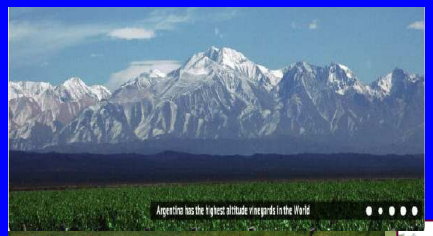
A borturizmus fejlődési lehetőségei Európában:

A borászat jövőjének egyik útja







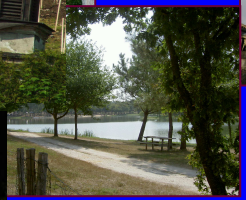










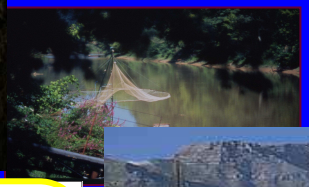
















Enseignement agricole
Formations grandeur nature

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE

Ivan MERLET

Monor Le 3 Octobre 2009

Miről szeretnék beszélni?

I Mit jelent az európai borászat szempontjából a borturizmus ?

II Mi jellemzi a turizmus résztvevőjét napjainkban ?

III Milyen hasonlóságok és különbsgéek vannak az ó- és az újvilági borturizmus között ?

IV Mitől működik jól a borturizmus ?

V A jövő: korlátok és lehetőségek

A borturizmus egyre fontosabbá válik Európában…

① Nő a helyi erőforrásokra épülő turizmus fontossága, és ezt a lokális szervezetek és az önkormányzatok is mindjobban felismerik;

② Mind többen szeretnék megismerni a bor és a borturizmus világát

③ Gazdasági kényszer is: jelentős gazdasági nyomás Egyéni és kollektív erőfeszítések mindenütt a borturizmus növelésére.

Miért fontos ez a régiónak?

- A helyi gazdaság fejlesztése,

- A kulturális identitás, önazonosság megerősítése,

- A személyes kapcsolati hálók erősítése,

- A régióimázs erősítése=> a sikeres borturizmus a régió imázsának hordozója.

Mit várnak tőlünk a fogyasztók?

- Rövid idő alatt hiteles (autentikus) élményeket szeretnének,

- Növekszik a kulturális és falusi turizmus szerepe,

- A bor mindinkább a kifinomultság, az élet élvezésének átalává válik,

- Növekvő érdeklődés az élelmiszerfogyasztás iránt (hagyományos élelmiszerek, a bor és az élelmiszerfogyasztás, táplálkozás, bor és egészség).

Miért fontos a borászoknak ?

Közvetlen értékesítés=> tartós kapcsolat a vevőkkel.

Közvetlen kapcsolat a vevőkkel :

- közelebb hozzuk a bort a fogyasztóhoz,
- megtudjuk, igazán mit akarnak a vevők,
- fokozhatjuk a vevők lojalitását.

Megkülönböztethetjük borászatunkat a versenytársaktól => saját hírnevet építhetünk

A borturizmus alapelvei

Célok

- Új élményt kínálunk a látogatóknak a szőlőtermő vidékek meglátogatásával, ahol felfedezhetik a borok és borászok színes világát.

Alapelvek

- A látogatók oldott körülmények között, szabadon tanulnak, szereznek új élményeket,
- A borvidék számos turisztikai vonzerő komplex kínálatát nyújtja.

Új tendenciák és kihívások a világ turizmusában

Polarizálódó kereslet 

Internet 

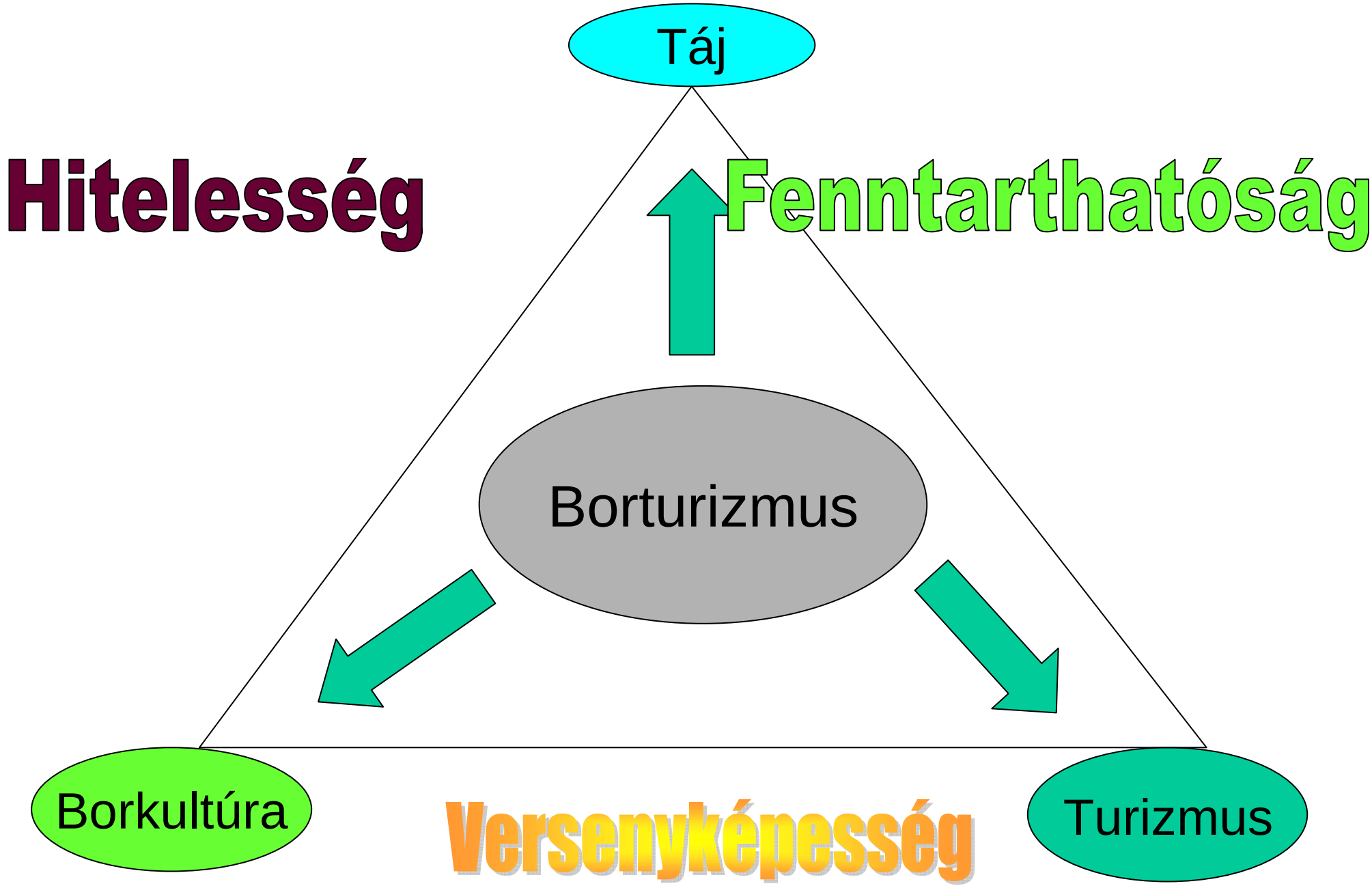
Valódi élmények 

Felgyorsult életritmus 

Biztonsági igények 

Környezetei érzékenység 

Minden változás a kínálat átalakulását is megköveteli


Táj
Hitelesség
Fenntarthatóság
Borturizmus
Borkultúra
Versenyképesség
Turizmus

A turisztikai kínálat új tendenciái

- A részvétel lehetőségét kínáló programok (szőlőművelés, borkészítés, cuvék készítése…) => Tulajdonossá” válás (szőlőtőke, hordó stb ...)

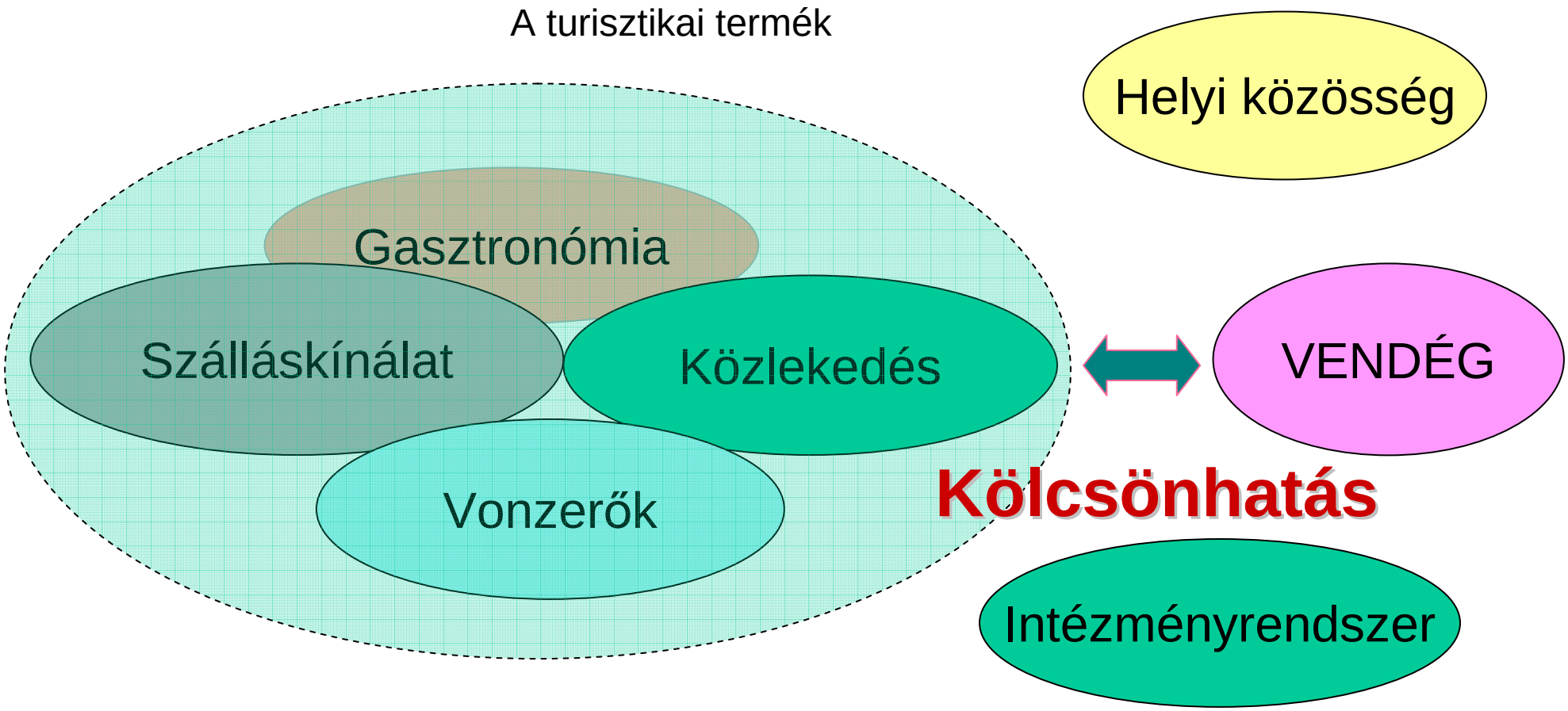
- Szőlő-és borfaluk : pedagógiai, játék és kereskedelmi cél: szőlészeti-borászati témájú multimédia, étterem, múzeum, előadóterem, hotel.

- Borfesztiválok gasztronómiai és művészeti eseményekkel kiegészítve.

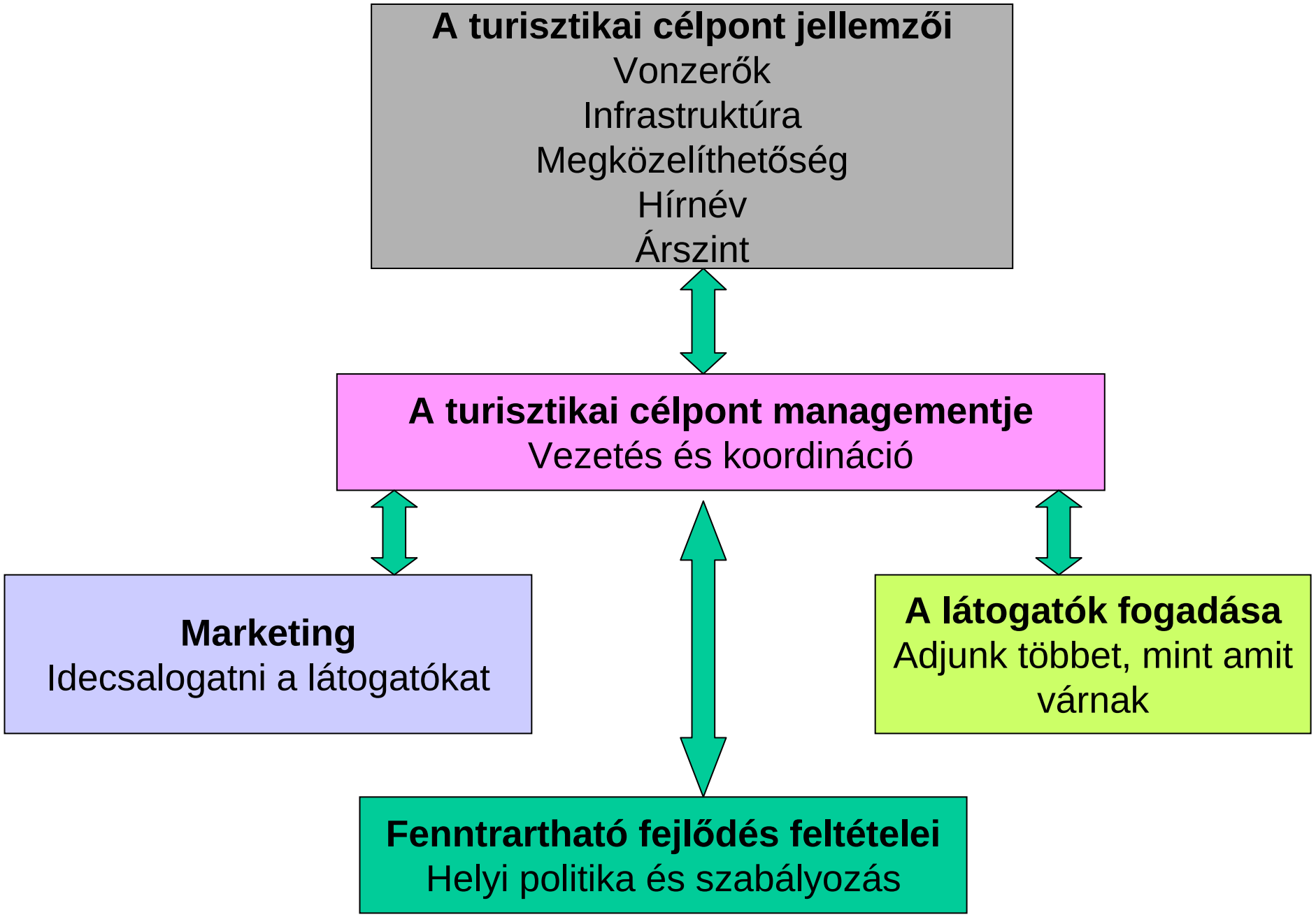
- A boroz kapcsolódó új szolgáltatás-kombinációk (bor és golf, bor és hagyomány, bor és gasztronómia, bor és természet, bor és gyógyfürdő).


Week-ends séjours
au coeur des plus beaux vignobles français
Bientôt,
le joli mois de mai !
Week & Break
Vins & Destinations
d'exception
Tous les coffrets
Week & Break
Week & Break
Vins & Destinations
d'exception

A borturisztikai kínálat



A lényeg a szolgáltatás és az élmény.
Sokkal inkább életód mint bor


A turisztikai célpont jellemzői
Vonzerők
Infrastruktúra
Megközelíthetőség
Hírnév
Árszint
A turisztikai célpont managementje
Vezetés és koordináció
Marketing
Idecsalogatni a látogatókat
A látogatók fogadása
Adjunk többet, mint amit várnak
Fenntartható fejlődés feltételei
Helyi politika és szabályozás

…mit mindent kell tudni?

Tudjuk mit akarunk

-Mérjük a teljesítményünket

- Akikkel lehet, működjünk együtt

Fizikai tényezők

Hely, hely, hely

- Egész évben próbáljuk kicsábítani a vevőket;

- Hatékony jelzések

Tartsuk fenn és erősítsük a látszatot !

- Külső megjelenés
- Behajtás és parkolás
- Tájképi elemek

Létesítmények

Hogy élmény legyen hozzánk jönni…

- A pincebejárat, mint színpad
Étel és ital megfelelő párosítása
- A turizmus tanulást is jelent

Kiegészítő tényezők

- Alapos termékismeret (szőlő és bor)
- A helyi turisztikai szolgáltatások ismerete
- Tudjuk, ki miért jött hozzánk;

Minden az embereken múlik

A borturizmus a világban-egy felmérés tapasztalatai

Ország	Pincék száma/ Látogatható pincék aránya	Borturizmus Résztvevőinek Száma	Átlagos Tartózkodási idő (nap)	Átlagos költés	Impact Economique
Franciao.	5 000 caves 13%	7 500 000 30%külföldi	8,4	120 €	
Spanyolo.	800 caves 16%	1 000 000	<2		
Olaszo.	3 313 caves	4 000 000	3,4	85 €	
USA	4 900 caves 95 %	27 300 000		90 €	2 milliards €
Ausztrália	1 573 caves 73 %	5 118 000 14% külföldi	3	87 €	440 millions €
Dél-Afrika	570 caves				490 millions €

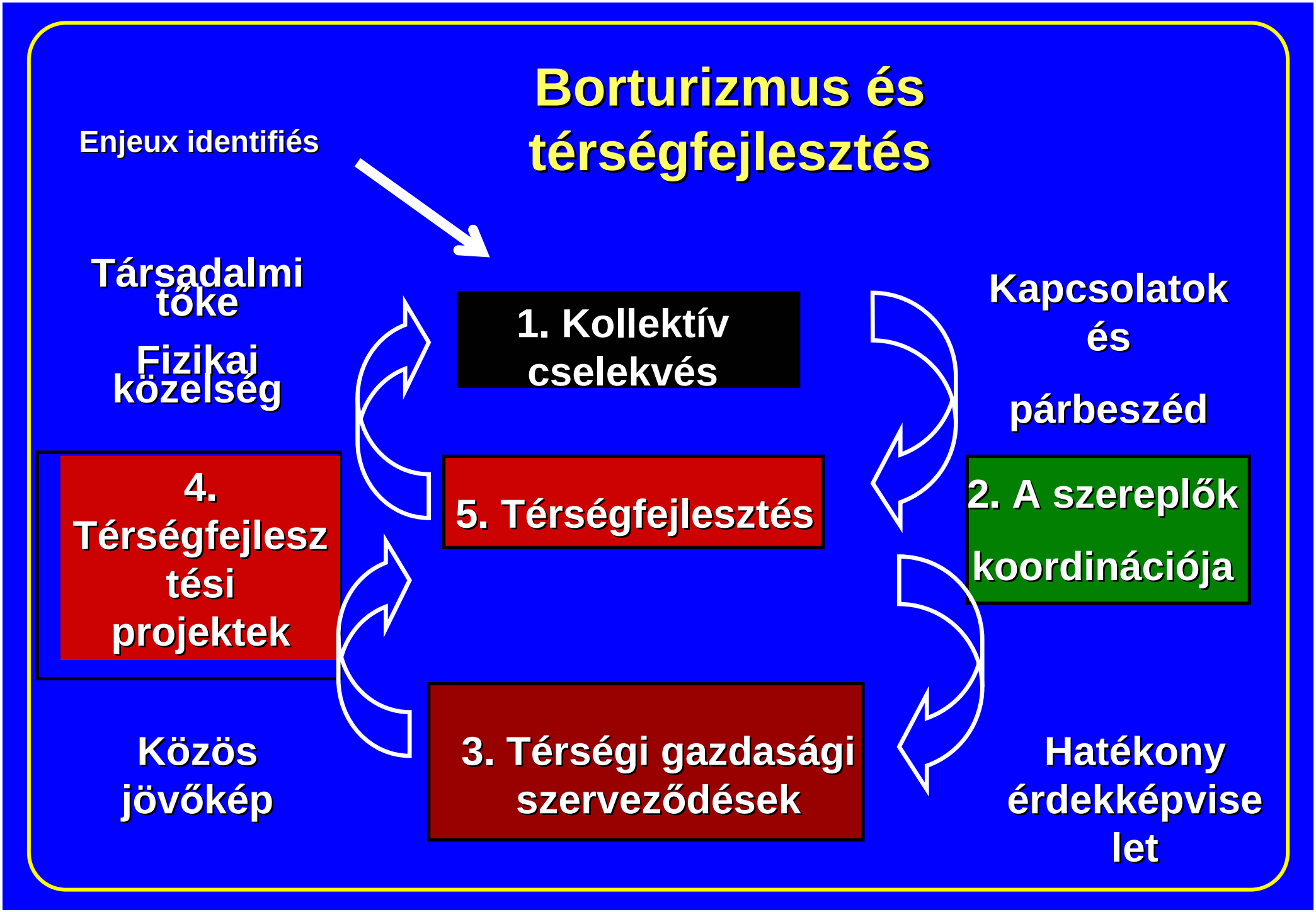
Source : France : AFIT (2001); Italie Census (2006); Australie :Tourism Research Australia National Visitor Survey (2006); USA : MKFT (2007); South Africa (2008) : Wine Hand Book; Espagne (2008) www.viajeros del vino.com

Mikor működik majd jól a borturizmus?

- Tudjuk meg, mi a közös érdeke a régióban működő, borturizmusban érintett szereplőknek.

- Gondoljuk át közösen, milyen eszközökkel lehetne ezeket elérni.

- Próbáljuk meg kölcsönösen elismerni egymás létjogosultságát, érdekeit és értékeit.


Borturizmus és térségfejlesztés
Enjeux identifiés
Társadalmi tőke
Fizikai közelség
1. Kollektív cselekvés
Kapcsolatok és párbeszéd
4. Térségfejlesztési projektek
5. Térségfejlesztés
2. A szereplők koordinációja
Közös jövőkép
3. Térségi gazdasági szerveződések
Hatékony érdekképviselet

Hogyan tudjuk jobban kihasználni a borturizmusban rejlő lehetőségeket ?

1 Hogyan őrizhető meg, kommunikálható és érvényesíthető a generációkon keresztül felhalmozott tudás és tapasztalat ?

2 Hogyan motiválhatók a közös cselekvés érdekében a borturisztikai szektor sikeres működtetésében érintett szereplők ?

Ivan MERLET

A fő gondok

Milyen gazdasági modelleket szeretnénk ?

Milyen logika szerint rakjuk össze a turisztikai célokat?

Milyen marketingszervezet keretében?

Mindezt milyen politikákkal és célok mentén szeretnénk elérni ?

Miért halad lassan a borturizmus fejlesztése Európában?

- Nincsenek naprakész, pontos, megbízható adataink;
- Nehezen alakul ki a különböző érintettek közös cselekvése;
- Lassan halad a közös intézkedések kialakítása és elfogadtatása.
- A közpénzek kezelői hiába szorgalmazzák az összefogást és a nyitás a borturizmus szereplői részéről, ha ők maguk rendkívül zártak => felhígulnak a közpénzek.

Egyéni érdekek-kollektív akciók

- A turisztikai szolgáltatók annál jobban támogatják a borturizmust, minél közelebb érzik saját érdekeikhez.
- Minnél fontosabb egy régió a turisztikai szolgáltatónak, annál inkább hajlandó lesz az együttműködésre.
- A kis-és közepes vállalatok (pl. borturisztikai szolgáltatók) érdekei gyakran csak kevéssé érvényesülnek a nagyokkal szemben.

A fejlődés gátjai

A borászatok szintjén :

- A borturizmus sok időt (elérhetőnek és nyitottnak kell lenni) és pénzt igényel.

A borvidékek szintjén :

- A borvidék kollektív érték mely sok szereplő között osztlik meg.

- Kölcsönös bizalom és garanciák hiánya.

A három legfőbb kihívás

☺ **Az elérhetőség**

=>Javítani kell a szereplők közötti információáramlást

☺ **Európai turisztikai kínálatot kell kialakítanunk**

=> Áttekinthetőbb kínálat (koherens és tanúsított borturisztikai szolgáltatások)

☺ **A borturisztikai célpontok fokozott ismertebbé tétele**

=> Jobban összekötni a turimzus és a borturizmus kínálatát

A fejlődés négy szakasza…

1. Legye egy európai léptékű képünk a borturizmusban rejlő lehetőségek kiaknázásának fontosságáról
2. *Növeljük a turizmus és a borturizmus átláthatóságát;*
3. *Illesszük be a borturizmust a turizmus más formái közé;*
4. Váljunk képesekké arra, hogy egyesítsük a borturizmusban érintettek érdekeit

és akkor?

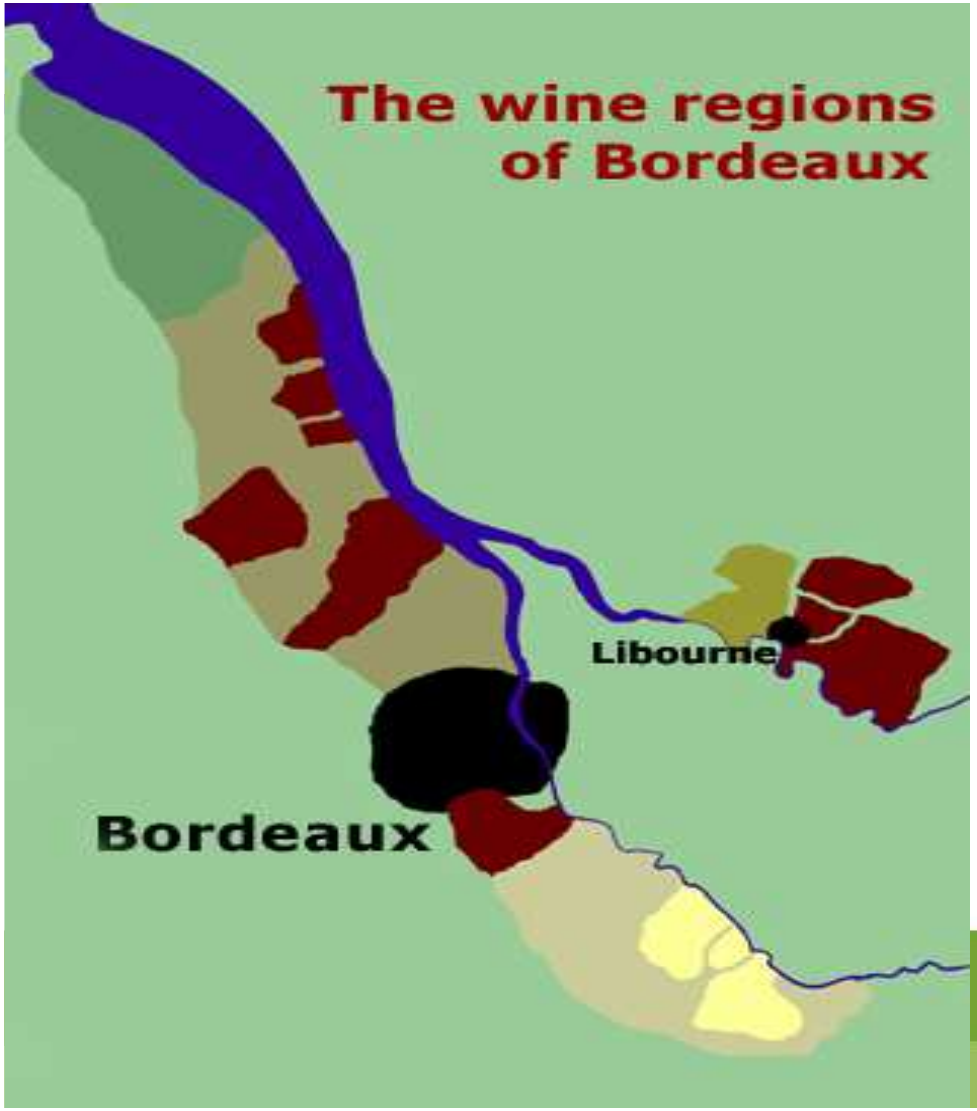
- Az európai borászat válsága tartós lesz
=> dinamizáló hatása lehet a borturizmusnak.

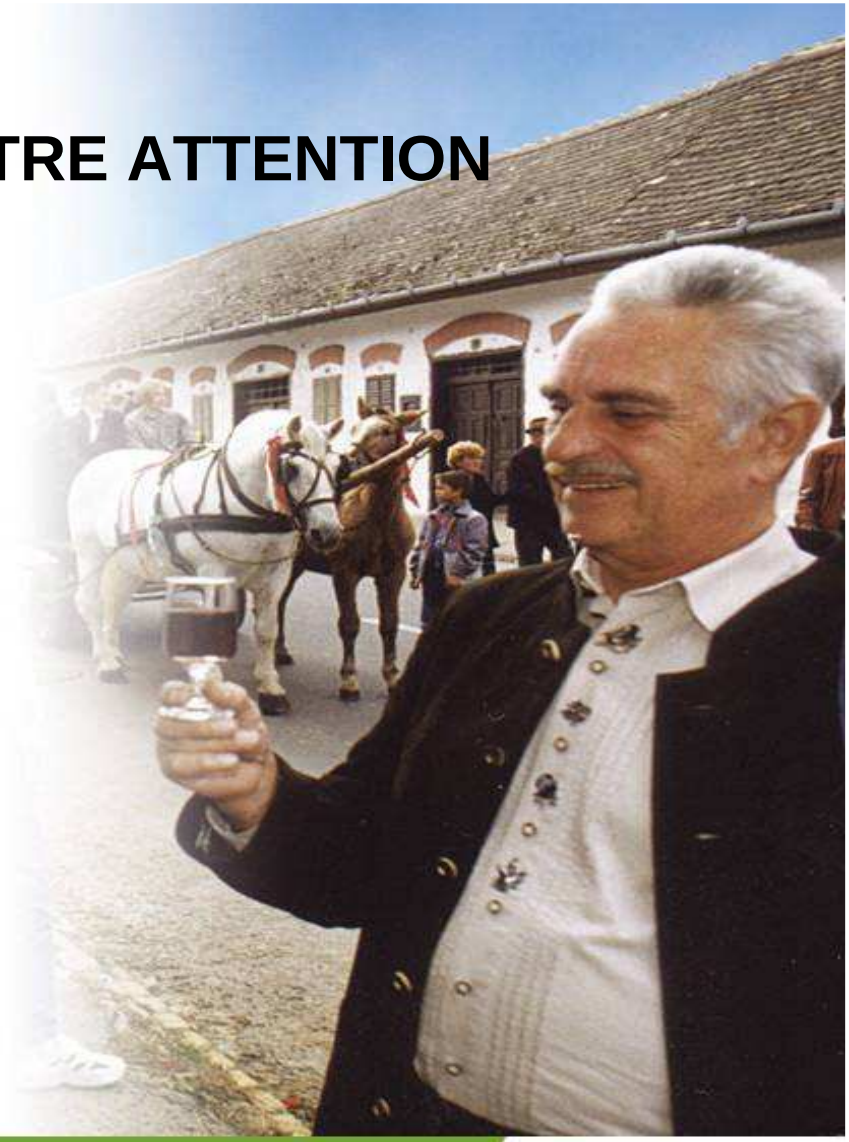
- A borturizmus egyszerre generál jövedelmet és biztosít fennmaradást.

-Mi kell a sikerhez?

- Tudjuk, mit akar a látogató;
- mindig vegyük tekintetbe, hogy a borturizmus tulajdonképpen turisztikai termékek halmaza;
- és persze mindezt el kell adni => a borturizmus szereplőinek is professzionalizálódniuk kell.

MERCI POUR VOTRE ATTENTION





Magyarország

CORVINUS UNIVERSITY of BUDAPEST
Szervezeti egység

ivan.merlet@educagri.fr and zoltan.lakner@uni-corvinus.hu

Summary Report

Winemakers' Federation of Australia
For the Industry by the Industry

Selection Criteria

- Denotes where data either does not exist or is unavailable to protect privacy. (Refer to notice below)

Cellar Door: Cellar Door 63 **Date Range:** 01 Sep 2007 to 30 Sep 2007 **Trading Days:** Monday Tuesday Wednesday Thursday Friday Saturday Sunday

Area Results

	Selected	McLaren Vale				South Australia				Australia			
		AUD $5M +		Tourism Region		AUD $5M +		State		AUD $5M +		Country	
	Cellar Door	% P	Avg	% P	Avg	% P	Avg	% P	Avg	% P	Avg	% P	Avg
Sales AUD $													
Cellar Door - Wine Sales	$31,292	50	$43,403	58	$37,345	66	$38,056	68	$34,971	61	$63,076	59	$45,513
Cellar Door - Merchandise & Produce Sales	$1,634	50	$2,668	38	$3,874	45	$2,476	43	$2,638	42	$3,613	40	$3,764
Cellar Door - Service Sales	-	-	-	30	$692	22	$983	23	$867	25	$1,577	19	$1,197
Cellar Door - Food & Beverage Sales	$7,891	-	-	28	$1,163	33	$2,664	30	$1,798	23	$2,657	24	$1,938
Cellar Door	**$40,817**	**35**	**$49,849**	**38**	**$41,054**	**41**	**$41,484**	**41**	**$37,787**	**38**	**$67,291**	**35**	**$49,266**
Functions	$16,853	-	-	50	$650	-	-	13	$1,312	13	$18,419	9	$29,791
Restaurant	$55,712	-	-	-	-	-	-	35	$11,394	28	$31,869	28	$44,845
Accommodation	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30	$1,281
Total Sales	**$113,382**	**31**	**$57,899**	**36**	**$44,818**	**35**	**$43,796**	**36**	**$39,909**	**32**	**$77,831**	**32**	**$60,144**
Count													
Cellar Door - Visitors Count	1,471	50	1,620	58	1,042	66	1,308	69	992	61	2,454	59	1,563
Cellar Door - Bottles / Units Sold	1,434	50	2,614	58	2,745	66	2,870	68	2,456	61	4,462	58	2,846
Functions - Guest Count	85	-	-	-	-	-	-	13	34	-	-	8	436
Restaurant - Guest Count	860	-	-	-	-	-	-	-	-	22	1,569	24	1,474
Accommodation - Room Nights	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30	8
Average Visitor Spend													
Cellar Door - Bottles / Units	1.0		1.6		2.6		2.2		2.5		1.8		1.8
Cellar Door	$28		$31		$39		$32		$38		$27		$32
Functions	$199		-		-		-		$39		-		$68
Restaurant	$65		-		-		-		-		$20		$30
Accommodation	-		-		-		-		-		-		$154

IMPORTANT NOTICE - Please read this report in conjunction with the Interpretation Notes.





Program offers

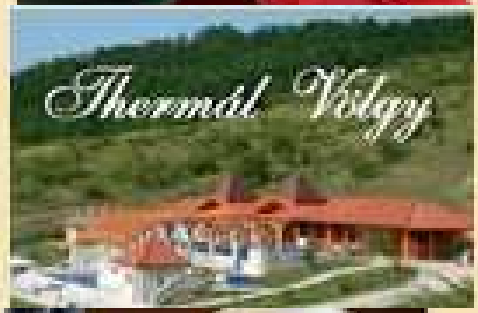
Make your visit unforgettable! The great variety and high quality of our programs makes your visit with your family of friends a real experience.

More details »



Program-package offers

Make use of our preferential packages and we guarantee the pleasant recreation and the unforgettable memories!



Our new Bath

The newest thermal bath of Heves County is opened. The "Demjén Thermal Valley" is a part of the Eger Crown Winehouse.



Conference offers

The 200-seats restaurant is waiting for the guests during the hall year. It can be an ideal venue for company meetings, professional conferences, meetings, and trainings.

More details »

+33(0)5 65 30 38 45 | Espace client

mes vignes.com

Offres | Domaines | Cadeaux | Commander | Contact | Qui sommes nous ? | Blog | *Ou comment devenir Web-Vigneron*

Devenez Web-Vigneron



Offrez (vous) une parcelle de vignes et suivez, pendant un millésime, l'élaboration d'une cuvée.

A partir de 194 €

Plus d'infos



Newsletter

Inscription ok

Désinscription

Voir les archives...

Infos pratiques

+33(0)5 65 30 38 45
Livraison en 24 ou 48h
Livraison Paiement CGV CGU

La formule Mes Vignes

Un parcours initiatique au coeur d'un vignoble, le temps d'un millésime!

Vous choisissez votre domaine viticole,
Vous recevez votre colis de bienvenue,
Vous suivez pas à pas l'élaboration de votre cuvée,
Vous participez à des stages pratiques au domaine,
Vous obtenez des bouteilles à votre nom.

Commander





Pour toutes les occasions de cadeaux :



Cadeau fête des pères et fête des mères, cadeau d'anniversaire, cadeau d'entreprise, cadeau de mariage, cadeau de départ en retraite, cadeau de Noël et cadeau de Saint Valentin !

ŒNOLAND
LE PARC DE LOISIRS DES VIGNOBLES D'AQUITAINE

1 PARC ŒNIQUE | 15 DESTINATIONS | 1001 ACTIVITES | S'INFORMER

Consulter votre Panier

ŒNOPACKS



Découvrez **les séjours clés en main** de l'œnoland

Des séjours clés en main
à consommer sans modération !





Luxe Calèche Canöe **Dégustations** Bateau Ferme Gabarre Anes Vendanges Châteaux Insolite
Gastronomie
Patrimoine Golf Randonnées Pédagogique Montagne Bien être Pique Nique Famille Montgolfière
Guidé A cheval Vélo Art Unesco Expérimenter
Monbazillac

Cliquez sur un mot qui vous parle ou Sélectionnez une destination

VOTRE SELECTION

Jurançon



Gourmandises en Béarn des gaves

Depuis Orthez, ville historique à la lisière du pays Basque, vous sillonnez le Béarn des gaves pendant deux jours. Concocté par l'office de tourisme de Salies-de-Béarn, ce séjour vous conduit (...)