

Sylwia Dudek-Mańkowska
Katarzyna Duda-Gromada

REGION WINIARSKI MAŁOPOLSKIEGO PRZEŁOMU WISŁY JAKO PRODUKT TURYSTYCZNY

1. Wprowadzenie

Od dawna jednym z walorów kulturowych cieszącym się dużym zainteresowaniem osób podróżujących (w tym kupców) były obiekty gastronomiczne, takie jak gospody, karczmy czy winiarnie. Były one odwiedzane w trakcie podróży, nie stanowiły jednak celu samej wyprawy. Zmieniło się to w połowie XX w., gdy w krajach wysoko rozwiniętych wzrosło zainteresowanie jakością posiłków oraz sposobami ich przyrządzania, wywołane m.in. zmianą modelu życia (Mika 2007). Chęć poznania nowych produktów kulinarnych oraz sposobów ich przyrządzania doprowadziła do rozwoju zjawiska podróży kulinarnych określanych mianem turystyki kulinarnej (ang. *food tourism*).

Turystyka kulinarna definiowana jest jako wyjazdy do miejsc wytwarzania produktów żywnościowych, festiwali kulinarnych lub restauracji w celu degustacji potraw bądź poznawania regionalnych specjałów (Hall 2004). Ta forma turystyki polega na odwiedzaniu fabryk, przetwórci i wytwórni spożywczych oraz alkoholowych, browarów, winiarni i gorzelni oraz plantacji, pól, sadów, jak również restauracji i lokalnych knajpek, prywatnych domów (Buczkowska 2008). Jednym z najbardziej popularnych rodzajów turystyki kulinarnej jest **turystyka winiarska** (ang. *wine tourism*).

Pod pojęciem turystyki winiarskiej rozumie się wyjazdy do regionów winiarskich, w trakcie których turysta odwiedza przynajmniej jedno miejsce związane z produkcją wina lub uczestniczy w wydarzeniu o profilu winiarskim (Bosak 2008). Turystyka winiarska cieszy się zainteresowa-

niem turystów, jak również producentów wina, przedsiębiorców świadczących usługi turystyczne oraz przedstawicieli władz lokalnych i regionalnych od kilkunastu lat (Kowalczyk 2003). Ta forma turystyki kulturowej najczęściej uprawiana jest w krajach o wysokiej kulturze produkcji i picia wina, tj. w Niemczech, Francji, Włoszech, Hiszpanii, Portugalii, Austrii, USA, Kanadzie, Argentynie, Chile, RPA, Australii, Nowej Zelandii. W krajach tych istnieją liczne szlaki wina (ang. *wine routes*). Do najbardziej znanych szlaków winiarskich w Europie zaliczyć można m.in. Alzacki Szlak Win (*Route des Vins d'Alsace*) we Francji, Niemiecki Szlak Wina (*Deutsche Weinstrasse*) czy *Rutas del vino de La Rioja* w Hiszpanii.

Zainteresowanie turystyką winiarską wzrasta także w regionach nie zaliczanych do głównych regionów winiarskich w Europie. Przykładem są Czechy oraz Słowacja. W krajach tych funkcjonują liczne szlaki winiarskie, wydawane są liczne publikacje promocyjne opisujące poszczególne winnice oraz inne atrakcje na szlaku. Najważniejszym i najdłuższym szlakiem winnym na Słowacji jest Nitrzański Królewski Szlak Wina. Do najpopularniejszych europejskich szlaków wina zaliczyć można natomiast Morawskie Szlaki Winne (*Moravské vinarské stezky: Strážnickà vinařská stezka, Podluží vinařská stezka, Mutěnickà vinařská stezka, Kyjovská vinařská stezka, Bzeneckà vinařská stezka, Mikulovská vinařská stezka, Uherskohradišťská vinařská stezka, Velkopavlovická vinařská stezka, Znojemská vinařská stezka*). Szlaki te mają łącznie 1090 km, a jedną z polecanych form ich pokonywania i poznawania dziedzictwa kulturowego Moraw jest jazda rowerem.

Także w Polsce wzrasta zainteresowanie turystyką winiarską. Jak podaje W. Bosak (2008), w 2007 r. tę formę turystyki poznawczej wybrało ok. 1–2 tys. Polaków, z czego 200–300 osób wzięło udział w zorganizowanych wyjazdach enoturystycznych. Polscy enoturysty odwiedzają najczęściej regiony winiarskie w Europie – na Węgrzech, Morawach, Słowacji czy w Austrii. Są to głównie wyjazdy weekendowe. Celami dłuższych podróży winiarskich są kraje śródziemnomorskie oraz kraje win tzw. Nowego Świata. W Polsce działają także firmy organizujące wyjazdy enoturystyczne.

Zainteresowanie turystyką winiarską w Polsce wzrasta nie tylko wśród turystów, ale także przedsiębiorców – miłośników wina oraz władz lokalnych, czego wyrazem jest tworzenie szlaków wina. Obecnie w kraju funkcjonuje zaledwie jeden szlak winiarski. Jest to Lubuski Szlak Wina

i Miodu. Na szlaku zaplanowano 14 atrakcji – przystanków. Są nimi przede wszystkim winnice oraz firmy pszczelarskie, ale także Muzeum Etnograficzne, Muzeum Wina, Winne Wzgórze, skansen pszczelarski i ośrodek doradztwa rolniczego. W trakcie przygotowywania jest m.in. Karpacki Szlak Wina wiodący z Tokaju przez Sárospatak, Sátoraljaújhely, Trebišov, Humenne oraz Bukowsko, Zarszyn, Besko, Rymanów i Krosno oraz Szlak Winnic Małopolskiego Przełomu Wisły.

Celem opracowania jest omówienie specyfiki złożonego produktu turystycznego na przykładzie dynamicznie rozwijającego się regionu winiarskiego – Małopolskiego Przełomu Wisły. Szczególną uwagę zwrócono na nowy element w kreowaniu turystycznego wizerunku regionu, jakim jest turystyka winiarska.

2. Specyfika złożonego produktu turystycznego

Przedsiębiorcy zajmujący się uprawą winorośli i produkcją wina, jak również inne podmioty świadczące usługi enoturystyczne, są wytwórcami różnorodnych produktów turystycznych. W literaturze produkt turystyczny jest różnie definiowany, jednak najczęściej podkreślana jest jego złożoność. Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto definicję S. Medlika (1995), ze względu na jednoczesne ujęcie aspektów strukturalnych oraz psychologicznych produktu. Autor ten wyróżnił produkt turystyczny *sensu stricto*, rozumiany jako wszystkie dobra i usługi, które turyści nabywają oddzielnie lub w formie pakietu usług oraz produkt turystyczny *sensu largo*, definiowany jako całość przeżytego przez turystę doświadczenia od momentu opuszczenia domu do momentu powrotu z podróży.

Tak szerokie ujęcie produktu turystycznego pozwoliło na wyróżnienie siedmiu kategorii produktów turystycznych, różniących się znacznie pod względem złożoności (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005):

- produkt turystyczny – rzecz;
- produkt turystyczny – usługa;
- produkt turystyczny – wydarzenie;
- produkt turystyczny – impreza;
- produkt turystyczny – obiekt;
- produkt turystyczny – szlak;
- produkt turystyczny – obszar.

Przedsiębiorcy zajmujący się uprawą winorośli i produkcją wina oraz inne podmioty świadczące usługi kierowane do enoturystów wytwarzają wszystkie wymienione wcześniej kategorie produktów turystycznych.

Produkt turystyczny rzecz oraz usługa to niezłożone produkty. Produkt turystyczny – rzecz to dobro materialne będące zazwyczaj uzupełnieniem innych produktów turystycznych, ale mogące także funkcjonować samodzielnie (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005). Głównym motywem podróży winiarskich jest chęć poznania smaku szczególnego gatunku wina oraz zdobycie wiedzy związanej z kulturą winiarską. Nadrzędnym celem takich wyjazdów jest degustacja win, stąd właśnie wino jest głównym produktem turystycznym przygotowanym dla turystów. Produkt ten może być konsumowany w miejscu jego wytworzenia, czyli w winnicy, którą odwiedza turysta, bądź też nabywany i zabierany do domu – w celach kolekcjonerskich, bywa traktowany jako pamiątka z podróży czy prezent dla najbliższych.

Kolejną kategorią jest produkt turystyczny – usługa definiowany jako pojedyncza czynność niematerialna (lub ich zestaw) wykonywana w celu zaspokojenia potrzeb turystów (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005). Można wyróżnić kilka produktów turystycznych – usług kierowanych do enoturystów. Pierwszą z nich jest usługa gastronomiczna polegająca na wytworzeniu wina, jak również innych napojów i posiłków oraz ich sprzedaży. Usługa gastronomiczna może obejmować także usługi kulturalne oraz rozrywkowe (np. koncerty organizowane w trakcie degustacji win). W winnicach często świadczone są także usługi noclegowe oraz przewodnickie.

Kolejną kategorią produktu turystycznego oferowanego enoturystom jest produkt turystyczny – wydarzenie, będący zaplanowanym i zorganizowanym zdarzeniem, które może istnieć samodzielnie bądź być częścią składową innego produktu turystycznego (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005). Najbardziej znanym wydarzeniem związanym z produkcją wina jest Święto Wina *Beaujolais Nouveau* odbywające się co roku w trzeci czwartek listopada. Jednak wydarzenia o nazwie święto wina czy święto winobrania odbywają się we wszystkich znanych regionach winiarskich, także w Polsce. Do produktów turystycznych – wydarzeń zaliczyć można także liczne festiwale kulinarne oraz targi wina.

Coraz częściej oferowane są także produkty turystyczne – impreza, będące połączeniem dwóch lub więcej elementów sprzedawanych jako

jeden produkt po zryczałtowanej cenie (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005). Są to wspomniane już zorganizowane wyjazdy do najważniejszych regionów winiarskich na świecie. W Polsce usługi takie świadczą zaledwie trzy firmy. Najczęściej organizują one wyjazdy enoturystyczne do głównych regionów winiarskich we Francji, we Włoszech i w Hiszpanii. Coraz częściej przygotowywane są także wyjazdy tematyczne, np. weekendowe wyjazdy enoturystyczne tylko dla kobiet czy połączone z warsztatami kulinarnymi (*slowfood & wine*).

Ważną rolę w turystyce winiarskiej odgrywają winnice przyjmujące turystów. Jak już wspomniano, ich oferta może znacznie wykraczać poza organizowanie degustacji win oraz prezentowanie procesu jego przygotowania. Winnice są zatem przykładem produktu turystycznego – obiekt, bowiem są zagospodarowanym walorem turystycznym i cechują się występowaniem jednej głównej atrakcji i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym obiekcie (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005). Przykładem usług dodatkowych oferowanych odwiedzającym winnice są np. zabiegi *spa* – kąpiele w winie. Poza winnicami produktami turystycznymi – obiektami związanymi z turystyką winiarską są muzea wina, które mogą istnieć jako samodzielne obiekty prezentujące historię i dziedzictwo wybranego regionu winiarskiego oraz tradycje winiarskie i proces produkcji wina (np. Muzeum Wina w Tokaju), jak również mogą być wydzielonymi placówkami czy działami w instytucjach o szerszej tematyce (np. Muzeum Wina w Muzeum Ziemi Lubuskiej).

Jak już zauważono, dużym zainteresowaniem turystów cieszą się szlaki winne, które można uznać za produkt turystyczny – szlak. Składają się one bowiem z wielu miejsc lub/i obiektów połączonych nadrzędną ideą oraz infrastrukturą turystyczną i są połączone oznakowaną trasą (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005).

Ostatnią kategorią produktów turystycznych jest produkt – obszar, składający się z istniejących produktów prostych danego obszaru, połączonych nadrzędną ideą decydującą o jego unikatowości i konkurencyjności (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005).

Produkt turystyczny – obszar może składać się z czterech elementów: dziedzictwa, infrastruktury, wartości dodanej oraz organizacji i zarządzania. Przykładami produktu turystycznego – obszar są np. Burgundia, region Santa Barbara, Tokaj. Obszary winiarskie przyciągające turystów dysponują bowiem licznymi zasobami niezwiązanymi z rozwojem tury-

styki – są to krajobrazy, historia i kultura regionu, często także zabytki czy placówki kulturalne. Wraz z napływem turystów do regionu pojawiają się inwestycje infrastrukturalne, tj. baza noclegowa (winnice, gospodarstwa agroturystyczne, hotele), baza gastronomiczna (winnice, winiarnie, restauracje, salony degustacyjne, najczęściej serwujące lokalne produkty) oraz baza towarzysząca (np. przejazdy pociągami, w których degustuje się wina, wypożyczalnie rowerów do pokonywania szlaków winiarskich, tarasy widokowe na winnice).

Produkt turystyczny – region winiarski jest wzbogacony także o pewne elementy symboliczne dające enoturystom poczucie prestiżu. W. Bosak (2008), powołując się na badania określające profil odbiorców turystyki winnej, podaje, że można wskazać kilka cech wspólnych charakteryzujących enoturystów:

- wiek ponad 25 lat, najczęściej w przedziale od 35 do 45 lat;
- są to najczęściej pary lub mężczyźni, procent podróżujących samotnie kobiet jest wyraźnie niższy;
- praca na stanowisku wymagającym wysokich kwalifikacji – menadżerowie, wysokiej klasy specjaliści, przedstawiciele wolnych zawodów;
- wyższe wykształcenie;
- dochody wyższe od przeciętnych.

Często oferta kierowana do turystów – miłośników wina jest snobistyczna bądź ekstrawagancka. Średnia wieku enoturystów obniża się z roku na rok, gdyż coraz więcej młodych ludzi zaczyna interesować się turystyką winiarską, co ma także związek z modą i chęcią przynależności do określonej grupy społecznej.

Większość z głównych regionów winiarskich posiada już silny i pozytywny wizerunek ściśle związany właśnie z produkcją i sprzedażą wina, co stanowi niewątpliwie kolejny element symboliczny tych produktów turystycznych.

3. Małopolski Przełom Wisły – walory turystyczne

Małopolski Przełom Wisły jest najdalej wysuniętym na wschód odcinkiem doliny rzeki. Sąsiaduje z zachodnią krawędzią Wyżyny Lubelskiej, a rozciąga się na ok. 80-kilometrowym odcinku od Zawichostu do Puław. Jest to teren bardzo atrakcyjny krajobrazowo, gdyż dolina Wisły jest

stosunkowo wąska, jej szerokość waha się od 1,5 do 10 km. Zbocza, które mają wysokość nawet do 90 m, często bardzo strome, zbudowane są przede wszystkim z wapieni górnajurajskich, opok i margli kredy górnej, które miejscami przykryte są lessami (Chmielewski, Harasimiuk 1996).

Obszar ten charakteryzuje się zróżnicowaną rzeźbą i pokrywą glebową. W związku z tym występuje tutaj duża zmienność warunków mikroklimatycznych, glebowych i wodnych, a zatem można mówić o dużej zmienności siedlisk (Tałałaj 1996). Elementami szaty roślinnej, które zasługują na największą uwagę są murawy kserotermiczne na zboczach, jak również atrakcyjne łągi wierzbowo-topolowe czy grądy lipowo-grabowe dominujące w wąwozach (Chmielewski, Harasimiuk 1996).

Obszar ten, obok wyjątkowej przyrody, zarówno ożywionej, jak i nieożywionej, posiada bogate walory kulturowe. Szczególnie znanym i dominującym ośrodkiem turystyki kulturowej jest Kazimierz Dolny. Jest to zabytkowe miasto, w którym widoczne jest harmonijne zespolenie architektury z roślinnością. Centralnym punktem jest rynek oraz otaczające go kamienice. Istotne znaczenie z turystycznego punktu widzenia mają uliczki, które łączą się z wąwozami albo bulwarami. Mury zamku i Góra Trzech Krzyży stanowią wielką atrakcję turystyczną. Ponadto w mieście odnaleźć można wiele innych obiektów zabytkowych.

Po drugiej stronie Wisły znajduje się Janowiec, do którego można dostać się przeprawą promową. Charakterystycznym obiektem tej miejscowości są ruiny zamku, które przyciągają uwagę turystów już od przełomu XVIII i XIX w. (Supryn 2008). Zamek został wybudowany w pierwszej połowie XVI w. przez Firlejów w ówczesnej Serokomli. Kolejni właściciele rozbudowywali zamek. Od końca XVIII w. następowały dość częste zmiany właścicieli, którzy nie byli w stanie w odpowiedni sposób zadbać o zamek wymagający dużych nakładów finansowych. Spowodowało to postępujące zniszczenia, grabieże i przekształcenie zamku w ruinę (Supryn 2008).

Obecnie zamek jest siedzibą oddziału Muzeum Nadwiślańskiego w Kazimierzu Dolnym. Odbывают się tam liczne imprezy kulturalne, planowane jest również założenie winnicy na zboczach zamku (co jest związane z tradycjami tego terenu). Poza tym w zamku świadczone są usługi noclegowe i gastronomiczne.

Również Puławy przyciągają wielu turystów, a głównym walorem tego miejsca jest pałac Czartoryskich położony na wiślanej skarpie. Jest on otoczony parkiem w stylu angielskim z licznymi zabudowaniami parkowymi (Dom Gotycki, Świątynia Sybilli, Domek Grecki, Sarkofag, Pałac Marynki i inne).

Należy także wspomnieć o Nałęczowie, który jest ważną miejscowością uzdrowską w Polsce. W związku z walorami leczniczymi tego miasta powstało wiele ośrodków sanatoryjnych. Ponadto, zgodnie z panującym trendem w uzdrowskach, oferta usług leczniczych wzbogacana jest zabiegami, które można zaliczyć do typu *spa* i *wellness*. Powoduje to napływ nie tylko osób chorych, pragnących poprawić stan swojego zdrowia, ale również tych, którzy chcą zadbać o poprawienie kondycji, urody, oczekujących relaksu i odprężenia. Z Nałęczowa pochodzi znana w całym kraju woda mineralna „Nałęczowianka”. Ponadto można znaleźć tutaj wiele zabytkowych willi, głównie z przełomu XIX i XX w.

Tabela 1. Imprezy kulturalne w miejscowościach omawianego terenu

Miejscowość	Imprezy kulturalne – przykłady
Kazimierz Dolny	Ogólnopolski Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych Ogólnopolskie Targi Sztuki Ludowej Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Noc Muzeów Konkurs Domowych Win i Nalewek wystawy malarskie
Janowiec	Koncerty Organowe Koncert Muzyki Klasycznej Majówka Artystyczna Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Janowieckie Spotkania Historyczne Noc Muzeów Święto Wina
Puławy	Ogólnopolskie Puławskie Spotkania Lalkarzy Międzynarodowe Warsztaty Jazzowe Międzynarodowy Plener Malarski Ogólnopolski Konkurs Tańców Polskich „O Pierścień Izabeli”
Nałęczów	Lato z Filharmonią – koncerty symfoniczne Nałęczowskie Divertimento – festiwal form kameralnych i solistycznych Nałęczowski Festiwal Tańca

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.winiarzempw.pl.

Walory kultury materialnej nie stanowią jedynych atrakcji turystycznych omawianego terenu. Są nimi także liczne coroczne imprezy kulturalne (tab. 1). Przykładem może być Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” w Kazimierzu Dolnym, szeroko promowany również w środkach masowego przekazu. Na szczególną uwagę zasługuje też impreza, która została zapoczątkowana w 2009 r. – Święto Wina.

4. Uprawa winorośli na obszarze Małopolskiego Przełomu Wisły

Historia uprawy winorośli na terenie Małopolskiego Przełomu Wisły sięga średniowiecza (Włodarczyk 2008). Wiąże się to z odpowiednimi warunkami przyrodniczymi dla uprawy właśnie tej rośliny (podłoże wapienne, stosunkowo wysokie temperatury w sezonie letnim). W średniowieczu największe zasługi w dziedzinie uprawy winorośli miał Kościół. Benedyktyni w Sieciechowie posiadali cenioną winnicę w ówczesnej Górze Jaroszyńskiej (obecnie Górze Puławskiej). Do zakonu należały również liczne wioski, w których także uprawiano winorośl.

W czasach nowożytnych winnice skupiały się już przede wszystkim wokół zamków. W sąsiedztwie zamku w Czersku winorośl była uprawiana od czasów książęcych do XIX w. Szczepy do tych winnic sprowadzała z Włoch sama królowa Bona. Podobnie zamek w Janowcu okalały winnice. W latach 30. XX w. powstała tutaj największa wówczas w tym regionie winnica. Następnie powstawały kolejne, m.in. w Kazimierzu nad Wisłą. Również w Winiarach znana była winnica, którą uprawiali przez lata kolejni właściciele. Szczególnym momentem w historii winiarstwa na tym terenie po II wojnie światowej był projekt utworzenia centralnego regionu winiarskiego w Polsce. Miał on liczyć ok. 1000 ha winnic, a jego autor, Stanisław Madej, nazywał go „polską Nadrenią”. Jednakże warunki ówczesnej gospodarki spowodowały, iż winnice upadły.

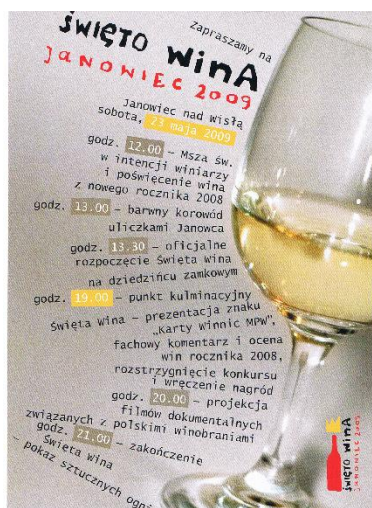
Nowy okres w uprawie winorośli na tym terenie rozpoczął się w 2002 r. od założenia w Podgórzu „Winnicy Pańska Górka” przez współzałożyciela Instytutu Winorośli i Wina, Wojciecha Włodarczyka. Od tego momentu zaczęły powstawać kolejne winnice. W maju 2008 r. zawieszono Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły, które skupia 21 winnic regionu (tab. 2).

Tabela 2. Winnice należące do Stowarzyszenia Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły (stan na maj 2009 r.)

Nazwa winnicy	Miejscowość	Gmina	Rok założenia	Powierzchnia (w ha)
Winnica na Górach	Góry I	Kazimierz Dolny	1993	0,10
Winnica Słoneczna	Batorz II	Batorz	1995	0,30
Winnica w Józefowie	Józefów nad Wisłą	Józefów nad Wisłą	1998	0,20
Winnica Pańska Górka	Podgórz	Wilków	2002	0,31
Winnica	Góry II	Kazimierz Dolny	2002	0,03
Winnica Mały Młyn	Bronowice	Puławy	2003	0,20
Winnica Słowicza	Bronowice – Mały Młyn	Puławy	2003	0,30
Winnica Maja	Kowala	Puławy	2004	0,10
Winnica w Starej Wsi	Stara Wieś	Końskowola	2004	0,05
Winnica Solaris	Opole Lubelskie	Opole Lubelskie	2004	0,15
Winnica w Górze Puławskiej	Góra Puławska	Puławy	2004	0,10
Winnica Wieczorków	Borek	Gniewoszów	2005	0,10
Winnica Domowa Kalisza	Stare Kaliszany	Józefów nad Wisłą	2006	0,05
Winnica Rzeczycy	Rzeczycy	Kazimierz Dolny	2007	0,30
Winnica Podstolice	Podstolice	Maciejowice	2007	0,20
Winnica w Kociołkach	Kociołki	Kozienice	2008	0,02
Winnica Nowiny	Świesielice	Ciepielów	2008	0,20
Winnica Pod Sosnami	Ruda	Trojanów	2008	0,05
Winnica Agatka	Opactwo	Sieciechów	2009	0,70
Winnica Małe Dobre	Dobre	Wilków	2009	1,00
Winnica w Ożarowie	Ożarów Pierwszy	Opole Lubelskie	2009	1,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Winnice Małopolskiego...* (2009) oraz www.winiarzempw.pl.

Siedzibą stowarzyszenia jest zamek w Janowcu. Główną imprezą organizowaną przez stowarzyszenie przy współudziale innych jednostek jest wspomniane już Święto Wina. Odkryło się ono po raz pierwszy na zamku w Janowcu w maju 2009 r. (rys. 1). Z założenia ma być to coroczna impreza, podczas której prezentują się winnice regionu oraz odbywa się degustacja wina. Jest to niewątpliwie bardzo ważna forma promocji zarówno regionu, jak i winnic oraz samego stowarzyszenia. Imprezie, obok inicjatyw związanych z samym winem, towarzyszą wystawy, wernisaże, występy, stoiska kuchni regionalnej, twórców ludowych i inne. Pomimo że impreza odbyła się po raz pierwszy, została bardzo dobrze przyjęta i cieszyła się dużym zainteresowaniem.



Rys. 1. Zaprośzenie na „Święto Wina 2009”

Równie ciekawym przedsięwzięciem planowanym przez stowarzyszenie jest turystyczny Szlak Winnic Małopolskiego Przełomu Wisły. Ponadto zamek w Janowcu przygotowuje projekt odnowy winnicy oraz planuje otwarcie w zamku Muzeum Winiarstwa. Wszystkie te inicjatywy sprzyjają promocji regionu, są magnesem przyciągającym potencjalnych turystów zainteresowanych uprawą winorośli oraz produkcją wina. Może to stworzyć nowe możliwości czerpania korzyści materialnych nie tylko przez właścicieli winnic, ale również przez innych mieszkańców tego terenu. Obecnie zwiedzanie winnic ma charakter indywidualny.

5. Złożony produkt turystyczny Małopolskiego Przełomu Wisły

Analiza oferty winnic Małopolskiego Przełomu Wisły wykazała, że omawiany region winiarski można uznać za nowo powstający produkt turystyczny. Obszar ten cechuje się licznymi zasobami zarówno przyrodniczymi (różnorodność rzeźby, gleb, roślinności oraz atrakcyjna krajo-brazowo dolina Wisły), jak i antropogenicznymi (liczne ośrodki z wieloma obiektami zabytkowymi, ruiny zamków, jak również tradycja winiarska regionu).

Wszystko wskazuje na to, że infrastruktura turystyczna będzie się dość szybko rozbudowywać. Poza elementami bazy noclegowej istniejącymi od dawna w najatrakcyjniejszych turystycznie miejscowościach regionu, usługi te będą świadczone także w winnicach należących do stowarzyszenia. Wiele winnic Małopolskiego Przełomu Wisły jest na początkowym etapie rozwoju. Część produkuje już własne wino, jednak istnieją również takie, które dopiero zaczęły swoją działalność. Jednakże celem większości z nich jest organizowanie odpowiednio przygotowanych degustacji¹, które byłyby oferowane jako odpłatne samodzielne imprezy oraz stanowiły część szerszej usługi – dłuższego pobytu w gospodarstwie agroturystycznym. Obecnie główną atrakcją oferowaną enoturystom jest możliwość zwiedzenia gospodarstw winiarskich i poznanie procesu produkcji wina oraz sprzedaż produkowanych napojów.

Niektóre winnice mają już swoje strony internetowe (np. Winnica Mały Młynek, Winnica Słowicza, Winnica Wieczorków). Są również takie, które obok produkcji wina oferują turystom również inne wyroby, np. Winnica Domowa Kalisja posiada palarnię kawy, a ponadto planuje na szerszą skalę wypiek tradycyjnego chleba.

Stowarzyszenie Winnic Małopolskiego Przełomu Wisły prowadzi także działania z zakresu kształtowania pozytywnego i wyrazistego wizerunku

¹ Organizacja degustacji wymaga starannego przygotowania. W gospodarstwach winiarskich świadczących takie usługi wydzielone są specjalne sale degustacyjne mieszczące od kilku do kilkunastu osób. W salach degustacyjnych musi panować właściwa temperatura. Należy przygotować odpowiednie kieliszki, wodę i pieczywo, materiały opisujące prezentowane wina dla degustatorów. Niezwykle ważna jest także osoba prowadzącego degustację (jej kompetencje, zaangażowanie) oraz dobór win. Optymalny zestaw składa się z 7–8 próbek degustacyjnych, zawierających wina białe i czerwone, wytrawne i słodkie (Bosak 2008).

regionu oraz jego promocji. Przykładem takich działań jest uruchomienie strony internetowej stowarzyszenia, prezentującej nie tylko winnice, ale także główne atrakcje turystyczne regionu. Wydawane są materiały promocyjne, organizowane są prezentacje winnic w sklepach oraz na różnych imprezach kulturalnych. Członkowie stowarzyszenia czynnie uczestniczą w Konwentach Polskich Winiarzy. Warto ponadto podkreślić, że omawiany produkt turystyczny – obszar jest zarządzany i zorganizowany, co może mieć pozytywny wpływ na jego dalszy rozwój.

Produkt turystyczny – region winiarski Małopolskiego Przełomu Wisły składa się z wielu elementów potencjału turystycznego. Jest on kombinacją cząstkowych produktów turystycznych:

- produktów turystycznych – rzeczy (różne gatunki wina i innych produktów lokalnych);
- produktów turystycznych – usług (usługi gastronomiczne – przygotowywanie, serwowanie i sprzedaż wina);
- produktów turystycznych – wydarzeń (degustacje, Święto Wina);
- produktów turystycznych – obiektów (winnice);
- przygotowywany jest także produkt turystyczny – szlak (Szlak Winnic Małopolskiego Przełomu Wisły).

6. Zakończenie

Omawiany region winiarski Małopolskiego Przełomu Wisły można uznać za nowo powstający produkt turystyczny – obszar. Składa się on z wielu elementów połączonych jedną nadrzędną ideą – produkcją i sprzedażą wina. Produkt ten ma szansę wpłynąć pozytywnie na wizerunek całego regionu, jak również na poprawę jego atrakcyjności turystycznej. Obok znanych i cenionych przez turystów miejscowości, takich jak Kazimierz Dolny, Janowiec czy Nałęczów, powstaną bowiem nowe atrakcje przyciągające nowe grupy turystów kulturowych.

Rozwój turystyki kulinarnej daje wiele korzyści regionowi. Jak podaje M. Mika (2007), turystyka kulinarna pełni funkcje społeczne, pozwalając zrozumieć i poznać tradycje kuchni regionalnych, daje korzyści ekonomiczne wytwórcom produktów rolnych oraz przyczynia się do poprawy wizerunku regionu.

Rozwój produktu turystycznego – regionu winiarskiego Małopolskiego

Przełomu Wisły może przyczynić się do rozwoju społeczno-ekonomicznego regionu. Projekt ten umożliwia poznanie tradycji winiarskich tego regionu, do tej pory mało eksponowanych. Ponadto sprzyja powstawaniu małych przedsiębiorstw związanych z produkcją wina, ale także może być motorem do kolejnych inwestycji związanych z napływem turystów. Proces ten został szeroko opisany w literaturze przedmiotu jako efekt mnożnikowy w turystyce.

Literatura

- Bosak W., 2008, *Wino i turystyka*, w wersji elektronicznej: www.instytutwina.pl/pdf/winoiturystryka.pdf (data dostępu: 27.07.2009).
- Buczowska K., 2008, *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego, Poznań.
- Chmielewski T.J., Harasimiuk M., 1996, *Problemy kompleksowej ochrony Małopolskiego Przełomu Wisły*, [w:] *Małopolski Przełom Wisły – walory, zagrożenia, ochrona*, pod red. M. Kucharczyka, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Hall C.M., 2004, *Wine tourism around the world: development, management and markets*, Elsevier Butter-worth-Heinemann, Oxford.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2008, *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2003, *Szlaki wina – nowa forma aktywizacji obszarów wiejskich*, Prace i Studia Geograficzne, Geografia Turyzmu, 2.
- Medlik S., 1995, *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*, PWN, Warszawa.
- Mika M., 2007, *Formy turystyki wypoczynkowej*, [w:] *Turystyka*, pod red. W. Kurka, PWN, Warszawa.
- Supryn M., 2008, *Archeologia zamku w Janowcu*, Muzeum Nadwiślańskie w Kazimierzu Dolnym, Kazimierz Dolny.
- Tałałaj Z., 1996, *Ochronna rola zadrzewień w urzeźbionym krajobrazie Małopolskiego Przełomu Wisły*, [w:] *Małopolski Przełom Wisły – walory, zagrożenia, ochrona*, pod red. M. Kucharczyka, Wydawnictwo UMCS, Lublin.
- Winnice Małopolskiego Przełomu Wisły*, 2009, broszura, Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły.
- Włodarczyk W., 2008, *Janowiec i winnice środkowej Wisły*, Notatnik Janowiecki, 15.

Strony internetowe

- www.winiarzempw.pl (data dostępu: 03.08.2009).
- www.winowww.pl (data dostępu: 05.08.2009).