

Wino i turystyka

Wojciech Bosak

Polski Instytut Winorośli i Wina

email: wojciech.bosak@instytutwina.pl

Bardzo modnym ostatnio zjawiskiem stała się tak zwana turystyka winiarska, czyli enoturystyka (z greckiego *oinos* – wino). Jak pokazują statystyki, turystyka winiarska jest obecnie najszybciej rozwijającą się gałęzią światowego przemysłu turystycznego, trudno więc się dziwić, że wielu producentów wina na całym świecie widzi tu dla siebie dużą szansę rozwoju. Dotychczasowe doświadczenia pokazują, że na enoturystycznym boomie najczęściej mogą skorzystać małe gospodarstwa winiarskie, a w wielu regionach pytanie o rozwój turystyki winiarskiej brzmi wręcz jak „być albo nie być” dla drobnych producentów wina.

Czy także polskie winiarstwo jest skazane na mariaż z turystyką? Raczej na pewno tak. Dlatego tym wszystkim, którzy zamierzają w przyszłości zarabiać u nas na uprawie winnicy i produkcji wina już dzisiaj można poradzić, aby czym prędzej sięgnęli po podręcznik dla menadżerów turystyki.

I. WPROWADZENIE DO ENOTURYSTYKI

Co to jest turystyka winiarska?

Turystykę winiarską definiuje się najczęściej jako wyjazdy do regionów winiarskich, podczas których turysta odwiedza przynajmniej jedno miejsce związane z produkcją wina (winnica, przetwórnia, gospodarstwo winiarskie) lub uczestniczy w imprezie o profilu winiarskim (degustacje, różnego rodzaju prezentacje win, święta winiarskie, itp.) Inni badacze tego zjawiska uważają, że koniecznym warunkiem właściwej enoturystyki jest otwartość uczestników na zdobywanie wiedzy związanej z winem, jego wyrobem i szeroko pojętą kulturą winiarską. Wykluczają więc z grona prawdziwych 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. Pogląd ten podzielają także sami winiarze i organizatorzy imprez winiarskich, którzy wiążą duże nadzieje z rozwojem specjalistycznej, edukacyjnej enoturystyki w węższym tego słowa znaczeniu. Nie widzą natomiast większych korzyści w przyjmowaniu turystów, którzy wizytę w piwnicy lub na festiwalu wina traktują wyłącznie jako okazję do konsumpcji darmowych próbek lub zakupu tanich trunków, a nie są zainteresowani winem jako takim.

Kim są enoturysty?

Kluczem do zrozumienia fenomenu turystyki winiarskiej są jej odbiorcy. Badania prowadzone w kilku krajach wyróżniły następujące wspólne cechy charakteryzujące enoturystów:

- 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;

Poza tym typowi enoturysty mniej lub bardziej interesują się winem i mają już na ten temat pewną wiedzę (np. z książek, kursów czy wcześniejszych podróży), a także mniej lub bardziej regularnie piją i kupują wino. Spośród wszystkich krajów europejskich największy procent uczestników turystyki winiarskiej występuje wśród Niemców, Austriaków, Brytyjczyków, Skandynawów i mieszkańców Beneluksu.

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.

Najczęściej deklarowane motywacje skłaniające do podjęcia wyjazdów enoturystycznych, to (w kolejności frekwencji odpowiedzi):

- degustacje i chęć poznania nowych win;
- zakup wina;
- poznanie różnorodnych tradycji kulinarnych i winiarskich (poznawanie wina w relacji z lokalną kuchnią);
- unikalna atmosfera miejsc i regionów, gdzie powstaje wino;

- zainteresowanie konkretnymi winami lub producentami i chęć zdobycia informacji na ich temat;
- okazja do wypoczynku, „ucieczka za miasto”;
- okazja do wspólnego spędzenia czasu z partnerem, przyjaciółmi lub rodziną;
- okazja do poszerzenia ogólnej wiedzy na temat wina.

Specyfika wyjazdów enoturystycznych

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 podejmuje kilka, albo nawet kilkanaście krótkich wyjazdów 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.

Turystyka winiarska w Polsce

Parę lat temu 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.

Szlaki wędrówek naszych enoturystów najczęściej biegają 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. Organizacją wyjazdów enoturystycznych zajmują się w Polsce trzy firmy, przy czym żadna z nich nie traktuje tego jako najważniejszego profilu swojej działalności. W tym roku kilka grup enoturystów odwiedziło gospodarstwa winiarskie w Jaśle i w podwrocławskiej Miękini.

Typowi polscy enoturysty w zasadzie nie odbiegają od przedstawionego wyżej światowego i europejskiego wzorca, prezentują podobny profil socjologiczny oraz podobne zachowania i motywacje. Większość z nich mieszka w Warszawie, pozostali w innych dużych miastach.

II. ENOTURYSTA W GOSPODARSTWIE WINIARSKIM

Degustacje

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 mogłaby nadmiernie „zmęczyć” mniej doświadczonych degustatorów). 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.

Zwiedzanie gospodarstwa winiarskiego i inne programy edukacyjne

Współczesny enoturysta interesuje się nie tylko samym winem, ale również całym kontekstem w którym ono powstaje. Gospodarstwo winiarskie z winnicą i piwnicą produkcyjną stwarza unikalną sposobność poszerzenia wiedzy o winie w miejscu jego wyrobu, z osobistym udziałem winiarza – twórcy wina w roli przewodnika lub wykładowcy. Dlatego coraz więcej producentów wina oferuje dzisiaj odwiedzającym rozmaite programy edukacyjne o różnym stopniu merytorycznego skomplikowania: od krótkiej wycieczki z przewodnikiem po specjalistyczne kursy o tematyce winiarskiej.

Już od paru lat programy zorganizowanego zwiedzania gospodarstw winiarskich stały się popularne w takich krajach, jak USA, Kanada, Australia, Nowa Zelandia, Południowa Afryka czy Anglia. Natomiast w „starych” krajach winiarskich Europy oferta taka jest ciągle jeszcze stosunkowo rzadka, choć pojawiają się już pierwsze jaskółki. Pomijamy tu wycieczki tematyczne organizowane od wielu lat przez duże firmy winiarskie z Szampanii, Jerez, czy Porto, gdyż jest to oferta skierowana bardziej do masowego odbiorcy, niż do wytrawnych enoturystów.

Typowy program zwiedzania gospodarstwa winiarskiego obejmuje spacer po winnicy i wizytę w piwnicy produkcyjnej z mniej czy bardziej dokładnym omówieniem zagadnień związanych z uprawą winorośli i produkcją wina. Impreza taka standardowo obejmuje również degustację, przy czym nie zawsze jest to pełny program degustacyjny (jak w ofercie komentowanej degustacji), a często tylko prezentacja 2–3 wybranych win. Podobnie jak w przypadku degustacji, enoturysta który decyduje się na zwiedzanie gospodarstwa winiarskiego oczekuje, że impreza taka będzie prowadzona osobiście przez winiarza zajmującego się produkcją wina.

Aby stworzyć stałą ofertę zwiedzania nie zawsze wystarczą same przedsięwzięcia organizacyjne, często potrzebne są też pewne usprawnienia natury technicznej. Dotyczy to zwłaszcza piwnicy i innych pomieszczeń do produkcji i przechowywania wina, które w małych gospodarstwach nierzadko są zbyt ciasne, aby przyjąć zwiedzających. Powinny one być tak przystosowane, aby można było wygodnie pomieścić tam kilka, czy kilkanaście osób i zaprezentować im poszczególne fazami produkcji i aby zwiedzający nie poczynili przy tym żadnych szkód w urządzeniach produkcyjnych i zapasach wina. Trzeba też zadbać np. o wygodne dojście do winnicy.

Gospodarstwa winiarskie które dysponują odpowiednimi pomieszczeniami wykładowymi organizują też bardziej specjalistyczne kursy i szkolenia o szeroko pojętej tematyce winiarskiej (np. degustacja i ocena wina, łączenie win z potrawami, etc.) Znów liderami są tu winiarze z krajów anglosaskich, choć zainteresowanie tego typu imprezami powoli rośnie także w Europie, szczególnie w Austrii i Niemczech. Do prowadzenia takich spotkań nierzadko są zapraszani znani dziennikarze zajmujący się tematyką winiarską i kulinarną lub szefowie kuchni i sommelierzy z renomowanych restauracji. W Anglii i USA dużą popularnością cieszą się weekendowe kursy amatorskiej uprawy winorośli i domowego wyrobu wina.

Sprzedaż bezpośrednia

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 marże 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.

W regionach liczniej 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.

Także europejscy winiarze sprzedają coraz więcej wina bezpośrednim odbiorcom, szczególnie w rejonach weekendowych wyjazdów mieszkańców dużych miast. 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 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.

Agroturystyczna oferta pobytowa

Jeżeli gospodarstwo winiarskie jest odwiedzane przez enoturystów, można na tej bazie rozwinąć także typowe usługi agroturystyczne, jak noclegi i wyżywienie. Duży procent gospodarstw winiarskich w różnych krajach oferuje usługi typu „bed & breakfast” (pokój ze śniadaniem). Także blisko naszych granic, na Węgrzech czy na Słowacji znalezienie noclegu u winiarza nie jest już większym problemem.

Spora liczba gospodarstw winiarskich oferuje dzisiaj dość rozbudowane usługi turystyczne, adresowane do zamożniejszych i bardziej wymagających odbiorców. Przy winnicach i piwnicach nierzadko wyrastają eleganckie pensjonaty o hotelowym standardzie i restauracje polecane w międzynarodowych przewodnikach dla smakoszy. Taka luksusowa winiarska „agroturystyka” dość prężnie rozwija się dzisiaj w wielu regionach winiarskich (szczególnie w pobliżu dużych metropolii) w zachodniej Europie, USA i Australii, choć podobne przykłady znajdziemy już np. w Tokaju.

Bardzo wysoki standard oferty turystyki winiarskiej nie powinien dziwić w zestawieniu z zarysowanym na wstępie profilem potencjalnego odbiorcy tego typu atrakcji. Należy to mieć na uwadze planując jakąkolwiek infrastrukturę turystyczną, a zwłaszcza noclegową w gospodarstwach winiarskich. Nie zawsze jest wymagany standard luksusowego hotelu, ale czysty, wygodny pokój z własną łazienką i możliwość wypicia porannej kawy, to raczej minimum oczekiwań współczesnego enoturysty.