



SIEĆ NA RZECZ
INNOWACJI W ROLNICTWIE
I NA OBSZARACH WIEJSKICH



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich



Program
Rozwoju
Obszarów
Wiejskich
na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.”

dr inż. Marta Czaplicka

Gospodarstwa AGRO-ENO-TURYSTYCZNE - innowacyjna oferta na obszarach wiejski



Opolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Łosiowie
ul. Główna 1, 49-330 Łosiów
www.oodr.pl
www.sir.oodr.pl

Łosiów 2022

Operacja opracowana przez Opolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Łosiowie
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
- Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

dr inż. Marta Czaplicka

Gospodarstwa
AGRO-ENO-TURYSTYCZNE
- innowacyjna oferta na obszarach wiejski

Projekt realizowany w ramach operacji pn. „Cykl broszur - Innowacje w winiarstwie”
w ramach realizacji dwuletniego planu operacyjnego KSOW na lata 2022-2023 w zakresie
Sieci na rzecz innowacji w rolnictwie i na obszarach wiejskich.



Opolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Łosowie
ul. Główna 1, 49-330 Łosów
www.oodr.pl, www.sir.oodr.pl
tel. 77 4437 111

Skład i druk:

Wydawnictwo i Drukarnia Świętego Krzyża
45-007 Opole, ul. Katedralna 8A
Tel. 77 44 17 140, e-mail: sekretariat@wydawnictwo.opole.pl
www.wydawnictwo.opole.pl
www.krzyz.opole.pl

Wstęp

Enoturystyka to dynamicznie rozwijająca się gałąź turystyki. Połączenie zdobywania wiedzy o produkcji winogron i wina, degustacja trunków oraz zwiedzanie obiektów historycznych czy przyrodniczych to przyczynki do wyjazdów w mniej znane regiony turystyczne. Najpopularniejsze regiony enoturystyczne to te, w których produkcja wina rozwinęła się już wiele lat temu. Rozwój produkcji wina wiąże się bezsprzecznie z rozwojem turystyki winiarskiej. Zwiedzający winnice zainteresowani są także wyjątkowymi miejscami, o dużym potencjale produkcji win w przyszłości.

Polska, jako nowy kraj winiarski na mapie Europy, rozwija się bardzo dobrze. Z roku na rok powstają nowe nasadzenia, kolejne winnice oferują swoje debiutanckie butelki. Rozwój enoturystyki stanowi doskonałą alternatywę dla innych sposobów sprzedaży wina własnej produkcji. Zainteresowanie wizytami enoturystów jest również spore.

Oferta enoturystyczna to kompletna usługa turystyczna, dla wymagających klientów. Konieczne jest zapewnienie zaplecza zarówno do zwiedzania winnic i degustacji wina, jak również oferty kulinarnej, na bazie lokalnych produktów i tradycyjnych dań. Niezbędnym jest również zapewnienie bazy noclegowej o wysokim standardzie. Enoturysty zazwyczaj preferują kameralne oferty niewielkich pensjonatów i gospodarstw, utrzymane w lokalnym klimacie. Z racji konsumpcji alkoholu samodzielnych turystów winiarskich obsłużyć należy także w zakresie lokalnego transportu.

Stworzenie atrakcyjnej oferty enoturystycznej opiera się więc o zaofiarowanie wszystkich tych usług na wysokim poziomie oraz promowaniem regionu na potrzeby tego typu działalności. Utworzenie oferty widocznej na rynku wymaga współdziałania zarówno lokalnych winiarzy, jak i przedstawicieli usług gastronomicznych, hotelarskich i transportowych. Nie bez znaczenia jest także wspieranie inicjatywy przez lokalne władze, aktywność stowarzyszeń branżowych i przychylność mieszkańców regionu.

Turystyka winiarska czyli enoturystyka

Enoturystyka, jako rodzaj turystyki aktywnej, preferowana jest od lat w tradycyjnych krajach winiarskich. Enoturystyka, traktowana jako

gałąź turystyki krajowej, stanowi znaczny procent udziału w rynku turystycznym Hiszpanii, Włoch, czy Niemiec. Także w krajach dopiero rozwijających się i rozpoczynających produkcję wina, jak Czechy czy Słowacja, enoturystyka stanowi istotne źródło dochodów winiarza i branży turystycznej w regionach winiarskich.

Enoturystyka traktowana jest jako forma turystyki kulturowej. Definicja wskazuje, że enoturystyka to rodzaj turystyki połączonej z elementami wynikającymi z winogrodnictwa (uprawy winorośli) i enologii (produkcji wina) oraz wszelkich aktywności z winoroślą i winem związanych¹.

Mimo, że enoturystyka jest zjawiskiem o charakterze globalnym, podobnie, jak globalna jest produkcja wina (tę roślinę na wino uprawia się na każdym kontynencie), to jest to jeden z niewielu rodzajów produkcji, który oparł się globalizacji. Każde z szanowanych na rynku win oznaczone jest miejscem pochodzenia owoców i produkcji wina, promuje nie tylko winiarza – producenta, ale także region, apelację, czy kraj, w którym zostało stworzone. Ponadto wino charakteryzowane jest poprzez jego pochodzenie i region wytworzenia.

Enoturystyka, jako rodzaj turystyki profilowanej, kierowana jest do niewielkich grup oraz klientów indywidualnych. Unikalny charakter tego typu wyjazdów nie koresponduje z dużymi grupami ludzi. Odbiorcami oferty enoturystycznej są osoby z kręgu świadomych konsumentów wina oraz innych wyrobów winiarskich. Nie jest to oferta, co do zasady, skierowana do przypadkowego odbiorcy, nie zainteresowanego uprawią winnej latorośli czy produkcją i degustacją win. W regionach winiarskich znajdują się jednak osoby, które dopiero rozpoczynają enoturystyczną przygodę. Tacy klienci, w mniej rozwiniętych regionach mają szansę rozpocząć przygodę z winem i wiedzą na jego temat. To zwłaszcza w tych mniej popularnych regionach konieczne jest wskazanie ofert dla gości na różnym poziomie edukacji enologicznej.

Turystyka winiarska wspiera promocję regionów i przyczynia się do rozwoju regionalnego. Niezbędnymi elementami w rozwoju turystyki winiarskiej jest organizacja lokalnych wydarzeń, takich jak festyny, warsztaty, imprezy związane z winobraniami, wypuszczeniem kolejnego rocznika win. W ofercie turystycznej winny się znaleźć także konferencje,

panele degustacyjne czy promocyjne degustacje win lokalnych. Wydarzenia enoturystyce warto łączyć z innymi ofertami turystycznymi, np. promocją sztuki lokalnych artystów, rękodzieła, wyrobów tradycyjnych².

Korzyści z enoturystyki

Oferta enoturystyczna, jak wspomniano, wspiera rozwój regionalny. Promocja wielu regionów winiarskich opiera się o produkowane lokalnie wino i do niego się odnosi. Podobnie, wybrane regiony promowane są przez wytwarzane tam sery czy wyroby wędliniarskie, ale to wino jest najsilniejszym wyznacznikiem produktu wyprodukowanego w powiązaniu z regionem. Rozwój enoturystyki buduje rozpoznawalność lokalnych marek także na rynku szerszym niż lokalny. Mimo, że spora część winiarzy z krajów typowo winiarskich swoje wina wyrabia z przeznaczeniem głównie na rynek lokalny, marka promowana jest o wiele szerzej. Prowadzi to często do zwiększenia potencjału produkcji i rozwój regionu. Przykładem niech będzie wzrost zainteresowania włoskim *prosecco* w ostatnich latach³ i dynamiczny wzrost produkcji tego trunku, nie całkiem w zgodzie z zasadą zrównoważonego rozwoju.

Enoturystyka pozwala na zwiększenie dochodów winiarza. Odwiedzający winnicę klient korzysta nie tylko z oferty zakupu wina, które winiarz sprzedaje bez dodatkowej marży. Co ciekawe, zazwyczaj cena wina w winnicy jest nieznacznie niższa od tej oferowanej w sklepach. Tym samym cały przychód ze sprzedaży wina trafia bez pośredników do producenta. Taki system sprzedaży zwiększa dochody winnicy i promuje zasady krótkich łańcuchów dostaw żywności. Sprzedaż win w formie komentowanych degustacji sprzyja zwiększeniu dochodu winiarza. Potencjalny klient, za stosunkowo niewielką opłatą może ocenić wybrane w winnicy wina, zde gustować je, a następnie zakupić najbardziej odpowiadające jego podniebieniu butelki. Warto zauważyć, że wielu turystów w tradycyjnych krajach enoturystycznych przylatuje na miejsce zwiedzania samolotem. W tym wydaniu zabieranie ze sobą zakupionych trunków może być kłopotliwe. Dodatkową ofertą, która dostępna jest wprost przy zakupie jest możliwość wysyłki wina pod adres kupującego. Winiarz musi

wówczas mieć rozeznanie w cenie usług kurierskich i bezpośrednio przy kliencie lub tuż po zakończeniu jego wizyty skapować i nadać paczki z zakupionymi produktami.

Regiony winiarskie

Tradycyjne regiony winiarskie odnoszą się do apelacji lub innych obszarów tradycyjnie uznanych za miejsce wytwarzania wina. Za region winiarski uważa się bowiem obszar o zbliżonym *terrior*, produkujący wino w podobnej technologii i tradycyjni. *Terrior* to winiarskie określenie dla warunków klimatycznych i glebowych winnicy, poszerzony jednak często o tradycję wytwarzania wina, zasady produkcji oraz wiedzę winiarzy. W krajach o ugruntowanej pozycji na rynku wina, regiony winiarskie zostały wyodrębnione wiele lat, a nawet wieków temu. Na kształt poszczególnych regionów składają się zarówno tradycje, kultura, podziały historyczne, przebieg granic państw, jak i walory przyrodnicze. Regiony charakteryzuje zwykle położenie na tych samych utworach glebowych, w podobnych warunkach klimatycznych, o specyficznym przebiegu pogody, który wpływa na proces dojrzewania winnych gron oraz sposób przetwarzania win. W krajach o wysokiej kulturze produkcji wina, uprawy ogranicza się do wybranych odmian, podkładek. Regulowana jest także dozwolona wielkość produkcji trunku, termin zbiorów czy zalecenia co do wybranych praktyk enologicznych. Winiarz, który nie stosuje się do zaleceń nie może opisywać swoich wyrobów jako produktów pochodzących z danego regionu. Informacja jest o tyle cenna na etykiecie, że warunkuje często cenę i powodzenie sprzedaży wina. Co więcej, istnieją próby oszustw na rynku i podszywania się producentów z innych obszarów, pod wyroby danego regionu. Proces certyfikacji pochodzenia win jest ściśle kontrolowany i nadzorowany, by zapewnić klienta o autentyczności kupowanego produktu.

W krajach o mniejszych tradycjach winiarskich regiony tworzą się w sposób umowny, by po latach zostać zapisane prawnie. W Polsce obecnie nie wyróżnia się oficjalnych regionów winiarskich, choć istnieją już propozycje ich utworzenia. Problem jest o tyle złożony, że nie ma jeszcze

dostatecznej wiedzy o preferowanych odmianach, sposobach uprawy oraz rekomendowanych zasadach produkcji wina, które pozwoliłyby na wskazanie przemysłanych i spójnych regionów w kraju. Obecnie warto założyć, że Polska stanowi odrębny, atrakcyjny teren na którym można świadczyć usługi enoturystyczne. Polska sąsiaduje z krajami oferującymi szerokie usługi enoturystyczne, jak Czechy, czy też Niemcy, gdzie oferta turystyki winiarskiej dostępna jest nawet w regionie przygranicznym. Z tego względu warto zainteresować potencjalnych klientów winiarskimi atrakcjami kraju, a zwłaszcza województw zachodnich czy południowych.

Szlaki wina

W kraju powstały liczne szlaki wina, lub też innego rodzaju szlaki kulinarne, łączące wino z innymi produktami. W początkowym rozwoju enoturystyki szlaki kulinarne w znacznym stopniu zastąpić mogą promocję regionu winiarskiego. Szlak wina obejmuje kilka to kilkunastu winnic zlokalizowanych w okolicy⁴. Dla potencjalnego odwiedzającego jest to wskazanie możliwości zwiedzenia kilku podobnych atrakcji w regionie. Szlak wina z atrakcjami dodatkowymi (kulinarnymi, kulturowymi, przyrodniczymi) stanowić może o wyborze terenu, który odwiedzi turysta. W Polsce zarejestrowanych jest kilkanaście winnych szlaków, m.in. Lubuski Szlak Wina i Miodu, Małopolski Szlak Winny i Podkarpacki Szlak Winnic, Karpacki Szlak Wina, Dolnośląski Szlak Piwa i Wina, Jasielski Szlak Winny⁵.

Kluczowe elementy sprzyjające utworzeniu szlaków wina w regionie zdeterminowane są możliwymi do przedstawienia dodatkowymi atrakcjami. Każdy z elementów, zwłaszcza wypromowany już w świecie, może stanowić nośnik dla promocji regionu w ujęciu powstających winnic. Warto więc rozważyć, jakie atuty ma region, w którym prowadzimy działalność, by skutecznie go wyprawować. Można skorzystać z dostępności znanych lokalnych twórców, tradycyjnej porcelany, znanego zamku pałacu, pomnika przyrody.

Możliwe jest także promowanie działalności enoturystycznej poprzez dotychczasową działalność właścicieli winnic. Przykładowo, właścicielka

Kluczowe elementy umożliwiające zaplanowanie szlaków wina

Architektura tradycyjna

Nowe winnice i winiarnie

Tradycje winiarskie, Wydarzenia o charakterze winiarskim (festiwale)

Tradycyjne winnice i winiarnie

Krajobraz winiarski / krajobraz tradycyjny, kulturowy

Lokalne potrawy, lokalne i tradycyjne produkty

Wydarzenia kulturalne: festiwale, koncerty, plenery, wystawy

winnicy jest znaną rzeźbiarką, która na etykietce swoich win umieszcza zdjęcia dzieł sztuki swojego autorstwa. Innym przykładem może być odniesienie nazw wybranych win do okazów flory i fauny występującej w regionie lub znanych budowli. Innym zagadnieniem jest promowanie walorów turystycznych regionów poprzez wskazywanie atrakcyjności oferty enoturystycznej⁶. W tym przypadku to winnica działa



W tym przypadku to winnica działa jako element przyciągający do odwiedzenia regionu, zachęcając turystę do skorzystania z innych atrakcji. Ten model pozwala na promowanie wśród zaawansowanych enoturystów produktów takich jak inne przetwory, sery, rękodzieło, inne.

Oferta gospodarstwa agro-eno-turystycznego

Gospodarstwa agro-eno-turystyczne łączą ofertę gospodarstwa winiarskiego z walorami gospodarstw agroturystycznych. Tego typu oferta zapewnia najbardziej pożądane elementy turystyki winiarskiej. Niewielka baza noclegowa gospodarstw agroturystycznych zapewnia kameralną oprawę i indywidualne podejście do każdego klienta. Oferta gastronomiczna oferowana przez gospodarstwa agroturystyczne bazuje na lokalnych produktach, tradycyjnych przepisach i lokalnych tradycjach, co wzbogaca kulinarne doznania enoturysty. Walory winnicy, w której można zamieszkać, przyrzeć się pracy winiarza lub wziąć w niej udział w niewielkiej grupie spełnia wymagania co do edukacji winiarskiej. Kameralne sale gospodarstw agroturystycznych doskonale nadają się na dedykowane degustacje win lokalnych, połączonych z lokalnymi produktami spożywczymi, takimi jak ser, wędlina, musy owocowe, chutney'e, soki czy wypieki.

Oferta gospodarstwa agro-eno-turystycznego powinna opierać się przede wszystkim o lokalne produkty. Regionalny charakter produkcji i konsumpcji wspiera promocję innych przedsiębiorców i rolników, ogranicza potrzeby transportowe, pozwala na prezentację walorów smakowych i podkreślenie wyjątkowości regionu.

Enoturysta jako klient

Osoby zorientowane na enoturystykę to zazwyczaj świadomi konsumenci wina, o pewnym poziomie wiedzy w zakresie uprawy winorośli i produkcji tego trunku. Są to zwykle osoby pracujące zawodowo, które nie dysponują zbyt dużą ilością czasu wolnego. Ich urlopy zazwyczaj są dość krótkie, kilku-, kilkunasto- dniowe, za to bardzo intensywne⁷. Osoby zainteresowane turystyką winiarską zwykle są osobami dość zamożnymi i nie szukają najniższych cen. Na wyjazd enoturystyczny są w stanie przeznaczyć nawet znaczne sumy, zbliżone do kosztów dłuższych tradycyjnych wyjazdów na urlop. Enoturysta krajowy, odwiedzający winnice to zwykle osoba początkująca w zakresie wiedzy o winie, która dopiero zdobywa wiedzę o kulturze spożycia i produkcji. Z tego względu

wymaga profesjonalnej obsługi zarówno pod kątem oferty turystycznej jak i elementarnej wiedzy dotyczącej rodzajów wina, podstaw degustacji, komponowania win i potraw. Polski klient zazwyczaj podróżuje samochodem, samotnie, w parze lub w grupie przyjaciół. Oczekuje możliwości przenocowania, drobnej gastronomii lub dostępu do kuchni, aneksu kuchennego lub oferty ze śniadaniem. Jako klient o bardziej zasobnym portfelu spodziewa się komfortowych warunków.

Oferta agroturystyczna gospodarstwa

Klient, który zamierza odwiedzić winnicę i skorzystać o oferty degustacyjnej liczy się z brakiem możliwości powrotu własnym środkiem transportu. Z tego względu szczególnym powodzeniem cieszą się gospodarstwa oferujące noclegi bezpośrednio w winnicy. Oferta zawarta w ramach gospodarstwa doskonale wpisuje się w strategię zrównoważonego rozwoju turystyki winiarskiej, bazując na lokalnych zasobach i niewielkich grupach turystów.⁸ Standardem niezbędnym do zaoferowania enoturystyki są pokoje z łazienkami, optymalnie zdecydowanie większe niż standardowe pokoje hotelowe. Dodatkowym atutem będzie oferta noclegowa w postaci pokoi wyposażonych w mini aneks kuchenny z lodówką czy czajnikiem. Należy pamiętać, że ten turysta zapewne będzie chciał skosztować zakupionych win, więc na wyposażeniu dostępnym w pokoju lub w części wspólnej powinien znaleźć się korkociąg i odpowiednie szkło (kieliszki,



Widok na winnicę z sali degustacyjnej i części produkcyjnej winnicy (okolice Nowego Sącza).

karafka, szklanki do wody, woda mineralna). Ukłonem w kierunku klienta będzie dostępna schładzarka do wina, czy różne rodzaje kieliszków, dedykowane do różnych rodzajów win. Ten klient doceni

także styl wyposażenia agroturystyki, staranność w doborze elementów i ich jakość.

Enoturysta doceni także niewielką liczbę gości, którzy mogą znaleźć nocleg w gospodarstwie agroturystycznym. Co prawda warto w razie potrzeby zaoferować nocleg w pokoju 4-osobowym, zwłaszcza w czasie popularnych wydarzeń w okolicy, ale z zasady preferowane są pokoje 2-osobowe. Co więcej, wśród enoturystów często zdarzają się także osoby podróżujące samotnie. Optymalnym rozwiązaniem wydaje się być wyposażenie każdego z pięciu pokoi agroturystyki w łóżko małżeńskie, dodatkową rozkładaną sofę czy kanapę, które pozwolą na komfortowy wypoczynek zarówno dla jednej osoby, pary lub znajomych, jak i czterech osób na krótki okres czasu.

W części wspólnej obiektu należy wygospodarować przestrzeń do możliwych spotkań i wymiany doświadczeń. Może to być wspólną kuchnia z jadalną, zadaszony taras czy inne miejsce, w którym goście będą mogli delektować się lokalnym winem i produktami, w szerszym gronie. Jeśli istnieje możliwość, warto przyłożyć się do takiego zaprojektowania przestrzeni, by widok z pomieszczenia czy tarasu rozciągał się na winnicę lub na strefę leżakowania wina.

Odrębnym pomieszczeniem powinno być miejsce, w którym gospodarz prowadzi komentowane degustacje komercyjne, zarówno dla osób korzystających z noclegu, jak i tych zainteresowanych jedynie wyrobami winnicy. Oddzielenie tych pomieszczeń pozwoli na swobodne pozostawienie w nim akcesoriów do prowadzenia degustacji, da także możliwość jednorazowego przyjęcia różnych grup osób. Tego typu salę degustacyjną zorganizować można także w przestrzeniach produkcyjnych winiarni, które użytkowane są tylko okresowo – np. pomieszczeń wstępnego przetworu podczas zbiorów lub butelkowania, etykietowania win.

Oferta agroturystyczna może zostać poszerzona o dodatkowe elementy, takie jak sauna, jacuzzi, wypożyczenie rowerów jeżeli gospodarstwo znajduje się przy trasach rowerowych, sprzęt do uprawiania sportów wodnych przy lokalizacji w pobliżu jezior. Z pewnością stanowić będą one wartość dodaną oferty. Oferta gospodarstwa enoturystycznego co do zasady kierowana jest to gości pełnoletnich, podróżujących w towarzystwie osób



Sala produkcyjna, pełniąca także funkcję sali degustacyjnej (winnica na Opolszczyźnie)

dorosłych. Połączenie oferty dla miłośników wina z ofertą dla dzieci stanowi nie lada wyzwanie. Różne oczekiwania i potrzeby obu tych grup stanowią mogą przyczynę niejednego konfliktu pomiędzy gośćmi. Wymagania osób podróżujących

w celu poznawania zalet produkcji wina a rodzinami z małymi dziećmi są bardzo odmienne i trudne do pogodzenia w jednym budynku.

Oferta gastronomiczna gospodarstwa

Enoturysty z zasady stołują się w formie skorzystania z gotowej oferty, nie planują samodzielnego przygotowania posiłków z wyjątkiem próbowania zakupionych produktów lokalnych. W gospodarstwie warto zapewnić im śniadania. Dla bardziej zapracowanych gospodarzy polecić można wersję „self-breakfast”. Turysta w określonych godzinach korzysta z samoobsługowej kuchni, w której znajdują się produkty śniadaniowe, takie jak pieczywo, twarożki, ser, dżem, płatki śniadaniowe itp. Niezbędna jest oczywiście także kawa, herbata czy soki. Te ostatnie, najlepiej tłoczone na zimno, z własnych owoców lub pochodzące od sąsiada. Za nieco wyższą niż przeciętna opłatę za posiłek turysta winiarski doceni dostępność lokalnych produktów pochodzących z okolicznych gospodarstw. Co więcej, warto takie sąsiedzkie produkty posiadać w sklepiku gospodarskim, który będzie stanowił dodatkowe źródło dochodu.

Turyści winiarscy z chęcią skorzystają z lokalnej oferty gastronomicznej. Warto w widocznym miejscu umieścić oferty położonych w pobliżu ciekawych restauracji, oferujących tradycyjne dania i produkty lokalne, warto także zaoferować opcje dojazdu do takich miejsc. Jeśli w okolicy

miejsz jest niedużo, warto zaoferować wyżywienie także w gospodarstwie. Oferta wyżywienia może obejmować typowo polskie dania, dostępne po wcześniejszym zamówieniu. W niektórych włoskich gospodarstwach stosuje się zasadę wyboru z 2-3 opcji na dany dzień. Można także zaoferować dodatkową usługę w postaci dań grillowanych, z ogniska lub innych, tematycznie powiązanych z regionem czy lokalnym produktem, możliwych do zaoferowania sezonowo w postaci dodatkowej atrakcji.

Oferta enoturystyczna

Gospodarstwo agro-eno-turystyczne ma wiele możliwości zaoferowania klientom dodatkowych atrakcji podczas pobytu. Oferta powinna być adekwatna do potrzeb i umiejętności turysty. Trudno bowiem zaprosić na profesjonalne warsztaty cięcia winnej latorośli kogoś, kto nigdy nie operował sekatorem w winnicy. Dla takich osób przyda się szkolenie wstępne i praca pod okiem winiarza. Podobnie – niełatwo zaprosić osobę całkiem nieobeznaną do zaawansowanych prac w winiarni. Z pewnością doskonałym momentem do zaproszenia amatorów wina jest czas winobrania. Ze względu na ogromne obciążenie pracą przy produkcji wina wielu właścicieli winnic rezygnuje w tym czasie z zapraszania osób z zewnątrz, wskazując na niemożność zorganizowania osoby, która zajęłaby się turystami. To jednak doskonały moment, by wykorzystać potencjał winnicy, bo moment zbiorów i tłoczenia wina jest wyjątkowo spektakularny. Możliwość organizacji dodatkowych wydarzeń w gospodarstwie dotyczy praktycznie całego roku kalendarzowego. W sezonie wegetacyjnym jest sporo atrakcji w samej winnicy, poza sezonem wegetacyjnym głównie życie toczy się w winiarni, gdzie również można zaoferować gościom dodatkowe atrakcje połączone z przekazaniem wiedzy. Przychody z różnych działań możliwych do zaoferowania są zróżnicowane, podobnie jak niezbędne do zaangażowania w te działania środki. Wybór oferty prezentowanej klientowi w dużej mierze zależy od osobistych przekonań i preferencji winiarza. Warunkiem niezbędnym do prowadzenia gospodarstwa agro-eno-turystycznego jest oczywiście posiadanie winnicy w swoim gospodarstwie. W Czechach czy na Słowacji znaleźć można jednak także

takie pensjonaty, które oferują noclegi w winiarskim klimacie, bazując jednak tylko na produktach przygotowanych przez okolicznych producentów, bez oferty własnej. Wprowadzenie więc do oferty gospodarstwa elementów winiarskich możliwe jest także w taki sposób.

Sprzedaż wina butelkowanego

Sprzedaż wina turystom odwiedzających gospodarstwo agroturystyczne to najprostsza forma połączenia oferty agro- i enoturystycznej. Jest stosunkowo łatwa do wdrożenia. Zwykle gospodarstwo bazować powinno na produktach własnych. Obowiązuje tu zasada, że im więcej rodzajów win, tym lepiej. Producenci oferują zwykle krótkie partie swoich produktów. Z każdej z odmian winorośli produkują 2-3 rodzaje wina (np. o różnej słodkości czy sposobie produkcji, wino beczkowe i bez leżakowania, wina z różnych roczników). Ofertę sklepu uzupełniają inne produkty z gospodarstwa lub od okolicznych producentów, takie jak sery, dżemy, wypieki, kiszonki i inne wyroby. Sklep otwarty jest zwykle w bardzo ograniczonym czasie (np. ok. 2 godzin dziennie) lub wtedy, gdy turysta wyrazi chęć skorzystania z zakupów.



Sposób prezentacji win w sklepie przy winnicy (Czechy)

Taka oferta pozwala turystyce winiarskiej na zakup produktów jednej lub kilku winnic i degustowaniu „na własną rękę” korzystając z infrastruktury gospodarstwa. Rozwiązanie tego typu świetnie sprawdziło się w okresach obostrzeń związanych z wystąpieniem pandemii COVID-19, pozwoliło na kontynuację zarobkowania przez winiarza, dając bezpieczną możliwość korzystania z oferty enoturystycznej zainteresowanym odwiedzającym. Atutem będzie oferowanie wina w temperaturze podania, sprzedawanego wprost z winiarskiej

schładzarki, pozwalając na degustację trunków tuż po ich zakupieniu. Wdrożenie takiego rozwiązania do gospodarstwa wymaga stworzenia niewielkiej przestrzeni sklepiku, zainwestowania w kilka regałów, chłodziarkę, ladę. Niezbędne jest uzyskanie pozwolenia na sprzedaż alkoholu oraz kasa fiskalna.

Degustacje na miejscu

Organizowanie degustacji wymaga pewnego zaangażowania zarówno zasobów osobowych, jak i środków. Prowadzenie degustacji wymaga przeszkolenia się właściciela lub współpracowników, zainwestowania w odpowiednie akcesoria (kieliszki, karafki, korkociągi deski, etc.), jak również wygospodarowanie czasu na prowadzenie degustacji w zajęтым dniu pracy. Badania wskazują, że to najbardziej skuteczny sposób promocji wina wytworzonego lokalnie. Najlepiej, gdy o trunku opowiada jego twórca. Sposób zorganizowania tego typu atrakcji jest bardzo zróżnicowany. Niektóre gospodarstwa oferują degustację tylko w wybranych, wcześniej uzgodnionych terminach, na które obowiązuje rezerwacja. W takich gospodarstwach degustacje odbywają się nawet tylko kilka razy



Oferta win jednej winnicy. Ze względu na różny poziom cenowy i jakościowy wina każdą serię oznaczono etykietą o innej szacie graficznej (winnica na Morawach, Czechy)

w roku. Uczestnictwo w wydarzeniu wymaga wcześniejszego zgłoszenia i jest zwykle płatne.

Zupełnie inną formą jest otwarta degustacja oferowana na bieżąco w gospodarstwie. W takiej sytuacji prezentacji win dokonuje się nawet kilka razy dziennie, o określonej godzinie lub gdy zbierze się grupa zainteresowanych osób. Usługę można oferować codziennie lub tylko w weekendy oraz w dni o zwiększonym ruchu turystycznym, podczas wakacji czy tzw. długich weekendów. Oferowanie usługi z taką częstotliwością wymaga zaangażowania przynajmniej jednej osoby w pełnym wymiarze czasu, przeznaczanie na ten cel pomieszczenia (w okresie zimowym i podczas niesprzyjającej pogody) lub wydzielenia obszaru na otwartej przestrzeni. Oferta gospodarstwa powinna zawierać określone elementy, np. wprowadzenie i informacje o winnicy i jej właścicielach, omówienie produkowanego wina i pozostałej oferty turystycznej, informację o zdobytych medalach/nagrodach za wyroby, określoną liczbę próbek win do degustacji. Warto określić także czas trwania wydarzenia oraz z góry wskazać koszt uczestnictwa. Rozszerzeniem takiej formy może być zwiedzanie winiarni, udzielenie kilku informacji o procesie produkcyjnym czy zwiedzanie samej winnicy i prezentacja sposobu prowadzenia uprawy, np. połączona ze spacerem. By tego typu prezentacja była dla enoturysty interesująca powinna trwać nie krócej niż 30 minut i oferować zapoznanie z co najmniej 3-4 rodzajami win. W celu ograniczenia potrzeby kontaktu i zaangażowania właścicieli w takie prezentacje sporo producentów decyduje się na przygotowanie i prezentowanie krótkie materiału filmowego o winnicy.

Na tym etapie możliwe jest także zaoferowanie różnych wariantów prowadzenia prezentacji gospodarstwa. Zaoferować można zarówno krótkie, kilkudziesięciu minutowe zwiedzanie z degustacją 3 win i podstawowymi informacjami o produkcji dla osób nie związanych z turystyką winiarską, za niższą cenę, jak również bardziej rozbudowaną usługę, dla osób bliżej związanych z tematem. Powodem rozszerzenia oferty mogą być usługi zwiedzania winnicy, wizyty w przestrzeniach produkcyjnych, przeprowadzenie prezentacji na temat odmian uprawianych w gospodarstwie czy sposobu produkcji win. Tego typu oferta różnić się może w sezonie,

zależnie od prac wykonywanych i możliwych do pokazania w danym czasie. Powoduje to zwiększenie zainteresowania zwłaszcza klientów z niedalekich odległości do regularnego odpowiedzenia gospodarstwa i nawiązywania długofalowych relacji.

Zwiedzanie winnicy

Samo zwiedzanie terenu uprawy może być traktowane jako rodzaj dodatkowej oferty. Krótkie, nawet kilkunastominutowe opowiadanie o prowadzonej produkcji wprowadza element edukacyjny do wizyty w gospodarstwie. Wizyty w miejscu uprawy możliwe są jednak tylko w dni o sprzyjającej pogodzie, bez deszczu, silnego wiatru czy zimna. Ze względów bezpieczeństwa, zwiedzanie możliwe jest poza prowadzonymi tu zabiegami ochrony roślin czy mechanicznej pielęgnacji. Takie prace, o ile



Widok na winnicę w województwie opolskim

to możliwe, warto planować na dni o mniejszym nasileniu ruchu turystycznego. Aby wizyta na winnicy była atrakcyjna i nie powodowała dyskomfortu u zwiedzających, warto wskazać potrzebę założenia odpowiedniego obuwia, zabranie ze sobą parasola czy ochronę głowy przed słońcem.

Zwiedzanie winiarni

Zwiedzanie winiarni może być traktowane zamiennie z wizytą w winnicy, zależnie od pory roku i warunków pogodowych. Sama wizyta w winiarni, bez odpowiedniego komentarza dotyczącego użyteczności poszczególnych maszyn, informacji o procesach, nie wnosi zbyt wiele dla osób bez doświadczenia w zakresie winorośli i wina. Szczególną uwagę podczas wizyty należy zwrócić na przekazanie prostych zrozumiałych informacji, bezpieczeństwo

gości oraz warunki sanitarne w winiarni. Warto wskazać konieczność pozostawienia przed wejściem większych toreb czy plecaków, zdjęcia odzieży wierzchniej czy też nie dotykania wybranych elementów wyposażenia.

Wydarzenia okolicznościowe

Doskonałym elementem promocji gospodarstwa agro-eno-turystycznego jest organizacja wydarzeń okolicznościowych. Przyczynkiem do takie wydarzenia może być zarówno proces produkcji wina i pielęgnacji uprawy np. cięcie zimowe krzewów, zbiór owoców, butelkowanie wina, jak i ważna data w życiu gospodarstwa, np. rocznica założenia winnicy czy urodziny gospodarza. Dobór wydarzenia i jego charakter może być dowolny i zależy tylko od inwencji twórczej właścicieli. Warto, aby taki dzień obfitował w dodatkowe atrakcje, niemożliwe do obejrzenia w innym czasie. Tego typu działania można także zarekomendować poprzez umieszczenie ich w informacjach dotyczących wydarzeń w danym regionie. Do współpracy przy organizacji i uczestnictwie w takim wydarzeniu, warto zaprosić innych lokalnych producentów a nawet sąsiednich winiarzy.

Kursy, szkolenia, warsztaty

Ten rodzaj oferty gospodarstwa kierowany jest do osób na zaawansowanym poziomie, klientów, którzy deklarują chęć podniesienia wiedzy na temat uprawy winorośli i produkcji wina. Warsztaty mogą mieć zarówno charakter praktyczny, jak i pokazowy i mogą trwać od kilku godzin do nawet kilku dni. Tematyka kursów i szkoleń może się powtarzać, w określonym ramowym programie, lecz mogą to być także każdorazowo inne wydarzenia, przygotowanie pod konkretne zainteresowania potencjalnego klienta i potrzeby winnicy. Oferta kursu czy szkolenia trwająca więcej niż jeden dzień powinna zapewnić nocleg w winnicy, część teoretyczną, praktyczną oraz degustacyjną. Niektóre winnice oferują zajęcia, które przyciągają innych potencjalnych właścicieli winnic, którzy chcą zdobyć potrzebne umiejętności przed rozpoczęciem własnej działalności winiarskiej. To świetny sposób na zaoferowanie pełnej gamy

usług gospodarstwa, od oferty noclegów i wyżywienia, po fachową wiedzę. Warunkiem powodzenia tego typu oferty jest otwartość winiarza na dzielenie się swoją wiedzą w zakresie uprawy winorośli i produkcji wina. Do współpracy przy takim wydarzeniu zaprosić można osoby na stałe współpracujące z gospodarstwem, dostawców innych produktów do sklepu w gospodarstwie, fachowców z wybranych zagadnień w uprawie i produkcji wina. Tego typu oferta stanowi najszerszy sposób wykorzystania zasobów gospodarstw agro-eno-turystycznych.

Terminy oferowania usług

Oferty zarówno degustacji, zwiedzania winnicy czy winiarni, jak i organizacja szkoleń w zasadzie może być realizowana przez cały rok. W okresie zimowym możliwe jest realizowanie oferty związanej z cięciem winnej latorośli i procesami produkcji wina. Czas wiosenny sprzyja warsztatom z zakresu pielęgnacji winnicy. Okres wakacyjny to czas letnich prac w winnicy i prezentacji zasad wyprodukowania zdrowych owoców. Jesień to winobranie, rozpoczęcie produkcji wina. Tylko od właściciela zależy, w którym okresie zaoferuje odpowiednie wydarzenia, wpisując je w kalendarz imprez lokalnych czy regionalnych. Warto, by oferty takie proponować nie tylko w wysokim sezonie turystycznym, ale także poza nim. Warsztaty z zakresu analizy sensorycznej czy uprawy winorośli i wytwarzania różnych rodzajów wina mogą skutecznie podreperować budżet gospodarstwa i zapewnić obłożenie w części noclegowej nawet w bardzo mało atrakcyjnych turystycznie sezonach. W Polsce za „martwy” sezon turystyczny przez lata uważano miesiące listopad, początek grudnia czy marzec. To idealny czas na oferowanie szkoleń, degustacji i zajęć z produkcji win.

Wycena oferty gospodarstw agro-eno-turystycznych

Prowadzenie tego typu działalności na terenie kraju jest pomysłem nowatorskim, dlatego trudno odnieść się do przykładów, wskazujących wprost opłacalność. Oszacować jednak można potencjalne przychody z prowadzonej w ten sposób działalności w oparciu zarówno o sprzedaż

win z winnic, jak i przychody z prowadzonych warsztatów oraz ofertę dostępną na rynku zarówno krajowym jak i w pobliskim sąsiedztwie. Podkreślić należy, że oferta gospodarstwa kierowana jest do osób, które są skłonne przeznaczyć wyższą kwotę za oferowaną usługę niż na typowe wizyty wakacyjne, bez dodatkowych atrakcji. Opłacalność przedsięwzięcia w dużym stopniu zależy jednak od uwarunkowań wewnątrz gospodarstwa, np. dostępność własnych produktów lub potrzebę ich zakupu z innych gospodarstwa, zasoby ludzkie możliwe do zaangażowania w działalność gospodarstwa lub konieczności zapłaty za pracę osób trzecich i dostępność tych osób na rynku. Z zasady gospodarstwa takie to biznes rodzinny, jednak każdy z winiarzy inaczej wycenia pracę swoją i współpracowników. Trudno więc jednoznacznie określić koszty prowadzenia takiej działalności.

Noclegi

Zakładając działalność agroturystyczną, w myśl przepisów i zasad obowiązujących w kraju, gospodarz zaoferować może 5 pokoi w gospodarstwie. Przy założeniu oferowania pokoi 2-osobowych, z możliwością przenocowania 4 osób (łóżko podwójne + rozkładana sofa dwuosobowa w każdym pokoju) jednorazowo można zaoferować nocleg maksymalnie 10 - 20 osobom, co jest wystarczającą liczbą dla grup na warsztaty. Gospodarstwa w różny sposób wyceniają swoje usługi, u jednych gospodarzy cena dotyczy noclegu za osobę, u innych dotyczy ceny za pokój, niezależnie od liczby osób lub z dopłatą za kolejne osoby powyżej 2. Każdy z tych sposobów rozliczania ma swoje zalety. Zdefiniowanie ceny za pokój gwarantuje dochód niezależnie od liczby gości. W przypadku kalkulowania kompleksowej oferty szkolenia czy warsztatu winiarskiego warto zaoferować cenę wraz z noclegiem na miejscu.

Cena noclegów zbliżona powinna być do oferty usług hotelarskich na lokalnym rynku. Sam fakt, że nocleg odbywa się w gospodarstwie nie oznacza konieczności obniżania ceny. Jeżeli standard pokoi oraz ich wyposażenie jest na wysokim poziomie, a gospodarstwo oferuje dodatkowe atrakcje (np. rowery, saunę, kącik do grillowania) cena może być nawet wyższa niż w obiektach o teoretycznie wyższym standardzie i prestiżu.

Warto mieć na uwadze, że w cenę należy w kalkulować koszty częstego odnawiania pomieszczeń, by były atrakcyjne dla wymagającego klienta, jakim jest turysta winiarski. Przy zachowaniu właściwego standardu usługi, enoturysta bez problemu przeznaczy kwotę odpowiadającą cenie dobrej usługi hotelowej. Cena może podlegać zmianom zależnie od zainteresowania, na czas wysokiego sezonu można zwiększyć cenę, w okresie mniej atrakcyjnym turystów przyciągnąć można właśnie niższą ceną.

Śniadania

Enoturysta zazwyczaj nie ma czasu na samodzielne kupowanie produktów i przygotowanie posiłków, dlatego ważnym elementem jest zaoferowanie mu śniadania. Warto bazować podczas serwowania na produktach lokalnych, o wysokiej jakości, za odpowiednią cenę. W przypadku braku dostępnych zasobów ludzkich do serwowania śniadań można także skorzystać ze współpracy z lokalnymi firmami oferującymi catering. Śniadania można bowiem zaproponować nawet w wersji kosza śniadaniowego dostarczanego wprost pod drzwi pokoju o określonej porze. Pokoje wyposażone w stół, aneks kuchenny a nawet tylko czajnik, ekspres do kawy czy lodówkę pozwolą na samodzielne przygotowanie napojów i konsumpcję śniadania we własnym gronie. Rozwiązanie to doskonale sprawdziło się w czasie ograniczeń pandemicznych, pozwalając na bezproblemowe funkcjonowanie czeskich czy austriackich gospodarstw agroturystycznych i niewielkich pensjonatów. Dobrym rozwiązaniem jest także opcja samodzielnego przygotowywania śniadania z produktów dostępnych w kuchni czy pokoju przez samego winiarza, jednak nie zadowolili oni bardziej wybrednych klientów. Problemem może być wówczas także sprzątanie po posiłku, na które turysta winiarski zwyczajnie nie chce przeznaczać czasu urlopowego.

Posiłki

Pozostałe posiłki serwowane w gospodarstwie zależą od inwencji gospodarza. Tego typu obiekty proponują zwykle obiady, kolacje lub obia-

dokolacje. Zwłaszcza ta ostatnia wersja jest preferowana przez enoturystów, bo pozwala na całodniowe zwiedzanie i spokojne spożycie ciepłego posiłku w miejscu noclegu z butelką wina jako dodatek. Nowością w gospodarstwa agroturystycznych jest oferta zbliżona do popularnego *all inclusive*, czyli taki rodzaj wyżywienia, gdzie w ciągu całego dnia gospodarze serwują różne posiłki, przekąski i produkty, zwykle własnej produkcji. Tego typu rozwiązanie jest mało popularne przy typowej turystyce winiarskiej, ze względu na częste przemieszczania się gości, ale może być dobrym rozwiązaniem podczas prowadzonych warsztatów czy szkoleń. Możliwe jest różne oszacowanie i kalkulowanie ceny obiadu, kolacji, czy obiadokolacji. Jedni gospodarze co do zasady oferują wybrany posiłek w określonej cenie. Inni, zależnie od pozycji i ceny produktów na danie, oferują je w różnych cenach. Wspólnym elementem musi być konieczność wcześniejszego zarezerwowania posiłku, który gospodarze przygotowują pod konkretnego turystę na umówioną godzinę. Warto pamiętać, że turysta winiarski może być wymagający zarówno co do jakości składników, jak i rodzaju diety. Koniecznym jest więc zaoferowanie zarówno posiłków przeznaczonych dla wegan czy wegetarian jak i otwartość na pewne wykluczenia z diety. Taki rodzaj oferty gastronomicznej doskonale wpisuje się w trend nie marnowania żywności, oszczędzania zasobów i bazowania na produkcie wytworzonym lokalnie. Cena posiłku powinna wydać się interesująca zarówno dla oferującego, jak i konsumenta. Odniesienie się



Deska przekąskowa serwowana podczas degustacji wina (Czechy)

do średnich cen w lokalach gastronomicznych w okolicy o oferowanie posiłków w podobnej lub nieco niższej cenie powinno być dobrym rozwiązaniem.

Odrębną ofertą jest oferta gastronomiczna serwowana do degustacji win. Tutaj dowolność jest także spora. Można zaoferować pełną obiadokolację, jak

i niewielką przekąską, złożoną z sera, wędlin, czy suszonych owoców, orzechów, lokalnych przysmaków. Warto pamiętać, aby nie łączyć z winem produktów, które będą zbyt dominujące w smaku. Nie sprawdza się tu potrawy mocno doprawione czosnkiem, ostre kiszonki czy inne, mało pasujące do wina.

Degustacja

Cena pakietów degustacyjnych musi być na tyle atrakcyjna, zwłaszcza w podstawowej wersji, by nie odstraszała mniej zapoznanych z tematem turystów. Warto ofertę odnieść do ceny butelki wina, która sprzedawana jest w winnicy i zaproponować cenę w przeliczeniu na kieliszki wina. Degustacja niesie za sobą potrzebę zapewnienia kieliszków, ich mycie, wyparzenie i obsługę, co powinno być ujęte w cenie pakietów degustacyjnych. Aktualnie oferty dostępne na rynku wahają się między kilkunastoma złotymi za pojedynczą próbkę wina (kieliszek degustacyjny) a kilkadziesiątoma złotymi za prostą degustację kilku win. Oferty obejmujące większą liczbę próbek wina, pełny obiad, obiadokolację czy inny posiłek wynoszą nawet 200-400 zł za osobę. Zwykle kosztują jednak nieco mniej niż tzw. menu degustacyjne serwowane w restauracjach specjalizujących się w tego typu wydarzeniach. Tak jak podstawowa oferta nie powinna być zbyt wygórowana cenowo, tak wszelkie rozbudowanie propozycji mogą, po akceptacji zamawiających, kosztować zdecydowanie więcej, zależnie od zakresu usługi.

Wycena szkoleń i warsztatów

Ten rodzaj oferty zwykle jest o wiele droższy niż prosta degustacja. Wymaga przygotowania, poświęcenia sporej ilości czasu, jest także sposobem na pozyskanie wiedzy, ma walory użytkowe. Im bardziej winiarz rozpoznawany w regionie tym więcej kosztuje dostęp do jego wiedzy. Wartość cenowa w zasadzie kształtowana jest przez rynek i przez niego weryfikowana. Zbyt wygórowana cena nie połączona z dużą dawką fachowej wiedzy może po kilku edycjach odstraszyć potencjalnych klientów. Cena

zbyt niska sugerować może brak należytego przygotowania i staranności w prowadzeniu tego typu usługi.

W pierwszy etapie prowadzenia tego typu działalności warto odnieść się do cen innych oferentów i zaproponować nieco niższą cenę. Można także zaprosić do współpracy osoby z większym doświadczeniem i adekwatnie do ich wymagań i poziomu oferowanej usługi cenę zwiększyć. Należy pamiętać, że cena samych warsztatów to tylko składowa ceny za całą usługę, na którą składa się także cena za nocleg, degustację i wyżywienie. Warsztaty nie powinny być zbyt długie. Oferty 2-3 dniowe nie będą zbyt wysokie cenowo oraz będą dostępne czasowo dla osób, które są aktywne zawodowo, często w bardzo intensywnym wymiarze. Taki czas trwania nie ograniczy także zbyt dostępności winiarza i nie utrudni produkcji w gospodarstwie. Warsztaty tygodniowe i dłuższe organizowane są o wiele rzadziej, zazwyczaj w okresie wiosennym i dotyczą cięcia winorośli. Taka oferta spotykana jest także w czasie zbiorów i produkcji wina.



Oferta polskich win dostępna w lokalnym marketcie (okolice Wrocławia)

jest to jednak oferta zbyt popularna, kierowana jest tylko do osób zawodowo zainteresowanych produkcją wina i otworzeniem własnej winnicy. Od organizatora wymaga sporych zasobów czasowych, kadrowych i sporej wiedzy. Zaofierowania atrakcyjnej usługi jest więc zadaniem bardzo wymagającym.

Podsumowanie

Gospodarstwa agro-eno-turystyczne to przyszłościowe, innowacyjne rozwiązanie dla rodzinnych gospodarstw winiarskich. Połączenie oferty związanej z uprawą winorośli i produkcją wina z usługą noclegów i wyżywienia może być dobrym źródłem dochodu winiarza. Dodatkowo promowanie takiej kompleksowej oferty stanowi świetny sposób zbudowania rozpoznawalności lokalnych marek i promocji regionu. Usługa, bazująca na zasobach i wiedzy gospodarza i jego współpracowników pozwala także na zwiększenie przychodów z działalności wykonywanej w winnicy.

Organizacja gospodarstwa agro-eno-turystycznego pozwala na zapewnienie miejsc pracy zarówno winiarzowi jak i jego domownikom. Kompleksowość oferowanej usługi pozwala na zwiększenie przychodów z różnych działalności, otwiera także nowe kanały sprzedaży produktów wytworzonych u tego i sąsiednich producentów. Taki rodzaj organizacji turystyki i sprzedaży wspiera ideę skracania łańcucha dostaw żywności, pozwala na zwiększenie dochodów rolnika poprzez eliminację pośredników w procesie sprzedaży.

Gospodarstwa agro-eno-turystyczne mają szansę zapewnić atrakcyjny rozwój zawodowy młodym osobom zamieszkującym na obszarach wiejskich, gwarantując im atrakcyjną pasjonującą pracę wynagradzaną w satysfakcjonujący sposób. Zróżnicowanie oferty, opartej nie tylko na produkcji wina ogranicza ryzyko niepowodzeń produkcji związanej z niekorzystnym przebiegiem pogody czy klęskami żywiołowymi, czyniąc produkcję wina w warunkach naszego klimatu bardziej stabilną.

Obecnie oferta tego typu gospodarstw jest bardzo niewielka. Pionierzy oferują swoje usługi w pojedynczych winnicach w kraju, bazując na doświadczeniach z innych krajów winiarskich. To obszar w którym istnieje możliwość wypełnienia luki na rynku i zorganizowanie satysfakcjonującego przedsięwzięcia rolnego.

Bibliografia

- ¹ Pizło-Mazurkiewicz A., 2012, Turystyka winiarska (enoturystyka): korzyści i koszty, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług*, Nr 84, Szczecin, s. 633-645.
- ² Pizło-Mazurkiewicz A., 2009, Enoturystyka czynnikiem poprawy konkurencyjności regionów z uprawą winorośli na przykładzie Węgier, *Zeszyty Naukowe SGGW - Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, nr 80, s. 97-108.
- ³ Ponte S., 2021, Bursting the bubble? The hidden costs and visible conflicts behind the Prosecco wine 'miracle', *Journal of Rural Studies*, Volume 86, s. 542-553, ISSN 0743-0167, <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.07.002>.
- ⁴ Zamarreño-Aramendia, G.; Cruz-Ruiz, E.; Ruiz-Romero de la Cruz, E. Sustainable Economy and Development of the Rural Territory: Proposal of Wine Tourism Itineraries in La Axarquía of Malaga (Spain). *Economies* 2021, 9, 29. <https://doi.org/10.3390/economies9010029>
- ⁵ Pizło-Mazurkiewicz A., 2017, Turystyka winiarska (enoturystyka) jako element dywersyfikacji działalności na wsi, *Wieś jutra*, Nr 4 (193), Warszawa, s. 15-17.
- ⁶ Güzel Ö., Ehtiyar R., Ryan Ch., 2021, The Success Factors of wine tourism entrepreneurship for rural area: A thematic biographical narrative analysis in Turkey, *Journal of Rural Studies*, Volume 84, s. 230-239, ISSN 0743-0167, <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.04.021>.
- ⁷ Nickova M., 2021. Viticultural regions in function of the development of wine tourism. *UTMS Journal of Economics* 12(2): 204–210.
- ⁸ Salgueiro Rachão S.A., de Jesus Breda C., de Oliveira Fernandes C., Joukes V., 2021, Drivers of experience co-creation in food-and-wine tourism: An exploratory quantitative analysis, *Tourism Management Perspectives*, Volume 37, 100783, ISSN 2211-9736, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100783>.

Spis treści

Wstęp	3
Turystyka winiarska czyli enoturystyka	3
Korzyści z enoturystyki	5
Regiony winiarskie	6
Szlaki wina	7
Oferta gospodarstwa agro-eno-turystycznego	9
Enoturysta jako klient	9
Oferta agroturystyczna gospodarstwa	10
Oferta gastronomiczna gospodarstwa	12
Oferta enoturystyczna	13
Sprzedaż wina butelkowanego	14
Degustacje na miejscu	15
Zwiedzanie winnicy	17
Zwiedzanie winiarni	17
Wydarzenia okolicznościowe	18
Kursy, szkolenia, warsztaty	18
Terminy oferowania usług	19
Wycena oferty gospodarstw agro-eno-turystycznych	19
Noclegi	20
Śniadania	21
Posiłki	21
Degustacja	23
Wycena szkoleń i warsztatów	23
Podsumowanie	25
Bibliografia	26

