



Enoturystyka w gospodarstwie winiarskim. Enoturystyka jako ważna część enobiznesu. Marketing gospodarstwa winiarskiego, strategie cenowe.

Katarzyna Korzeń
12.10.2019



UNIwersytet
PRZYRODniczy
WE WROCLAWIU



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.
Materiał współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Materiał opracowany przez Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu



UNIWERSYTET
PRZYRODNICZY
WE WROCŁAWIU

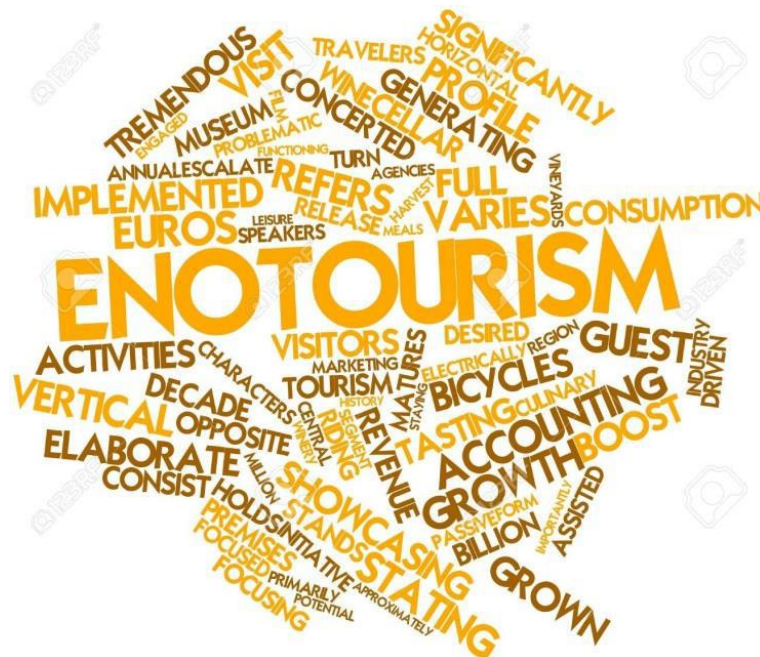


„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.
Materiał współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu
Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Materiał opracowany przez Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu

Enoturystyka

turystyka winiarska

(od greckiego *oinos* tj. wino)



Podróże z winem w tle; odwiedzanie winnic, regionów winiarskich, szlaków winiarskich, spotkania z winiarzami, uczestnictwo w degustacjach, festiwalach winiarskich i wszelkich innych wydarzeniach związanych z winem. Teoretycznie powinny zawierać elementy poznawcze i edukacyjne.

Enoturystyka to jedna z najprężniej rozwijających się gałęzi światowego przemysłu turystycznego.

Po co winiarzowi enoturystyka?



Znaczenie enoturystyki



Znaczenie enoturystyki

ekonomiczne



Znaczenie enoturystyki

ekonomiczne

marketingowe

Znaczenie enoturystyki

ekonomiczne

marketingowe

...propagowanie dobrej kultury winiarskiej (w Polsce)

?	Atuty
Braki	?

Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie



Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie
- **pierwsze, edukacyjne ścieżki winne (Weinlehrpfad - Weinstrasse) w Niemczech, w latach 20tych XX wieku (50 lat później – kilkaset osób rocznie**

Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie
- pierwsze, edukacyjne ścieżki winiarskie (Weinlehrpfad - Weinstrasse) w Niemczech, w latach 20tych XX wieku (50 lat później – kilkaset osób rocznie)
- **Francja 1950 w la Reine Pedauque, Beaune**

Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie
- pierwsze, edukacyjne ścieżki winiarskie (Weinlehrpfad - Weinstrasse) w Niemczech, w latach 20tych XX wieku (50 lat później – kilkaset osób rocznie)
- Francja 1950 w la Reine Pedauque, Beaune
- **lata 70te Australia**

Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie
- pierwsze, edukacyjne ścieżki winiarskie (Weinlehrpfad - Weinstrasse) w Niemczech, w latach 20tych XX wieku (50 lat później – kilkaset osób rocznie)
- Francja 1950 w la Reine Pedauque, Beaune
- lata 70te Australia
- **Stany Zjednoczone, Kanada, Wielka Brytania Holandia**

Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie
- pierwsze, edukacyjne ścieżki winiarskie (Weinlehrpfad - Weinstrasse) w Niemczech, w latach 20tych XX wieku (50 lat później – kilkaset osób rocznie)
- Francja 1950 w la Reine Pedauque, Beaune
- lata 70te Australia
- Stany Zjednoczone, Kanada, Wielka Brytania Holandia
- **lata 90te Czechy, Węgry, Rumunia, Mołdawia**

Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie
- pierwsze, edukacyjne ścieżki winiarskie (Weinlehrpfad - Weinstrasse) w Niemczech, w latach 20tych XX wieku (50 lat później – kilkaset osób rocznie)
- Francja 1950 w la Reine Pedauque, Beaune
- lata 70te Australia
- Stany Zjednoczone, Kanada, Wielka Brytania Holandia
- lata 90te Czechy, Węgry, Rumunia czy Mołdawia
- **Nowa Zelandia (25% produkcji wina jest sprzedawana bezpośrednio enoturystom)**

Trochę historii...

- Grecy i Rzymianie
- pierwsze, edukacyjne ścieżki winiarskie (Weinlehrpfad - Weinstrasse) w Niemczech, w latach 20tych XX wieku (50 lat później – kilkaset osób rocznie)
- Francja 1950 w la Reine Pedauque, Beaune
- lata 70te Australia
- Stany Zjednoczone, Kanada, Wielka Brytania Holandia
- lata 90te Czechy, Węgry, Rumunia czy Mołdawia
- Nowa Zelandia (25% produkcji wina jest sprzedawana bezpośrednio enoturystom)
- **Polska...**

Od czego zacząć? – elementy podstawowe



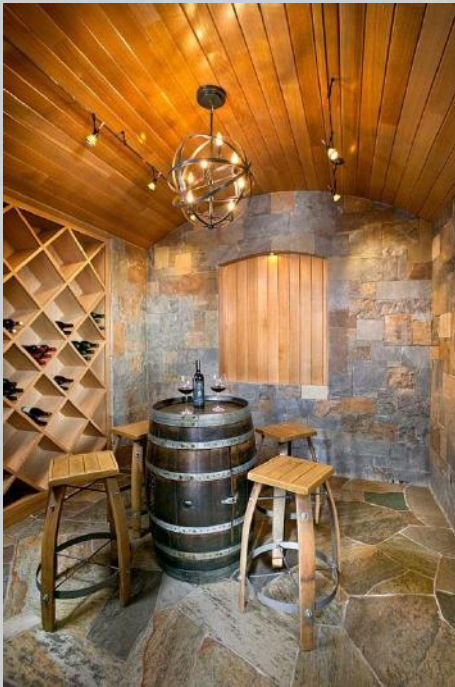
Elementy podstawowe

- winnica i winiarnia/przetwórnia



Elementy podstawowe

- winnica i winiarnia
- miejsce degustacyjne



Elementy podstawowe

- winnica i winiarnia
- miejsce degustacyjne
- zaplecze noclegowe



Elementy podstawowe

klient ≠ gość

Gościnność



Elementy podstawowe

- winnica i winiarnia
- zaplecze noclegowe
- miejsce degustacyjne
- kuchnia

najlepiej lokalna

z wykorzystaniem tradycyjnych receptur

nowoczesna na bazie lokalnych produktów

autorska



Elementy podstawowe

- winnica i winiarnia
- zaplecze noclegowe
- miejsce degustacyjne
- kuchnia
- imprezy i dodatkowe atrakcje



Dlaczego ludzie uprawiają turystykę winiarską?



Dlaczego ludzie uprawiają turystykę winiarską?

Statystyczny ENOTURYSTA:

wiek ponad 25 lat, najczęściej w przedziale 35 - 45 lat,
ale średnia obniża się z roku na rok,
gdyż coraz więcej ludzi zaczyna interesować się turystyką winiarską

najczęściej pary lub mężczyźni, procent samotnie podróżujących kobiet jest mniejszy,
choć te proporcje powoli się odwracają,
gdyż wśród młodszych enoturystów jest coraz więcej kobiet

praca na stanowisku wymagającym wysokich kwalifikacji, menadżerowie,
wysokiej klasy specjaliści, przedstawiciele wolnych zawodów

wyższe wykształcenie

dochody wyższe od przeciętnych

mieszkańcy dużych miast

Dlaczego ludzie uprawiają turystykę winiarską?

Upodobania związane z podróżowaniem

kilka krótkich wyjazdów w ciągu roku

krótkie pobyty w jednym miejscu, jeśli dłuższy wyjazd to odwiedzają kilka miejsc

korzystają najchętniej z noclegów w obiektach w minimum dobrym standardzie

interesują się lokalna kuchnia

interesują się kultura odwiedzanego regionu, zabytkami, sztuka

Dlaczego ludzie uprawiają turystykę winiarską?

Motywacje enoturystów do podjęcia wyjazdów enoturystycznych

- degustacje i chęć poznania nowych win
- zakup win
- poznanie tradycji winiarskich i kulinarnych, najlepiej we wzajemnej relacji
- atmosfera miejsc, w których powstaje wino
- zainteresowanie konkretnymi producentami
- chęć wypoczynku
- chęć do wspólnego spędzenia czasu w gronie rodziny, przyjaciół
- chęć poszerzenia swojej wiedzy na temat wina

Kreatywność



Jak przyciągnąć enoturystów



Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)



Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; Internet, prasa, podróże*)

inspiracja ≠ kopiowanie

Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność

charakter obiektu, np. regionalny, spójne wyposażenie, zgodność kolorystyczna

położenie na wsi, najlepiej w tradycyjnej zagrodzie
lub wysokie wartości przyrodnicze otoczenia obiektu

prostota, styl regionalny w pokojach jest dobrze widziany

wysoki standard pomieszczeń i urządzeń sanitarnych /stan pokrycia ścian i podłóg,
stan mebli oraz wyposażenia pokoi, elementy dekoracyjne

ważna jest autentyczność zakwaterowania i gościnna, a nawet rodzinna atmosfera

Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność
- lokalność (*jedzenie, napoje, historia, kultura*)

oferowanie żywności i produktów z własnego gospodarstwa lub znajdującego się w pobliżu

wiejska okolica, z widocznymi cechami charakterystycznymi dla tradycyjnego rolnictwa, winogrodnictwa

folklor, rzemiosło, tradycje, dziedzictwo kulinarne

Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność
- lokalność (*jedzenie, napoje, historia, kultura*)
- współpraca
(*winiarze, producencie żywności, noclegi, przewoźnicy, inne atrakcje*)



Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność
- lokalność (*jedzenie, napoje, historia, kultura*)
- współpraca
(*winiarze, producencie żywności, noclegi, przewoźnicy, inne atrakcje*)

szlaki



Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność
- lokalność (*jedzenie, napoje, historia, kultura*)
- współpraca
(*winiarze, producencie żywności, noclegi, przewoźnicy, inne atrakcje*)

szlaki

pakiety



Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność
- lokalność (*jedzenie, napoje, historia, kultura*)
- współpraca
(*winiarze, producencie żywności, noclegi, przewoźnicy, inne atrakcje*)

szlaki

pakiety

mini regiony



Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność
- lokalność (*jedzenie, napoje, historia, kultura*)
- współpraca
(*winiarze, producencie żywności, noclegi, przewoźnicy, inne atrakcje*)

szlaki

pakiety

mini regiony

**imprezy
z różnymi
atrakcjami**



Jak przyciągnąć enoturystów

- oryginalność – pomysł (*inspiracja; internet, prasa, podróże*)
- estetyka i spójność
- lokalność (*jedzenie, napoje, historia, kultura*)
- współpraca
(*winiarze, producenci żywności, noclegi, przewoźnicy, inne atrakcje*)
- śledzenie trendów i mód



Jak przyciągnąć enoturystów

Wysoka jakość na różnych poziomach

staranne otoczenia całego gospodarstwa i kwater,
przygotowania i wyposażenia pokoi noclegowych, łazienek, kuchni,
pomieszczeń do spędzania wolnego czasu itp.

degustacje /stoły, wygodne miejsca do siedzenia, kieliszki, woda, pieczywo,
odpowiednia temperatura podawanego wina, materiały z opisem degustowanego wina,
komfortowa liczba gości, kompetencje osób prowadzących degustacje

profesjonalna obsługa gości / staranne przygotowanie i zaangażowanie członków rodziny

niezbędne cechy gospodarzy - życzliwość, wysoka kultura osobista, otwartość,
komunikatywność i uprzejmość, wyjątkowa osobowość /przyjaźń, serdeczność,
poczucie humoru, pozytywne nastawienie/

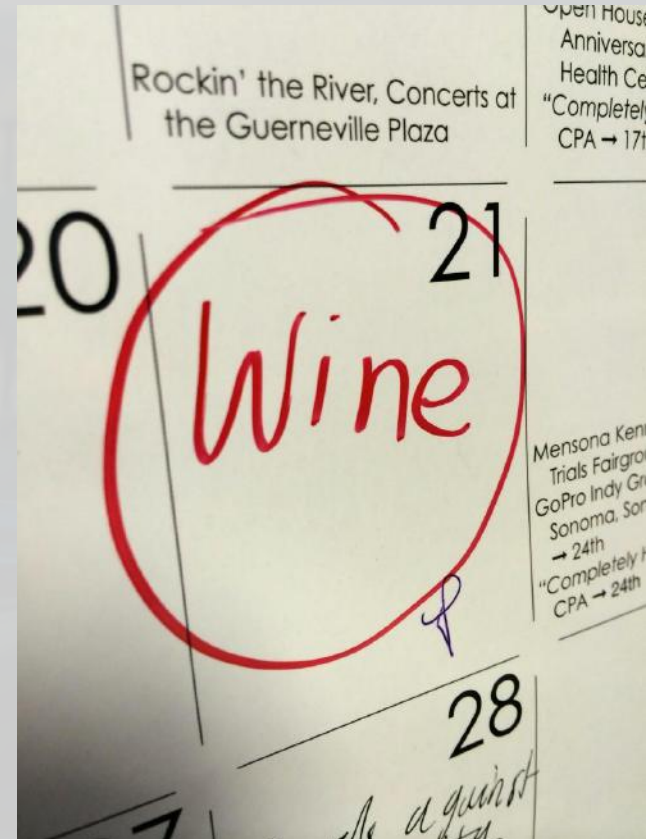
Jak przyciągnąć enoturystów

Śledzenie kalendarza (winiarskiego, kulinarnego, kulturalnego)

sezonowość

ważniejsze święta

ważniejsze wydarzenia kulturalne
w regionie, w Polsce



Szczegóły techniczne



Szczegóły techniczne

WINO



Szczegóły techniczne

WINO

jakość



Szczegóły techniczne

WINO

jakość

sposób podania



Szczegóły techniczne

WINO

jakość

sposób podania

opowieść



Szczegóły techniczne

WINO

jakość

sposób podania

opowieść

towarzystwo



Szczegóły techniczne

WINNICA



Szczegóły techniczne

PIWNICA



Szczegóły techniczne

Estetyka

- ciekawa aranżacja
- spójność
- kwiaty, serwetki, świeczniki, świece, delikatne dekoracje
- wykorzystywanie naturalnych materiałów



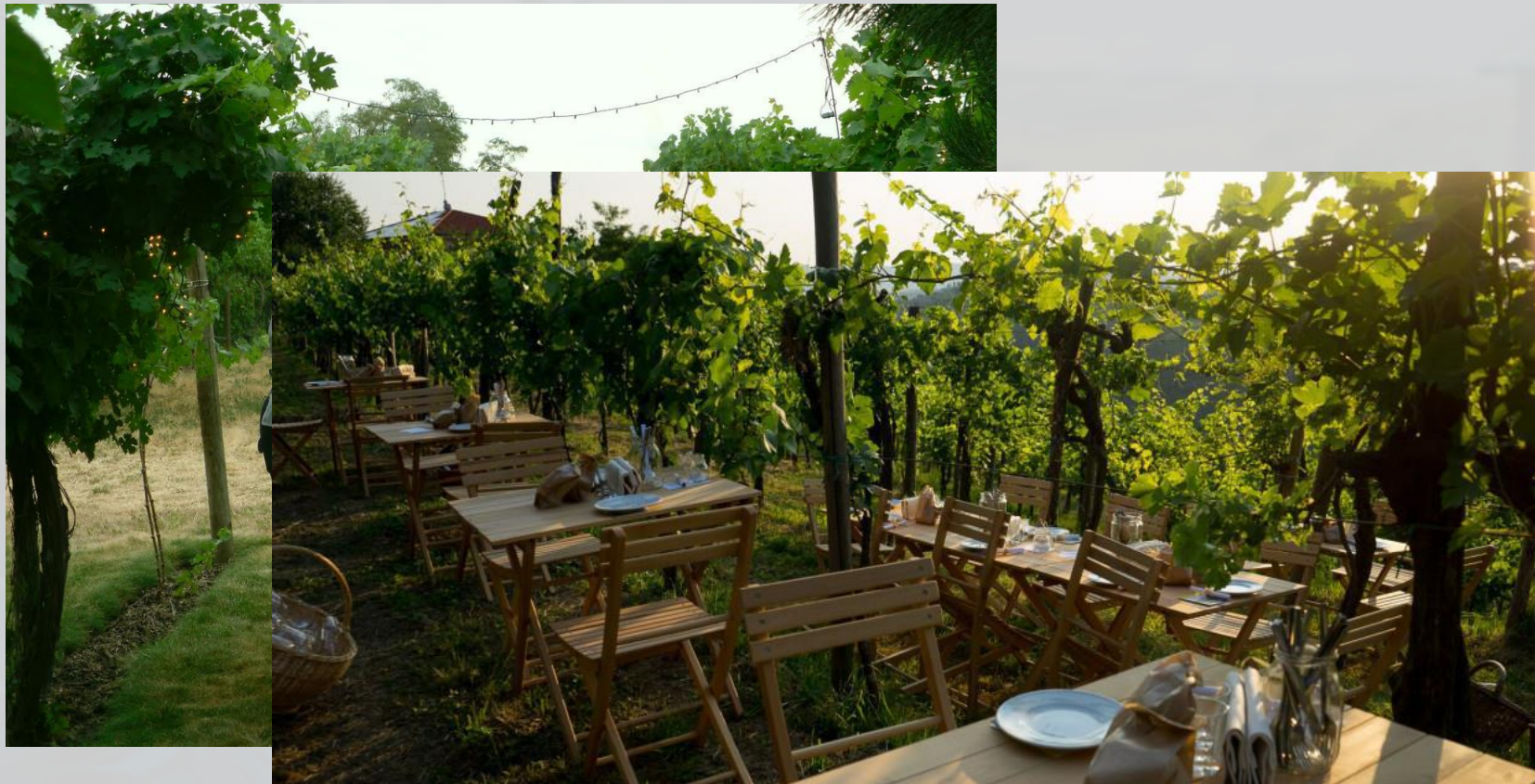
Szczegóły techniczne

mniej znaczy więcej



Szczegóły techniczne

mniej znaczy więcej



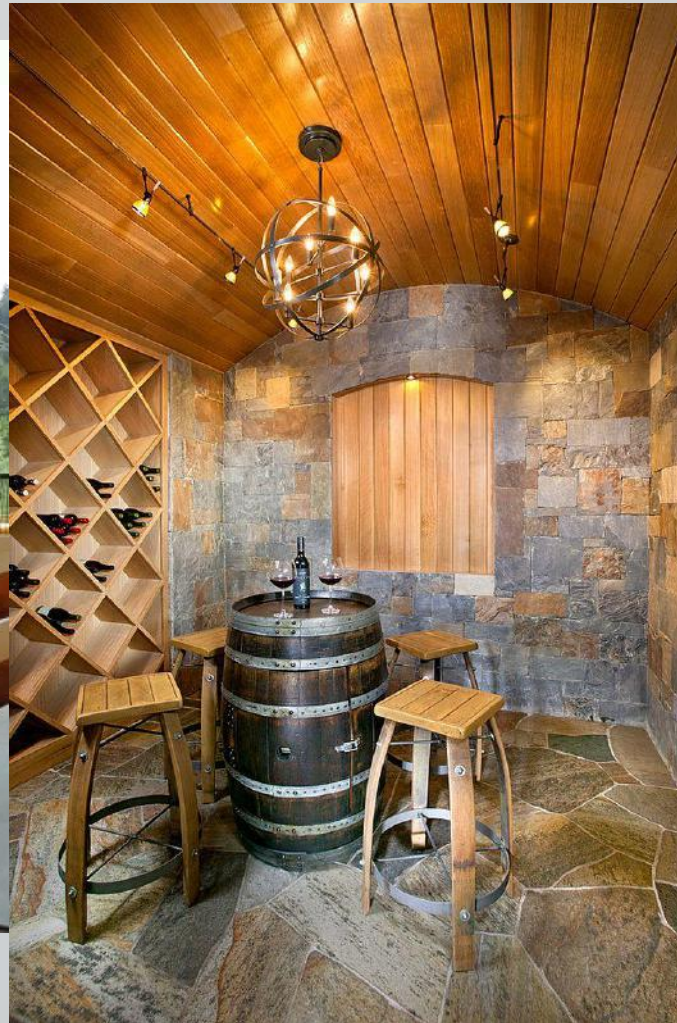
Szczegóły techniczne

mniej znaczy więcej



Szczegóły techniczne

mniej znaczy więcej



Szczegóły techniczne

DEGUSTACJA



Szczegóły techniczne

DEGUSTACJA

profesjonalizm



Szczegóły techniczne

DEGUSTACJA

profesjonalizm

prostota



Szczegóły techniczne

DEGUSTACJA

profesjonalizm

prostota

naturalność



Szczegóły techniczne

DEGUSTACJA

profesjonalizm

prostota

naturalność

dbałość o detale



winnica jako **marka**



winnica jako marka

- POMYSŁ => nazwa, logotyp, wizerunek graficzny



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**

winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**



wpisy

winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**



wpisy

wydarzenia

winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**



wpisy

wydarzenia

komentarze

winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**



wpisy

wydarzenia

komentarze

grupy

winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- **strona internetowa, blog, media społecznościowe**



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- strona internetowa, blog, media społecznościowe
- **współpraca z dziennikarzami i blogerami**
(kulinarni, winiarscy, turystyczni, lifestylowi)



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- strona internetowa, blog, media społecznościowe
- współpraca z dziennikarzami i blogerami
(*kulinarni, winiarscy, turystyczni, lifestylowi*)
- współpraca z lokalnymi władzami i organizacjami



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- strona internetowa, blog, media społecznościowe
- współpraca z dziennikarzami i blogerami
(*kulinarni, winiarscy, turystyczni, lifestylowi*)
- współpraca z lokalnymi władzami i organizacjami lokalnymi
- obecność na imprezach winiarskich/kulinarnych



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- strona internetowa, blog, media społecznościowe
- współpraca z dziennikarzami i blogerami
(*kulinarni, winiarscy, turystyczni, lifestylowi*)
- współpraca z lokalnymi władzami i organizacjami lokalnymi
- obecność na imprezach winiarskich/kulinarnych
- marketing szeptany



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- strona internetowa, blog, media społecznościowe
- współpraca z dziennikarzami i blogerami
(*kulinarni, winiarscy, turystyczni, lifestylowi*)
- współpraca z lokalnymi władzami i organizacjami lokalnymi
- obecność na imprezach winiarskich/kulinalnych
- marketing szeptany
- współpraca z biurami podróży
i innymi podmiotami



winnica jako **marka**

- nazwa, logotyp, wizerunek graficzny
- strona internetowa, blog, media społecznościowe
- współpraca z dziennikarzami i blogerami
(*kulinarni, winiarscy, turystyczni, lifestylowi*)
- współpraca z lokalnymi władzami i organizacjami lokalnymi
- obecność na imprezach winiarskich/kulinalnych
- marketing szeptany
- współpraca z biurami podróży
i innymi podmiotami

WINNICO MANIA



portalenoturystyczny.pl

OFERTA

profil enoturysty

potrzeby enoturysty



OFERTA

profil enoturysty

potrzeby enoturysty

możliwości winnicy



OFERTA



OFERTA



spójna

OFERTA



spójna
jasna

OFERTA



spójna
jasna
możliwie szeroka

OFERTA



spójna
jasna
możliwie szeroka
elastyczna

OFERTA



spójna
jasna
możliwie szeroka
elastyczna
interesująca

OFERTA



spójna

jasna

możliwie szeroka

elastyczna

interesująca

AKTUALNA

OFERTA



Trudna sztuka wyceny...

Nie tylko wino - **inspiracje**



Nie tylko wino - inspiracje



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogrodku



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych



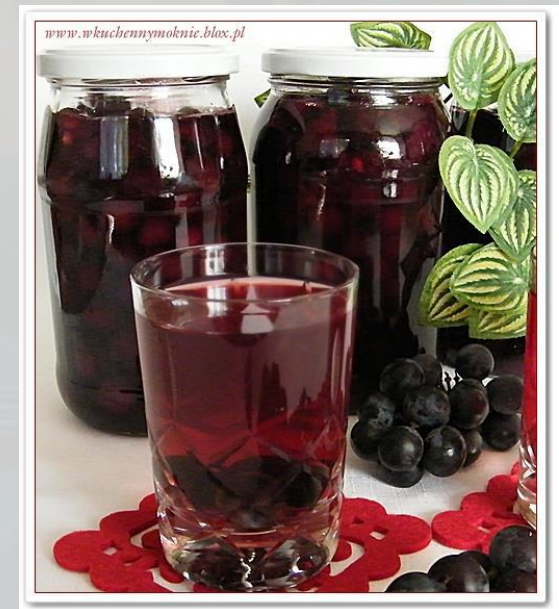
Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- wykorzystanie winorośli
(kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(*kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne*)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(*kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne*)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- **wykorzystanie winorośli**
(kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne)



Nie tylko wino - **inspiracje**

- mini ogródek, warzywniak, sad, zielnik
- możliwość uczestnictwa w pracach w winnicy/ogródku
- korzystanie z dziko rosnących roślin jadalnych/użytkowych
- wykorzystanie winorośli
(*kulinarne, kosmetyczne, gospodarcze, artystyczne*)
- sklep (*wino, lokalne produkty*)



ORYGINALNOŚĆ

