

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
« ____ » _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»
на тему:

Винний туризм Чилі

Виконавець: здобувач вищої освіти групи 212 М Тваринська Анастасія
Русланівна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства Бут Марина Григорівна

Нормоконтролер: _____
(підпис)

Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

Спеціальність: 242 «Туризм»

ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

«___» _____ 2022р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Тваринської Анастасії Русланівни (прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Винний туризм Чилі», затверджена наказом ректора № ст від «» 2022 р.

2. Термін виконання роботи: з «05» вересня 2022 р. по «30» листопада 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу матеріалів періодичних видань, нормативно-правових актів, статистичних даних Головного управління статистики України та інформаційних ресурсів мережі Інтернет,

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Наукові основи дослідження винного туризму

РОЗДІЛ 2. Аналіз сучасного стану винного туризму

РОЗДІЛ 3. Перспективи розвитку винного туризму в Чилі

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу:

Таблиця 1.1. «Визначення винного туризму за різними авторами»,
Рис.1.1. Класифікація винного туризму, Рис.1.2. Класифікація винного туризму, Рис.1.3. Види туристів з метою винного туризму, Таблиця 1.2. «Види поїздок», Таблиця 1.3. «Аналіз відмінностей Старого та Нового світу»,
Табл.2.1. «Короткий огляд винних шляхів у Чилі», Рис.2.1. Кількість відвідувачів з метою винного туризму 2018-2021 рр., Рис. 2.2. Витрати міжнародних туристів у Чилі, 2018-2021 рр., млрд. доларів, Рис.2.3. Вимоги до винних апелюсйонів, Рис.2.4. Сорти винограду в Чилі, Рис.2.5. Переваги

винного туризму з погляду виноробень, Рис. 3.1. Дохід винного туризму Чилі з 2018 до 2023, Табл.3.1. Розклад програми туру «Секрети чилійських долин», Рис.3.2. Місцерозташування основних дестинацій туру.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	05.09- 09.09 2022 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	10.09 – 14.09 2022 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо наукових основ розвитку винного туризму. Написати перший розділ.	15.09 – 25.09 2022 р.	Виконано
4.	Провести дослідження винного туризму Чилі . Написати другий розділ роботи.	26.09 – 10.10 2022 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку винного туризму Чилі. Написати третій розділ роботи та висновки.	11.10 – 21.10 2022 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	22.10 – 29.10 2022 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	30.10 – 03.11 2022 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	04.11 – 08.11 2022 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.		

7. Дата видачі завдання: «00» ----- 2022 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Бут М.Г.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Тваринська А.Р.
(підпис випускника) ПІБ

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Винний туризм Чилі»: 71 стор, 10 рисунків, 5 таблиць, 22 літературних джерела

Об'єктом дослідження є винний туризм

Предметом дослідження сучасні особливості винного туризму в Чилі.

Метою дослідження є визначення сучасного стану, проблем і перспектив винного туризму Чилі.

Задля досягнення мети потрібно виконати наступні **завдання**:

- Визначити поняття винного туризму;
- Дослідити ресурси винного туризму;
- Проаналізувати як відбувається організація винних турів;
- Визначити сучасний стан розвитку винного туризму світу;
- Охарактеризувати особливості виноробної сфери Чилі;
- Визначити та описати основні проблеми винного туризму Чилі;
- Запропонувати шляхи покращення сфери винного туризму Чилі.
- Розробити інноваційний тур

Методами дослідження є описовий, наукової абстракції, графічного представлення, метод класифікації.

Результати магістерської роботи можуть бути використані при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей міжнародного туризму, країнознавства, а також як пропозиції щодо програм розвитку винного туризму України.

ВИННИЙ ТУРИЗМ, ЕНОТУРИЗМ, ВИННІ ТУРИ, ЧИЛІ, ВИННИЙ ТУРИЗМ ЧИЛІ, ЕНОТУРИЗМ ЧИЛІ.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Наукові основи дослідження винного туризму.....	9
1.1. Поняття та класифікація винного туризму.....	9
1.2. Організація винних турів та її особливості	15
1.3. Аналіз відмінностей Старого та Нового світу.....	19
Висновки до 1 розділу	
Розділ 2. Аналіз сучасного стану винного туризму.....	26
2.1. Ресурси та передумови розвитку винного туризму.....	26
2.2. Сучасний стан винного туризму у Чилі.....	29
2.3. Особливості винного туризму у Чилі.....	36
Висновки до 2 розділу	
Розділ 3. Перспективи розвитку винного туризму в Чилі.....	48
3.1. Проблеми розвитку винного туризму в Чилі.....	48
3.2. Шляхи вдосконалення винного туризму Чилі.....	49
3.3. Розробка інноваційного винного туру до Чилі.....	52
Висновки до 3 розділу	
Висновки.....	58
Список використаних джерел.....	60
Додатки	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Чилі вважається одним з найкращих напрямків у світі для винного туризму. Це стало очевидним на Всесвітній конференції з винного туризму, яка зібрала понад 300 провідних міжнародних винних експертів у виноробному регіоні Чилі Вальє-де-Кольчагуа з 4 по 6 грудня 2019 року. Також, за даними Всесвітньої туристичної організації UNWTO, понад 550 тис. минулого року до Чилі приїжджали туристи, які в основному цікавилися виноробним туризмом, і ця тенденція зростає.

Ті, хто подорожують винними шляхами Чилі, зможуть насолодитися не тільки чудовими винами в численних виноробнях, але й чудовими пейзажами в найрізноманітніших регіонах Чилі.

Ця країна має унікальні форми та займає вузький простір між Тихим океаном і Андами на крайньому заході Південної Америки, вона стала улюбленим місцем подорожей для туристів, любителів природи та лижників. На початку 1990-х про це було мало відомо. Відтоді чилійські вина заслужили найвищі нагороди у всьому світі. Сприятливі кліматичні умови Чилі створюють практично ідеальні передумови для вирощування винного винограду. М'який середземноморський клімат, родючі ґрунти, зрошувальні води талих Анд, багаті на мінерали, і постійно сяюче сонце надають чилійським червоним і білим винам найвищу якість і видатний характер.

Неоціненною перевагою для чилійських виноградарів є те, що в Чилі немає шкідників виноградної лози завдяки стійкій ерозії ґрунту та зрошувальним водам талих снігів. Традиційні сорти винограду, такі як Каберне Совіньйон, ростуть тут лише на кореневих лозах без необхідності щеплення на підщепу. Завдяки економічному буму останніх років і технологічному вдосконаленню виноробень, Чилі відома виробництвом відмінних червоних вин за помірними цінами. Все більше і більше вирощується хороших і свіжих білих вин. Зараз вина Carmenère стали національним символом Чилі.

У зв'язку зі зростаючим визнанням чилійських вин в останні роки винороби Чилі усвідомили важливість винного туризму та зосередилися на створенні гарної туристичної інфраструктури. Часи безликих винних турів з дегустаціями дешевого вина давно минули. Сьогодні виноробні конкурують з продуманими пропозиціями, такими як вишукані ресторани, сучасні та романтичні винні підвали, канатні дороги, що ведуть до оглядових точок, або розкішні заміські готелі, що приваблюють любителів вина та мандрівників з усього світу.

До того ж більшість урожаїв Північної півкулі припадає на кінець серпня - початок жовтня, рідше - виноград збирають протягом усієї осені (вино пізнього врожаю). У Південній півкулі збір урожаю може розпочатися вже 1 січня. Масовий збір винограду — з лютого по квітень. Така особлива сезонність може бути “родзинкою” для туристів з Європи, Північної Америки та Азії, а також продовжити сезон активного винного туризму та зробити його фактично цілорічним.

Проблематику розглядав Рибінцев В.А у своїх публікаціях. Серед іноземних авторів цією проблемою займалися Майкл Холл, Гарі Джонсон, Брок Кемброн, Дональд Гетс. А також є праці інших вітчизняних та зарубіжних авторів, а саме: Авідзби А.М., Басюк Д.І. та Божук Т.І. Ареф'їва В.Е., Вольвача П.І., Дмитрук О.Ю., Немоляєвої М.Е., Хадоркова Л.Ф., Нехорошкіної І.Ю., Рода Філіпса, Соколова М.В., Сквозної Р.Л, Оз Кларк.

Варто відзначити, що досить цікавими та корисними стали такі роботи: Руднева М.Г., Актуальні проблеми управління виноградно-виноробних комплексів // Монографія, Розділ 1, С.5-61 Кам'янець-Подільський, 2014

Руднева, М. Г. Світовий досвід організації одноденних міжнародних винних турів з використанням авіатранспорту / М. Г. Руднева // Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку : Міжнародна науково-практична конференція, 25—27 березня 2015 р. – К. : НУХТ, 2015. – С. 41-42.

Об'єктом дослідження є винний туризм

Предметом дослідження сучасні особливості винного туризму в Чилі.

Метою дослідження є визначення сучасного стану, проблем і перспектив винного туризму Чилі.

Задля досягнення мети потрібно виконати наступні **завдання**:

- Визначити поняття винного туризму;
- Дослідити ресурси винного туризму;
- Проаналізувати як відбувається організація винних турів;
- Визначити сучасний стан розвитку винного туризму світу;
- Охарактеризувати особливості виноробної сфери Чилі;
- Визначити та описати основні проблеми винного туризму Чилі;
- Запропонувати шляхи покращення сфери винного туризму Чилі.
- Розробити інноваційний тур

Методами дослідження є описовий, наукової абстракції, графічного представлення, метод класифікації.

РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та класифікація винного туризму

На сьогоднішній день широко використовується поняття туризму, прийняте на Міжнародній конференції зі статистики подорожей та туризму, проведеної в Оттаві у 1991 році, також схвалене СОТ та Статистичною комісією ООН.

Відповідно до цього туризм – це тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або в місцевість у межах своєї країни у вільний час з метою отримання задоволення, відпочинку, оздоровчих, гостьових, пізнавальних або професійно-ділових цілях, але без заняття оплачуваною роботою у відвідуваному місці.

Частиною туризму є алкогольний туризм – це особливий вид туризму, основною метою якого є відвідування певної географічної місцевості вивчення місцевих алкогольних традицій, історії появи напоїв, характерних тій чи іншій території, вивчення традицій розпивання алкопродукту самостійно чи групах [6]. Виділяють такі види цього спеціального туризму:

1. Винний туризм (енотуризм) (табл. 1.1)
2. Віскі-туризм
3. Горілчаний туризм
4. Дегустаційний туризм
5. Коньячний туризм
6. Пивний туризм

Форми алкогольного туризму:

1. Виїзний – притаманний жителям країн, де запроваджено сухий закон. Або дорогий алкоголь, наприклад постійний алкотурпотік Норвегія – Швеція.

2. В'їзний – визначається відвідування країн, родоначальників тих чи інших напоїв, наприклад, США – бурбон, Японія – sake, Китай – вино з ящірок, Італія – вино. Але необов'язково спробувати вино їдуть до Італії, наприклад,

Іспанія, Чилі, Франція мають величезні виноградники і славляться своїми винами.

Таблиця 1.1.

«Визначення винного туризму за різними авторами»

Автор	Визначення
Т.І. Божук та Л.А. Прокопчук	Винний туризм – це спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю вина безпосередньо у виробника. Він включає відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів, підвалів та ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; відвідування винних фестивалів; відвідування інших спеціалізованих заходів. Також винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні
В.О. Патійчук	Винний туризм – це туристичні подорожі, пов’язані з відвідуванням різних місць виробництва, винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні
О.Л. Михайлюк	Виноробний туризм як симбіоз пізнавальної програми, пов’язаної з вивченням вирощування і збору винограду, його переробкою, подальшою дегустацією готової продукції, з відвідуванням визначних пам’яток виноробного регіону. Автор зазначає, що це спеціалізований туризм, що стоїть на стику розважального та зеленого туризму

Енотуризм українського ринку займає нішеву позицію; він є гнучким і варіативним, тому може легко вписатися у вигляді винної екскурсії до складу багатьох видів туризму (ділового, екологічного, подієвого, гірськолижного та ін) або може бути самостійним туром (дорожчим, авторським, елітним, за

індивідуальною програмою). Подібна гнучкість дозволяє винному туризму бути елітарним, і масовим. В енотури можуть входити різні елементи: візити в господарства, на виноробні, відвідування елітних ресторанів, винних фестивалів, місцевих свят, спеціалізованих музеїв та ін. як поїздки у виноробні регіони – це своєрідна данина моді. А висока вартість (особливо авторських індивідуальних програм) – це результат об'єктивної оцінки витрачених коштів (тимчасових, фінансових, інформаційних, ресурсних та ін.) на формування та реалізацію програми, до того ж йде націнка за елітарність енотуризму [2].

Через позиціонування елітарності, ексклюзивності та індивідуальності винних турів йде формування певного культурного середовища, рівня та способу життя, оскільки по суті енотуризм походить з винної культури.

Елітарність енотуризму підкреслюється не тільки індивідуальною спрямованістю створюваних програм і рівнем послуг, але й висококласними місцями просування та поширення інформації про нього: опора йде на винну культуру (як на особливий спосіб життя), а акцент робиться на енотуризм.

Ця особливість просування визначає коло споживачів винних турів: людей із достатком, які займають досить високий ступінь на соціальній драбині (аспект престижу і моди), що ведуть вишуканий стиль життя (часто спрацьовують стереотипи, що склалися в суспільстві), знають основи винної культури та етикет. Таким чином, можна відзначити, що просування енотуризму йде через друковану іміджеву та подійну рекламу, де вона є носієм та джерелом просування винної культури як особливого середовища.

Винний туризм на українському ринку, що займає нішеву позицію, розвинений поки що порівняно небагато: звичайно, є пропозиції компаній, але в основному вони дуже дорогі, втім, цей факт не лякає людей, які цікавляться виноробством.

Нині велика кількість виноробів розташовані на півдні. Миколаївська та Херсонська області. Тож вони або на окупованих територіях, або під обстрілами, тому туризм там буде відновлюватись довго. Більш-менш відкритими для візиту залишаються Одещина та Закарпаття. У Гостомелі

знищено завод, який виготовляв пляшки для більшості виноробний. Можна знайти інші, але за кордоном та дорожче. Логістичні ланцюжки розбиті – багато виноробів закупували виноград у Миколаївській та Херсонській області, зараз це складно.

Необхідно відзначити, що в цій ніші існує серйозний потенціал для розробки туристських програм (з культурно-пізнавальним акцентом), що зачіпають не просто виноробство та його специфіку, а й культуру, історію, гастрономію, традиції та звичаї країни. Сукупність цих аспектів сприяє розвитку культурно-пізнавальних програм, які гнучкість і варіативність дозволяють енотуризму бути як елітарним, і масовим, що підвищує потенціал розвитку цього виду туризму на московському ринку. Крім того, винна освіта, яка стає все більш популярною і затребуваною, причому не лише серед фахівців туристського, ресторанного та алкогольного бізнесу, а й серед людей, які цікавляться виноробством та винною культурою, також серйозно впливає на потенціал розвитку енотуризму, де культура – один із базисів.

Зарубіжні вчені розробили таку класифікацію:

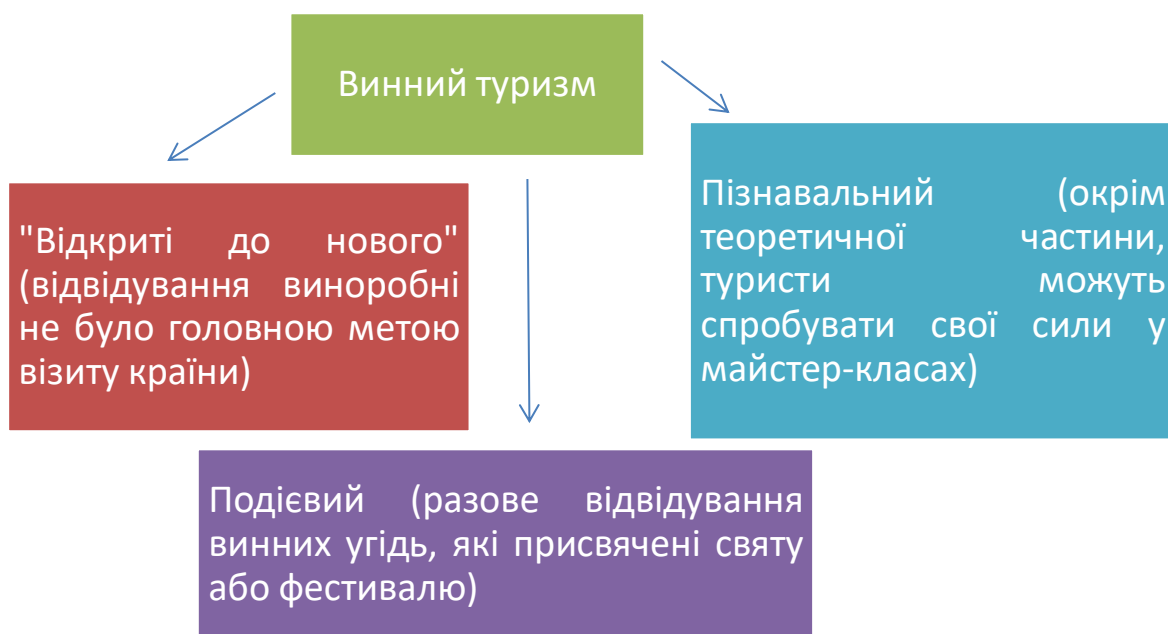


Рис.1.1. Класифікація винного туризму

Також виділяють трохи іншу, проте схожу класифікацію:

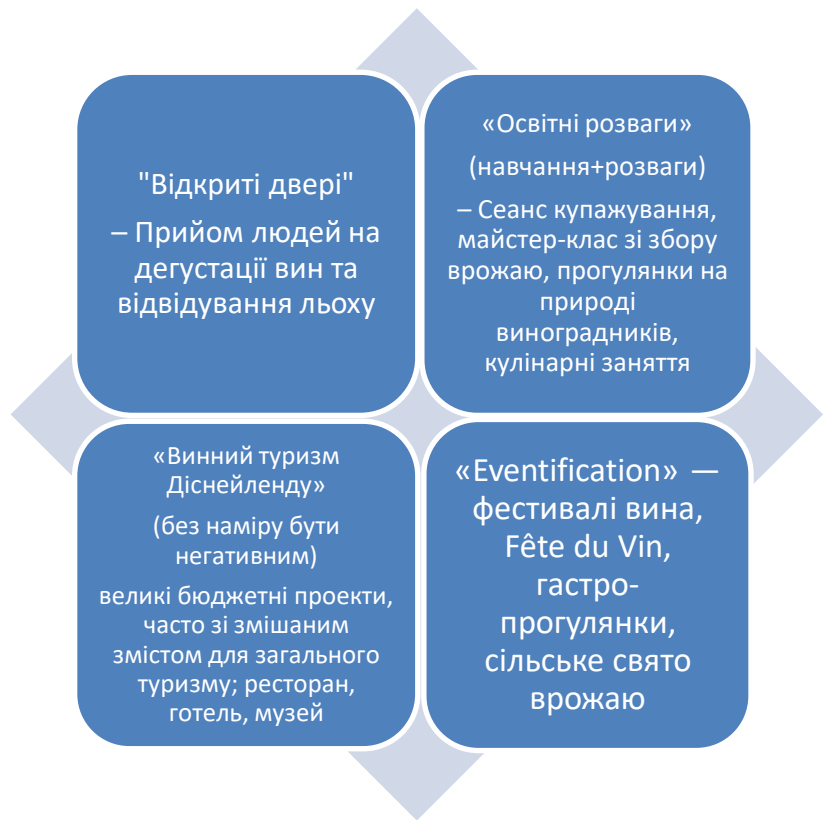


Рис.1.2. Класифікація винного туризму

Існує класифікація і туристів з винною метою. Є різні види винних туристів. Ось як ви можете сегментувати типи винних туристів:

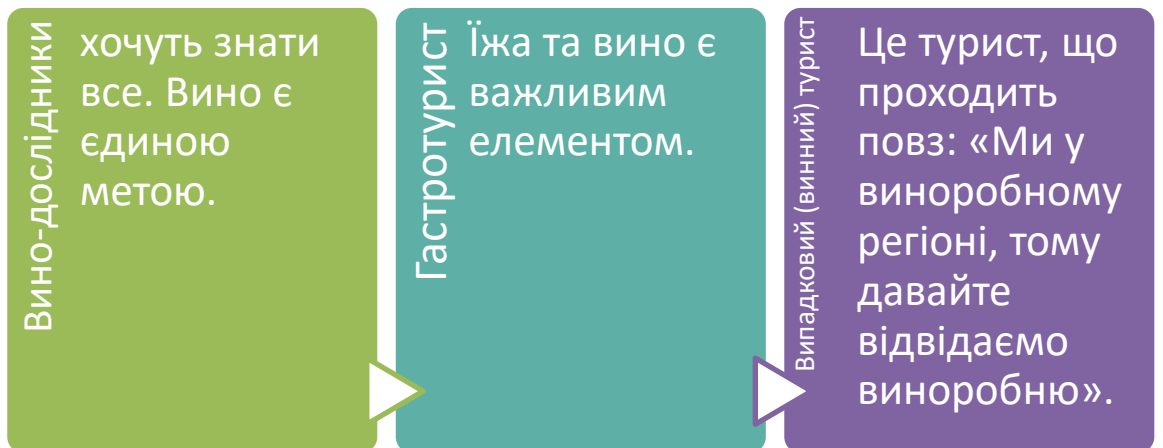


Рис.1.3. Види туристів з метою винного туризму

Це те, про що іноді забувають. Не кожен винний турист однаковий. Не кожен винний турист хоче отримати такий самий досвід.

А ось у Чилі з 1995 діє класифікація, що розділяє чилійські вина на наступні категорії:

- Vinos de Mesa – столове вино (область походження, виноградні сорти та міліозим не вказуються).
- Vinos sin Denomination de Origin – вина із зазначенням виноградних сортів та року врожаю (регіон виробництва не контролюється).
- Vinos con Denomination de Origin – вина з контролем місця походження, вказівкою сортів винограду, вінтажу [19].

За законом інформація на етикетці про виноградні сорти, області походження та міллезіму повинна відповідати як мінімум на 75%. Крім того, згідно із законодавством Чилі, написи Reserva, Reserva Especial, Gran Reserva не є гарантом витримки вина [13].

За витримці чилійські вина умовно діляться на:

- Corriente (1 рік);
- Special (2-3 роки);
- Reserva (4-5 років);
- Gran Reserva (більше 6 років).

Умовно - тому що ніяких законів з цього приводу ще немає, тільки більш-менш усталена традиція.

На світовому рівні розвитком винного туризму займається міжнародний проект "Great Wine Capitals". За дослідженнями цієї організації, серед переваг, які дає винний туризм окремому виноробному підприємству та суспільству загалом, першому місці – позитивний імідж (68,9 % респондентів), додаткові надходження (61,9 %), зміцнення позицій торгової марки (53,8%), стимулювання інших видів туризму (52,8%).

Найбільш популярними послугами у винному туризмі вважають споживачі винні дегустації (83,1%), екскурсії на виноробні (74,9%),

відвідування еногастрономічних обідів та ресторанів (39,9 %), проживання в спеціалізованих закладах розміщення (28,7 %), а також розваги, спорт, відвідування культурних пам'яток (20,8 %), відвідування виставок (17,1%), музеїв (10,1%), винні SPA (3,6%); 73,8% опитаних вказали на збільшення продажів винно-коньячної продукції за останні п'ять років завдяки винному туризму, а також зростання обсягів експорту продукції. При цьому до 20% надходжень забезпечують власне туристичні послуги. Якщо оцінювати доходи окремого винного регіону від послуг винного туризму, то в середньому вони становлять: Бордо - 96292 дол. США; Мейнц - 50156 дол. США; Флоренція – 73 078 дол. США; Порто - 38605 дол. США; Більбао-Ріоха – 82500 дол. США; Сантьяго - 70433 дол. США.

1.2. Організація винних турів та її особливості

Організація програми винного туру включає у себе досить різні елементи. Частіше за все до її складу входять: пізнавальні екскурсії та відвідування виноградників, походи на виноробні концерни, а також участь у тематичних культурних подіях, як наприклад, свято виноробства.

Здебільшого винні тури тривають тиждень, проте зустрічаються поїздки, які можуть складати два-три дні. Вони можуть бути присвячені до якоїсь винної події. Також турагентства пропонують замовлення індивідуальних винних турів, метою яких є професійне ознайомлення.

Винний туризм має декілька дуже простих положень. Перше і найголовніше з них – куштувати і дегустувати вино лише в місці його виробництва. У будь-якому місці найбільшою значущістю набувають місцеві сорти винограду, а особливо – ті, які унікальні для тої місцевості.

Серед шанувальників вина існує принцип, що вино, яке чим далі покинуло місце, де воно виростило і дозрівало, тим гірше його смак. Частіше всього псується молоде вино при перевезенні, яке можуть перевозити навіть в цистернах, що негативно впливає на смак. Звідси можна зробити висновок – справжнє французьке вино можна скуштувати тільки у Франції, тому

гурманам, які захоплюються винним туризмом, не існує далеких відстаней (наприклад, велика кількість туристів планують свій гастрономічний тур за 5-6 місяців). І так з кожним сортом.

Цьому головному положенню винного туризму найкращим чином відповідає екскурсія на виноробні підприємства з дегустацією вина в дегустаційних залах, їх називають «винні тури». На сьогоднішній день переважна кількість виноробних господарств в курортних містах і селищах мають такі зали. Тут можна дегустувати вина та коньяки з гарантією дійсності. Окрім цього, на дегустаціях відвідувачі дізнаються багато цікавої та корисної інформації про вина регіону, історію виноробства, отримують навички правильного споживання вин.

До того ж туристам пропонують оцінити технологічну культуру виробництва, спуститися в підвали з величезними бутлями і бочками, познайомитися з таїнством дозрівання вина, дізнатися про вікові традиції конкретного господарства.

Для України типовими турами є одноденні тури до виноробні. Пропоную до уваги екскурсію до Шато Трубецького. Вартість: 760 грн. Дестинації: єдиний водоспад в степу, Литовська дозорна Башта Вітовта, винні льохи Шато Трубецького, дегустація 5-ти видів вина, вільний час. Екскурсія займає 7.30 годин. Відвідати може кожен, хто досяг 18 років.

Також типовими турами є тури до Закарпаття: «Сирно-винний тур Закарпаттям».

Окремі підприємства володіють величезними колекціями вин. Їх називають енотеки. Щодо України, то найвідоміша і найбільша колекція знаходиться в "Масандрі" і налічує близько мільйона пляшок (нині знаходиться на території рф, була вивезена).

Цікаві колекції є:

- в інституті "Магарач",
- в "Коктебелі"
- і "Інкермані".

Здебільшого на підприємствах організовані музеї виноробства, де можна познайомитися з історією та особливостями виноробства певної місцевості. Відвідування музеїв включено у винний тур.

Провідні туристично-екскурсійні фірми світу пропонують відвідування дегустаційних залів, екскурсії на виноробні підприємства з дегустацією вин, а також відвідування винних фестивалів і навіть спеціальні багатоденні програми - винні тури з відвідуванням декількох підприємств.

У залежності від побажань подорожуючих, можлива організація наступних поїздок:

Таблиця 1.2.

«Види поїздок»

Індивідуальний тур	Його може організувати заклад з надання турпослуг (зазвичай найдорожчий варіант), або сам турист (є ризик отримати не те, що очікуєш). Такі види винних турів гарні для тих, хто не хоче залежати від решти групи людей і бути вільними у своїх рішеннях і переміщеннях.
Груповий тур	Організовується туристичною фірмою для певної групи людей конкретно, або вже після шаблонного маршрутом для всіх бажаючих. Групові тури зазвичай добре організовані «від і до» і не припускають внесення змін у програмі.
Приєднання до групи	Відмінний варіант для тих, хто хоче відпочити індивідуально і частину часу поєднати з мандрівною групою з винному маршрутом. У даному випадку туристи самі вирішують, де вони будуть відпочивати і з ким, отримуючи можливість потрапити в добре організований тур.

Будь-яка винна подорож складається із стандартного набору тур послуг, доповнених гастрономічними складовими:

- Міжнародний авіа переліт, або будь-який переїзд до місця початку винного подорожі – поїздом, автомобілем і т.д.;
- Трансфер.
- Розміщення в готелі або гостьовому будинку винороба. У залежності від уподобань туриста, розміщують його в готелі будь-якої категорії, якщо це дозволяє регіон. Також у деяких винних будинків є своя готельна інфраструктура, де, за певну плату, можна розміститися. Проживання у виноробів додає певний шарм у подорож;

- Харчування;
- Відвідування виноробства та дегустація вин. Це обов'язкова частина будь-якої винної подорожі і одна з найприємніших. Як правило, візит у виноробню включає в себе: відвідування виноградників з докладним описом місцевості та особливостей ґрунту; відвідання виноробні і погребів; відвідування музею виноробні, якщо такий є; дегустація вина. Під час дегустації турист дізнається про особливості того чи іншого вина, його відмінність від іншого вина, з якими стравами найкраще вживати дане вино, його навчають розпізнавати смакові нюанси. Цілком можливо особисте знайомство з господарями виноробства, але це бажано уточнювати заздалегідь. У залежності від групи подорожуючих, винороби вирішують самі, які вина представляти і наскільки сильно заглиблюватися в професійні деталі. У більшості виноробень можна придбати вино на місці;

- Додаткові послуги. До додаткових послуг відноситься все, що йде понад стандартну програму: відвідування музеїв і галерей, прогулянка на яхтах і катерах; похід до театру; поїздка на рибалку; політ на повітряних кулях або просто пляжний відпочинок.

Подорожі на власному автомобілі по «винним дорогам» з відвідуванням замків, виноградників, виноробств, ресторанів приваблюють величезну кількість туристів зі всього світу.

Перевага цього виду відпочинку – у можливості самостійно планувати маршрут з «картою в руках». Однак самі великі і знамениті французькі виноградники приймають тільки групові екскурсії і тільки за попередньою домовленістю з конкретним туристичним агентством.

Практично у всіх виноробних країнах є такі «винні дороги», провідні від замку до замку, від виноробні до виноробні. Наприклад, німецький винний шлях — це перший і, мабуть, найвідоміший маршрут винного туризму у світі. Довжиною в 85 кілометрів, він проходить через виноробні регіони Пфальц і Райнгессен. Шлях був розроблений ще в 1935 році для приваблення туристів та гурманів.

Фахівці відзначають, що організація винного туризму є позитивним моментом діяльності в період економічної кризи, що вимагає значних інвестицій та швидко окупається в коротко – та середньостроковій перспективі.

1.3. Порівняльний аналіз виноробства і винного туризму Старого та Нового світу

Категорії «Старий світ» та «Новий світ» досить рідко використовуються в не історичних наукових дослідженнях, в тому числі й в туризмі, адже існують наприклад регіони UN WTO, за якими можна отримати структуровані статистичні дані та ін. Проте, на нашу думку, саме ці категорії є доречними для дослідження та порівняльного аналізу світового виноробства та винного туризму, що обумовлено історією розвитку галузі, особливостями її компонентної та географічної структури (див. табл.1.3.).

Аналіз відмінностей Старого та Нового світу

Старий світ	Новий світ
Старий Світ – позначення країн - засновниць виноробної промисловості. Спочатку це були країни «Європейська п'ятірка»: Франція, Італія, Німеччина, Іспанія та Португалія.	Новий Світ – позначення країн, що розвиваються. Продовження напрямку. Америка. Під Новим Світом мається на увазі «молоде» виноробство країн, де тільки почало розвиватися виноробство, 200-300 років тому.
Які країни вважаються винами Старого Світу регіони?	Які країни вважаються винами Нового Світу регіони?
Усі європейські країни, перш за все, «велика європейська п'ятірка»: Франція, Італія, Німеччина, Іспанія, Португалія, а також Ірак, Грузія, Вірменія, Молдова, Росія та Україна.	Країни Північної та Південної Америки, Південної Африки та Австралія, Нова Зеландія, Аргентина, Чилі. Вино Китаю, В'єтнаму, Японії, Індії та інших азіатських країн також є Новим Світом, де масове виробництво вино почалося нещодавно.
Час	
Традиція виноробства в цій частині світу триває протягом багатьох століть, тисячоліть. Виноробство стало невід'ємною частиною місцевої культури. Більше тисячорічного досвіду природної адаптації.	Історія вина триває відносно недовго – менше кількох століть. Вино є ринковим продуктом, а не культурним символом.

Вирішальний фактор	Продовження табл. 1.3.
<p>Найбільший вплив на стиль вин Старого Світу – багатовікова традиція і терруари. І якщо перше стосується давньої історії виноробства в регіоні, другий фактор зумовлений в географії та унікальних характеристиках конкретного місця. Інженерна робота на виноградниках і винних підвалах Старого Світу меншою мірою базується на науці – географія важливіша за технології.</p> <p>Тривалий період експериментів на виноградниках Старого Світу дав змогу знайти та ідентифікувати сорти винограду та техніки роботи на виноградниках, які найкраще підійдуть для даної місцевості щодо природного вираження місцевого терруару. Він також включає в себе найефективніші способи обрізки винограду, максимальну врожайність, технології виноробства. Пізніше цей безцінний досвід попередніх поколінь став основою правил у Франції – Appellation d’origine ontrolee (AOC), Італія – Denominazione diorigine controllata (DOC), в Іспанії – Denominación de Origen (DO) тощо.</p>	<p>Більше віри в науку та сучасні технології. Терруар враховується, але як один із багатьох факторів. Постійні експерименти, пошуки нового. Значно менше обмежувальних і заборонних правил робить інновації простими і швидкими інструментами. Серйозні відмінності між Виноробством в Європі та в Новому Світі є результатом різних систем регулювання. І перш за все це стосується зрошення. У Європі він заборонений у більшості регіонів, але широко використовується в Новому Світі. Результатом є різні критерії при виборі ділянки під виноградник.</p>

<p>Все це можуть контролювати виноградарі та винороби. Для опису таких аспектів використовується поняття терруар винного регіону, як ґрунт, клімат і рельєф, які часто виходять з-під контролю винороба.</p>	
<p>Етикетки</p>	
<p>На етикетках вин Старого Світу, як правило, вказується назва регіону або місця, де вироблено вино, або виноград, який вирощують для цього. Це впливає з факту, що винороби Старого Світу вважають вино унікальним. Властивості кожного терруара має значно більший вплив на характеристики вина, ніж виноград, який використовується для його виробництва.</p>	<p>Етикетки вин Нового Світу мають тенденцію до різновидів використаного винограду, назви виноробні, торгової марки. Рух у напрямку сприйняття винограду на вині етикетки було започатковано відомим каліфорнійським виноробом Робертом Мондаві в 1960-70 роках, і з тих пір ця тенденція поширилась на весь Новий Світ.</p>
<p>Маркетинг</p>	
<p>Необов'язковий, неінтенсивний, навіть заборонений у Франції.</p>	<p>Всюдисущий. Все більше уваги приділяють світові винороби брендингу як маркетинговий інструмент. Однією з характерних рис цієї моди на бренди було створення великої кількості міток із тваринами.</p>
<p>Ставлення до навколишнього середовища</p>	

У країнах Старого Світу, з його багатотисячними традиціями виноробства, природа є визначальною і керівною силою.	У більшості країн Нового Світу підозріле ставлення до природи, природу треба контролювати методами, які надає наука.
Мода	Продовження табл. 1.3.
Реагували на мінливу моду та вимоги ринку повільно. Вони залежать від правил найменування, менше мобільні. Їх творці шанують традиції.	Вина Нового Світу швидко реагують на зміни моди, пристосовуючись до неї. Це відбувається тому, що у виноробів Нового Світу «менш зв'язані» руки до різних правил і норм, вони більш вільні у своїх експериментах.

Наприкінці XIX століття до Європи, ймовірно з Північної Америки, привезли найнебезпечнішого шкідника винограду - кореневу попелицю під назвою філоксера. Що має складний цикл розвитку з 4 різними стадіями (розмножується, листової, кореневої та зимуючої) філоксера дуже якісно захищена від зовнішніх впливів, не має природних хижаків, які могли б регулювати її популяцію. Це призвело до епідеміологічного її зростання - масове розмноження шкідника у Європі призвело до загибелі виноградників на великих площах Франції, Іспанії, Італії. За різними оцінками за період до 1900 філоксера знищила від 60 до 80% всіх європейських посадок лози.

Однак, зважаючи на свою географічну віддаленість і природну природну ізоляцію від усіх інших країн, Чилі залишилося однією з небагатьох територій, повністю вільною від цього шкідника. Якщо практично в решті країн світу зараз виноградники ростуть у щепленій формі (знизу американський корінь, зверху європейська лоза), то в Чилі збереглася величезна кількість виноградників на власному корінні.

Оскільки Південна Америка — це не родовий маєток для дубу, до настання вигідної світової торгівлі чилійським виноробам доводилося

викручуватися. Методом проб та помилок, виробники вина зупинилися на раулі (місцевий аналог бука). У бочках саме з цього дерева дозрівало чилійське вино у 80-х роках 20 століття. Як показує сьогodнішня практика, бочки з цього дерева для вина не годяться: крім "дубового" набору ароматики, вино набувало букової гіркоти. Сьогodні бочки з раулі майже не застосовуються у виноробстві Чилі. Нове покоління виноробів може навіть не здогадуватися, що їхні батьки витримували вино в буку, причому поголовно.

Також більшість території Чилі - це зона сейсмічної нестійкості. Долини Качапоаль, Кольчагуа, Куріко, Мауле, у яких вирощується значна частина винограду країни, регулярно опиняються у зоні сильних підземних поштовхів.

Національна виноробна асоціація Wines of Chile у 2010 році оцінила втрати виноделен від найсильнішого землетрусу того року у 125 мільйонів л розливного, бутильованого та витриманого вина. На той момент це було понад 10% національного виробництва вина і в грошовому вираженні дорівнювало приблизно \$250 млн. Сильні поштовхи траплялися також у 2015 та 2017 роках, хоча їхні наслідки не були такими тяжкими. У цілому нині це стихійне явище одна із найсильніших чинників, загрозливих розвитку виноробства країни.

Винний туризм у країнах Старого та Нового світу відрізняється. Якщо Старий світ – це про вікову історію, терруар та культурну спадщину, то Новий світ здивує вас технологіями та цікавою роботою з купажами. Саме країни Нового світу є лідерами винного туризму, тоді як 70% виробництва світового вина посідає Європу. Нині в Чилі налічується 800 діючих виноробних підприємств, 11 697 виробників і 394 компанії-експортери вина.

Висновки до Розділу 1

1. Винний туризм – це спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю вина безпосередньо у виробника. Він включає відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів, підвалів та ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; відвідування винних

фестивалів; відвідування інших спеціалізованих заходів. Також винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні.

2. Організація програми винного туру включає у себе досить різні елементи. Частіше за все до її складу входять: пізнавальні екскурсії та відвідування виноградників, походи на виноробні концерни, а також участь у тематичних культурних подіях, як наприклад, свято виноробства. Здебільшого винні тури тривають тиждень, проте зустрічаються поїздки, які можуть складати два-три дні.

3. Винний туризм у країнах Старого та Нового світу має досить багато відмінностей. Старий світ свідчить про вікову історію та культурну спадщину, а ось Новий світ вразить вас сучасними технологіями.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

2.1. Ресурси та передумови розвитку винного туризму

Основою туризму є цілеспрямоване та раціональне використання туристичних ресурсів. Туристські ресурси – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що включають об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, здатні задовольнити духовні та інші потреби туристів, сприяти підтримці їх життєдіяльності, відновленню та розвитку їх фізичних сил.

Рекреаційний ресурс – це ресурс усіх видів, що може використовуватися для відновлення та розвитку фізичних та духовних сил людини, що відповідає за її працездатність, відпочинок та поповнення фізичних та інтелектуальних сил. До рекреаційних ресурсів належать: природні комплекси та компоненти, культурно-історичні, соціально-економічні.

Природні рекреаційні ресурси – це природні тіла, явища, процеси або окремі елементи рельєфу, які виявляються на певній площі протягом певного часу і які можуть бути використані для цілей рекреації та туризму.

Існує група природних ресурсів, які безпосередньо участі в рекреаційному процесі не беруть, а забезпечують нормальне функціонування закладів відпочинку (майданчики для будівництва).

Отже, під природними рекреаційними ресурсами слід розуміти природні та природно-технічні геосистеми, тіла та явища природи, які мають комфортні властивості для рекреаційної діяльності та можуть бути використані для організації відпочинку та оздоровлення деякого контингенту людей протягом деякого часу.

Під час аналізу поняття соціально-історичні рекреаційні ресурси необхідно виділити групу культурно-історичних ресурсів – культурні об'єкти, пам'ятники, історичні місцевості, етнографічне розмаїття та інше. Як рекреаційних ресурсів вони можуть розглядатися лише за аналіз їх як засобів

задоволення рекреаційної потреби деякого безлічі людей протягом деякого часу.

Відповідно, виділяють 2 типи рекреаційних ресурсів – природні та культурно-історичні. Під природними рекреаційними ресурсами розуміються природно-територіальні комплекси, їх компоненти та властивості, такі як привабливість (атрактивність), контрастність та чергування ландшафтів, екзотичність, унікальність, розміри та форми об'єктів, можливість їх огляду. Культурно-історичні ресурси включають: матеріальні – всі засоби виробництва та матеріальні цінності суспільства (пам'ятки історії та культури, підприємства всіх галузей народного господарства), які можуть задовольняти пізнавальні потреби людей; духовні – досягнення суспільства у державно-суспільному житті, науці, культурі, мистецтві.

З точки зору географії дозвілля, туристичні ресурси включають природні та створені людиною геологічні системи, фізичні та природні явища, артефакти, які мають характеристики комфорту та споживчої вартості відпочинку. діяльність, яка може Використовується для розваги та омолодження певної групи людей у певний час за допомогою певної технології, з певними матеріальними можливостями.

Туристичні ресурси є основою формування та постачання туристичного продукту. Загалом під туристичними ресурсами розуміється все, що можна використати для організації туристичної діяльності та залучення туристів у певний регіон.

Ресурсами винного туризму можна вважати:

1. Вино;
2. плантації виноградників, дегустація місцевих сортів винограду;
3. ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
4. ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та енотек;

5. дегустаційні зали та підвали, дегустація вин, коньяків, інших видів алкогольної продукції;
6. ресторани, що пропонують послуги дегустації вина;
7. винні фестивалі та тематичні свята;
8. спеціалізовані виставки, форуми, конференції, конкурси, аукціони.

Оскільки енотуризм активно розвивається, в даний час проблематично оцінити загальний обсяг цього ринку у світі, але можна орієнтуватися на дані щодо окремих країн. Наприклад, в Італії винний туризм дає 2,5 мільярда євро на рік. У Німеччині такий вид відпочинку приваблює 50 мільйонів людей щорічно, які витрачають на подорожі 5,5 мільярда євро. У США 27 мільйонів мандрівників виїжджають на гастро- та винні дегустації.

Аби залучити туристів до винних регіонів, виробники організують тематичні фестивалі та свята.

Також сприяє розвитку місцевого енотуризму проект «Винний гід України», який був організований за сприяння державних та приватних установ. Це навігатор, що щорічно оновлюється, з кращих вин України. Професійні сомельє з усієї країни оцінюють майже 2 000 вин вартістю на полиці до 1 000 гривень, які виробляються на місцевих виноробнях виключно з місцевої сировини. Крім рейтингу, у гіді можна знайти дані про виробництво та зберігання вина, про культурні та кліматичні особливості винного регіону та багато іншої корисної інформації.

Зараз організацією винних турів займаються як самі виробники, і індивідуальні гіді чи спеціалізовані агентства. Хоча ви можете спланувати тур самостійно, спираючись на винні маршрути, що вже склалися.

Важливими передумовами розвитку винного туризму є:

1. Природні ресурси (клімат, ландшафт, екосистеми);
2. Політична ситуація: внутрішньополітична стабільність країни проживання; внутрішньополітична стабільність країни, яка приймає туристів; мирні, дружні, добросусідські відносини між державами.

2.2. Сучасний стан винного туризму у Чилі

Винний туризм у Чилі досить нове явище. Та попри це у них вже створені організації для просування цього напрямку у світі.

Вина Чилі (WOC) – Vinos de Chile – це некомерційна приватна організація чилійських виробників вина, яка займається просуванням якості та іміджу чилійських вин, а також, з недавнього часу, просування винного туризму, для залучення відвідувачів. Це найстаріша організація в Новому Світі, утворена в 1949 році шляхом злиття двох груп.

Сьогодні WOC працює глобально. Маючи офіси в Сполучених Штатах, Канаді, Китаї, Великобританії, Бразилії та Чилі, вони тісно співпрацюють з ProChile, урядовою комісією з торгівлі країни, WOC розробляє та пропонує рекламні та освітні програми для своїх членів.

Потужна група, майже 100 членів WOC представляють понад 75% експорту бутильованого вина Чилі. Якщо колись домінували кілька великих виноробних компаній, сьогодні членство значно розширилося, щоб охопити підприємства середнього розміру та малі.

Кожну секунду десь у світі відкорковують дві пляшки чилійського вина! «Якщо згадати Чилі, у людей воно одразу асоціюється з вином», — говорить Хуліо Алонсо, виконавчий директор Wines of Chile USA. «Експорт міді та гірничодобувної промисловості може бути вищим, якщо виміряти його в доларах, але наші якісні вина вважаються найбільш важливими для споживачів». Алонсо називає вино «відчиняючим двері» для своєї країни.

Чилі є великим гравцем у світовому винному бізнесі та туризмі. Це друга за значимістю країна походження для імпорту вина в Китай і шоста в США.

WOC був рушійною силою прогресивної та зручної для споживача ініціативи маркування. Закінчуючи зусилля, що тривали десятиліття, і прийнятий у 2012 році, це законодавство дозволяє виробникам додавати Коста («узбережжя»), Анди (тобто з нагір'я Анд) або Entre Cordilleras (буквально

«між хребтами», з рівнин між узбережжями Чилі і Анди) на етикетках. Таке маркування базується на даних, зібраних протягом багатьох років Чилійською службою сільського господарства та тваринництва (SAG). Що робить цю спробу незвичайною, так це те, що розумно, враховуючи зміну клімату, Коста, Анди та Середні Кордильєри не є жорсткими РВ у більшій території; але гнучкі позначення на основі даних, що постійно змінюються.

WOC була першою винною асоціацією у світі, яка запровадила сертифікований Організацією Об'єднаних Націй план, щоб допомогти виноробням зменшити свій вуглецевий слід. Згідно з корпоративними кліматичними діями, виноробні підприємства зобов'язуються зменшити свій вуглецевий слід і викиди парникових газів. Цілі конкретні, піддаються перевірці та мають бути досягнуті протягом певного періоду часу.

Сертифіковане екологічно чисте вино Чилі: Кодексу, якому лише 10 років, було широко прийнято у виноробній промисловості Чилі. Станом на грудень 2020 року 70 виноробень отримали знак «Сертифіковане екологічне вино Чилі».

Ці виробники представляють вражаючі 80% чилійського експорту вина в пляшках. Кодекс охоплює діяльність у винограднику, виноробні/розливному заводі та в соціальному секторі. Сертифікація відкрита для всіх чилійських виноградників, незалежно від того, чи є вони членами WOC.

WOC бере участь у широкому спектрі ініціатив, таких як Pesticide Agenda, центр обміну інформацією з цього питання, і Meteovid. Meteovid — це мережа з 47 метеостанцій по всій території Чилі, яка надає інформацію про погоду онлайн і в режимі реального часу менеджерам виноградників.

Ено-туризм: Чилі є єдиною країною у світі, яка має кодекс сталого розвитку, що стосується винного туризму. Кодекс охоплює такі аспекти, як стале житло. Це ініціатива, яка виявилася найефективнішою: щороку понад мільйон людей (чилійців і туристів з-за кордону) відвідують виноробні, зміцнюючи лояльність до бренду та збільшуючи продажі.

І останнє, але не менш важливе, є Національний день вина (Día del Vino), який відзначається в Чилі щороку 4 вересня.

WOC на честь того дня, коли в 1545 році іспанський конкістадор Педро де Вальдівія, засновник столиці Чилі, написав листа Карлу V, королю Іспанії, вихваляючи придатність Чилі для вирощування винограду та просячи надіслати більше виноградної лози, ця подія була підтримана чилійцями. Вгору та вниз по країні є винні фестивалі, танцювальні вечірки та відкриті підвали, які варто відвідати. У 2015 році уряд Чилі зробив це офіційне національне свято.

Також вони створили Стратегію розвитку винного туризму до 2025 року.

Основна мета стратегії — допомогти чилійському виноробному сектору отримати більшу частку ринку та позиціонувати преміальні, різноманітні та екологічно чисті вина в міжнародному контексті. З фокусом на шість пріоритетних ринків: Бразилія, Канада, Чилі, Китай, США та Велика Британія. Зусилля та виконане планування спрямовані на те, щоб вартість вин перевищувала 60 доларів FOB.

Показники експорту чилійських вин були дуже хорошими: 824 мільйони доларів США у 2006 році. Сімдесят відсотків експорту припадало на такі країни: США, США Королівство, Канада, Ірландія, Голландія, Німеччина, Бразилія, Данія, Мексика та Японія. У цих країнах чилійських вин стає все більше визнаний серед споживачів вина, наприклад, чилійські вина перевершили іспанські вина з точки зору частки ринку вперше в червні 2007 року у ВБ.

Це особливо гарна новина, оскільки вона не створює міцної платформи лише на ринках споживання вина, але також і на найбільших ринках витрат на тури. З точки зору іміджу бренду, чилійські вина представляють імідж, який приваблює світових споживачів, оскільки різноманітні образи винних брендів створюють сильну країну образ, який підтримується дуже важливою дійовою особою чилійського вина просування: Wines of Chile, промисловий консорціум для просування чилійських вин. Хоча зусилля з просування є

важливими, переважно чилійські вина звернення до молодого ринку зокрема (від початку двадцятих до початку тридцятих років), середнього споживач вина в супермаркеті, який може не відповідати профілю типового туриста їздити в Чилі тільки з метою винного туризму. Тому відмінний імідж і сильні продажі на найважливіші споживчі ринки може не мати сильного впливу міжнародні винні туристи.

З точки зору акредитації якості вин, чилійські вина займають хороші позиції в світі. Наприклад, у ТОП-25 є два чилійських вина, урожай 2006 року, рейтинг Wine Spectator (Wine Spectator, 2007). Це визнання додається до кількох золотих медалей, отриманих на різних винних конкурсах по всьому світу за останній час років та інші визнання від професійних журналів. Наприклад, Wine Enthusiast дав нагороду «Wine Star Wine Region of the Year Award 2005» долині Кольчагуа, навіть у 2005 році він конкурував з такими регіонами, як Шампань і Бордо у Франції, Пріорато в Іспанії та Санта-Барбара в США.

Чилі має тринадцять чітко визначених виноробних регіонів, розташованих на відстані 1000 км з півночі на південь: долина Елькі, долина Лімарі, долина Аконкагуа, Долина Касабланка, долина Сан-Антоніо, долина Майпо, долина Качапоаль, Кольчагуа Долина, долина Куріко, долина Мауле та південний регіон, що включає долину Ітата, Біо Бі Valley і Malleco Valley (Wine of Chile).

Проте більшість преміальних вин Чилі виготовляють у виноробних регіонах Мауле, Майпо, Аконкагуа, Качапоаль і Кольчагуа, які є привабливими напрямками для туристичного ринку через їхню близькість до Сантьяго, столиці Чилі, і багаті культурні аспекти. Долина Майпо є найбільш відвідуваним виноробним регіоном із 316 000 відвідувань 2019 – 49% усіх відвідувань, далі йдуть долина Касабланка з 21% і Кольчагуа з 14% (див. табл. 2.1.) .

Таблиця 2.1.

«Короткий огляд винних шляхів у Чилі»

Винний шлях	Рік засн	Виноробні	К-сть вин-нь	Площа	Сильні сторони
Долина Лімарі	2004	Viña Casa Tamaya, Viña Tabali, Viña Francisco de Aguirre, Hacienda Santa Cristina, Ovatruz	5	13,553.2 км ²	Долина, що розвивається, поруч із дуже популярним курортом, 360 днів сонця.
Долина Касабланка	2000	Viña Matetic, Viña Catrala, Kingston Family Vineyards, Viña Casas del Bosque, Viña Casablanca, Viña Morandé, William Cole Vineyards, Quintay, Viña Ventisquero, Viña Mar de Casablanca, Villard Fines Wines, Viñedos Orgánicos Emiliana – V.O.E, Viña Veramonte, Viña Ventisquero, Viña Santa Rita, Viña Carmen, Viña Indomita	18	952,5 км ²	Близькість до Вальпараїсо (відомий порт для круїзних суден) і Сантьяго, нова долина, високий рівень інвестицій у винні підвали, ресторани.
Долина Кольчагуа	1997	Bisquertt, Casa Silva, Casa Lapostolle, Cono Sur, Estampa, Jacques & Francois Lurton, Laura Hartwig, Los Vascos, Luis Felipe Edwards, Montes, MontGras, Siegel, VOE and Viu Manent.	14	8,3 тис. км ²	Готель, музеї, паровоз, всесвітньо відомі виноробні (наприклад, Viña Montes).
Долина Качапоал	2003	Altaïr, Anakena, Casa Lapostolle, Casas del Toqui, Chateau Los Boldos, Gracia, Misiones de Rengo, Morandé, Porta, San Isidro, Torreón de Paredes and Hacienda Los Lingues	13	7 384,2 км ²	Є додаткові програми з гольфом, гарячі джерела, ресторани тощо.
Долина Куріко	2003	AltaCima, Viña Aresti, Viña Astaburuaga, Viña Correa Albano, Viña Echeverria, Viña Ines Escobar, Viña La Fortuna, Viña Las Pitras, Viña Los Robles, Viña Mario Edwards, Miguel Torres, Millaman, Viña Pirazzoli, Viña San Pedro, Viña San Rafael, Viña Santa Hortensia, Valdivieso	17	7280,9 км ²	Є додаткові пам'ятки: природні заповідники, озера, рибальське село.
Долина Ітата	2003	Viñedos Tierras de Arrau, Viña Casas de Giner, Viña Tierra y Fuego, Viña Valle del Itata,	5	11 294 км ²	Близькість до відомого гірськолижного курорту та гарячих джерел.

		Vinos del Larqui, Viña Männle, Viña Casanueva			
Високий Майпо	2005	Viña El Principal, Viña Aquitania, Viña Pérez Cruz, Viña Quebrada de Macul, Viña Huelquén, Viña Hacienda Chada, Viña Portal del Alto, Viña Haras de Pirque	8	1120,5 км ²	Ще не повністю реалізовано, але його близькість до Долини може допомогти їм приймати туристів, які шукають малих виноробень замість великих.

У долинах Касабланка, Качапоаль, Кальчагуа та інших знаходяться виноградники найвідоміших винних господарств Чилі: Viu Manent, Viña Santa Cruz, Viña Montgras, Matetic і т.д. Про популярність цих місць свідчать данні про туристів, які відвідують країну саме з еногастрономічною метою (див. рис. 2.1).



Рис.2.1. Кількість відвідувачів з метою винного туризму 2018-2021 рр.

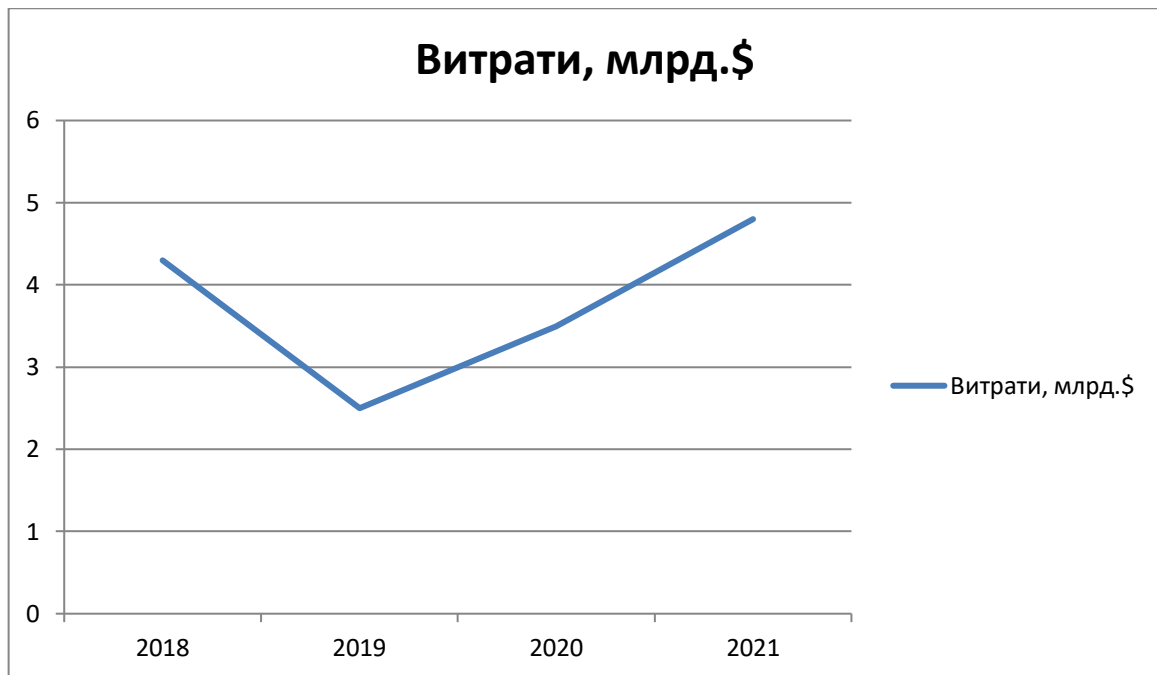


Рис. 2.2. Витрати міжнародних туристів у Чилі, 2018-2021 рр., млрд. доларів

Це загальні витрати всіх туристів, адже немає статистики витрат саме учасників винного туризму.

У 2018 році World Travel Awards присудила Чилі перше місце як найкращій країні для пригодницьких подорожей у світі завдяки різноманітним природним та екологічним пам'яткам. Що посприяло збільшенню туристів з метою винного туризму.

2.3. Особливості винного туризму у Чилі

Основними особливостями винного туризму Чилі вважаються:

1. Унікальне розташування (країна з усіх боків оточена природними межами: Тихим океаном, Андами, пустелею Атакама і Антарктикою);
2. «Молодість»: вина не старіють після бутілювання, рекомендується не тримати напій в винотеці, а вживати протягом 2-3 років після розливу;
3. Слабовиражений сортовий смак;
4. Глибокий і насичений аромат;

5. Урожаї винограду в Чилі — великі, а робоча сила для збирання плодів набагато дешевша, ніж у Європі. Раніше дозрівання напою відбувалося у бочках із чилійського бука, поширеної породою дерева країни;

6. Протягом майже 100 років виноробство Чилі було ізольовано від світового ринку, проте справно постачало гарні вина, з яких найпопулярнішим був Вініфера. Після демократизації управління державі намітився сильний сплеск активності, що дозволило місцеве винне виробництво вивести світовий ринок;

7. Поступово відбувалося впровадження нових технологій іригації: були введені метод краплинного зрошення та точковий полив, через океан стали привозити дубові бочки для витримки сировини. Ціни на землю в країні є досить низькими, що сприяло швидкому поширенню посадок винограду;

8. Поєднання з іншими видами туризму (наприклад, з астротуризмом – спостереження за зірками з келихом вина, або ж зі СПА-турами).

Від півночі до півдня Чилі (протяжністю майже 4500 км, шириною 180 км) відвідувачі можуть ознайомитися з найкращими враженнями від винного туризму та дізнатися, як селянські та «хуасо» (чилійські ковбої) традиції пов'язані з винною культурою Чилі [3].

Вино настільки важливе в Чилі, що протягом року кількома фестивалями відзначають урожай винограду та віддають данину багатству землі. Ці урочистості є способом збереження та вираження коріння чилійської культури. Експонуються традиційні танці, такі як «суеса», а типові місцеві страви подаються та ідеально поєднуються з різними сортами наших найкращих вин [15].

Чилі визнано у всьому світі одним з улюблених напрямків Південної Америки для любителів винного туризму. Ця країна має прохолодні, теплі та родючі винні долини та великі простори полів, здатних надати вину виняткові характеристики (див. дод. А).

Це дає змогу виробляти унікальні першокласні вина, які мають міжнародне визнання і ставлять Чилі на восьме місце серед країн-виробників вина [9].

HUASCO, САД АТАКАМА

Долина Уаско (див. дод. А), розташована в регіоні Атакама, є найпівнічнішою винною долиною Чилі. Це місце є обов'язковим для відвідування тим, хто шукає досвіду винного туризму, а також бажає відвідати найсухішу пустелю світу, її природні парки, оливкові плантації та відкрити для себе культурне багатство пустелі Атакама.

Під час візиту ви повинні побачити «Pajarete de Huasco», перше чилійське вино, яке має сертифікат походження, отриманий в 1953 році. Перші записи про вина, вироблені тут, датуються 1790 роком; вже тоді вважався високоякісним продуктом.

Виробництвом вина в цій місцевості займаються дрібні виноробиремісники. Для червоних сортів вони використовують виноград Паїс, а для білого — Мускат Олександрійський, Мускат Австрійський, Торонтельський і Рожевий Мускат.

В результаті виходить щедре вино, родич іспанського пажарете, але родом з півночі цієї країни. Найвишуканіше поєднання їжі, яке ви можете спробувати,- це поєднати ці вина з козячим сиром, який продається в цьому районі.

Оскільки все більше і більше відвідувачів приїжджає в цю місцевість з метою туризму, стає доступним широкий спектр розважальних заходів.

Серед визначних моментів — нічні виїзди, щоб насолодитися **астро туризмом**, незабутнім досвідом, оскільки Чилі є найкращою країною світу для спостереження за зірками.

КОЛЬЧАГУА, РЕГІОН МРІЇ

Долина Кольчагуа (див. дод. А), ще одне ідеальне місце для винного туризму, знаходиться всього за 150 км (93 милі) від Сантьяго, і це один з найбільш авангардних виноробних регіонів Чилі. Тут ви зможете спробувати

престижні червоні вина, які відзначені міжнародними нагородами, серед яких виділяються Каберне Совіньон, Мерло, Сіра, Карменер і Мальбек.

Щороку навколо цього району проводяться великі фестивалі вина, де висвітлюються стиль життя та звичаї чилійського «хуасо» (ковбоя).

Вас також розважають їхні незліченні традиційні заходи або смаколики, які можна придбати на місцевих ярмарках, зокрема вироби зі шкіри, овечої вовни, повсть, кукурудзяне листя, прикраси з гарбузів та кінські сідла.

Що стосується гастрономії, то тут можна знайти солодкі домашні джеми, різноманітні сири, мед, свіжі фрукти, сушені яловичини, вишукані гарбузи.

Відвідування долини Колчагуа гарантує дні, сповнені емоцій, приголомшливі заходи сонця та незабутні вечори. Можна прогулятися пішки або покататися на велосипеді сільськими дорогами та здійснити екскурсію по виноградниках.

ЧАРІВНИЙ МАУЛЕ

Долина Мауле – це ще одне ідеальне місце, щоб насолодитися спокоєм і спокоєм, теплом і гостинністю людей, які завжди прагнуть запропонувати відвідувачам найкраще зі своєї землі (див. дод. А).

Це місце, де можна знову познайомитися з сутністю та історією Чилі, яка всюди присутня в її сільській місцевості.

У Мауле природа представляє своє найродючіше та щедre обличчя, пропонуючи деякі з найкращих гастрономічних вражень Чилі та традиційні червоні вина. Червоні сорти винограду займають більше двох третин оброблених земель Мауле: від Каберне Совіньон до Мерло, а останнім часом Каріньян.

Ці вина виробляються без додавання хімікатів, пестицидів або добрив, ні під час виробництва, ні під час їх зростання чи збирання, що робить їх повністю органічними.

Для багатьох виноробних господарств Чилі стійкість є серйозною проблемою, і деякі з них оптимізували управління своїми виноградниками,

щоб зменшити викид вуглецю та виробляти вина, які поважають навколишнє середовище.

Крім того, працівники використовують велосипеди для пересування по виноградникам, а природні альтернативи сільського господарства віддають перевагу для захисту винограду від хвороб і шкідників.

Поряд з органічними винами існують також біодинамічні, які враховують зірки, сузір'я та енергії, що впливають на різні етапи процесу, від посадки до розливу.

Різноманітність вин, що виробляються в Чилі, величезна, і є багато інших долин для вивчення. Деякі з них: Долина Елькі, Касабланка, Майпо, Качапоал, Аконкагуа та деякі інші (див. дод. А) [7].

За 10 років експорт вина збільшився більш ніж у 20 разів. У сенсі технологічної революції в Чилі головним досягненням було забезпечення виноградарів прохолодними сховищами, що є одним із найдешевших пунктів, зате забезпечили відразу високу ефективність і смак чилійських вин.

Провідною виноробною компанією Чилі є Concha у Toro, що випускає майже 220 млн. пляшок вина на рік. Це тільки чилійська компанія, єдина. Інші є спільними підприємствами.

Зокрема, це компанії: Almaviva, що є альянсом між Concha у Toro та Baron Philippe de Rothschild [20] (назва вина взята з французької «Одруження Фігаро», де граф Альмавіва – один із головних героїв); Caliterra, що є продуктом спільної діяльності північноамериканської Robert Mondavi Winery та ще однією внутрішньою чилійською компанією Vina Errazuriz; та Casa Lapostolle, яка стала продуктом об'єднання Marnier-Lapostolle та приватним чилійським виробником Хосе Рабатом [8].

За підтримки каліфорнійської компанії Beringer була створена ще одна чилійська компанія Тагараса, яка виробляє чимало вина, але його вік та вік лози ще не дозволяє їм вийти на міжнародний ринок.

Існують і дочірні підприємства відомих виноробів: іспанського Мігеля Торреса, одним із перших, що прийшли в Чилі ще в 1979р. Торрес просто завіз

у Чилі іспанські технології та обладнання (зокрема, він першим став проводити ферментацію вина у сталевих танках).

Торрес став настільки відомий у Чилі, що був удостоєний найвищої чилійської нагороди – звання Командора Ордену Бернардо О'Хіггінса за видатний внесок у розвиток виноробства.

Крім Торреса відома ще сім'я Массене з Ельзасу, яка створила "справжнє" французьке шато Santa Amalia, відоме під назвою Chateau Los Boldos.

До речі, саме вина Chateau Los Boldos до 2001 року отримали призи "Найкращого вина Америки" на виставці у Бордо. Це вино можна зустріти в Україні та ще 50 країнах світу.

Основними ж споживачами стали Великобританія та США. Це дало змогу розвитку так званих «апелясьйонів»[1].

Вони являють собою фонетичну адаптацію з французької мови, та означають юридично визнане і захищене географічне зазначення, що використовується для найменування місця вирощування винограду для вина, сиру, масла і т.п., також для географічно-брендованого маркування самих продуктів.

Це район з унікальними географічними умовами і чітко встановленою технологією виробництва із сукупністю вимог до того чи іншого сертифікованого продукту.

Щодо винних апеласьйонів існують наступні вимоги:

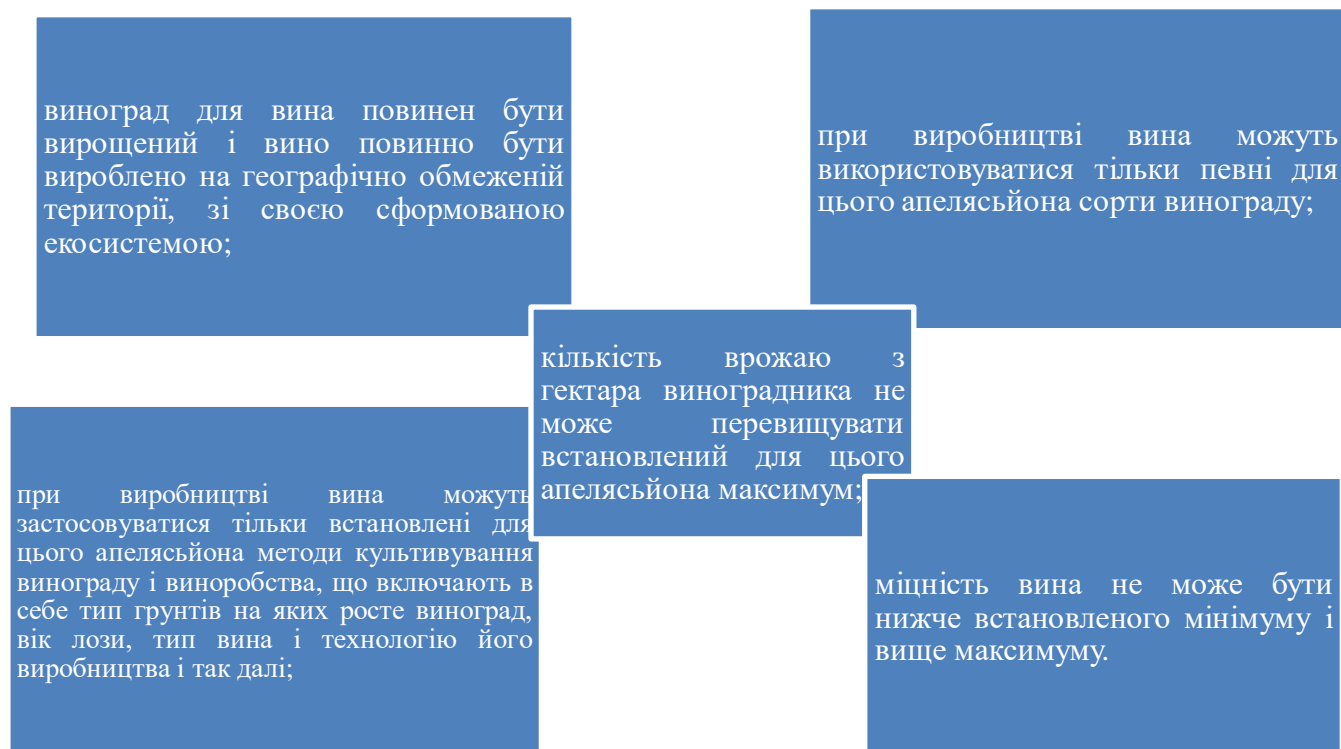


Рис.2.3. Вимоги до винних апеласьйонів

Поява чотирьох нових апеласьйонів відображає зростаючу тенденцію в Чилі на терруарність якісних вин.

Офіційно про появу нових апеласьйонів було оголошено у травні 2018 року, з публікацією в журналі Official Journal of the Republic of Chile.

Новими апеласьйонами стали: Lo Abarca, Licantén, Apalta, Los Lingues – всі вони відносяться до категорії DO (denominaciones de origen). Їхні назви можуть бути зазначені на етикетках вин, створених з 85% винограду, що відбувається вказаного регіону.

Lo Abarca DO

Площа зони – 44.5 га. Ключовими сортами є Совіньйон Блан, Совіньйон Грі, Піно Нуар, Сіра та Гренаш.

Апеласьйон Lo Abarca знаходиться в долині Сан-Антоніо, в регіоні Аконкагуа. За кліматичною класифікацією апеласьйон належить до категорії Costa (берегової).

Цю зону стали просувати 2000 року, зокрема, з подачі винороба María Luz Marín із виноробні Casa Marín; він першим висадив у цій зоні виноградник, лише за 4 км від Тихого океану. Зона Lo Abarca вважається однією з найпрохолодніших у Чилі; у ґрунтах поєднується граніт та вапняк.

За словами винороба з Casa Marín: «Це дуже радикальна зона. Холодні температури створюють складні умови для вирощування винограду. У нас дуже низька врожайність, виноград має відмінну концентрацію кислот і смакових складових».

Поки що в DO Lo Abarca всього один виробник, Casa Marín, вина якого виділяються своїм стилем – зокрема, дуже яскравою та гострою кислотністю.

Licantén DO

Площа зони – 124 гектари. Переважають сорти Каберне Совіньйон, Карменер, Мерло, Сіра, Мальбек, Піно Нуар, Каберне Фран, Пті Вердо, Каріньян.

Licantén знаходиться в долині Тено в Куріко (є частиною Центральної Долини). За кліматичною класифікацією апелясьйон належить до категорії Costa (берегової).

У цій зоні також поки що лише один виробник – La Ronciere. До цього засновник виноробні протягом двох років займався пошуком унікальних терруарів – за цей час він встиг попрацювати з 1000 окремих невеликих ділянок.

“У цій галузі особливі температури, ґрунти, рухи повітряних мас, вплив сонця. Вона знаходиться за 24 км від океану, і тому зона не така холодна, як інші прибережні зони Чилі. Тому ми вирощуємо лише червоні сорти.”

Ключовими характеристиками зони є чотири різних типи ґрунтів: лікорела, гравій, глина та залишкові породи, що складаються з дрібних частинок залишкового мулу та глини.

Aralta DO

Найбільша та найвідоміша з усіх чотирьох нових апелясійонів. Вже з 1990 року відома як місце виробництва чудових червоних вин, переважно асамбляжних. У цій галузі виробляються одні з найдорожчих вин Чилі.

У зоні знаходиться 1007 га виноградників. Ключовими сортами є Каберне Совіньйон, Сіра, Мальбек, Мерло, Пті Вердо, Мурведр та Гренаш.

Регіон знаходиться в Кольчагуа (є частиною регіону Рапель в Центральній Долині). За кліматичною класифікацією апелясійон належить до категорії Entre-Cordilleras (між Кордильєрами).

Зона формою нагадує підкову, і захищена пагорбами з півночі, сходу та заходу. Внизу долини, на більш важких глинистих ґрунтах, ростуть Каберне Совіньйон і Карменер. Ронські сорти, Сіра, Гренаш і Мурведр, ростуть на пагорбах із біднішими гранітними ґрунтами.

Los Lingues DO

Апелясійон складається з 492 гектарів, на яких головними сортами є Карменер, Каберне Совіньйон, Каберне Фран, Мальбек, Мерло, Пті Вердо, Мурведр, Гренаш, Сіра та Темпранільо.

Зона Los Lingues знаходиться в Кольчагуа, регіон Рапель (у складі Центральної Долини). За кліматичною класифікацією апелясійон належить до категорії Andes (Анди).

Ключовим фактором цієї зони є розташування виноградників у передгір'ї Анд. Але навіть усередині зони Los Lingues є відмінності – залежно, чи розташовуються виноградники у нижніх частинах або на передгір'ях.

Тим не менш, всю зону характеризує наявність вулканічних ґрунтів, міксу глини, базальту та колювіальних порід. В основному тут вирощують червоні сорти (найпопулярніші сорти з Бордо) – через переважання Середземноморського клімату з теплими та сонячними днями, за якими йдуть прохолодні вечори [10] (рис.2.4).

ОСНОВНІ СОРТИ, ВИСАДЖЕНІ В ЧИЛІ

ЧЕРВОНІ СОРТИ	БІЛІ СОРТИ
Каберне Совіньон	Шардоне
Мерло	Совіньон Блан
Карменер	Semillon
Каберне Фран	Гевюрцтрамінер
Сіра	Рислінг
Піно Нуар	Москатель
Каріньян	Совіньон Грі
Петі Вердо	Москатель де Александрія
Мальбек	Педро Хіменес
País	

Рис.2.4. Сорти винограду в Чилі

Збір червоного винограду: з середини березня до кінця квітня

Збір білого винограду: з кінця лютого до середини березня.

Якщо простежити історичне зростання площ виноградників, то в 1995 р. це трохи більше 54 000 га, в 2019 - трохи більше 141 000 га, а максимум було досягнуто в 2015 р. - майже 142 000 га [5].

Основними ринками експорту бутильованого чилійського вина у 2019 р. були: Китай, Бразилія, Англія, Японія, США, Голландія.

Перші виноробні:

У 1850 р. засновується виноробня «Марискаль» (Mariscal) та «Токорнал» (Tocornal) батьком та сином родини Токорнал.

У 1851 р. Сильвестре Очагавія (Silvestre Ochagavía) розпочинає виробництво на виноробні «Очагавія» (Ochagavía).

У 1865 р. народжується виноробня "Сан-Педро" (San Pedro), власність Педро Корреа (Pedro Correa).

У 1870 р. Максиміано Ерасуріс відкриває виноробню «Еррасуріс Панкеуе» (Errázuriz Panquehue) у долині Аконкагуа, першу в цій долині.

У 1880 р. з'являється одна з найзнаменитіших виноробень - "Санта-Ріта" (Santa Rita) в долині Майпо.

1883 - народження майбутньої зірки чилійського виноробства - "Конча і Торо" (Concha y Toro).

У 1890 р. засновано ще одну зірку - "Ундуррага" (Undurraga). Обидві – у долині Майпо.

Щоб з'ясувати важливість винного туризму з погляду виробників, було проведено два дослідження. Всього було зібрано 199 ґрунтовних інтерв'ю та додатково 703 онлайн-анкети від чилійських виноробень. У результаті з'ясувалося, що винний туризм дуже важливий для успішного господарювання.

Наприклад, власників виноробень питали, у чому, на їхню думку, полягають основні переваги винного туризму. Найчастіше представлялася особиста відповідь, що це забезпечує їхнє виживання. Декілька респондентів заявили, що не лише їхнє власне життєзабезпечення, а й усієї родини залежить від винного туризму. Власники виноробень також підкреслили підприємницьку діяльність (наприклад, збільшення товарообігу, залучення нових споживачів тощо), так само як і регіональні переваги, такі як поглиблення співпраці між зацікавленими сторонами та збереження культурних ландшафтів (див. рис. 2.5.).



Рис.2.5. Переваги винного туризму з погляду виноробень

Результати онлайн-опитування вилилися у конкретні цифри: винний туризм складає 24% від комерційного обігу виноробні. Чим менший розмір виноробні, тим вищий цей відсоток [22].

Наприклад, у виноробні з виробничою площею до 7 гектарів послуги винного туризму становлять понад третину обороту компанії. Відповіді на запитання про щорічну кількість відвідувачів виноробні значно відрізнялися. На багатьох з них приймають більше 1000 гостей на рік, і до того ж, чим ближче виноробня розташована до міста, тим вищий попит.

Власників виноробень також питали, скільки коштів вони вклали у винний туризм за останні 10 років і скільки вони мають намір інвестувати протягом наступних трьох років. Серед виноробень, які робили інвестиції за останні 10 років, середній розмір вкладень становив 194 272 доларів. Сума, яку вони хочуть інвестувати протягом наступних трьох років, становить 98 698 доларів. Таким чином, можна констатувати, що за минулі періоди у винний туризм інвестувалося близько 20 тис. доларів на рік, а протягом наступних

трьох років буде інвестовано близько 30 тис. доларів на рік. Якщо знову розглянути цей результат у зв'язку з близькістю до великих міст, стає зрозумілим, що за останні 10 років практично не було жодних відмінностей в інвестиціях. Натомість чітко простежується, що компанії, що знаходяться на відстані не більше 15 км від найближчого міста, мають намір інвестувати більш ніж удвічі (близько 177 800 доларів), ніж компанії, розташовані далі від найближчого міста (63 433 доларів) [21].

Висновки до Розділу 2

1. Туристичні ресурси є основою формування та постачання туристичного продукту. Загалом під туристичними ресурсами розуміється все, що можна використати для організації туристичної діяльності та залучення туристів у певний регіон.

2. Винний туризм у Чилі досить нове явище. Та попри це в країні вже створені організації для просування цього напрямку у світі.

З 1949 року уряд Чилі створив WOC – Vinos de Chile – це некомерційна приватна організація чилійських виробників вина, яка займається просуванням, контролем якості та іміджу чилійських вин, а також, з недавнього часу, просування винного туризму, для залучення відвідувачів .

Чилі є єдиною країною у світі, яка має кодекс сталого розвитку, що стосується винного туризму. Кодекс охоплює такі аспекти, як стале житло. Це ініціатива, яка виявилася найефективнішою: щороку понад мільйон людей (чилійців і туристів з-за кордону) відвідують виноробні, зміцнюючи лояльність до бренду та збільшуючи продажі.

3. Основними особливостями винного туризму вважаються: унікальне розташування, чітко виражені регіони, «Молодість» вина, впровадження нових технологій, поєднання з іншими видами туризму (наприклад, з астротуризмом – спостереження за зірками з келихом вина, або ж зі СПА-турами).

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В ЧИЛІ

3.1. Проблеми розвитку винного туризму в Чилі

Енотуризм виник як перспективний, стійкий вид туризму, який може дати багато переваг для місцевої, регіональної та національної економіки. Тому потрібно розглянути основні проблеми розвитку винного туризму в Чилі:

1. Відсутність системи захисту від заморозків. Життєво необхідні системи захисту молодої лози від весняних заморозків. Якщо не буде винограду, не буде врожаю, не буде вина і для туристів не буде пропозицій.
2. Недостатня кількість площі для посадки виноградної лози. Основною проблемою регіону Касабланка є нехватка майданчиків.
3. Головним джерелом проблеми для місцевого виноробства слугують часті землетрясіння та глобальне потепління. Так як навіть малі коливання земної поверхні можуть нести істотну шкоду делікатній інфраструктурі, а градус вищої норми змінює строго вивірений баланс. Це стосується і туризму, адже під палаючим сонцем не завжди хочеться відвідувати щось, не кажучи про дегустацію. А при землетрусах небезпечно робити прогулянки.
4. Низький людський капітал, хоч наявність робочих місць присутня, проте не усі хочуть працювати фізично і важко знайти працівників.
5. Низька координація та управління між відповідними державними та приватними компаніями, які беруть участь.
6. Проблеми сталого розвитку винного туризму
7. Неадекватні маркетингові та стратегії сприяння енотуризму.
8. Відсутність синергії з іншими секторами туризму.
9. Низький загальний рівень культури споживання вина, зокрема низький попит продукції виноробів;

10. Домінування на ринках імпортової продукції і конкуренція з нею через недосяжність рівня її якості;

11. Відсутність сучасного комплексу виробничої інфраструктури;

Щодо проблеми сталості, очікувалося, що дохід винного туризму Чилі в 2023 році досягне значення 6,35 мільярда доларів США (рис. 3.1.). Хоча це тягне за собою збільшення на 30,4 відсотка в порівнянні з 2018 роком, було оцінено, що дохід від вина в південноамериканській країні зменшиться в 2020 році, оскільки наслідком пандемії COVID-19. З боку виробництва Чилі вважалася одним з головних світових гравців у винній промисловості [16]..

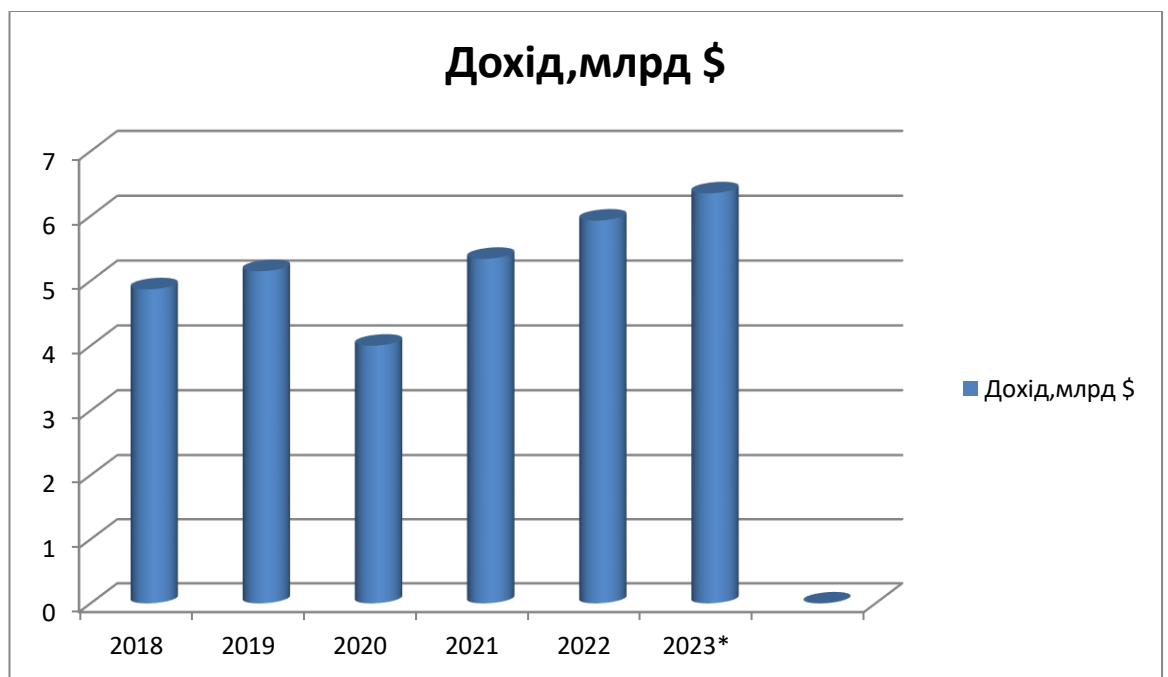


Рис. 3.1. Дохід винного туризму Чилі з 2018 до 2023

Усунення цих основних проблем є особливо важливим для чилійської економіки, оскільки зараз вона втрачає значні можливості для отримання більшого доходу від еготуризму, а також тому, що винний туризм може сприяти диверсифікації економіки, яка зараз сильно залежить від видобувних секторів [17].

3.2. Шляхи вдосконалення винного туризму Чилі

Протягом кількох років винний туризм значно зростає. Наприклад, у Чилі винний туризм становить 1 мільярд доларів на рік в економіці країни (тільки на Китай та ВБ припадає ~ 500 млн) [18]. Отже, для вдосконалення винного туризму в Чилі необхідно:

1. Організовувати популярні заходи. Так як відвідування області та дегустація вин найкращий спосіб привернути увагу туристів. Такий вид діяльності дозволяє відвідувачам пізнати історію землеволодіння, а також як розробляти унікальні вина та причини, чому кожна виноробня є особливою. Завдяки цьому туристи дізнаються про лайфхаки від виноробні. Попри це, такі івенти сприяють зростанню продажей вина за рахунок дегустації вин.

2. Додати більш складні види діяльності. Крім того, щоб відвідати та дегустувати, відвідувачі хочуть відкрити таємниці виноробні та виноградарство з іншого боку. Потрібно запропоновувати нестандартні заняття, які допоможуть бути більш унікальними. Туристам подобається дізнаватись про різні етапи виноробства, і багато видів діяльності пов'язані з цим, наприклад, брати участь у зборі врожаю або купажування. Багато івентів являються цікавими і дають змогу туристам дізнатися більше про вино, його виготовлення і навіть, як поєднувати вино та їжу.

3. Ресторани та проживання на території винних регіонів. Такий вид діяльності дозволяє туристу провести цілий день або вихідні в виноробній сфері. Розміщення може бути привабливим для відвідувачів, які бажають відвідати саме цей регіон на декілька днів. У сфері громадського харчування продукти з терруару є гарним способом, аби змотивувати туристів. Ідея в тому, аби надати такі заходи та послуги, які повпливають на рішення туриста залишитись у вашому місці довше. Це дасть змогу туристові відкрити для себе інші доступні види діяльності, які знаходяться на місці.

4. Навчання. Люди намагаються поєднати у подорожі одразу 3 компоненти: задоволення, відкриття та навчання. Потрібно розвивати заняття

навколо квестів, наприклад ігри смаків з різних вин або пошук скарбу для дітей. Поєднання спорту та різних відкриттів являється гарним способом дізнатися багато речей про винні традиції та культуру загалом.

5. Винні заходи. Бути частиною винних подій – це ще один гарний варіант продемонструвати виноробню, її вина, діяльність. У ході таких торговельних ярмарків пізнаваність вин та заходів покращується завдяки величезній частоті цих місць.

6. Покращити цифровий маркетинг. На сьогоднішній день, аби мати успішний бізнес у сфері енотуризму, необхідно бути популярним в Інтернет мережах, соціальних мережах та працювати над рекламними або маркетинговими компаніями. Ідея заключається у тому, аби створити важливу спільноту навколо своєї діяльності та бути популярним.

7. Залучати ще більше інвестицій від Китаю, розвиваючи цю сферу (найбільша кількість туристів саме китайці, також вони є найбільшими імпортерами чилійського вина);

8. Розвивати нові апелюєйони та розбудовувати кластери на їх основі;

9. Впроваджувати систему «Краудфанінгу» (вона дозволяє підприємцям отримувати інвестиції від майбутніх споживачів, продаючи їм продукт авансом, надаючи ексклюзивний доступ до авторського контенту або просто за рахунок безоплатних переказів);

10. Використовувати пляшки нового зразку Віо (з 2020 року на ринках продаються вина в інноваційній Frugal Bottle (див. дод. Б), яка на 94% виготовлена з переробленого картону. Її внутрішній шар покритий харчовим пластиком, при цьому у пляшки класична бордоська форма та об'єм 750 мл).

11. Розробити промоцію вина на фоні відомих серіалів (нині популярності набуває новий серіал від НВО «Дім Драконів», США почало розробляти вино під тематику серіалу – починаючи з етикеток і закінчуючи ніби «смаком» вина, яке пили актори у серіалі. Ціна за пляшку склала 20 доларів. Та цього фанатам було замало і у соц.мережі Twitter починаються обговорення відвідати місце, де виготовляється це саме вино).

Цього року в Чилі відбудеться премія Chile Wine Tourism Awards 2022 спрямована на виявлення та визнання найкращих пропозицій винного туризму на різних територіях Чилі, де він розвивається та сприяє позиціонуванню та просуванню туристичної діяльності, пов'язаної з вином.

Конкурсна програма складатиметься з трьох категорій: «Найкращий виноградник, що розвивається», «Найкращий досвід винного туризму» та «Найкраща розповідь про винний туризм». У 2023 році буде додано четверту категорію «Найкраще свято врожаю».

Заступник міністра туризму Вероніка Кунце наголосила, що подібні заходи дозволяють краще позиціонувати винний туризм у країні. За її словами, пропозиція зростає та наявність понад 160 виноградників, відкритих для туризму, підтверджує, що Чилі є однією з провідних країн у цій галузі.

У свою чергу президент Enoturismo Chile, Хосе Мігель Віу запросив виноробні до участі в конкурсі, заявивши: «Діяльність винного туризму мобілізує та залучає весь ланцюжок створення вартості у розвиток індустрії туризму: виноградники, готелі, ресторани, ремісників, гідів. Таким чином, премія Chile Wine Tourism Awards покликана надати імпульс виноробному сектору, який сильно постраждав від COVID-19, і підтримати його якнайшвидше відродження, оскільки він робить істотний внесок в економіку країни і створення робочих місць».

3.3. Розробка інноваційного винного туру до Чилі

Чилі – рай виноробства на землі. Так вважають багато фахівців, і вони не помиляються. На території країни природа створила унікальні умови для вирощування винограду: велика кількість сонячних днів, природний гірський бар'єр, м'який клімат та прохолода океану створюють виняткову атмосферу для культивування винограду. У долинах Касабланка, Качапоаль, Кальчагуа та інших знаходяться виноградники найвідоміших винних господарств Чилі: Viu Manent, Viña Santa Cruz, Viña Montgras, Matetic і т.д. Саме тут росте

найкращий карменер та шардоне, які прославили Чилі на весь світ і поставили чилійські вина на один рівень із великими винами Франції та Італії.

Тому ми пропонуємо до вашої уваги тур «Секрети чилійських долин».

Головною ідеєю є відвідування головних долин в яких виготовляються вина всього за 10 днів.

Його маршрут: Сантьяго - Долина Майпо - Долина Аконкагуа - Каньйон Майпо - Долина Касабланка - Долина Сан-Антоніо – Вальпараїсо - Долина Кольчагуа - Долина Лололь - Долина Апальта – Сантьяго.

Кількість днів: 10 днів/9 ночей

Вартість: 2 800 у.о

Включено у вартість:

- Проживання в готелі 4-5* (сніданок включений);
- Зустріч в аеропорту та трансфери за програмою;
- Обіди в ресторанах та на виноробнях за програмою (включено 5);
- Візити в господарства, дегустації та всі активності за програмою;
- Екскурсії з україномовним гідом за програмою;
- Повний супровід винним експертом з програми;
- Віза для громадян України не потрібна.

Додатково:

- Авіапереліт;
- Страхування;
- Обіди / вечері у гастрономічних та автентичних ресторанах, не включені до програми, оплачуються на місці;
- Додаткові активності.

Розклад програми туру «Секрети чилійських долин»

День 1. Сантьяго-де-Чилі

Прибуття до Сантьяго. Зустріч в аеропорті

Трансфер до готелю

Оглядова піша екскурсія Сантьяго, знайомство з історичним центром і оглядовими майданчиками з видом на чилійську столицю. Тривалість екскурсії: 4 години

Планово обід / вечеря у винному ресторані Восапагіз з великою винною картою в місті (не включений)

День 2. Долина Майпо

Ранковий трансфер з готелю Сантьяго в долину Майпо.

Тур на органічній виноробні De Martino та дегустація 3 вин різних категорій: De Martino Legado Gran Reserva, De Martino Viejas Tinajas, De Martino Single Vineyard

Тур та преміальна дегустація на виноробні Santa Rita. Дегустація 3 вин топової категорії Ultra Premium

Обід у ресторані Doña Paula при виноробні (включено)

Повернення до готелю Сантьяго

День 3. Долина Аконкагуа

Ранковий трансфер з готелю Сантьяго в долину Аконкагуа, де знаходиться однойменна гора - найвища вершина Південної півкулі, 6960 метрів

Преміальний тур на виноробні Errazuriz та преміальна дегустація

Обід на виноробні (включено)

Повернення до готелю Сантьяго. Вільний вечір

День 4. Каньйон Майпо

Ранковий трансфер з готелю Сантьяго в мальовничий гірський каньйон Майпо.

Відвідування високогірної лагуни Ембальсе, прозваної патагонським пейзажем столичного регіону. Синя лагуна в оточенні Анд. Келих ігристого

Обід у ресторані каньйону (не включено)

Повернення до готелю Сантьяго ввечері

День 5. Долина Касабланка

Ранковий трансфер з готелю до Сантьяго в долину Касабланка по трасі 68, яка сполучає столицю з центральним узбережжям

Перша зупинка – новаторське господарство Bodega RE та дегустація 4 вин: Pinotel, Chardonnair, Cabergnan, а також сепажний Каріньян з лінії VIGNO зі старих лоз долини
Мауле

Обід у ресторані високої авторської кухні Casa Mirador (включено)

Трансфер в готель у долині Касабланка (Matetic або Casa vino)

День 6. Долина Сан-Антоніо

Відвідування біодинамічної виноробні Matetic, Дегустація трьох вин із лінії Coralillio

Дегустація двох шоколадних шотів з вином на вибір: Піно Нуар, Сіра, Шардонне,

Гевюрцтрамінер

Обід у ресторані на виноробні Matetic з вином (включено)

Трансфер у готель у долині Касабланка

День 7. Вальпараїсо

Трансфер у м. Вальпараїсо на узбережжі океану

Піша екскурсія історичним центром міста Вальпараїсо. Тривалість туру: 4 години

Обід в Вальпараїсо в Maralegre (не включено)

Трансфер до готелю в долині Кольчагуа, заселення

День 8. Долина Кольчагуа

Тур на виноробні Santa Cruz у секторі Лололь. Знайомство з бодегою. Дегустація 3 вин: 2 вина лінії Reserva та 1 Gran Reserva. Поїздка на канатній дорозі до пагорба Шаман.

Відвідування колекції метеоритів

Обід у ресторані Los Poetas/Casa Colchagua (не включено)

Дегустація на сімейному виноробні Laura Hartwig (факультативно)

Вільний вечір

Ніч у готелі в долині Кольчагуа

День 9. Долина Кольчагуа (Апальта)

Преміальна дегустація на виноробні Montes 4 легендарні вина: Montes Folly, Montes Alpha M або Purple Angel на вибір, Montes Alpha, Montes Outer Limits

Обід у ресторані Френсіса Мальманна Fuegos de Apalta (включено)

Трансфер до Сантьяго. Ніч у готелі в Сантьяго

День 10. Сантьяго-де-Чілі

Трансфер до аеропорту

Додаткові послуги:

1. Можливість поєднання з астротуризмом (факультативна екскурсія для спостереження за зірками, можна з келихом вина).
2. Куштування унікальних коктейлів Землетрус (Terremoto), Бургундія (Borgona), Плавання (Navegado) і, звичайно ж, Піско Сауер (Pisco Sauer) Землетрус - це один з найпопулярніших коктейлів, до складу якого входить солодке недобре вино (vino ripeno), ананасове морозиво та біттер Fernet Branca. Бургундія – це свіже полуничне пюре та часточки ягід залиті червоним Карменером. А Navegado – це незвичайна суміш звичного нам глінтвейну з апельсиновим соком, якого беруть до третини келиха.
3. Відвідування Національного зоопарку в Сантьяго, унікальністю якого є Гуанако та Вікунья (простіше кажучи, це лами та верблюди);
4. У період свят/фестивалів – програма буде змінена з урахуванням участі у святі (5 грудня – Пд.Америка.Яскраві вина.Чилі кон карне, початок весни – Національний день вина).
5. Також є змога обрати вид дегустації (Автентично: тур виноробнями в долинах Касабланка, Кольчагуа, Мауле та ін. дасть можливість не тільки продегустувати вина, але й дізнатися, як їх роблять. Екстримально: можна відвідати високогірну виноробню Долина Аконкагуа, виноробні на кордоні з пустелею Атакама або на березі озера Ранко. Романтично: поїзд з дегустацією, що курсує долиною Мауле. Класично – в одному з ресторанів чи винних барів Сантьяго: Vocanaris, La Vinocracia, La Calva del Sommelier).

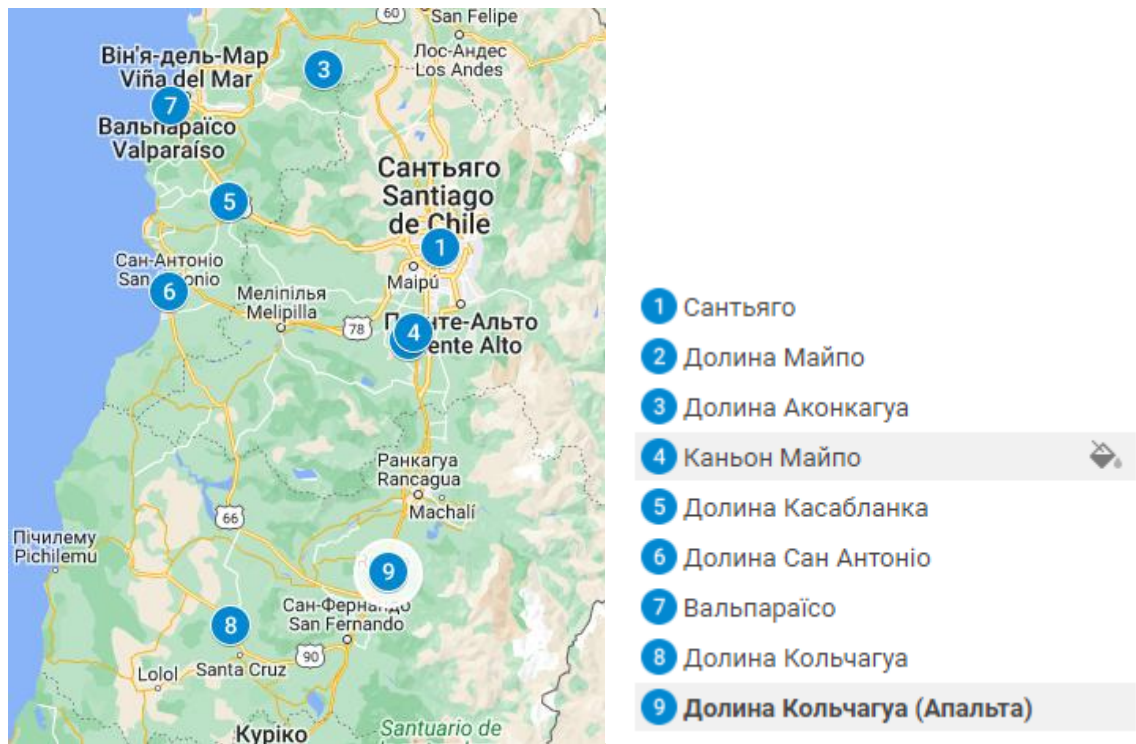


Рис.3.2. Місцезорозташування основних дестинацій туру

Висновки до Розділу 3

Основними проблемами являються: відсутність системи захисту від заморозків, недостатня кількість площі для посадки виноградної лози, низька координація та управління між відповідними державними та приватними компаніями, які беруть участь, проблеми сталого розвитку винного туризму, неадекватні маркетингові та стратегії сприяння енотуризму, відсутність синергії з іншими секторами туризму, низький загальний рівень культури споживання вина, зокрема низький попит продукції виноробів, відсутність сучасного комплексу виробничої інфраструктури.

Також було висунуто шляхи вдосконалення винного туризму такі, як організувати популярні заходи, додати більш складні види діяльності, ресторани та проживання на території винних регіонів, можливість поєднання у турі: задоволення, відкриттів та навчання, бути частиною винних подій, покращити цифровий маркетинг, розвивати нові апелювання та

розбудувати кластери на їх основі; впроваджувати систему «Краудфанінгу», використовувати пляшки нового зразку Віо.

Також було запропоновано новий інноваційний тур «Секрети чилійських долин». Головною ідеєю якого є відвідування головних долин в яких виготовляються вина за 10 днів. Тур є досить цікавим та тривалим, а також унікальним за рахунок незвичайних додаткових послуг.

ВИСНОВОК

Виконавши усі поставлені завдання, можна зробити такі висновки. Винний туризм – це спеціалізований вид туризму, що має на меті дегустацію, споживання, купівлю вина безпосередньо у виробника. Він включає відвідування плантацій виноградарів, дегустаційних залів, підвалів та ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина; відвідування винних фестивалів; відвідування інших спеціалізованих заходів. Також винний туризм передбачає не лише дегустацію напоїв, а й ознайомлення з традиціями виноробства в країні.

Організація програми винного туру включає у себе досить різні елементи. Частіше за все до її складу входять: пізнавальні екскурсії та відвідування виноградарів, походи на виноробні концерни, а також участь у тематичних культурних подіях, як наприклад, свято виноробства. Здебільшого винні тури тривають тиждень, проте зустрічаються поїздки, які можуть складати два-три дні.

Туристичні ресурси є основою формування та постачання туристичного продукту. Загалом під туристичними ресурсами розуміється все, що можна використати для організації туристичної діяльності та залучення туристів у певний регіон.

Винний туризм у Чилі досить нове явище. Та попри це в країні вже створені організації для просування цього напрямку у світі.

З 1949 року уряд Чилі створив WOC – Vinos de Chile – це некомерційна приватна організація чилійських виробників вина, яка займається просуванням, контролем якості та іміджу чилійських вин, а також, з недавнього часу, просування винного туризму, для залучення відвідувачів .

Чилі є єдиною країною у світі, яка має кодекс сталого розвитку, що стосується винного туризму. Кодекс охоплює такі аспекти, як стале житло. Це ініціатива, яка виявилася найефективнішою: щороку понад мільйон людей

(чилійців і туристів з-за кордону) відвідують виноробні, зміцнюючи лояльність до бренду та збільшуючи продажі.

Від півночі до півдня Чилі відвідувачі можуть ознайомитися з найкращими враженнями від винного туризму та дізнатися, як селянські та «хуасо» (чилійські ковбої) традиції пов'язані з винною культурою Чилі. Вино настільки важливе в Чилі, що протягом року кількома фестивалями відзначають урожай винограду та віддають данину багатству землі.

Основними проблемами являються: відсутність системи захисту від заморозків, недостатня кількість площі для посадки виноградної лози, низька координація та управління між відповідними державними та приватними компаніями, які беруть участь, проблеми сталого розвитку винного туризму, неадекватні маркетингові та стратегії сприяння енотуризму, відсутність синергії з іншими секторами туризму, низький загальний рівень культури споживання вина, зокрема низький попит продукції виноробів, відсутність сучасного комплексу виробничої інфраструктури.

Також було висунуто шляхи вдосконалення винного туризму такі, як організувати популярні заходи, додати більш складні види діяльності, ресторани та проживання на території винних регіонів, можливість поєднання у турі: задоволення, відкриттів та навчання, бути частиною винних подій, покращити цифровий маркетинг, розвивати нові апелясьйони та розбудовувати кластери на їх основі; впроваджувати систему «Краудфанінгу», використовувати пляшки нового зразку Віо.

Також було запропоновано новий інноваційний тур «Секрети чилійських долин». Головною ідеєю якого є відвідування головних долин в яких виготовляються вина за 10 днів. Тур є досить цікавим та тривалим, а також унікальним за рахунок незвичайних додаткових послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апелясьйони Чилі. URL: <https://fortwine.ru/blog/stories/vsye-chno-nuzhno-znat-o-novykh-apellasonakh-chili/>
2. Басюк Д. І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму. Географія та туризм: науковий збірник. К.: Альтерпрес, 2012. Вип. 19. С. 28-37.
3. Винна країна – Чилі. URL: <https://www.trekkingchile.com/en/chile-info/wineries-chile/>
4. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія; за наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.
5. Винний тур до Чилі. URL: <http://booktravel.com.ua/tour/%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D1%82%D1%83%D1%80-%D0%B0%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B5-%D1%87%D0%B8%D0%BB%D0%B8/>
6. Винний туризм : підручник / С.В. Іванов та ін.— Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин О.В., 2012. 472 с
7. Винні регіони Чилі. URL: <https://lf-wines.ru/catalog/chile-claro-valley-vina/>
8. Вино як бізнес. URL: <https://www.winetourism.com/how-to-create-a-successful-wine-tourism-business/>
9. Виноградники Чилі. URL: <https://posteat.ua/wines/nazvani-najkrashhi-vinogradniki-svit-2020-roku-dlya-vinnogo-turizmu/>
10. Врожай винограду Чилі. URL: <https://drinks.ua/news/urozhaj-v-chili-2019-horosho-no-malo/>
11. Горшкова Л. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності / Л. Горшкова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – Вип.17. – С. 68-71.

12. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий аспект / О.О. Любіцева // Географія і туризм. – 2012. Вип.24. С.93-99.
13. Новини винного туризму. URL: <http://logos.press.md/vino-proviant/>
14. Патійчук В. О. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали III міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 15–16 грудня 2015 р.); за ред. В. Й. Лажніка. Луцьк: Вежа-Друк, 2015. С. 162–167.
15. Петрусенко О. Молодая лоза винного туризму. Мир продуктов. 2013. Іюнь. С. 48–49.
16. Рибінцев В.О. Маркетинг винограду і вина. – Автореф. дис. ... докт. екон. наук 08.06.02. – Інститут аграрної економіки УААН, Київ, 2002.
17. Індустрія винного туризму чилі. URL: <https://drinks.ua/>
18. СТІЙКИЙ ВИНОТУРИЗМ URL: https://www.wineturism.com/files/2022/01/Sustainable_wine_tourism_Report_GeisenheimUni_WineTourismcom.pdf
19. Статистика доходів від винного туризму Чилі. URL: <https://www.statista.com/statistics/714427/export-value-of-wine-from-chile-by-country/>
20. Чилі – як дестинація винного туризму. URL: <https://www.chile-reise.com/en/wine-tourism-chile/>
21. Чилійська класифікація вин. URL: https://tonkosti.ru/%D0%92%D0%B8%D0%BD%D0%B0_%D0%A7%D0%B8%D0%BB%D0%B8
22. Чилійські асоціації вина. URL: <https://www.eno.org.ua/vynnyi-klaster-iaak-tse-vidbuvalos-u-sviti-chili/>

ДОДАТКИ

Додаток А

За офіційним джерелом Винної індустрії України , класифікація та стандарти вин мають наступні фактори:

I. Всі виноградні вина поділяються на сортові, виготовлені з окремих сортів винограду, і купажі, виготовлені із суміші сортів. У виробництві сортових вин може використовуватися не більше 15% інших сортів винограду, які належать до того ж ботанічного виду, що й виноград, який є основним компонентом сортових вин.

II. Виноградні вина діляться на тихі (не містять надлишку вугільної кислоти) і містять вуглекислий газ.

За складом тихі вина поділяються на такі групи:

1) столові вина виробляються без додавання спирту:

а) сухе, безспиртове, природного бродіння від 9 до 14% об. цукру не більше 0,3 г/100 мл;

б) напівсолодке столове з вмістом етанолу природного бродіння від 9 до 12% об. і цукру незброженого від 3 до 8 г/100 мл

Примітка:

1. Дозволяється випуск окремих видів сухих столових вин з вмістом спирту природного бродіння до 16 % об. за поданням Центральної дегустаційної комісії виноробної галузі.

2. Дозволити додавати спирт-ректифікат в столові сухі вина типу хересу для доведення їх міцності до 16% об.

2) кріплені вина, при виробництві яких допускається використання спирту-ректифікату:

а) сухе, що містить спирт від 17 до 20 % об., у тому числі спирт природного бродіння не менше 3 % об., цукристість міцних вин може бути від 1 до 14 г/100 мл;

б) десертні з вмістом спирту від 12 до 17 % об., у тому числі спирту природного бродіння не менше 1,2 % об.

Цукрові десертні вина поділяються на:

- солодкий десерт з вмістом цукру від 5 до 12 г/100 мл і алкоголю від 14 до 16% об.;
- солодке з вмістом цукру від 14 до 20 г/100 мл н спирту від 15 до 17 об.%;
- лікер з вмістом цукру від 21 до 35 г/100 мл і спирту від 12 до 17 об.%;

3) вина ароматизовані, приготовані з використанням спирту-ректифікату, сахарози, а також настоїв окремих частин різних рослин за спеціальною рецептурою. Вміст алкоголю в ароматизованих винах встановлюють від 16 до 18% об., а цукру від 6 до 16 г/100 мл.

III. Якісні вина поділяються на ординарні, марочні та колекційні.

Вина, вироблені без витримки, називаються ординарними.

Марочне вино – це витримані високоякісні вина, вироблені в окремих виноробних регіонах або районах за спеціальною технологією. Тривалість витримки вина:

для сухих столових - не менше 1,5 року, рахуючи з 1 січня наступного за врожайним роком, крім кахетинських вин того виду, для яких термін витримки становить не менше 1 року;

для міцних і десертних вин – не менше 2 років, крім вин із винограду сорту Мускат, для яких термін витримки становить не менше 1,5 року.

Марочні вина надзвичайно високої якості, які після закінчення терміну витримки в бочках (бочках, цистернах) за бажанням витримують не менше 3 років у пляшці, називають колекційними [3].

Вина, що містять вуглекислий газ, поділяються на такі групи:

а) карбонізація природним шляхом – ферментація в герметичних посудинах під тиском.

Ці вина включають наступне:

Радянське шампанське - вино, виготовлене за спеціальною технологією шляхом вторинного бродіння в пляшках, герметичному резервуарі або системі резервуарів) оброблене ігристе вино, отримане зі спеціального білого або червоного винограду і виготовлене білим способом. Радянське шампанське, отримане шляхом вторинного бродіння в пляшці і витримане не менше 3 років, називається консистенцією;

– ігристе (Червоне ігристе Цимлянське ігристе та інше), отримане вторинним бродінням або сухе кріплене вино в герметичній посудині (пляшках, металевих цистернах) за технологією, затвердженою для кожного вина;

– натуральні напівсолодкі ігристі (джавері, мцване та інші вина), виготовлені шляхом зброджування виноградного соку в герметичних резервуарах під тиском для припинення бродіння на певній стадії;

б) ігристе, або газоване, штучно насичене вуглекислим газом вино.



«Кліматична класифікація зон Чилі»



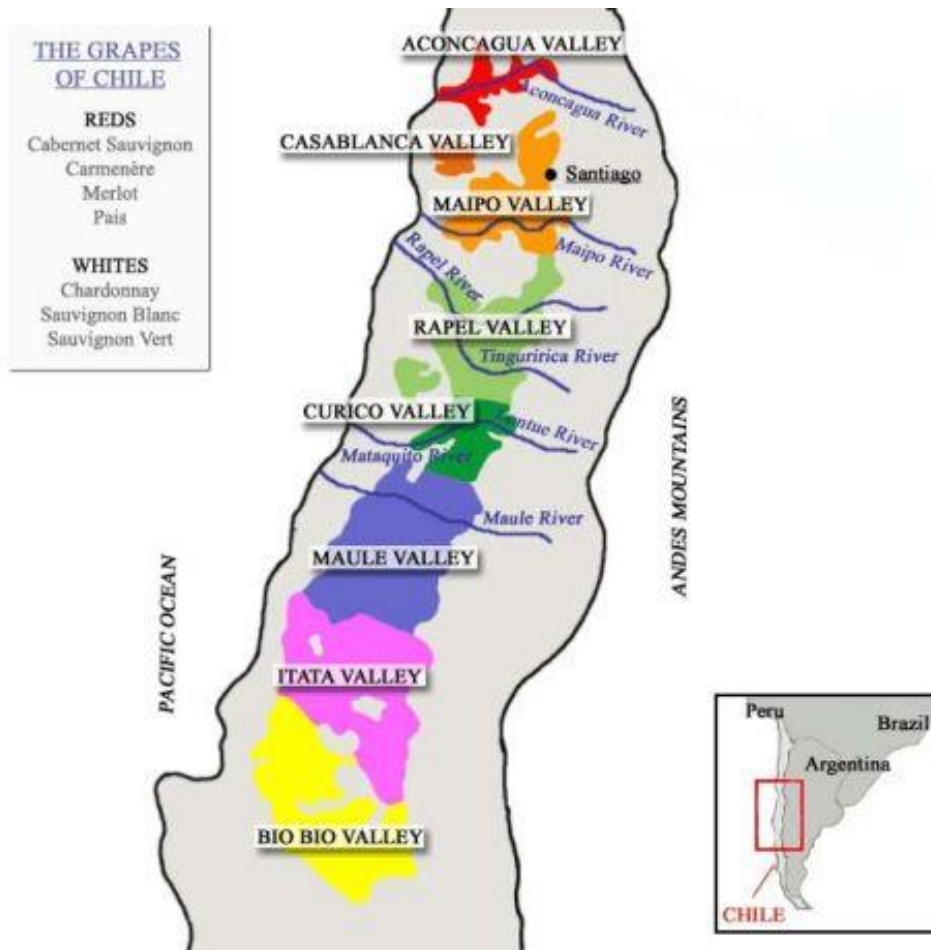
«Долина Уаско»



«Долина Кольчагуа»



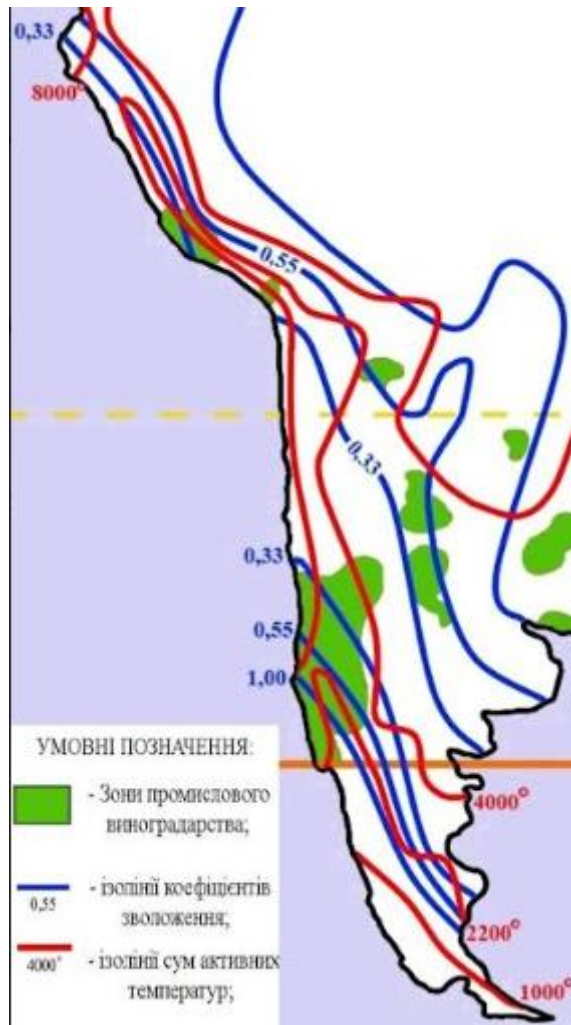
«Долина Мауле»



«Виноробні регіони Чилі»



«Пляшка нового зразку Біо»



«Агроклімат Чилі»

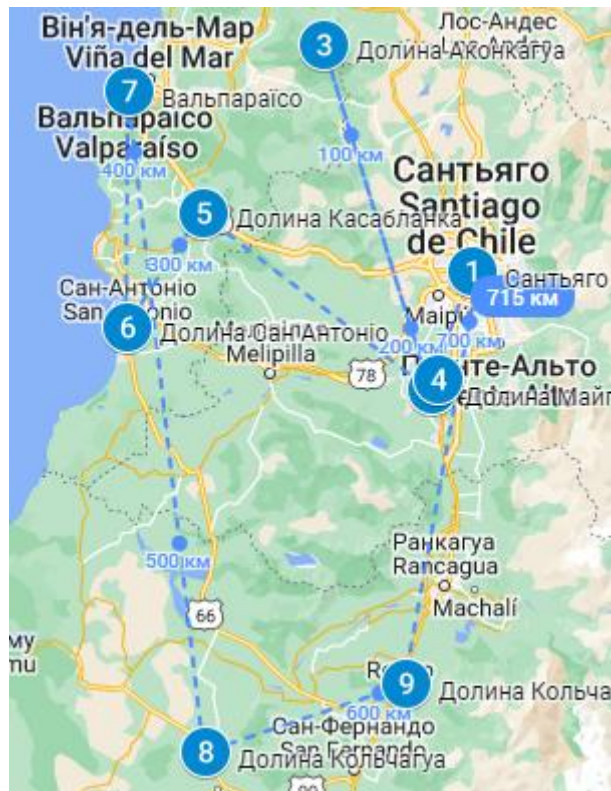


Рис.1 «Протяжність туру»

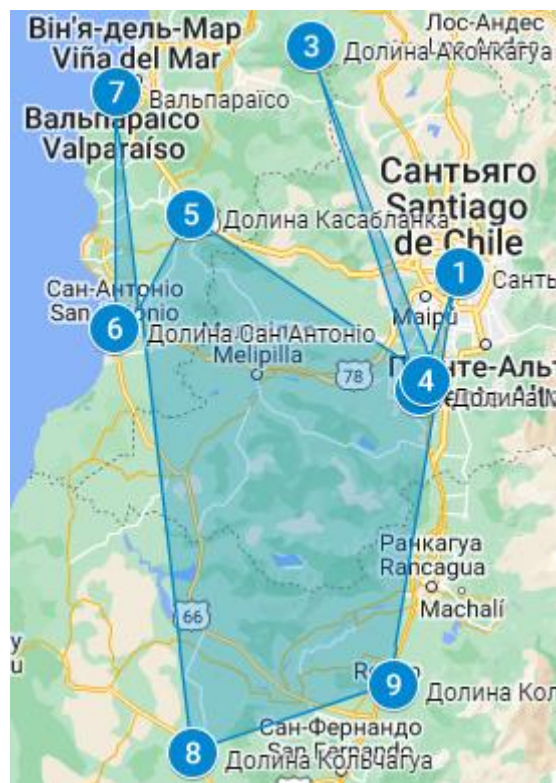


Рис.2 «Маршрут туру»