

VPLIV EPIDEMIJE NA KONZUMACIJO VIN IN VINSKI TURIZEM SLOVENIJE KOT EVROPSKE GASTRONOMSKE REGIJE 2021

LEA–MARIJA COLARIČ–JAKŠE, JULIJA LAZAR IN
KRISTINA KOVAČ

Visoka šola za upravljanje podeželja GRM, Novo mesto, Slovenija.
E-pošta: lea.colaric-jakse@vsgrm.unm.si, kristi.kovac@gmail.com,
julija.lazar@gmail.com

Povzetek Vino je končni produkt fermentacije grozdnega soka, ki ga človeštvo prideluje že od Antike. V naše kraje je vinska trta našla pot preko Rimljanov, z njimi pa se je širila po celotnem Sredozemlju. Vinogradništvo in vinarstvo sta v Sloveniji nadvse pomembni panogi, o tem priča tudi dejstvo, da Slovenci gojimo kar 48 sort vinske trte. Kar se tiče vina v povezavi s turizmom, se lahko navežemo na pojem vinski turizem. Obiskovanje kleti, prireditve in degustacij je način, kako kulturo vina predstaviti turistu. Razvoj vinskega turizma zahteva celostni pristop in pa nujno medsektorsko povezovanje ter sodelovanje. Vinski turizem je tesno povezan tudi z drugimi oblikami turizma, predvsem gastronomskega. V Sloveniji je razvoj vinskega turizma šele na začetku, vendar pa imamo zelo dobre predispozicije za njegov razcvet. Vino je v deželah z visoko razvito kulinariko nadvse cenjeno in predvsem nepogrešljivo ob kulinariki. Glede na vrsto delimo vina na bela in rdeča, po sladkorni stopnji pa poznamo štiri stopnje – suho, polsuho, polsladko in sladko vino. Slovensko vinogradništvo je zelo razširjeno v Podravju, Primorju in Posavju. Pridelovalci fermentirajo grozdni sok, nato pa ga pustijo zoreti v sodih ali cisternah.

Ključne besede:

vinska
kultura,
vinski
turizem,
pridelava
vina,
vinogradništvo,
vinarstvo,
koronavirus
(SARS-CoV-2)

THE IMPACT OF THE EPIDEMIC ON WINE CONSUMPTION AND WINE TOURISM IN SLOVENIA AS A EUROPEAN GASTRONOMIC REGION 2021

LEA–MARIJA COLARIČ–JAKŠE, JULIJA LAZAR &
KRISTINA KOVAČ

Landscape Governance Collage GRM, Novo mesto, Slovenia.
E-mail: lea.colaric-jakse@vsgrm.unm.si, kristi.kovac@gmail.com,
julija.lazar@gmail.com

Abstract Wine is the final product of the fermentation of grape juice, which has been produced by mankind since antiquity. The wine found its way to our region via the Romans, and spread with them throughout the Mediterranean. Viticulture and wine-making are very important industries in Slovenia, as evidenced by the fact that Slovenians grow 48 grape varieties. As far as wine is concerned in connection with tourism, we can relate to the concept of wine tourism. Visiting the cellars, events and tastings is a way to present the wine culture to the tourists. The development of wine tourism requires an integrated approach, and the necessary cross-sectoral integration and cooperation.

Keywords:
wine
culture,
wine
tourism,
wine
production,
viticulture,
winemaking,
koronavirus
(SARS-CoV-2)

Wine tourism is also closely related to other forms of tourism, especially gastronomic. In Slovenia, the development of wine tourism is just beginning, but we have very good predispositions for it to flourish. Wine is highly appreciated in countries with a highly developed cuisine and, above all, is indispensable for delicious dishes. Depending on the type of wine, we divide them into white and red, and according to the sugar level, we have four levels - dry, semi-dry, semi-sweet and sweet.

1 Uvod

Vinogradništvo je pomembna kmetijska panoga, ki spremlja človeka že več tisočletij in prinaša odlične možnosti za zaslužek in gospodarjenje. Večinoma vinogradništvo povezujemo s trgovino, gostinstvom in turizmom. S pomočjo te panoge se lahko kraji, regije in celo države bolje razvijajo in prinašajo dodano vrednost v prostor. Vino je skozi zgodovino postajalo velik del človeške kulture pitja. Skozi tisočletja je tehnologija priprave tega žlahtnega napitka učila nadobudne vinogradnike in vinarje, kako povezovati ljudi preko hrane in pijače. V povezavi z vinogradništvom se je vzpostavil tudi vinski turizem, ki je glavni sestavni element tega članka. Brez turizma se vinski okoliši ne bi mogli predstaviti v vsem svojem sijaju. Mnogo je ljubiteljev, ki jih pritegne vinorodni okoliš zgolj zaradi barvite zgodovine in zanimivih, inovativnih idej, s katerimi vinarji in vinogradniki oglašujejo svoje kleti in proizvode. Kadar je potrošnik zadovoljen, se v prostor rad vrača in s tem širi dober glas o ponudbi, naravi in doživetjih. V letu 2021, ko Slovenija nosi naziv Evropska gastronomska regija, pa so se v različnih prostorih Slovenije razvili mnogi projekti, ki predstavljajo vsebine eno-gastronomske ponudbe in doživetij.

Kljub vsemu temu pa je nemogoče spregledati, da sta leti 2020 in 2021 zaznamovani s popolnoma drugimi prioritetami, ki potiskajo pomen turizma v ne nujno obliko potrošnje in da bo tudi leto 2022 stigmatizirano s turistično pohabljenostjo ter (morebiti) vprašanji turističnega okrevanja, in šele nato nadaljnega razvoja. Slovenski turizem v teh dveh letih pretežno životari na račun državne pomoči v obliki nadomestil za izpad prihodkov. Isto velja za vinski turizem, ki pa ima že daljšo zgodovino boja za preživetje, predvsem v omejeni sposobnosti negovanja kulture pitja alkohola, ki rezultira v državnih omejitvenih ukrepih in močni abstinenčni propagandi dela javnosti. Slovensko vinarstvo tako postaja deloma izvozno, deloma pa se usmerja v dopolnilno obliko kmetijske dejavnosti, saj zaradi omenjenih dejstev ne zagotavlja normalnega preživetja malim in srednje velikim vinarjem. Epidemija koronavirusa (SARS-CoV-2) je z zaprtjem ekonomskih panog ter meja marsikje zadala dodatni udarec, ki tako kot v drugih panogah usmerja vinarje, da razmislijo o lastnih razvojnih potencialih, prioritetah, zmožnostih in priložnostih.

2 Teoretične osnove

Izredne situacije v okolju – epidemija/pandemija

Razlika med epidemijo in pandemijo je zelo preprosta – epidemija je izraz za nenaden izbruh in hitro širjenje bolezni v človeški populaciji, v kateri močno presega normalno obolevnost, pandemija pa je izraz za epidemično stanje neke nalezljive bolezni, kadar se ta razširi na velikem geografskem območju (Delo, 2021). WHO (World Health Organization) je določila kriterije, da epidemija postane pandemija, ko je bolezen za določeno populacijo nova, se nekontrolirano širi in povzroča resne zdravstvene težave pri ljudeh. V zgodovini je bilo človeštvo priča kar nekaj izbruhom bolezni, ki so terjala veliko žrtev. Črne koze in tuberkuloza, predvsem kuga, ki je v 14. stoletju vzela okoli 75 milijonov ljudi. Danes je med nami še vedno prisoten virus HIV oz. AIDS, ki prizadene imunski sistem posameznika, sledijo pa mu različna obolenja z gripo, ki niso prav nič nedolžna. Od 20. stoletja dalje so zabeležili štiri pandemije gripe. Najhujša je bila španska gripa, ki jo je povzročil virus H1N1. Za posledicami obolenja je takrat umrlo okoli 40 milijonov ljudi. Leta 2009 smo se s tem virusom ponovno srečali, v obliki podtipa, imenovanega prašičja gripa (STA, ms/vb, 2020).

Vpliv epidemije koronavirusa (SARS-CoV-2) na življenje ljudi

Leto 2020 je bilo zaznamovano s pandemijo, ki je močno prizadejala tudi Slovenijo. Nova zdravstvena grožnja je spremenila in omejila življenje ljudi, predvsem z izdajo ukrepov, ki so vodili v omejitve gibanja ter zbiranja ljudi na javnih mestih. Spremembe so povzročile stanje, v katerem se slovenski narod še ni znašel – negotovost, obremenitve, novi izzivi in zaskrbljenost za svoje zdravje in zdravje bližnjih. Poleg splošne krize se tu pojavljajo vprašanja o samih učinkih pandemije in ukrepov preprečevanja širjenja bolezni na delovanje posameznika in njihove čustvene odzive na krizne situacije. Virusne epidemije vplivajo na duševno zdravje ljudi, ljudje so pod stresom, saj ne želijo prenesti okužbe (SARS-CoV-2) na svoje bližnje. Samo stanje ni vplivalo le na spremenjene okoliščine življenja ljudi, temveč tudi na ekonomske, socialne in psihološke aspekte, saj so določeni veliko bolj stresni kakor drugi. Morda so najbolj kritična skupina, ki potrebuje raznolikost in večji spekter doživljanja otroci in mladostniki, ki so v času epidemije tega močno prikrajšani. V teh časih je morda res pričakovano, da so ljudje zaskrbljeni in

prestrašeni, imajo večje težave pri opravljanju dejavnosti, ki so jih morda prej že obvladovali. Posledice, ki jih prinašajo omejitve gibanja in spremembe pri načinu življenja predstavljajo velike težave na področju duševnega zdravja za celotno populacijo, tako starostnike kot tudi mladostnike. Če povzamemo, tuje izkušnje iz preteklosti nakazujejo, da nezmožnost obiskovanja šol in javnih ustanov, veliko omejevanje socialnih stikov in predvsem gibanja pri celotni populaciji ljudi povzročata dolgotrajne posledice na področju telesnega in duševnega zdravja (Dobnik Renko, Janjušević, Kreft Hausmeister, Lampret, Mikuž, Mlinarič, Pristovnik, 2020, str. 2 – 8).

Vpliv koronavirusa (SARS-CoV-2) na konzumacijo vin in vinski turizem

Epidemija koronavirusa (SARS-CoV-2) je močno spremenila trende v svetovnem gospodarstvu. Končna ocena vpliva koronavirusa (SARS-CoV-2) na vinsko in vinarsko industrijo, kot na vse druge panoge, je še zelo oddaljena. Vendar pa je nemogoče spregledati prve rezultate raziskav (glej npr. Canavati et al., 2020), ki dajejo jasno vedeti, da ne bo nič več, kot je bilo in da se mora tudi vinarska industrija vprašati po prihodnosti po prelomu v vzorcu poslovanja. Tudi Cardebat et al. (2020) ugotavljajo, da je epidemija koronavirusa (SARS-CoV-2) na vinski trg vnesla neko novo realnost, kateri se bo potrebno prilagoditi. Med tem pa Dubois et al. (2021) jasno izpostavljajo eno izmed ključnih vprašanj prilagoditev, to so drugačni konzumacijski vzorci, ki so posledica vsesplošnega zaprtja gospodarstva in družbe. Številni drugi avtorji (v letih 2020 in 2021 je bilo objavljenih že na tisoče znanstvenih člankov, ki se navezujejo na vprašanje vinarstva ter vinskega turizma v pogojih koronavirusa (SARS-CoV-2) in po tem) naslavlja različne vidike sprememb v vinsko povezanih vzorcih, od sprememb vzorcev pitja, sprememb trgov, sprememb same vloge vina, sprememb odnosa do vina, psihologije družbe in vloge alkohola pod pogoji epidemije, sprememb turističnih zmožnosti in vzorcev idr. Vse to nakazuje, da tudi, če ni enotnega mnenja o vlogi koronavirusa (SARS-CoV-2) na vinarstvo in vinski turizem, je dejstvo, da je pandemija vplivala tudi na to področje in ga predruščila, čeprav v tem trenutku še ni enoznačnih odgovorov na vprašanje o naravi teh sprememb.

4 Metodologija in hipoteze

Vinski turizem je v okviru gastronskega razvoja Slovenije eden njegovih temeljnih vidikov, saj Slovenija sodi med tradicionalne vinorodne države na svetu. Članek skuša skozi analizo virov predstaviti stanje vinarstva in vinskega turizma v Sloveniji ter ga postaviti v okvir vpliva projekta Slovenije kot evropske gastronske regije 2021 in pojava epidemije koronavirusa (SARS-CoV-2). Prispevek je razdeljen v teoretični del, ki vsebuje predvsem analizo stanja slovenskega vinogradništva, vinarstva in vinskega turizma v svetu ter v empirični del, ki vsebuje intervjuje s slovenskimi vinarji treh vinorodnih dežel v Sloveniji in predstavlja osnovo razumevanja vpliva koronavirusa (SARS-CoV-2) na spremembe v vinarstvu, kot tudi zavedanje in pomen projekta Slovenije kot evropske gastronske regije v letu 2021 skozi anketno raziskavo. Na podlagi uvodnih ugotovitev lahko predpostavljamo, da pandemija koronavirusa (SARS-CoV-2) uničuje slovenski vinski turizem, kot tudi vinarsko industrijo ter da je naziv Evropske gastronske regije 2021, ki ga je prejela Slovenija, v dani situaciji relativno nepomemben in kot tak zamujena priložnost, za katero pa predhodno ni vedelo veliko ljudi.

5 Vino, vinogradništvo in vinarstvo v Sloveniji

Hitro spreminjanje turističnih trendov in tipov gostov bo sprožilo novo turistično realnost slovenskega podeželja. Pomembni bodo postali slovenski gostje, najbolj družine in posamezniki. Slovensko podeželje se bo moralo prilagoditi novim potrebam gospodarstva, predvsem bo potreben vložek v nove inovacije v ponudbi, potrebno bo večje povezovanje turističnih ponudnikov in večji poudarek na ponudbi domače, sveže, sezonske, kakovostne in ekološko pridelane hrane. Zaradi socialnega oddaljevanja in težnje ljudi po preživljanju časa v domačem poznanem okolju, bo napočil čas za podjetnike z inovativnimi idejami, ki bodo uresničevali želje slovenskega gosta, ki bo želel izkusiti dobrote domačega kraja oziroma države.

Mednarodne vinske sorte so v Sloveniji prisotne že skoraj 200 let, tako da so se prilagodile krajem in pokazale regionalne specifične, večini vinarske populacije pa še vedno predstavljajo jedro pridelave. Kljub temu se vinske karte, tako domačih kot mednarodnih restavracij, vse bolj zapolnjujejo z lokalnimi vinskimi sortami. Slovenska vina so odlična, ravno zato ima Slovenija odlične predispozicije za vinski turizem. Goriška Brda so v zadnjih 15 letih doživela velik razcvet v razvoju, saj so

se na pravi način lotili zgodbe, kjer ne nudijo gostu le konzumacijo vina in ogleda kleti, temveč organizirajo dogodke in aktivnosti, ki gosta močno pritegnejo. Več zgodb kot lahko prodaš gostu, večjo ceno mu lahko zaračunaš. Tu obvelja predvsem pristop in srčnost, ki ju gostje drugje ne dobijo. Ravno zaradi tega bi morala biti cena Slovenskih izdelkov še višja. V turizmu se gre za ponujanje edinstvenosti in butičnosti, tu govorimo o majhni količini ponudnikov in ekskluzivnosti, ki prinese svojo ceno (Alič, 2021). Po oceni Uran Maravičeve (2021) naj bi prišli do predkoronskega stanja šele leta 2026, zaradi vseh ukrepov in omejitev, ki so močno ogrozili slovenski vinski turizem. »To je po zelo optimističnem izračunu, če bi se obseg gostov povečeval za 12,5 odstotka na leto, nočitve pa na letni ravni za 9,5 odstotka. A to se ne bo zgodilo, saj bo koronavirus jutri še vedno z nami. Po absolutnih številkah smo trenutno v letu 2010, torej nam je korona vzela deset let. Kar pa zadeva tuje turiste, smo lani padli nazaj v leto 2001« (Alič, 2021).

Sama kultura vina izvira iz dežel Srednjega vzhoda in je stara skoraj 9000 let. V naše kraje so vinsko trto prinesli Rimljani, saj se je prek njih širila po celem Sredozemlju. Le ti so vinu pripisovali posebno moč, uporabljali pa so ga tudi v zdravstvene namene. V Sloveniji je kultura vina prisotna že več kot 2000 let, o čemer pričajo najdeni arheološki ostanki (Šikovec, 1987, str. 8; Medved, 2006, str. 7). Morda zato tudi ne preseneča, da je prav Slovenija dom najstarejši trti na svetu. Po opravljenih meritvah strokovnjakov je trta stara najmanj 350 let (D.S., MMC RTV SLO, 20. 9. 2020). Prvotno se je grozdje uporabljalo le za pridelavo soka, šele kasneje pa tudi za pripravo vina. Za nastanek vina mora poteči alkoholno vrenje, dobro vino pa je rezultat skrbnega dela vinogradnika in vinarja. Rodi se že v vinogradu, neguje in dozori pa v kleti. Splošno delimo vino na rdeče in bele sorte, glede kakovosti vinske sorte pa v tri skupine – namizno vino, kakovostno vino in vrhunsko vino. Vrhunsko vino je vino najvišje kakovosti. H kakovosti vina veliko pripomore pestrost in raznolikost Slovenskega ozemlja in podnebje. Naravna raznolikost tal in makroklimatske ter mikroklimatske razmere, ki so posledica bližine Jadranskega morja, alpskega sveta in Panonske nižine, so privedle do pestre ponudbe okusov žlahtnih vin (Hieng, Slovenske novice, 2017).

Vinogradništvo ima velik gospodarski pomen in je zelo pomembna kmetijska panoga, ki ima dobre možnosti za donosno in predvsem uspešno gospodarjenje. Slovenija premore okoli 18.550 ha vinogradov. V registru je vpisanih le slabih 15.500 ha, ki so registrirani kot pridelovalci. Vino se prideluje v devetih vinorodnih okoliših,

ki so združeni v tri vinorodne dežele - Primorsko, Posavje in Podravje. Letni pridelek obsega približno med 800.000 in 900.000 hl letno. Registriranih pridelovalcev vina, ki svoje vino stekleničijo je več kot 2300, v vsakem vinorodnem okolišu pa je tudi najmanj ena večja klet, ki grozdje odkupuje (Kovačec, 2020). V Sloveniji gojimo kar 48 sort vinske trte, med njimi prevladujejo bele sorte. Slovenski vinogradi ležijo na strmih legah, kar posledično pomeni dražjo pridelavo, a hkrati tudi bolj kakovosten pridelek grozdja. Delež kakovostnega vina predstavlja kar 70 % celotne pridelave. Ker je na našem trgu padla potrošnja vina, so slovenski vinarji primorani prodati več vina na tujih trgih (GOV, Vinogradništvo in vinarstvo, 23. 7. 2021).

Tabela 1: Količina pridelka po letih, prijavljena v register pridelovalcev grozdja in vina (v 1000 litrih, vir: RPGV, 23. 7. 2021)

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
44.810	54.243	47.827	62.285	52.461	53.565	68.132	56.199	52.559

V Slovenijo se uvaža predvsem namizna vina, ki jih glede na strukturo pridelave in potrošnje, primanjkuje. Leta 2006 je bilo izvoženega 5,2 milijona litrov vina. Glavni trgi za izvažanje slovenskega vina so Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Češka in ZDA. Kar se tiče uvoza, je bilo v Slovenijo uvoženih 6,2 milijona litrov vina. Glavne izvoznice za naš trg so Italija, Avstrija, Makedonija, Madžarska in Čile. Največja količina vina se pridelava v Franciji, sledijo pa ji Italija, Španija, ZDS, Argentina, Nemčija, Portugalska itd. (Vinska družba Slovenije, 2008).

Tabela 2: Uvoz/Izvoz (v 1000 L in EUR, vir: SURS, 2020)

		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Izvoz	v 1000 litrih	7.686	5.295	4.677	5.850	6.806	5.329	9.555
	v 1000 €	13.282	11.750	13.878	13.468	15.437	16.058	16.536
Uvoz	v 1000 litrih	12.971	13.953	13.391	12.049	10.945	9.745	8.686
	v 1000 €	13.422	14.868	12.981	13.298	13.982	12.624	12.313



Graf 1: Bilanca proizvodnje in potrošnje vina (v 1000 hl)

(Vir: SURS, 2019)

Do leta 1996 je obseg vinogradniških površin naraščal, potem pa začel rahlo upadati. Pridelki grozdja in vina so bili v posameznih letih zaradi majhnih sprememb v površini odvisni predvsem od vremenskih razmer. Po letu 1992 je bilo nekaj zelo bogatih letin (1993, 1997, 2002 in 2007), ki so napolnile kleti in vplivale na povečanje zalog vina ter posledično na znižanje cen grozdja in vina (GOV, Vinogradništvo in vinarstvo, 23. 7. 2021). Spomladi 2018 je bilo v register vpisanih 30.000 pridelovalcev grozdja in vina, ki so obdelovali 16.500 ha vinogradov. V register so prijaviili 52,5 milijonov litrov vina letnika 2017. Omenjena količina vina predstavlja uradno evidentirano količino vina, ki se v Sloveniji pojavlja na trgu. Poleg te količine je po ocenah Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano še približno 30 % vina, ki ga pridelajo manjši pridelovalci in naj bi bil namenjen samooskrbi pridelovalcev in njihovih družinskih članov (GOV, Vinogradništvo in vinarstvo, 23. 7. 2021). Največ površin vinogradov se nahaja v Podravju (več kot 40 %), nato sledi Primorje (40 %) na koncu pa je tu še Posavje. Nekaj manj kot 0,15 % površin vinogradov leži izven vinorodnih dežel. Največji vinorodni okoliš leži na Štajerskem, najmanjši pa v Beli krajini. Med rdečimi sortami so prevladovale sorte refošk, merlot, žametovka in cabernet sauvignon, ki so bile zasajene na skoraj 75 % površin z rdečimi sortami. Bele sorte pa so bile zasajene na okoli 68 % skupne površine vinogradov. Na več kot polovici površin z belimi sortami so bile zasajene sorte Laški rizling, Chardonnay, Sauvignon in Rebula (Plešivičnik, 2021).

5.1 Priložnosti za vinski turizem

Za vino in turizem velja prepričanje, da sta že od vseskozi povezana, vendar temu ni tako. Vino in vinorodne dežele kot primarna turistična ponudba in doživetje so sodobni fenomen. Zaradi velike vinsko-vinogradniške pridelave v deželah t.i. "Novega sveta" je turizem postal sestavni del vinskega posla. V Evropi in Sloveniji se povezovanje vinogradništva, vinarstva in turizma razvija šele dobri dve desetletji (Kerma in Gačnik 2020, str. 105.). Pojem vinski turizem večina avtorjev opredeljuje kot obiskovanje vinogradov, vinarjev, vinskih festivalov in drugih tovrstnih prireditev, pri katerih je v ospredju degustacija vin in obiskovanje ter doživljanje posebnosti določene vinske regije (Hall in Macionis, 1998 v Hall idr., 2000, str. 3.). Obravnavamo ga lahko iz treh vidikov, in sicer:

- kot strategijo, s katero turistične destinacije razvijejo in tržijo z vinom povezane atrakcije,
- kot obliko potrošniškega obnašanja, kjer potrošniki, ki jih zanimajo vino in vinske regije, takšne destinacije tudi obiskujejo,
- kot možno sredstvo vinarjev in vinskih kleti, da izobražujejo potrošnike vina in jim direktno prodajajo proizvode (Wade idr., 2006)

Skupaj s kulinaricnim, lahko vinski turizem umestimo v širši spekter kulturnega turizma. Obe vrsti turizma sta velikokrat deležni skupne obravnave. Ponudniki v vinskem turizmu se morajo osredotočiti predvsem na tipe vinskih turistov, da jim omogočijo edinstveno turistično doživetje in pa predvsem, da sebi zagotovijo dobiček in lažje trženje proizvodov. Hall in Macionis (1998) sta opredelila tri tipe vinskih turistov, in sicer: ljubitelje vina, zainteresirane za vino in radovedne turiste. K obisku določenih vinskih krajev jih spodbujajo notranji dejavniki, kot so želja po druženju in socialnimi interakcijami, pridobivanje novega znanja, in zunanji dejavniki, kot so ogledi vinskih kleti in degustacije ter atraktivne aktivnosti vinorodnih regij. V nadaljevanju predstavljamo ključne dejavnike za razvoj vinsko-turistične destinacije:

Tabela 3: Ključni dejavniki za razvoj vinsko-turistične destinacije

(Kerma in Gačnik 2020, str. 107, po Getz in Brown, 2006, str. 156)

	Ključni dejavniki	Povezane značilnosti
Osrednji vinski proizvod	Obiskovalcem prijazne kleti, poučeno osebje, vinski festivali, znane vinske kleti.	Večje število odprtih vinskih kleti, znamenita vina, vodeni ogledi.
Kulturni proizvod	Edinstvena namestitev z regionalnim karakterjem, odlična lokalna kulinarika, tradicionalni vinski kraji.	Specializirane trgovine oz. tržnice s ponudbo lokalnih pridelkov.
Imidž destinacije	Atraktivna pokrajina, prijetno podnebje, zmerne cene namestitve, dostopnost informacij, dobro označene vinske poti.	Velika izbira aktivnosti, možnosti rekreacije na prostem.

Veliko vlogo pri razvoju in oblikovanju vinskega turizma predstavlja tudi terroir. Izraz, ki ga je težko prevesti iz originalne francoščine, ima več pomenov, v splošnem bi lahko rekli, da gre za identiteto vinske regije. Leta 2010 je Mednarodna organizacija za vinsko trto in vino sprejela uradno definicijo pojma: *Vinogradniški terroir je pojem, ki se nanaša na določeno območje, kjer se kolektivno znanje o vzajemnem delovanju med opredeljivim fizikalnim in biološkim okoljem ter uporabljenim vinogradniško-vinarsko prakso razvije, s tem pa zagotavlja različne značilnosti pridelkov in proizvodov, ki imajo svoje poreklo na tem območju. Terroir vključuje edinstvene značilnosti tal, topografije, podnebja, pokrajine in biodiverzitet (Uradni prevod SDVVŠ – Strokovnega društva vinogradnikov in vinarjev Slovenije)¹.*

Ko govorimo o vinskem turizmu, je terroir pomemben predvsem iz vidika oblikovanja in načrtovanja promocije vinske regije. Pri pojmu terroir velja prepričanje, da vsako vino vsebuje značilnosti določenega okolja, v katerem je dozorelo grozdje za pridelavo le-tega in da je terroir geografski koncept, ki daje vinu smisel prostora in ga dela drugačnega od vin, pridelanih v drugih vinskih regijah. Tako je smiselno sklepati, da se mora turistična ponudba navezovati tudi na druge edinstvene in specifične aspekte regije, ki bi dvigovali regionalno zavest.

¹ Definicija se v originalu glasi: »Vitivinicultural 'terroir' is a concept which refers to an area in which collective knowledge of the interactions between the identifiable physical and biological environment and applied vitivinicultural practices develops, providing distinctive characteristics for the products originating from this area. 'Terroir' includes specific soil, topography, climate, landscape characteristics and biodiversity features.« (OIV, 2010).

Vinska kultura se navezuje predvsem na način življenja z vinom, kar pomeni način, kako vino dojemamo v povezavi s kakovostnim življenjskim slogom. Če v vinu vidimo zgolj pijačo, ga tudi pijemo v neustreznih količinah in okoliščinah. To privede, da se zdrav napitek prelevi v škodljivo pijačo našemu zdravju. Medved (1997, str. 11) meni, da v deželah, kjer je kulinarčna kultura visoko razvita, pojmujejo vino kot njen neločljivi del. Kadar vino in hrana nastopata vzajemno, se spodbujata in nastopata kot celota, vrednost hrane in pijače pa se viša in na novo odkriva. V Sloveniji potrebujemo še nekaj časa, da se bo dosegla nova raven v razmišljanju in na praktičnem nivoju. Slovenci imamo ustaljene navade in predstave glede vina, ki jih bo zelo težko izkoreniniti. Iz preteklosti prihaja navada, da se vino pije doma za žejo, delno tudi za krepčilo ob težkem delu. Zaradi napredka je naporenega fizičnega dela vse manj, toda navada je marsikje ostala, zato se tudi veliko gostincev še vedno drži pravila, da mora gost imeti vedno poln kozarec in večina jih to počne, da prodajo čim več vina. Z razvojem dejavnosti se spreminja tudi gostilniška kultura, saj mora biti danes dober gostinec izobražen, razgledan in mora vedeti, kaj ponuja. Ne smemo pozabiti na slab vzorec, ki je v naši kulturi prisoten že dolgo časa, da kdor ne zmore spiti veliko, je manj vreden. Pojav le tega se občutno zmanjšuje, vendar še vedno ni popolnoma izkoreninjen. Pomembno vlogo ima tudi vinski list, ki je pomemben sestavni in neločljivi del kulinarčne filozofije. Danes je že marsikje ozaveščenost glede vinske kulture večja, kar pomeni, da bomo s tem skozi čas povzdignili slovenska vina na novo raven. Vino je kultura, saj je potrebno veliko znanja in modrosti za doseg dobrega in zdravega vina. Vino je kultura tudi zato, ker mora vino zoreti v snažnem in čistem prostoru, kjer se toči v sterilizirane steklenice in ustrezne kozarce, posledično pa se ga mora tudi spoštljivo uživati (Medved, 1997, str. 11). Pri tem velja poudariti, da se kultura pitja vina in potrošnja v času epidemije koronavirusa (SARS-CoV-2) bistveno spremenila.

5.1.1 Vinski turizem v Sloveniji

V Sloveniji imamo tri vinorodne dežele in devet vinorodnih okolišev: Vinorodna dežela Podravje (vinorodni okoliš Prekmurje, vinorodni okoliš Štajerska), Vinorodna dežela Posavje (vinorodni okoliš Bizeljsko Sremič, vinorodni okoliš Dolenjska, vinorodni okoliš Bela krajina) in Vinorodno deželo Primorje (vinorodni okoliš Goriška Brda, vinorodni okoliš Vipavska dolina, vinorodni okoliš Krasi, vinorodni okoliš Slovenska Istra).

V Sloveniji ima vinski turizem kratko zgodovino, začne se namreč v 90-ih letih prejšnjega stoletja s promocijo vinogradniško-vinarskega turizma s strani Turistične zveze Slovenije in Zveze društev vinogradnikov in vinarjev Slovenije. Razvoj podeželja in razvoj vinsko-turističnih cest kot del vinogradniško-vinskega turizma se je začel izvajati kot nacionalni projekt Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano RS, z zasnovo vinskih cest (Kerma in Gačnik, 2020, str. 116, po Bojnc in Korpar, 2005, str. 196). Med vinski turizem štejemo vinsko-turistične ceste, organizirane izlete in prenočišča v vinorodnih regijah, enološka doživetja in izobraževanja, vinske muzeje, vinske praznike in festivale, degustacije vin, obiske vinskih kleti, sejme in strokovne prireditve. Ponudniki teh storitev so povečini gostinci, turistične kmetije in vinske kleti. Priložnosti za vinski turizem je v Sloveniji veliko, a so premalo izkoriščene, tako da v Sloveniji obstajajo potenciali za nadaljnji razvoj turistične ponudbe, primerljive z drugimi evropskimi državami. Za razvoj vinskega turizma lahko izpostavimo naslednje najpomembnejše segmente:

- vinorodna dežela/destinacija/vinorodna kulturna krajina,
- vinogradi in vinske kleti (male in velike),
- vinska praznovanja, prireditve, festivali,
- vinske/vinsko-turistične ceste/poti
- vinski hoteli,
- vinoteke,
- vinski bari,
- vinski/vinogradniški/vinarski muzeji, galerije, zbirke, razstave. (Gačnik, 2019).

Kreiranje celostne razvojne vizije in strategije ter interdisciplinarno in medresorsko povezovanje ostajata velika neizkoriščena deviza za dvig mednarodne konkurenčnosti in prepoznavnosti vinskega turizma na Slovenskem (Gačnik, 2014). Slovenija ima pri razvoju in ohranjanju vinskega turizma veliko prednost, saj je naša kulturna krajina in kulturna dediščina zelo ohranjena, prav tako pa imamo več kot 2000 let staro kulturo vina. Z raziskovanjem možnosti nadaljnjega razvoja vinskega in gastronomskega turizma na kmetijah se trenutno ukvarjajo raziskovalci iz treh slovenskih univerz - Univerze v Mariboru, Univerze v Ljubljani in Univerze na Primorskem). S projektom VINGATUR želijo okrepiti prisotnost in povečati konkurenčnost turističnih kmetij v kontekstu razvoja vinskega in gastronomskega

turizma v Sloveniji. Projekt bo velik prispevek v znanosti in stroki, ki bo predlagal tudi konkretne strateške ukrepe za spodbujanje povezovanja, dviga kompetenc, izboljšanje trženja in valorizacije neizkoriščenih virov, kar bo tudi podlaga za sprejem ustreznih podpornih ukrepov. Pri tem ima veliko vlogo tudi projekt Turizem v zidanicah, ki se načrtovano razvija predvsem v Vinorodni deželi Posavje.

Ko pomislimo na vinski turizem, je navadno prva asociacija prav obisk vinskih kleti oziroma zidanic, ki so temeljno izhodišče, saj ponujajo dober vpogled v diagnostiko stanja vinskih turistov na terenu. Vendar pa v Sloveniji vinske kleti oziroma zidanice niso edine relevantne pri preučevanju izkušenj vinskih turistov. Zelo pomembno vlogo igra tudi nesnovna dediščina vinogradništva in vinarstva ter kultura vina, ki se kaže skozi naš vsakdanji in praznični način življenja ter kulturo, ki je zaznamovala naš odnos do vina. Pri tem velja poudariti različna praznovanja, kot so martinovanja, postavljanje klopotcev, trgatve ter z vinom in trto povezane svetnike (sv. Martin, sv. Urban, Štefanovo ...). Bogastvo vinske kulture se v Sloveniji odraža tudi v številu kulinarčnih prireditev in festivalov, kjer Gačnik (2014) izpostavlja deset različnih tipov, usmerjenih v predstavljanje kulture vina in vinskih posebnosti:

1. posamezno vinsko sorto (traminec, refošk ...),
2. poseben tip/zvrst vina (oranžna vina, penine ...),
3. izbrano vino in tradicionalne kmetijske izdelke/pridelke (pršut in teran ...),
4. vino v kontekstu kompleksnih gastronomskih prireditev (VinDel ...),
5. izbran kraj, vinski okoliš ali vinsko regijo (Salon Jeruzalem ...),
6. vino v povezavi z umetnostjo (Dnevi poezije in vina ...),
7. izobraževalne in družabne prireditve (študentski festival Vino ni voda na Ptuju ...),
8. rekreativne prireditve (nordijska hoja v Svečini ...),
9. izbore za vinske kraljice (nacionalne, regijske, lokalne, izbrane vinske sorte),
10. novodobne prireditve, ki temeljijo na dediščini vinogradništva in vinarstva.

Kot menita Kerma in Gačnik (2020, str. 118-124), je kot atrakcije za Slovenijo potrebno omeniti nacionalno himno-Zdravljico, ki časti vinsko trto in povezuje evropske narode, najstarejšo trto na svetu z več kot 450-letno zgodovino in največje vinsko kraljestvo, ki zajema nacionalno vinsko kraljico, regijske in lokalne vinske kraljice, vinske kraljice posameznih vinskih sort, vinsko princeso in dva vinska kralja posameznih vinskih sort. Med atrakcije oziroma fenomen lahko dodamo tudi

novodobne vinske fontane v Slovenski Istri, na Štajerskem in na Dolenjskem. Na Slovenskem imamo tudi nekaj ponudnikov butičnih nastanitev v obliki apartmajev ali sob, med drugim tudi na vinogradniških turističnih kmetijah. Pomembne so tudi vinske turistične ceste in poti, ki vplivajo na razvoj vinogradništva in vinarstva, in sicer kot dopolnilna dejavnost na manjših kmetijah. Posamezne vinorodne regije in kraji se s pomočjo vinsko-turističnih cest, ponekod tudi zidanic, promovirajo kot kulturno, gospodarsko in turistično zanimiv prostor, kar jim omogoča prodajo izdelkov in promocijo.

Razvoj vinskega turizma v Sloveniji zahteva celostni interdisciplinarni raziskovalni pristop ter medsektorsko povezovanje in sodelovanje. Le tako bomo lahko v prihodnje konkurirali na tem področju bolj razvitim evropskim državam. Pomembno je izpostavljanje domačih in avtohtonih vinskih sort ter usmeritev v trajnostno, lokalno, butično in ekološko vinogradništvo, vinarstvo in vinski turizem. Vinski turizem je potrebno povezati z drugimi vrstami turizma ter zagotoviti avtentičnost ponudbe, pri čemer je pomembna nadgradnja vinske arhitekture z identiteto lokalnega okolja in elementi sodobnosti. Razvoj turističnih dejavnosti pa mora biti usklajen in načrtovan skladno z uresničljivimi možnostmi in sprejemljivostjo fizičnih, gospodarskih in družbenih dejavnikov okolja, kakor meni Koščak (Pavlakovič idr., 2019), v katerem se odvija preobrazba oziroma uvajanje novih gospodarskih dejavnosti. Meni, da je pri vsem tem pomemben uravnotežen razvoj, saj le tako zagotavlja dolgoročno izkoriščanje in uporabo lokalnih danosti ter pri tem njihovo varovanje za prihodnje generacije, pri čemer je treba upoštevati mejne zmožljivosti v okolju, ki se kažejo v obliki fizično-ekoloških, demografskih in političnoekonomskih parametrov.

5.1.2 Vinski turizem v svetu

V **Franciji** se je vinski turizem začel intenzivno razvijati od leta 1980 naprej, ko so pridelovalci vin začeli svoje kleti odpirati za obiskovalce z namenom direktne prodaje vin (Hall idr., 2000). Francija se za razvoj vinskega turizma poslužuje dveh strategij: 1. velika vlaganja v turistično infrastrukturo, 2. povezovanje v različne mreže vinskih združenj in klubov kot je recimo Veliki vinski klub v dvorcu Languedoc (Petrovič in Pivac 2009, str. 169). Pri Franciji je vredno omeniti Vignoble et Découvertes, nacionalno vinsko turistično znamko oz. certifikat, ki zajema 36 vinorodnih območij in je zelo uspešen način označevanja in povezovanja med

vinskimi ponudniki. Najbolj znana vsem v Franciji pa je verjetno pokrajina Šampanija (Champagne), ki je s svojo tradicijo in unikatno pridelavo šampanjcev uvrščena tudi na UNESCO-v seznam svetovne kulturne dediščine. Na seznamu ji dela družbo tudi ena izmed vinskih prestolnic sveta- Bordeaux. Pohvalijo se lahko z izjemnim vinskim muzejem, ki je posvečen kulturi vina - La Cité du Vin (Kerma in Gačnik, 2020, str. 113).

V **Italiji** se vinski turizem razvija od leta 1993 in Italija je lahko drugim državam vzgled dobre prakse v razvoju vinskega turizma. Vinski turizem se razvija pod okriljem Movimento del Turismo del Vino (Italijansko vinsko-turistično gibanje), katerega glavni cilji so promocija vinske kulture; podpora turizmu v vinorodnih regijah, usposabljanje ponudnikov s turističnimi znanji in storitvami; krepitev ekonomskih in zaposlitvenih možnosti v regijah (Kerma in Gačnik, 2020, str. 115). V Italiji se skozi leto odvija tudi veliko prireditev na tematiko vina, najbolj znana je »Cantine Aperte« (Odprte kleti).

Na **Madžarskem** je verjetno najbolj poznana vinska regija Tokaj. Vino z istim imenom je nekdaj veljalo za zelo cenjeno na francoskih, ruskih in habsburških dvorih. Na Madžarskem je za vsako vinsko regijo posebej izdana knjižica, v kateri so navedeni podatki regije, od geografskih značilnosti, do turistične ponudbe. Velik poudarek pa dajejo tudi vinskim cestam, ki so primarni način vinskega turizma na Madžarskem.

Na **Hrvaškem** se vinski turizem dobro razvija šele od leta 2000 naprej, in sicer najbolj izrazito v Hrvaški Istri, kjer sezonske turiste privabljajo z mnogimi vinskimi cestami. Hrvaška Istra je bila leta 2015 po mnenju ameriške revije Wine Enthusiast izbrana kot ena najboljših desetih vinskih destinacij na svetu (Kerma, 2018, str. 49).

V sosednji **Avstriji** so po škandalu »Weinskandal« bili primorani postaviti nove temelje in sistem DAC (Districtus Austriae Controllatus), ki je ena najstrožjih zakonodaj zaščite porekla ter kakovosti vina na svetu. Avstrijski vinarji so zaradi potreb trga svojim vinom dodajali dietilenglikol, da bi jih naredili bolj bela in sladka. Škandal je čez noč porušil celotno vinsko industrijo države (povzeto po Kerma in Gačnik, 2020, str. 46). Vinski turizem z vidika promocije in trženja avstrijskih vin postaja vedno bolj prepoznaven in cenjen. Avstrija se v povezavi s turizmom danes

lahko pohvali z izjemnimi vinskimi cestami ter vinsko infrastrukturo, kjer letno zabeležijo približno dva milijona domačih in tujih vinsko-kulinaričnih turistov.

5.2 Priložnosti Slovenije kot Evropske gastronomske regije 2021

Sloveniji je skozi obdobje zadnjih let uspelo najti svoje mesto na svetovnem kulinaričnem zemljevidu ter postati ena od iskanih in železih eno-gastronomskih destinacij. V letošnjem letu, ko Slovenija predseduje Svetu Evropske unije pod sloganom »Skupaj. Odporna. Evropa.«, se ponaša z nazivom Evropska gastronomska regija 2021, saj prav eno-gastronomija postaja vse pomembnejši del slovenske turistične ponudbe. Naziv »Evropska gastronomska regija« podeljuje Mednarodni inštitut za gastronomijo, kulturo, umetnost in turizem z namenom, da bi povečali prepoznavnost pomena kulturnih in kulinaričnih posebnosti. S projektom »Evropska gastronomska regija« (Slovenska turistična organizacija, 2020) spodbujajo ustvarjalnost in inovativnost v kulinariki ter osveščajo o boljši prehrani, tako pa izboljšujejo standarde trajnostnega in družbeno odgovornega turizma (Colarič-Jakše, Pinterič v Raspar, 2021). Zelo pomembno je kombiniranje posameznih sort vin z jedmi v kompetentnosti vinskih svetovalcev - sommeljerjev, posebno izobraženih gostinskih delavcev, ki znajo svetovati, kako najbolje kombinirati posamezne jedi z vini. Sommelier mora dobro poznati vso zgodbo o vinu – kako je nastalo, kakšne so njegove lastnosti, zgodovinske, kulturne, biološke, sociološke in zdravstvene razsežnosti te pijače, veliko pa mora vedeti tudi o kulinariki. Osnovno pravilo, ki še vedno velja pa je - belo vino – lažje jedi (belo meso, ribe) in rdeče vino – prekajeno meso, divjačina (Sabadin, str. 8, 2009). Sabadin (2009, str. 8) meni, da se trendi spreminjajo, saj ljudje uživajo količinsko vedno manj, a bolj izbrano, kakovostno lokalno, ekološko in sezonsko hrano. Spreminjajo se tudi načini priprave hrane in iskanje same harmonije med jedjo in vinom, pri čemer različne kombinacije hrane in vina spodbujajo konzumenta, da spoznava senzorične sposobnosti vseh svojih čutil.



Slika 1: Logotip projekta Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021

(Vir: Slovenska turistična organizacija)

Prav gotovo zaradi epidemije širših družbenih in globalnih razsežnosti odmevnost projekta Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021 ovira nabor ukrepov v zvezi z zagotavljanjem javnega zdravja, tako da bo eno-gastronomska podoba Slovenije precej okrnjena in ne dovolj izkoriščena priložnost, toda perspektive in izzivi za razvoj bodo tudi po izteku tega obdobja in naziva. To dokazujejo zaposleni na področju gostinsko-turistične dejavnosti, ki so se s svojo inovativnostjo in iznajdljivostjo prilagodili novim razmeram. Namen vseobsežnega projekta je namreč prispevati k trajnostnemu razvoju eno-gastronomije, sodelovanju podeželskih in urbanih območij, lokalni samooskrbi, kakovosti življenja, pomena prehrane za zdravje ter zagotavljanju podpore kmetij in manjšim podjetjem, s tem pa tudi vsesplošnemu povezovanju, mreženju in ustvarjanju integralnih turističnih proizvodov, da se eno-gastronomija povzdigne na še višjo raven. Prav to pa so usmeritve na poti do kakovostne trajnostne gastronomije, predstavljene skozi koncept Zelene sheme slovenskega turizma, nadgrajene z znakom Slovenia Green Cuisine in ozaveščanjem z izobraževanji, informiranjem ter preverjanjem usidranosti znanja, običajev in navad.

6 Raziskava z razpravo - Vpliv epidemije koronavirusa (SARS-CoV-2) na konzumacijo vin in vinski turizem Slovenije kot Evropske gastronomske regije 2021

V sklopu priprave prispevka smo izvedli raziskavo med tremi vinogradniki iz različnih vinorodnih dežel. Vprašanja so se nanašala na aktualne problematike koronavirusne epidemije v povezavi z dejavnostjo vinogradništva. Prvi intervjuvanec prihaja iz vinorodne dežele Podravje, iz vinorodnega okoliša Prekmurje, drugi intervjuvanec iz vinorodne dežele Posavje, iz vinorodnega okoliša Dolenjska, tretji pa iz Vinorodne dežele Primorska, iz vinorodnega okoliša Vipavska dolina. V nadaljevanju predstavljamo rezultate raziskave:

- **Kako ste se soočili z epidemijo koronavirusa (SARS-CoV-2) na vaši vinogradniški kmetiji?**

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Podravje: V začetni fazi nas je epidemija korona virusa vse zelo prizadejala. Leta 2020 smo imeli izpad dohodka 80 %. Kmetje, ki imamo kombinirane kmetije, smo izpadli pri pomoči s strani države, ker nismo mogli realno prikazati izgube na več področjih, kot recimo v našem primeru

na področju živinoreje in vinogradništva. Leta 2021 smo se za malenkost prebili iz največje krize, ker so se odprle turistične kmetije in gostilne. Manjše vinogradniške posesti smo bile na bistveno slabšem položaju, kot velike, kajti slednje so bile deležne dodatnih ukrepov, nas manjše pridelovalce pa so nekako spregledali. Posledično so se zmanjšali prihodki, tudi zaradi dodatnih stroškov. V našem primeru, in verjetno je tudi pri drugih tako, smo bili primorani zmanjšati vinogradniške površine, in sicer iz 16.000 trsov na 10.000.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Posavje: V času epidemije se je občutno zmanjšala prodaja vin, a letos so bile tudi zaradi pozebe zaloge manjše, s tem pa tudi izpad prihodka, iskali smo notranje rezerve, ustavile so se predvidene investicije. Tisti, ki imajo urejeno spletno prodajo vin in drugih proizvodov, so bili prav gotovo v prednosti, pa tudi tisti, ki imajo možnost, da vina in druge proizvode dostavijo odjemalcem na dom.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Primorska: Država je relativno hitro reagirala na ustvarjen zastoj gospodarstva v prvem valu in zagotovila neko obliko kritja izpada prihodka, pri čemer so jo bolje odnesli tisti, ki imajo prihodek zgolj iz ene dejavnosti, med tem ko kmetije, ki ustvarjajo prihodek iz različnih dejavnosti, niso mogli uveljaviti izpada iz vseh področij. Sami smo v tem pogledu zagotovili optimizacijo nadomestil in se deloma preusmerili v projekte, ki bodo povečali bodočo dodano vrednost kmetije, hkrati pa določene izpade pokrili z iskanjem novih odjemalcev, katerih država ni omejila v poslovanju. Deloma smo tudi preusmerili načrte pridelave vina in okrnili nabor sort na tiste, po katerih naši odjemalci bolj povprašujejo.

- **Kako epidemija koronavirusa (SARS-CoV-2) vpliva na promocijo in trženje vin?**

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Podravje: Promocija se je dejansko povečala, ker smo bili primorani iskati nove tržne niše, saj zaradi epidemije po ustaljenih konceptih ni več šlo. To je bila mogoče edina pozitivna usmeritev celotne situacije. Iskali smo druge možnosti prodaje, vendar pa se te ne morejo primerjati s prakso pred epidemijo. Stare prodajne poti so se pretrgale, ker so bile gostilne in drugi turistični objekti zaprti, posledično pa smo ostali brez večine kupcev oziroma odjemalcev.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Posavje: V času epidemije se je promocija vin in s tem tudi trženje nekoliko ustavilo. Po drugi strani pa ugotavljamo, da so se ljudje, ki so imeli malo več časa, pričeli nekoliko bolj zanimati za vina. Ni jim vseeno, kakšno vino konzumirajo in kakšna je njegova kakovost. V tem času so se v marsikaterih gospodinjstvih osredotočali na pripravo jedi v krogu družine in poleg inovativnih kulinarčnih krožnikov iskali tudi ustrezne okuse vin ter to objavljali na družbenih omrežjih.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Primorska: Učinki pandemije na promocijo so precej odvisni od primarnih trgov. Vinarji, ki prodajajo svoja vina predvsem v gostinstvu, so bili prisiljeni iskati nove odjemalce in so s tega vidika morali povečati promocijo. Vinarji, ki so svoja vina prodajali trgovskim verigam, so bili pred tem obvarovani, tisti, ki pa vina prodajajo pretežno končnim odjemalcem (pri čemer je vinarstvo za njih najpogosteje zgolj ena izmed dejavnosti), v tem pogledu niso imeli večjih težav, razen procesa logistike. Pri mednarodnem prometu je prišlo do nekih zastojev, ki pa so države zaradi lastnih ekonomskih in proračunskih interesov sanirale do smiselnega nivoja že po prvem valu epidemije.

– **Kaj epidemija koronavirusa (SARS-CoV-2) pomeni za vinski turizem?**

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Podravje: Kot za vse oblike turizma je obdobje epidemije prineslo zmanjšanje porabe vin, konzumacije vin in negativni vpliv na vinski turizem. Do sredine leta 2020 turistov zaradi omejitev za zaježitev epidemije skorajda ni bilo. Prepovedana so bila druženja, gostinski obrati so bili zaprti, v veljavi je bilo veliko ukrepov, ki so zelo omejevali turizem. Čez čas se je stanje nekoliko izboljšalo, predvsem zaradi obiska slovenskih turistov. Trenutno pa so problemi spet glede PCT pogojev, saj je za vstop in obisk skorajda vseh ustanov in dejavnosti potreben PCT, kar spet za sabo potegne nemalo problemov glede organizacije in samega obiska turistov.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Posavje: Vinski turizem spada med manj množične oblike turizma in v času epidemije so se manj množične oblike turizma izkazale za bolj odporne kot množične. Ljudje so iskali butičnost v ponudbi, družinske turistične točke in neobljudene destinacije. Za vinski turizem bi epidemija lahko predstavljala priložnost.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Primorska: Vinski turizem je turizem in zanj veljajo iste zakonitosti, kot za preostalo turistično dejavnost v posamezni državi. Če je zaprto ali omejeno, potem je zaprto in omejeno. Ključno vprašanje je, kako je ponudnik dejavnosti vinskega turizma (ki je, roko na srce, redko samo vinar) ocenil situacijo. Dolgoročno lahko epidemija zmanjša obseg pridelave vina za domače potrošnike, saj se vinarji, ki se širijo, usmerjajo predvsem na tuje trge, med tem ko preostali zmanjšujejo obseg vinogradov in se preusmerjajo v druge dejavnosti ali pa se oddaljujejo od kmetijstva v celoti.

- **Ali menite, da se je v tem obdobju spremenila kultura pitja vina in navade potrošnikov oziroma gostov?**

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Podravje: Mislim, da ne bistveno, kultura pitja vina je prisotna, gostje so mogoče malo bolj previdni glede zagotavljanja varnosti svojega zdravja, sicer pa v navadah in kulturi pitja vina ne vidim velikih sprememb.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Posavje: Vsaka izredna situacija spremeni obnašanje ljudi, v kakšno smer in kaj pa pokaže čas. V obdobju epidemije se je zmanjšalo druženje med ljudmi, zaustavile ali okrnile so se nekatere aktivnosti, mnoge bo celo težko obuditi. Ob takšnih prelomnicah se družba nekoliko spremeni, na ponudnikih pa je, da se tem novim socialnim danostim prilagodimo. Prav gotovo pa to ni trenutni proces, pač pa se bodo posledice tega še nekaj časa dogajale in čutile.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Primorska: Večjih razlik na tem področju ni, bil je nek negotov čas, ki se je zaradi zaprtja turizma poznal tudi pri načinu konzumacije alkohola, kar pa ni toliko vezano na pivske vzorce, kot na vzorce zapiranja družbe.

- **V letošnjem letu je Slovenija nosilka naziva Evropska gastronomska regija, kjer imajo posebno mesto tudi vina, predvsem v sožitju s kulinariko. Kako menite, da epidemija koronavirusa (SARS-CoV-2) vpliva na ta projekt?**

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Podravje: Tukaj bi spet izpostavil ukrepe za zaježitev epidemije. Sam projekt v času epidemije ne more na polno zaživeti. Vseeno se soočamo z omejitvami, ki negativno vplivajo na vse dejavnosti, vpete v ta projekt. Država že od začetka preostro reagira na gostinstvo in turizem, posledice se bodo poznale še dolgo. Projekt Slovenija - Evropska gastronomska regija 2021 je odlična

priložnost za Slovenijo, da se dokaže tudi v globalnem pomenu. Če se dotaknem vina, kot osrednjega proizvoda, imamo bistveno premajhne cene glede na kakovost. Za vrhunske dosežke smo preslabo povezani z drugimi, nikakor ne moremo konkurirati z večjimi multinacionalkami, pa čeprav imamo odlične naravne danosti.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Posavje: Pri gastronomskih zadevah gre za doživetja, teh družbenih je v času epidemije manj, so pa bila bolj prisotna v družinskih okoljih. Po drugi strani pa je projekt Evropska gastronomska regija velika priložnost, ki jo je treba izkoristiti.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Primorska: Epidemija ni bistveno vplivala na ta projekt, saj se tovrstni nacionalni projekti zgolj minimalno prebijejo do individualnih razvojnih prioritet posameznih nosilcev kmetijske in prehranske dejavnosti. Govor o takšni ali drugačni vlogi vina in kulinarike je pretežno farizejski, saj smo razprti med uvoženo ceneno hrano ter bistveno bolj odmevnimi kampanjami države, ki namesto kulture pitja promovirajo abstinenco. Edini vpliv v tem smislu je, da je zaprtje turistične industrije izničilo napore za promocijo tradicionalne kulinarike.

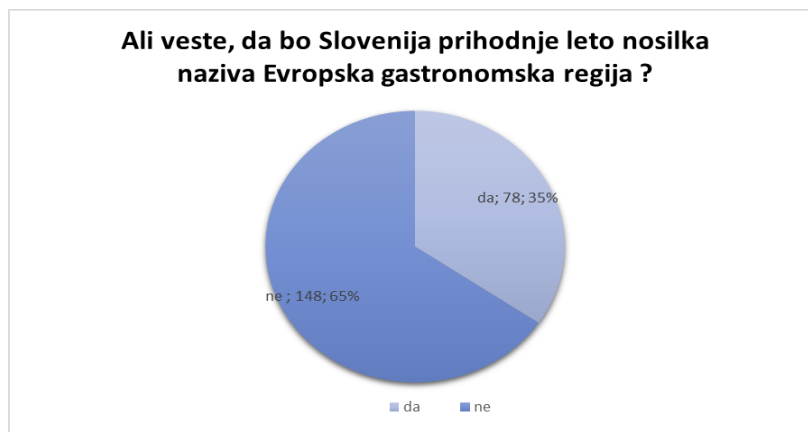
- **Kako vidite prihodnost na področju konzumacije vin in vinskega turizma v času epidemije in po njej?**

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Podravje: Glede na pritiske politike in lobije proti alkoholu se tudi konzumacija vina bistveno zmanjšuje. Če se epidemija čudežno konča, bo stanje šlo sčasoma na boljše. Vendar pa moramo biti pri reševanju posledic enotni. Veliko je odvisno tudi od države in ne nas samih, kajti investicije za blaženje posledic so velike in potrebno se je osredotočiti tako na velike, kot tudi manjše vinogradniške ponudnike. Tukaj bi omenil tudi višjo stopnjo mehanizacije, ki ima velike prednosti, na nekaterih področjih, kot je recimo vinski turizem, pa se kažejo tudi slabosti. Z mehanizacijo se izgublja pristen človeški stik, ki pa je v turističnih panogah najbolj pomemben za pridobivanje gostov. Za našo kmetijo lahko povem, da bomo sčasoma opuščali vinogradništvo in se primarno usmerili v prašičerejo. Odločitev je bilo težko sprejeti, vendar je to za nas nekako najbolj smiselno.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Posavje: Konzumacija vin bo v prihodnje usmerjena v nizko porabo vin s poudarkom na kakovosti vin v sožitju s kulinariko. Tudi v Sloveniji dajemo vse več poudarka področju enologije in gastronomije, vinom in kulinariki – sožitju vin in kulinarike. Po epidemiji lahko predvsem manjše, družinske oblike vinskega turizma, pridobijo na dodani vrednosti, tudi v povezavi z drugimi oblikami turizma.

Vinogradnik iz Vinorodne dežele Primorska: Glede na splošne usmeritve družbe in države je čas vinogradništva minil. Ponudba uvoženega poceni vina odmika povprečnega potrošnika od slovenskega vinarja. Na drugi strani pa je ekonomsko neučinkovito pridelovati visoko kakovostna vina za pretirano ceno v družbi, katere namen ni okušanje, temveč opijanje. Čeprav se postavljajo novi vinogradi je mogoče pričakovati, da se bo mnogo vinarjev, ki so usmerjeni predvsem v slovenskega kupca, dejavnosti odpovedalo, nekaj jih bo končalo po naravni poti, drugi se bodo preusmerili v druge dejavnosti. Glede kulture pitja po pandemiji bo Slovenija še vedno stala na dveh bregovih - med državnim omejevanjem porabe alkohola in družbenim opijanjem, z nekaterimi izjemami, ki bodo promovirale odgovorno pitje in vinsko kulturo. Je pa seveda v zavoženi družbi težko pričakovati hitre spremembe na področju prehranske kulture, ne glede na to ali govorimo o vinu ali o pomenu domače hrane.

S študenti na Visoki šoli za upravljanje podeželja GRM Novo mesto in Višji strokovni šoli Grma Novo mesto – centra biotehnike in turizma smo že v letu 2020 izvedli raziskavo, s katero smo želeli ugotoviti, kako so anketiranci ozaveščeni oziroma seznanjeni, da bo Slovenija leta 2021 nosilka naziva *Evropska gastronomska regija*, saj ima pri tej nominaciji veliko vlogo ravno eno-gastronomska ponudba in vsebine, ki se manifestirajo v tem nazivu za krepitev dejavnosti. Na anketo je odgovorilo 228 anketirancev, od tega je bilo 154 - 68 % žensk in 67 - 29 % moških, 7,3 % - 7 oseb pa se ni hotelo opredeliti. Največ 38 % - 87 anketirancev v starostni skupini med 31. in 50. letom, med 21. in 30. letom je bilo na drugem mestu po številu odgovorov 26 % - 61 anketirancev, nad 51. letom starosti jih je na vprašanje odgovorilo 23 % - 52 oseb in le 12 % - 28 oseb je bilo starih med 15 in 20 let.



Graf 2: Ali poznamo dejstvo »Slovenija - evropska gastronomska regija 2021

Iz Grafa 2 je razvidno, da 148 oseb - 65 % ni vedelo, da bo Slovenija leta 2021 nosilka naziva Evropska gastronomska regija, le 78 oseb - 35 % jih je bilo s tem seznanjenih. Anketiranci navajajo, da si Slovenija z nazivom Evropska gastronomska regija 2021 prizadeva doseči boljšo kakovost življenja v regiji s poudarjanjem edinstvene kulinarične in vinske kulture, izobraževanju za zdravo in sonaravno življenje ter spodbujanjem inovativnosti v eno-gastronomiji, kar bo še tesneje medsektorsko spodbudilo k soustvarjanju, povezovanju in mreženju področja prehranske politike, gastronomije, gostinstva, turizma, vinarstva, kmetijstva, izobraževanja, zdravja in trajnostnih načel v kulturnem, socialnem, doživljaljskem, podnebnem, okoljskem in ekonomskem smislu. Gostinsko-turistični delavci menijo, da gostje v Sloveniji še posebej cenijo neokrnjeno naravo, doživetja, zgodbe, lokalnost, avtentičnost, butičnost, gostoljubnost in edinstvene izkušnje, kar vse slovenski prostor ponuja. Navajajo tudi, da gostje v Sloveniji pogosto izpostavljajo tudi kakovosten življenjski slog, individualnost v pristopu in skrben odnos do narave, saj se Slovenija vse bolj uveljavlja na globalnem zemljevidu kot odličen eno-gastronomski cilj.

Epidemija koronavirusa (SARS-CoV-2) je v mnogih pogledih prelomni dogodek, ki ga je mogoče enačiti z učinkom epidemije španske gripe, ki ima še komaj kakšnega pričevalca. Drugi takšen prelomni dogodek, predvsem z vidika Slovenije, je druga svetovna vojna. Od takrat dalje pa država in družba ni doživela tako intenzivne, omejujoče in dolgotrajne preizkušnje. Zaradi tega je sorazmerno točno trditi, da je

za pretežni del populacije to kolektivna travma, ki bo puščala dolgoročne posledice, ne glede na osebno vključenost. Enake posledice veljajo tudi za turizem, vinarstvo in druge gospodarske panoge - dolgoročne, travmatične in nepredvidljive. V okviru Slovenije kot evropske gastronomske regije 2021 je pandemija v veliki meri izničila vpliv samega projekta, ker mu je na začetku odvzela pet mesecev delovanja ter ga po »relativno normalnih« štirih poletnih mesecih obsodila na životarjenje v omejeni odprtosti družbe, ki se lahko v novembru in decembru 2021 ponovno dodatno zapre. Konzumacija vina je z vsemi omejitvami že pred pandemijo podvržena logiki konzumacije alkohola in vsaj moralno kriminalizirana, kot državni odgovor na družbeno nespoštljiv odnos do alkoholnih pijač. Proti-epidemijsko zapiranje družbe je konzumacijo vina še dodatno potisnilo v ilegalno - včasih dobesedno, s popolno prepovedjo strežbe alkoholnih pijač, včasih zgolj posredno, z omejevanjem drugih dejavnosti, katere spremlja tudi konzumacija vin. Podobne trende lahko zaznamo tudi pri hrani, ko je celo za tisti del družbe, ki si lahko obrok zunaj finančno privošči, slednje postalo nedosegljivo. Posledično smo bili dve leti priča ne zgolj omejevanju, temveč demontaži tako turizma kot tudi tradicionalne gastronomije. To se je pokazalo že s krizo na področju dostopnosti ustreznih turističnih delavcev, ki se je po maju 2020 poglobila, na drugi strani pa z močnim družbenim sporočilom na nekatere državne omejitve (izpolnjevanje pogoja PCT- preboleli, cepljeni, testirani, uveljavljenega dne 15. 9. 2021), na katere je družba odgovorila z delno zaustavitvijo turističnega sektorja, do časa, ko ni prišlo do tihega konsenza med turistično politiko in potrošniki, da je preverjanje pogoja PCT domena pristojnih služb, kar je deloma sprostilo odnos, pa čeprav za ceno potencialnega neizpolnjevanja predpisov.

V smislu Slovenije kot Evropske gastronomske regije 2021 lahko sicer nanizamo nekatere dosežke in presežke elitne gastronomije, ki Slovenijo razume pretežno kot geografsko lokacijo, čeprav je pomemben faktor slovenske turistične promocije. V smislu splošne gastronomske slike pa je leto 2021 prej zaton slovenskega gastronomskega turizma, ki ga zaznamuje upad kakovosti in raznolikosti ponudbe, v kombinaciji z dvigom cen.

7 Zaključek

Slovenija ima dolgo vinsko in vinarsko tradicijo, ki je utemeljena na geografski legi države. Slednja omogoča pestrost vinskih sort, katerih predelava v vino ima potencial za doseganje visoke kakovosti in odličnosti pridelanih vin. Na tej osnovi ima Slovenija dobre predispozicije za nadaljnji razvoj vinskega turizma ter prepoznavno podobo kot svetovne vinske in s tem tudi turistične destinacije. Enako velja tudi za prehranski preplet, ki združuje mediteransko, kontinentalno, alpsko in balkansko kuhinjo, pri čemer so bili vsi ti elementi prepoznani v nazivu Slovenije kot evropske gastronomske regije v letu 2021. Ta laskavi pristavek je prišel v času pandemije širših družbenih in globalnih razsežnosti, ki ga ni nihče predvideval, čeprav so že dlje časa prihajala globalna opozorila, da bo do tega prišlo. Pandemija koronavirusa (SARS-CoV-2) v letu 2020, ki je bila prisotna tudi v letu 2021 in bo nedvomno tudi v letu 2022, je, ironično, Sloveniji odvzela sijaj prej omenjenega naziva. Država je v interesu varovanja javnega zdravja najprej, in najbolj tesno, zaprla turistične dejavnosti, med katerimi je tudi vinski turizem, kar je v nadaljevanju vplivalo tudi na spremenjene in poenostavljene prehranske vzorce, ki eno-gastronomiji odvzemajo položaj spretnosti in umetnosti ter jo vračajo na enostavni nivo prehranskega vzorca prebivalcev, živečih na določenem območju. V tem pogledu lahko ne zgolj pritrdimo tezi, da je pandemija koronavirusa (SARS-CoV-2) negativno vplivala na vinski turizem ter okrnila pomen naziva Slovenije kot evropske gastronomske regije, temveč lahko dodamo tudi, da je prišlo najverjetneje do globljih strukturnih premikov, ki bodo v bodoče imeli dodaten negativen vpliv na razvoj Slovenije kot svetovne vinske regije. Nadaljnja raziskovalna pozornost bi morala biti tako usmerjena v bolj sistematično spremljanje slovenskega vinogradništva in vinskega turizma, ne zgolj z vidika tehničnih parametrov, količine in kakovosti, temveč tudi z vidika zaznavanja odnosa na terenu do stanja v vinogradništvu in vinarstvu oziroma kot osnove, ki bi služila približevanju razvojnih priložnosti kmetijstvu. Pa ne zgolj v tehnološkem, temveč tudi v družbenem smislu, saj pandemija nakazuje potrebe po družbeni redefiniciji odnosa do kmetijstva in prehranske samozadostnosti.

Litearatura

- Alič, V. (2021). Več zgodb gostu prodaj, več mu lahko zaračunaš. O vinu. Pridobljeno s <https://www.ovinu.si/1487/Vec-zgodb-gostu-prodas-vec-mu-lahko-zaracunas> Bavčar, D. (2017). Pomen mikroorganizmov pri pridelavi vina, str. 12 – 34. Dostop:

- https://www.kis.si/f/docs/Druge_publicacije/Bavcar_Pomen_mikroorganizmov_pri_pridelavi_vina_2017.pdf
- Bojnec, Š., in Korpar, K. (2005). Vino in turizem v Ljutomersko-Ormoških gorah. V S. Kavčič (ur.), Slovenija v EU – izzivi za kmetijstvo, živilstvo in podeželje: 3. konferenca DAES, Moravske Toplice, 10–11. november 2005
- Bizaj, E. (2006). Vpliv sestave grozdnega soka na potek alkoholne fermentacije: diplomsko delo, univerzitetni študij. Diss. Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta,
- Brglez, A. Slovensko vinogradništvo. Dober tek, April 2013. Dostop: <https://www.dobertek.com/slovensko-vinogradnistvo/>
- Canavati, S., Bauman, M., & Wilson, D. (2020). The Wine Industry & the COVID-19 Pandemic. *Wine Business Journal*, 4(2), 1-4.
- Cardebat, J. M., Masset, P., & Weisskopf, J. P. (2020). COVID-19: What is next for the market for fine wines?. Available at SSRN 3636317.
- Dobnik Renko B., Janjušević P., Kreft Hausmeister I., Lampret M., Mikuz A., Mlinarič A., Pristovnik T. (2020). Duševno zdravje otrok in mladostnikov v času epidemije covid-19. Pridobljeno s http://klinikna-psiologija.si/wp-content/uploads/2020/05/ZKP_Dusevno_zdravje_otrok.pdf
- D.S. (2020). Na Lentu obrali najstarejšo trto na svetu, prvi grozd odrezal Tone Partljic. MMC RTV SLO, 20. 9. 2020. Dostop: <https://www.rtvlo.si/zabava-in-slog/ture-avanture/na-lentu-obrali-najstarejso-trto-na-svetu-prvi-grozd-je-odrezal-tone-partljic/536611>
- Dubois, M., Agnoli, L., Cardebat, J. M., Compés, R., Faye, B., Frick, B., ... & Simon-Elorz, K. (2021). Did wine consumption change during the COVID-19 lockdown in France, Italy, Spain, and Portugal?. *Journal of Wine Economics*, 16(2), 131-168.
- Fakuč, U. Kultura pitja vina. Dnevnik, 9. 6. 2015. Dostop: <https://www.dnevnik.si/1042716483>
- Gačnik, A. (2014). Vinski in gastronomski turizem, strateška razvojna priložnost Slovenije
- Gačnik, A. (2019). Vinski turizem na Slovenskem: stanje in perspektive. Vinsko kulinarčni trendi
- Getz, D., in Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis
- Hall, C. M., Macionis, N. (1998). Wine tourism in Australia and New Zealand. V R. Butler, M. Hall in J. Jenkins (ur.)
- Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B., in Macionis N. (2000). Wine tourism around the world. Butterworth Heinemann
- Hieng, P. (2017). Tri vinorodne dežele in devet okolišev. Dostop: <https://old.slovenskenovice.si/novice/slovenija/tri-vinorodne-dezele-devet-okolisev>
- Kaj je epidemija in kaj pandemija. Pridobljeno s <https://www.delo.si/novice/slovenija/kaj-je-epidemija-in-kaj-pandemija/>
- Kaj je pandemija? (ms/vb) Pridobljeno s <https://www.sta.si/2731861/kaj-je-pandemija>
- Kako nastane vino: Zakaj je vino sladko?. O vinu, 2019. Dostop: <https://www.ovinu.si/989/Kako-nastane-vino-zakaj-je-vino-sladko>
- Kerma, S. (2018). Vinski turizem z geografskim poreklom. Založba Univerze na Primorskem
- Kovačec, J. (2020). Vinogradništvo in vinarstvo v Sloveniji. Dostop: <https://www.dvs.si/clanki-in-prispevki/>
- Križovnik, B. (2012). Slovensko vinogradništvo in vinarstvo znotraj evropskega vinskega trga. Diss. Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Lesjak, M., Sikošek, M., Kerma, S. (2020). Tematski turizem. Teoretični in aplikativni primeri oblik turizma v svetu in Sloveniji. Založba Univerze na Primorskem, Titov trg 4, Koper, str. 105-126.
- Medved, D. (2006). Resnice o vinu. Celje: Uniglobal.
- Medved, D. (1997). Vinski brevir. Ljubljana: Založba Rokus.
- Nemanič, J. (2011). Vinarstvo [Elektronski vir] : gradivo za 2. letnik / Julij Nemanič. - El. knjiga. - Ljubljana : Zavod IRC, 2011. - (Višješolski strokovni program Upravljanje podeželja in krajine / Zavod IRC)
- Pavlakovič, B., Čeligoj, V., Ožbolt, Z., Koščak, M. (2019). Razvojni program za trajnostni razvoj krajev območja mesta Čabar v Gorskem Kotarju. Univerzitetna založba Univerze v Mariboru.

- Petrović, J., Pivac, T. (2009). Koncept i specifičnosti vinskog turizma, Zbornik naučnog skupa 2, Savremene tendencije u turizmu, hotelijerstvu i gastronomiji. Plavša (ur.), str. 167-170.
- Plešivičnik, S. Vinogradništvo in vino v Sloveniji. STAT. Dostop: https://www.stat.si/StatWeb/File/DocSysFile/9647/05_NK_2017-10-27_Vinogradnistvo.pdf
- Plešivičnik, S. V 2020 se je z vinogradništvom ukvarjalo 6% manj pridelovalcev kot v 2015. STAT. Dostop: <https://www.stat.si/StatWeb/news/Index/9568>
- Raspor, P. (2021): Hrana, prehrana, zdravje. Boljša proizvodnja, boljša prehrana, boljše okolje in boljše življenje. Evropska mreža deklaracije za hrano, tehnologijo, prehrano za zdravje.
- Sabadin, R. (2009). Vinski turizem kot oblika trženja vina : diplomsko delo [na spletu]. Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta. [Dostopano 1 oktober 2021]. Pridobljeno: http://www.cek.ef.uni-lj.si/u_diplome/sabadin3864.pdf
- Šubic, P. Kako bi vinogradništvo in vinarstvo potegnili iz stagnacije. Agrobiznis, 19. 10. 2017. Dostop: <https://agrobiznis.finance.si/8861439/Kako-bi-vinogradnistvo-in-vinarstvo-potegnili-iz-stagnacije>
- Šikovec, S. (1987). Za vsakogar nekaj o vinu. (2.izd.) Ljubljana: Kmečki glas.
- Vinogradništvo in vinarstvo, 23. 7. 2021. Dostop: <https://www.gov.si teme/vinogradnistvo-in-vinarstvo/>
- Vršič, S., Lešnik, M., Seljak, G. (2001). Vinogradništvo. Kmečki glas.
- Vrbnjak, K. (2016). Slovensko vinogradništvo in pospeševanje izvoza vin. Diss. Univerza v Mariboru, Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- Vinska družba Slovenije, 2014. Dostop: <http://www.vinskadruzba.si/zemljevid/osnovni-podatki-o-vinogradnisko-vinarski-sloveniji/>
- Vinske sorte v Sloveniji (2021). Dostop: <https://www.tasteslovenia.si/sl/okusi-slovenijo/vino/o-vinskih-sortah-v-sloveniji/>
- Wade, R. I., Pinto, C., Jacobs, H., in Martin, D. (2006). Wine tourism: Motivations of winery visitation in the niagara wine region. V P. Tsarta, E. Christou in M. Sigala (ur.)