

Rola architektury w rozwoju enoturystyki

Role of architecture in the development of enotourism

Streszczenie

Enoturystyka to jedna z najszybciej rozwijających gałęzi turystyki w ostatnich latach. Ważnym aspektem turystyki winiarskiej jest fakt, że branża ta nastawiona jest na świadomego odbiorcę, dlatego istotne jest, aby ośrodki winiarskie miały odpowiednio przygotowane zaplecze i funkcjonalność umożliwiające turystom zgłębianie wiedzy i możliwość obserwacji produkcji wina na każdym jej etapie. Celem artykułu jest wskazanie ścisłej zależności między przebiegiem procesu projektowego i jakością architektury winnicy a rozwojem turystyki winiarskiej.

Abstract

Enotourism is one of the fastest growing branches of tourism in recent years. An important aspect of wine tourism is that the industry is geared towards a conscious consumer, so it is important that wine centers have adequate facilities and functionality to enable tourists to explore the knowledge and ability to observe wine production at every stage. The aim of the article is to indicate the close relationship between the course of the design process and the quality of the vineyard architecture and the development of wine tourism.

Słowa kluczowe: enoturystyka, turystyka winiarska, rozwój turystyki, winnica, architektura

Keywords: enotourism, wine tourism, tourism development, vineyard, architecture

1. Wstęp

Enoturystyka (z greckiego *oinos* – wino) to jedna z gałęzi turystyki związana z podróżowaniem do miejsc związanych z produkcją wina (winnic, przetwórni, a także całych gospodarstw winiarskich) oraz z organizacją różnorodnych wydarzeń o takim profilu: święta winiarskie, prezentacje i degustacje win, winobrania. Ważnym aspektem turystyki winiarskiej jest fakt, że branża ta nastawiona jest na świadomego odbiorcę, który docenia walory kulturowe i edukacyjne takiego wyjazdu lub imprezy. Oferty kierowane są do osób, które zainteresowane są winem, jego historią, procesem produkcji, a nie tylko jego konsumpcją [1], [2]. Dlatego ważne jest, aby ośrodki winiarskie miały odpowiednio przygotowane zaplecze i funkcjonalność umożliwiające turystom zgłębianie wiedzy i możliwość obserwacji procesu produkcji wina od sadzenia winorośli aż po odkorkowania butelki.

2. Enoturystyka

2.1. Profil enoturysty

Aby dobrze zaprojektować ośrodek turystyczny i przygotować odpowiednią ofertę, należy poznać profil odbiorcy oraz jego motywacje do podróżowania. Na podstawie badań prowadzonych w kilku krajach określono, że statystyczny enoturysta

1. Introduction

Enotourism (Greek: *oinos* – wine) is one of branches of tourism connected with travelling to places related to the wine production (vineyards, processing plants, as well as entire wineries) and with the organisation of all sorts of events of such a profile: wine festivals, wine presentations and tastings, grape harvests. An important aspect of wine tourism is the fact that this industry is addressed to an informed customer, who appreciates cultural and educational values of such trips or events. Offers are directed to persons who are interested in wine, its history, its production process, and not merely in its consumption [1, 2]. Therefore, it is important for wineries to administer properly prepared facilities and functionalities, allowing tourists to fathom relevant knowledge and offering them an opportunity to observe the wine production process, from planting vine to opening a bottle of wine.

2. Enotourism

2.1. Enotourist's Profile

So as to design a tourist centre well and to prepare an appropriate offer, it is necessary to get to know the profile of the recipients and their travelling motives. On the basis of research carried out in

sta, to osoba o wyższych niż przeciętne dochodach, pracująca na stanowisku wymagającym wysokich kwalifikacji, a co za tym idzie, w wieku ponad 25 lat, zwykle w przedziale 35–45 lat. Podróżują najczęściej pary lub samotni mężczyźni, a wyjazdy mają zazwyczaj charakter krótkich wypadów weekendowych lub dłuższych wakacji, podczas których odwiedzają kilka miejsc. Enoturyści zatrzymują się głównie w hotelach lub pensjonatach o dobrym standardzie, a oprócz głównej atrakcji czyli samej winnicy interesuje ich także lokalna kuchnia oraz kultura regionu. Główną motywacją do turystyki winiarskiej jest chęć poznania nowych win, możliwość ich degustacji i zakupu bezpośrednio u źródła, a także odkrywanie lokalnych tradycji i wypoczynek w otoczeniu unikalnego dla winnic krajobrazu. Niewątpliwą zaletą enoturystyki jest to, że sezon zaczyna się już wczesną wiosną, a kończy późną jesienią, co daje właścicielom winnic całoroczny równomierny dochód [3].

Pod względem ekonomicznym, ważnym aspektem rozwoju turystyki winiarskiej jest rozwój sprzedaży bezpośredniej. Według statystyk nawet 75% osób odwiedzających winnicę kupuje na miejscu co najmniej jedną butelkę wina lub innych lokalnych produktów z nim związanych, a około 15% osób dokonuje takiego zakupu ponownie przy kolejnej wizycie lub korzystając ze sprzedaży wysyłkowej. Koszt butelki w sprzedaży detalicznej u producenta nie różni się od kosztu tej samej butelki w sklepie czy markecie, lecz w pierwszym przypadku producent może zarobić nawet dwukrotnie więcej, omijając marże dla pośredników oraz inne wydatki związane z dystrybucją [3]. Oprócz wysokiej jakości i różnorodności dostępnych produktów oraz atrakcyjnego położenia ośrodka wymagający klient, a takimi są enoturyści, zwraca także uwagę na inne aspekty jakimi są estetyka gospodarstwa, dobre warunki sanitarne, a także jakość architektury podkreślającej dziedzictwo kulturowe regionu oraz niepowtarzalny klimat miejsca tworzony przez wystrój, oświetlenie, muzykę i zapach [4].

2.2. Historia i rozwój enoturystyki na świecie

Enoturystyka to relatywnie nowa gałąź turystyki. Podczas gdy inne formy wypoczynku, jak wyjazdy na plażę, do spa czy w góry towarzyszą nam od ponad stu lat, enoturystyka rozwinęła się dopiero w latach 70. XX wieku w Stanach Zjednoczonych. Faktem jest, że już wcześniej europejskie winnice przyjmowały gości, lecz celem wizyty był jedynie zakup wina bez powiązania ze zwiedzaniem samej winnicy, regionu i poznawania tajników produkcji.

Pierwotnym modelem były działania podjęte w 1975 roku w Napa Valley w Kalifornii. Założono tam stowarzyszenie zrzeszające lokalnych producentów wina, które miało na celu promocję wina i miejsc, gdzie jest ono wytwarzane jako atrakcji turystycznych poprzez organizowanie degustacji i spotkań o charakterze kulturowo – edukacyjnym. Wina kalifornijskie postrzegano wówczas jako gorszej jakości niż europejskie, zatem wymagało to ciężkiej pracy, aby zachęcić ludzi do kupna. Zmieniło się to w roku 1976, gdy podczas Degustacji Paryskiej¹ wyroby z Napa Valley zdeklasowały rywali. [2]

Schemat działań amerykańskich winiarzy zaczął przenosić się na kolejne grunty i, w różnym stopniu, w zależności od lokal-

several countries, it has been concluded that a statistical enotourist is a person with income higher than average, working on a position requiring high qualifications, and consequently aged >25, usually between 35 and 45 years of age. Couples or single men travel for this purpose, and their trips are usually short weekend getaways or longer holidays, during which they visit several locations. Enotourists stay mainly in hotels or residences of good standards, and besides the main attraction, which is the winery itself, they are also interested in the local cuisine and the culture of the region. The main motivation of wine tourism is the willingness to get to know new wines, the opportunity to taste and purchase them right at their source, as well as to discover local traditions and to take a rest surrounded by the unique vineyard landscape. An unquestionable advantage of enotourism is the fact that the season begins already in early spring, and ends in late autumn, which provides winery owners with all-year-long uniform income [3].

In economic terms, an important aspect of the development of wine tourism is the development of direct sales. According to statistics, even 75% of people visiting a winery purchase at least one bottle of wine or other related local products there, and ca. 15% make such purchases again during their next visit or via mail orders. The cost of a bottle in retail sales straight from the manufacturer does not differ from the cost of the same bottle in a store or supermarket, but in the first case the manufacturer can earn even twice as much, avoiding margins for distributors and other relevant expenditures [3]. Besides top quality and diversity of available products and an attractive location of wineries, demanding customers, and enotourists certainly are such customers, pay attention to other aspects, such as the aesthetics of the winery, good sanitary conditions, but also the quality of architecture, highlighting the cultural heritage of the region, and the unique climate of the place created by the interior design, illumination, music, and fragrance [4].

2.2. History and Development of Enotourism in the World

Enotourism is a relatively new branch of tourism. Whilst other forms of holiday, such as trips to beaches, to spas, or to the mountains, have accompanied us for more than a hundred years, enotourism developed as late as in the 1970s in the United States. It is true that European wineries had received visitors before that, but the purpose of such visits was solely the purchase of wine, without touring the vineyard and the region and without learning the secrets of wine production. The initial model were actions undertaken in 1975 in Napa Valley, California. An organisation associating local wine producers was established there. Its goal was to promote wine and places where it is produced as tourist attractions by organising wine tasting events and cultural – educational meetings. At the time, Californian wines were regarded as inferior to European ones, so it required a lot of hard work to encourage people to purchase them. It changed in 1976, when during the Paris Wine Tasting¹ products from Napa Valley outclassed their rivals. [2]

nego klimatu i uwarunkowań, enoturystyka zaczęła rozwijać się na całym świecie, a przodują w tym kraje takie jak Francja, Włochy, Hiszpania, Stany Zjednoczone i Argentyna.

Ze względu na położenie geograficzne oraz historię turystyki winiarska mocno rozwija się w Europie, a najlepiej rozpo- wszechniona jest w krajach o bogatej tradycji związanej z produkcją wina – Hiszpanii, Francji, Włoszech. Duży udział mają także Niemcy, Austria, Czechy, Węgry. Ważnymi regionami turystyki winnej są tą także kraje Europy południowo-wschodniej – Grecja, Bułgaria, Macedonia, a na szczególną uwagę zasługuje Mołdawia, gdzie główną atrakcją turystyczną są właśnie wina [1].

Poza Stanami Zjednoczonymi i Europą, enoturystyka rozwinęła się także w RPA, Nowej Zelandii i Australii. Bardzo mocno wpływa to na rozwój małych przedsiębiorstw winiarskich i, na przykład, w Nowej Zelandii już 25% krajowej produkcji wina sprzedawana jest bezpośrednio [1].

2.3. Enoturystyka w Polsce – szanse, potencjał turystyczny

W Polsce, biorąc jako kryterium warunki klimatyczne, można wyróżnić 3 główne regiony uprawy winorośli, a co za tym idzie – rozwoju enoturystyki. Pierwszy z nich to zachodnia i południowo-zachodnia część kraju, gdzie rzadko występują temperatury poniżej -20°C ze względu na silny wpływ klimatu morskiego – daje to możliwość uprawiania winorośli właściwej. Drugi region to południowa i południowo-wschodnia część Polski, gdzie, przez silniejsze oddziaływanie klimatu kontynentalnego, często występują zimy z temperaturami poniżej -20°C, co pozwala jedynie na uprawę bardziej odpornych odmian winorośli. Pozostała część kraju tworzy trzeci region, gdzie, ze względu na niekorzystne warunki klimatyczne, możliwa jest tylko uprawa amatorska z nielicznymi wyjątkami [7].

Mimo braku tak sprzyjających warunków klimatycznych, jakie panują na południu Europy, moda na turystykę winiarską dotarła także do Polski i z roku na rok rozwija się coraz dynamicznie. Według dostępnych danych taką formę wypoczynku już w roku 2009 wybrało ok. 2000 osób, a 200–300 osób wzięło udział w organizowanych wyjazdach enoturystycznych [3].

Ze względu na mniej sprzyjające warunki niż w krajach o bogatej tradycji winiarskiej, polscy producenci wina podejmują różnorodne działania, by promować i rozwijać swój biznes [8], m.in.:

- tworzenie broszur informacyjnych i portali internetowych o tematyce winiarskiej, gdzie zamieszczone są spisy winnic oraz informacje na temat danego regionu;

- wytyczanie szlaków turystycznych o tematyce winiarskiej np. „Lubuski Szlak Wina i Miodu”, „Podkarpacki Szlak Wini- nic”, „Małopolska Ścieżka Winna”;

- organizacja wydarzeń i imprez jednorazowych i cyklicznych takich jak festiwale wina, winobranie, degustacje np. Zielono- górskie Winobranie, Święto Wina w Jaśle;

- tworzenie programów promocyjnych, np. „Paszport Winiar- skiego Odkrywcy”

- współpraca z biurami podróży, które umieszczają odwiedzi- ny w winnicach jako jedną z atrakcji organizowanych przez nie wycieczek.

The actions of American winemakers started to get transferred to other areas and, to a different extent, depending on the local climate and conditions, enotourism started to develop globally, with France, Italy, Spain, the United States, and Argentina in the lead.

Due to the geographical location and history, the wine tourism has been developing strongly in Europe, and it is most popular in countries with a rich tradition connected with wine production – Spain, France, Italy. A great share in the European enotourism is held by Germany, Austria, the Czech Republic, Hungary, too. Important regions of the wine tourism are also southeast European countries: Greece, Bulgaria, Macedonia, with Moldova deserving special attention as wines constitute its main tourist attraction. [1]

Besides the United States and Europe, enotourism has also developed in the Republic of South Africa, New Zealand, and Australia. It has a very strong influence on the development of small wineries, and – for example – in New Zealand already 25% of the national wine production is sold via direct sales. [1]

2.3. Enotorusim in Poland – Opportunities, Tourist Potential

Taking climatic conditions as a criterion, three main vine growing regions can be differentiated in Poland, corresponding to the regions of the development of enotourism. The first one is located in the western and southwestern part of the country, where temperatures rarely go below -20°C owing to the strong influence of the sea climate – this offers an opportunity to grow the common grape vine. The second region is the southern and south-eastern part of Poland, where – due to the stronger influence of the continental climate – there are often winters with temperatures below -20°C, which allows to grow only more resistant varieties of vine. The remaining territory of the country constitutes the third region, where due to unfavourable climatic conditions growing vine is possible only on an amateur scale, with very few exceptions [7].

Despite the lack of climatic conditions as favourable as in the south of Europe, enotourism has become fashionable in Poland, too, and it has been developing more and more dynamically year after year. According to the available data, such a form of holiday was chosen by ca. 2000 people already in 2009, and 200 – 300 tourists took part in organised enotourist trips [3].

Due to less favourable conditions than in countries with rich winemaking traditions, Polish winemakers undertake diversified measures so as to promote and develop their business [8], such as e.g.:

- Publishing information brochures and internet portals devoted to winemaking, containing lists of wineries and data on a relevant region;

- Demarcating tourist routes organised around the topic of winemaking, e.g. ‘Lubuskie Trail of Wine and Honey’, ‘Podkarpackie Wine Trail, ‘Małopolskie Wine Trail’;

- Organising one-off and periodical events, such as wine festivals, grape harvests, wine tastings, e.g. Zielona Góra Grape Harvest, Wine Festival in Jasło;

Degustacja i możliwość zakupu wina często staje się sposobem na rozszerzenie oferty w popularnych w Polsce gospodarstwach agroturystycznych. Rozwój enoturystyki jest także szansą na utrzymanie się małych gospodarstw winiarskich, głównie dzięki sprzedaży bezpośredniej. Ponadto, turystyka winiarska bardzo zgrabnie wpisuje się w rozwijającą się w Polsce modę na „powrót do korzeni” - fascynację regionalną kuchnią, produkty rzemieślnicze i odwrót od nadmiernego konsumpcjonizmu i komercjalizacji na rzecz wspierania lokalnych przedsiębiorstw.

3. Architektura winnic

3.1. Przykłady realizacji winnic jako obiektów turystycznych na świecie

Antinori Winery / Archea Associati [9]

Autor projektu: Archea Associati

Lokalizacja: Bargino , Włochy

Realizacja: 2012 r.

Powierzchnia: 50 000 m²

Program: winnica, administracja, muzeum, audytorium, restauracja, pokoje gościnne, tereny rekreacyjne

Inwestor: Marchesi Antinori srl

Budżet: 85 052 831

Jedną z najciekawszych realizacji winnic z ostatnich lat jest bez wątpienia winnica Antinori autorstwa biura Archea Associati – nie bez powodu była ona nominowana do prestiżowej nagrody Miesa van der Rohe w 2015 roku jako jeden z pięciu finalistów. Miejsce, w którym powstała otoczone jest przez wzgórza Chianti, pokryte przez liczne uprawy winorośli, w połowie drogi między Florencją i Sieną. Dzięki świadomemu podejściu klienta, projektanci mieli możliwość stworzenia założenia architektonicznego, które wpływa pozytywnie na ten unikalny krajobraz i podkreśla jego zalety, wydobywa kulturowy i społeczny aspekt miejsca, w którym produkowane jest wino. Funkcjonalne aspekty stały się zatem zasadniczą częścią procesu projektowego, który koncentruje się na stworzeniu budynku będącego symbolem symbiozy pomiędzy pracą człowieka, jego środowiskiem życia i otaczającym krajobrazem.

Wobec takich założeń ideowych, głównym celem projektu było połączenie budynku z rolniczym krajobrazem, co zosta-

– Development of promotional programmes, e.g. ‘Passport of Wine Explorer’;

– Cooperation with travel agencies, which includes visits to wineries as one of the attractions of trips organised by them.

Wine tasting and the option to purchase wine often becomes a way to broaden the offer of agritourism farms, very popular in Poland. The development of enotourism is also a chance for small wineries to sustain themselves, predominantly thanks to direct sales. Furthermore, wine tourism inscribes in the fashion of ‘going back to the roots’ that has been developing in Poland recently, taking the form of the fascination with regional cuisines, crafts, and departure from excessive consumerism and commercialisation in favour of supporting local companies.

3. Architecture of Wineries

3.1. Examples of Projects of Wineries as Tourist Attractions in the World

Antinori Winery / Archea Associati [9]

Author of the design: Archea Associati

Location: Bargino, Italy

Completion: 2012

Surface area: 50,000 m²

Programme: winery, administration, museum, auditorium, restaurant, guest rooms, recreational grounds

Investor: Marchesi Antinori srl

Budget: EUR 85,052,831

One of the most interesting winery projects in recent years is undoubtedly the Antinori winery, designed by the Archea Associati design studio, quite rightly nominated to the prestigious Mies van der Rohe award in 2015 as one of its five finalists. The area where the winery is located is surrounded by Chianti hills, covered with abundant vineyards, in the middle of the route from Florence to Sienna. Thanks to the customer’s informed approach, the designers had a chance to create an architectural project which has a positive effect on this unique landscape and which highlights its values and emphasises the cultural and social aspect of the place where wine is produced. Hence, functional aspects became

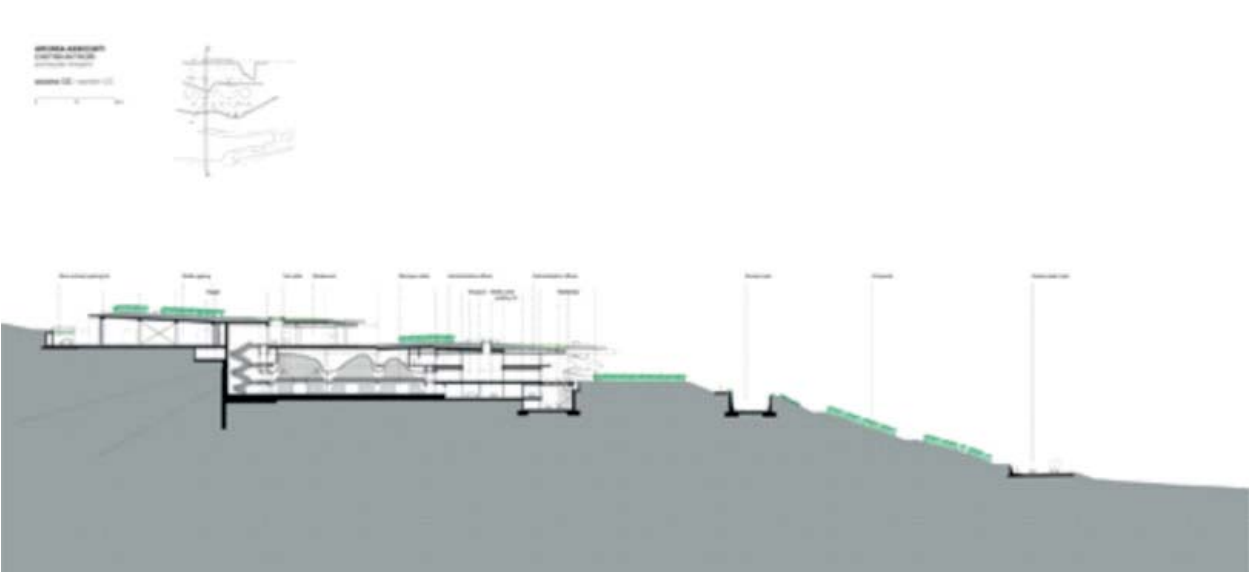
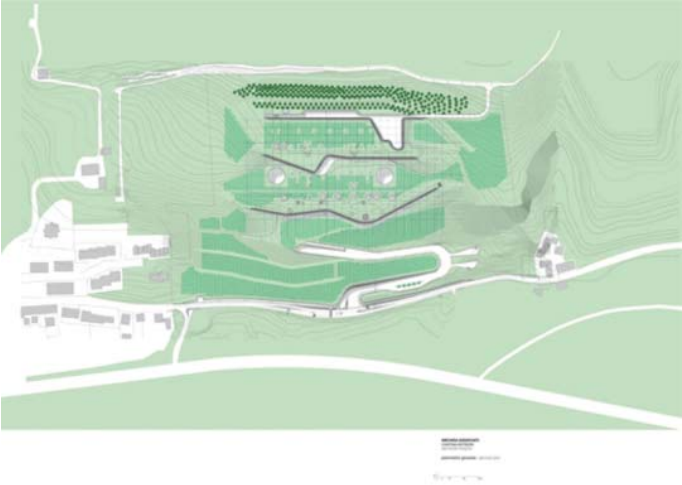
ło zrealizowane przez wpisanie go w strukturę wzgórza i po-traktowanie jego dachów jako dodatkowego terenu uprawy. Z zewnątrz budynek zaznacza się w terenie horyzontalnymi, miękkimi liniami, które tworzą tarasy widokowe, wpuszczające do wewnątrz światło dzienne. Otwarcia te subtelnie odkrywają wnętrze budynku, w którym znajduje się część biurowa ze strefą produkcji wina poniżej i strefą butelkowania i magazynowania powyżej. Serce całej winnicy – ogromne pomieszczenia, gdzie wino dojrzewa w beczkach – jest odosobnione i ukryte pod ziemią, by zapewnić idealne warunki termiczne i higrometryczne dla tego procesu.

Przekrój architektoniczny pokazuje, że funkcjonalność budynku opiera się na zasadzie platform – poziomów do przebycia. Widoczne jest to w procesie produkcyjnym, gdzie winogrona, wraz z kolejnymi etapami coraz bardziej, jakby za sprawą grawitacji, zagłębiają się do wnętrza budynku i wzgórza – od miejsca ich zbiorów, przez zbiorniki fermentacyjne aż do podziemnych magazynów z beczkami. Odwiedzający, natomiast, przebywają drogę odwrotną – od stref produkcyjnych i wystawowych do wyższych poziomów, gdzie znajdują się restauracja, audytorium, muzeum, biblioteka, sale degustacyjne i sklepy. Biura i przestrzeń administracyjna zlokalizowane na górnej kondygnacji posiadają wewnętrzne dziedzińce doświetlone przez okrągłe wycięcia w dachach będących równocześnie polami uprawnymi. Taki system wykorzystany jest także jako źródło światła dla pensjonatu i mieszkania dozorczy. Zastosowane w projekcie materiały i technologie w swej prostocie odwołują się do lokalnej tradycji i naturalnego krajo-

the principal part of the designing process, which concentrates on the creation of a building which is a symbol of symbiosis between man’s work and living environment and the surrounding landscape. Considering such conceptual assumptions, the main goal of the project was to blend the building with the farming landscape, which was achieved by inscribing it in the structure of the hill and treating its roofs as additional land for cultivation. From the outside, the building is marked in the land with its soft horizontal lines, which create viewing terraces, letting daylight in. These openings subtly unveil the interiors of the building, which houses office premises, with the wine production zone below them and the wine bottling and storage zone above. The heart of the entire winery – vast halls where the wine matures in barrels – is secluded and hidden under the ground, so as to secure perfect thermal and hygrometric conditions for this process. The architectural section demonstrates that the functionality of the building is based on the principle of platforms – levels to be covered. It is well visible in the production process, where grapes get deeper and deeper into the building and the hill as they progress from one processing stage to another, as if under the influence of the force of gravity – from the place where they have been harvested, through fermentation tanks, to underground storages with barrels. Visitors, on the other hand, cover an opposite route – from the production and exhibition zones to higher levels, which house a restaurant, an auditorium, a museum,

il. 1. Winnica Antinori, widok tarasu. Źródło: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati> / Antinori Winery, view from the terrace. Source: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati>

il. 2. Winnica Antinori, widok z lotu ptaka. Źródło: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati> / Antinori Winery, bird’s eye view. Source: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati>



il. 3. Winnica Antinori, plan zagospodarowania. Źródło: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati> / Antinori Winery, development plan. Source: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati>

il. 4. Winnica Antinori, przekrój architektoniczny. Źródło: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati> / Antinori Winery, architectural section. Source: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati>



il. 5. Winnica Antinori, wewnątrz. Źródło: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati> / Antinori Winery, interior. Source: <http://www.archdaily.com/371521/antinori-winery-archea-associati>



il. 6. Winnica Terra Remota, widok z zewnątrz. Źródło: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller> / Terra Remota Winery, outside view. Source: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller>

brazu zarówno poprzez szerokie zastosowanie terakoty, jak i wykorzystanie naturalnej energii ziemi do ochłodzenia i izolacji winnicy, tworząc idealne warunki do produkcji wina.

Terra Remota Winery / Untaller [10]

Autor projektu: Untaller

Lokalizacja: Carrer Empordà, Girona, Hiszpania

Realizacja: 2008 r.

Program: winnica, administracja, restauracja, sklep, tereny rekreacyjne

Inwestor: Terra Remota, Marc Bournazeau i Emma Bournazeau

Ciekawą realizacją ze względu na odpowiednio przemyślany układ funkcjonalny i wykorzystanie naturalnych warunków jest winnica Terra Remota autorstwa biura Untaller. Lokalizacja założenia jest składową różnych czynników. Z jednej strony, musiała być ona wybudowana w pobliżu uprawy winorośli i istniejących budynków, a z drugiej w projekcie należało uwzględnić wykorzystanie siły grawitacji w procesie produkcyjnym. Podkreślić należy także, iż winnice muszą znajdować się w miejscach o odpowiednim ukształtowaniu terenu i warunkach klimatycznych. Budynek podzielony jest na trzy

a library, wine tasting halls, and shops. Offices and administration premises located on the upper floor have inner courtyards, illuminated with daylight flowing through round openings in the roofs, which at the same time are fields. The same system is also applied as the source of light for the guesthouse and the caretaker's apartment. Materials and technologies applied in the project refer with their simplicity to the local tradition and natural landscape by the wide use of terracotta, as well as by the use of the natural energy of the ground in cooling and insulating the winery, creating perfect conditions for wine production.

Terra Remota Winery / Untaller [10]

Author of the design: Untaller

Location: Carrer Empordà, Girona, Spain

Completion: 2008

Programme: winery, administration, restaurant, shop, recreational grounds

Investor: Terra Remota, Marc Bournazeau and Emma Bournazeau

An interesting project due to the properly considered functional arrangement and the use of the natural conditions is the Terra Remota winery, designed by the Untaller design studio. The location of the project results from different factors. On one hand, it had to be erected in the vicinity of the vineyard and the existing buildings, and on the other the design had to take into account the force of gravity to



il. 7. Winnica Terra Remota, zagospodarowanie terenu. Źródło: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller> / Terra Remota winery, land development. Source: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller>

il. 8. Winnica Terra Remota, elewacja północna. Źródło: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller> / Terra Remota Winery, northern elevation. Source: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller>

zasadnicze, połączone ze sobą wewnętrznie części, które tworzą tarasy na północnym zboczu wzgórza.

Orientacja budynku oraz ukształtowanie dachów chronią wnętrze przed nadmiernym nasłonecznieniem i przegrzaniem, a nachylenie terenu pozwala na odpowiednie rozplanowanie przestrzeni zgodnie z programem funkcjonalnym.

Do górnej części budynku dostarczane są winogrona i tu odbywa się pierwszy etap procesu produkcji wina. Znajduje się tu platforma robocza, na której składowane są owoce, a następnie, z wykorzystaniem grawitacji, wypełniają zbiorniki usytuowane około 4 metry poniżej. Środkowa część budynku mieści magazyny i strefę butelkowania. Część komunikacji odbywa się za pomocą roboczych przejść ponad zbiornikami umieszczonymi kolejne 4 metry niżej. Gradacja stref produkcji pozwala na to, by sok, samoistnie przemieszczał się od pierwszych zbiorników do następnych. Metr poniżej znajduje się tutaj także piwnica, gdzie wino dojrzewa w beczkach – taka lokalizacja pozwala na utrzymanie idealnej temperatury i wilgotności dla tego procesu. Ostatnia część jest już jednokondygnacyjna i znajduje się tam recepcja, administracja oraz sklepy z miejscowymi wyrobami. Z holu recepcyjnego prowadzi wąski korytarz do salki degustacyjnej usytuowanej przy piwnicy, gdzie dojrzewa wino w beczkach.

Całość założenia jest zaprojektowana wizualnie jako seria betonowych ścian, na których opierają się zintegrowane ze stożkiem tarasy. Podziały bryły na północnych ścianach sprawiają, że strefa produkcyjna, mimo swoich rozmiarów, nie jest przytłaczająca względem otoczenia, a do każdej z części można było doprowadzić osobny dojazd z bezpośrednim dojazdem do głównej komunikacji.

Marqués de Riscal / Frank Gehry [11]

Autor projektu: Gehry Partners, LLP

Lokalizacja: Elciego, Hiszpania

Realizacja: 2006 r.

Powierzchnia: 2 500 m²

Program: winnica, hotel, administracja, muzeum, spa, restauracja, tereny rekreacyjne

Inwestor: Vinos Herederos del Marques de Riscal

Jedym z najbardziej znanych obiektów enoturystycznych w Europie jest kompleks winnicy Marqués de Riscal autorstwa pracowni Franka Gehry'ego. Same budynki produkcyjne należą do najstarszej tego typu zabudowy w regionie, lecz dobudo-

be used in the production process. It should be also emphasised that vineyards need to be located in areas with a proper land relief and proper climatic conditions. The building is divided into three principal internally connected parts, which form terraces on the northern slope of the hill.

Orientation of the building and the form of the roofs protect the interiors against excessive insolation and overheating, and the land inclination allows to arrange the space appropriately, in compliance with the functional programme.

Grapes are delivered to the upper part of the building and the first stage of the wine production process takes place here. There is a work platform there, where grapes are stored, and then, taking advantage of gravity, they fall into tanks located ca. 4 metres below. The middle part of the building houses warehouses and the bottling zone. The on-site traffic takes place along passages above the tanks located another 4 metres below. Gradation of the production zones allows juice to freely flow from the first tanks to the next ones. One metre below there is also a cellar, where wine matures in barrels – this location allows to maintain perfect temperature and humidity for this process. The last part consists of just one floor and houses a reception desk, administration premises, as well as shops with local products. From the reception hall there is a narrow corridor leading to a wine tasting hall, located near the cellar, where wine is matured in barrels.

The entire project is designed visually as a series of concrete walls, which act as supports for terraces integrated within the hill slope. Owing to the divisions of the form on the northern walls, the production zone – despite its size – is not overwhelming to the surrounding area, and each part is equipped with a separate driveway linking them directly with the main traffic route.

Marqués de Riscal / Frank Gehry [11]

Author of the design: Gehry Partners, LLP

Location: Elciego, Spain

Completion: 2006

Surface area: 2,500 m²

Programme: winery, hotel, administration, museum, spa, restaurant, recreational grounds

Investor: Vinos Herederos del Marques de Riscal

One of the best known enotourist attractions in Europe is the complex of the Marqués de Riscal winery, designed by the design studio of Frank Gehry.

il. 9. Winnica Terra Remota, wewnątrz. Źródło: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller> / Terra Remota winery, interior. Source: <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller>

il. 10. Winnica Marqués de Riscal. Źródło: <http://porsolea.com/bodega-marques-de-riscal-bodegas-de-espana-que-merece-la-pena-visitar/> / Marqués de Riscal winery. Source: <http://porsolea.com/bodega-marques-de-riscal-bodegas-de-espana-que-merece-la-pena-visitar/>





il. 11. Winnica Marqués de Riscal, budynki produkcyjne. Źródło: <http://www.arcspace.com/features/gehry-partners-llp/hotel-marques-de-riscal/> / Marqués de Riscal winery, production buildings. Source: <http://www.arcspace.com/features/gehry-partners-llp/hotel-marques-de-riscal/>

il. 12. Hotel przy winnicy Marqués de Riscal, zadaszenie. Źródło: <http://piximus.net/others/hotel-marques-de-riscal/> / Hotel at the Marqués de Riscal winery, the roof. Source: <http://piximus.net/others/hotel-marques-de-riscal/>

wany w roku 2006 hotel o oryginalnej, charakterystycznej dla Gehry’ego formie pokazuje jak ogromny wpływ ma architektura na działalność winnicy i rozwój turystyki w regionie. Winnica zlokalizowana jest w Elcieego, w regionie Rioja. Nowy budynek hotelowy składa się z szeregu prostych brył pokrytych piaskowcem oraz fantazyjnego zadaszenia z paneli wykonanych ze złotego i różowego tytanu oraz lustrzanego wykończenia ze stali nierdzewnej. Struktura tej konstrukcji nawiązując do koloru oraz sposobu pakowania miejscowego produktu: różowy odpowiada barwie wina, srebrny – folii, którą zabezpieczany jest korek, a złoty – siateczce, w którą owijana jest butelka.

Tradycyjnie, winnice w tym regionie nie były otwarte dla zwiedzających, lecz w celu ożywienia i zdefiniowania wizerunku publicznego zlecono projekt małego budynku, który miał zapewniać gościom unikalne doznania i być wizytówką marki. Obiekt zlokalizowany jest w pobliżu drogi prowadzącej przez pola uprawne oraz istniejące budynki produkcyjne pochodzące głównie z połowy XIX wieku. Budynek częściowo podniesiony jest na słupach, co tworzy w poziomie parteru mały plac wejściowy oraz zapewnia widok na winnicę, miasto i piękny krajobraz roztaczający się wokół z każdego miejsca na górnym poziomie.

Plac wejściowy prowadzi do recepcji i baru, które sąsiadują z niewielkim fragmentem pola uprawy. Odkryty taras prowadzi do basenu i strefy spa, gdzie oferta obejmuje zabiegi z wykorzystaniem miejscowego wina, a zadaszony chodnik biegnący

The production buildings themselves belong to the oldest architecture of the type in the region, whereas the hotel, added in 2006, with a form characteristic for Gehry, demonstrates what immense impact architecture has on the operations of the winery and the development of tourism in the region.

The winery is located in Elcieego, in the region of Rioja. The new hotel building consists of a number of simple forms covered with sandstone and a fancy roof consisting of panels made of golden and pink titan and mirror-polished stainless steel. This structure corresponds to the colour and the packaging method of the local product: pink refers to the colour of the wine, silver – to the foil which secures the cork, and golden – to the mesh that wraps the bottle.

Traditionally, wineries in this region did not use to be open to visitors. Nevertheless, in order to revive and redefine the public appearance, a design of a small building was commissioned, which was to provide guests with unique experience and be the symbol of the brand. The facility is located near a road which intersects arable lands nearby the existing production buildings, dating back mainly to the mid-19th century. The building is partially elevated on posts, which at the level of the ground floor creates a small entrance piazza and provides the view of the winery, the town, and the beautiful landscape that can be admired from any location on the upper level.

The entrance piazza leads to the reception area and the bar, which are adjacent to a small field. The open terrace leads to a swimming pool and a spa zone, whose offer comprises procedures making use of the local wine, and a roofed passage beginning in the building allows visitors to learn more about growing vine and to admire the local landscape. On the three upper floors there are fourteen hotel rooms, a wine tasting hall, a restaurant for 172 people, which consists of the general dining hall, a private room intended for closed events, open terraces, and conference premises. The ad-

il. 13. Hotel przy winnicy Marqués de Riscal, taras. Źródło: <http://piximus.net/others/hotel-marques-de-riscal/> / Hotel at the Marqués de Riscal winery, terrace. Source: <http://piximus.net/others/hotel-marques-de-riscal/>



nący od budynku umożliwia zwiedzającym bliższe zapoznanie się z hodowlą winorośli oraz otaczającym krajobrazem. Na trzech górnych kondygnacjach znajduje się czternaście pokoi hotelowych, sala degustacyjna, restauracja z miejscami dla 172 gości, która obejmuje się ogólną jadalnią, prywatną salą na imprezy zamknięte, tarasy na świeżym powietrzu oraz zaplecze konferencyjne. Strefa administracyjna zawierająca biura, pomieszczenia socjalne, sale na spotkania zarządu znajduje się w sąsiedztwie budynku łączy go z istniejącym zapleczem winnicy i zakładem produkcyjnym.

3.2. Analiza procesu projektowego w tworzeniu architektury winnic

Mimo aspektu enoturystycznego, który w każdej winnicy rozwijany jest w różnym stopniu – w zależności od upodobań i założeń właściciela, najważniejsza w projekcie jest odpowiednia funkcjonalność budynku. Nawet przy pięknej architekturze, jeśli proces produkcyjny nie może przebiegać właściwie, produkt nie będzie spełniał wysokich oczekiwań klientów i szansa na rozwój takiego zakładu jest znikoma, a inwestycja nie zwróci się, a wręcz może przynieść straty. Atrakcyjna forma założenia jest istotna, lecz nie może zdominować funkcji.

Przy projektowaniu winnicy już na pierwszym etapie warto zwrócić uwagę na szereg wymagań, jakie powinna spełnić linia produkcyjna. Zakład będzie wyglądał zupełnie inaczej w zależności od tego czy właściciel przewiduje produkcję kilku czy kilkunastu rodzajów wina. Na podstawie powyżej opisanych przykładów, można zauważyć, iż wino produkowane jest na zasadzie platform – każdy etap na innym poziomie, a transport półproduktu między kolejnymi strefami odbywa się częściowo z wykorzystaniem siły grawitacji. Daje to optymalne rozwiązanie dla formy budynku – powinien składać się on z kilku kondygnacji, które w połączeniu z wykorzystaniem górzystego ukształtowania terenu, mogą tworzyć tarasy i kaskadowo układać się na zboczu wzgórza, wpisując się w otaczający krajobraz.

Ważne jest, aby każdy projekt był indywidualnie dopasowywany do lokalnych warunków i klimatu – wykorzystanie naturalnego ukształtowania terenu oraz energii ziemi może w znacznym stopniu ograniczyć koszty utrzymania obiektu oraz chronić środowisko przed niekorzystnym wpływem nowopowstającej zabudowy. Dobrą praktyką jest zakopanie budynku, przynajmniej częściowo, w terenie, co pomaga w utrzymaniu odpowiedniej temperatury i wilgotności w piwniczkach, gdzie przechowywane są beczki z dojrzewającym winem. Jeśli nie jest to możliwe, należy zainwestować w bardzo dobrą izolację termiczną budynku. Poza tym warto także rozważyć wykorzystanie systemów inteligentnych monitorujących całą produkcję i warunki klimatyczne.

W procesie wytwarzania wina wykorzystuje się bardzo duże ilości wody do opłukiwania owoców oraz czyszczenia, dlatego ważny element stanowi dobrze zaprojektowany drenaż o odpowiedniej przepustowości. W innym przypadku, w pomieszczeniach, gdzie znajdują się zbiorniki, woda zbiera się na posadzce i tworzy idealne środowisko dla rozwoju bakterii i grzybów [12].

ministration zone with offices, rest and refreshment rooms, board meeting halls, is located in the vicinity of the building and links it with the existing backup facilities of the winery and the production plant.

3.2. Analysis of the Designing Process in the Creation of the Architecture of Wineries

Despite the enotourist aspect, which is developed to a different extent in each winery, depending on the likes and assumptions of its owner, the most important element in the design is the functionality of the building. Even in most beautiful architecture, if the production process cannot be carried out in a proper way, the product will never satisfy customers’ high expectations and the chances for the development of such a facility are slim; the return on investment will be poor, or it can even cause considerable losses. An attractive form of the entire project is essential, but it must not dominate its functions.

When designing a winery, at the very early stage it is advisable to take into account a number of requirements which should be satisfied by the production line. The plant will look quite different depending on whether the owner intends to manufacture a dozen or several dozen types of wine. On the basis of the examples presented above, it is possible to observe that wine is produced according to the principle of platforms – each stage on a different level, and the transport of intermediate products between individual zones takes place partially taking advantage of the force of gravity. It offers an optimal solution for the building – it should consist of several floors, which along with making use of the mountainous land relief may create terraces and form cascades down the hill slope, inscribing in the surrounding landscape. It is crucial that each design must be individually adjusted to local conditions and climate – making use of the natural land relief and the energy of the ground may considerably reduce the maintenance costs of the facility and protect the environment against unfavourable effects of the new development. A good practice is embedding the building, at least partially, in the ground, which helps maintain appropriate temperatures and humidity in the cellars where barrels with the aging wine are stored. If it is impossible, it is necessary to invest in very effective thermal insulation of the building. Furthermore, it is worth considering the application of smart systems monitoring the entire production process and climatic conditions.

The wine production process consumes enormous quantities of water for rinsing the fruit and cleaning; therefore, an extremely important element is a well-designed drainage system with appropriate capacity. Otherwise, water will gather on the floor of halls where the tanks are located and create a perfect environment for bacteria and fungi to grow [12].

Besides focusing on the functionality of the process, one must not forget about intermingling of the two zones that a winery should have – a production zone for workers, and a tourist zone for visitors. Therefore, if the plan assumes that the

Oprócz skupienia się funkcjonalności procesu nie można zapominać o przenikaniu się dwóch stref jakie powinna zawierać winnica – produkcyjnej dla pracowników i turystycznej dla zwiedzających. Dlatego, jeśli w planach jest zapoznanie gości z procesem powstawania wina, część wytwórcza powinna być także dopasowana do tych potrzeb – zawierać specjalne przejścia, salki, przeszklenia, a także, szczególnie jeśli chodzi o piwniczkę z dojrzewającymi w beczkach winami – odpowiedni design. Część przeznaczona dla zwiedzających może być w różnym stopniu rozwinięta – w zależności od indywidualnych potrzeb. W niektórych przypadkach może zamykać się ona na prostej salce degustacyjnej i sklepie z miejscowymi wyrobami, a ewentualny nocleg i wyżywienie zapewniane są przez lokalne pensjonaty, często na zasadzie współpracy regionalnej. Można jednak zainwestować w kompleksowe założenie spełniające wszystkie potrzeby enoturysty wkomponowując w winnicę pokoje gościnne, restauracje, sale konferencyjne, wystawowe, muzeum, spa i inne atrakcje. Wówczas warto też odpowiednio zaprojektować tereny rekreacji na świeżym powietrzu, tak, aby odwiedzający w pełni mogli cieszyć się pięknem otaczającego regionu.

Jeśli chodzi o bryłę i sposób wykończenia budynku oraz jego detale, warto – także ze względów ekonomicznych – wykorzystać lokalne materiały i formy podkreślając regionalne dziedzictwo i tradycję. Wpisanie budynku w otoczenie buduje niepowtarzalny klimat miejsca i podkreśla poszanowanie naturalnego krajobrazu.

Podsumowanie

Unikalnym wyzwaniem przy tworzeniu założenia architektoniczno-urbanistycznego, jakim jest winnica niewątpliwie jest połączenie dwóch zadań jakie ma ono spełniać: być jednocześnie dobrze funkcjonującym zakładem produkcyjnym i miejscem pracy oraz przestrzenią turystyczno-rekreacyjną, w której odwiedzający ma wypocząć, zrelaksować się i bez przeszkód odkrywać tajniki produkcji wina oraz czerpać wiedzę na temat otaczającego regionu. Poza tym, faktem jest, iż architektura i marketing współdziałają, a forma, wnętrze i zagospodarowanie wokół budynku firmy znacząco wpływają na jej wizerunek. Na podstawie powyżej opisanych przykładów realizacji winnic można stwierdzić, że dzięki odpowiednio przemyślanej funkcji oraz zachęcającej i nie-raz odważnej formy powstały założenia, które przyciągają nie tylko miłośników wina i rekreacji, ale także pasjonatów architektury.

Jeśli w projekcie uda się spełnić wszystkie te wymagania może powstać obiekt, który będzie zachęcać do odwiedzin równocześnie wspaniałym produktem, jak i dobrą, funkcjonalną architekturą, co bezpośrednio przekłada się na rozwój enoturystyki.

PRZYPIS

¹ Degustacja Paryska (Judgement of Paris, The Paris Wine Testing of 1976) – konkurs winiarski zorganizowany w Paryżu 24 maja 1976 roku przez Steven’a Spurrier, brytyjskiego producenta win, w którym francuscy sędziowie przeprowadzili dwa „ślepe” testy: wina białego i czerwonego. W obu kategoriach wygrały wina kalifornijskie, co spowodowało poruszenie i ogólne zdziwienie, ponieważ Francja uważana była za producenta najlepszych win na świecie.

wine production process should be demonstrated to visitors, the production part should also be adjusted to relevant needs – it should be equipped with special passageways, halls, glazed surfaces, as well as appropriate interior design, especially in the cellar with barrels containing the aging wine. The part addressed to visitors could be developed according to individual needs. In some cases it can be a simple wine tasting room and a shop with the local products, and accommodation and meals could be provided by local guesthouses, often according to the rules of regional cooperation. But, it is also possible to invest in a comprehensive project satisfying all needs of enotourists, designing hotel rooms, restaurants, conference halls, exhibition halls, museums, spas, and other attractions. In such a case it is also worth designing outdoor recreational grounds, so that visitors could fully appreciate the beauty of the region.

As far as the very form, finishing, and details of the building are concerned, it is advisable – also for economic reasons – to use local materials and forms, highlighting local heritage and traditions. Embedding the building in the surrounding area creates a unique climate of the place and emphasises the respect for the natural landscape.

Summary

A unique challenge when designing an architectural and urban project of a winery is undoubtedly the combination of two tasks it is supposed to fulfil: to be a well-functioning production plant and workplace, as well as a tourist and recreational space, where visitors are to rest, relax, discover the secrets of wine production and gain knowledge on the region surrounding them, without any difficulty. Besides, it is a fact that architecture and marketing cooperate, and that the form, the interiors, and the arrangement of grounds around the building have a significant effect on its appearance. On the basis of the examples of wineries described above, it can be concluded that thanks to a properly considered function and an encouraging, sometimes bold, form unique projects were designed, which today attract not only fans of wine and recreation, but also enthusiasts of architecture.

If the designer succeeds in satisfying all these requirements in the project, a facility will be built which will encourage people to spend some time there, with a wonderful product, as well as with good, functional architecture, which directly translates into the development of enotourism.

ENDNOTE

¹ Judgement of Paris, or the Paris Wine Testing of 1976 – a wine production competition organised in Paris on 24 May 1976 by Steven Spurrier, a British wine manufacturer, during which French judges conducted two ‘blind’ tests: of white wine, and of red wine. Californian wines won in both categories, which caused quite a stir and general surprise, as France had been broadly recognised as the producer of the best wines in the world.

BIBLIOGRAPHY

[1] Kruczek Z., *Enoturystyka w Polsce i na świecie*, [in:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*, K. Buczkowska i A.M. von Rohrscheidt (ed.). Monograph No. 391, Academy of Physical Education Poznań 2009, pp. 333-345.

LITERATURA

[1] Kruczek Z., *Enoturystyka w Polsce i na świecie*, [w:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*, K. Buczkowska i A. M. von Rohrscheidt (red.). Monografia nr 391, AWF Poznań 2009, s. 333-345.

[2] Hudin M., *Vinologue. Guide to Enotourism*, Leavenworth Press, 2014

[3] Bosak W., *Enoturystyka*, <http://www.vinisfera.pl/wina,189,149,0,0,F,news.html> (odwiedzone w dniu 23.03.2017r.)

[4] Wawro E., O enoturystyce i innych aspektach, <http://www.vinisfera.pl/wina,704,240,0,0,F,news.html> (odwiedzone w dniu 23.03.2017r.)

[5] Kapczyński M., *Paryż 1976. Szok!*, <http://www.vinisfera.pl/wina,206,145,0,0,F,news.html> (odwiedzone w dniu 26.03.2017r.)

[6] Myśliwiec R., *Uprawa winorośli*, Plantpress, Kraków, 2009

[7] *Regiony winiarskie w Polsce*, <http://www.winokultura.pl/kategoria,regiony-winiarskie-w-polsce,21> (odwiedzone w dniu 26.03.2017r.)

[8] Mazurkiewicz-Pizło A., *Wybrane aspekty rozwoju enoturystyki w Polsce*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, tom XII, zeszyt I, 2010

[9] Frearson A., *Antinori Winery by Archea Associati*, <https://www.dezeen.com/2013/05/04/antinori-winery-by-archea-associati/> (odwiedzone w dniu 2.05.2017r.)

[10] *Terra Remota Winery / Untaller*, <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller> (odwiedzone w dniu 2.05.2017r.)

[11] Hotel Marques de Riscal, <http://www.arcspace.com/features/gehry-partners-llp/hotel-marques-de-riscal/> (odwiedzone w dniu 19.05.2017r.)

[12] Burgess L., *How a winery gets designed*, <https://vinepair.com/wine-blog/how-a-winery-gets-designed/> (odwiedzone w dniu 19.05.2017r.)

[2] Hudin M., *Vinologue. Guide to Enotourism*, Leavenworth Press, 2014

[3] Bosak W., *Enoturystyka*, <http://www.vinisfera.pl/wina,189,149,0,0,F,news.html> (access on 23.03.2017)

[4] Wawro E., O enoturystyce i innych aspektach, <http://www.vinisfera.pl/wina,704,240,0,0,F,news.html> (access on 23.03.2017)

[5] Kapczyński M., *Paryż 1976. Szok!*, <http://www.vinisfera.pl/wina,206,145,0,0,F,news.html> (access on 26.03.2017)

[6] Myśliwiec R., *Uprawa winorośli*, Plantpress, Cracow, 2009

[7] *Regiony winiarskie w Polsce*, <http://www.winokultura.pl/kategoria,regiony-winiarskie-w-polsce,21> (access on 26.03.2017)

[8] Mazurkiewicz-Pizło A., *Wybrane aspekty rozwoju enoturystyki w Polsce*, Scientific Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists, volume XII, issue I, 2010

[9] Frearson A., *Antinori Winery by Archea Associati*, <https://www.dezeen.com/2013/05/04/antinori-winery-by-archea-associati/> (access on 2.05.2017)

[10] Terra Remota Winery / Untaller, <http://www.archdaily.com/530616/terra-remota-winery-untaller> (access on 2.05.2017)

[11] Hotel Marques de Riscal, <http://www.arcspace.com/features/gehry-partners-llp/hotel-marques-de-riscal/> (access on 19.05.2017)

[12] Burgess L., *How a winery gets designed*, <https://vinepair.com/wine-blog/how-a-winery-gets-designed/> (access on 19.05.2017)