

Състояние и развитие на винен туризъм в България – резултати от анкетно проучване

Д. Дянкова, И. Благоева, С. Йорданова, С. Яламов, Я. Николова, Р. Берберова

Нов Български Университет, ул. Монтевидео 21, София 1618, България

Conditions And Development Of Wine Tourism In Bulgaria – Investigation Results

D. Djankova, I. Blagoeva, S. Jordanova, S. Yalamov, Y. Nikolova, R. Berberova

New Bulgarian University, Bulgaria, 1618 Sofia, 21 Montevideo str.

Key words: Bulgaria, investigation of wine tourism.

The purpose of this report is to present the results of investigation of wine tourism conditions and development in Bulgaria.

Зараждане на винения туризъм

Понятието “винен туризъм” се появява в началото на 90-те години на миналия век. Производители от Австралия и САЩ първи организират и реализират турове, чиято цел е само и единствено виното – винен туризъм. Там преобладават неголеми винарни, които не разчитат на големите търговски вериги и чрез организирането на винени уикенди и турове успяват да увеличат директните си продажби. По този начин се реализира около 35% от продукцията на повечето австралийски изби, а годишният оборот от винен туризъм в страната е около 3,6 млрд. щатски долара. Винарните в областта Напа вали (Калифорния, САЩ) се посещават от около 18 млн. туристи годишно, като повечето са американци. Този новаторски опит на австралийските и американските винарни се оказва заразителен и в края на 90-те години повечето значими производители на вино в света се преориентират към този нов вид туризъм. Винените турове стават предлагани в Аржентина, Чили, Южна Африка, както и в стари винарски държави като Франция, Испания и Италия. Дори Турция, която няма традиции във винопроизводството, се опитва в последните години да предлага тази форма на туризъм.

Дефиниция на винен туризъм

Виненият туризъм е специфичен продукт, който съчетава пътуване с цел дегустация на вино. Много често тези турове се съчетават и с културно-исторически обекти, природни забележителности и традиционна кухня. Това съчетаване на различни обекти и дейности прави продукта по-разнообразен и интересен за туриста. Виното навсякъде по света и винаги се е свързвало с определената за района и страната история, култура, религия, технология и кулинария. Виненият туризъм акцентира именно върху тази негова специфика, поради което и клиентите най-често са образовани, интелигентни и платежоспособни хора, които искат да усетят духа на региона или на страната чрез вкуса на местните вина.

Доброто и успешно съчетаване на удоволствието от вкуса на виното и удоволствието от пътуването налага сътрудничество между производители, търговци, земеделци, ресторантьори, туристически агенции, хотелиери, рекламни агенти, журналисти и т.н. Тази комбинация показва, че тази форма на алтернативен туризъм представлява изключително перспективен бизнес.

Винен туризъм в България

България освен с природните и културно-историческите си дадености, е известна и с качествените си вина. Българското вино се отличава с много добри вкусови качества. България се нарежда сред 15-те страни най-големи производителки на вино. До 1990 г. страната е била на второ място по износ на бутилирано вино в световен мащаб. По-съвременната слава на българското вино тръгва от края на 19 век със засилващия се износ на мелнишко вино, от което дори Уинстън Чърчил си поръчвал всяка година по 500 литра.

Освен добрите вина, историята на страната ни е тясно свързана с европейската история на виното и това може да я превърне в една от най-атраktivните дестинации в тази сфера. Много от тракийските паметници, открити по българските земи са свързани с правенето и пиенето на вино през античността. Такива са откритите стенописи от Казанлъшката гробница, барелефи с винарски сюжети, ритуални златни и сребърни сервиси за пиене на вино и стотици други археологически паметници, от които наднична фигурата на веселия бог Дионис, за когото се знае, че преди да покори античния гръко-римски свят е бил тракийско божество. Едната хипотеза за Перперикон е, че именно това е неговото светилище.

Виното е свързано с нрава, бита и фолклора на българина. Зарязването на лозето е първият празник на виното, свързан с много традиции и честван от векове насам. Веселбата на Трифон Зарезан протича с обилно черпене с вино, народни хора и наричания за плодородие.

Гроздоберът и подготовката на гроздето за ферментация също е атракция за туристите, като особено интересен е ритуалът с мачкането на гроздето от боси девойки в големи дървени съдове.

Основно дегустациите се извършват в избите, където вината отлежават в дъбови бъчви. Важна е директната и емоционална връзка между винарите, виното и туристите. Винарите умеят да усещат хората и според човека да предложат подходящото вино.

В България първите стъпки във винения туризъм са направени в края на 90-те години. Тогава няколко изби (винпром “Дамяница”, “Лясковец”, “Осмар” и “Димят-Варна”) започват да предлагат организирани дегустации за туристически групи. Постепенно опитът е последван от други винарни, а някои туроператорски фирми трайно се ориентират към развитието на този нов продукт. В момента доста изби предлагат възможност за организирани туристически посещения с дегустации и други атракции (винарска изба “Тодоров” и “Вила винифера” от с. Брестовица, Пловдивско, винарска изба “Розова долина” - Карлово, винарна “Сините скали” в Сливен, винпром “Черноморско злато” – Поморие).

Пазар и тенденции

Наблюденията сочат, че преди 4-5 години винените туристи у нас са били преобладаващо чужденци, но днес съотношението е изравнено. Това показва, че перспективите в тази нова сфера са добри. В момента лозарството и винарството в България се радват на сериозен инвеститорски интерес. Повечето нови изби имат собствени лозя и разчитат на добри печалби от вина с високо качество, които да продават директно на ресторанти и запалени клиенти. Собствениците им вече разбират, че винените турове са е един от успешните подходи за развитието на бизнеса им.

Дестинации за винен туризъм

Типично българските сортове като Гъмза, Мавруд, Широка мелнишка, Димят, Памид и Червен мискет са добре известни на познавачите. България е страна с много добри условия за производство на вино

(различните климатични условия в различните региони) и има възможност за отглеждане на една богата гама от сортове. Страната ни може условно да се раздели на пет лозаро-винарски региона, които са специализирани в производството на специфични вина. По-топлата южна част на страната произвежда повече червени вина, а северната бели вина.

Лозаро-винарски региони:

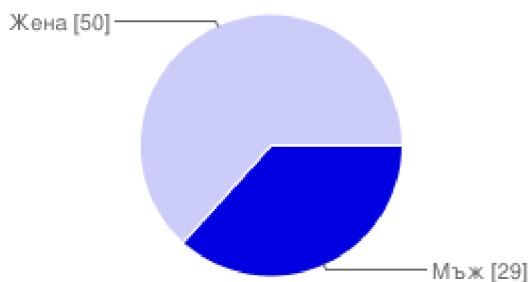
- Източен регион (Черноморски) - включва земите около Черноморието, източна Добруджа и Лудогорието. Есента е топла и доста продължителна и гроздето обикновено е с висока захарност, което е основно изискване за приготвяне на добро бяло сухо и полусухо вино. Совиньон блан например дава най-доброто грозде именно в този район, като това до голяма степен важи и за Алиготе, Ризлинг, Димят и Мускат отонел, които също се отглеждат по Черноморието. Освен тях в някои отделни части от региона се отглежда и знаменитият черноморски мавруд;
- Южен регион (Тракийски) - Пазарджик, Асеновград, Пловдив, Стара Загора, Хасково и т.н. Подходящ е основно за производство на червени вина. Предпоставка за това са почвите в региона, това че лозите са защитени от северните ветрове, както и доброто разпределение на валежите и слънчевите дни. Тук се произвеждат Мавруд и по-точно знаменитият Асеновградски, както и Червен мискет. Палитрата се допълва от универсалните Каберне совиньон и Мерло, с които Пазарджик се слави с високото си качество през годините в класа на по-евтините вина;
- Югозападен регион - долината на р. Струма. Характеризира се с традиционната Широка мелнишка лоза. Вкусът на младите вина от този сорт е плътен, леко тръпчив, а ароматът – богат и силен, докато старите вина имат омокотен вкус и се долавя изключително богатата и неопишуема гама от аромати. Отглежда се около Мелник, Хърсово и Марикостиново. Друг традиционен сорт е Керацуда, който се използва за приготвяне на бели сухи вина, които се отличават с интензивен аромат и свеж, лек, и същевременно леко пикантен вкус и плътен жълт цвят;
- Подбалкански регион - Сливен, Карлово, Славянци, Сунгурларе. Стара Планина спира студените въздушни маси, което прави региона изключително подходящ за отглеждане на грозде. Сортовете започват от традиционния Червен мискет, за който всеки любител на виното е чувал и почти сигурно – опитвал, за да преминат през Ризлинг и отново универсалното Каберне и Мерло. Едни от най-добрите сухи и полусухи вина се отглеждат именно около долината на розите и се характеризират с богат плодов аромат;
- Северен регион (Дунавски) - включва градовете Свищов, Русе, Плевен, както и традиционния и добре познат винарски център – Сухиндол. Характеризира се с горещото лято, множество слънчеви дни и умереноконтинентален климат и е подходящ за отглеждане на бели сортове грозде и производство на бели сухи вина, както и на свежи червени вина. Традиционните сортове са Гъмза, която се характеризира с не толкова плътен цвят, но пък приятен аромат и лек вкус, както и Памид - доста сухо и не особено ароматно. Отглеждат се и Каберне совиньон и Мерло от червените и Шардоне, Совиньон блан, Ризлинг и Мускат отонел от белите.

Обобщени резултати от анкетно проучване за винен туризъм проведено в интернет в периода от 12.04.2011 - 12.05.2011 г.

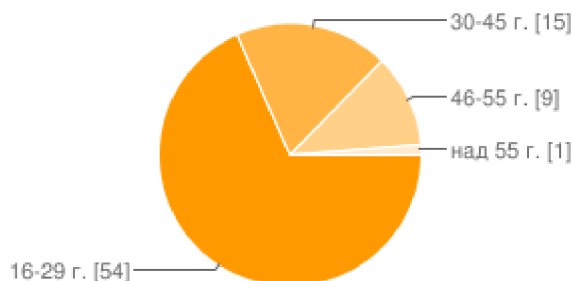
Анкетираните не учат или работят в сферата на туризма.

Анкетираните души за периода – 79, от тях:

Пол	Брой	%
Мъж	29	37
Жена	50	63



Възраст	Брой	%
16-29 г.	54	68
30-45 г.	15	19
46-55 г.	9	11
над 55 г.	1	1



50 жени и 29 мъже на възраст главно от 16-45 години.

Познания относно същността на винения туризъм:

Повечето от анкетиранияте имат близки познания относно това какво представлява винения туризъм, но нямат цялостна представа за всичко, което се включва в това понятие. Според някои това е само дегустация на вино, според други – наблюдаване на процеса на винопроизводство или посещение на обекти, свързани с виното.

Набавяне на информация за дестинации за винен туризъм:

Най-голяма част от анкетиранияте се запознават с дестинациите за винен туризъм чрез познати и интернет. Повече от половината от анкетиранияте са запознати с местата, където се предлага такъв вид туризъм в България и са ги посещавали поне веднъж.

Посещаемост и сезонност:

Честота на практикуване за година	Брой	%
1 път	31	39
2-5 пъти	10	13

над 5 пъти	11	14
не практикувам	27	34

Най-често анкетираните посещават обекти свързани с винен туризъм веднъж годишно или въобще не практикуват такъв туризъм, което е следствие от недоброто познаване на възможностите, които предоставя тази форма на туризъм.

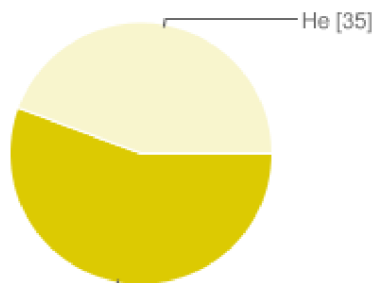
Сезон	Брой	%
Пролет	7	9
Лято	7	9
Есен	19	24
Зима	21	27

Другата част от анкетираните, които посещават 2-5 пъти годишно места за винен туризъм, го практикуват целогодишно и/или главно през зимата.

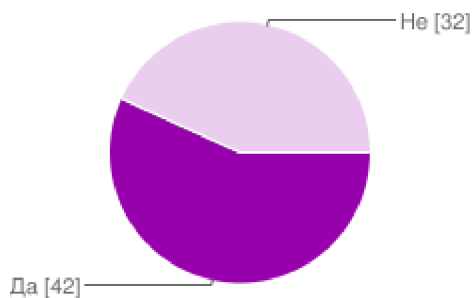
Избор на дестинация	Брой	%
Една дестинация	5	6
На различни дестинации	48	61
Нямам любима дестинация	26	33

61% от анкетираните са привърженици на различни дестинации.

Познавате ли местата, на които се развива винен туризъм?	Брой	%
Да	44	56
Не	35	44



Посещавали ли сте места с развит винен туризъм?	Брой	%
Да	42	53
Не	32	41

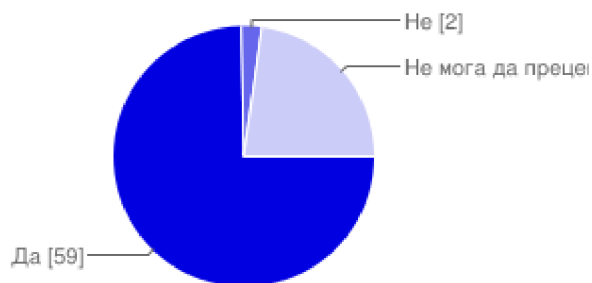


Малко над половината от анкетираните смятат, че познават местата с развит винен туризъм в нашата страна. Подобен е резултатът и по отношение на посещаемостта на тези дестинации.

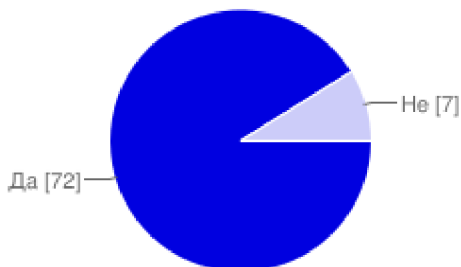
Качество на продукцията:

Качество на продукцията	Брой	%
1 – лошо	9	11
2 - задоволително	13	16
3 – добро	35	44
4 – много добро	11	14
5 – отлично	11	14

Има ли условия за развитие на винен туризъм в България?	Брой	%
Да	59	75
Не	2	3
Не мога да преценя	18	2%



Качествена ли е винената продукция, която се предлага в България?	Брой	%
Да	72	91
Не	7	9

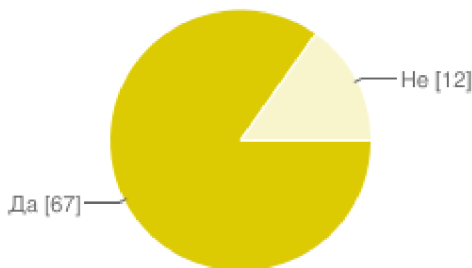


90% от анкетиранияте смятат, че винената продукция, която се предлага в България, е качествена, както и че тук има добри условия за развитие на този вид туризъм.

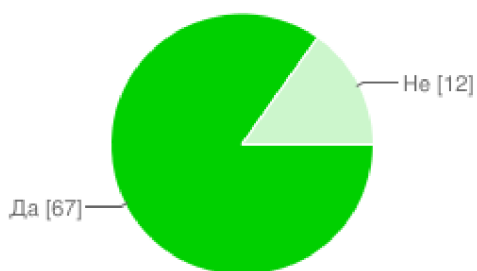
За сметка на това обаче, те смятат, че не се предлага качествен туристически продукт в тази област, като дават оценка 3 от максимални 5 точки за качество.

Производство и дегустация:

Представява ли интерес дегустирането на различни видове вина?	Брой	%
Да	67	85
Не	12	15



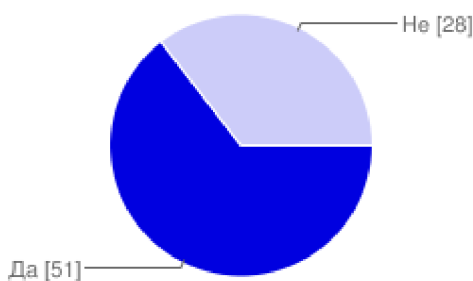
Представява ли интерес да наблюдавате процеса на винопроизводство?	Брой	%
Да	67	85
Не	12	15



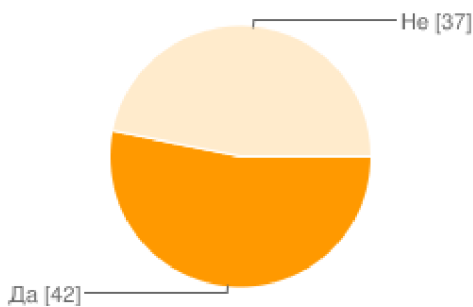
Над 80% от анкетираните потвърждават, че би им било интересно да наблюдават производството и да дегустират вино. Същият процент са наясно и какво представлява професията сомелиер.

Инвестиции и хоби:

Бихте ли инвестирали във винен туризъм?	Брой	%
Да	51	65
Не	28	35



Бихте ли превърнали винения туризъм в свое хоби?	Брой	%
Да	42	53
Не	37	47



Повече от половината биха инвестирали във винен туризъм и биха превърнали този вид туризъм в свое хоби.

Комбинации с друг вид туризъм:

С какъв друг туризъм бихте съчетали винения?	Брой	%
Екологичен	8	10
Селски	29	37
Културен	18	23
СПА	24	30

Най-голяма част от анкетираните биха съчетали винения туризъм със селски и СПА, а също така и с културен.

Какво кара туристите да практикуват винен туризъм:

Кое би Ви накарало да практикувате винен туризъм?	Брой	%
Добра достъпност до обекта	17	22
Качеството на предлагания продукт	50	63
Категорията на мястото на настаняване	8	10
Друго	4	5

Именно качеството на предлагания продукт е в състояние да накара туристите да посетят дадена дестинация, свързана с винен туризъм, както и да практикуват този вид туризъм.

Кой тип алтернативен туризъм е най-интригуващ за Вас?	Брой	%
Еко и селски	23	29
Балнео и СПА	26	33
Винен	6	8
Културен	24	30

Изводи:

На базата на посочените резултати могат да се направят следните изводи:

- Голяма част от младото население на България е наясно какво представлява понятието винен туризъм, както и къде у нас се предлага;
- Интересът към този вид туризъм е в процес на нарастване;
- Залага се на качеството на предлаганата продукция;
- Познатите и интернет са основните източници на информация за обектите на винен туризъм;
- Практикува се целогодишно и има потенциал за развитие;
- Може да се практикува в комбинация с много други форми на алтернативен туризъм;
- Качеството на туристическия продукт не е на достатъчно високо ниво.

Препоръки:

- Маркетинг и реклама на българските дестинации за винен туризъм както в България, така и в чужбина;
- Подобряване на предлагания туристически продукт като комплекс от услуги;
- Комбинация с други видове туризъм;
- Предлагане на услуги за целогодишно практикуване на винен туризъм;
- Подобряване на туристическата инфраструктура и суперструктура.

Литература

[1] Берберова Р., Алтернативен туризъм, MOODLE, НБУ, 2010