w Burgundii i Bordeaux ustanowiły standardy dla świata win. Oprócz wymienionych wyżej regionów wymienić należy jeszcze Szampanię, Langwedocję – Rousillon, Alzację, dolinę Loary oraz region Rhone-Rodan.

Włochy to kraj najbardziej zróżnicowany pod względem odmienności szczepów gron. Plantacje winorośli zajmują w tym kraju 90 000 ha. Znajdują się one zarówno na północy kraju w chłodnych stosunkowo regionach Piemontu oraz Południowego Tyrolu i Trentino jak i na wyspach Sardynia i Sycylia. Czołowe regiony winiarskie we Włoszech to Toskania, Lombardia, Friuli i Veneto.

Ten wykaz europejskich regionów enoturystycznych należy uzupełnić o bardzo popularne w Polsce ze względu na bliskość i tradycje historyczne tereny winiarskie na Węgrzech (rejon Tokaju, Egeru, północne obrzeże Balatonu). Liczne oferty turystyki winiarskiej proponuje (okolice Bratysławy, Nitry, Trnavy i Pezinoka). Wakacyjny wypoczynek naszych rodaków w basenie Morza Czarnego urozmaicają fakultatywne wycieczki do winnic połączone z degustacjami lokalnych win. W Rumunii najbardziej znany jest z takich ofert Murfatlar oraz Cotnari, w Bułgarii winnice rozłożone wzdłuż wybrzeża Morza Czarnego oraz Melnik w dolnie Strumy.

Europa Południowo-Wschodnia jest kolebką winiarstwa. Czerpiąc z tej tradycji wytwarza się tutaj jedne z najwspanialszych i najbardziej fascynujących win na świecie. Wg antycznej receptury produkuje się w Grecji wino znane dzisiaj jako retsina o żywicznym smaku. Grecja jest największym producentem wina w tym regionie, winnice rozrzucone są tutaj na zarówno na kontynencie jak i na wyspach. Specyficzne odmiany gron uprawiane są na Cyprze a najbardziej znanym produktem jest Commandaria. Regiony winne znajdują się również w środkowej i zachodniej części Bałkanów - Macedonii, Serbii, a także nad Adriatykiem (Chorwacja, Słowenia, Czarnogóra). Winnice Izraela i Turcji są rozdrobnione a w Libanie występuje tylko jeden region winiarski – Dolina Bekaa.

Z krajów Europy Wschodniej wyróżnić należy winnice Mołdawii. Wina i ich degustacje są główną atrakcją turystyczną tego kraju. Znane są oferty turystyki winiarskiej na Krymie a także słynie z dobrych win zakaukaska Gruzja.

Na dużą skalę rozwinięta jest oferta enoturystyczna na półwyspie pirenejskim. Z produkcji wina znana jest cała południowa Hiszpania (zwłaszcza Katalonia i Andaluzja). Hiszpania z obszarami o powierzchni 1 180 000 ha ma największy areał uprawy winorośli na świecie. Pod względem produkcji wina plasuje się jednak na 3 miejscu za Włochami i Francją (okresowe susze źle w tym kraju wpływają na zbiory). Najbardziej znanym regionem winiarskim Hiszpanii jest prowincja Rioja położona na brzegach rzeki Ebro. Inne znane regionie to Priorat w rejonie Tarragony, Penedes na południe od Barcelony oraz Ribera del Duero nad rzeką Duero.

Z Hiszpania w zakresie produkcji wina zamierza konkurować Portugalia. Już od XVIII w. hitem eksportowym tego kraju było porto. Obecnie na obszarze 260 tys. Ha uprawia się 500 różnych odmian winorośli. Najbardziej znane regiony winiarskie to położony na północy region Vinho Verde, region Douro w okolicach miasta Porto i region Alentejo. Portugalscy właściciele chętnie przyjmuje turystów. Bardzo modne jest także otwieranie własnych restauracji z lokalną kuchnią i szeroką gamą win, oczywiście własnej produkcji. Oprócz tego w zakładach winiarskich, które znajdują się na terenie historycznych posiadłości, przechodzących z pokolenia na pokolenie, a dodatkowo usytuowanych w malowniczych miejscach z dala od cywilizacji, proponuje się turystom dodatkowe atrakcje. Są to noclegi i pobyty w zabytkowych pałacach, obok których z reguły znajdują się stajnie, dodatkowo więc istnieje możliwość jazdy konnej.

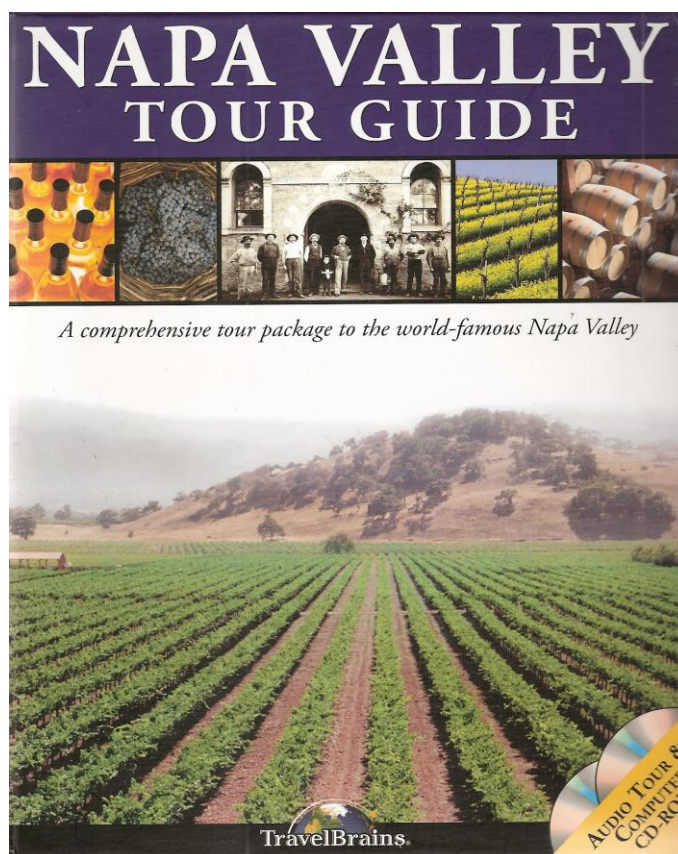
W Niemczech, Austrii czy północnych Włoszech już nawet w niewielkich, kilkuhektarowych gospodarstwach często widzi się mały butik z winem, zazwyczaj połączony z miejscem do degustacji. W Wielkiej

¹ Szlak tematyczny Wina Mozelskiego (Moselweinstrasse) liczy 250 km i jest ofertą Mossellandtouristik GmbH „Moselweinstrasse”. Prowadzi z Neumagen-Dhorn do Koblencki, prezentuje krajobrazy winnic, dzieje i kulturę Rzymian. Miejscowości na szlaku obfitują w restauracje z wyszynkiem własnego wina, od maja do października organizowane są imprezy związane z winobraniami. Oferta szlaku znajduje się w katalogu Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. , a jej rozbudowana wersja zamieszczona została na stronie internetowej www.mosellandtouristik.de [Rohrscheidt 2008]

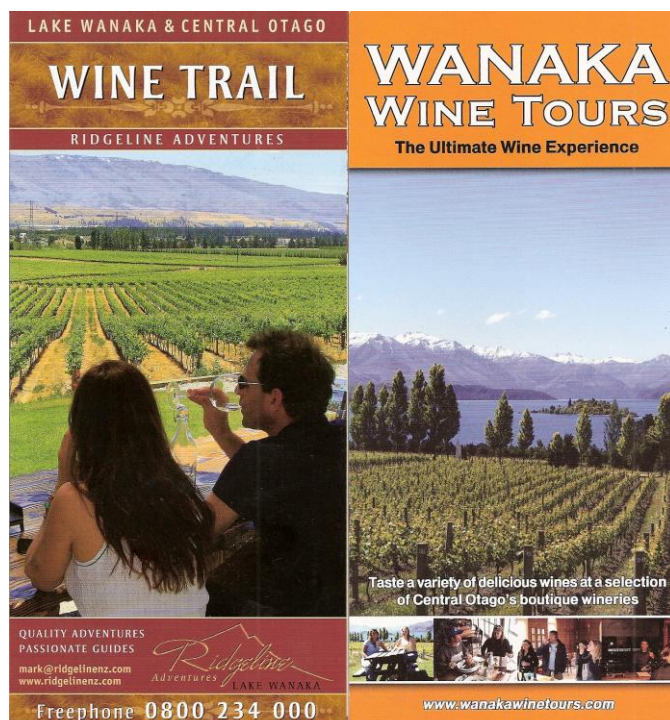
Brytanii zaledwie paru największych producentów sprzedaje swoje wino poprzez dystrybutorów, natomiast prawie setka komercyjnych, „pełnoetatowych” gospodarstw winiarskich utrzymuje się wyłącznie dzięki sprzedaży bezpośredniej. Również w takich krajach, jak Belgia, Holandia i Dania niemal całość lokalnej produkcji wina jest sprzedawana bezpośrednio w miejscu wyrobu.

Enoturystyka szybko rozwinęła się ona poza starym kontynentem - w USA (Kalifornia), RPA czy Australii i Nowej Zelandii. W regionach licznie odwiedzanych przez enoturystów bezpośrednia sprzedaż wina stanowi często ważne źródło dochodu dla małych gospodarstw winiarskich. W Nowej Zelandii prawie jedna czwarta krajowej produkcji wina jest sprzedawana bezpośrednio turystom w gospodarstwach winiarskich. Stosunkowo niewielcy producenci ze stanu Nowy Jork (trzeci stan winiarski USA po Kalifornii i stanie Waszyngton) ponad 50% swojej produkcji sprzedają bezpośrednio na miejscu, a dalszych kilka procent w sprzedaży wysyłkowej, niemal wyłącznie klientom którzy wcześniej odwiedzili ich gospodarstwa.

Najlepszym przykładem rozwoju turystyki winiarskiej jest Kalifornia. Wytwarza się tutaj 80% wina produkowanego w całych Stanach Zjednoczonych. Wyróżnia się tutaj 10 podstawowych obszarów winiarskich, a najbardziej znane to hrabstwo Sonoma, Wybrzeże Środkowe w rejonie Monterey i dolina Napa na północ od San Francisco. W sierpniu 2008 roku odwiedziłem dolinę Napa. Jest ona najczęściej oferowana przez organizatorów turystyki jako produkt turystyczny. W dolinie znajduje się prawie tysiąc winnic, z tego kilkadziesiąt oferujących kompleksowe programy winiarskie. Powstała organizacja przewodników i interpretatorów dziedzictwa winiarskiego, każda winiarnia posiada własną ekspozycje muzealną dokumentującą tradycje winiarskie. Najbardziej znane są winnice i produkty rodziny Mondavi oraz winiarnie Gallo, Simi i Fetzer. Degustacja i pokazy odbywają się w obiektach przypominających misję jezuicką, ze specjalnymi pomieszczeniami, piwnicami, ekspozycją muzealną i sklepem. Prowadzona jest profesjonalna promocja turystyki winiarskiej, przygotowano znakomite przewodniki z załączonymi materiałami multimedialnymi² (ryc.1).



² Przewodnik „Napa Valley Tour Guide”. Wydany został przez organizatora turystyki winiarskiej Travel Brains Inc. St. Helena, 2004. Zawiera on mapy, oferty 2 płyty CD audio oraz płytę CD prezentującą potencjał enoturystyczny doliny Napa.



Produkty turystyki winiarskiej podnoszą atrakcyjność znanych regionów turystycznych na antypodach. Niedawno obserwowałem trasy winne w Nowej Zelandii w rejonie Quennstown i Otago (ryc. 2) oraz w najbardziej znanym z produkcji białych win szczepów sauvignon blanc i chardonnay regionie Marlborough (ulubione wina królowej brytyjskiej z intensywnym smakiem agrestu). Winnice Nowej Zelandii SA najdalej wysuniętymi terenami uprawy na półkuli południowej. Z czerwonych win najbardziej znane są gatunki produkowane ze szczepów pinot noir, cabernet sauvignon, merlot i pinotage.

Na światowego potentata winiarskiego wyrosła Australia. Wyróżnia się tutaj trzydzieści trzy regiony winiarskie, ciągnące się szerokim pasem w południowej części kraju od Nowej Południowej Walii (rejon Sydney, Canberra), aż do Australii Zachodniej. Liczba zarejestrowanych winnic wynosi siedem tysięcy, a wytwórni win jest sześćset. Zajmują one 150 tysięcy hektarów. Kraj ten produkuje 3 mln hektolitrow wina. Australia przez długi czas specjalizowała się w winach deserowych (porto, sherry), zgodnie z tradycją przeniesioną z Hiszpanii. Z białych szczepów w górskich sektorach bardzo rozpowszechniony jest Muscat Aleksandryjski (Gordo Blanco) i Resling, a wśród odmian czerwonych jedną trzecią upraw stanowi Shiraz. Najbardziej popularnym turystycznie regionem Australii jest słynna z winobrania Barrosa Valley. Ten stosunkowo ciepły region słynie ze swych zdecydowanych win Shiraz i Cabernet Sauvignon, jak również Sémillon.

Wypada wymienić również jako ważną destynację enoturystyczną Republikę Południowej Afryki. Wina z tego kraju pojawiły się również w Polsce. Winnice zajmują 120 tysięcy ha i wciąż się powiększają. Trasy winiarskie są często atrakcją regionów turystycznych Prowincji Przylądkowej (np. Stellenbosch w obszarze zwanym Cape Winelands i Paarl). Dominują tu uprawy czerwonych odmian gron takich jak cabernet sauvignon, merlot, sziraz i pionatge. Popularne są też międzynarodowe białe odmiana gron typu chardonnay i sauvignon blanc.

Nie sposób pominąć w tej charakterystyce krajów Ameryki Południowej, zaliczanych do grupy producentów win „Nowego Świata”. Wyróżniają się pod względem zarówno produkcji wina jak i proponowanych produktów winiarskich Argentyna (np. prowincje Mendoza, La Rioja) oraz Chile (zwłaszcza dolina Elqui).

3. Rozwój enoturystyki w Polsce, obiekty, potencjał, oferty

Pierwsze udokumentowane historyczne informacje o zielonogórskich winnicach pochodzą z 1314 roku. Sprzyjający klimat, a także położenie miasta na nasłonecznionych wzgórzach były głównymi czynnikami pozwalającymi na ciągłe powiększanie się obszarów objętych uprawą. Stąd też Zielona Góra jest najdalej na północ położonym w Europie punktem, gdzie istniały winnice. W Polsce z roku na rok enoturystyka staje się

coraz bardziej popularna. Z szacunkowych danych wynika, że w 2007 r. szlakami winnic podróżowało blisko 2 tysiące Polaków.

W ostatnich latach w naszym kraju obserwujemy odrodzenie winiarstwa, powstaje coraz więcej winnic. Znajdują się one we wszystkich województwach, najwięcej jest ich w małopolskim (27%) i podkarpackim (23%) oraz lubuskim. Tworzy to warunki dla rozwoju w tych regionach enoturystyki. Podróżowanie szlakiem winnic staje się coraz bardziej popularne w Polsce.

W gospodarstwach agroturystycznych wino może stać się doskonałym rozszerzeniem oferty. Większość winnic w Polsce (jest ich ok. 200) jest otwarta na turystów, którzy są zapraszani na degustacje. Często oferty agroturystyczne wzbogaca zwiedzanie winnicy oraz degustacje wielu rodzajów win. W regionach, gdzie znajduje się większa liczba winnic enoturystyka może być dla małego gospodarstwa winiarskiego kierunkiem rozwoju, tym bardziej, że statystyki z różnych regionów na świecie podają że ponad 75 proc. turystów odwiedzających winnice kupuje na miejscu przynajmniej jedną butelkę wina tam wyprodukowanego.

Enoturystyka to znakomity sposób na rozwój turystyki w regionach mających odpowiednie warunki do produkcji wina. Niewielkie gospodarstwa winiarskie stają się trwałym elementem krajobrazu. W ślad za obserwowanym trendem rozwoju szlaków tematycznych również wśród polskich winiarzy zauważa się coraz większe zainteresowanie tworzeniem szlaków winnych, czego przykładem mogą być np. „Lubuski Szlak Wina i Miodu”, „Podkarpackie Winnice” czy „Małopolska Ścieżka Winna”. Wspomniane szlaki winne łączą winnice, a także inne obiekty oraz instytucje związane z winiarstwem lub historią danego regionu. Szlaki są przykładem tworzenia zintegrowanego regionalnie, sieciowego produktu turystycznego, którego główną korzyścią jest degustacja wina. Szlaki winiarskie są też doskonałą formą promocji regionów. Popularyzacja ich jest prowadzona zarówno przez winiarzy jak i samorządy lokalne oraz turystyczne. Szczególną aktywność w tym zakresie wykazują Regionalne Organizacje Turystyczne.



4. Szanse rozwoju enoturystyki w Polsce

Od kilku lat moda na „prawdziwą” turystykę winiarską dotarła również do Polski. Na podstawie dostępnych, mocno wyrywkowych danych można bardzo ogólnie szacować, że w zeszłym roku tą formę wypoczynku wybrało u nas 1-2 tys. osób, z czego około 200-300 osób wzięło udział w różnego rodzaju zorganizowanych wyjazdach enoturystycznych. Prawdopodobnie kilkakrotnie więcej naszych rodaków mogło przypadkowo trafić do gospodarstw winiarskich i na różnego rodzaju winiarskie imprezy podczas podróży wakacyjnych lub pobytów wypoczynkowych. Jest to zainteresowanie ciągle jeszcze bardzo małe, w porównaniu np. z Niemcami, czy krajami skandynawskimi, ale podobnie jak w przypadku konsumpcji wina obserwuje się tu wyraźne tendencje wzrostowe.

Większość wyjazdów enoturystycznych kieruje się poza granice naszego kraju. Szlaki wędrówek naszych enoturystów najczęściej biegną na południe. Celem weekendowych wyjazdów winiarskich są przede wszystkim Węgry, a w następnej kolejności południowe Morawy, Słowacja i Austria. Dłuższe wyprawy enoturystyczne kierują się głównie do krajów śródziemnomorskich, przy czym najpopularniejszym celem są Włochy. Niewielkie grupy polskich enoturystów dotarły także do Kalifornii, Chile, Urugwaju, Argentyny i Nowej Zelandii.

Oferty podróży winiarskich znajdują się na stronie internetowej Klubu Domu Wina, który wspólnie z Wine Service Sp. z o. o. organizuje tego typu wyjazdy turystyczne [www.win-service.pl]. Oprócz wycieczek (w ofercie na 2009 r. znajduje się wyjazdy do Toskanii, długi weekend w Katalonii czy winiarska wyprawa do Ameryki Południowej), Klub regularnie organizuje również degustacje, kursy winiarskie oraz spotkania skierowane zarówno dla znawców wina, jak i dla tych, którzy dopiero rozpoczynają swoją przygodę na winiarskiej ścieżce. Agencja Turystyki Aktywnej ATA z Gdańska organizuje wyjazdy enoturystyczne „W słońcu Toskanii – szlakiem winnic”.

Szybko rozwija się rynek wyjazdów winiarskich w formie incentive. Degustacje wina i program winiarski jest dodatkiem do innych atrakcji przygotowanych dla uczestników wyjazdów korporacyjnych. Organizatorzy wymyślają zgodnie z konwencją incentive różne aktywności np. udział w zbieraniu i wyłaczaniu winogron, butelkowaniu, czy nawet czynne uczestniczenie w produkcji własnej butelki wina. Dla bardziej wymagających łączone są takie aktywności jak zwiedzanie winnic na rowerach czy łączenie wyjazdu z golfem, a nawet nartami. Najczęściej wybierane kraje dla tego typu imprez to Włochy, Francja, Hiszpania i Węgry.

Specjalnie dla enoturystów powstało ubezpieczenie Elvia Degustator. Polisa Degustator obejmuje nie tylko koszty leczenia i assistance, bagaż podróży i przewożone w nim butelki wina, lecz także odwołanie i wcześniejszy powrót z imprezy turystycznej, odwołanie pobytu w hotelu oraz assistance samochodowe.

Doskonałym przykładem produktu turystycznego, a zarazem dowodem na to, że winnice mogą stać się swoistym produktem turystycznym, jest „Lubuski Szlak Wina i Miodu”, promujący produkty regionalne z województwa lubuskiego. Obejmuje on producentów wyrobów winiarskich, a także firmy zajmujące się uprawą i przetwórstwem winorośli, handlujące winami, producentów miodu oraz przedsiębiorców zapewniających bazę noclegowo-gastronomiczną. Uczestnikami są także przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego, stowarzyszeń branżowych, a także firmy doradcze, zlokalizowane w regionie.

Zadaniem grupy tworzącej klaster jest integracja producentów oraz władz lokalnych w celu promowania oryginalnych produktów winiarskich i pszczelarskich oraz kultywowania tradycji regionu. Dodatkowo baza hotelowo-gastronomiczna, z kuchnią regionalną ma za zadanie przybliżyć turystom zalety regionu.

Na Podkarpaciu powstaje projekt „Na winiarskich ścieżkach Podkarpacia”, który ma szansę stać się ciekawym regionalnym produktem turystycznym [www.podkarpackiszlakwinnic.pl]. Projekt jest w zamyśle kontynuacją realizowanego w latach 2004–2006 projektu „Podkarpackie Winnice”, którego efektem było powstanie na Podkarpaciu szeregu winnic i uzyskanie z nich pierwszych win gronowych. Kolejnym etapem powinna być komercjalizacja tych osiągnięć, aby właściciele winnic, którzy już produkują wino mogli czerpać z tego pierwsze zyski.

Dzięki projektowi „Podkarpackie Winnice” powstały w woj. podkarpackim winnice o powierzchni powyżej 10 arów. Niektóre z tych winnic uzyskały już pierwsze wino, inne wydadzą pierwszy plon w ciągu najbliższych dwóch lat. Zdecydowana większość podkarpackich winnic założona została z myślą o przyszłej sprzedaży wina oraz dodatkowych dochodach uzyskiwanych z tzw. turystyki winiarskiej. Istotnym bodźcem dla nowych, podkarpackich winiarzy mogą stać się przygotowane zmiany prawne, ułatwiające wyrób win gronowych w małych gospodarstwach.

Dotychczasowe doświadczenia w wyrobie win gronowych na Podkarpaciu są bardzo obiecujące i pokazują, że region ten ma duży potencjał do produkcji wina wysokiej klasy. Potwierdziła to bardzo udana prezentacja podkarpackich winiarzy na I Ogólnopolskim „Konwencie Polskich Winiarzy” w Warszawie w czerwcu 2006 roku. Impreza pokazała, że Podkarpacie to niewątpliwie przodujący i najbardziej interesujący „region winiarski” w Polsce, zarówno pod względem liczby gospodarstw winiarskich, jak i jakości produkowanych win.

Turystyka winiarska i jej rozwój, jak już wcześniej wspomniano, bezpośrednio związana jest z gospodarstwami agroturystycznymi. Województwa podkarpackie i małopolskie posiadają najwięcej gospodarstw agroturystycznych w Polsce. W gospodarstwach agroturystycznych, oprócz tradycyjnej oferty związanej z noclegiem, doradztwem turystyczno-krajoznawczym, korzystaniem z lokalnych produktów żywnościowych, czy możliwością pracy w gospodarstwie, turysta mógłby zdobywać wiedzę z zakresu turystyki winiarskiej, bądź też uczestniczyć w imprezach tematycznych z tego zakresu. Spośród wszystkich podkarpackich winnic zdecydowanie wyróżnia się pod względem dogodnych warunków dla uprawiania enoturystyki, winnica

„Golesz” w Jaśle, założona przez Romana Myśliwca oraz winnica „Jasiel” w Jareniówce pod Jasłem – Elwiry i Wiktora Szpak [Dul].



Małopolska chce przyciągnąć turystów już nie tylko szlakiem architektury drewnianej, ale tworzy nowy szlak, którego motywem przewodnim jest wino. Wzorując się na Małokarpackiej Drodze Winnej, położonej w okolicach Bratysławy powstał ciąg 21 winnic połączonych szlakiem turystycznym „Małopolska Ścieżka Winna”. To pomysł Polskiego Instytutu Winorośli i Wina, Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego SA i stowarzyszenia Małopolskie Forum Winne. Projekt realizowano dwa lata kosztem 140 tys. zł. Powstał szlak, którym turysta może się poruszać od winnicy do winnicy, degustować wina podążając z mapą winiarską w rękę i korzystać z bazy agroturystycznej oferowanej przez winiarzy. Odrębną częścią projektu jest opracowanie historyczne, ponieważ winnice na terenie Małopolski istniały już w średniowieczu.



Bibliografia

- Buczowska K.**, Turystyka kulturowa. AWF Poznań 2008
- Dul M.**, Winnice jako specyficzny produkt turystyczny Polski. Praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. J. Krupy, WSIZ Rzeszów 2008,
- Fischer Ch., Wina. Leksykon Daumonta.** Inwestycje Sp. O.o., Ożarów 2008
- Kruczek Z.**, Polska. Geografia atrakcji turystycznych. Proksenia, Kraków, 2005.
- Kultura i turystyka – razem czy osobno.** Praca zbiorowa pod red. A. Stasiaka, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2007.
- Mazurski K. R.**, Miejsce i rola agroturystyki we współczesnej turystyce, „Folia Turistica”, AWF Kraków, 15, 2005.
- Myśliwiec R.**, Winorośl i wino, Państwowe Wydawnictwo Leśne i Rolnicze, Warszawa 2006.
- Napa Valley Tour Guide.** Travel Brains Inc. St. Helena, 2004.
- Podemski K.**, Socjologia podróży. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2004
- Rohrscheidt A.M.**, Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy. GWSH Milenium, Gniezno 2008.
- The Impact of Culture on Tourism.** UN WTO Madrid 2009
- Tomczyk M.**, Tworzymy wyjątkowe wina. Stowarzyszenie Winiarzy Podkarpacia, Rzeszów 2007.
- Wina świata.** Wiedza i Życie. Warszawa 2007.
- Winy incentive.** Wyjazdy z motywem. MICE Poland sierpień 2008 nr 8/39

Strony internetowe:

Artykuły na stronach internetowych:

- Bogumił E., Enoturystyka – szlak winnic. www.farmer.pl/biznes/agroturystyka/enoturystyka_szlakiem_winnic,
- Bosak W., *Wino i turystyka*, [z:] <http://www.winiarze.zgora.pl/>
- Bosak W., Enoturystyka, <http://www.vinisphere.pl/wina>,
- Bosak W., *Na winiarskich ścieżkach Podkarpacia*, <http://www.winiarzepodkarpacia.pl/>

Ważniejsze strony internetowe

- <http://www.winnica.golesz.pl/>
- <http://muzeumwina.pl>
- <http://www.podkarpackiszlakwinnic.pl/>
- <http://winiarze.zgora.pl>
- <http://www.swiat-alkoholi.pl/>
- <http://www.bavin.pl>
- <http://www.janlubera.pl/>
- <https://pwrsa.biatel.pl/>