**Harmadszorra is Nagy Bor Teszt**

**Budapest, 2018. június 5.**

**Május 15-én elindult a Nagy Bor Teszt, hazánk legnagyobb online boros felmérése, immár harmadik alkalommal. Az elmúlt két évben összesen 60.000 válaszadó adatait dolgozták fel a kutatók, akik nem kevesebbre vállalkoztak, mint az internetet használók borvásárlási és borfogyasztási szokásainak elemzésére. Az idei évben a kutatás fókusza bővült: a szakmai partnerként közreműködő Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) a felmérésben azzal a szándékkal vesz részt, hogy feltérképezze a hazai borturisztikai trendeket, miközben felhívja a figyelmet a borok megismerésének legkellemesebb és egyben legizgalmasabb módjára, a borvidékre tett utazásokra.**

A nagy elérés és minta nem csak a felmérés jelentőségét, megbízhatóságát növeli, hanem a kulturált borfogyasztásra is felhívja a figyelmet. Cél emellett az, hogy a hazai borpiac számára aktuális információval szolgáljon a borfogyasztási és -vásárlási szokásokról, illetve az MTÜ közreműködésével a magyar borvidékek és a borturizmus iránti preferenciákról. Az idei évben május 15. és augusztus 31. között van lehetőség a Nagy Bor Teszt kitöltésére a [www.nagyborteszt.hu](http://www.nagyborteszt.hu) oldalon; ugyanitt az előző évek felméréseinek eredményei is elérhetők.

A tavalyi eredmények azt mutatták, hogy a nem boros témájú portálokról a felmérésre érkező válaszadók (kb. 10.000 fő) körében növekszik a bor iránt érdeklődők aránya; a száraz borok a legnépszerűbbek, ugyanakkor még mindig sokan keresik az édes vöröseket. Otthon és vendégségben fogy a legtöbb bor; a borválasztás során számít a bor származási helye, a borvidék; utóbbiak között Villány, Eger és Tokaj a legnépszerűbbek. A szuper- és hipermarketek mellett sokan vásárolnak közvetlenül a pincészetektől; az online vásárlás ugyanakkor még gyerekcipőben jár.

A témában még nem készült olyan átfogó, a változásokat is elemző körkép, mint a Nagy Bor Teszt. A kutatás szakmai vezetője Harsányi Dávid, a BGE Külkereskedelmi karának tanszékvezetője és Hlédik Erika, az ELTE Gazdálkodástudományi Intézetének egyetemi adjunktusa. A Winelovers, a Vinoport, a Borászportál és a Borkollégium pedig a felmérés promóciójával és az eredmények publikálásával segít abban, hogy minél szélesebb kör értesüljön a Nagy Bor Teszt kitöltésének lehetőségéről és a válaszok alapján kirajzolódó trendekről.

Az MTÜ szakmai közreműködésével a 2018-as Nagy Bor Teszt öt, a borturizmussal kapcsolatos kérdéssel bővült; az ezekre adott válaszok pedig arról mutatnak majd képet, hogy a bort fogyasztók milyen gyakorisággal, milyen hosszúságú utakat terveznek, mely borvidékeket preferálják, és nem utolsósorban, mi alapján hozzák meg döntésüket egy borvidék, illetve egy-egy borászat kiválasztásakor. A hazai borturisztikai potenciál évről évre nő, ahogy a borfogyasztó közönség értő közönséggé kezd válni, és ahogy bővül a borturisztikai attrakciók, helyszínek (vendégfogadásra is alkalmas pincészetek, borhotelek, bormúzeumok stb.) száma. Az MTÜ így egyre növekvő figyelmet szentel a hazai borkultúra népszerűsítésének belföldön és külföldön egyaránt.

A Nagy Bor Teszt kitöltői ajándékba kapják a Winelovers „Borfogyasztás és gasztronómia” című 36 oldalas e-book-ját. Választható ajándék a Winelovers Webshopban vagy a Borkollégiumban 10% -os kedvezményre jogosító kupon, illetve minden válaszadó részt vesz az összesen 500.000 összértékű nyereményt kínáló sorsoláson. Az eredmények közzétételére 2018 őszén kerül majd sor.