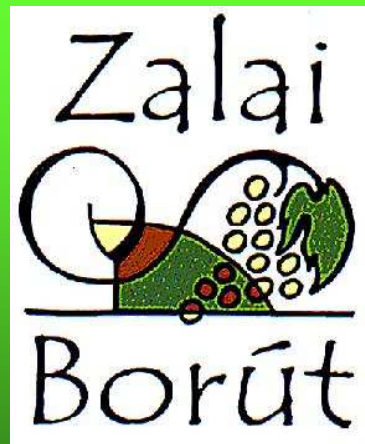


Borturizmus és a szőlő bor ágazat helyzete Magyarországon és a Zalai borvidéken



Zalai Borút Egyesület

Mi a borút ?

- **A borút definíciója:**
- **olyan összetett turisztikai termék, mely sajátos egyedi kínálattal rendelkezik,**
- **szervezett egységben működik,**
- **piacra jutását közösségi marketing segíti,**
- **szolgáltatásai minősítettek és garantáltan megfelelnek a nemzetközi kínálatokkal turisztikai elvárásoknak is.**
- **A látogató turista a borúton közvetlenül megismerkedhet a szőlő-termesztés és feldolgozás munkafolyamataival,**
- **a boron keresztül betekintést nyerhet a borvidék és az emberek életébe, a borvidék kultúrájába.**

Borutak típusai 1.

- **Klasszikus borút**

Az Elzászi Borút példáját követve, konkrét bejárható útvonalat jelent, szervezett egységes rendszerben biztosított kínálattal. Olyan borkörút, ahol a borkínáló és eladóhelyek, vendéglők és szálláshelyek, valamint látnivalók és programok folyamatosan várják a turistákat. A látogatókat információs kiadványok és táblák irányítják a minősített szolgáltatásokhoz.

2.

- **Tematikus borút**

Ebben a típusban a borkóstoló helyek speciális programokkal egészülnek ki. Leggyakrabban a kultúra, a természet vagy a gasztronómiai kapcsolódik hozzájuk a szolgáltatást biztosító egyéni szervezésében.

3.

- **Nyitott borút**

A borkóstoló helyek laza hálózata. Borkóstolásra, étkezésre és vendéglátásra felkészült egységek egy - egy turisztikai régióban, ami egyben borvidék is. A szolgáltatások gyakran nyitva tartás nélkül üzemelnek, a szolgáltatásokat előzetes egyeztetés, megrendelés alapján nyújtják.



Zalai Borút Egyesület

I. Borászat helyzete napjainkban

1.

- Nőnek a költségek
- A piacra jutás nehezebb
- Társadalmi probléma: 100 e családot érint
- Kitörési pont a borturizmus

2.

- Az EU-ban a mezőgazdaság 40%-osan támogatott.
- A borászat ezen belül kiemelt – Olaszország, Franciaország miatt.
- Folyamatos túltermelés
- Minőségi eredetvédett borok és tömegborok arányának változása
- Középkategóriás borok hiánya lehetőség – Ausztrália Chile

3.

Magyarországon

- Piaci lehetőségek beszűkülése, folyamatosan csökken a borexportunk
- Hazai piacok szűkülése a magyar borászok számára az élelmiszerkereskedelem átalakulása miatt
 - Túl kínálat
 - Elaprózódott termelői bázis
- Az ágazat jövedelmezősége 1 %, szőlőterület csökkenése folyamatos (kivágási támogatás)

II. Turizmus helyzete 1.

- Turizmus a világgazdaság vezető ágazata
- Évi 4-5% bővülés
- 2020-ra 1,6 milliárd turistaérkezés
- 200 millió embernek munkalehetőség
- Küldő országok a gazdag országok – gazdag programot kívánnak
- Borturizmus fejlesztése iránt hat
 - Bor a gasztronómia élmények igénye
 - Senior turizmus

2.

Magyarországon:

- Évről évre nő a látogatók száma
- Nő a belföldi turizmus aránya, amit erősítenek a megszorító intézkedések
- Új célcsoport megjelenése

Lehetséges célcsoport



Zalai Borút Egyesület

Esetleg?



Zalai Borút Egyesület

III. A borturizmus jellemzői

Célok

- Borértékesítés helyben
- Turisztikai vonzerő növelése
- Országimázs építés
- Turisztikai termékfejlesztés
- Munkahely teremtés

III. A borturizmus jellemzői

Stratégia

- Termelés helyett szolgáltatást kell nyújtani
 - A bor minőségének fontossága
 - A vendégekkel a kapcsolat mindennapi, a kommunikáció jelentősége nő
- Konkurencia helyett belépnek az együttműködő partnerek
- A piacszerzés – program eladása
- Szolgáltatás nyújtása – program lebonyolítása

III. A borturizmus jellemzői

Megvalósítás

- Már nem a bor a fő termék, hanem a program
- Program összetevői:
 - Bor – csak minőségi
 - Kiegészítő szolgáltatás, (minőség, esztétika, látvány, komfort)
 - Forgatókönyv

IV. Közösségi marketing szerepe

- Borutak Magyarországon
 - Villány-Siklós Borút Egyesület (1994)
 - Balatoni Borutak Szövetsége (2003)
 - Magyar Borutak Szövetsége (2003)
 - A Zalai Borút Egyesület 1999 – ben alakult
 - Minden borvidéken vannak már borút egyesületek számuk közel 40
- Állami szerepvállalás
 - 1999 – Asztali örömök
 - 2006 – Bor és gasztronómia éve
 - 2007 – Zöldturizmus éve
 - 2008 - Vizek éve
 - 2009 – Kulturális turizmus éve
 - 2010 - Fesztiválok éve

V. Borértékesítés

Alaphelyzet a túltermelés

- Kereskedelmi hálózatok – nyomott árak, akciókényszer, csak nagy mennyiséggel
- Ital nagykereskedés – nagy választék, kicsi forgalom
- Helyi értékesítés
 - Bortrezor- turizmushoz kapcsolódik
 - Mérőórás – legalacsonyabb áron biztosít minőségi bort



Zalai Borút Egyesület

Köszönöm a figyelmet

Zalai Borút Egyesület
8790 Zalaszentgrót, Május 1. u. 38.

T: 83/360-614

info@zalaiborut.hu

www.zalaiborut.hu

