

ARHITECTURA VINICOLĂ CA ELEMENT AL IDENTITĂȚII CULTURALE: IMPACTUL REVITALIZĂRII VINĂRIILOR ASUPRA COMUNITĂȚILOR LOCALE ȘI A TURISMULUI CULTURAL

Mariana RUSU

*Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Urbanism și Arhitectură,
Departamentul Arhitectură, grupa ARH- 181, Chișinău, Republica Moldova*

Autor-corespondent: Mariana Rusu, mariana.rusu@arh.utm.md

Îndrumătorul/Coordonator științific **Tatiana FILIPSKI**, dr., lect. univ. UTM
Îndrumătorul/Coordonator științific **Otilia RUDIC**, lect. univ., UTM

Rezumat. *Articolul dat este dedicat studiului arhitecturii și se concentrează pe impactul revitalizării vinăriilor asupra comunităților locale și a turismului cultural. Se relatează despre importanța turismului viticol în Republica Moldova și despre cele mai vizitate vinării din această țară. Se mai vorbește despre faptul că turismul viticol constituie un aspect esențial în cadrul economiei regionale, având un efect semnificativ asupra evoluției și promovării culturii locale. Această formă de turism tematic are un rol important în generarea de venituri pentru producătorii de vin și regiunile viticole, susținând în același timp sectoarele conexe precum ospitalitatea și serviciile de transport. De asemenea, se menționează că turismul viticol este o industrie profitabilă la nivel global și că vinăriile din Moldova reprezintă locul ideal pentru degustarea celor mai bune vinuri moldovenești și pentru a cunoaște cultura și stilul de viață local. Iar revitalizarea vinăriilor istorice și promovarea patrimoniului cultural reprezintă aspecte deosebit de importante în încurajarea turismului cultural.*

Cuvinte cheie: *arhitectura, cultură, revitalizare, vinărie, istorie, restaurare.*

Introducere

Enoturismul, sau turismul viticol, constituie un segment vital în cadrul economiei regionale, având un impact semnificativ asupra dezvoltării și promovării culturii locale. Această formă de turism tematic contribuie la generarea de venituri substanțiale pentru producătorii de vin și regiunile viticole, oferind în același timp un impuls semnificativ pentru sectoarele conexe, precum ospitalitatea și serviciile de transport. Conexiunea dintre cultura viței-de-vie, vin și om, cu rădăcini adânci în istorie, a dat permanent satisfacția generațiilor de a releva și dezlega semnificația acesteia. Pe baza acestei conexiuni s-a dezvoltat turismul desfășurat pe baza viticulturii, turism viti-vinicol sau enoturism [1]. Revitalizarea vinăriilor și promovarea patrimoniului cultural construit în localitățile istorice sunt aspecte deosebit de importante în contextul actual. Acest articol explorează importanța arhitecturii viticole, impactul revitalizării vinăriilor și resursele enoturistice, evidențiind rolul pe care-l joacă acestea în promovarea culturii și a tradițiilor locale, precum și în dezvoltarea economică a regiunilor viticole.

Arhitectura vinicolă nu este doar o expresie a esteticii, ci și o reflectare a tradițiilor și a tehnologiilor specifice unei regiuni viticole. Revitalizarea vinăriilor istorice și integrarea acestora în circuitele turistice reprezintă o oportunitate de a păstra și promova identitatea culturală a unei comunități, precum și de a valorifica resursele locale în scopuri economice și sociale. Prin intermediul arhitecturii viticole, se poate crea un cadru propice pentru dezvoltarea turismului cultural, oferind vizitatorilor posibilitatea de a descoperi istoria, tradițiile și tehnologiile specifice producției de vin [1].

În continuare, articolul va explora diverse exemple de arhitectură vinicolă din Republica Moldova și impactul pe care acestea îl au asupra comunităților locale și a turismului cultural. De asemenea, se vor evidenția bune practici în revitalizarea vinăriilor istorice și gestionarea patrimoniului cultural construit, oferindu-se astfel o perspectivă cuprinzătoare asupra subiectului.

Importanța turismului viticol

Turismul viticol a devenit un element esențial în economia multor regiuni, contribuind semnificativ la promovarea și susținerea culturii și stilului de viață locale. Acest segment al turismului oferă o gamă largă de beneficii, atât pentru producătorii de vin, cât și pentru comunitățile înconjurătoare. Iată câteva dintre cele mai importante aspecte ale importanței turismului viticol:

1. Diversificarea veniturilor: Vinăriile pot diversifica sursele de venit prin oferirea de tururi, degustări și evenimente, contribuind astfel la stabilitatea economică a întreprinderilor și regiunilor.
2. Creșterea ocupării forței de muncă: Turismul viticol generează locuri de muncă nu doar în sectorul viticol, ci și în domenii conexe, precum ospitalitatea, restaurantele și transportul.
3. Valorificarea patrimoniului cultural: Turismul viticol promovează tradițiile și istoria locală legată de producția de vin, oferind vizitatorilor o înțelegere asemănătoare cu aceea a comunității locale.
4. Experițe Autentice: Vizitatorii au ocazia să experimenteze stilul de viață local și să cunoască tradițiile viticole, care sunt adesea strâns legate de istoria și cultura zonei. Vinurile sunt caracterizate prin originalitate și autenticitate, atât datorită respectării unor tradiții strămoșești, dar și prin utilizarea metodelor moderne de viticultură și vinificație [2].
5. Dezvoltarea infrastructurii locale: Creșterea turismului viticol poate duce la îmbunătățirea infrastructurii locale, beneficiind atât turiștilor, cât și locuitorilor.
6. Conservarea peisajelor: Vinăriile și podgoriile contribuie la conservarea peisajelor rurale și la promovarea turismului durabil.
7. Educația consumatorilor: Vizitatorii învață despre procesul de producție a vinului, de la cultivarea strugurilor până la procesul de vinificare, crescând astfel aprecierea pentru calitate și munca depusă.
8. Promovarea vinurilor locale: Turismul viticol încurajează descoperirea și aprecierea vinurilor locale, contribuind la creșterea popularității și aprecierii vinurilor regionale.
9. Promovarea practicilor durabile: Multe vinării, care atrag turiști, adoptă practici ecologice și durabile, evidențiind importanța conservării mediului [2].

Importanța revitalizării vinăriilor

Revitalizarea vinăriilor reprezintă un proces vital care aduce beneficii multiple atât pentru producătorii de vin, cât și pentru comunitățile locale. Această acțiune implică nu doar modernizarea instalațiilor și a tehnicilor de producție, dar și implementarea de strategii inovatoare pentru turism și marketing. Impactul acestor inițiative se reflectă în creșterea economică, promovarea culturii și îmbunătățirea calității vieții în comunități. În timp, conversia a cunoscut o dezvoltare amplă care a implicat obiecte sau întregi zone urbane ale arhitecturii industriale, căpătând astfel dimensiunea unui program arhitectural distinct și foarte complex, care în ultimele decenii a fost marcat de realizări de o calitate excepțională [3]. Despre integrarea în sit a vinăriilor moderne putem vorbi la propriu – acestea fiind adâncite în relief din motivul de a utiliza spațiile subterane pentru depozitare, dar și din punct de vedere a unei reușite soluționări de inserție în peisaj. Construcția, inspirată din relieful peisajului natural în ceea ce privește forma, are acoperire(terasa) volumului – „a cincea fațadă” a arhitecturii – determinată de o arhitectură peisagistică cu zone verzi, plantații de viță-de-vie și trasee [4].

Obiectul arhitectural, considerat ca mesaj supus unui proces de codificare de către arhitect, definit de un sistem de comunicare produs de o anumită societate într-un anumit context istoric, reprezintă un sistem semnificativ [5]. În prezent, când arhitectura complexului vitivinicol își trăiește deja propria mutație și propriul apogeu, fapt stabilit prin apariția unui număr impunător de vinării cu o estetică „seducătoare”, apare problema eredității arhitecturale. Revitalizarea vinăriilor ar aduce mai multe beneficii ca:

Creșterea economică: Stimularea economiei locale prin atragerea investițiilor iar modernizarea vinăriilor poate atrage investiții importante în regiune, inclusiv în infrastructură și servicii turistice. La fel și creșterea vânzărilor locale, iar vinăriile revitalizate pot genera o creștere semnificativă a vânzărilor de vin și de produse locale, cum ar fi alimente și suveniruri. O altă metoda ar fi promovarea produselor regionale, care pot stimula economia locală prin vânzarea directă și parteneriatele cu comercianții locali.

Putem de asemenea analiza diferite țări care folosesc turismul vinicol în favoarea creșterii economice ca: Alsacia (17%), Champagne (12%), Languedoc-Roussillon (8%), Valea Ronului (6%), Valea Loarei (5%), Provence (3%) s.a. Franța continuă să atragă turiști din întreaga lume, cu un bogat patrimoniu cultural, inclusiv prin facilitățile de vinificație și enoturismului. Ea, ocupă locul patru după numărul obiectelor culturale moștenite; locul cinci – după numărul expozițiilor, iarmaroacelor internaționale organizate. Conform estimărilor experților francezi din cei 30 mld decalitre de vin produs în regiunea Provence, 10 milioane de decalitre sunt procurate de turiști [6].

Crearea locurilor de muncă: Diversificarea oportunităților de angajare prin revitalizarea vinăriilor pot crea locuri de muncă variate, de la viticultură și enologie până la marketing și managementul evenimentelor. La fel și formarea și dezvoltarea profesională prin programele de formare asociate cu revitalizarea vinăriilor, care pot îmbunătăți competențele lucrătorilor, măbind astfel potențialul lor de muncă.

Promovarea culturii și patrimoniului: O metodă ar fi valorificarea patrimoniului cultural prin crearea muzeelor și expozițiilor dedicate istoriei viticulturii locale. În această ordine de idei, o altă metodă ar fi organizarea evenimentelor culturale, cum ar fi festivaluri de vin și târguri tradiționale, care la rândul lor contribuie la păstrarea și promovarea culturii locale [7].

Educație și sensibilizare: Vinăriile pot colabora cu instituțiile educaționale locale pentru a oferi programe interactive și educative pentru elevi, la fel se pot organiza workshop-uri și seminare pe teme legate de viticultură, istoria vinului, degustare de vinuri, arhitectură și patrimoniu.

Extinderea activităților: O metoda buna ar fi dezvoltarea activităților recreative, cum ar fi trasee de ciclism sau drumeții prin vii, la fel și amenajarea de spații pentru organizarea evenimentelor private și corporative, cum ar fi nunțile sau conferințele.

Respectiv, o altă idee ar fi pachetele turistice integrate, care includ vizite la vinării, degustări și cazare, tururi tematice, cum ar fi tururi culinare sau tururi istorice ale vinăriilor.

Automatizare și eficiență: Utilizarea tehnologiilor avansate pentru automatizarea procesului de vinificație, măbind eficiența și calitatea.

Marketing digital: Implementarea strategiilor de marketing digital pentru a ajunge la un public mai larg și a promova experiența vinăriei online [8].

Conservarea și regenerarea: Restaurarea clădirilor istorice prin conservarea Patrimoniului Arhitectural și adaptarea lor pentru utilizări moderne, fără a compromite valoarea lor istorică și culturală. La fel și promovarea turismului cultural prin utilizarea clădirilor istorice ca atracții turistice, punând în valoare istoria și arhitectura unică a regiunii [9].

Concluzii

În urma efectuării studiului asupra articolului, a fost evidențiată importanța turismului viticol în economia multor regiuni, subliniind diverse beneficii precum diversificarea veniturilor, creșterea ocupării forței de muncă, valorificarea patrimoniului cultural, experiențe autentice, dezvoltarea infrastructurii locale, conservarea peisajelor, educația consumatorilor, promovarea vinurilor locale și practicilor durabile.

În baza celor expuse mai sus, putem sublinia importanța revitalizării vinăriilor, evidențind impactul acesteia asupra creșterii economice, creării locurilor de muncă, promovării culturii și patrimoniului, educației și sensibilizării, extinderii activităților, automatizării și eficienței, marketingului digital, conservării și regenerării. De asemenea, se discută despre arhitectura vinicolă în Republica Moldova, evidențindu-se importanța acesteia în promovarea turismului cultural.

Referințe:

- [1] Charters, Stephen, and Menival. *Wine Tourism in Champagne*. Journal of Travel & Tourism Marketing, vol. 28, no. 3, 2011, pp. 176-190.
- [2] A. Trifan, *Galeriile subterane ale complexurilor vitivinicole din Republica Moldova*. Valențe arhitecturale și artistice. În: Arta. Seria Arte vizuale: Arte plastice, arhitectură, Chișinău, 2017, vol. XXVI, nr. 1, p. 126-133.3.
- [3] I. Darii, "Sursele problemelor ale managementului vinăriei ca destinației turistice și conceptul de soluții bazat pe standarde internaționale." Meridian Ingineresc, Universitatea Tehnică a Moldovei, 2011.
- [4] M. Grigorovschi, A. Grigorovschi, *Peisaj urban – edificii semnal*. În: Urbanism. Arhitectură. Construcții, 2007, vol. 1, nr. 1, p. 29-30.
- [5] I. Soare, *Turism: tipologii și destinații*. Târgoviște: Ed. Transversal, 2007. 452 p. ISBN 978-973-7798-56-5.
- [6] P. Mourgka, *Influența peisajului în concepția de arhitectură*. Autoreferatul tezei de dr. în arhitectură. București, 2012. 11 p
- [7] Восточно-европейская ассоциация сомелье и экспертов. Энотуризм: европейское виноделие. 2011, 28 марта [accesat pe 02.12.2023].
- [8] R. Andrei, *Argumente pentru conversia clădirilor industriale*. În: Arhitectura, 2013, nr. 4, p. 130-133.
- [9] О. Петрусенко, *Молодая лоза винного туризма: Перспективы развития в Украине*. В: Мир Продуктов. 2013, июнь, сс. 48-49
- [10] A. Trifan, (2019) *Contextul istoric și aspectele specifice ale arhitecturii întreprinderilor vitivinicole din Republica Moldova*. Institutul de Patrimoniu Cultural 1:135-139.