



Едукативни семинар
Савремени трендови на тржишту вина



ЗНАЧАЈ ПОВЕЗИВАЊА ПРОИЗВОДЊЕ ВИНА И ВИНСКОГ ТУРИЗМА

Аутор: М. Sc. Јована Мјеримачка

Нови Сад, новембар 2017. године



УВОД

- Као и у свакој другој производњи, тржиште и пласман производа је проблем за себе, па су виноградари и винари принуђени да се довијају на разне начине.



ВИНСКИ ТУРИЗАМ

Сама природа винарске индустрије доводи до сједињења с туризмом пружајући туристи могућност да чује историју, проба храну, културу, нове мирисе, звукове и укус, комбинацију животног стила и подручја.





- **Путовање је мотивисано винима и винским регијама и упознавањем локалног начина живота.**
- ***Вински туризам* је свако искуство повезано са винаријама или производњом вина, у којем посетилац учествује за време једнодневнoг излета или дуже посете.**



- **Вински туризам се може дефинисати као посета:**
 - ❖ **Виноградима,**
 - ❖ **Винаријама,**
 - ❖ **Винским путевима,**
 - ❖ **Винским фестивалима и изложбама.**
- **Пробање вина и атракција виноградарске регије представљају примарне мотивирајуће чиниоце за посетиоце.**





Спречифичности туризма посвећеног вину одражава се у томе што он пружа потпуно осећајно искуство:

- ❖ **чуло укуса**
- ❖ **чуло мириса**
- ❖ **чуло вина**
- ❖ **чуло додира**
- ❖ **чуло слуха**





Вински туризам је врло комплексна појава:

- **културно је аутентичан,**
- **едукативан је,**
- **романтичан је.**

ВИНСКИ ТУРИЗАМ УКЉУЧУЈЕ



- Дегустација вина,
- Вино и храна,
- Уживање у окружењу,
- Дневна или вишедневна рекреација,
- Мноштво комплементарних и културних активности, доступних у винском региону.

ЕКОНОМСКЕ И СОЦИЈАЛНЕ КОРИСТИ ОД ВИНСКОГ ТУРИЗМА

- ❖ Повећан број посетилаца (домаћих и страних) и поновне посете,
- ❖ Продужена дужина боравка и већа потрошња посетилаца,
- ❖ Веће задовољство посетиоца због повећане предузимљивости према туристима,
- ❖ Повећана тражња за продају „вина из подрума“.



ЗА КАКВИМ ДОЖИВЉАЈИМА ТРАГАЈУ ВИНСКИ ТУРИСТИ?!

- Доживети и искусити карактер области, храну, начин живота и културне атракције,
- Опуштање и релаксација,
- Забава,
- Бег од стреса и свакодневне колотечине,
- Промена окружења и прилика за романтику.



ЗАШТО ЉУДИ ПОСЕЋУЈУ ВИНСКУ РЕГИЈУ?!



- Да дегустирају вино,
- Да стекну знање о вину,
- Да искусе само место где се вино производи,
- Да буду у руралном окружењу,
- Да науче слагање хране и вина,
- Да се забављају,
- Да уживају у култури вина,
- Цене архитектуру и уметност,
- Желе да се упознају са зеленим аспектима еко туризма,
- Да уживају у здравственим аспектима вина.



МОТИВИ ЗА СТВАРАЊЕ ПОНУДЕ

- **Случајни (радознали) вински туристи,**
- **Заинтересовани вински туристи,**
- **Посвећени вински туристи.**



ЧИНИОЦИ РАЗВОЈА ВИНСКОГ ТУРИЗМА

- Географски и саобраћајни положај,
- Традиција производње (квалитет вина),
- Разноврсно културно историјско наслеђе,
- Смештајни објекти,
- Бројност фестивала вина и хране,
- Корелација са другим облицима туризма.



КОРИСТИ ОД ВИНСКОГ ТУРИЗМА



...ЗА ПРОИЗВОЂАЧЕ!

- **Већи доходак,**
- **Веће продајне цене,**
- **Већа зарада по часу рада,**
- **Директан сусрет са купцима,**
- **Мање колебање продајних цена,**
- **Едукује туристе и појачава вредност,**
- **Нова пословна сарадња,**
- **Већа упосленост чланова домаћинства.**



...ЗА ДЕСТИНАЦИЈУ!



- **Повећан број туриста,**
- **Повећана потрошња,**
- **Привлачи нове и сталне туристе,**
- **Развија позитивни имиџ дестинације,**
- **Вирални маркетинг.**

ПРИМЕРИ ДОБРЕ ПРАКСЕ



ИТАЛИЈА



ФРАНЦУСКА





ШПАНИЈА



ПРИМЕРИ ПРОЈЕКТА ЕВРОПСКЕ УНИЈЕ!

Активности:

- ❖ Организација банке података,
- ❖ Реновирање традиционалних музеја,
- ❖ Европски фестивал за традицију производње вина,
- ❖ Разни догађаји везани за вино,
- ❖ Стимулисање економских активности.

(VINEST, WCTE, RECEVIN)



О ЧЕМУ ВИНАРИЈЕ МОРАЈУ ДА БРИНУ?!



- **ДИЗАЈН И ФИЗИЧКИ ИЗГЛЕД** (улаз, стил, детаљи, доследност имица, смештај, окружење);
- **УНУТРАШЊИ АМБИЈЕНТ,**
- **УСЛУГА И АТМОСФЕРА,**
- **КВАЛИТЕТАН ПРОИЗВОД** (вино и храна).




ВИНСКИ ПУТЕВИ





- **Вински путеви се односе на понуду вина у винским подрумима на ограниченом географском подручју, означеном посебним мапама.**
- **Они се могу дефинисати као посебан облик продаје пољопривредних, угоститељских и туристичких производа једног винородног подручја на којем газдинства нуде своје производе, посебно вино и ракију из сопствене производње и остале специјалитете.**



Вински пут представља посебан облик продаје вина, угоститељских , туристичких и пољопривредних производа једног винског краја. Њега чине природне лепоте, специфичности околине кроз који пут води, културно-историјске знаменитости, традиција и посебност виноградарског подручја.



КОРИСТИ ОД ВИНСКОГ ПУТА

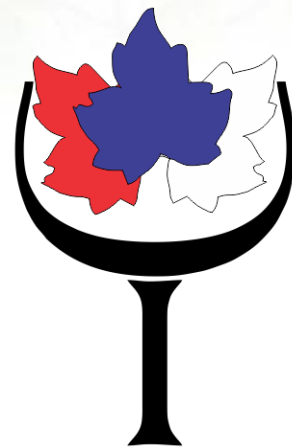


- **Обогаћујемо туристички производ,**
- **Остварују се предуслови да сезона добије јасне обресе у вансезони (пролеће, јесен),**
- **Придоноси потпунијој ангажованости људи са руралних простора за очување и обнову изворног амбијента, традиционалног наслеђа у складу са одрживим развојем туризма.**
- **Уједињује природне,културолошке, социолошке, демографске и производне особине појединог краја у складну целину,**
- **Омогућује производну диверзификацију, економски развој, ствара нове вредности, нова запошљавања,**

- **Омогућује сваком винару продају својих производа од куће, финансијско благостање и зараду након дугогодишњег марљивог рада,**
- **Омогућује врло брзо стварање верног и сталног госта на основу тек неколико дегустација,**
- **Увелико подиже туристички имиџ поједине регије,**
- **Ревитализација села и повратак квалитетнијег живота у рурални простор.**



- **Већи приход,**
- **Редовна и сигурна наплата,**
- **Олакшана продаја,**
- **Боље упознавање вина и произвођача,**
- **Додатна запосленост чланова породице ван сезоне радова у винограду и подруму.**





Вински пут мора да испуњава:

- ❖ Да пролази кроз природан предео и очувану околину,
- ❖ Проходна путна мрежа,
- ❖ Одговарајућа ознака,
- ❖ Доступан информативни материјал,
- ❖ Да обухвата туристичке атракције,
- ❖ Додатна туристичка понуда,
- ❖ **ПРЕПОЗНАТЉИВОСТ.**



- ❖ Мањак информација и истраживања која се тичу винског туризма и винских туриста,
- ❖ Подизање свести и разумевања туризма у индустрији вина,
- ❖ Успостављање стандарда индустрије туризма вина, подизање нивоа вештина запослених у туризму,
- ❖ Унапређење веза између вина, хране и начина живота.

ХВАЛА НА ПАЖЊИ!

