

VLOGA VINSKEGA TURIZMA PRI RAZVOJU PONUDBE TURISTIČNE DESTINACIJE

Igor Jurinčič in Simon Kerma

Martinov posvet
Koper, 17.11.2011



UNIVERZA NA PRIMORSKEM
UNIVERSITÀ DEL LITORALE
UNIVERSITY OF PRIMORSKA



TURISTICA

FAKULTETA ZA TURISTIČNE ŠTUDIJE PORTOROŽ
FACOLTÀ DI STUDI PER IL TURISMO PORTOROSE
FACULTY OF TOURISM STUDIES PORTOROŽ

Uvod

- Vinski turizem lahko v vinorodnih turističnih destinacijah odigra vlogo temeljnega nosilca in povezovalca kakovostne in prepoznavne turistične ponudbe, ki je značilna za specifično destinacijo oziroma teritorij.
- Uspešni primeri takšne dobre prakse so na primer Toskana in Brda v sosednji Italiji.
- To je možno v pravilni kombinaciji s ponudbo turističnih proizvodov kulinarike, naravne in kulturne dediščine, wellnesa, rekreacije in različnih prireditev.
- Takšno ponudbo je možno ponujati preko celega leta in ne pozna sezonskih nihanj.



Vinorodne dežele in okoliši



Kartografija: Jerneja Fuell

Vir: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano

© Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU, 2008



Konzorciji vin

- V Sloveniji imamo trenutno šest vinskih konzorcijev: Konzorcij vin Istre, Kraški konzorcij pridelovalcev Terana, Konzorcij Zelen v Vipavski dolini, Konzorcij Goriška Brda, Konzorcij pridelovalcev Cvička v Dolenjskem vinorodnem okolišu in Klub Šipon v Štajerskem vinorodnem okolišu.
- Večino konzorcijev so ustanovili z namenom izboljšanja kakovosti pridelave in trženja vin.
- Konzorcije je ustanovilo nekaj ali več znanih vinarjev, katerih količine proizvedenih vin predstavljajo le manjši vendar najbolj kakovosten delež celotne proizvodnje v vinorodnem okolišu.

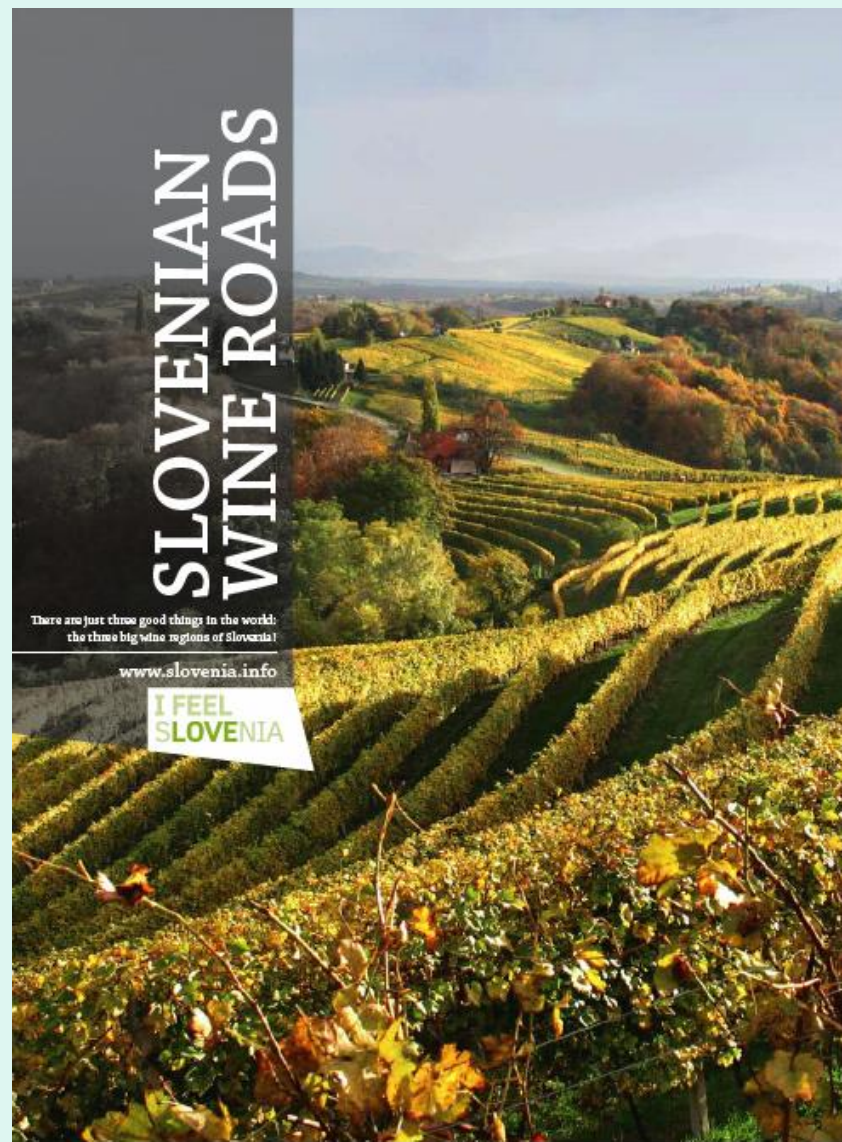


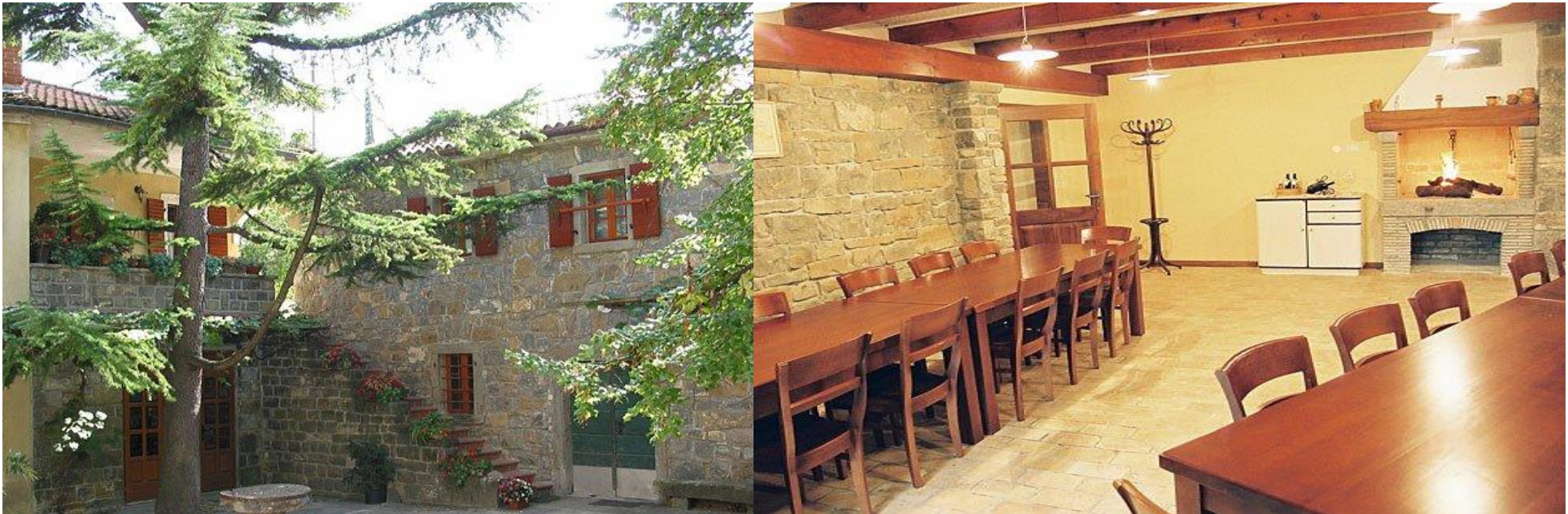


- Pomembno vlogo pri vključevanju vinarjev v turistično ponudbo vinskega okoliša imajo tudi različna društva in združenja vinarjev ter vinski konzorciji.
- Ugotavljamo različen uspeh pri vspostavljanju in razvoju vinskih cest v Sloveniji z vidika povezovanja in promocije turistične ponudbe celotnega vinskega okoliša.
- Pozorni smo bili na ozaveščenost vinarjev o pomenu skupne turistične promocije vinskega turizma in regije v celoti ter jo primerjali s stopnjo razvitosti vinske in splošne turistične ponudbe v regiji.

Slovenske vinske ceste

- Ugotavljamo različen uspeh pri ustanavljanju in razvoju vinskih turističnih cest v Sloveniji v smislu povezovanja in promocije turistične ponudbe vinskega okoliša/regije kot celote.
- Opažamo pomembne kakovostne premike v zavedanju vinarjev o pomembnosti skupne turistične promocije vinskega turizma in turistične destinacije nasploh.





- Poleg ponudbe vin ponujajo tudi druge proizvode, še posebej oljčno olje v Istri in Brdih, sadje in na kmetijah proizvedeno hrano. Posamezniki ponujajo tudi že možnost prenočitve na kmetiji oz. kleti (npr. zidanice na Dolenjskem).
- Uvajanje dopolnilnih dejavnosti na kmetiji, še posebej na področju turizma, predstavljajo dodatne možnosti za zaposlitev članov družine in tudi pomembne dodatne dohodke kmetije.



- Opazen je namreč pomen prepoznavnosti vinorodnega okoliša in vinske regije ter porast povpraševanje tudi po drugih izdelkih z geografskim poreklom, še posebej iz integrirane in ekološke kmetijske proizvodnje.
- Pri tem je zelo pomembno ozaveščanje in izobraževanje potrošnikov o vinski kulturi in zdravem načinu prehranjevanja.
- Predstavili bomo nekaj takšnih uspešnih praks odgovornega turizma na področju vinskega turizma v Sloveniji in jih primerjali z primeri dobre prakse v Italiji.

Življenjski cikel vinskega turizma

Vpis v register vinarjev

Vključitev na vinsko cesto

Stekleničenje vin in udeležba
na regionalnih in državnih
ocenjevanjih vin

Registracija izletniške kmetije

Nagrade na državnih
tekmovanjih in registracija
turistične kmetije z
nastanitvijo

Registracija s.p. ali d.o.o. z
glavno dejavnostjo s področja
vinskega turizma in/ali trženja
vin

Vloga javne uprave in stroke

Svetovanje na področju vinarstva

Vzpostavitev vinske ceste

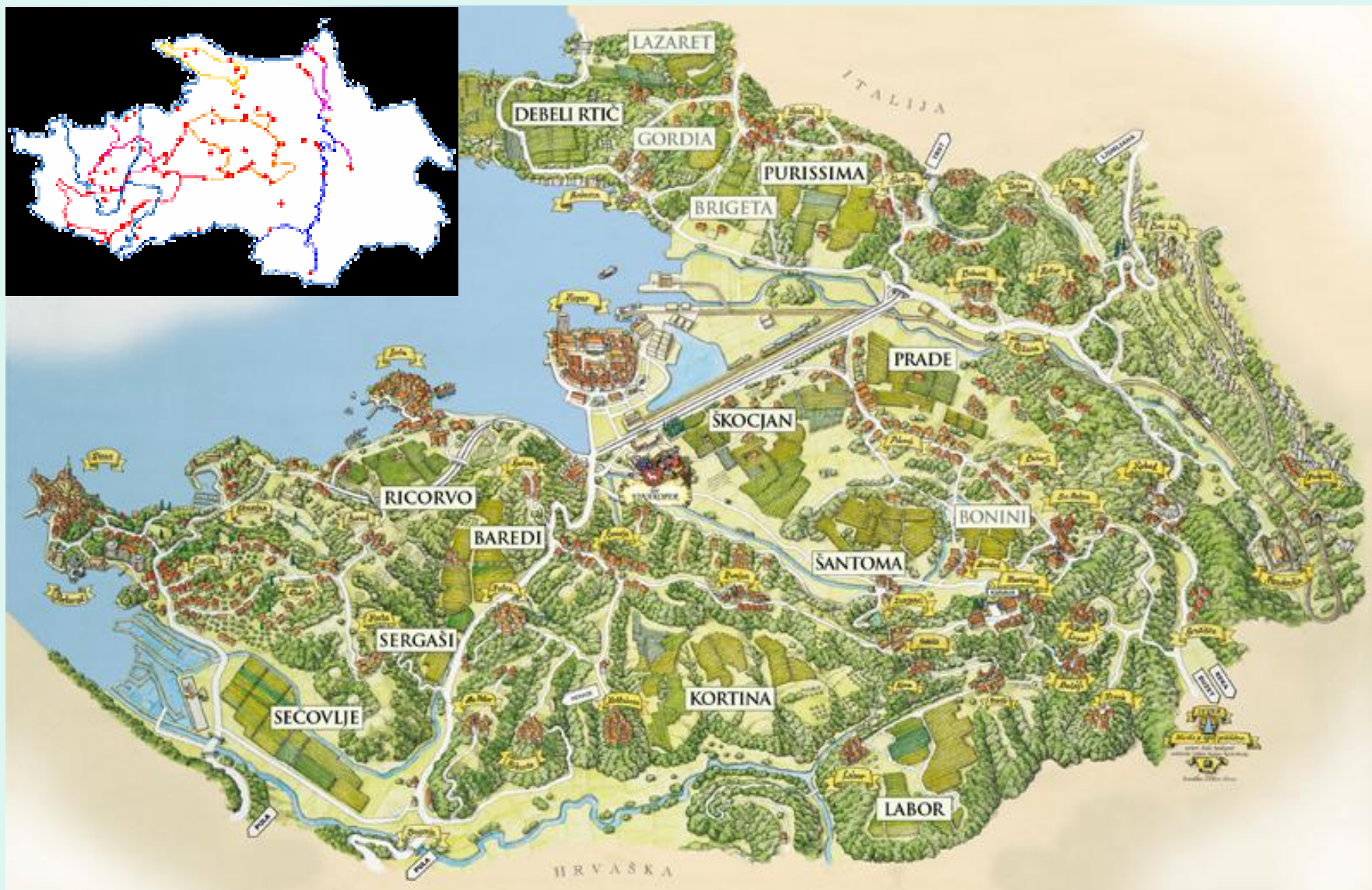
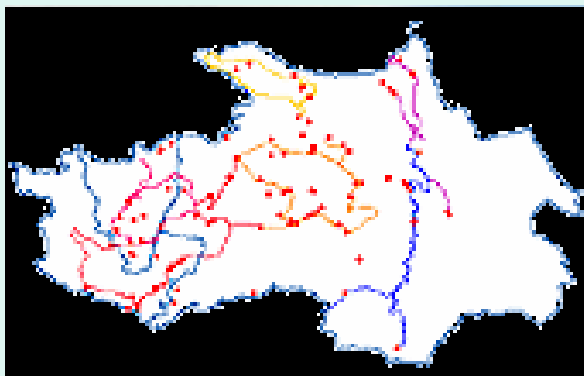
Strokovno svetovanje na
področju vinarstva in trženja vin

Podjetniško svetovanje na
področju vinskega turizma in
trženja vin

Prostorska dokumentacija,
organizacija ocenjevanj, skupna
promocija, podjetniško in prostorsko
svetovanje

Upravna dovoljenja, zagotavljanje
finančnih virov, spodbudna davčna
politika

Istrska vinska cesta



INTERREG SI-HR projekt Wellness Istra



Nalazba v zvezi prihodnost
(Opisno delo: Stručna Komisija za
Instrument za regionalno razvoj)



Ulaganje v vaše blaginjo
(Opisno delo: Opredeljena izjava o
Instrument za regionalno razvoj)



REPUBLIKA SLOVENIJA
SLUŽBA VLADE RS ZA LOKALNO SAMOUPRAVO
IN REGIONALNO POLITIKO



Wellness Istra



ISTRA-

avtentična
destinacija
dobrega počutja

avtentična
destinacija
dobrog ugođaja





VINAKOPER Hiša refoška

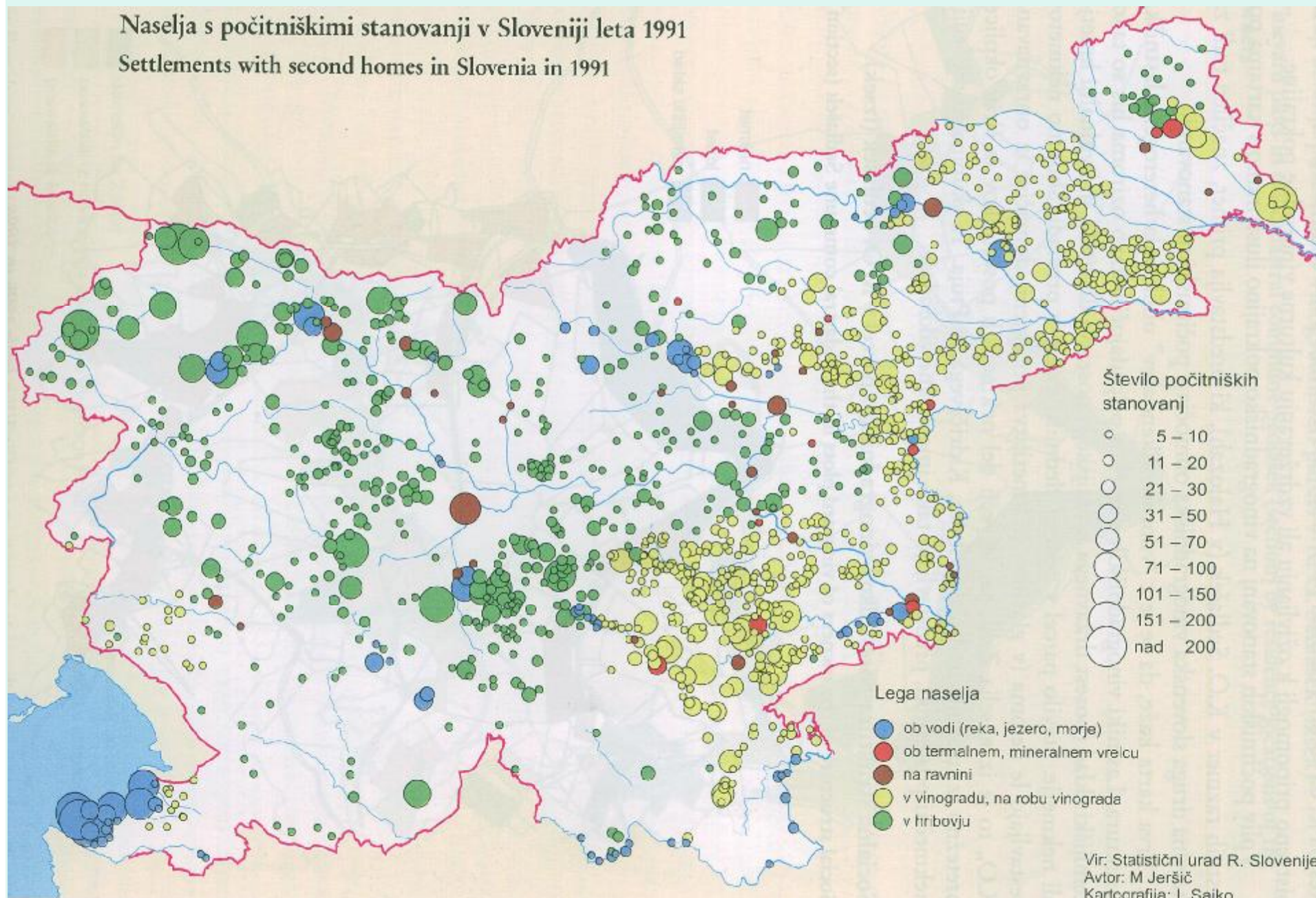


Vinorodna dežela Posavje



Naselja s počitniškimi stanovanji v Sloveniji leta 1991

Settlements with second homes in Slovenia in 1991





Wine cellars

- VINEYARD COTTAGE
- WINE CELLARS
- LEGEND
- GENERAL TERMS
- NOTES
- EVENTS
- CART
- SEARCH
- All accommodations
- Gallery
- Links
- Guestbook

Izletniška kmetija Matkovič

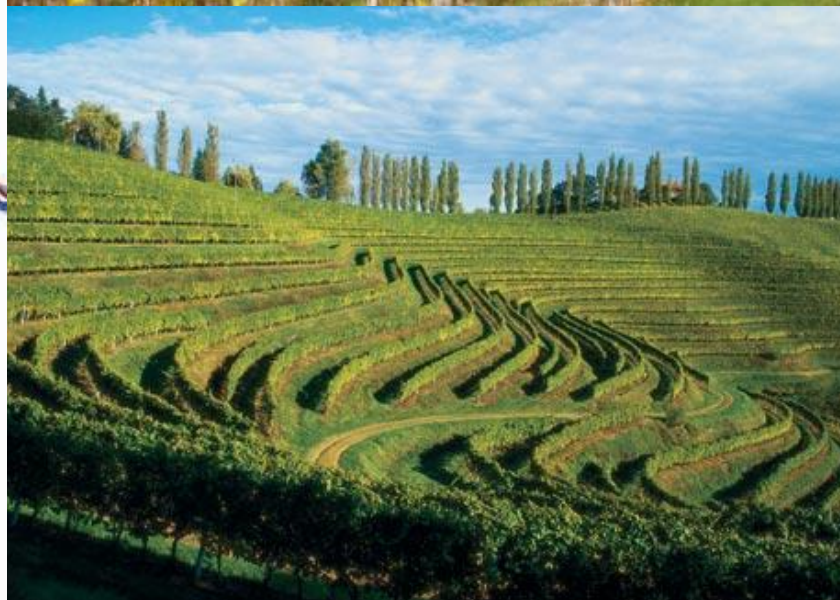
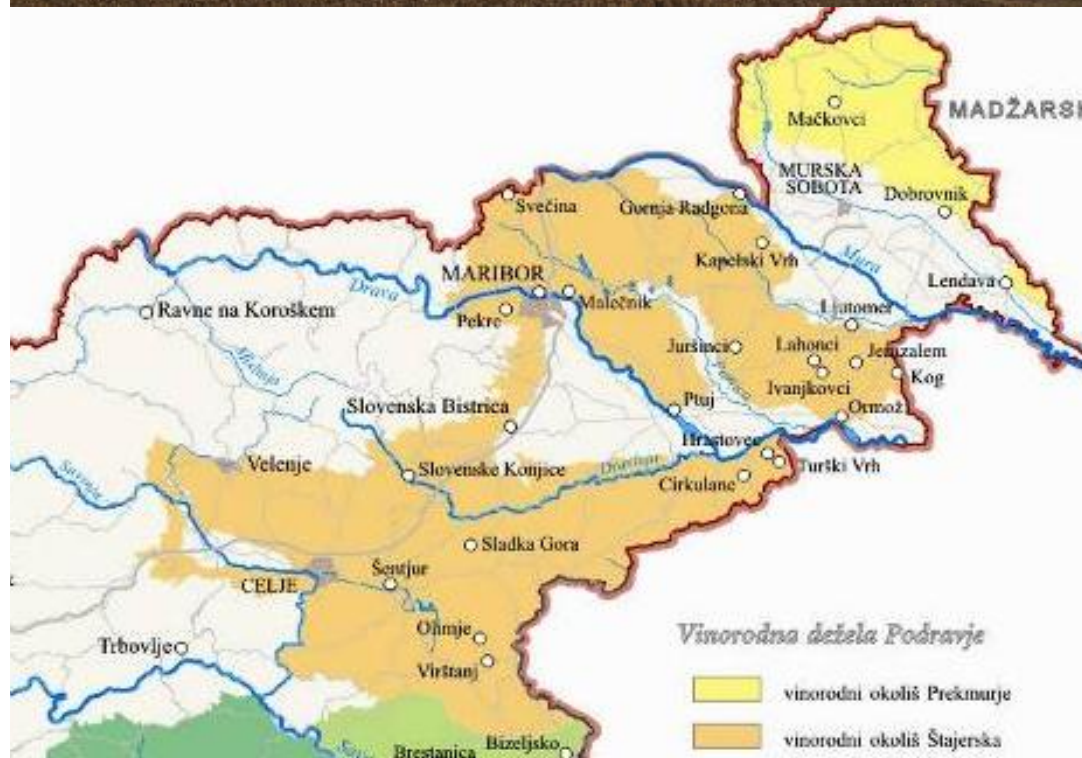


Type of facility: wine shop

PROTECTED PRODUCTS

- Kranjska klobasa (Carniolan sausage)
- Bizeljsko buckwheat bread
- Bela Krajina pogača
- Bela Krajina povitica
- Prosta povitica
- Izida spelt
- Natural mineral water
- Dolenjski sadjevec (Dolenjska fruit schnapps)

Vinorodna dežela Podravje



Pomembnost turističnih dejavnosti v turistični destinaciji in dejavnosti za podporo razvoja vinskega turizma

	Prekmurje (%)			Slovenska Istra (%)		
	Ni pomembno	Deloma pomembno	Zelo pomembno	Ni pomembno	Deloma pomembno	Zelo pomembno
Prenočišča z zajtrkom	45,7	40	14,3	37	30	33
Nastanitvene zmogljivosti ki odražajo regijski karakter	17,1	68,6	14,3	19	28	53
Vinski festivali/prireditve	0	45,7	54,3	27	18	55
Kongresna dejavnost	68,6	22,9	8,5	29	32	39
Specializirane trgovine s tipičnimi izdelki	40	48,6	11,4	17	45	38
Obrtne delavnice	80	20	0	43	39	18
Hoteli	51,4	34,3	14,3	25	31	44
Restavracije in gostilne	14,3	60	25,7	21	18	61
Športni objekti	88,6	11,4	0	37	50	13
Posebni dogodki	0	0	0	18	25	57
Dejavnosti za otroke	80	20	0	36	27	37
Kampi	51,4	37,1	11,5	36	25	39

Promocijske metode, ki jih uporabljajo vinske kleti v Slovenski Istri

	Slovenska Istra	
	N = število odgovorov	% od skupnega števila anketiranih
Kažipoti ob cestah	18	45,0
Prikaz značilnosti vhoda v vinsko klet	6	15,0
Turistični sejmi in razstave	4	10,0
Publikacije/gradiva, ki jih sami pripravljate	2	5,0
Oglaševanje v revijah	5	12,5
Lastna spletna stran	2	5,0
Oglaševanje v vinskih publikacijah	10	25,0
Oglaševanje v regionalnih turističnih vodičih	13	32,5
Oglaševanje v drugih turističnih vodičih	3	7,5
Oglaševanje v časopisih	6	15,0

Zaključki

Življenski cikel vinske turistične destinacije in štiri različne stopnje razvoja vinskega turizma na primeru analiziranih vinorodnih okolišev Slovenije v primerjavi z Italijo:

- 1. stopnja (začetna): Prekmurje
- 2. stopnja (uvajanje): Dolenjska, Slovenska Istra
- 3. stopnja (razvoj): Goriška Brda
- 4. stopnja (zrelost): Brda/Collio, Toskana

