

Winiarstwo i winogrodnictwo miejskie – funkcje i potencjał zjawiska

Winemaking and urban vineyards – functions and potential of the phenomenon

Małgorzata Pink, Katarzyna Kokoszka

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie, Zakład Ekonomii i Polityki Gospodarczej

Streszczenie. Celem opracowania jest określenie funkcji i potencjału specyficznej gałęzi rolnictwa miejskiego, jakim jest miejskie winiarstwo. Miejskie winnice i winiarnie stają się coraz powszechniejszym elementem krajobrazu miast, zarówno w tradycyjnie winiarskich regionach, jak i na obszarach dopiero rozwijających winiarskie tradycje. W większości przypadków produkcja wina prowadzona jest na niewielką skalę, ale przy wykorzystaniu nisko ingerencyjnych, tradycyjnych, nieobciążających środowiska metod.

Metodyka badania opiera się na obserwacjach własnych oraz analizie treści dokumentów publikowanych w Internecie przez miejskie winnice i winiarnie oraz analizie treści innych dokumentów internetowych i literatury. Przy opisie zjawisk posłużono się analizą przypadków.

Wnioski dotyczą funkcji winiarstwa miejskiego, w którego przypadku funkcje ekologiczne i ekonomiczne, jakkolwiek występujące i istotne, ustępują na znaczeniu funkcjom społecznym, wpisując się we współczesne trendy konsumpcji. Pomimo że zysk nie stanowi jedyne, a często głównego celu działalności miejskich wnic i winiarni, ich działalność wpływa pozytywnie na markę i wizerunek miast, zwiększając możliwość monetyzacji potencjału turystycznego.

Słowa kluczowe: winiarstwo miejskie • winnice miejskie • rozwój zrównoważony

Abstract. The study aims to define the functions and potential of a particular branch of urban farming: urban winegrowing and winemaking. Urban vineyards and wineries are becoming increasingly commonplace in the urban landscape, both, in traditional wine regions and in areas that are just developing their wine traditions. In most cases, wine production is conducted on a small scale, but using low-interference, traditional and environmentally sustainable methods.

The methodology of the study is based on the author's own observations and an analysis of the content of documents published on the internet by urban winemakers and

winegrowers, as well as an analysis of other documents and literature on the topic. A description of the related phenomena is based on study cases.

The conclusions drawn concern the functions of urban winemaking. Its ecological and economic functions, though they continue to exist and be of importance, are giving way to meaningful social functions that are in line with contemporary trends in consumption. Although profit is not the sole, and often not even the main goal of urban vineyards, their activity has an effect on the brand and image of the cities where they are located, increasing monetization of tourism-related potential.

Keywords: urban vineyards • urban winemaking • sustainable development

Wstęp

Celem artykułu jest przybliżenie zjawiska miejskiego winogrodnictwa i winiarstwa poprzez analizę ich funkcji na wybranych przykładach tego rodzaju działalności oraz wskazanie potencjału, który generowany jest dzięki obecności przemysłu winiarskiego w mieście. Winiarstwo miejskie wpisuje się w rozwojową tendencję rolnictwa miejskiego, które pełni funkcje środowiskowe, ekonomiczne, przede wszystkim poprzez wsparcie zaopatrzenia i generowanie miejsc pracy, ale również szeroko rozumiane funkcje społeczne, w tym wspierające kapitał społeczny, integracyjne, edukacyjne oraz związane ze zmianą kulturową (Sroka i Musiał, 2016) i wynikających z niej ewolucji wartości i stylów życia. Oderwanie skojarzeń związanych z produkcją żywności od obszarów miejskich i poszukiwanie w zjawisku rolnictwa miejskiego nowatorskiego trendu jest jednak przekonaniem fałszywym, podobnie jak mit historycznego prymatu rolnictwa przed strukturami o charakterze miejskim. Jak pisze Jacobs (1970), badania nad prehistorią Europy i Bliskiego Wschodu, ujawniły przedrolnicze stanowiska myśliwych o niezwykle gęstym zaludnieniu. Osiedlanie się ludzi w okolicach bogatych w zasoby (np. obsydian) stało się podstawą powstania protomiast, w których pojawiło się i rozwinęło zorganizowane rolnictwo. Wraz z rozrastaniem się populacji i rosnącą złożonością struktur miejskich część produkcji rolnej wypchnięta została na obszary otaczające miasta i podział na wieś i miasto stał się faktem. Odrodzony w nowej formie trend rolnictwa miejskiego obejmuje zarówno miasta krajów wysoko rozwiniętych, jak i średnio rozwiniętych i rozwijających się, gdzie jednak wydaje się ono spełniać głównie role o charakterze alimentacyjnym i związane z bezpieczeństwem żywnościowym, podczas gdy w zachodnich aglomeracjach skrócenie łańcucha dostaw żywności do miast stanowi przejaw alternatywnego podejścia lub wręcz rebelii wobec przemysłowej produkcji żywności przy jednoczesnym wzmocnieniu roli lokalnej społeczności i znaczenia lokalności samej w sobie. Zjawisko rolnictwa miejskiego, jak pisze Cockrall-King (2012), nie jest niszą dziedzina, ale szerokim ruchem, przyjmowanym przez przedstawicieli różnych klas społecznych, kultur, przenikającym przestrzenie publiczne i prywatne. Patrząc na mapę europejskich inicjatyw o tym charakterze sporządzaną i aktualizowaną w ramach programu COST – Action Urban Agriculture Europe (05.04.2017: <http://www.urbanagricultureeurope.la.rwth-aachen.de/online-atlas.html>), staje się oczywiste, że rolnictwo miejskie jest znacznie powszechniejsze w krajach starej Unii Europejskiej, natomiast w krajach

postsowieckich idea ta nie cieszy się popularnością. Jak piszą Lorens i Martyniuk-Peczek (2010), w Polsce koncepcja ta postrzegana była jako archaiczna pozostałość po obszarach wiejskich. Otwartość na alternatywne podejście do produkcji żywności jest zaś związana ze zmianami kulturowymi i społecznymi oraz głębszym rozumieniem zagadnień o charakterze ekologicznym, o czym świadczy szereg rodzących się inicjatyw, jak na przykład działalność grupy „Kwiatuchi”, promujących idee publicznych „Warzywniaków” w Zielonej Górze, „mis żywiciela” na warszawskim Żoliborzu, szklarni w centrum Katowic i wielu innych (05.05.2017: http://kwiatuchi.org/kwiatuchi_nowa/). We Wrocławiu tworzony jest warzywny ogród miejski; w roku 2012 próbę stworzenia ogrodu w Warszawie na Pradze podjęła grupa „Precel” (25.04.2017: <http://rme.cbr.net.pl/index.php/archiwum-rme/613-maj-czerwiec-nr-55-2/ekologia-i-srodowisko/385-miejskie-farmy-czyli-warzywa-z-wasnego-dachu>). Z kolei w Zielonej Górze jedną z atrakcji turystycznych jest winnica nasadzona w centrum miasta obok Palmiarni. Podobnie w granicach Krakowa, na zboczu Srebrnej Góry rozciąga się jedna z największych polskich winnic, będąca prywatnym przedsięwzięciem, zaś w Jaśle, powstaje winnica miejska (05.05.2017: <http://www.naszewinnice.pl/winne-podroze/item/933-w-ja%C5%9Ble-powstaje-pierwsza-w-polsce-miejska-winnica#.WQxG7uXyjIU>). Projekt winnicy miejskiej, jako ogrodu społecznego realizowano również w Poznaniu, gdzie eksperymentalnie nasadzono 100 krzewów winorośli¹. Stosunkowo pożądaną formą rolnictwa miejskiego w Polsce stają się więc winnice miejskie, co wpisuje się zresztą w ogólny trend wzrostu popularności wina w tym kraju, co przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Spożycie wina spokojnego w Polsce w latach 2001–2016

Table 1. Consumption of stillwine in Poland in 2001–2016

Rok Year	2001	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
Konsumpcja Consumption	50040	70650	76140	79758	81603	85140	87813	91638	95499	99135	105581	107676

Źródło: International Wine and Spirits Research, the Wealth Solutions, (05.05.2017: https://wealth.pl/gfx/wealth/files/raport_rynek_wina_w_polsce.pdf). * Prognozy.

Source: International Wine and Spirits Research, the Wealth Solutions, (05.05.2017: https://wealth.pl/gfx/wealth/files/raport_rynek_wina_w_polsce.pdf). * Prognozy.

Winnice stanowią typowy element krajobrazu miejskiego wszystkich krajów winiarskich. Ich funkcja użytkowa pozostaje wciąż istotna, jednak korzyści o charakterze społeczno-kulturowym pełnią w tym przypadku najważniejszą rolę.

¹ Projekt winnicy miejskiej nasadzonej na długości 1 km wygrał w ramach programu Budżet Obywatelski, jednak finansowanie zostało wstrzymane i aktualnie toczy się postępowanie w sprawie jego realizacji (05.05.2017: <http://plus.gloswielpolski.pl/wiadomosci/a/winnice-poznania-zamiast-na-ostrow-tumski-trafia-do-sadu,11696828/>).

Materiał i metody

Materiał badawczy zebrany został ze źródeł internetowych: stron własnych winnic i winiarni miejskich, blogów winiarskich oraz obserwacji własnych, przeprowadzonych w latach 2013–2017 podczas wizyt w winnicach Wiednia, Burgenlandii, Tokaju, Krakowa, Paryża oraz Londynu. Ze względu na stosunkowo niejednorodne informacje odnośnie winiarstwa miejskiego przeprowadzono analizę jakościową. Dokonano również przeglądu literatury z zakresu winiarstwa miejskiego. Ponieważ winiarstwo miejskie stanowi przejaw pewnego stylu życia i mimo historycznego uzasadnienia jest stosunkowo nowym fenomenem, częściej niż w opracowaniach naukowych temat ten jest podejmowany przez dziennikarzy zajmujących się analizą stylów życia. Główne wnioski odnośnie funkcji i potencjału winiarstwa miejskiego zostały postawione na podstawie analizy studium przypadku.

Wino i winnica oraz ich funkcje w kontekście miasta

W europejskim obszarze kulturowym, intelektualne i kulturowe dziedzictwo stanowi amalgamat religijnej tradycji Bliskiego Wschodu oraz filozofii starożytnej Grecji, a zatem dwóch regionów winiarskich, w których napój ten odgrywał kluczową, kulturotwórczą rolę. Żaden inny płyn nie zyskał w kulturze europejskiej (i zachodniej) równie znaczącej pozycji i symboliki. W pierwszym spisany przez człowieka poemacie – eposie o Gilgameszu, półdziki Enkidu mieszkający w lesie dowiaduje się, że by zostać człowiekiem, musi zacząć pić wino i jeść chleb (*The Epic of Gilgamesh*, 1960). W tradycji judeochrześcijańskiej pierwszym słynnym konsumentem wina był Noe, który zaraz po wielkim potopie posadził winnicę i upił się winem z jej owoców. W greckiej wersji mitu o potopie Deukalion, uciekając przed potopem ze swą małżonką Pyrrą, zabrał na pokład swej łodzi białą sukę, która w stresie zamiast szczeniąt powiła kawałek drewna. Była to sadzonka winorośli, również zasadzona zaraz po opadnięciu wód potopu. Grecy przypisali nawet winu osobne bóstwo – Dionizos był synem Zeusa i śmiertelnej kobiety Semele. Gdy Dionizos dorósł wyruszył w świat z radosnym orszakiem oszołomionym winem, by nieść ludziom radość i pocieszenie. W tradycji chrześcijańskiej wino zachowało swą kulturową pozycję, cud przemiany wody w wino w Kanie Galilejskiej był pierwszym dowodem boskości Jezusa, który u końca swego życia, podnosząc kielich z winem, nazwał go swą krwią i nakazał pić. Nie tylko w starożytności wino kształtowało kulturę, współcześnie przeniknęło do kultury popularnej, poprzez książki i produkcje telewizyjne kreując bukoliczne wizje rzeczywistości². Napój ten ma kulturotwórczą zdolność, kreując własny język, świat symboli, mity, bohaterów, a nawet wartości. Wino wpływa także na estetykę i treść przemian przestrzeni, również miejskiej – w regionach tradycyjnie winiarskich budownictwo przesycone jest symboliką związaną z winem, do krajobrazu kulturowego należą domy kupieckie, piwnice, winiarnie; wino pozostawia ślad w architekturze, kształcie życia gospodarczego i staje się centrum życia kulturalnego. Warto też zwrócić uwagę, że współcześnie konsumpcja

² Przykładowo: „Dobry rok”, „Młode Wino”, „Bezdroża”, „Bottleshock” i wiele innych.

napojów alkoholowych, a w szczególności wina podlega przemianom, które wpisują się w przemiany kulturowe. W Europie, gdzie granice państw rozumiane, jako granice kultur straciły znacząco na ważności, jednym z przejawów kulturowej konwergencji jest wyrównywanie się poziomów konsumpcji wina pomiędzy krajami północy i południa, czyli tradycyjnie winiarskimi i tymi należącymi wcześniej do obszaru dominacji piwa lub wódki (Smith i Mitry, 2007).

W średniowiecznej Europie konsumowanym masowo alkoholem było piwo, jednak wino z racji upowszechnienia chrześcijaństwa oraz zainteresowania elit zajmowało szczególną rolę. Powszechnym widokiem były winnice nasadzone w centrach miast, często na ziemiach klasztornych lub należących do Kościoła (Unwin, 2005). Zachowały się opisy świadczące o uprawie winnic w murach miasta Bordeaux (Unwin, 2005). Badania archeobotaniczne potwierdzają, że na wzgórzu Wawelskim winorośl rosła już w X w. (Zemanek i Wasylukowa, 1996). Związek winiarstwa z miastem wydaje się najsilniejszy w kontekście budowania tożsamości wina w odniesieniu do miejsca pochodzenia i budowania tożsamości miasta w relacji do wina. Wiele win kojarzonych jest nie poprzez kontekst *terroir*, w którym powstają, ale poprzez skojarzenie ich właśnie z miastem, które staje się oznakowaniem dla wina, gdzie za przykłady posłużyć mogą Bordeaux, Jurançon, d'Espèrnay, Chablis, Mâcon, Porto, Malaga czy Tokaj. Jest to niezwykle istotny fenomen z punktu widzenia marketingu wina, gdyż produkty lokalne, takie jak wino, często dzielą wspólną reputację, opartą na zagregowanej jakości kojarzonej z określoną lokalizacją (Winfree i McCluskey, 2005, s. 206). Miejsce pochodzenia staje się kluczowym składnikiem strategii marketingowej, dając konsumentowi powód do kupna czy też akceptacji określonej ceny. Tożsamość marki wina i miasta oddziałuje zwrotnie również na lokalizację, co z kolei ma kluczowe znaczenie w kreowaniu produktu turystycznego i rozwój enoturystyki, o czym będzie jeszcze mowa.

Funkcja krajobrazowa stanowi kolejną spośród spełnianych przez miejskie winnice i winiarnie. Jest ona istotna ze względu na rekreacyjny charakter krajobrazu winnicy i realizowana przykładowo w nowozakładanych winnicach, m.in. w londyńskiej Forty Hall Vineyard, gdzie pierwsze zbiory miały miejsce w 2013 r. (12.05.2017: <https://www.fortyhallvineyard.com/>), małej, niekomercyjnej winnicy D'Augustine Vineyard w centrum Los Angeles, która stanowi nawiązanie do tradycji miejskich winnic w Los Angeles (12.05.2017: <http://www.daugustinevineyard.com/>) lub Neighborhood Vineyards Project w San Francisco (Bonné, 2015), które to winnice pełnią funkcje zbliżone do tych realizowanych przez parki miejskie. Winnice stanowiły i stanowią również tradycyjny element krajobrazu miejskiego wybranych regionów i w tym kontekście współcześnie wpisują się w strategię konserwacji krajobrazu. Wśród przykładów można wskazać prawdopodobnie najstarszą miejską winnicę – paryską Clos Montmartre (12.05.2017: http://www.montmartre-guide.com/parcs_jardins/le-clos-montmartre/), gdzie winorośl rosła jeszcze w czasach rzymskich, gdy na wzgórzu Montmartre wznosiła się świątynia ku czci Bachusa, w XII w. tradycję przejęli benedyktyni. Winnica przetrwała Rewolucję Francuską, ale na początku XX w. zniszczyła ją epidemia filoksery. Odtworzona została w latach 30. XX w. i do dziś stanowi atrakcję Paryża. Produkcja wina to zaledwie około 1500 butelek (0,5 l), z których sprzedaży całkowity zysk przekazywany jest na cele charytatywne (12.05.2017: <https://www.>

vivino.com/wine-news/clos-montmartre--the-only-wine-from-paris). Innym przykładem winnicy miejskiej, odtwarzającej kulturowy krajobraz miasta, jest krakowska Srebrna Góra, prywatne, komercyjne przedsięwzięcie³. Krakowscy Kameduli zajmowali się produkcją wina od XVII w. przez niemal 400 lat. Założenie w 2012 r. winnicy przyczyniło się więc do przywrócenia krajobrazu kulturowego okolic klasztoru na krakowskich Bielanych.

Szerokie spektrum funkcji spełniają winnice wiedeńskie, których tradycja w tym mieście sięga czasów imperium rzymskiego i kontynuowana była w okresie średniowiecza. W istocie, z handlowego punktu widzenia, to właśnie wiedeńskie wino ma największe znaczenie spośród wszystkich winnic miejskich na świecie. W obszarze granic miasta działa niemal 160 zarejestrowanych producentów wina, a winnice zajmują około 612 ha (12.05.2017: <http://www.austrianwine.com/our-wine/wine-growing-regions/wien-vienna/>), tworząc specyficzny krajobraz przestrzeni miejskiej i podmiejskiej zieleni oraz kulturę przyjemności, wspieraną przez działające przy winnicach tradycyjne Heurige, lokale, które kultywują tradycje kulinarne, serwując własne wino i proste, lokalne specjały.

Kulturowe i krajobrazowe znaczenie winnic i wina stanowi przedmiot zainteresowań ONZ, czego skutkiem jest kilkadziesiąt miejsc związanych z winiarstwem obecnych na Liście Światowego Dziedzictwa UNESCO. Wśród podmiotów listy wyodrębnić można 3 kategorie: miasta, krajobrazy kulturowe stanowiące dzieło natury i człowieka oraz dobra przyrodnicze (12.05.2017: <http://www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/swiatowe-dziedzictwo/kryteria/>), a krajobrazy winnic oraz ich relacje z miastem należą do pierwszej i drugiej kategorii. Wśród powiązanych z winem i winiarstwem lokalizacji, będących Światowym Dziedzictwem Kulturowym wymienić można m.in.: Burgundię i jej *terroir*, wzgórze i zabudowę Szampanii, krajobraz kulturowy Piemontu, winnice tarasowe Lavaux, obszar Cape Floral w RPA, na którym tradycyjnie uprawiana jest winorośl, kulturę winiarską i krajobraz wyspy Pico, krajobraz Doliny Renu, region winiarski AltoDouro, Dolinę Loary wraz z winnicami, krajobraz kulturowy Wachau, krajobraz kulturowy jeziora Nezyderskiego, na Morawach – biosferę morawskiej Palawy i obszar Lednice-Valtice i wiele innych winiarskich krain krajobrazowych. Na liście UNESCO (12.05.2017: <http://whc.unesco.org/en/list>) znalazła się również miejska winorośl oraz miasta winiarskie, takie jak przykładowo Bordeaux, w centrum którego jest kilka niewielkich ogrodów winnych, z których owoce są zbierane i winifikowane: La vigne de la Victoire i La vigne de la Béchade. Inne przykłady to historyczne centrum winiarskiego miasta Porto, miasteczko Tokaj wraz z otaczającym je krajobrazem, kraina oliwek i winorośli w okolicy palestyńskiego miasteczka Battir w obszarze południowej Jerozolimy, czy też miasteczko Cinque Terre, w których na ich krajobraz kulturowy składają się m.in. tarasowe winnice. Obecność na Liście Dziedzictwa Kulturowego oczywiście wpływa na kształt przemian miejscowości, ma także zasadnicze znaczenie dla wizerunku miasta oraz siły jego marki, oddziałuje też na rynek wina, kojarzonego z daną lokalizacją, tworząc swoistą, dodatkową, ponadregionalną apelację.

³ W roku 2015 wyprodukowano 65 000 butelek (<http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,20346049,wielkie-butelkowanie-w-srebrnej-gorze-rekord-krakowskiej-winnicy.html>).

Wśród funkcji winnic w mieście można również wskazać funkcję edukacyjną i z takim właśnie założeniem zasadzone zostały winnice uniwersyteckie, leżące w centrach lub bliskich okolicach miast: wyżej wspomniana inicjatywa z Londynu, podkrakowska winnica Garlicki Lamus lub też winnica zasadzona w centrum greckich Salonik, będąca inicjatywą Uniwersytetu Arystotelesa. W działalność winnicy zaangażowani są również mieszkańcy Salonik, co sprzyja budowaniu lokalnej wspólnoty, a sprzedaż miejskiego wina wspiera, podobnie jak w przypadku Clos Montmartre, cele charytatywne.

Winnice i winiarnie miejskie nie są wyłącznie niewielką niszą, ale rozwijają się prężnie, zwłaszcza w krajach Nowego Świata, przyczyniając się do promowania i rozwoju winiarstwa niskointerwencyjnego – naturalnego i ekologicznego. Australijska winiarnia Noisy Ritual z Melbourn (29.05.2017: <https://noisyritual.com.au/>) pracuje zgodnie z formułą: „kup najlepsze owoce i stwórz wino przy możliwie najniższym możliwym poziomie ingerencji”, jednocześnie całe przedsięwzięcie celowane jest w stworzenie i umocnienie społeczności oraz rozrywkę, gdyż w winiarni regularnie organizowane są rozmaite imprezy. Z kolei projekt ogrodu botanicznego z Adelaidy ma na celu ukazanie szerszej publiczności tradycyjnego procesu uprawy winorośli i powstawania wina, produkowanego wyłącznie z owoców, które wyhodowano w ogrodzie (<https://wineaustralia.com.au/discover-experience>). Nowy Jork, może poszczycić się wieloma winnicami i winiarniami miejskimi. Tam też powstała pierwsza winnica na dachu Brooklyn Navys Yard: Rooftop Reds (15.06.2107: <http://www.rooftopreds.com/>), która liczy sobie niemal 1400 m², a w jej powstanie poza podmiotami komercyjnymi zaangażowany był Uniwersytet Cornell. Poza aspektami edukacyjnymi i komercyjnymi, w miejscu tym poprzez imprezy, degustacje i szkolenia kształtowana jest kultura wina, a dzięki udostępnianiu również dla innych przedsięwzięć lokalnych (np. kursy jogi) budowane jest poczucie wspólnotowości i kapitał społeczny. Podobne funkcje spełnia wspomniana już Forty Hall – winnica miejska w Londynie, również zakładana z pomocą miejscowego uniwersytetu Capel Manor College, nastawiona na produkcję ekologiczną i biodynamiczną, w której praca opiera się na wysiłku wolontariuszy, a produkowane wina to przede wszystkim angielska specjalność, czyli wina musujące (15.05.2017: <http://thetaste.ie/wp/vines-and-the-city-urban-vineyards-are-a-growing-trend/>).

Przed okresem prohibicji winiarnie na obrzeżach dużych miast USA były widokiem codziennym, ze względu na zapotrzebowanie zgłaszane przez miejskich konsumentów. Współczesne winiarstwo miejskie różni się jednak od ówczesnej, konwencjonalnej produkcji. Popyt na wino miejskie płynie przede wszystkim ze strony tzw. pokolenia Millenialsów, bardziej otwartych na alternatywne rozwiązania, kontestujących produkt masowy oferowany przez wielki biznes. Koncepcja miejskiego winiarstwa, jak wskazuje przykład USA, jest ściśle związana z celami ideowymi, będąc w dużym stopniu zjawiskiem o charakterze kulturowym. Jak pisze Baiocchi (2011), winiarstwo miejskie przyjmuje trzy podstawowe modele: komercyjny, DIY (do it yourself – zrób to sam), gdzie zainteresowani klienci robią swoje własne wino pod kontrolą winiarza i formuła mieszana, w ramach której często pojawiają się również dodatkowe funkcje biznesowe – winebar’y, przestrzenie event’owe i rozmaite formy rozrywki i edukacji. Funkcje realizowane przez współczesne miejskie winiarstwo zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2. Funkcje winogrodnictwa i winiarstwa miejskiego
Table 2. Functions of urban winemaking and viticulture

Funkcje winogrodnictwa i winiarstwa miejskiego / Functions of urban winemaking and viticulture					
KULTUROWA CULTURAL	EDUKACYJNA EDUCATIONAL	KRAJOBRAZOWA LANDSCAPE	SPOŁECZNOŚ- CIOWA SOCIAL	EKONOMICZNA ECONOMIC	EKOLOGICZNA ECOLOGICAL
* powstawanie i konserwacja kultury winiarskiej creation and conservation of the wineculture	* eksperymentalna i służebna wobec instytucji nauki (np. uniwersytetów) experimental and supportive towards science institutions (eg universities)	* rekreacja * generowanie krajobrazu kulturowego generating a cultural landscape	* aspekt wspólnotowości community	* wkład w zmianę paradygmatu prymatu efektywności gospodarczej przed jakością contributing to the paradigmshift of the economic efficiency primacy before quality	* biotyczna * biotic ekologiczna gleby soilpreservation
* powstawanie i konserwacja kultury 'slow food' creation and conservation of 'slow food' culture	* konserwacja wiedzy o tradycyjnych metodach winifikacji i uprawy preservation of knowledge about traditional vinification and cultivation methods*	* konserwacja krajobrazu landscape maintenance	* wzmocnienie kapitału społecznego strengthening social capital	* wkład w odwrócenie tendencji oligopolizacji contribution to reversing the tendency of oligopolization	* klimatyczna * climatic * hydrologiczna * hydrological
			* działalność charytatywna charity	* realizacja założeń ekonomii rozwoju zrównoważonego Implementation of the assumptions of the economics of sustainable development	* pochłaniania zanieczyszczeń contamination
				* realizacja założeń 'sharing economy' Implementation of the 'sharing economy' assumptions	
				* dochód i miejsce pracy Income and workplaces	

Źródło: Opracowanie własne.*Funkcje ekologiczne⁴ za: Szumacher (2011)
 Source: Author's study

⁴ Przyjmuje się, że funkcje ekologiczne są zbliżone do tych spełnianych przez miejskie tereny zielone.

O ile funkcje: kulturowa, edukacyjna, krajobrazowa i społecznościowa są bezpośrednio dostrzegalne w omówionych powyżej przypadkach, o tyle w większości przypadków funkcja ekonomiczna wydaje się mniej jednoznaczna, a wręcz rozumieć można ją w kontekście przejawu zmian w podejściu do gospodarowania. Miejskie winnice i winiarnie prezentują podejście, w którym prymat efektywności gospodarczej zepchnięty zostaje z reguły na dalszy plan, na pierwszy zaś wysuwają się jakość produktu, zaniechanie praktyk właściwych dla produkcji masowej oraz nacisk na wymiar międzyludzki, poprzez co działalność miejskich winiarzy wpisuje się w zasady rozwoju zrównoważonego. Winiarstwo miejskie (oraz ogólnie rzecz biorąc sektor wina) nie ulega również powszechnej tendencji oligopolizacji. Procesy oligopolizacji są obecne i silne na rynku wina, gdzie wielonarodowe przedsięwzięcia biznesowe odbierają lokalny charakter wina, tworząc produkty i marki globalne oraz w kontekście dystrybucji do sektora detalicznego, gdzie supermarkety, będące oligopolistami odgrywają niezwykle istotną rolę w sprzedaży wina. Widoczne jest to głównie w krajach o niskiej własnej produkcji wina, i tak w Wielkiej Brytanii około 50%, a w Holandii aż 62% wina sprzedawane jest poprzez sieć supermarketów. Oligopol jest też istotny w krajach Ameryki Północnej, gdzie gastronomia w dużym stopniu opiera się na restauracjach sieciowych, które narzucają konkurencję oligopolistyczną. Siła dystrybutorów zmusza producentów wina do adaptacji określonego modelu produkcji, profilu produktu i cen (Stringer i Le Heron, 2008), co jest zgubne dla rozumienia wina, jako ekspresji pewnego *terroir*, warunków pogodowych danego rocznika, umiejętności i osobistego stylu winiarza. Winiarstwo miejskie kultywuje natomiast właśnie takie rozumienie produktu, stawiając na indywidualizm i oryginalny, niepowtarzalny produkt, a nisza konsumentów poszukujących takiego produktu rośnie, czego dowodzi wzrost popytu i produkcji win naturalnych w kontekście konwencjonalnych (Pink, 2015) oraz rozwój rynku rzemieślniczych produktów żywnościowych, których wytworzenie wymaga czasu i dbałości (Hartman, 2015). Co równie istotne, niewielkie miejskie przedsięwzięcia, których celem jest wino tworzone w naturalny, niskointerwencyjny sposób, gdzie już w winnicy ogranicza się stosowanie sztucznych nawozów i środków ochrony roślin, jednocześnie w produkcję zaangażowana jest lokalna społeczność, doskonale wpisują się w model silnie zrównoważonego rozwoju.

Komercyjny potencjał winiarstwa miejskiego

Biorąc pod uwagę wielość funkcji oraz dynamikę aktualnego trendu, można oczekiwać, że winiarstwo i winogrodnictwo miejskie będą się rozwijać. Poza bezpośrednimi omówionymi już funkcjami społecznymi i gospodarczymi, miejskie winiarstwo generuje również potencjał powiązań pomiędzy turystyką, kulturą, historią i stylem życia. Turystyka winiarska wpisuje się w szersze pojęcia, jakimi są turystyka kulinarna, kulturowa, czy też ekoturystyka (o ile wino jest produktem ekologicznym), tworząc znaczący potencjał komercyjny dla miast winiarskich. W 2016 r. podczas otwarcia pierwszej globalnej konferencji na temat turystyki winiarskiej (1 Global Conference on Wine Tourism), sekretarz generalny UNWTO (Międzynarodowa

Organizacja Turystyczna) stwierdził, że „turystyka winiarska jest ściśle związana z tożsamością miejsca – celu podróży i zawiera w sobie kulturowe, gospodarcze i historyczne wartości. Co więcej, stanowi wiodący czynnik w strategii dywersyfikacji, pomaga wzbogacić ofertę turystyczną poszczególnych destynacji i przyciąga zróżnicowaną publiczność” (18.08.2017: <http://www.financialsamachar.com/wine-tourism-a-growing-tourism-segment/>). Ta wzbogacona oferta przekłada się z kolei na monetyzację usług z zakresu turystyki winiarskiej. Przychody z turystyki winiarskiej w samych Włoszech wynoszą około 2,5 mld euro (16.08.2017: <https://www.italylogue.com/italian-news/wine-tourism-in-italy-growing-in-popularity.html>), w Hiszpanii w 2015 r. było to 49 mln euro, a wielkość świadczy o 15,2% wzroście przychodów z turystyki winiarskiej (16.08.2017: <http://www.tourism-review.com/wine-tourism-in-spain-steadily-growing-news5000>), w USA w 2013 r. było to zaś aż 20 miliardów dolarów (Mintel Group Ltd., 2017, s. 22). W raporcie Mintel Group Ltd. na temat turystyki winiarskiej szacuje się, że w USA w 2014 r. aż 15 milionów amerykańskich enoturystów korzystało z usługi turystyki winiarskiej. W Argentynie było ich około 1,5 miliona, w Hiszpanii 2,1 miliona, we Włoszech 4–6 milionów, zaś w Niemczech i Nowej Zelandii około 1 miliona. Jest to jednak zaledwie 7 krajów, a przytaczane dane nie są pełne (Mintel Group Ltd., 2017).

Wino i winiarstwo stanowią również element turystyki kulinarnej, która uznawana jest za jedno z siedmiu zjawisk, stanowiących siłę napędową dla branży turystycznej w 2017 r. (24.08.2017: <https://www.trekksoft.com/en/blog/7-travel-trends-for-2017-that-will-drive-the-global-tourism-industry>). Mimo że świat szybko się otwiera, ludzie poszukują doświadczeń bazujących na lokalnej tożsamości i kulturze (UNWTO, 2012 (1), 28.08.2017: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf>, s. 10), a branża gastronomiczno-kulinarna, podobnie jak winiarska, stała się strategicznym elementem definiowania marki i wizerunku turystycznych destynacji (UNWTO, 2012 (1)). Z badań przeprowadzonych przez Quan i Wang (2004), wynika, że już na początku tego wieku, przeciętny turysta wydawał na produkty żywnościowe 33% swojego budżetu, a według raportu Światowej Organizacji Turystycznej, doświadczenia gastronomiczne w opinii 88,2% respondentów stanowią strategiczny element definiowania marki i wizerunku destynacji turystycznej (UNWTO, 2012 (2), 12.04.2017: <http://www2.unwto.org/en/2/12/2013>). Oznacza to, że turystyka kulinarna stanowi realnie i potencjalnie istotne źródło przychodów, co zapewne nie zmieni się w najbliższych latach. Ten typ turystyki rozwija się dzięki obecnym trendom w konsumpcji: konsumenci wydają więcej pieniędzy na zakup produktów i usług, które zaspokajają ich aspiracje, niż na te, które spełniają funkcje; zmiany demograficzne związane ze starzejącym się społeczeństwem i zmianą stylu życia tworzą nowe rynki dla sektora żywności. Odrzucenie macdonaldyzacji w konsumpcji, niechęć do masowych, nieciekawych produktów i pojawienie się przeciwnego trendu, związanego z poszukiwaniem indywidualizmu i lokalności w żywności; rozwój segmentu multikulturowych konsumentów i wreszcie moda na jedzenie i alkohol, która weszła do popkultury, wspierana obecnością w mediach kucharzy-celebrytów, wydawnictwami, programami i dedykowanymi kanałami telewizyjnymi oraz produkcjami filmowymi i literaturą (Barcelona Field Studies Centre (2012), 28.08.2017: <http://geographyfieldwork.com/FoodTourism.htm>). Wobec

powyższego, potencjał miejskiego winiarstwa może być uznany za istotną wartość dodaną w kontekście turystycznej mapy świata.

Wnioski

Winnice i winiarstwo miejskie nie mają z pewnością znaczenia strategicznego z punktu widzenia gospodarki żywnościowej, spełniają jednak szereg funkcji o charakterze społeczno-kulturowym. Działalność winiarska w mieście tworzy specyficzny krajobraz kulturowy, który w regionach winiarskich związany jest z wizerunkiem i tożsamością miejsca. W regionach, w których winiarstwo dopiero się rozwija przyczynia się do ewolucji istniejącego krajobrazu, tworząc przy tym unikatową estetykę miejsca. W obu przypadkach miejskie winnice i winiarnie przyczyniają się do kształtowania marki miejsca. Wino tworzy platformę rozwoju kapitału społecznego, gdyż jak wskazuje praktyka, często tego typu działalność w mieście wiąże się z kontekstami współpracy społecznej, angażowania rozmaitych odmiennych grup społecznych, działalności charytatywnej oraz edukacyjnej. Przyczynia się również do rozwoju gospodarczego zarówno w sposób bezpośredni, jak w przypadku winnic wiedeńskich, jak i pośredni, będąc częścią produktu turystycznego, jakim są miasta i regiony specjalizujące się w produkcji lokalnych produktów żywnościowych. Wreszcie miejskie winiarstwo jest swoistym przykładem przemiany w rozumieniu celów gospodarowania wyłącznie w kontekście zysku i przyczynia się do upowszechniania modelu uwzględniającego również aspekty społeczne i środowiskowe.

Bibliografia

- Baiocchi, T. (2011). *America's Urban Winery Revival: What Does It Mean?* *Eater*. Pobrane z: <https://www.eater.com/2011/3/1/6694779/americas-urban-winery-revival-what-does-it-mean>.
- Bonné, J. (2015). *Wine Country in The City: Making Pinot Noir in heart of S.F.* *San Francisco Chronicle*. Pobrane z: <http://www.sfchronicle.com/wine/article/Making-Pinot-Noir-in-the-heart-of-San-Francisco-6415006.php>.
- Cockrall-King, J. (2012). *Food and the City: Urban Agriculture and the New Revolution*. Alberta, Canada: Prometheus Books, Edmonton, Alberta, Canada.
- Epic of Gilgamesh* (1960). Penguin Classic, Penguin Books, UK.
- Hartman, L.R. (2015). Artisanal Foods Increase in Popularity. *Food Processing*. Pobrane z: <http://www.foodprocessing.com/articles/2015/artisanal-foods-increase-in-popularity/?show=all>.
- Jacobs, J. (1970). *The Economy of the Cities*. New York, Toronto: Vintage Books Edition, Random House.
- Lorens, P., Martyniuk-Pęczek, J. (2010). *Zarządzanie rozwojem przestrzennym miast*. Gdańsk: Wydawnictwo Urbanista.
- Pink, M. (2015). The Sustainable Wine Market in Europe – Introduction to a Market Trend and its Issues. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 14(2), 131–142.
- Quan, S., Wang, N. (2004). Toward a structural model of the tourist experience: an illustration from food experience in tourism. *Tourism Management*, 25, 297–305.
- Smith, D.E., Mitry, D.J. (2007). Cultural Convergence: Consumer Behavioral Changes in the European Wine Market. *Journal of Wine Research*, 18, 2, 107–112.

- Sroka, W., Musiał, W. (2016). Rolnictwo i gospodarstwa rolne na obszarach miejskich i podmiejskich – konceptualizacja oraz przesłanki rozwoju. *Folia Pomer. Univ. Technol. Stetin. Oeconomica*, 329(84)3, 123–134.
- Stringer, Ch., Le Heron, R. (red.) (2008). *Agri-Food Commodity Chains and Globalising Networks*. Burlington: ASHGATE.
- Zsumacher, I. (2011). Funkcje terenów zieleni miejskiej a świadczenia ekosystemów. *Prace i Studia Geograficzne*, 46, 169–176.
- Unwin, T. (2005). *Wine and the Vine*. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- UNWTO (The World Tourism Organization). (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid. Pobrane z: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf>.
- UNWTO. (2012). *Why Tourism?* Pobrane z: <http://www2.unwto.org/en/2/12/2013>.
- Winfree, J.A., McCluskey, J.J. (2005). Collective Reputation and Quality. *American Journal of Agriculture Economics*, 87, 206–213.
- Zemanek, A., Wasylikowa, K. (1996). Historia botaniki i archeobotanika w poszukiwaniu danych o użytkowaniu roślin w średniowiecznym Krakowie. *Analecta. Studia i Materiały z Dziejów Nauki*, 5(1), 123–138.

Źródła internetowe

- Austrian wine. Pobrane z: <http://www.austrianwine.com/our-wine/wine-growing-regions/wien-vienna>.
- Barcelona field studies center (2012). *Food or Gastronomic Tourism and Rural Development*. Pobrane z: <http://geographyfieldwork.com/FoodTourism.htm>.
- Cost – Action Urban Agriculture Europe. Retrieved from: <http://www.urbanagricultureeurope.la.rwth-aachen.de/online-atlas.html>.
- D’augustine vineyard. Pobrane z: <http://www.daugustinevineyard.com>.
- Elektroniczny Magazyn Rolniczy. Pobrane z: <http://rme.cbr.net.pl>.
- Financialsamachar, *Winetourism – A Growing Tourism Segment*. Pobrane z: <http://www.financialsamachar.com/wine-tourism-a-growing-tourism-segment>.
- Forty Hall Vineyard. Pobrane z: <https://www.fortyhallvineyard.com>.
- Kwiatuchi. Pobrane z: http://kwiatuchi.org/kwiatuchi_nowa/.
- Mintel Group Ltd. (2017). *Wine Tourism*. Pobrane z: <https://www.aaa.org/wp-content/uploads/2017/04/Global-Mintel-Wine-tourism-2017-03.pdf>.
- Nasze Winnice. Pobrane z: <http://www.naszewinnice.pl>.
- National Wine Center of Australia. Pobrane z: <https://wineaustralia.com.au/discover-experience>.
- Noisy Ritual. Pobrane z: <https://noisyritual.com.au>.
- Official Tourism Office of Montmartre. Pobrane z: http://www.montmartre-guide.com/parcs_jardins/le-clos-montmartre.
- Rooftop Reds. Pobrane z: <http://www.rooftopreds.com>.
- The Taste. Pobrane z: <http://thetaste.ie/wp/vines-and-the-city-urban-vineyards-are-a-growing-trend>.
- Trekk Soft, *7 travel trends that will drive the global tourism in 2017*. Pobrane z: <https://www.trekksoft.com/en/blog/7-travel-trends-for-2017-that-will-drive-the-global-tourism-industry>.
- Unesco. Pobrane z: <http://whc.unesco.org/en/list>.
- Vivino. Pobrane z: <https://www.vivino.com/wine-news/clos-montmartre--the-only-wine-from-paris>.
- Wealth Solutions, International wine and spirit research. Pobrane z: https://wealth.pl/gfx/wealth/files/raport_rynek_wina_w_polsce.pdf.

Why go, Italy, *Wine Tourism in Italy Growing in Popularity*. Pobrane z: <https://www.italylogue.com/italian-news/wine-tourism-in-italy-growing-in-popularity.html>.

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 22.10.2018

Do cytowania – For citation:

Pink, M., Kokoszka, K. (2018). Winiarstwo i winogrodnictwo miejskie – funkcje i potencjał zjawiska [Winemaking and urbanwineyards – functions and potential of the phenomenon]. *Problemy Drobnych Gospodarstw Rolnych – Problems of Small Agricultural Holdings*, 3, 65–77. doi: <http://dx.doi.org/10.15576/PDGR/2018.3.65>