ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΤΕΛΙΚΟ ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ
Ιανουάριος 2025

ΑΝΑΔΟΧΟΣ ΕΡΓΟΥ

εταμ α.ε.
εταιρεία συμβούλων

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΓΕΩΡΓΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ: Η Ευρώπη επενδύει στις αγροτικές περιοχές
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
LEADER
ΕΣΠΑ 2014-2020 ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Εταίροι του σχεδίου ανά Οινοτουριστικό προορισμό





Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

*Η παρούσα μελέτη εντάσσεται στο πλαίσιο της Ενέργειας Β1: **«ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»** του Σχεδίου Διατοπικής Συνεργασίας με τίτλο: «Οργάνωση και Προβολή Οινοτουρισμού» που χρηματοδοτείται από το ΜΕΤΡΟ 19 του ΠΑΑ 2014-2020: Στήριξη για τοπική ανάπτυξη μέσω του LEADER (ΤΑΠΤοΚ – Τοπική Ανάπτυξη με Πρωτοβουλία Τοπικών Κοινοτήτων) και συγκεκριμένα το Υπομέτρο 19.3 – Διατοπική και Διακρατική Συνεργασία.*

Στο σχέδιο συνεργασίας συμμετέχουν 22 ΟΤΔ - εταίροι από όλη την Ελλάδα (ΑΝΕΘ ΑΟΤΑ (Χαλκηδόνα, Δέλτα), Αναπτυξιακή Ημαθίας ΑΕ, Αναπτυξιακή Κιλκίς ΑΕ, Δημοσυνεταιριστική ΕΒΡΟΣ ΑΕ, Αναπτυξιακή Καβάλας ΑΕ, ΑΝΚΟ Δυτικής Μακεδονίας ΑΕ, Αναπτυξιακή Φλώρινας ΑΕ, Αναπτυξιακός Οργανισμός «ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε.», Αναπτυξιακός Οργανισμός Νομού Λάρισας ΑΕ, Αναπτυξιακή Εύβοιας ΑΕ, Αχαΐα Αναπτυξιακή ΑΕ, Αναπτυξιακή Βορείου Πελοποννήσου ΑΑΕ ΟΤΑ, Αναπτυξιακή Ολυμπίας ΑΕ, Αναπτυξιακή Λήμνου ΑΕ Α.Ε. ΟΤΑ, Κ.Α.Α.Ε.Κ.Τ. ΣΑΜΟΥ Α.Ε., Εταιρεία Τοπικής Ανάπτυξης Χίου, Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων ΑΕ, Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου, Οργανισμός Ανάπτυξης Κρήτης ΑΕ, με συντονιστή την Αναπτυξιακή Νομού Θεσσαλονίκης ΑΕ – ΑΟΤΑ (Λαγκαδά, Βόλβη, κλπ).

Κύριος στόχος του ανωτέρω σχεδίου συνεργασίας είναι η μετατροπή των οινοποιείων σε «κόμβους» διασύνδεσης του πρωτογενούς τομέα και της μεταποιητικής δραστηριότητας της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό και τον πολιτισμό. Επίσης στόχος είναι η ανάδειξη της δυναμικής των περιοχών παρέμβασης ως οινοτουριστικοί προορισμοί μέσα από μια βιώσιμη προσέγγιση, για το περιβάλλον, την οικονομία και την τοπική κοινωνία.

Παραδοτέα	ΕΡΓΟ: Εμπειρογνωμοσύνη για τη στρατηγική ανάπτυξης του οινοτουρισμού
Π1	Δημιουργία βάσης δεδομένων - καταγραφή οινοποιείων, υποδομών, διαδρομών και υπηρεσιών οινοτουριστικών προϊόντων.
Π2	Δημιουργία Οδηγού Συγκριτικής Αξιολόγησης Διαδικασιών (Process Benchmarking).
Π3	Εγχειρίδιο οδηγιών χρήσης και αξιοποίησης του σήματος 'επισκέψιμου οινοποιείου», στις πινακίδες ενημέρωσης, εντός και εκτός του χώρου οινοποιείου.
Π4	Καταγραφή αναγκών εκπαίδευσης - ενημέρωσης (οινοποιιών – τουριστικών πρακτόρων – επαγγελματιών HORECA) και δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΓΕΩΡΓΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ: Η Ευρώπη επενδύει στις αγροτικές περιοχές
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
LEADER
ΕΣΠΑ 2014-2020 ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Π1 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ - ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ, ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ..... 6

1. ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 7
   - 1.1 Εισαγωγικά 7
   - 1.2 Τα βασικά χαρακτηριστικά και οι διαστάσεις του οινοτουρισμού 8
   - 1.3 Τα οφέλη της καθιέρωσης και προβολής του οινοτουρισμού 9
   - 1.4 Σκοπιμότητα της εμπειρογνωμοσύνης 10
   - 1.5 Εννοιολογική προσέγγιση του Οινικού Τουρισμού 12
   - 1.6 Βασικές έννοιες Οινικού - Γαστρονομικού Τουρισμού 14
   - 1.7 Οινοτουρίστες 15
   - 1.8 Οινοτουριστικές υπηρεσίες & οινοποιεία 16
   - 1.9 Τάσεις στον τομέα του Οινοτουρισμού 18
2. ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ 20
   - 2.1 Υφιστάμενη κατάσταση «οινοτουρισμού» ανά Περιφέρεια 20
   - 2.2 Οινικές διαδρομές - Δρόμοι κρασιού 28
   - 2.3 Καταγραφή Οινοποιείων – Τοπικών Εκδηλώσεων Οίνου 68
   - 2.4 Υπόδειγμα Αξιολόγησης Οινοτουριστικού Προϊόντος 77
3. ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ 82
   - 3.1 «Καλές πρακτικές» διαχείρισης οινοτουριστικού προϊόντος διεθνώς 82
4. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 114
   - 4.1 Πρόταση Στρατηγικής 114
   - 4.2 Άξονες Στρατηγικής 114
   - 4.3 Προτεραιότητες Στρατηγικής 115

Π2 - ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΔΗΓΟΥ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ (PROCESS BENCHMARKING)..... 118

5. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ BENCHMARKING 119
   - 5.1 Το Benchmarking στον κλάδο του Οινοτουρισμού 120
   - 5.2 Εφαρμογή του Benchmarking στις Οινοποιητικές Επιχειρήσεις 120
   - 5.3 Κριτήρια Συγκριτικής Αξιολόγησης 121
6. Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ BENCHMARKNG 123
   - 6.1 Στάδια της διαδικασίας Συγκριτικής Αξιολόγησης 123
   - 6.2 Μεθοδολογία 124
   - 6.3 Με λίγα λόγια... 129
   - 6.4 Ο ορισμός της «καλής πρακτικής» για οινοποιεία 129
7. ΟΔΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ 132
   - 7.1 Διαχωρισμός των οινοποιείων 132
   - 7.2 Διαβάθμιση των Οινοποιείων ανάλογα με τα επίπεδα καλών πρακτικών 132
   - 7.3 Προτάσεις για Βελτιστοποίηση και Καινοτομία 165

ΠΣ - ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΟΔΗΓΙΩΝ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ «ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ», ΣΤΙΣ ΠΙΝΑΚΙΔΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ, ΕΝΤΟΣ ΚΑΙ ΕΚΤΟΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ ..169

8. ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ & ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟ ΣΗΜΑΤΟΣ «ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ» 170
8.1 Εισαγωγή 170
8.2 Σήμανση 170
8.3 Κατηγορίες σήμανσης 172
8.4 Εγχειρίδιο οδηγιών χρήσης 175

Π4 - ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ - ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ (ΟΙΝΟΠΟΙΩΝ – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΩΝ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ HORECA) ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ 203

9. ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ & ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ..... 204
9.1 Καταγραφή αναγκών εκπαίδευσης 204
9.2 Προτεινόμενες θεματικές εκπαιδευτικού προγράμματος 220
9.3 Ενδεικτικό περιεχόμενο θεματικών ενοτήτων 233

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....253

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 257

Π2.1 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΟΙΝΟΥ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ 22 ΟΤΔ 258
Π2.2 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΟΙΝΟΥ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ 22 ΟΤΔ 259
Π6.1 *ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ «ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΤΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ ΣΤΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ» 262
Π7.1 ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ 263
Π7.2 ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ 268
Π8.1 ΑΠΟΦΑΣΗ ΥΠ ΑΡΙΘΜ. 1746 279
Π8.2 ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗ ΦΥΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ. ΣΗΜΑΝΣΗ 282
Π9.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΟΥΣ 290
Π.9.3. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ 294

Ομάδα έργου:

Νίκος Α. Δρακωνάκης
Οικονομολόγος – MSc Περιφερειολόγος

Χρύσα Παγκάλου
Περιβαλλοντολόγος, MSc, MEd, Διδάκτωρ Πολιτισμικού Τοπίου

Κατερίνα Καταϊφτσή
Tourism & Cultural Planner, Msc

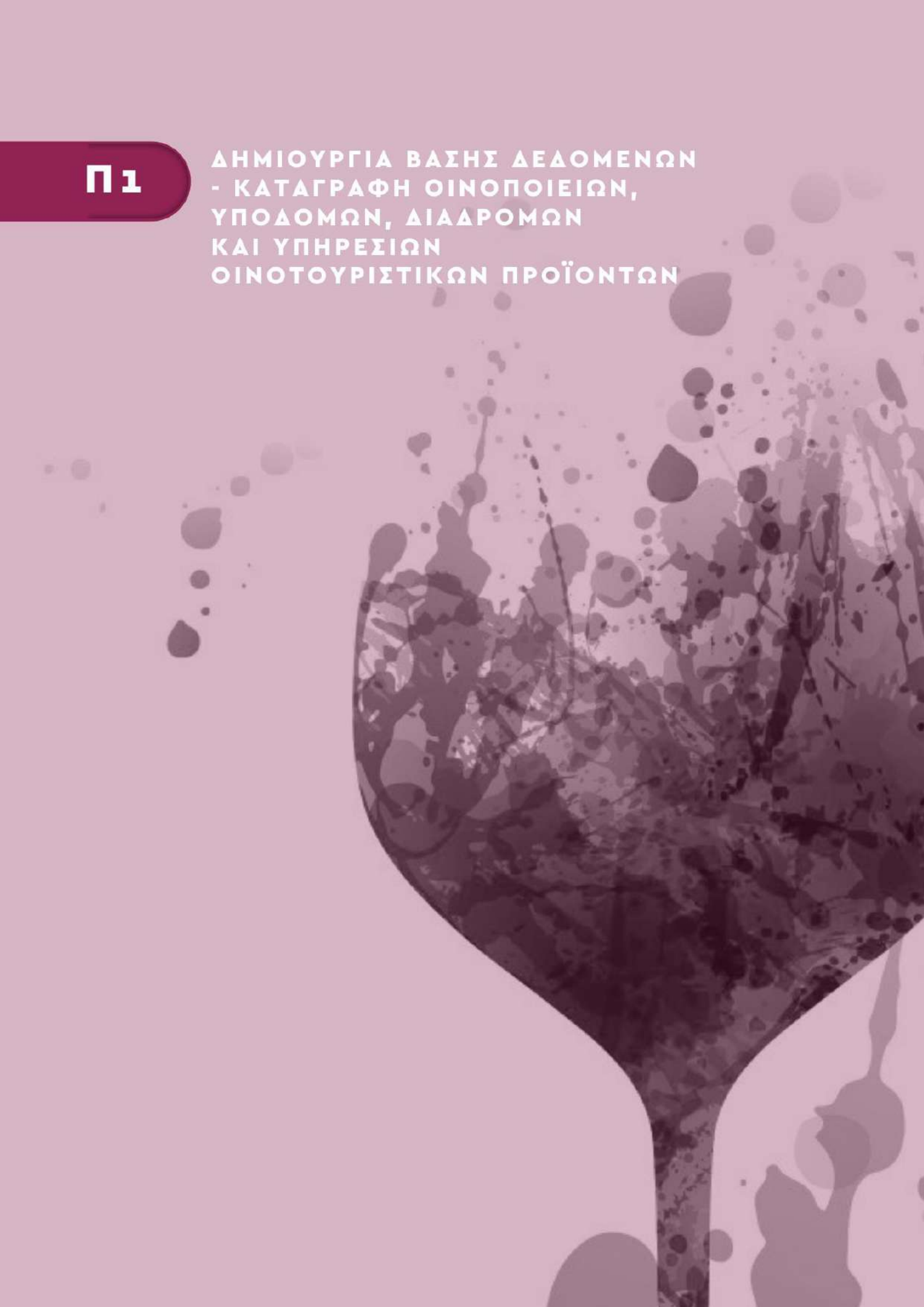
Γεωργία Σωπασή
Γεωγράφος

Γιώργης Πετράκης
Αρχιτέκτων - Χωροτάκτης

Κατερίνα Βασιλείου
Γραφίστρια

Π1

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΒΑΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ - ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ, ΥΠΟΔΟΜΩΝ, ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



1 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Εισαγωγικά

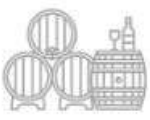
Βάσει του Ν.4582/2018 – ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018 .....*τουρισμός της υπαίθρου είναι η κάθε ειδική μορφή τουρισμού που παρέχει διακοπές αυθεντικών εμπειριών στους επισκέπτες, οι οποίοι έρχονται σε επαφή με τη φύση και τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, καθώς και με σύγχρονες επιχειρηματικές δραστηριότητες αναψυχής*.... Ειδικότερα, και με βάση τις επιμέρους οργανωμένες δραστηριότητες αναψυχής που αναπτύσσονται, ο τουρισμός υπαίθρου διακρίνεται σε αγροτουρισμό, οινοτουρισμό, οικοτουρισμό – πράσινο τουρισμό, περιηγητικές διαδρομές – πεζοπορία, γεωτουρισμό και αλιευτικό τουρισμό. Ειδικότερα:

Ο Οινοτουρισμός, είναι η ειδική μορφή τουρισμού η οποία αφορά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με οινοποιητικές ή και οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις (αμπελώνες). Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες σχετικές με την αμπελοκαλλιέργεια και την οινική παραγωγή.

Σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάρτα και Γκρίμπα (2020), αφορά ένα πλέγμα υποδομών, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων, με κύριους άξονες το επισκέψιμο οινοποιείο, την αμπελοοινική παραγωγή και το αμπελοοινικό τοπίο. Στον οινοτουρισμό, έχει ιδιαίτερη σημασία η παράδοση και εικόνα της περιοχής σε ό,τι αφορά στην αμπελοοινική παραγωγή, αλλά και η σύνθετη διάσταση του συνολικού προϊόντος (επισκέψιμο οινοποιείο, πώληση, γευσιγνωσία). Ο οινοτουρισμός από κοινού με τον γαστρονομικό τουρισμό συνιστούν δύο ταχύτατα αναπτυσσόμενους κλάδους με εντυπωσιακή δυναμική τόσο στην ποιότητα όσο και στη ζήτηση, με κυριότερα χαρακτηριστικά: τη σύνδεση με μία μακρά συνήθως τοπική παράδοση, τη σύνδεσή τους με την παραγωγή ποιοτικών και ανταγωνιστικών αγροτικών προϊόντων και τέλος, τη βάσιμη και ουσιαστική συμβολή τους στην Τοπική Ανάπτυξη.

Ο οινοτουρισμός έχει μία πολύ στενή και διαχρονική σχέση με την αγροτική παραγωγή και τον γαστρονομικό τουρισμό (επισκέψιμα οινοποιεία, δρόμοι του κρασιού), αλλά και ένα κοινό (οινόφιλοι), που αναζητεί συστηματικά οινικούς προορισμούς ανά τον κόσμο. Ταυτόχρονα υπάρχει ισχυρή σύνδεση με την τοπική παράδοση και την πολιτιστική κληρονομιά, ενώ συνδέεται άρρηκτα με τον πολιτισμικό τουρισμό.

1.2 Τα βασικά χαρακτηριστικά και οι διαστάσεις του οινοτουρισμού

Σκοπός/ στόχος 	Επιδιώκεται η ανάδειξή του ως αναπόσπαστου στοιχείου της τοπικής και της εθνικής πολιτιστικής κληρονομιάς και η ένταξή του στο ευρύτερο προϊόν του τουριστικού προορισμού (περιοχή υπαίθρου). Συχνά, η μορφή που έχει το προσφερόμενο προϊόν είναι σύνθετη (διαφορετικές περιοχές οινοτουρισμού εντάσσονται σε «δρόμους» ή «διαδρομές» με κοινά θεματικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά).
Χωρική διάσταση 	Ο οινοτουρισμός, διακρίνεται περισσότερο από τη σχέση του με αμπελοοινικές περιοχές που έχουν ισχυρή παράδοση και φήμη που συστήνεται με τη μορφή διαδρομής (σε ένα ή περισσότερα επισκέψιμα οινοποιεία) και σε καταστήματα εστίασης ή σε αστικά κέντρα (wine bar, εστιατόρια, κλπ.), στα οποία το κρασί είναι επίκεντρο των προσφερόμενων υπηρεσιών.
Χρονική διάσταση 	Η ζήτηση πρέπει να καταγράφεται σε ετήσια βάση και σε κάθε περίπτωση, δίδει (ο οινικός τουρισμός) την εικόνα δημοφιλούς συμπληρωματικής δραστηριότητας τόσο άλλων Ειδικών - Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού, όσο και ταξιδιών κλασσικού τουρισμού διακοπών (θερινές ή χειμερινές).
Αγορά – στόχος / ταξιδιωτική δαπάνη 	Οι κυριότερες αγορές – στόχοι είναι άτομα προερχόμενα από τη μεσαία και την υψηλή τάξη, με επίπεδο και διάθεση αναζήτησης νέων εμπειριών. Προέρχονται από όλες τις χώρες του κόσμου. Η δαπάνη είναι μεσαία προς υψηλή, ενώ συνδέεται και με εξειδικευμένα ταξίδια οινικού τουρισμού (Δρόμοι Κρασιού, Μεικτές Διαδρομές γαστρονομικού και οινικού τουρισμού) κ.α.
Τουριστικό πακέτα/ προγράμματα 	Ο εξειδικευμένος χαρακτήρας του οινοτουρισμού και ειδικότερα η σύνδεσή του με παραγωγικές διαδικασίες στον αγροτικό χώρο (καλλιέργεια, συγκομιδή, παραγωγή, γευσιγνωσία) και υπηρεσίες σε χώρους εστίασης και αναψυχής (εστιατόρια, wine bar), επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά των προσφερόμενων πακέτων και γενικά του προγραμματισμού τέτοιων θεματικών ή συνδυασμένων ταξιδιών.
Θεματικό Αντικείμενο 	Πρόκειται για εξειδικευμένα ταξίδια τουριστών (οινόφιλων) που συχνά, είναι οργανωμένα από ομάδες ενδιαφερομένων και έχουν διάρκεια από μία έως και δύο εβδομάδες. Επίσης, παρόμοια ταξίδια έχουν τη μορφή σύντομων επισκέψεων (1-2 μέρες) στο πλαίσιο ενός τουριστικού ταξιδιού διακοπών ή ταξιδιού με οποιαδήποτε άλλα κίνητρα ή χαρακτηριστικά.
Οργάνωση/ διαχείριση	Υπάρχουν επισκέψεις ή ταξίδια οινοτουριστικού ενδιαφέροντος ή επισκέψεις για άλλο σκοπό που συνδυάζουν επισκέψεις σε οινοποιεία, τα οποία οργανώνονται και προσφέρονται από

	εξειδικευμένα πρακτορεία, σωματεία, επιχειρήσεις, ή και οινοποιεία.
Τύποι οινοτουρισμού 	• Ταξίδι – διαδρομή με επίσκεψη σε οινοποιεία και διαδικασίες γευσιγνωσίας που ανήκουν σε μία γεωγραφική περιοχή: της βόρειας Ελλάδας, της Κρήτης, της Πελοποννήσου, κ.λπ. • Ταξίδι γευσιγνωσίας σε οινοποιεία με οινική παράδοση ή σε περιοχές με παράδοση σε συγκεκριμένη ποικιλία κρασιού. • Επίσκεψη σε συγκριμένο οινοποιείο στο πλαίσιο ενός ταξιδιού στην ευρύτερη περιοχή.
Υπηρεσίες, υποδομές, πρόσβαση 	Οι προσφερόμενες υπηρεσίες προϋποθέτουν την ύπαρξη: • οργανωμένων tours από εξειδικευμένα πρακτορεία, • διασύνδεση ανάμεσα σε επιχειρήσεις και παραγωγούς ώστε να συγκροτούν ένα ενιαίο και ποιοτικό τελικό προϊόν, • ποιοτικές υποδομές και ποιοτικά προσφερόμενα προϊόντα, • προσφερόμενες εκπαιδευτικές υπηρεσίες, • εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.
Θέλγητρα, πόροι, ενδιαφέροντα 	• Χώρες/ περιοχές/ πόλεις με οινική παράδοση • Επισκέψιμα οινοποιεία • Κεντρικές αγορές και εμπορικά κέντρα • Καταστήματα πώλησης τοπικών προϊόντων • Bar ή εστιατόρια με οινική παράδοση

1.3 Τα οφέλη της καθιέρωσης και προβολής του οινοτουρισμού

Η ανάπτυξη, καθιέρωση και ανάδειξη/ προώθηση του οινοτουρισμού σε μία περιοχή μπορεί να συνεισφέρει πολλαπλώς στην τοπική οικονομία, το περιβάλλον, τον πολιτισμό και ευρύτερα την κοινωνία. Ήτοι:

- **Δημιουργία θέσεων εργασίας.** Ο οινοτουρισμός μπορεί να δημιουργήσει ευκαιρίες απασχόλησης σε διάφορους τομείς όπως, φιλοξενία, εμπόριο, μεταφορές, καλλιέργεια, κ.λπ., ενισχύοντας βάσιμα την τοπική ανάπτυξη.
- **Αύξηση εισοδήματος.** Με την προσέλκυση τουριστών στην κάθε περιοχή, οινοποιεία, εστιατόρια, ξενοδοχεία και άλλες επιχειρήσεις αυξάνουν τα έσοδά τους και ενδυναμώνεται συνεπακόλουθα η οικονομική ευημερία.
- **Διαφοροποίηση εισοδήματος.** Οι οινοτουρισμός συμβάλει στη διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας, μειώνοντας την εξάρτηση από έναν μόνο κλάδο ή τομέα και δημιουργώντας ένα πιο ανθεκτικό οικονομικό περιβάλλον.
- **Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.** Μέσω του οινοτουρισμού ενισχύονται, η εικόνα, η πολιτιστική κληρονομιά, οι παραδόσεις, οι δεξιότητες, κ.α. διατηρώντας και αναδεικνύοντας έτσι τον τοπικό τρόπο ζωής και πολιτισμό.

- Γαστρονομικές εμπειρίες. Ο οινοτουρισμός, περιλαμβάνει συχνά συνδυασμό φαγητού και κρασιού, γαστρονομικές εκδηλώσεις και εμπειρίες που πέραν του οινικού, αναδεικνύουν και τον γαστρονομικό πλούτο και τις παραδόσεις των περιοχών.
- Προώθηση βιώσιμων πρακτικών. Τα οινοποιεία και οι φορείς που ασχολούνται με τον οινοτουρισμό συνήθως εφαρμόζουν περιβαλλοντικά βιώσιμες πρακτικές, όπως η βιολογική γεωργία, η ορθολογική διαχείριση πόρων και η προστασία της άγριας ζωής. Αυτή η προσήλωσή τους έχει θετικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και συμβάλει στη διατήρηση του τοπίου και των πόρων της κάθε περιοχής.
- Στήριξη των μικρών παραγωγών. Ο οινοτουρισμός ωφελεί εκ των πραγμάτων τα οινοποιεία, παρέχοντάς τους κοινό βήμα-δυνατότητα για να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους σε ένα ευρύτερο κοινό. Αυτή η διάσταση μπορεί να βοηθήσει τους μικρότερους παραγωγούς να αυξήσουν τις πωλήσεις τους και να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες και προοπτικές στις δραστηριότητες τους.
- Βελτίωση εγκαταστάσεων. Η ανάπτυξη του οινοτουρισμού οδηγεί σε βελτιώσεις υποδομών, όπως δρόμοι, συγκοινωνίες, κέντρα ενημέρωσης/ πληροφόρησης, καταλύματα και εξυπηρετήσεις προς όφελος τόσο των τουριστών όσο και των κατοίκων.
- Ενίσχυση της φήμης μιας περιοχής. Ο οινοτουρισμός δίδει την δυνατότητα σε επισκέπτες να απολαύσουν μοναδικές εμπειρίες κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους και να γίνουν πρεσβευτές των κρασιών που δοκίμασαν, αυξάνοντας την αναγνωρισιμότητα και την ανταγωνιστικότητα Οινοποιίων και περιοχών.

1.4 Σκοπιμότητα της εμπειρογνωμοσύνης

Στην παρούσα **«ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»** του Σχεδίου Διατοπικής Συνεργασίας με τίτλο: «Οργάνωση και Προβολή Οινοτουρισμού» συμμετέχουν 22 ΟΤΔ - εταίροι από όλη την Ελλάδα: ΑΝΕΘ ΑΟΤΑ (Χαλκηδόνα, Δέλτα), Αναπτυξιακή Ημαθίας ΑΕ, Αναπτυξιακή Κιλκίς ΑΕ, Δημοσυνεταιριστική ΕΒΡΟΣ ΑΕ, Αναπτυξιακή Καβάλας ΑΕ, ΑΝΚΟ Δυτικής Μακεδονίας ΑΕ, Αναπτυξιακή Φλώρινας ΑΕ, Αναπτυξιακός Οργανισμός «ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε.», Αναπτυξιακός Οργανισμός Νομού Λάρισας ΑΕ, Αναπτυξιακή Εύβοιας ΑΕ, Αχαΐα Αναπτυξιακή ΑΕ, Αναπτυξιακή Βορείου Πελοποννήσου ΑΑΕ ΟΤΑ, Αναπτυξιακή Ολυμπίας ΑΕ, Αναπτυξιακή Λήμνου ΑΕ Α.Ε. ΟΤΑ, Κ.Α.Α.Ε.Κ.Τ. ΣΑΜΟΥ Α.Ε., Εταιρεία Τοπικής Ανάπτυξης Χίου, Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων ΑΕ, Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου, Οργανισμός Ανάπτυξης Κρήτης ΑΕ, με συντονιστή την Αναπτυξιακή Νομού Θεσσαλονίκης ΑΕ – ΑΟΤΑ (Λαγκαδά, Βόλβη, κλπ).

Με την ιστορία, την παράδοση και τον πλούτο που διαθέτει η Ελλάδα, τόσο στην ποιότητα όσο και στην αυθεντικότητα των τοπικών οίνων και προϊόντων, είναι προφανής η ανάγκη που υπάρχει και η ευκαιρία που δίδεται, για την δημιουργία στρατηγικής που θα αφορά την ανάπτυξη του οινικού τουρισμού στη χώρα, δεδομένου ότι το οικοσύστημα[1] του οινικού τουρισμού είναι ιδιαίτερα δυναμικό και μπορεί να στηρίξει βάσιμα την ανάπτυξη του οινικού τουριστικού προϊόντος.

Ιστορικά, η ανάπτυξη του οινικού τουρισμού πηγάζει από την ιδιαίτερη άνθηση και ζήτηση που γνωρίζει το συγκεκριμένο είδος παγκοσμίως. Από το 2003 και μετά, όλο και περισσότεροι τουρίστες επιδιώκουν να γνωρίσουν νέες οινικές περιοχές και να εμπλουτίσουν την ταξιδιωτική τους εμπειρία με γαστρονομικές – οινικές δραστηριότητες, εικόνες και γεύσεις που προσφέρει ο κάθε προορισμός.

[1] Γεωργοί, κτηνοτρόφοι, τυποποιητές, μεταποιητές, έμποροι, εστιάτορες, chef, ξενοδόχοι, οινοποιοί, τουριστικά πρακτορεία, οργανωτές περιηγήσεων - εκδηλώσεων, εκπαιδευτικά και πανεπιστημιακά ιδρύματα, κ.α.

Σύμφωνα με το Future Market Insights, τα παγκόσμια έσοδα από τον οινοτουρισμό κυμάνθηκαν στα 13,9 δις δολάρια το 2023, ενώ οι εκτιμήσεις για το 2033 ανέρχονται σε 47,5 δις δολάρια. Τα στοιχεία τεκμηριώνουν το γεγονός ότι ο γαστρονομικός – οινικός τουρισμός είναι ένα νέο αναπτυσσόμενο τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, με διαρκώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για το κρασί και τις γαστρονομικές εμπειρίες.

Από έρευνα της εταιρείας Mabrian,[2] προκύπτει ότι οι τάσεις τουριστικής ζήτησης μεταβάλλονται διαρκώς και το μοντέλο της «ηλιοθεραπείας» εγκαταλείπεται από τον σύγχρονο τουρίστα. Μόλις ένας στους τρεις έχει μετά την πανδημία ως κίνητρο διακοπών την ηλιοθεραπεία, ενώ τέσσερις στους δέκα αναζητούν προορισμούς που προσφέρουν εναλλακτικές προτάσεις όπως φύση, γαστρονομία, εμπειρίες, ευεξία, κ.α. δίνοντας έτσι την θέση σε ένα νέο μοντέλο ταξιδιώτη όπου οι βιωματικές δραστηριότητες αντικαθιστούν τα συμβατικά κίνητρα για ταξίδια.

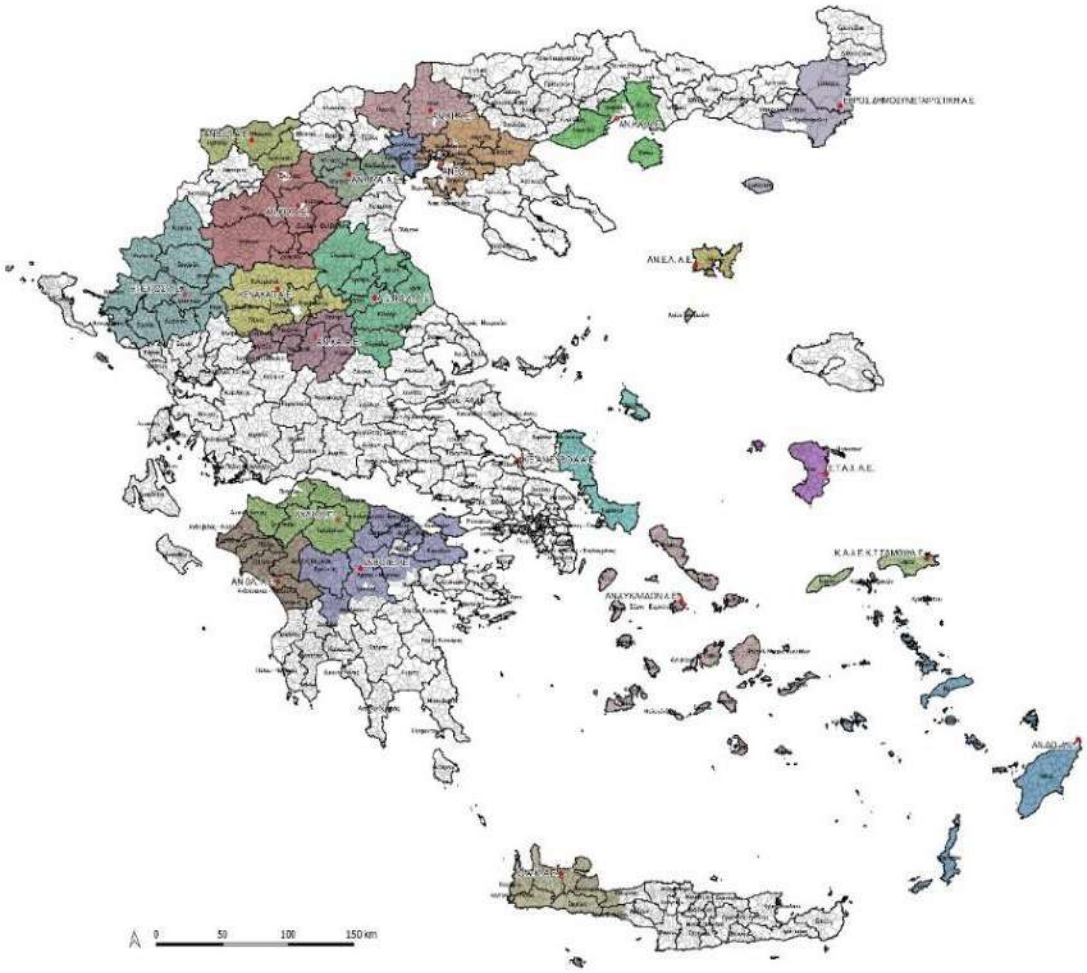
Στη βάση των παραπάνω και σε συνάρτηση με τις προδιαγραφές και κατευθύνσεις, η εμπειρογνωμοσύνη είναι από κάθε άποψη σκόπιμη και αναγκαία και κινείται εκ των πραγμάτων σε τρία επίπεδα:

α. στον οινικό πλούτο της Ελλάδας,

β. στην τάση ανάπτυξης του γαστρονομικού-οινικού τουρισμού και

γ. στη σταδιακή μεταβολή των κινήτρων ταξιδιού του σύγχρονου επισκέπτη.

[2] Συμβουλευτική εταιρεία για τον τουρισμό, Mabrian Technologies, 2023.



Χάρτης περιοχών 22 ΟΤΔ. Ίδια επεξεργασία.

1.5 Εννοιολογική προσέγγιση του Οινικού Τουρισμού

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τον οινικό τουρισμό – οινοτουρισμό ως υποσύνολο του γαστρονομικού τουρισμού. Ο οινοτουρισμός προσφέρει μια μοναδική ευκαιρία ενίσχυσης της γαστρονομικής εμπειρίας συνδυάζοντας το κρασί με το φαγητό. Η παροχή (τοπικών) συνοδευτικών εδεσμάτων, παράλληλα με τη γευσιγνωσία κρασιού, είναι ένας απλός αλλά συνάμα αποτελεσματικός τρόπος για την προσέλκυση επισκεπτών. Ωστόσο, το φάσμα των γαστρονομικών εμπειριών εκτείνεται και σε εστιατόρια που βρίσκονται πέριξ ή μέσα στο οινοποιείο ή σε συνεργασίες με τοπικά εστιατόρια και σεφ και ακόμη, στην οργάνωση μαθημάτων μαγειρικής ή στην παρασκευή – συνδυασμό φαγητού και κρασιού, προκειμένου να βελτιωθεί και να αναβαθμισθεί η προσφορά του οινοτουριστικού προϊόντος.

Ο οινοτουρισμός είναι μία ειδική μορφή τουρισμού η οποία εξειδικεύεται στο να παρέχει υπηρεσίες υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας, γευσιγνωσίας και εστίασης σε χώρους οι οποίοι συνδέονται με οινοποιητικές και οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις (ΙΝΣΕΤΕ, 2019). Οι υπηρεσίες αυτές σε συνδυασμό με δραστηριότητες που αφορούν στην παραγωγή του κρασιού και την αμπελοκαλλιέργεια, προσφέρουν μία μοναδική γαστρονομική (τουριστική) εμπειρία.

Παράλληλα και σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2017), ο οίνος και η γαστρονομία, έχουν γίνει βασικά συστατικά σε ό,τι αφορά την εμπειρία του επισκέπτη και τη γνωριμία του με την φύση, τον πολιτισμό και τον τρόπο ζωής του προορισμού. Ένα επιτυχημένο προϊόν οινικού και γαστρονομικού τουρισμού πρέπει να είναι στενά συνδεδεμένο με το ευρύτερο περιβάλλον, γεγονός που σημαίνει την ενσωμάτωση πολιτιστικών, γαστρονομικών και φυσικών στοιχείων της περιοχής στην ποιότητα, ταυτότητα και φήμη του οινοτουριστικού προϊόντος.

Στο πλαίσιο των κατευθύνσεων για την Ανάπτυξη του Γαστρονομικού Τουρισμού[3] ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού - (ΠΟΤ 2019) αναφέρει ότι ο γαστρονομικός τουρισμός είναι «ένας είδος τουριστικής δραστηριότητας που αφορά την εμπειρία του επισκέπτη που συνδέεται με τρόφιμα και συναφή προϊόντα και δραστηριότητες, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του. Ο οινοτουρισμός («eno-tourism» ή «wine tourism»), ως υποκατηγορία του γαστρονομικού τουρισμού, αναφέρεται στον τουρισμό που έχει ως σκοπό την επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, τη γευσιγνωσία, την κατανάλωση ή/και αγορά κρασιού, συχνά κοντά ή/και στην πηγή».

Σύμφωνα με την Word Food Travel Association[4], ο γαστρονομικός τουρισμός αφορά στην αναζήτηση ιδιαίτερων ή μοναδικών εμπειριών φαγητού και ποτού. Η Οργάνωση Γαστρονομικού Τουρισμού του Ontario του Καναδά (OCTA) αναφέρει ότι γαστρονομικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που «περιλαμβάνει κάθε τουριστική εμπειρία στην οποία ένα άτομο μαθαίνει, εκτιμά, καταναλώνει ή τολμά να απολαύσει φαγητό και ποτό γεγονός που αντικατοπτρίζει την τοπική κουζίνα, την κληρονομιά ή τον πολιτισμό μίας περιοχής». Πράγματι, η κουζίνα, οι πρώτες ύλες, τα μέσα και οι τρόποι παρασκευής των φαγητών και των ποτών κάθε τόπου παρέχουν πληροφορίες για την ιστορία, την παραγωγή, τα έθιμα, τις συνήθειες και τον τρόπο ζωής των κατοίκων του.

Επίσης, η Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού που συστάθηκε από το Υπουργείο Τουρισμού τον Απρίλιο του 2020, επισημαίνει ότι ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένα εξειδικευμένο ταξίδι, που μπορεί να δημιουργήσει εικόνες και μνήμες για μια περιοχή, βάζοντάς την στο χάρτη επισκεψιμότητας, παράλληλα με τις πολιτιστικές διαδρομές, ως μέρος της ταυτότητας μιας περιοχής (διασύνδεση πολιτιστικών και γαστρονομικών διαδρομών).

Στην χώρα μας, το πλαίσιο του οινοτουρισμού ορίζεται με τον Νόμο 4276/2014[5] και το άρθρο 25 «οινοτουρισμός» με το οποίο παρουσιάζεται ως η ειδική μορφή τουρισμού η οποία αφορά στην παροχή υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με οινοποιητικές ή και οινοπαραγωγικές (αμπελώνες) εγκαταστάσεις. Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες σχετικές με την αμπελοκαλλιέργεια και την οινική παραγωγή. Εντός των ορίων των εγκαταστάσεων

[3] UNWTO, 2019 Guidelines for the Development of Culinary Tourism
[4] https://www.worldfoodtravel.org/
[5] Νόμος 4276/2014, (ΦΕΚ Α' 155/30-7-2014), Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες διατάξεις

δύνανται να δημιουργούνται χώροι εστίασης και μη κύρια τουριστικά καταλύματα. Παράλληλα θεσπίζεται το «Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου» το οποίο ουσιαστικά πιστοποιεί μία οινοποιητική ή/και οινοπαραγωγική εγκατάσταση ως οινοτουριστική εφόσον: α) μέσα στα όρια της εγκατάστασης παρέχονται υπηρεσίες είτε ξενάγησης είτε υποδοχής και φιλοξενίας σε μη κύρια τουριστικά καταλύματα είτε εστίασης είτε το σύνολο των ως άνω υπηρεσιών και β) διαθέτει χώρους και εγκαταστάσεις ειδικών προδιαγραφών που διασφαλίζουν την επισκεψιμότητα.

Το 2018 σύμφωνα με το ΦΕΚ 3233/07-08-2018 ορίστηκαν εκ νέου οι τεχνικές και οι ειδικές προδιαγραφές λειτουργίας των οινοτουριστικών επιχειρήσεων και θεσπίζεται νέο Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου (ΣΕΟ). Τέλος, σύμφωνα με το Ν. 4582/2018[6] και το άρθρο 4, ο οινοτουρισμός χαρακτηρίζεται ως δραστηριότητα του τουρισμού υπαίθρου, ενώ διατηρείται ο ορισμός που δόθηκε με το Ν. 4276/2014.

1.6 Βασικές έννοιες Οινικού - Γαστρονομικού Τουρισμού

Χαρτοφυλάκιο γαστρονομικού - οινικού τουρισμού: Το φαγητό και το ποτό εκ των πραγμάτων αποτελούν τον πυρήνα της γαστρονομικής προσφοράς. Για να μπορέσει όμως, ένας προορισμός να ικανοποιήσει την συγκεκριμένη τουριστική αγορά πρέπει να επενδύσει ποιοτικά, να στηρίξει και να εμπλουτίσει αυτόν τον βασικό συνδυασμό.

Οι δημοφιλείς γαστρονομικοί προορισμοί σχεδιάζουν για τους τουρίστες ένα μίγμα προϊόντων, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν τα προϊόντα και τα πιάτα ενός τόπου, το ταλέντο και τη δημιουργικότητα όσων τα δημιουργούν, τη μοναδικότητα και την παράδοση του τόπου, ώστε να προσφέρουν στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη και αξέχαστη ταξιδιωτική - γαστρονομική εμπειρία.

Τόσο η βιβλιογραφική επισκόπηση, όσο και η διεθνής εμπειρία δείχνουν ότι η τουριστική αγορά συνδέεται με τη γαστρονομία με σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων που συνθέτουν το χαρτοφυλάκιο του γαστρονομικού τουρισμού.

Οινικές διαδρομές - Δρόμοι του κρασιού: αφορά μια αμιγώς τοπικού χαρακτήρα και μοναδικότητας πρόταση προς τον επισκέπτη να ακολουθήσει μια προκαθορισμένη διαδρομή, η οποία διασχίζει τα ενδιαφέροντα σημεία μιας αμπελουργικής ζώνης και τον προτρέπει να επισκεφτεί οινοπαραγωγικές μονάδες, να γευτεί τοπικά κρασιά σε συνδυασμό με πιάτα τοπικής γαστρονομίας, να θαυμάσει τοπία και χώρους με φυσικό, αρχαιολογικό ή πολιτιστικό ενδιαφέρον.

Γαστρονομικές διαδρομές: οι γαστρονομικές διαδρομές είναι ένα πολύ δημοφιλές τουριστικό προϊόν, που αποτελεί πολύπλοκη θεματική του τουριστικού προϊόντος, αφού η «κατανάλωση» αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής εμπειρίας. Είναι ένα από τα πιο δυναμικά και βιώσιμα προϊόντα, καθώς συνθέτουν ένα σύστημα που αντιπροσωπεύει μια ολοκληρωμένη και θεματική τουριστική προσφορά που ορίζεται από μία ή περισσότερες διαδρομές σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή με την οποία συνδέεται ένα σύνολο προϊόντων, υπηρεσιών ή σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος όπως εργαστήρια, οινοποιεία, εστιατόρια, κ.α.

Τα σημεία αυτά προβάλλονται σε τουριστικούς οδηγούς και συσχετίζονται με ένα συγκεκριμένο φαγητό, προϊόν ή τύπο φαγητού με αξεπέραστη ποιότητα και που

[6] Νόμος 4582/2018 (Τεύχος Α' 208/11.12.2018), Θεματικός τουρισμός – Ειδικές μορφές τουρισμού – Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης – Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις.

συνδυάζονται με εκδηλώσεις ή γαστρονομικές δραστηριότητες. Οι πληροφορίες για τη διαδρομή παραπέμπουν επίσης σε τόπους, χώρους ή αξιοθέατα, προωθώντας έτσι την τοπική ανάπτυξη. Οι γαστρονομικές διαδρομές είναι επιτυχημένες όταν καταφέρνουν να μετατρέψουν – μετεξελίξουν μια περιοχή σε γαστρονομικό τουρισμό, σημείο έλξης για τουρίστες και να δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία στον προορισμό σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό[7].

1.7 Οινοτουρίστες

Κατά τους Marzo-Navarro & Pedraja-Iglesias (2010) οι οινοτουρίστες είναι συνήθως άτομα ηλικίας 30 -50 ετών, έχουν σχετικά υψηλό επίπεδο εισοδήματος, προέρχονται από την περιοχή -τόπο παραγωγής ή άλλον κοντινό προορισμό, προτιμούν και καταναλώνουν συχνά κρασί και έχουν ένα υψηλό έως πολύ υψηλό επίπεδο γνώσεων σχετικά με την οινολογία. Επομένως ο οινοτουρίστας εκ των πραγμάτων έχει την ανάγκη να έρθει σε επαφή τόσο με τον οίνο, όσο και με τον τόπο που παράγεται.

Σύμφωνα με τον Per Karlsson (2017), υπάρχουν διαφορετικά είδη οινοτουριστών:

- Ο **φανατικός του οίνου**: θέλει να μάθει για τον τόπο-περιοχή, τον παραγωγό, τις διαδικασίες οινοποίησης, τις ποικιλίες, την ιστορία, τα υπόλοιπα προϊόντα κ.α. Για αυτή την κατηγορία τουριστών, το κρασί είναι ο μοναδικός σκοπός του ταξιδιού.
- Ο **Γαστροτουρίστας**: ενδιαφέρεται γενικά για τη γαστρονομία. Γι' αυτόν, το φαγητό και το κρασί είναι ο βασικός λόγος του ταξιδιού του.
- Ο **περαστικός-περιστασιακός τουρίστας**: δεν ενδιαφέρεται αποκλειστικά για το κρασί, αλλά αν επισκεφτεί μια περιοχή κρασιού, αποφασίζει συνήθως να επισκεφτεί ένα οινοποιείο.
- **Ο διαχρονικός λάτρης του οίνου**, ο οποίος γνωρίζει τα κρασιά και μπορεί να συζητήσει πιο λεπτομερή και εις βάθος θέματα με τον οινοπαραγωγό. Η σύνδεση οίνου και φαγητού είναι σημαντική για αυτό το προφίλ τουρίστα, ο οποίος επισκέπτεται το οινοποιείο για αγορά και δοκιμή οίνου, αλλά και για να μάθει λεπτομέρειες και να εμπλουτίσει τις γνώσεις του.
- **Ο ενδιαφερόμενος για τον οίνο,** ο οποίος αγαπάει το κρασί, έχει επισκεφθεί στο παρελθόν οινοποιεία και έχει παρευρεθεί σε δοκιμές κρασιών, ενώ συχνά συνδυάζει το φαγητό με το κρασί και την εξερεύνηση της υπαίθρου, συνήθως ταξιδεύει με φίλους και επιδιώκει νέες οινικές εμπειρίες.
- **Ο περίεργος για το κρασί**, που έχει χαμηλό προς μέτριο ενδιαφέρον, επιδιώκει να επισκεφθεί έναν οινικό προορισμό για λόγους που δεν έχουν σχέση απαραίτητα με το κρασί, ενώ τα οινοποιεία θεωρούνται από αυτόν ένα ακόμη αξιοθέατο.
- **Ο μη ενδιαφερόμενος για τον οίνο**, ο οποίος επισκέπτεται οινοποιεία ως μέρος μίας ομάδας, θεωρώντας το ως μία εναλλακτική επιλογή. Δεν έχει κάποιο ιδιαίτερο ενδιαφέρον ούτε επιδιώκει να μάθει παραπάνω για τον οίνο.

Συνοψίζοντας, στα κίνητρα των οινοτουριστών αναφέρεται η επιθυμία[8]:

- να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους για το κρασί
- να γνωρίσουν το περιβάλλον που σχετίζεται με το κρασί
- να γνωρίσουν από κοντά τις ιδιότητες και την ταυτότητα του

[7] Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού Υπουργείου Τουρισμού (2021)
[8] Ντίνος Στεργίδη, Αργύρης Καλλιανιώτης, Γιώργος Μακρής, Οινοτουρισμός στην Ελλάδα: Η πρώτη επαφή με μια απολαυστική ταξιδιωτική τάση.

- να ανακαλύψουν τον πλούτο των τοπικών γεύσεων
- να συνδυάσουν φαγητό και κρασί με μια περιήγηση
- να έλθουν σε επαφή με τον τοπικό πολιτισμό και την κουλτούρα
- να επισκεφθούν τη φύση και να την γνωρίσουν από κοντά
- να περιεργαστούν και καμαρώσουν την τοπική αρχιτεκτονική
- να κινηθούν μακριά από τους συνήθεις εργασιακούς ρυθμούς, κ.ά.

1.8 Οινοτουριστικές υπηρεσίες & οινοποιεία

Το οινοτουριστικό προϊόν συνθέτουν κατά κύριο λόγο οινοτουριστικές υπηρεσίες, οι οποίες αποτελούν το σύνολο των δραστηριοτήτων και των παροχών που προσφέρονται στους επισκέπτες όταν βρίσκονται σε οινοποιεία, αμπελώνες, τουριστικά καταλύματα και άλλα σχετικά σημεία ενδιαφέροντος, με στόχο την προώθηση του κρασιού και της οινοπαραγωγικής κουλτούρας της περιοχής. Αυτές οι υπηρεσίες αποσκοπούν στο να προσφέρουν μια ολοκληρωμένη και ποιοτική εμπειρία στον επισκέπτη, ενώ ταυτόχρονα ενισχύουν την εμπειρία που ο επισκέπτης αποκομίζει από τον τόπο επίσκεψης.

Οι κύριες οινοτουριστικές υπηρεσίες αφορούν:

1. Ξεναγήσεις σε οινοποιεία και αμπελώνες

- Περιηγήσεις στους αμπελώνες με οδηγό που εξηγεί τη διαδικασία καλλιέργειας, το terroir και την ιστορία της περιοχής.
- Ξεναγήσεις στους χώρους παραγωγής, όπου οι επισκέπτες παρακολουθούν ή ενημερώνονται για τα στάδια παραγωγής του κρασιού (από τη συγκομιδή μέχρι την εμφιάλωση) και ξεναγήσεις σε μουσεία οίνου ιδιαίτερου ενδιαφέροντος, που βρίσκονται στους χώρους των οινοποιείων (π.χ. κτήμα Γεροβασιλείου , η συλλογή ανοιχτηριών του, ξεκινά τη δεκαετία του '70, αριθμεί περισσότερα από 2600 αντικείμενα και τον κατατάσσει σ' έναν από τους μεγαλύτερους συλλέκτες ανοιχτηριών στον κόσμο.)
- Περιηγήσεις σε οινοποιεία ή αρχιτεκτονικά σημαντικούς χώρους που συνδέονται με την ιστορία του κρασιού.

2. Γευσιγνωσία κρασιών (Wine Tasting)

- Δοκιμές κρασιού με την καθοδήγηση έμπειρων σομελιέ, οι οποίοι εκπαιδεύουν τους επισκέπτες στη σωστή διαδικασία γευσιγνωσίας και τους βοηθούν να αναγνωρίσουν αρώματα και γεύσεις, αλλά και τους συστήνουν ποικιλίες κρασιού, ενισχύοντας τη διάδοση της οινικής ταυτότητας του τόπου.
- Θεματικές γευσιγνωσίες (π.χ. γευσιγνωσία συγκεκριμένης ποικιλίας, κάθετες γευσιγνωσίες κ.ο.κ.).

3. Γαστρονομικές εμπειρίες

- Συνδυασμός κρασιού και φαγητού (wine and food pairing), όπου τοπικά εδέσματα σερβίρονται μαζί με τα κατάλληλα κρασιά, εξιστορώντας ταυτόχρονα πληροφορίες και ιστορίες για το κρασί και το φαγητό.
- Μαθήματα μαγειρικής που βασίζονται σε τοπικά προϊόντα, δίδοντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να μάθουν τρόπους παρασκευής και να τις συνδυάσουν με τοπικά κρασιά.

4. Εκπαίδευση και σεμινάρια οινογνωσίας

- Σεμινάρια γευσιγνωσίας και κατανόησης του κρασιού, τα οποία απευθύνονται τόσο σε αρχάριους όσο και σε πιο έμπειρους καταναλωτές.

- Workshops και εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με την οινοποίηση, τη βιολογική ή βιοδυναμική καλλιέργεια αμπέλων και τη δημιουργία των δικών τους blends (μίξεις κρασιών).

5. Προϊόντα ευεξίας και χαλάρωσης
- Υπηρεσίες οινοθεραπείας (wine spa), όπου χρησιμοποιούνται προϊόντα που προέρχονται από σταφύλια και κρασί, με σκοπό την περιποίηση ή/και χαλάρωση των επισκεπτών.
- Χώροι διαμονής σε αμπελώνες ή οινοποιεία (wine resorts), που προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες χαλάρωσης σε ένα περιβάλλον που σχετίζεται με το κρασί (θέα σε αμπελώνες κ.ο.κ.).

6. Εκδηλώσεις στο πλαίσιο του τρύγου (Harvesting Fests)
- Δραστηριότητες που επιτρέπουν στους επισκέπτες να συμμετέχουν στη διαδικασία συγκομιδής σταφυλιών, δίνοντάς τους την ευκαιρία να βιώσουν την εμπειρία του τρύγου.
- Εκδηλώσεις εορτασμού της συγκομιδής (τρύγου), όπου οι επισκέπτες μπορούν να συμμετάσχουν στη διαδικασία του τρύγου, αλλά και σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις.

7. Θεματικές διαδρομές κρασιού (Wine Routes)
- Οργάνωση περιηγήσεων που συνδέουν οινοποιεία και αμπελώνες με σημεία πολιτιστικού, ιστορικού ή φυσικού ενδιαφέροντος της περιοχής.
- Διαδρομές με επίκεντρο την οινοτουριστική εμπειρία, που προσφέρουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα να ανακαλύψουν διαφορετικά οινοποιεία, αλλά και τις τοπικές ποικιλίες.

8. Πολιτιστικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις
- Φεστιβάλ κρασιού, συναυλίες και καλλιτεχνικές εκθέσεις που διοργανώνονται σε οινοποιεία και αμπελώνες, συνδυάζοντας τον πολιτισμό με την οινοτουριστική εμπειρία.
- Εκδηλώσεις που αναδεικνύουν την τοπική παράδοση και τη σύνδεσή της με την παραγωγή κρασιού, όπως θεματικά δείπνα, εκθέσεις τέχνης, τοπικά πανηγύρια κ.α.

9. Αγορές τοπικών προϊόντων και αναμνηστικά
- Wine shops ή boutiques μέσα στα οινοποιεία, όπου οι επισκέπτες μπορούν να αγοράσουν κρασιά, τοπικά προϊόντα (π.χ., ελαιόλαδο, τυριά) και αναμνηστικά που αφορούν τον οίνο.
- Παροχή της δυνατότητας αγοράς κρασιού σε ειδικές συσκευασίες ή συλλεκτικές εκδόσεις.

10. Ειδικές προσφορές και προγράμματα για επισκέπτες
- Πακέτα διαμονής που περιλαμβάνουν διανυκτερεύσεις σε καταλύματα οινοποιείων σε συνδυασμό με γευσιγνωσίες και άλλες δραστηριότητες.
- Οργάνωση ιδιωτικών ή VIP ξεναγήσεων, προσφέροντας στους επισκέπτες εξατομικευμένες υπηρεσίες για μια πιο προσωπική εμπειρία.

Οι οινοτουριστικές υπηρεσίες στοχεύουν στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης και αυθεντικής εμπειρίας για τους επισκέπτες, προάγοντας τη φήμη των οινοπαραγωγικών περιοχών και ενισχύοντας την τοπική οικονομία.

1.9 Τάσεις στον τομέα του Οινοτουρισμού

Οι τάσεις στον τομέα του οινοτουρισμού διαμορφώνονται από παραμέτρους όπως οι νέες τεχνολογίες, η κλιματική αλλαγή και η ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον, τα καταναλωτικά και διατροφικά πρότυπα, και εν γένει από τις γενικότερες τάσεις που χαρακτηρίζουν την τουριστική αγορά.

Ειδικότερα, ορισμένες τάσεις αποτελούν:

Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ Η ΑΕΙΦΟΡΙΑ

Ο όρος βιώσιμη ανάπτυξη και αειφορία δεν επικεντρώνεται μόνο στην με σεβασμό και ορθή διαχείριση του περιβάλλοντος και κατ' επέκταση των φυσικών πόρων, αλλά αντίθετα περικλείει και άλλες διαστάσεις που άπτονται της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, καθώς και της διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς[9].

Οι σύγχρονοι καταναλωτές είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένοι. Στο αξιακό τους σύστημα οι αρχές της οικολογίας, της βιωσιμότητας και του υγιεινού τρόπου ζωής κατέχουν βαρύνουσα θέση, ενώ ενδιαφέρονται για προορισμούς με χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, που αξιοποιούν τοπικούς πόρους και παραδοσιακές τεχνικές προασπίζοντας την αυθεντικότητα του τόπου, την αειφορία και τη βιωσιμότητά του.

Στο πλαίσιο αυτό, προβάδισμα θα έχουν οινοποιοί και οινοποιητικές μονάδες που λειτουργούν στα πρότυπα της βιωσιμότητας και της αειφορίας, εφαρμόζουν πρακτικές κυκλικής οικονομίας και ελαχιστοποίησης του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος.

Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΜΠΕΙΡΙΩΝ

Το μοντέλο του τουρισμού έχει αλλάξει άρδην τα τελευταία χρόνια και ο τουρισμός εμπειριών κερδίζει ολοένα έδαφος υποδηλώντας τις αλλαγές στις προτιμήσεις των τουριστών. Οι ταξιδιώτες αναζητούν εμπειρίες και στην κατεύθυνση αυτή επιδιώκουν τη σύνδεση με την τοπική κοινωνία, την κουλτούρα, τον τοπικό πολιτισμό και τη γαστρονομία, με τη συμμετοχή σε γαστρονομικές και οινικές δραστηριότητες από τις οποίες θα αποκομίσουν μοναδικές ταξιδιωτικές μνήμες (π.χ. γευσιγνωσία και οινογνωσία, μαθήματα μαγειρικής, επισκέψεις σε οινοποιεία, αγροκτήματα, τοπικές αγορές, συμμετοχή σε γαστρονομικά φεστιβάλ, κ.α.).

Για την ανάπτυξη πολυδιάστατων βιωματικών εμπειριών είναι αναγκαία η συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων στην αλυσίδα αξίας του οινοτουρισμού.

ΤΟ ΚΙΝΗΜΑ «ΑΡΓΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - SLOW TOURISM»

Σύμφωνα με δημοσιευμένο άρθρο στην ηλεκτρονική σελίδα του traveldailynews.gr (Γιώτα Μοσχοπουλίδου, 2025)[10], «Ο τουρισμός αργού ρυθμού κερδίζει έδαφος ως βιώσιμο μοντέλο, ενισχύοντας την τοπική οικονομία και προωθώντας ουσιαστικές ταξιδιωτικές εμπειρίες. Εμπνευσμένος από το κίνημα του slow food και τις αρχές της βιωσιμότητας, ο αργός τουρισμός προωθεί την ποιότητα αντί της ποσότητας και την ουσιαστική σύνδεση με τον τόπο. Ο αργός ταξιδιώτης επιλέγει να παραμείνει περισσότερο σε λίγα μέρη, να αφομοιώσει

9 ΙΝΣΕΤΕ, Ελληνικός Τουρισμός 2030, Σχέδια Δράσης, Mega Trends
10 https://www.traveldailynews.gr/column/arthro/slow-tourism-mia-anagkaia-metastrofi-ston-toyrismo-toy-21oy-aiona/

τον τοπικό τρόπο ζωής και να εμβαθύνει στις πολιτισμικές και φυσικές πτυχές του κάθε τόπου».

Η τάση αυτή υποδηλώνει την ανάγκη των ανθρώπων για αποφόρτιση από τους έντονους ρυθμούς της καθημερινότητας, για ψυχική ανάταση και χαλάρωση. Στο πλαίσιο αυτό αναζητούν αποδράσεις και εμπειρίες στη φύση, ενώ το φαγητό και το κρασί ανέκαθεν αποτελούσαν τρόπο διασκέδασης και αναψυχής.

Ο οινοτουρισμός ικανοποιεί την τάση αυτή, αφού πίνοντας κανείς ένα καλό κρασί, δοκιμάζοντας τοπικό φαγητό και αυθεντικές γεύσεις, απολαμβάνοντας ήχους και εικόνες της φύσης αποδρά από τον αστικό ιστό και την καθημερινότητα, βιώνοντας μια αυθεντική και προσωποποιημένη εμπειρία.

Η ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΩΝ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΚΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Σε σύνδεση με την τάση για αποφυγή του υπερτουρισμού και τη βιώσιμη ανάπτυξη, καταγράφεται ενδιαφέρον για ανακάλυψη νέων προορισμών, δημιουργώντας έτσι ευκαιρίες ανάπτυξης του οινοτουρισμού και σε λιγότερο δημοφιλείς οινικές περιοχές.

ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Η τεχνολογία εξελίσσονται με ραγδαίους ρυθμούς και ο ψηφιακός μετασχηματισμός των οινοποιητικών μονάδων και όλων των εμπλεκόμενων στην αλυσίδα αξίας του οινοτουρισμού καθίσταται απολύτως αναγκαίος για την ανταγωνιστικότητά τους.

Η χρήση νέων τεχνολογιών όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η επαυξημένη και εικονική Πραγματικότητα (AR–VR), το ψηφιακό marketing, κ.α., συνιστούν ψηφιακά εργαλεία που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον τουρισμό, στη δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου και πληροφορίας, στην προώθηση τουριστικών προϊόντων και εμπειριών, αλλά και την προσέγγιση νέων τμημάτων της οινικής και τουριστικής αγοράς.

Η ανάπτυξη υπηρεσιών όπως on-line κρατήσεων, ψηφιακό περιεχόμενο και storytelling, ψηφιακών περιηγήσεων σε αμπελώνες και οινοποιεία, εικονικές γευσιγνωσίες αποτελούν ορισμένες μόνο εφαρμογές για την ψηφιακή μετάβαση του οινοποιητικού κλάδου.

2 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

2.1 Υφιστάμενη κατάσταση «οινοτουρισμού» ανά Περιφέρεια

ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΘΡΑΚΗ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΈΒΡΟ

Στην περιοχή του Έβρου - και ιδίως στο Σουφλί - η αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή κρασιού ήταν ιδιαίτερα αναπτυγμένη από το 1870 έως στις αρχές του 20ου αιώνα. Σήμερα, το μεγαλύτερο τμήμα του εβρίτικου αμπελώνα και το μέγιστο ενδιαφέρον για τους οινόφιλους εντοπίζονται στις Δημοτικές Ενότητες Σουφλίου και Τριγώνου. Στην περιοχή παράγονται οι οίνοι ΠΓΕ Έβρος και το ενδιαφέρον των επισκεπτών επικεντρώνεται στη Διαδρομή του Κρασιού του Διονύσου που εντάσσεται στις Διαδρομές Κρασιού της Βορείου Ελλάδος.

Ορισμένα ενδιαφέροντα αξιοθέατα για τους επισκέπτες της περιοχής αποτελούν το Δέλτα του ποταμού Έβρου, η μονή Κοσμοσώτειρας στις Φέρες, το δάσος της Δαδιάς, το μουσείο μεταξιού στο Σουφλί, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα μετάβασης στο νησί της Σαμοθράκης.

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΑΒΑΛΑ

Η περιοχή της Καβάλας είναι γνωστή από την αρχαιότητα για την καλλιέργεια και ποιότητα του οίνου της. Ο μύθος αναφέρει ότι στο Παγγαίο Όρος λατρεύτηκε ο θεός Διόνυσος και στον προϊστορικό οικισμό του Ντικιλί Τας, κοντά στον αρχαιολογικό χώρο των Φιλίππων, βρέθηκαν καμένοι σπόροι και φλοίδες σταφυλιών ηλικίας 6.500 ετών.

Ο αμπελώνας της Καβάλας και τα οινοποιεία είναι συγκεντρωμένα στα νοτιοδυτικά, στο Παγγαίο και τη νότια απόληξή του, το Σύμβολο και την κοιλάδα των Πιερέων σε κοντινές σχετικά αποστάσεις. Ο αμπελώνας του Παγγαίου παράγει τους οίνους ΠΓΕ Παγγαίο (Τοπικός Οίνος Παγγαίου), ενώ από τα τέλη του 2010 ο αμπελώνας της Καβάλας παράγει τους οίνους ΠΓΕ Καβάλα.

Τα περισσότερα οινοποιεία βρίσκονται στις περιοχές Ελευθερών και Ορφανού. Οι δυνατότητες ανάπτυξης οργανωμένου οινοτουρισμού στην περιοχή είναι μεγάλες. Τμήμα της Διαδρομής του Κρασιού του Διονύσου, μιας από τις διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Βόρειας Ελλάδας διέρχεται από την περιοχή της Καβάλας.

Τα αξιοθέατα που μπορεί να επισκεφτεί κανείς πέραν της Καβάλας είναι πολλά όπως π.χ. το Δέλτα του Νέστου, οι λίμνες και λιμνοθάλασσες της Χρυσούπολης, το Παγγαίο, ο αρχαιολογικός χώρος και η παλαιοχριστιανική πόλη των Φιλίππων στις Κρηνίδες, η Ανακτορόπολη κοντά στη Νέα Πέραμο, ο πύργος της Απολλωνίας, κ.α.

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΘΑΣΟ

Η ιστορία του κρασιού στη Θάσο ανάγεται στα αρχαία χρόνια. Ο «Θάσιος οίνος» ήταν εκ των πλέον διάσημων ονοματισμένων οίνων της αρχαιότητας και η παλαιότερη επιγραφή που τεκμηριώνει το εμπόριο κρασιού έχει βρεθεί στο νησί.

Στα χωριά Κάστρο και Μικρό Καζαβήτι υπάρχουν αρχαίοι ληνοί (πατητήρια) και στο Αρχαιολογικό Μουσείο της Θάσου φυλάσσονται πολλά εκθέματα και επιγραφές γύρω από τον οίνο. Από τα τέλη του 2010 ο αμπελώνας της Θάσου παράγει τους οίνους ΠΓΕ Θάσος. Στο νησί λειτουργεί ένα οινοποιείο.

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Η ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης έχει εξελιχθεί σε μία πολύ σημαντική οινοπαραγωγική περιοχή της Ελλάδος. Διαθέτει τέσσερις οίνους Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης, την ΠΓΕ Θεσσαλονίκη, την ΠΓΕ Επανομή, την ΠΓΕ Νέα Μεσημβρία και την ΠΓΕ Πλαγιές Βερτίσκου. Καλλιεργούνται τόσο γηγενείς, όσο και διεθνείς ποικιλίες όπως το Ασύρτικο, η Μαλαγουζιά, ο Ροδίτης το Sauvignon Blanc και το Chardonnay από λευκές και το Λημνιό, το Ξινόμαυρο, το Syrah, το Merlot, το Cabernet Sauvignon και το Greneche Rouge. Το οινοτουριστικό ενδιαφέρον επικεντρώνεται κυρίως στις Δημοτικές Ενότητες Αρέθουσας, Βασιλικών, Αγίου Αθανασίου, Λαγκαδά, Βερτίσκου, Επανομής, Εχεδώρου, Ν.Μηχανιώνας, Μίκρας και Σοχού. Η περιοχή διασχίζεται από τη Διαδρομή του κρασιού της Θεσσαλονίκης με πολλά αξιοθέατα επί της διαδρομής, αλλά και στη ευρύτερη από αυτήν περιοχή. Επίκεντρο της διαδρομής είναι η Πόλη της Θεσσαλονίκης η οποία έχει μεγάλη αρχαία ιστορία και πλήθος από αξιοθέατα που συγκροτούν ένα ανοικτό μουσείο, με πολύ ενδιαφέρουσες διαδρομές. Σημειώνεται ότι, ο ορεινός όγκος καθώς και οι λίμνες Κωρώνειας και Βόλβης, οι Νυμφόπτρες, τα στενά της Ρεντίνας και το Δέλτα του Αξιού πάνω στο οποίο βρίσκεται ένα από τα πιο εντυπωσιακά οικοσυστήματα της χώρας προσφέρει παράλληλα στους επισκέπτες της Διαδρομής πολλές δυνατότητες για φυσιολατρικό τουρισμό.

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΚΙΛΚΙΣ

Στο δυτικό τμήμα της περιοχής του Κιλκίς αναπτύσσονται οι αμπελώνες της Γουμένισσας, όπου παράγονται οι οίνοι ΠΟΠ Γουμένισσα και ΠΓΕ Πλαγιές Πάικου. Τα οινοποιεία, είναι συγκεντρωμένα στον άξονα Αξιούπολης - Γουμένισσας - Φιλυριάς σε κοντινές μεταξύ τους αποστάσεις και σχεδόν όλα είναι επισκέψιμα παρέχοντας υπηρεσίες ξενάγησης και γευσιγνωσίας. Η περιοχή της Γουμένισσας είναι τμήμα της Διαδρομής του Κρασιού Πέλλας - Γουμένισσας.

Στα ενδιαφέροντα αξιοθέατα της ευρύτερης περιοχής περιλαμβάνονται ο βοτανικός κήπος Κρουσίων, το Ίωρον, το Γυναικόκαστρο, το μουσείο φυσικής ιστορίας Αξιούπολης και η λίμνη Δοϊράνη.

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΜΑΘΙΑ

Στον οινικό χάρτη της Περιφερειακής Ενότητας Ημαθίας το οινικό ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην ανατολική πλευρά του Βερμίου, στην ευρύτερη περιοχή του αμπελώνα της Νάουσας, όπου παράγονται εξαιρετικά ερυθρά ξηρά κρασιά αποκλειστικά από Ξινόμαυρο. Στην περιοχή της Ημαθίας παράγονται οι οίνοι ΠΟΠ Νάουσα και ΠΓΕ Ημαθία, ενώ λειτουργούν πολλά επισκέψιμα οινοποιεία τα οποία βρίσκονται σε πολύ κοντινές αποστάσεις και με εύκολη πρόσβαση. Την περιοχή διασχίζει η Διαδρομή του κρασιού της Νάουσας.

Στα ενδιαφέροντα προς επίσκεψη σημεία της περιοχής εντάσσονται το μουσείο αμπέλου και οίνου στην πόλη της Νάουσας, ενώ στην ευρύτερη ζώνη υπάρχουν σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι και μνημεία, όπως η αρχαία Μίεζα, η σχολή του Αριστοτέλη, μακεδονικοί τάφοι, το αρχαίο θέατρο Κοπανού, κ.α. Νοτιοανατολικά της Βέροιας, πολύ σημαντικός προορισμός

της Διαδρομής του κρασιού της Νάουσας είναι ο αρχαιολογικός χώρος Αιγών και το μουσείο βασιλικών τάφων.

ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΚΟΖΑΝΗ, ΓΡΕΒΕΝΑ

Στη δυτική Μακεδονία η οινοποίηση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ιστορίας και της ταυτότητάς της. Οι οινόφιλοι έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν ιδιαίτερες γεύσεις στη γη των λιμνών όπως το λιαστό κρασί στη Σιάτιστα, αλλά και εκλεκτές ποικιλίες με βασική το Ξινόμαυρο. Οι κυριότεροι αμπελώνες έχουν ως επίκεντρο τις λίμνες Βεγορίτιδας και Πετρών στο Αμύνταιο, τη λίμνη του Πολύφυτου (Βελβεντό) και την περιοχή της Σιάτιστας.

Την περιοχή της Κοζάνης, όπου παράγονται οι οίνοι ΠΓΕ Κοζάνη, ΠΓΕ Βελβεντός και ΠΓΕ Σιάτιστα διασχίζει η Διαδρομή του κρασιού των Λιμνών. Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να περιηγηθεί σε οινοποιεία, αρκετά εκ των οποίων είναι επισκέψιμα και να επισκεφτεί ενδιαφέροντα αξιοθέατα μεταξύ των οποίων η Σιάτιστα με τα αρχοντικά της, το εκκλησιαστικό μουσείο και τα παραδοσιακά κελάρια κρασιού, το βυζαντινό κάστρο Σερβίων, τα βυζαντινά μνημεία του Βελβεντού, ο αρχαιολογικός χώρος, τα βυζαντινά μνημεία και το μουσείο της Αιανής, το πετρογέφυρο Μόρφης Βοΐου, η Αγία Τριάδα Βυθού, η τεχνητή λίμνη του Πολύφυτου.

Η Διαδρομή του κρασιού των Λιμνών μπορεί να επεκταθεί ακόμα νοτιότερα, στην περιοχή των Γρεβενών, όπου οι δυνατότητες για φυσιολατρικό τουρισμό και τουρισμό περιπέτειας είναι πολλές.

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΦΛΩΡΙΝΑ

Η Φλώρινα είναι η πιο ψυχρή αμπελουργική ζώνη της Ελλάδας και αναπτύσσεται κυρίως στο Αμύνταιο. Ωστόσο αμπελώνες και παραγωγή εμφιαλωμένου κρασιού υπάρχουν και στην περιοχή του Περάσματος. Στην οινική ζώνη της Φλώρινας υπάρχουν αρκετά επισκέψιμα οινοποιεία. Την περιοχή διασχίζει Τμήμα της Διαδρομής του Κρασιού των Λιμνών, ενώ την οινοτουριστική εμπειρία εμπλουτίζουν το μοναδικό φυσικό τοπίο και οι πολιτιστικοί πόροι. Ενδιαφέροντες προορισμοί επίσκεψης μεταξύ άλλων είναι ο προϊστορικός οικισμός στον Άγιο Παντελεήμονα Αμυνταίου, τα χωριά Νυμφαίο και Σκλήθρο, ο εθνικός δρυμός Πρεσπών, η βασιλική του Αγίου Αχιλλείου και ο ναός του Αγίου Γερμανού στο ομώνυμο χωριό, το χιονοδρομικό κέντρο Βίγλας και οι λίμνες Βεγορίτιδα & Πετρών.

ΗΠΕΙΡΟΣ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ

Η κυριότερη και μεγαλύτερη οινοπαραγωγική περιοχή της Ηπείρου είναι η Π.Ε. Ιωαννίνων και κυρίως η Ζίτσα και το Μέτσοβο. Στον αμπελώνα της Ζίτσας, στις ανατολικές πλαγιές της Πίνδου, καλλιεργείται η λευκή τοπική ποικιλία Ντεμπίνα που δίνει λευκούς ξηρούς και ξηρούς ημιαφρώδεις ΠΟΠ οίνους. Κοντά στη Ζίτσα βρίσκεται ο ακόμα πιο ορεινός αμπελώνας του Μετσόβου, και ένας από τους πιο ορεινούς της Ελλάδας, γνωστός κυρίως για την καλλιέργεια της ποικιλίας Cabernet Sauvignon. Από τους αμπελώνες Ζίτσας και Μετσόβου παράγονται οι οίνοι ΠΟΠ Ζίτσα, ΠΓΕ Ήπειρος, ΠΓΕ Ιωάννινα και ΠΓΕ Μέτσοβο.

Ο επισκέπτης στη συγκεκριμένη περιοχή έχει τη δυνατότητα να επισκεφτεί πολιτιστικούς πόρους και αξιοθέατα αλλά και περιοχές μοναδικού φυσικού κάλλους. Στην πόλη των Ιωαννίνων, δίπλα στη λίμνη Παμβώτιδα, οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν στο αρχαιολογικό μουσείο, στο βυζαντινό μουσείο στο Κάστρο και στο νησί Ιωαννίνων, ενώ

σε κοντινές αποστάσεις βρίσκονται το σπήλαιο Περάματος, ο αρχαιολογικός χώρος Δωδώνης, το Θεογέφυρο στη Ζίτσα και το μουσείο ελληνικής ιστορίας Παύλου Βρέλλη. Στο Μέτσοβο, μεταξύ πολλών άλλων, αξίζουν επίσκεψη η πινακοθήκη Αβέρωφ, το Μουσείο Τοσίτσα και η λίμνη των πηγών του Αώου. Η Διαδρομή των κρασιών της Ηπείρου αποκτά πολύ ενδιαφέρουσες φυσιολατρικές και πολιτισμικές προεκτάσεις, με τις διαδρομές που προσφέρονται στην ευρύτερη περιοχή των Ιωαννίνων, όπως για παράδειγμα, αυτές στα Ζαγοροχώρια, με το φαράγγι του Βίκου, που το διατρέχει ο Βοϊδομάτης και τα πολλά πέτρινα γεφύρια ή την Κόνιτσα και το Πωγώνι με τον ποταμό Αώο, καθώς και τα Τζουμέρκα, με το γεφύρι της Πλάκας και το σπήλαιο Ανεμότρυπα.

ΘΕΣΣΑΛΙΑ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΤΡΙΚΑΛΑ, ΚΑΡΔΙΤΣΑ, ΛΑΡΙΣΑ

Ο Θεσσαλικός κάμπος είναι η μεγαλύτερη ενιαία πεδινή έκταση της Ελλάδας και περιβάλλεται από ορεινούς όγκους, στους οποίους βρίσκονται οι μεγαλύτερες εκτάσεις των αμπελιών. Το κυριότερο χαρακτηριστικό των θεσσαλικών αμπελώνων είναι ότι βρίσκονται σε (ή πολύ κοντά σε) όμορφα φυσικά τοπία και τουριστικούς προορισμούς, καθιστώντας τον οινοτουρισμό στη Θεσσαλία ιδιαιτέρως ελκυστικό.

Στο βορειοδυτικό τμήμα της Θεσσαλίας, στην αμπελουργική ζώνη που βρίσκεται νότια της περιοχής Μετεώρων – Καλαμπάκας και έχει στο κέντρο της το αρχαιολογικής σημασίας Σπήλαιο της Θεόπετρας, παράγονται οι οίνοι ΠΓΕ Μετέωρα. Οι βράχοι των Μετεώρων είναι γεωλογικό μνημείο παγκόσμιας σημασίας και τα 6 μοναστήρια τους είναι θρησκευτικό κέντρο πανελλαδικής εμβέλειας. Ως εκ τούτου, είναι ιδιαιτέρως δημοφιλής προορισμός για Έλληνες και αλλοδαπούς ταξιδιώτες, που εξυπηρετούνται από τις αναπτυγμένες τουριστικές υποδομές της Καλαμπάκας, αποτελώντας κομβικό σημείο του οινοτουρισμού στη Θεσσαλία. Επιπλέον, γοητευτικά στοιχεία της περιοχής είναι η γειτνίαση με τη νότια Πίνδο στα δυτικά και τις περιοχές του Ασπροποτάμου και του Κόζιακα, που έχουν σημαντικά μνημεία όπως η Μονή Τιμίου Σταυρού και ο ναός Πόρτα Παναγιάς.

Νοτιότερα, μετά τις πόλεις των Τρικάλων, με το Ασκληπιείο και το Πελλιναίον και της Καρδίτσας, με το αρχαιολογικό Μουσείο, είναι η Λίμνη Πλαστήρα, από τις παλαιότερες τεχνητές λίμνες στην Ελλάδα ενταγμένη αρμονικά στο φυσικό περιβάλλον. Στην περιοχή έχουν αναπτυχθεί τουριστικές υποδομές υψηλού επιπέδου. Στην ανατολική πλευρά της λίμνης βρίσκεται ο αμπελώνας του Μεσενικόλα που παράγει τους ερυθρούς οίνους ΠΟΠ Μεσενικόλα. Γύρω από τη λίμνη βρίσκονται τα μοναστήρια της Κορώνας, της Πέτρας και της Σπηλιάς, που μαζί με αυτά των Μετεώρων, μπορούν να διανθίσουν τον οινοτουρισμό στη Θεσσαλία σε συνδυασμό με προτάσεις θρησκευτικού τουρισμού. Σε κοντινές αποστάσεις βρίσκονται τα κάστρα Καλλιθήρου και Φαναρίου.

Ανατολικά από τα Μετέωρα και βόρεια από την πόλη της Λάρισας, με το αρχαίο θέατρο και το αρχαιολογικό μουσείο, αναπτύσσεται η μεγάλη αμπελουργική ζώνη του Τυρνάβου, που βρίσκεται στις νότιες υπώρειες του υψηλότερου ελληνικού βουνού, του Ολύμπου και παράγει τους οίνους ΠΓΕ Τύρναβος. Λίγο βορειότερα, στην περιοχή της Ελασσόνας, έχουν αναπτυχθεί αμπελώνες και βρίσκεται σε εξέλιξη σημαντική ανάπτυξη τουριστικών υποδομών. Από τα μνημεία της ευρύτερης περιοχής ξεχωρίζουν η Περραιβική Τρίπολη και ο αρχαίος Κραννών. Στην άλλη πλευρά του Ολύμπου, στο βορειοανατολικό άκρο της Θεσσαλίας, ο αμπελώνας της Ραψάνης, που παράγει τους ερυθρούς οίνους ΠΟΠ Ραψάνη, είναι ιδιάζουσα περίπτωση. Καθώς για την πλειονότητα των Ελλήνων, ό,τι είναι βορειότερα από τα Τέμπη θεωρείται Βόρεια Ελλάδα, η Ραψάνη έχει ήδη αναπτύξει σχέσεις και είναι

ενταγμένη στο δίκτυο «Δρόμοι του κρασιού της Βόρειας Ελλάδας». Ενδιαφέρον για τον επισκέπτη έχει και το όρος Κίσσαβος στην ανατολική πλευρά της Λάρισας.

ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ

Στον οινοτουρισμό της Στερεάς Ελλάδας εντάσσεται και η Εύβοια της οποίας η οινική περιοχή ξεκινά από το ηπειρωτικό τμήμα της Ριτσώνας και συνεχίζει στην κεντρική και νότια Εύβοια, στην Κάρυστο και το Μαρμάρι όπου παράγονται οι οίνοι ΠΓΕ Κάρυστος. Η νότια Εύβοια είναι διάσπαρτη από αρχαίες θέσεις όπως στο Αλιβέρι, στη Δύστο, στην Κύμη και στην Κάρυστο. Μεγάλο ενδιαφέρον έχουν τα Δρακόσπιτα της νότιας Εύβοιας, το αρχαιολογικό μουσείο Καρύστου και το λαογραφικό μουσείο Κύμης. Στην περιοχή λειτουργούν αρκετά οινοποιεία.

ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΚΟΡΙΝΘΙΑ - ΑΡΓΟΛΙΔΑ

Στο βορειοανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου, στην Κορινθία, βρίσκεται ένας από τους πιο σημαντικούς αμπελώνες της Ελλάδας, ο αμπελώνας της Νεμέας που παράγει τους οίνους ΠΟΠ Νεμέα, από την ερυθρή ποικιλία Αγιωργίτικο. Η σχέση Νεμέα - Αγιωργίτικο είναι από τις πλέον δημοφιλείς και αγαπητές μεταξύ των καταναλωτών. Ο αμπελώνας της Νεμέας περιβάλλει τον χώρο της αρχαίας Νεμέας και το ιδιαίτερα ενδιαφέρον μουσείο του. Σε κοντινές αποστάσεις γύρω από τη Νεμέα υπάρχουν πολλά ενδιαφέροντα μνημεία όπως η αρχαία Κόρινθος και το μουσείο της, το ιστορικό και λαογραφικό μουσείο Κορίνθου η αρχαία Σικυών, η Ακροκόρινθος, το αρχαιολογικό μουσείο Ισθμίας και το μουσείο περιβάλλοντος Στυμφαλίας. Ακόμα κι αν η περιοχή της Νεμέας δεν έχει τις καλύτερες τουριστικές υποδομές, οι επισκέπτες μπορούν να βρουν επιλογές σε κοντινές αποστάσεις στο δημοφιλές θέρετρο του Λουτρακίου, στην ορεινή Κορινθία και βέβαια στο Ναύπλιο, από το οποίο έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν την ευρύτερη περιοχή της Αργολίδας.

Η Αργολίδα, στην οποία παράγονται οι οίνοι ΠΓΕ Αργολίδα, είναι δημοφιλής τουριστικός προορισμός και έχει πολλούς και σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους όπως ο αρχαιολογικός χώρος Μυκηνών και το μουσείο του, ο αρχαιολογικός χώρος Τίρυνθας, το Ασκληπιείο Επιδαύρου με το περίφημο θέατρο στο οποίο λαμβάνουν χώρα παραστάσεις στο πλαίσιο του Φεστιβάλ Αθηνών & Επιδαύρου και το μουσείο, ο αρχαιολογικός χώρος Μιδέας, το Ηραίο και το αρχαίο θέατρο Άργους στο οποίο επίσης γίνονται παραστάσεις. Στο Ναύπλιο οι επισκέπτες θα δουν, μεταξύ άλλων, το Παλαμήδι, το Μπούρτζι και το αρχαιολογικό μουσείο Ναυπλίου.

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΡΚΑΔΙΑ

Μια από τις πλέον ενδιαφέρουσες περιοχές της Πελοποννήσου είναι το κεντρικό τμήμα της, η περιοχή δηλαδή της Αρκαδίας στην οποία ο αμπελώνας της Μαντινείας παράγει τους οίνους ΠΟΠ Μαντίνεια από τη λευκή ποικιλία Μοσχοφίλερο. Η Αρκαδία αποτελεί κυρίως χειμερινό τουριστικό προορισμό έχοντας πολλά να προσφέρει στους επισκέπτες της. Στο κέντρο της περιοχής οι επισκέπτες θα δουν την αρχαία Μαντίνεια και το Παναρκαδικό αρχαιολογικό μουσείο Τρίπολης. Η Δημητσάνα με την παλαιά και τη νέα μονή Φιλοσόφου και το μουσείο υδροκίνησης, η Στεμνίτσα με το λαογραφικό μουσείο και η Καρύταινα αποτελούν καλά διατηρημένα παραδοσιακά χωριά στη δυτική πλευρά της Γορτυνίας, ενώ το χιονοδρομικό κέντρο Μαίναλου θα αποζημιώσου τους λάτρεις του χιονιού. Στο νότιο

τμήμα ενδιαφέροντα στοιχεία επίσκεψης είναι ο αρχαιολογικός χώρος Επισκοπής, το αρχαίο θέατρο Μεγαλόπολης και το αρχαιολογικό μουσείο Λυκόσουρας, το Λύκαιο όρος και τα μνημεία του. Στο παράλιο τμήμα της Αρκαδίας, που προσφέρεται για θερινές διακοπές, οι επισκέπτες θα δουν το κάστρο Παράλιου Άστρους και το αρχαιολογικό μουσείο Άστρους. Την ανατολική πλευρά της Αρκαδίας διατρέχει το βουνό Πάρνωνας με το οικολογικό πάρκο που συνεχίζεται νότια στην περιοχή της Λακωνίας.

ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΧΑΪΑ

Ο οινοτουρισμός στην Αχαΐα βασίζεται στη μεγάλη ιστορία και την πολιτιστική παράδοση της περιοχής. Ο εκτεταμένος αμπελώνας της Αχαΐας παράγει τους οίνους ΠΟΠ Πάτρα και ΠΓΕ Αχαΐα. Χωρίς αμφιβολία, το γοητευτικότερο τμήμα αυτού του αμπελώνα είναι στα ανατολικά, στην περιοχή της Αιγιαλείας και των Καλαβρύτων, όπου παράγονται οι οίνοι ΠΓΕ Αιγιαλεία. Τα ενδιαφέροντα αξιοθέατα στην περιοχή είναι πολλά, όπως το φαράγγι Βουραϊκού και ο οδοντωτός σιδηρόδρομος, η μονή Αγίας Λαύρας και η μονή Μεγάλου Σπηλαίου, το σπήλαιο των λιμνών και το μουσείο θυσίας Καλαβρυτινών. Στα δημοφιλή Καλάβρυτα, πόλος έλξης αποτελεί και το χιονοδρομικό κέντρο. Στο κεντρικό και δυτικό τμήμα της Αχαΐας παράγονται οι οίνοι ΠΟΠ Μαυροδάφνη Πατρών, ΠΟΠ Μοσχάτος Πατρών και ΠΟΠ Μοσχάτος Ρίου Πατρών. Το νέο αρχαιολογικό μουσείο Πάτρας και το κάστρο του Ρίου είναι σημεία ενδιαφέροντος που αξίζουν επίσκεψης, ενώ μια βόλτα στη γέφυρα αποτελεί μοναδική εμπειρία, όπως και η συμμετοχή στο καρναβάλι της Πάτρας. Στην περιοχή λειτουργεί μεγάλο αριθμός οινοποιείων.

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ

Ο αμπελώνας της Ηλείας παράγει τους οίνους ΠΓΕ Ηλείας. Η Ηλεία είναι η περιοχή των αρχαίων ολυμπιακών αγώνων, που γίνονταν στην αρχαία Ολυμπία, όπου το αρχαιολογικό μουσείο και το μουσείο της ιστορίας των Ολυμπιακών αγώνων της αρχαιότητας έχουν μεγάλο ενδιαφέρον. Άλλα πολιτιστικοί πόροι της περιοχής είναι η αρχαία Ήλιδα, η αρχαία Αλίφειρα, οι Βάσσες όπου βρίσκεται ο ναός του Επικούριου Απόλλωνα, το κάστρο Χλεμούτσι στην Κυλλήνη, το λαογραφικό μουσείο Ανδρίτσαινας, η λίμνη Καϊάφα και το δρυοδάσος Φολόης. Στην οινική αυτή περιοχή λειτουργούν επισκέψιμα οινοποιεία που σε συνδυασμό με τα αξιοθέατα της ευρύτερης περιοχής δημιουργούν οινοτουριστική εμπειρία στους επισκέπτες.

ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ ΚΑΙ ΚΥΚΛΑΔΕΣ

Οι δυνατότητες για οινοτουρισμό στο Νότιο Αιγαίο είναι πολλές, καθώς το συγκροτούν τα συμπλέγματα των νησιών της Δωδεκανήσου και των Κυκλάδων, δύο νησιωτικές ενότητες με σαφείς διαφοροποιήσεις, που αφορούν στο τοπίο, την οργάνωση του χώρου και την αρχιτεκτονική, τα προϊόντα και την κουζίνα. Η ακτοπλοϊκή επικοινωνία μεταξύ των νησιών κάθε ενότητας είναι συχνή και αυξάνει το καλοκαίρι, όπως και η σύνδεση μεταξύ των δύο ενοτήτων, γεγονός που διευκολύνει σημαντικά τον οινοτουρισμό στο Νότιο Αιγαίο.

Η αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή κρασιού είναι κοινός τόπος σε όλα τα νησιά, ανεξαρτήτως μεγέθους, ενώ σε ορισμένα έχει πολύ οργανωμένο χαρακτήρα, με κορυφαία τη Ρόδο από τα Δωδεκάνησα και τη Σαντορίνη από τις Κυκλάδες, οι οποίες αποτελούν και τις ελκυστικότερες προτάσεις για οινοτουρισμό στο Νότιο Αιγαίο.

Η Κως, που είναι το 3ο σε έκταση νησί της Δωδεκανήσου, αποτελεί την πρώτη στάση για οινοτουρισμό στο Νότιο Αιγαίο. Μετά από μεγάλη κάμψη, που οδήγησε στα όρια της εξαφάνισης, ο αναγεννημένος αμπελώνας της Κω παράγει τους οίνους ΠΓΕ Κως. Η πόλη της Κω, όπου βρίσκεται και το αρχαιολογικό μουσείο, είναι ουσιαστικά ένας αρχαιολογικός χώρος με πολλά μνημεία, όπως η αρχαία αγορά, το ρωμαϊκό ωδείο και το κάστρο της Νερατζιάς. Οι επισκέπτες αξίζει να περιηγηθούν στο Ασκληπιείο της Κω.

Ο οινοτουρισμός στο Νότιο Αιγαίο συνεχίζεται στη Ρόδο, που είναι το μεγαλύτερο νησί της Δωδεκανήσου. Ο αμπελώνας της αναπτύσσεται κυρίως στις πλαγιές του όρους Ατάβυρος και παράγει τους λευκούς και ερυθρούς ξηρούς οίνους ΠΟΠ Ρόδος και τους γλυκούς λευκούς οίνους ΠΟΠ Μοσχάτος Ρόδου. Αφετηρία αποτελεί η πόλη της Ρόδου, με την περιτειχισμένη μεσαιωνική πόλη και τα πολλά μνημεία, όπως το παλάτι του μεγάλου Μαγίστρου, το αρχαιολογικό μουσείο και την ακρόπολη Ρόδου. Το νησί έχει σημαντικές αρχαίες θέσεις: Ιαλυσός, Κάμειρος, Λίνδος, οικισμός της Βρουλιάς απέναντι από το Πρασονήσι. Βεβαίως, δεν υπάρχει επισκέπτης που να μην πάει στην κοιλάδα των πεταλούδων, κάτι απόλυτα δικαιολογημένο. Στα Δωδεκάνησα, κάποιες δυνατότητες για δοκιμή κρασιών τοπικής παραγωγής υπάρχουν στη Λέρο, τους Λειψούς και την Πάτμο, στην οποία η Μονή Αγίου Ιωάννου Θεολόγου αποτελεί μνημείο παγκόσμιας σημασίας (Unesco).

Ο οινοτουρισμός στο Νότιο Αιγαίο συνεχίζει στις Κυκλάδες, με πρώτη στάση την Τήνο, όπου τα περισσότερα αμπέλια βρίσκονται στο κέντρο του νησιού, στην περιοχή του Εξωμβούργου. Η Παναγία της Τήνου αποτελεί το σήμα κατατεθέν και το σημαντικότερο θρησκευτικό μνημείο του νησιού προσελκύονται χιλιάδες επισκέπτες.

Η Πάρος είναι το επόμενο νησί για οινοτουρισμό στο Νότιο Αιγαίο. Ο αμπελώνας της παράγει τους λευκούς και ερυθρούς οίνους ΠΟΠ Πάρος. Το αρχαιολογικό μουσείο στην Παροικιά, παρουσιάζει μέρος της μεγάλης ιστορίας του νησιού. Η εκκλησία της Παναγίας Εκατονταπυλιανής στην Παροικιά, είναι το γνωστότερο μνημείο του νησιού.

Τέλος, δυνατότητα επίσκεψης σε αμπελώνες και δοκιμής κρασιών τοπικής παραγωγής υπάρχει στα νησιά Σύρος, Νάξος, Μήλος, Σίκινος, Ανάφη και Μύκονος, από την οποία μπορεί κανείς να επισκεφτεί τον αρχαιολογικό χώρο της Δήλου.

Στη Σαντορίνη ο οινοτουρισμός ευνοείται από την έντονη δημοφιλία του νησιού και την υψηλή επισκεψιμότητά του όντας ένας από τους εδραιωμένους και πλέον ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας με επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Το ιδιαίτερο στοιχείο που χαρακτηρίζει το νησί είναι η γεωμορφολογία και το τοπίο που έχει διαμορφωθεί μετά την έκρηξη του ηφαιστείου. Θα περίμενε κανείς ότι σε αυτό το άγονο και άνυδρο έδαφος δύσκολα θα ευδοκιμούσε η άμπελος. Παρ' όλα αυτά, όχι μόνον ευδοκιμεί, αλλά ο αμπελώνας της Σαντορίνης είναι σήμερα ένας από τους πιο σημαντικούς της Ελλάδας και παράγει τους οίνους ΠΟΠ Σαντορίνη, από Ασύρτικο Σαντορίνης. Με το ιδιότυπο σχήμα διαμόρφωσης των πρέμνων (αμπελιά ή κουλούρα), ο αμπελώνας της Σαντορίνης αποτελεί μνημείο της φύσης και των ανθρώπων και ως τέτοιο πρέπει να αντιμετωπίζεται. Το νησί διαθέτει πολλά και ιδιαίτερης αρχιτεκτονικής οινοποιεία, καθώς και μουσείο οίνου.

Η Σαντορίνη, εκτός από το υπέροχο τοπίο της, προσφέρει στους επισκέπτες της πολλά να δουν, σε πολλά να επιδοθούν και πολλά να απολαύσουν. Ο αρχαιολογικός χώρος στο Ακρωτήρι, η αρχαία Θήρα, ο ναός της Επισκοπής, το προϊστορικό και το αρχαιολογικό μουσείο στα Φηρά, το λαογραφικό μουσείο στο Κοντοχώρι και το παραδοσιακό χωριό στον Πύργο, είναι μόνο κάποιες από τις δυνατότητες πολιτιστικού τουρισμού, ο οποίος θα πρέπει να περιλάβει επίσκεψη στο παραδοσιακό χωριό της Οίας, όπου βρίσκεται και το ναυτικό μουσείο Θήρας. Το ταξίδι στη Σαντορίνη δεν θα ολοκληρωθεί χωρίς μικρή κρουαζιέρα στην

καλντέρα του ηφαιστείου και επίσκεψη στο μικρό νησί Θηρασία. Την εμπειρία στην Σαντορίνη ολοκληρώνουν τα μοναδικά τοπικά προϊόντα της, όπως η ΠΟΠ Φάβα Σαντορίνης, τα συμπυκνωμένα ντοματάκια, η άσπρη μελιτζάνα κ.ά. καθώς και η εξαιρετική κουζίνα, που προσφέρεται σε πολλούς χώρους εστίασης.

ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΛΗΜΝΟ, ΤΗ ΧΙΟ ΚΑΙ ΤΗ ΣΑΜΟ

Ο οινοτουρισμός στο Βόρειο Αιγαίο ξεκινά από τη σχετικώς μικρή και εύκολη στην περιήγησή της Λήμνο. Ο αμπελώνας της Λήμνου παράγει τους λευκούς οίνους ΠΟΠ Λήμνος και τους γλυκείς ΠΟΠ Μοσχάτος Λήμνου. Το φρούριο και το αρχαιολογικό μουσείο της Μύρινας, η αρχαία Πολιόχνη, το Καβείριο και οι υδροβιότοποι Χορταρολίμνης & Αλυκής στην περιοχή του Μούδρου αποτελούν τα σημαντικότερα αξιοθέατα της Λήμνου.

Από το 2009, ο οινοτουρισμός στο Βόρειο Αιγαίο επεκτάθηκε στη Χίο, που είναι γνωστή για τη μαστίχα της (ΠΟΠ Μαστίχα Χίου), η οποία κατακτά τις αγορές όλου του κόσμου. Στη Χίο παραγόταν ο διάσημος Αριούσιος οίνος της αρχαιότητας. Σήμερα, ο αναγεννημένος αμπελώνας της Χίου και οι δυνατότητες οινοτουρισμού βρίσκονται στο βορειοδυτικό της τμήμα, στην περιοχή της Αμανής. Το κάστρο και το αρχαιολογικό μουσείο στη Χώρα της Χίου, η Νέα Μονή και οι οχυρωμένοι οικισμοί της νότιας Χίου είναι μερικά από τα αξιοθέατα του νησιού.

Ο οινοτουρισμός στο Βόρειο Αιγαίο ολοκληρώνεται στα νησιά Σάμος και Ικαρία. Ο αμπελώνας της Σάμου είναι ένα φυσικό μνημείο και με τη διαμόρφωσή του, στη βόρεια κυρίως πλευρά του νησιού, θα γοητεύσει τους επισκέπτες. Ο αμπελώνας αυτός παράγει τους οίνους ΠΟΠ Σάμος, που είναι τα γνωστότερα ελληνικά γλυκά κρασιά, την ιστορία των οποίων καταγράφει το μουσείο σαμιακού οίνου . Οι αρχαιολογικοί χώροι σε Πυθαγόρειο και Ηραίο, το Ευπαλίνειο όρυγμα, το αρχαιολογικό μουσείο στην πόλη της Σάμου, η αρχαιολογική συλλογή στο Πυθαγόρειο και το μουσείο φυσικής ιστορίας στους Μυτιληνιούς, είναι μερικά μόνο από τα αξιοθέατα της Σάμου, που έχει πλούσια λαογραφία. Στην Ικαρία παραγόταν ο Πράμνιος οίνος της αρχαιότητας στην περιοχή της **αρχαίας Οινόης**, όπου είναι και το **αρχαιολογικό μουσείο** της Ικαρίας. **Αρχαιολογική συλλογή** υπάρχει και στον Άγιο Κήρυκο, με δυνατότητες **ιαματικού τουρισμού**

ΚΡΗΤΗ

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΚΡΗΤΗ

Στο δυτικό άκρο της Κρήτης, τη μεγαλύτερη έκταση της περιοχής των Χανίων καταλαμβάνουν τα επιβλητικά Λευκά Όρη, στο νότιο μέρος των οποίων βρίσκεται το διεθνούς φήμης φαράγγι της Σαμαριάς και στο οροπέδιο του Ομαλού βρίσκεται το βοτανικό πάρκο Κρήτης. Η περιοχή είναι η κατ' εξοχήν ενδιαφέρουσα για οινοτουρισμό, καθώς είναι 2η σε πλήθος οινοποιείων, μετά το Ηράκλειο, πολλά από τα οποία είναι επισκέψιμα, ενώ οι διαδρομές για να τα επισκεφθεί κανείς κινούνται κυρίως γύρω από το βουνό. Στην πόλη των Χανίων ο επισκέπτης θα δει, μεταξύ άλλων, τα ίχνη της αρχαίας Κυδωνίας, τα ενετικά τείχη, το αρχαιολογικό μουσείο, τη βυζαντινή συλλογή και την οικία – μουσείο του Ελευθέριου Βενιζέλου. Στη Σούδα, το λιμάνι των Χανίων, είναι η αρχαία Απτέρα, το φρούριο Φορτέτζας και το οχυρό Ιτζεδίν. Στην περιοχή του Ακρωτηρίου ενδιαφέρουσες είναι οι μονές Αγίας Τριάδας Τζαγκαρόλων, Γκουβερνέτου και Παζινού και το πάρκο διάσωσης χλωρίδας και πανίδας.

Δυτικά από τα Χανιά, στο βορειοδυτικό τμήμα, εντοπίζεται η κύρια αμπελουργική ζώνη που παράγει τους οίνους ΠΓΕ Κίσσαμος. Η ευρύτερη περιοχή είναι διάσπαρτη από αρχαίες θέσεις, όπως η αρχαία Κίσσαμος με το μουσείο της, η Πολυρρήνια και η Φαλάσαρνα. Ενδιαφέρον έχει και η εκδρομή έως τη Γραμβούσα και το κάστρο της. Συνεχίζοντας νότια, ο επισκέπτης θα δει την αρχαία Έλυρο και στα νότια παράλια την αρχαία Λισσό. Ανατολικά από τα Χανιά, στα αξιοθέατα περιλαμβάνονται ο μινωικός οικισμός στις Αζοϊρές, η αρχαία Ανώπολις, η αρχαία Τάρρα, στην έξοδο της Σαμαριάς και το Φραγκοκάστελο.

Παρότι στην περιοχή του Ρεθύμνου υπάρχουν πολλά αμπέλια, η οργανωμένη οινοπαραγωγή άρχισε ουσιαστικά το 2008. Οινοποιεία εντοπίζονται στις περιοχές του Γεροποτάμου και του Φοίνικα. Οι επισκέπτες παράλληλα με τον οινοτουρισμό έχουν τη δυνατότητα να επισκεφθούν τη γραφική παλιά πόλη του Ρεθύμνου, το ενετικό κάστρο Φορτέτζα, το αρχαιολογικό μουσείο και το ιστορικό – λαογραφικό μουσείο. Ανατολικά από το Ρέθυμνο αξίζει κανείς να επισκεφτεί το Γεροντόσπηλιο (σπήλαιο Μελιδονίου), νοτιοανατολικά την αρχαία Ελεύθερνα και την ιστορική Μονή Αρκαδίου, στην ίδια κατεύθυνση, αλλά πιο ψηλά, το φυσικό πάρκο του Ψηλορείτη, το Ιδαίο Άντρο, την αρχαία Ζώμινθο και τη Μονή Πρέβελη στα νότια παράλια.

2.2 Οινικές διαδρομές - Δρόμοι κρασιού

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, στην περιοχή παρέμβασης έχουν δημιουργηθεί οινικές διαδρομές που συνδέουν τα οινοποιεία μεταξύ τους καθώς και με άλλα τοπικά αξιοθέατα. Οι διαδρομές αυτές έχουν σχεδιαστεί με πρωτοβουλία τοπικών φορέων. Στην παρούσα μελέτη οι διαδρομές που καταγράφηκαν, με τους αντίστοιχους φορείς σχεδιασμού είναι συνοπτικά οι παρακάτω:

- **Δρόμοι του κρασιού της Βόρειας Ελλάδος** από τους Οινοποιούς Β. Ελλάδος.
- **Δρόμοι του Κρασιού της Πελοποννήσου** από την Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Πελοποννήσου.
- **Δρόμοι του κρασιού της Θεσσαλίας** από την Ένωση Οινοποιών και Αποσταγματοποιών Θεσσαλίας.
- **Δρόμοι του κρασιού της Κεντρικής Ελλάδας** από την Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Κεντρικής Ελλάδας.
- **Οινικές διαδρομές της Κρήτης** από το Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης.
- **Δρόμοι του κρασιού της Δωδεκανήσου** από την Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου ΑΑΕ.
- **Δρόμοι του κρασιού της Λήμνου** από την Αναπτυξιακή Λήμνου ΑΕ.
- **Οινικές διαδρομές Σάμου** από την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου και
- **Δρόμος του Παγγαίου και του Σουφλίου** από την Αναπτυξιακή Καβάλας και την Ομοσπονδία Επαγγελματικών Βιοτεχνικών & Εμπορικών Σωματείων Έβρου (στο πλαίσιο διασυνοριακού έργου).
- **Δρόμοι του κρασιού της Μαύρης Θάλασσας** από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (στο πλαίσιο διασυνοριακού έργου).
- **Διαδρομές Αιγιαλείας-Καλαβρύτων** από το Δίκτυο Ποιότητας Οινοξένεια.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΩΝ ΛΙΜΝΩΝ[11]

Η Διαδρομή των Λιμνών γεωγραφικά ταυτίζεται με τις αμπελοοινικές περιοχές της Δυτικής Μακεδονίας και τις περιφερειακές ενότητες Κοζάνης, Καστοριάς και Φλώρινας όπου χαρακτηριστικό τους γνώρισμα είναι οι λίμνες, αντίστοιχα, Πολυφύτου (Βελβεντό Κοζάνης), Καστοριάς και στη Φλώρινα οι τέσσερις λίμνες: Βεγορίτιδα, Πετρών, Ζάζαρη και Χειμαδίτιδα.

Η οινική διαδρομή ξεκινά από το γραφικό Βελβεντό και τους παραλίμνιους αμπελώνες στη λίμνη Πολυφύτου, 33 χιλιόμετρα νοτιοανατολικά της Κοζάνης στους πρόποδες των Πιερίων. Σημείο αναφοράς στο Βελβεντό, αποτελούν οι βυζαντινοί ιεροί ναοί που χρονολογούνται από τον 12ο αιώνα.

Δυτικά από το Βελβεντό και μετά τη λίμνη Πολυφύτου και την πόλη της Κοζάνης, βρίσκεται μία από τις πλέον παραδοσιακές περιοχές παραγωγής κρασιού της Μακεδονίας, η Σιάτιστα. Ονομαστό είναι το "ηλιαστό" γλυκό κρασί της Σιάτιστας που προέρχεται από τοπικές ποικιλίες της περιοχής, κυρίως Ξινόμαυρο, οι οποίες απλώνονται για δύο και περισσότερους μήνες σε ειδικά σκεπαστά ξύλινα τελάρα τις ηλιάστρες. Η Σιάτιστα διατηρεί επίσης παράδοση στην υφαντική, τη γουνοποιία και τη βαφική τέχνη.

Στη συνέχεια της διαδρομής βρίσκεται η πόλη της Καστοριάς, μια από τις πιο όμορφες πόλεις της μακεδονίας, χτισμένη πάνω σε χερσόνησο της ομώνυμης λίμνης, ανάμεσα στα βουνά Βίτσι και Γράμμο. Στη βορειοανατολική πλευρά της λίμνης βρίσκεται ο παλιός οικισμός Μεταμόρφωση με μακραίωνη παράδοση στην αμπελοκαλλιέργεια και την παραγωγή κρασιού. Ο οικισμός έχει αναπτυχθεί στο λοφίσκο όπου λειτουργούσε κάποτε το μοναστήρι του 9ου αιώνα αφιερωμένο στην Μεταμόρφωση του Σωτήρος.

Η διαδρομή συνεχίζει προς την ακριτική Φλώρινα και το οροπέδιο του Αμυνταίου όπου σε υψόμετρο 520 με 720 μέτρων απαντάται η ζώνη ΠΟΠ Αμύνταιον που καταλαμβάνει 11.869 στρέμματα (2021). Ευρήματα στην περιοχή αποδεικνύουν τη μακραίωνη λατρεία των κατοίκων της στο Διόνυσο κατά την αρχαιότητα και στον Άγιο Τρύφωνα στα χριστιανικά χρόνια, επιβεβαιώνοντας την άρρηκτη σχέση τους με την άμπελο. Ο επισκέπτης μπορεί να συνδυάσει την επίσκεψή του στα οινοποιεία της περιοχής με το Νυμφαίο, που βρίσκεται σε απόσταση 23 χιλιομέτρων από το Αμύνταιο. Το Νυμφαίο είναι ένας παραδοσιακός οικισμός που έχει γίνει θέρετρο ορεινού τουρισμού.

Τέλος, στην ίδια περιοχή δραστηριοποιείται και ο Αρκτούρος, μια μη κερδοσκοπική αστική εταιρία για τη προστασία και διαχείριση της άγριας ζωής και του φυσικού περιβάλλοντος, με τη δημιουργία του Κέντρου Ενημέρωσης για την Αρκούδα στον Αετό και το δασικό σταθμό στο Νυμφαίο. Στο Νυμφαίο, όπως και στο Σκλήθρο στους πρόποδες του Βιτσίου, στο Ξινό Νερό και στον Άγιο Παντελεήμονα, υπάρχουν αξιόλογες προτάσεις διαμονής και εστίασης.

Επίσης, η περιοχή είναι γνωστή για τη γαστρονομία και τα τοπικά της προϊόντα όπως τα φασόλια και τις κόκκινες πιπεριές Φλωρίνης.

Σημαντικοί χώροι με τους οποίους μπορεί να συνδυάσει τις δραστηριότητές του ο επισκέπτης της αμπελοοινικής διαδρομής των Λιμνών, είναι:
Το Χιονοδρομικό Κέντρο Βόρα (Καϊμακτσαλάν) και ο παραδοσιακός οικισμός του Αγίου Αθανασίου

Τα Λουτρά (Πόζαρ) Αριδαίας

Η πόλη της Φλώρινας (ζωολογικός κήπος, μουσεία, ποταμός Σακουλέβας)

Το Χιονοδρομικό Βίγλας

[11] Πηγή: https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/

Οι Πρέσπες (Ψαράδες, Αγ. Αχίλλειος, Αγ. Γερμανός)
Το Μοναστήρι Κλεισούρας
Ο προϊστορικός οικισμός Δισπηλιού και το οικομουσείο Δισπηλιού
Η πόλη της Καστοριάς και το απολιθωμένο δάσος Νόστιμου
Η πόλη της Κοζάνης (μουσείο, φανοί τις αποκριές)

- Η Αιανή (αρχαιολογικός χώρος και μουσείο)

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κτήμα Στεργίου*, το *Κτήμα Κυρ Γιάννη*, το *Κτήμα Βογιατζή*, το *Κτήμα Άλφα* και ο *Αμπελώνας Καμκούτη*.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΠΕΛΛΑΣ – ΓΟΥΜΕΝΙΣΣΑΣ[12]

Η Διαδρομή Πέλλας-Γουμένισσας γεωγραφικά ανήκει στις Περιφερειακές Ενότητες Κιλκίς και Πέλλας και περιλαμβάνει τις αμπελοοινικές περιοχές της Γουμένισσας και των Γιαννιτσών.

Στη γραφική κωμόπολη της Γουμένισσας, υπάρχει η Ζώνη Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας Γουμένισσας η οποία απέχει 70 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη και εκτείνεται στις παρυφές του Πάϊκου. Στα ανατολικά, βρίσκεται ο αρχαιολογικός χώρος της αρχαίας Πέλλας και το ομώνυμο μουσείο.

Δυτικά προς την Αριδαία, μέχρι τα γραφικά χωριά γύρω από το χιονοδρομικό κέντρο του Καϊμακτσαλάν υπάρχουν επιλεγμένοι ξενώνες, εστιατόρια, εργαστήρια τοπικών προϊόντων και επιχειρήσεις εναλλακτικών δραστηριοτήτων αναψυχής για τους επισκέπτες της περιοχής.

Στη Διαδρομή Πέλλας-Γουμένισσας, αξιόλογοι επισκέψιμοι χώροι που πλαισιώνουν την περιήγηση στα οινοποιεία είναι:

Παραδοσιακός οικισμός Γουμένισσας (Ιερός Ναός Παναγίας, Ιερός Ναός Αγίου Γεωργίου, Λαογραφικό Μουσείο Αλευρά, Γαλλική τρίκορφη Κρήνη)

Ιερά Μονή Αγίου Ραφαήλ στη Γρίβα
Ιερά Μονή Οσίου Νικοδήμου στον Πεντάλοφο
Ιστορικό χωριό Σκρα - Πολεμικό μουσείο Σκρα
Φύση (Γαλάζια λίμνη - Καταρράκτες Σκρά, Γουμένισσα Δύο Ποτάμια, Πριματάρι – Στραβοπόταμος)
Ορεινοί οικισμοί Καστανερής, Γρίβας και Κούπας στο Πάικο
Αρχαιολογικός χώρος του Ευρωπού
Πολύκαστρο (Διασυμμαχικό Μνημείο, Βρετανικό στρατιωτικό κοιμητήριο)
Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Αξιούπολης
Κιλκίς (Στρατιωτικό Μουσείο Βαλκανικών Πολέμων Κιλκίς, Έκθεση Παλαιοντολογίας, Σπήλαιο Κιλκίς, Ιερά μονή Αγίου Γεωργίου, Βυζαντινό κάστρο Παλαιού Γυναικόκαστρου)
Μια πολύ καλή πρόταση για τον επισκέπτη αποτελεί και η γιορτή του Αγίου Τρύφωνα, την 1η Φεβρουαρίου, κατά τη διάρκεια της οποίας γίνονται δρώμενα σχετικά με το κρασί, καθώς ο Άγιος Τρύφωνας είναι ο προστάτης της αμπελουργίας. Στη Γουμένισσα κάθε τέτοια μέρα διοργανώνεται η παραδοσιακή τελετουργία όπου οι ντόπιοι ονομάζουν το "Κουρμπάνι". Βάσει του τελετουργικού, νωρίς το πρωί ένας ταύρος περιφέρεται στην πόλη συνοδεία των τοπικών «χάλκινων» μέχρι την εκκλησία του Αγίου Τρύφωνα. Ακολουθεί η σφαγή του ζώου και το μεσημέρι διοργανώνεται γλέντι με παραδοσιακούς χορούς, όπου και προσφέρεται - θεωρητικά - ο ταύρος που έχει μαγειρευτεί εν τω μεταξύ συνοδεία κρασιού. Το έθιμο αυτό ήρθε στη Γουμένισσα μαζί με τους πρόσφυγες αμπελουργούς, από την Ανατολική Ρωμυλία

[12] Πηγή: https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/

μετά την ανταλλαγή πληθυσμών το 1923. Ως εκ τούτου λαμβάνει χώρα στη μικρή εκκλησία του Αγίου που βρίσκεται στην άκρη της πόλης και όχι στην επιβλητική βασιλική Μητρόπολη του Αγίου Γεωργίου.

Μια ακόμη ελκυστική πρόταση συνιστά η διήμερη εκδήλωση «Κάστανο, τυρί, κρασί» που διοργανώνεται ετησίως τα τελευταία 25 έτη, το τελευταίο Σαββατοκύριακο του Οκτωβρίου στη Γρίβα, από τον δήμο Παιονίας και τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους. Η εκδήλωση περιλαμβάνει γαστρονομικές εκδηλώσεις, επιστημονικές παρουσιάσεις, μουσικοχορευτικά δρώμενα, σεμινάρια γαστρονομίας και μεταποίησης κάστανου, τυριού και κρασιού, ενώ παρουσιάζονται και το σύνολο των τοπικών προϊόντων από τους παραγωγούς της ευρύτερης περιοχής.

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Μικρό Κτήμα Τίτου*, το *Κτήμα Ζην Ηδεως* και το κτήμα *3 Γενιές*.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ[13]

Η Ήπειρος, το βορειοδυτικό άκρο της Ελλάδας, χαρακτηρίζεται κυρίως από τους ορεινούς όγκους, τις λίμνες και τους κόλπους της. Το μεγαλύτερο μέρος της περιοχής είναι ορεινό, με τη διαδρομή να περιλαμβάνει τις αμπελοοινικές περιοχές του Μετσόβου της Ζίτσας.

Ο επισκέπτης μπορεί να φτάσει στην περιοχή είτε μέσω της Εγνατίας Οδού, είτε μέσω Γρεβενών, είτε μέσω Τρικάλων από την Καλαμπάκα και τα Μετέωρα. Το Μέτσοβο αποτελεί διατηρητέο παραδοσιακό οικισμό κτισμένο σε υψόμετρο 1160 μέτρων, με ξενοδοχειακή υποδομή και μεταξύ άλλων αξιοθέατων, το Λαογραφικό Μουσείο Μετσόβου και την Πινακοθήκη "Ε. Αβέρωφ", με πολλά και αξιόλογα έργα εικαστικών δημιουργών.

Στο Γινιέτς βρίσκεται επίσης ο πιο ορεινός αμπελώνας της χώρας, φυτεμένος στα 950-1.050 μέτρα υψόμετρο.

Η περιοχή αποτελεί κέντρο χειμερινού τουρισμού και ιδιαίτερα χειμερινού σκι με δυο χιονοδρομικές πίστες. Τα βουνά του Περιστερίου, τα ποτάμια Μετσοβίτικος και Καλαρίτικος και η τεχνητή λίμνη πηγών Αώου αποτελούν ιδιαίτερα φυσικά τοπία για εξερεύνηση, ενώ από το φαράγγι του Αώου, ο επισκέπτης μπορεί να δει τον Εθνικό δρυμό της Βάλια Κάλντα, που αποτελεί διατηρητέο μνημείο της φύσης. Σημαντική επίσης στην περιοχή του Μετσόβου είναι και η παράδοση στην κτηνοτροφία και την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων ποιότητας.

Στη συνέχεια και δυτικά από το Μέτσοβο, σε απόσταση 55 χλμ. ο επισκέπτης θα συναντήσει τη γραφική πόλη και πρωτεύουσα της Ηπείρου, τα Ιωάννινα, που απλώνεται στη δυτική όχθη της Παμβώτιδας. Πυρήνας της το κάστρο των Ιωαννίνων, με τις δυο ακροπόλεις του, όπου, από τα ύστερα βυζαντινά χρόνια, αναπτύχθηκε μια μοναστική πολιτεία με μοναστήρια και ασκηταριά, τα οποία διασώζονται μέχρι και σήμερα.

Βορειοδυτικά των Ιωαννίνων και έχοντας δυτικά τον ποταμό Καλαμά, αναπτύσσεται η περιοχή της Ζίτσας, όπου φιλοξενήθηκε ο λόρδος Βύρων και συγκεκριμένα στο μοναστήρι του Προφήτη Ηλία. Η ευρύτερη περιοχή είναι γνωστη για τα ονομαστά κρασιά της. Πρόκειται για τη ζώνη ΠΟΠ Ζίτσα, όπου αναπτύσσεται η ποικιλία Ντεμπίνα και άλλες δύο τοπικές ποικιλίες, το Βλάχικο και το Μπεκάρι. Στα οινοποιεία της Ζίτσας, η γευσιγνωσία αποτελεί μία ιδιαίτερη εμπειρία, η οποία περιλαμβάνει αφρώδεις και ημιαφρώδεις οίνους, λευκούς, ροζέ

[13] Πηγή: https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/

και ερυθρούς ξηρούς, αποστάγματα, παλαιωμένα αποστάγματα καθώς και άλλα διαφορετικά είδη κρασιού.

Στην περιοχή του Καλαμά ο επισκέπτης μπορεί να δει επίσης το «θεογέφυρο», ένα φυσικό γεφύρι με βράχους, το οποίο αποτελεί σπάνιο μνημείο της φύσης, ενώ σε κοντινή απόσταση βρίσκεται η Ιερά Μονή Παλιουρής, γνωστή για το πανηγύρι της και η Ιερά Μονή Πατέρων.

Η Διαδρομή περνά από την περιοχή Ζαγορίου, στον Εθνικό δρυμό Βίκου-Αώου με πιο χαρακτηριστικό στοιχείο τη χαράδρα του Βίκου αλλά και τις φυσικές πισίνες του Πάπιγκου και τη Δρακολίμνη της Γκαμήλας. Στην ευρύτερη περιοχή, απλώνονται χωριά και παραδοσιακοί οικισμοί με ξενώνες, εστιατόρια και εργαστήρια τοπικών προϊόντων.

Τελευταίος σταθμός της Διαδρομής του Κρασιού της Ηπείρου, είναι η περιοχή της Κόνιτσας με τους ορεινούς όγκους του Γράμμου, του Σμόλικα, της Γκαμήλας και τα ποτάμια Σαρανταπόρου, Αώου και Βοϊδομάτη. Η περιοχή προσφέρεται για εναλλακτικές μορφές αναψυχής, διασκέδασης και τουρισμού (πεζοπορία, rafting, kayak, αλεξίπτωτο πλαγιάς, χειμερινό σκι στη Βασιλίτσα, κ.ά.).
Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κατώγι Αβέρωφ*, το *Αμπελόεις* και το *Zoinos*.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΝΑΟΥΣΑΣ[14]

Η Διαδρομή του Κρασιού της Νάουσας είναι γνωστή ως οινοπαραγωγός περιοχή αναδεικνύοντας μία από τις πλέον σημαντικές ελληνικές αμπελοοινικές ποικιλίες, το Ξινόμαυρο. Η διαδρομή ξεκινά από τη Βέροια, 74 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη και το χωριό της Βεργίνας, γνωστό παγκόσμια για τα αρχαιολογικά ευρήματα και το ομώνυμο μουσείο, όπου μεταξύ άλλων φυλάσσονται οι τάφοι μακεδόνων βασιλέων.
Ο Διαδρομή συνεχίζει στη θέση Μπαγράτσα, στην Πατρίδα Ημαθίας και συνεχίζει στις περιφερειακές περιοχές της πόλης της Νάουσας: Στενήμαχο, Μαντέμι, Γιαννακοχώρι, Νέα Στράντζα και Επισκοπή, ένα τοπίο φημισμένο για τα αμπελοτόπιά του.

Η Διαδρομή τερματίζει στην πόλη της Νάουσας για μία βόλτα στην παλιά της πόλη, στον Πύργο του Ρολογιού, στο Λαογραφικό Μουσείο και στον καταρράκτη των Σουμπάνων, ιστορικό χώρο θυσίας των Ναουσαίων γυναικών το 1822. Η Νάουσα είναι επίσης γνωστή για τα έθιμά της με πιο γνωστό το καρναβάλι με τις μπούλες.
Στην περιοχή υπάρχει μία μεγάλη λίστα επιλεγμένων ξενώνων, εστιατορίων, εργαστηρίων τοπικών προϊόντων και επιχειρήσεων που προσφέρουν δραστηριότητες αναψυχής.

Τέλος, απαραίτητη κρίνεται η επίσκεψη σε πλήθος άλλων αξιόλογων χώρων της περιοχής, όπως:

- Βέροια (Το Βήμα του Αποστόλου Παύλου, βυζαντινοί και μεταβυζαντινοί ναοί, Αρχαιολογικό Μουσείο, παραδοσιακές συνοικίες Μπαρμπούτα και Κυριώτισσα)
- Μακεδονικοί Τάφοι Λευκαδίων Νάουσας
- Νυμφαίον της Μίεζας, έξω από τη Νάουσα (Σχολή του Αριστοτέλη)
- Το αρχαίο θέατρο της Μίεζας
- Χιονοδρομικό Κέντρο Τρία Πέντε Πηγάδια
- Χιονοδρομικό Κέντρο Σέλι
- Ο ποταμός Αράπιτσα
- Άγιος Νικόλαος Νάουσας (άλσος-χώρος αναψυχής)

[14] Πηγή: https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Αργατία*, *Μπουτάρη*, το *Κτήμα Ταραλάς*, το *Κτήμα Φουντή*, το *Κτήμα Κυρ Γιάννη*, το *Κτήμα Διαμαντάκος* και το *Βαένι Νάουσα*.

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ[15]

Η Θεσσαλονίκη, αποτελεί το σταυροδρόμι των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος και είναι η πόλη με τα περισσότερα επίθετα στην Ελλάδα. Κλασική, ελληνιστική, ρωμαϊκή, βυζαντινή, βαλκάνια, συμπρωτεύουσα, πολυπολιτισμική και φτωχομάνα γιατί δέχτηκε στην αγκαλιά της ανά τους αιώνες διάφορα μεταναστευτικά ρεύματα, η Νύμφη του Θερμαϊκού, η πρωτεύουσα της Ελληνικής γαστρονομίας και παγκόσμια "city break" προορισμός.
Τη διαχρονική παρουσία της μαρτυρούν οι ναοί, η αγορά, τα ανάκτορα, ο ιππόδρομος, οι βασιλικές, τα κάστρα, τα λουτρά, τα τεμένη, τα art deco κτήρια της.

Η διαδρομή του κρασιού της Θεσσαλονίκης περνά από το Καλοχώρι και το Δέλτα Αξιού με τον υδροβιότοπό του και κατευθείνεται, είτε βόρεια στο Λαγκαδά και την ορεινή Όσσα, είτε στις λίμνες Κορώνεια και Βόλβη μέχρι τον Στρυμωνικό κόλπο. Πλησιέστερα στη Θεσσαλονίκη, η διαδρομή οδηγεί στον Τρίλοφο και τα παραθαλάσσια κέντρα Περαία, Αγία Τριάδα και Νέα Μηχανιώνα και καταλήγει στην Επανομή.

Για τους επισκέπτες των οινοποιείων υπάρχει στη Θεσσαλονίκη και ένα πλήθος από σημαντικά αξιοθέατα που μπορούν να συνδυαστούν με την περιήγηση στην περιοχή και τα οινοποιεία. Τα σημαντικότερα είναι:

- Λευκός Πύργος
- Αρχαιολογικό Μουσείο
- Βυζαντινό Μουσείο
- Λαογραφικό Εθνολογικό Μουσείο
- Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα
- Τα Κάστρα (Τριγώνιο, Επτάπυργο, Ακρόπολη)
- Αρχαία Αγορά
- Αψίδα Γαλέριου (Καμάρα)
- Ροτόντα
- Βυζαντινοί ναοί της Θεσσαλονίκης (Άγιος Δημήτριος, Αγία Σοφία, Αχειροποίητος, Παναγία Χαλκέων, Μονή Βλατάδων κλπ.)
- Η κεντρική αγορά τροφίμων Μοδιάνο, Καπάνι και Άθωνος
- Η νέα παραλία από τον Λευκό Πύργο έως το Μέγαρο Μουσικής με θεματικά πάρκα και υπαίθρια έργα τέχνης.

Μέρος των τουριστικών και πολιτισμικών σημείων της πόλης αποτελεί και η γαστρονομική παράδοση που μπορεί κανείς να γνωρίσει στα αναρίθμητα κατάστημα εστίασης, αλλά και μέσα από τα διάφορα φεστιβάλ, τις εκδηλώσεις και τις εκθέσεις που πραγματοποιούνται ετησίως στη Θεσσαλονίκη και αφορούν τη γαστρονομία.

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το Αργατία, Μπουτάρη, το Κτήμα Ταραλάς, το Κτήμα Φουντή, το Κτήμα Κυρ Γιάννη, το Κτήμα Διαμαντάκος και το Βαένι Νάουσα.
Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι του *Κεχρή*, το *Κτήμα Γεροβασιλείου* και το *Κτήμα Φλοριάν*.

[15] Πηγή: https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΔΙΟΝΥΣΟΥ[16]

Η Διαδρομή του Διόνυσου ξεκινά από το Παγγαίον Όρος, το Κοκκινοχώρι στο Δήμο Ορφανού και περνά από την πόλη της Καβάλας για να κατευθυνθεί στη συνέχεια βόρεια στη Δράμα και στις γύρω περιοχές, δυτικά στα Κοκκινόγεια και στην Προσοτσάνη και στα ανατολικά στην Αδριανή.

Στην αρχαιότητα το Παγγαίον Όρος ήταν γνωστό για τα ορυχεία χρυσού και αργύρου του και κέντρο της διονυσιακής λατρείας, όπου σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία ανατράφηκε ο θεός Διόνυσος.

Η Διαδρομή του Διονύσου ξεκινά από τη Θεσσαλονίκη και σε απόσταση 110 χλμ. φτάνει στα ερείπια της αρχαίας Αμφίπολης. Ο δρόμος συνεχίζει παραλιακά και συναντά την αμφιθεατρικά κτισμένη Καβάλα με το Βυζαντινό της κάστρο, τα Τείχη και το επιβλητικό υδραγωγείο. Σε κοντινές τοποθεσίες, υπάρχουν παραλίες και ψαροταβέρνες για τους επισκέπτες.

Η Διαδρομή συνεχίζει με μία στάση στον αρχαιολογικό χώρο των Φιλίππων. Οι ανασκαφές στη θέση της αρχαίας πόλης και στα περίχωρα αποκάλυψαν ίχνη της Εγνατίας οδού, την περίφημη ρωμαϊκή αγορά, το γνωστό αρχαίο θέατρο και πλήθος οικοδομημάτων. Πιο ψηλά στο Παγγαίο Όρος βρίσκεται επίσης το βυζαντινό μοναστήρι της Εικοσιφοινίτσας, με την Αχειροποίητη εικόνα της Παναγίας.

Επόμενης στάση της Διαδρομής είναι η πόλη της Δράμας, χτισμένη στους πρόποδες του Φαλακρού Όρους. Η περιήγηση στην περιοχή είναι ιδανική για τους λάτρεις του βουνού και του δάσους, καθώς εκεί βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο και τέσσερα ορεινά καταφύγια, το σπήλαιο του Μααρά (Αγγίτη) και το δάσος της Ελάτης. Κεντρικό σημείο της Δράμας αποτελούν οι Πηγές Αγίας Βαρβάρας όπου τα νερά σχηματίζουν μία μικρή γραφική λίμνη σε ένα καταπράσινο περιβάλλον.

Επιστρέφοντας στην Καβάλα, η διαδρομή κατευθύνεται ανατολικά προς τη Θράκη, με τελικό οινικό προορισμό τη Μαρώνεια, το χωριό με τα παλιά αρχοντικά στις πλαγιές του Ίσμαρου. Στη διαδρομή συναντάται η Κοιλάδα του Νέστου, η παραδοσιακή πόλης της Ξάνθης, τα Άβδηρα, πατρίδα του Δημόκριτου, η λιμνοθάλασσα Βιστωνίδα με το φυσικό όρμο Πόρτο Λάγος και η Κομοτηνή.

Κατά μήκος της διαδρομής, προτείνονται επιλεγμένοι ξενώνες, εστιατόρια και χώροι παραγωγής και διάθεσης τοπικών/παραδοσιακών προϊόντων.

Οι επισκέπτες της Διαδρομής, εκτός από τα οινοποιία της περιοχής μπορούν να επισκεφτούν πολλούς αξιόλογους χώρους, οι οποίοι είναι:

- Αμφίπολη (αρχαιολογικός χώρος, μουσείο)
- Φίλιπποι (αρχαιολογικός χώρος, μουσείο)
- Σπήλαιο Αλιστράτης και Φαράγγι του Αγγίτη
- Σπήλαιο Μααρά
- Χιονοδρομικό Κέντρο Φαλακρού
- Σπήλαιο Ποταμών
- Δάσος Σημύδας στη Μικρομηλιά
- Δάσος Ελάτης
- Δέλτα του Νέστου
- Πόρτο Λάγος

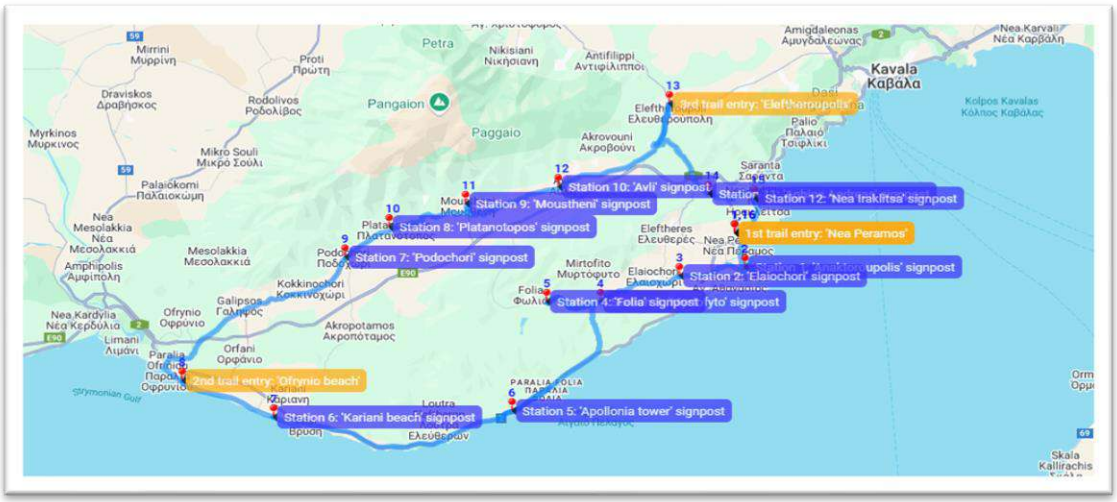
[16] Πηγή: https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/

- Νήσος Θάσος
- Άβδηρα (αρχαιολογικό και λαογραφικό μουσείο, παραδοσιακός οικισμός)
- Αρχαιολογικός χώρος στα παράλια του Ν. Ξάνθης
- Αρχαιολογικός χώρος της Μαρώνειας

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κτήμα Βίβλια Χώρα* στην περιοχή της Καβάλας, τα οινοποιεία *Νίκου Λαζαρίδη, Τέχνη Οίνου, Οίνωψ, Κτήμα Παυλίδη,* και *Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη* στην περιοχή της Δράμας και το *Κτήμα τ Αποστόλη* στην περιοχή των Σερρών.

Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΠΑΓΓΑΙΟΥ[17]

Ο Δρόμος του Παγγαίου είναι μια διαδρομή γεμάτη αμπέλια, τα οποία εκτείνονται από τη μια δίπλα στις παραλίες της περιοχής και από την άλλη, στις παρυφές του όρους Παγγαίου όπου αναπτύσσονται γραφικά χωριά και ένα ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον. Η συνολική διαδρομή έχει μήκος 117,2 χλμ. και περιλαμβάνει 45 αξιοθέατα με τη βοήθεια 12 σηματοδοτημένων πινακίδων, καθεμία από τις οποίες προτείνει την επίσκεψη στα μοναδικά αξιοθέατα. Η διαδρομή περιλαμβάνει τους παρακάτω προτεινόμενους σταθμούς ανάλογα με το σημείο εκκίνησης του επισκέπτη.



1η είσοδος μονοπατιού: "Νέα Πέραμος"

Σταθμός 1 «Ανακτορούπολη»
Σταθμός 2 «Ελαιοχώρι»
Σταθμός 3 «Μυρτόφυτο»
Σταθμός 4 «Φωλιά»
Σταθμός 5 «Πύργος Απολλωνίας»
Σταθμός 6 «Παραλία Κάριανης»

2η είσοδος μονοπατιού: "Παραλία Οφρυνίου"

Σταθμός 7 «Ποδοχώρι»
Σταθμός 8 «Πλατανότοπος»
Σταθμός 9 «Μουσθένη»

[17] Διαδρομή της Αναπτυξιακής Καβάλας η οποία πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο διασυνοριακού έργου "DYONISOS" *INTERREG* V-A ΕΛΛΑΔΑ - ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014-2020 και περιλαμβάνει σηματοδότηση. Πηγή: https://enodata.dionysosvine.eu/route/all/en/362

Σταθμός 10 «Αυλή»

3η είσοδος μονοπατιού: "Ελευθερούπολη"
Σταθμός 11 «Άγιος Ανδρέας»
Σταθμός 12 «Νέα Ηρακλείτσα»
1η είσοδος μονοπατιού: «Νέα Πέραμος»

Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΣΟΥΦΛΙΟΥ[18]

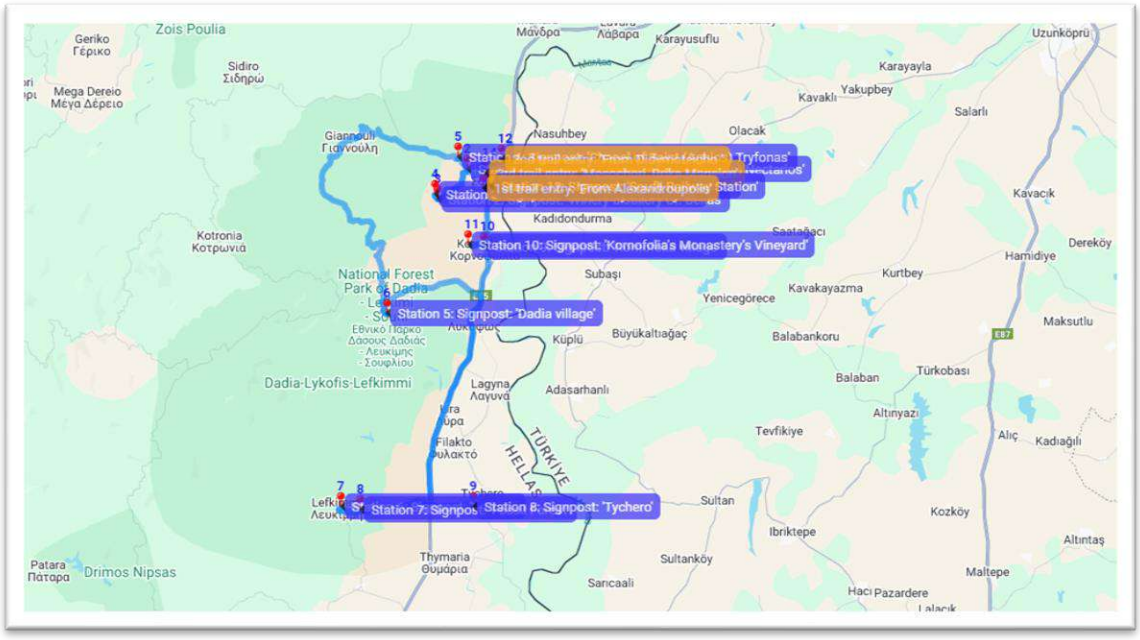
Ο Δρόμος του Σουφλίου είναι μία διαδρομή με ιδιαίτερο φυσικό ενδιαφέρον καθώς διαπερνά σημεία του Εθνικού Πάρκου Δαδιάς – Λευκίμης – Σουφλίου, μοναδικού στην Ευρώπη για την χλωρίδα και πανίδα του. Η συνολική διαδρομή έχει μήκος 88 χλμ., περιλαμβάνει 27 αξιοθέατα με τη βοήθεια 12 σηματοδοτημένων πινακίδων, καθεμία από τις οποίες προτείνει την επίσκεψη στα μοναδικά αξιοθέατα. Η διαδρομή περιλαμβάνει τους παρακάτω προτεινόμενους σταθμούς ανάλογα με το σημείο εκκίνησης του επισκέπτη.

1η είσοδος μονοπατιού: "Από Αλεξανδρούπολη"
Σταθμός 1 «Εκκλησάκι Αγίου Νεκταρίου»
Σταθμός 2 «Οινοποιϊα-αποσταγματοποιϊα Γρ. Μπέλλας»
Σταθμός 3 «Πειραματικός αμπελώνας Στάφυλος»
Σταθμός 4 «Εκκλησάκι Αγίου Τρύφωνα»
Σταθμός 5 «Χωριό Δαδιά»
Σταθμός 6 «Λευκίμμη»
Σταθμός 7 «Απολιθωμένο Δάσος»
Σταθμός 8 «Τυχερό»
Σταθμός 9 «Χωριό Κορνοφωλιά»
Σταθμός 10 «Αμπελώνας Μονής Κορνοφωλιάς»

2η είσοδος μονοπατιού: "Από Διδυμότειχο"
Σταθμός 11 «Μεταξουργείο Τζίβρε»

3η είσοδος μονοπατιού: "Μεσοχώρι, Αρχοντικό Μπρίκα"
Σταθμός 12 «Σιδηροδρομικός Σταθμός Σουφλίου»

[18] Πηγή: https://enodata.dionysosvine.eu/route/all/en/423



1η είσοδος μονοπατιού: 'Από Αλεξανδρούπολη'

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΩΝ ΘΕΩΝ ΤΟΥ ΟΛΥΜΠΟΥ[19]

Η κοιλάδα των Τεμπών αποτελεί το φυσικό νότιο όριο των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος. Σύμφωνα με τη μυθολογία, στις πηγές των Τεμπών εξάγνισαν οι Μούσες τον Απόλλωνα μετά από το θάνατο του δράκοντα Πύθωνα, εξού και η αποκαλούμενη Διαδρομή των Θεών του Ολύμπου.

Στα 800 μέτρα από τους νοτιοανατολικούς πρόποδες του Ολύμπου, βρίσκεται η Ραψάνη, της οποίας ο αμπελώνας απλώνεται στις βουνοπλαγιές του προφήτη Ηλία. Εκεί γεννήθηκε ο θρύλος του Νέκταρ, του ποτού των θεών του Ολύμπου. Εδώ βρίσκεται η ζώνη ΠΟΠ Ραψάνη, ενώ το κρασί ΠΟΠ Ραψάνη παράγεται αποκλειστικά από τη συν-οινοποίηση των τριών ερυθρών ποικιλιών: Ξινόμαυρο, Κρασάτο και Σταυρωτό.

Η Ραψάνη είναι γνωστή για τα πανηγύρια της και τις ντόπιες πίτες της. Επίσης, κοντά στη Ραψάνη, βρίσκεται το χωρίο Κρανιά, κτισμένο στην ανατολική πλαγιά του Κάτω Ολύμπου, σε υψόμετρο 700 μέτρων. Μπροστά του απλώνεται πανοραμικά η πεδιάδα των εκβολών του Πηνειού και το Αιγαίο Πέλαγος.

Η Διαδρομή συνεχίζει μέσω της Εθνικής Οδού προς την Πύδνα Πιερίας. Στη διαδρομή, ο επισκέπτης συναντά τις παραλίες του Πλαταμώνα, καθώς και παραθαλάσσια εστιατόρια και ταβέρνες με φρέσκα ψάρια, κατόπιν τον παραδοσιακό οικισμό του Αγίου Παντελεήμονα με το ενετικό κάστρο και το αρχαίο Δίο με τα ιερά των θεών των Μακεδόνων, ένα σημαντικό δείγμα αρχαίας Μακεδονικής αρχιτεκτονικής.

Εκτός από τα οινοποιία της Διαδρομής, τους ξενώνες, τα εστιατόρια, τα εργαστήρια παρασκευής τοπικών προϊόντων και τις επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού, ο επισκέπτης μπορεί να συναντήσει ακόμη περισσότερες τουριστικές προτάσεις που είναι:

[19] Πηγή: https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/

- Ο οικισμός της Ραψάνης, η πλακόστρωτη πλατεία του με τα πλατάνια και το Μουσείο Οίνου & Αμπέλου.
- Αρχαιολογικός χώρος Δίου
- Πλαταμώνας (κάστρο, παραλίες)
- Παραδοσιακός οικισμός Σκοτείνας
- Παραδοσιακός οικισμός Παλαιού Παντελεήμονα
- Λιτόχωρο-Όλυμπος (καταφύγια-ορειβατικός τουρισμός)
- Τέμπη
- Διάφορα μέρη με παραλίες για μπάνιο και ψαροταβέρνες όπως Λεπτοκαρυά, Μακρύγιαλλος, Μεθώνη.

Στο τέλος της Διαδρομής, ο επισκέπτης μπορεί να ακολουθήσει την Εγνατία Οδό για να περιηγηθεί δυτικά στις οινικές διαδρομές της Νάουσας, των Λιμνών, της Ηπείρου και της Πέλλα-Γουμένισσας ή να συνεχίσει προς τη Θεσσαλονίκη ακολουθώντας τους Δρόμους του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος στη Θεσσαλονίκη, τη Χαλκιδική, την Ανατολική Μακεδονία και τη Θράκη.

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κτήμα Κατσαρού* και το *Kitrvs* (στην περιοχή της Πιερίας).

ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΜΑΥΡΗΣ ΘΑΛΑΣΣΑΣ[20]

Το Εργαστήριο Γεωργικών Εφαρμογών και Αγροτικής Κοινωνιολογίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου της Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ) στο πλαίσιο του προγράμματος «Sea of Wine/Μια Θάλασσα Κρασί», έχει χαράξει επισκέψιμες θεματικές οινοτουριστικές διαδρομές στην Κεντρική Μακεδονία και στην Ανατολική Μακεδονία Θράκη.

Οι Δρόμοι του Κρασιού της Μαύρης Θάλασσας στην Ελλάδα προσφέρουν νέες βιωματικές εμπειρίες από την παράδοση και την ελληνική κουλτούρα. Πρόκειται για ένα ταξίδι πίσω στην ιστορία, στους μύθους, τη φιλοσοφία και την τέχνη, με τη γευστική δοκιμή επώνυμων οίνων υψηλής ποιότητας. Εντυπωσιακά τοπία, γαστρονομία και μοναδικοί άνθρωποι συμπληρώνουν την οινική εμπειρία.

Ειδικότερα:

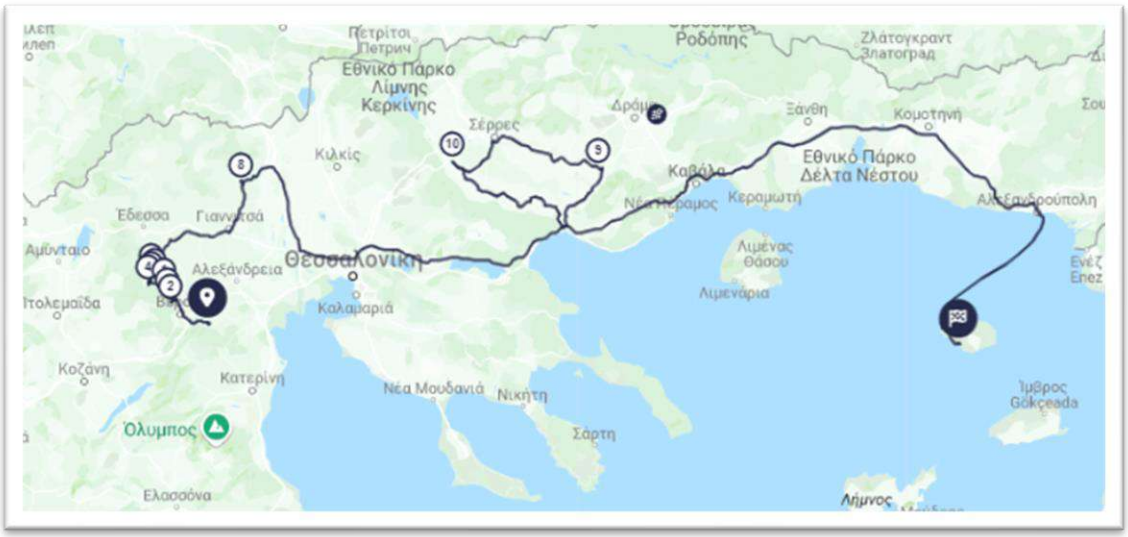
[20] https://seaofwine.travel/countries/greece

Διαδρομή Μακεδόνων Βασιλέων

Η διαδρομή ξεκινά από τη Βεργίνα-Αιγές, την καρδιά του Μακεδονικού Βασιλείου και το Παλάτι του Φιλίππου Β', ένα από τα σημαντικότερα κτίρια της κλασικής Ελλάδας και καλεί τον επισκέπτη να ζήσει σαν βασιλιάς και να ανακαλύψει την πληθώρα των οινοποιείων της Νάουσας. Το «Διαμαντάκος οινοποιείο» θα μοιραστεί την ιστορία της ανακάλυψης των ερειπίων της Σχολής του Αριστοτέλη μέσα στον αμπελώνα τους, εκεί όπου ο Αλέξανδρος διδάχθηκε από τον μεγάλο φιλόσοφο.

Κατόπιν, η διαδρομή συνεχίζει στον Αρχαιολογικό χώρο της αρχαίας Πέλλας, όπου γεννήθηκε ο Μέγας Αλέξανδρος και με κατεύθυνση προς τα οινοποιεία της Γουμένισσας. Εκεί ο επισκέπτης μπορεί να δοκιμάσει το κρασί της περιοχής, που σύμφωνα με τον μύθο ήταν αυτό που έπινε ο Αλέξανδρος. Κατόπιν, προτείνεται μια γρήγορη στάση στους Μακεδονικούς Τάφους στον Άγιο Αθανάσιο λίγο έξω από την πόλη της Θεσσαλονίκης.

Η διαδρομή οδηγεί στην Αμφίπολη – τάφος Καστά και στο βιολογικό οικογενειακό οινοποιείο στον Βίταστα (κρινίδα), ένα χωριό που πήρε το όνομά του από τη βιτο (δεύτερη) στάση της αποστολής των στρατευμάτων του Βασιλιά στη Μικρά Ασία. Μόλις λίγα λεπτά μακριά από το Αρχαίο θέατρο Φιλίππων, βρίσκονται τα οινοποιεία της Αδριανής και αν είναι καλοκαίρι προτείνεται η παρακολούθηση κάποιας αρχαίας παράστασης. Το ταξίδι του επισκέπτη ολοκληρώνεται με μια οινογευστική εμπειρία στην Καβάλα ή και στη Θράκη, στους διατηρημένους μακεδονικούς τάφους στη Σταυρούπολη-Κομνηνά. Από την Αλεξανδρούπολη ο επισκέπτης μπορεί να ακολουθήσει τον τελευταίο Μακεδόνα βασιλιά Περσέα μέχρι το τελευταίο του νησί, τη Σαμοθράκη. Στο Ιερό των Μεγάλων Θεών ο βασιλιάς Φίλιππος Β' συνάντησε την Ολυμπιάδα, κατά τη διάρκεια των Καβέριων Μυστηρίων (όπου το κρασί έρεε άφθονο), με αποτέλεσμα τη γέννηση του Μεγάλου Αλεξάνδρου. Εκεί, σε ένα νεοσύστατο οινοποιείο, ο επισκέπτης μπορεί να δοκιμάσει τα αρχαία θρακικά κρασιά και να ξεκουραστεί μέχρι την επόμενη διαδρομή κρασιού.

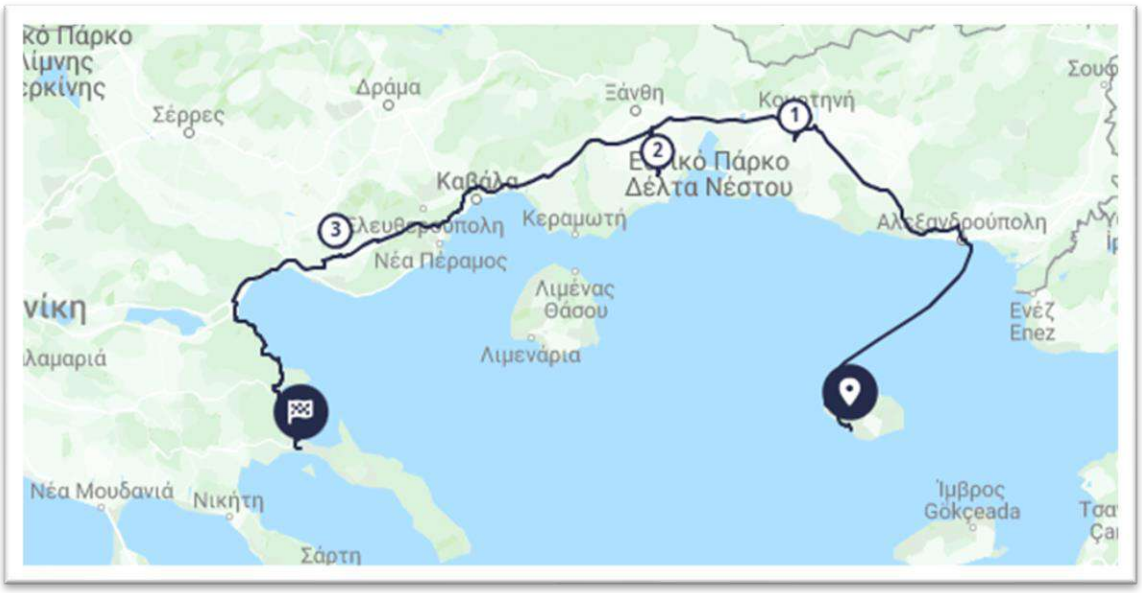


Wine and Kings: Route of Thrones

Η οινοτουριστική εμπειρία ξεκινάει με την ανακάλυψη του κρασιού και των μυστικών της γης των Θεών Καβείρι στη Σαμοθράκη, έναν τόπο ιδιαίτερης ομορφιάς, με εκτενή ιστορία αμπελοκαλλιέργειας, παραγωγής και εμπορίου κρασιού. Αυτή η διαδρομή αποδίδει χαρακτηριστικά σε ιστορικά πρόσωπα στους θρόνους όπως η βασίλισσα Αρσινόη που έζησε

μέρος της ζωής της στο νησί. Εκεί βρίσκεται και το νεοσύστατο οινοποιείο Melmar. Από το λιμάνι της Αλεξανδρούπολης η διαδρομή συνεχίζει στη διάσημη χώρα των Κικόνων και στη Μαρώνεια, όπου ο επισκέπτης θα βρεις το Domaine Kikones, ένα οινοποιείο με αμπελώνες βιολογικής καλλιέργειας.

Η διαδρομή οδηγεί στους αμπελώνες των Αβδήρων, ένα μέρος που επισκέφτηκε και ο Πέρσης βασιλιάς Ξέρξης το 480 π.Χ. Τα Άβδηρα ήταν ένα σταυροδρόμι μεταξύ Ανατολής και Δύσης από την ηπειρωτική χώρα μέχρι τη θάλασσα και σήμερα είναι μια από τις τρεις σημαντικότερες οινοποιητικές περιοχές της Θράκης. Πριν φτάσει ο επισκέπτης στον τελευταίο θρόνο της διαδρομής προτείνεται μια γρήγορη στάση στην Ανακτορόπολη της αρχαίας Ισύμης στην Καβάλα με το δικό της νόμισμα και τη διάσημη ποικιλία σταφυλιού γνωστή ως «βίβλια άμπελος» που παράγεται και σήμερα από το οινοποιείο Biblia Chora Estate. Το οινικό ταξίδι οδηγεί στο πλωτό κανάλι του Ξέρξη μέσω της βάσης της χερσονήσου του Αγίου Όρους στη Χαλκιδική, που χτίστηκε τον 5ο αιώνα π.Χ. Η ιστορία ζωντανεύει σε ένα θεματικό πάρκο στον αμπελώνα του οινοποιείου Agrovision στην Ιερισσό, με θέα το Αιγαίο και το νησί της Αμουλιανής πίνοντας κρασί σε έναν θρόνο, αυτόν του Ξέρξη ή της Αρτεμισίας, της βασίλισσας της Αλικαρνασσού και ναυτικής αρχηγού.

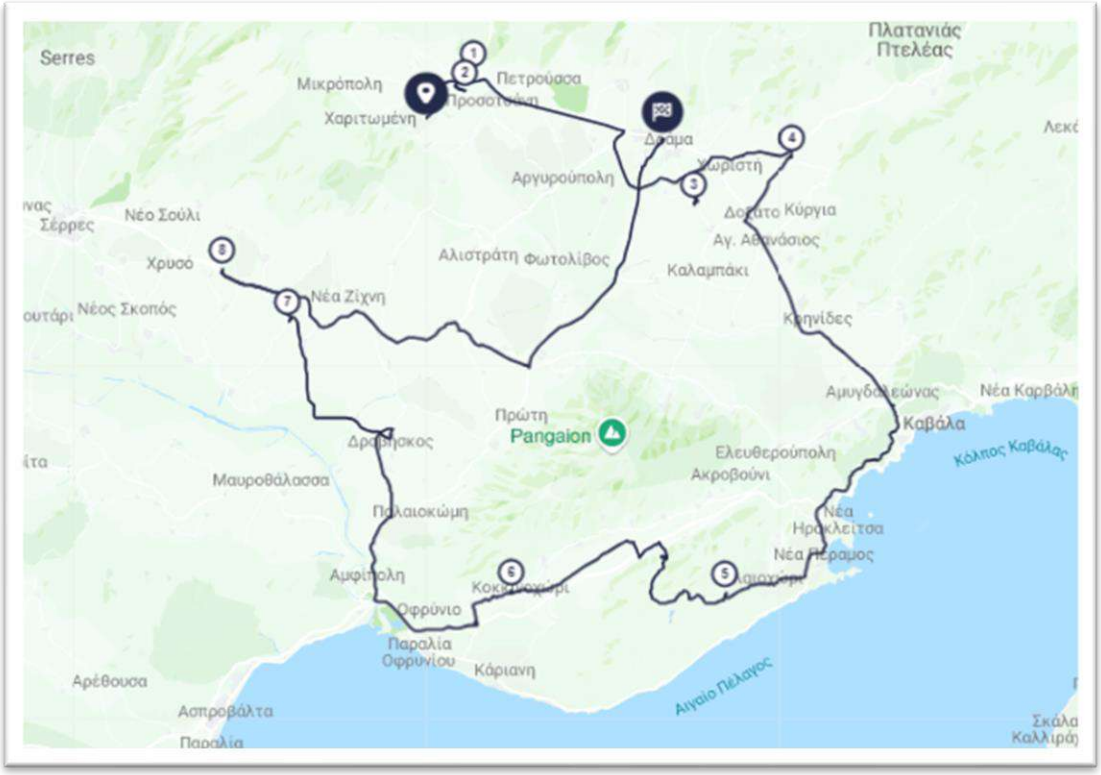


Διαδρομή Βάκχου

Αυτή η διαδρομή μεταφέρει τον επισκέπτη σε μια από τις σημαντικότερες οινοποιητικές περιοχές της Ελλάδας. Ο τόπος όπου, σύμφωνα με το μύθο, γεννήθηκε ο Διόνυσος-Βάκχος. Η διαδρομή ξεκινά από τα ερείπια του Ιερού του Διονύσου (400 π.Χ.) στην Καλή Βρύση, στην καρδιά της αμπελουργικής ζώνης της Δράμας. Συνεχίζει προς το «Κτήμα Παυλίδη», με ένα ιδιαίτερο κτίριο από λιτές επιφάνειες θωρακισμένες με ασβεστόλιθο που προσφέρει μια ξενάγηση στον αμπελώνα και το κελάρι του. Βραβευμένα κρασιά παγκόσμιας κλάσης θα βρει ο επισκέπτης και στα οινοποιεία «Oenops Wines» και «Wine Art Estate».

Στη συνέχεια, το οικογενειακό οινοποιείο «Μανωλεσάκης» στην καρδιά της Αδριανής καλωσορίζει τους επισκέπτες λίγο πριν την επίσκεψή τους στον αρχαιολογικό χώρο των Φιλίππων και τον προϊστορικό οικισμό Dikili Tash, όπου βρέθηκαν απανθρακωμένα μούρα πατημένων σταφυλιών που υποστηρίζουν τα πρώτα στοιχεία για την οινοποίηση στην Ευρώπη. Στο «Τσικρικώνης οινοποιείο» ο επισκέπτης μπορεί να κάνει επίσης μια οινική και

κατόπιν στο «Κτήμα Βιβλία Χώρα», ένα από τα πιο εντυπωσιακά οινοποιεία της περιοχής. Οι Φοίνικες, αξιότιμοι θαλασσοπόροι και έμποροι, ήρθαν στο Παγγαίο αναζητώντας πολύτιμα μέταλλα και εισήγαγαν μια ποικιλία σταφυλιού γνωστή ως «Βίβλια» που παράγει τον «Μπιλινό Οινό». Ο ναός του Διονύσου στη Βισαλτία περιείχε ένα λαμπερό φως που εξασφάλιζε ότι ο Θεός θα παρείχε μια άφθονη σοδειά ζευγαριών κρασιού και φαγητού. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το περίφημο φεστιβάλ Δραμινογνωσίας.

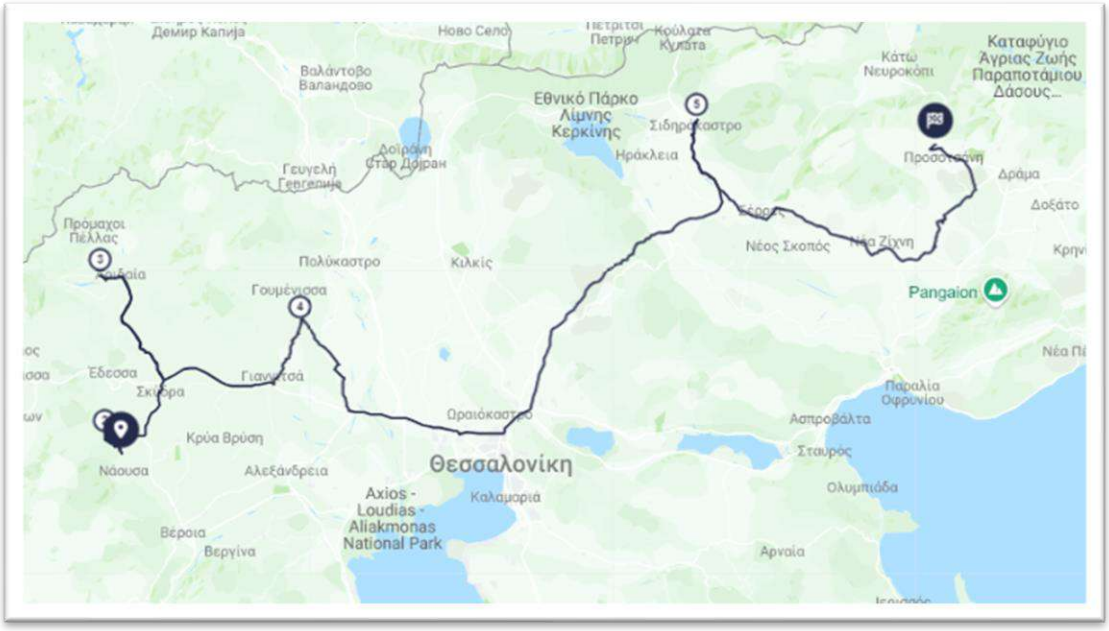


Wine and Adventure: Route of Mountains

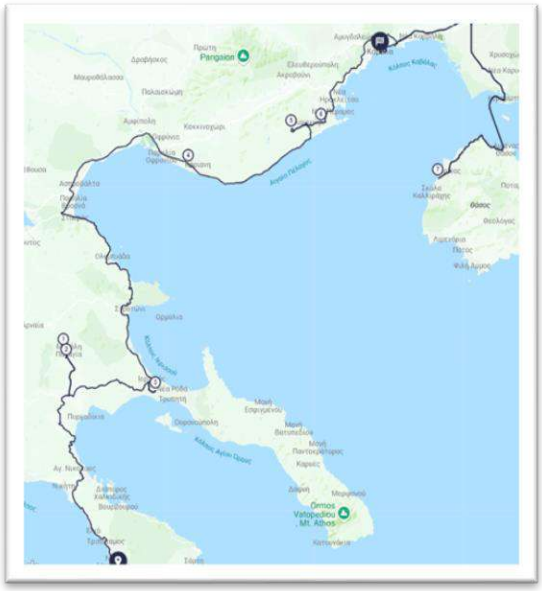
Η διαδρομή αυτή απευθύνεται στους λάτρεις των ορεινών δραστηριοτήτων. Στη διαδρομή, αν και δεν υπάρχουν πιστοποιημένοι «αμπελώνες μεγάλου υψομέτρου», ο επισκέπτης μπορεί να βρει εξαιρετικά οινοποιεία όπου κάποιοι από τους αμπελώνες τους βρίσκονται σε υψόμετρα περίπου 250-350μ. Ποδηλασία βουνού, αναρρίχηση και άλλα υπαίθρια αθλήματα ή και περιήγηση σε φυσικά ιαματικά λουτρά και ρέματα φαραγγιών αποτελούν επιλογές για τον επισκέπτη. Η διαδρομή ξεκινάει από το όρος Βέρμιο (Ημαθία) και το εμβληματικό οινοποιείο του «Κυρ Γιάννη» όπου ο επισκέπτης μπορεί να έχει μια αξέχαστη οινοτουριστική εμπειρία και περιήγηση στο κτήμα με ποδήλατα. Η διαδρομή συνεχίζει με κατεύθυνση το Οινοποιείο «Αργατία» και τους καταρράκτες της Μεταμόρφωσης και στη συνέχεια στους καταρράκτες του Σκρα και τις φυσικές λίμνες στο όρος Πάικο (Κιλκίς) όπου ο επισκέπτης θα συναντήσει το οικογενειακό οινοποιείο του «Κτήματος Χατζηβαρίτη» και θα δοκιμάσει τα κρασιά του.

Η διαδρομή προτείνει επίσης μία στάση για ιαματικό λουτρό στα Λουτρά Πόζαρ (Πέλλα) όπου βρίσκονται οι αμπελώνες της οικογένειας Θωμαΐδη «3 Τζίνια» και με κατεύθυνση το Σιδηρόκαστρο (Σέρρες) και το «Ονοποιείο Μελίδου». Για τους πιο τολμηρούς, κοντά στο οινοποιείο υπάρχει και το περίφημο οχυρό Ρούπελ, ένα από τα μεγαλύτερα από τα 21 οχυρά της Γραμμής Μεταξά, ενώ κοντά στο Φαλακρό (Δράμα) βρίσκεται και το θεματικό πάρκο και

μουσείο Λίσσε. Η διαδρομή τερματίζει στο οινοποιείο Παυλίδη στην καρδιά της Οινοποιητικής περιοχής της Δράμας.



Κρασί και περιπέτεια: Διαδρομή 3S (θάλασσα, ήλιος και άμμος)



Η διαδρομή αυτή περιλαμβάνει περιήγηση σε αμπελώνες και οινοποιεία που βρίσκονται λίγα λεπτά από τις φημισμένες παραλίες της Μακεδονίας. Μάλιστα, σε ορισμένες περιπτώσεις, ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει μια εμπειρία ιστιοπλοΐας με συνδυασμό κρασιού και φαγητού ενώ κάνει κρουαζιέρα στη θάλασσα. Ο διάσημος προορισμός της Χαλκιδικής εδώ και αιώνες ήταν κατάφυτος με αμπέλια και ελαιώνες. Η διαδρομή ξεκινάει από τον μεγαλύτερο βιολογικό αμπελώνα της χώρας «Κτήμα Πόρτο Καρράς» που βρίσκεται στη δυτική πλευρά της χερσονήσου της Σιθωνίας στη Χαλκιδική, όπου δεσπόζει το κατάφυτο όρος Μελίτωνα. Άλλα 3 οινοποιεία στη Χαλκιδική, λίγα λεπτά μακριά από τη θάλασσα αποτελούν τις επόμενες στάσεις για τον επισκέπτη, με το «οινοποιείο Agrovision» να προσφέρει μία ιδιαίτερη εμπειρία στο κελάρι του.

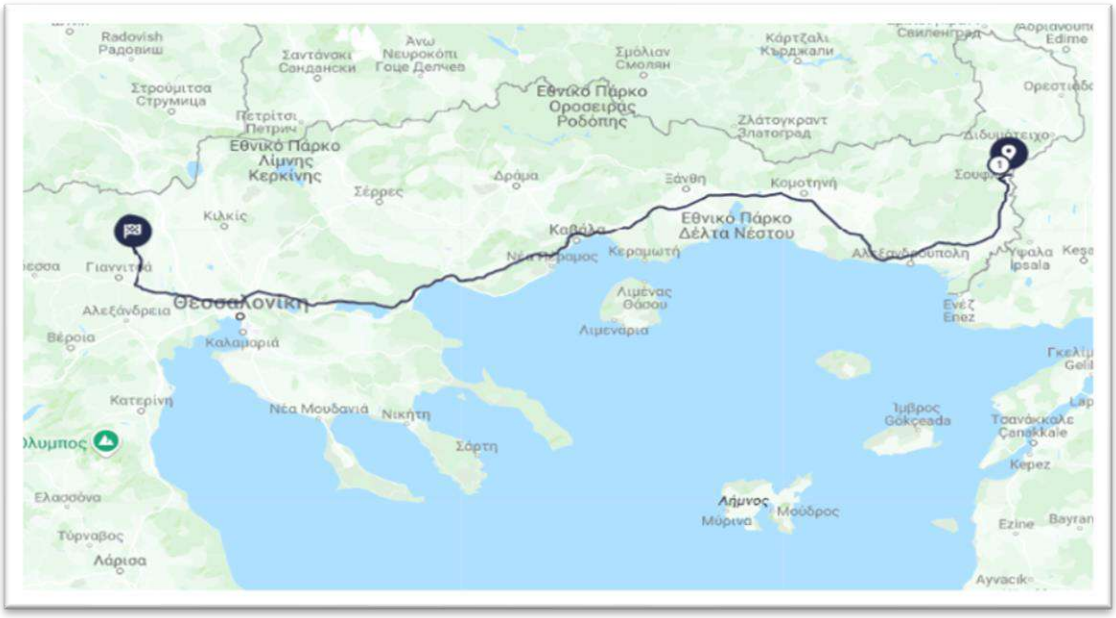
Με κατεύθυνση τις παραλίες της Καβάλας, επόμενος σταθμός είναι το οικογενειακό οινοποιείο «Κτήμα Χατζηγεωργίου», το οποίο απέχει λίγα βήματα από την παραλία και στη συνέχεια το Οινοποιείο Tsikrikonis με μοναδική θέα στο Αιγαίο και δυνατότητα διαμονής σε ξενώνα. Επόμενη στάση το οινοποιείο «Κτήμα Συμεωνίδη» κοντά στα πιο δημοφιλή παραθαλάσσια κέντρα αναψυχής της Καβάλας αλλά και σε ένα μικρό χωριό με αμπέλια και ελαιόδεντρα. Η γευσιγνωσία κρασιού και ελαιολάδου συνεχίζεται με μια επίσκεψη στο νησί

της Θάσου σε ένα μικρό βιολογικό οινοποιείο. Το καλοκαίρι στη Βόρεια Ελλάδα σημαίνει ώρα να κατευθυνθείτε προς τη θάλασσα.

Κρασί και μετάξι

Το μετάξι συνδέει την Ανατολή με τη Δύση από το παρελθόν μέχρι σήμερα. Η διαδρομή ξεκάνει από το Σουφλί (Έβρος) και την οινοποιητική περιοχή της Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης. Αναβιώνει η οινοποίηση και η παραγωγή μεταξιού στο Σουφλί. Εκεί προτείνεται μία στάση για διανυκτέρευση σε μια παλιά αποθήκη σηροτροφίας που είναι πλέον ένα παραδοσιακό μικρό ξενοδοχείο και γευσιγνωσία τσίπουρου και κρασιών του οινοποιείου Μπέλλας. Μία στάση στα Μουσεία Μεταξιού, που διηγούνται την ιστορία της περιοχής από το 1880 και στο «Μεταξουργείο Τζίβρε», σημαντικό ορόσημο που φιλοξενεί υπαίθριες πολιτιστικές εκδηλώσεις, θεωρείται απαραίτητη.

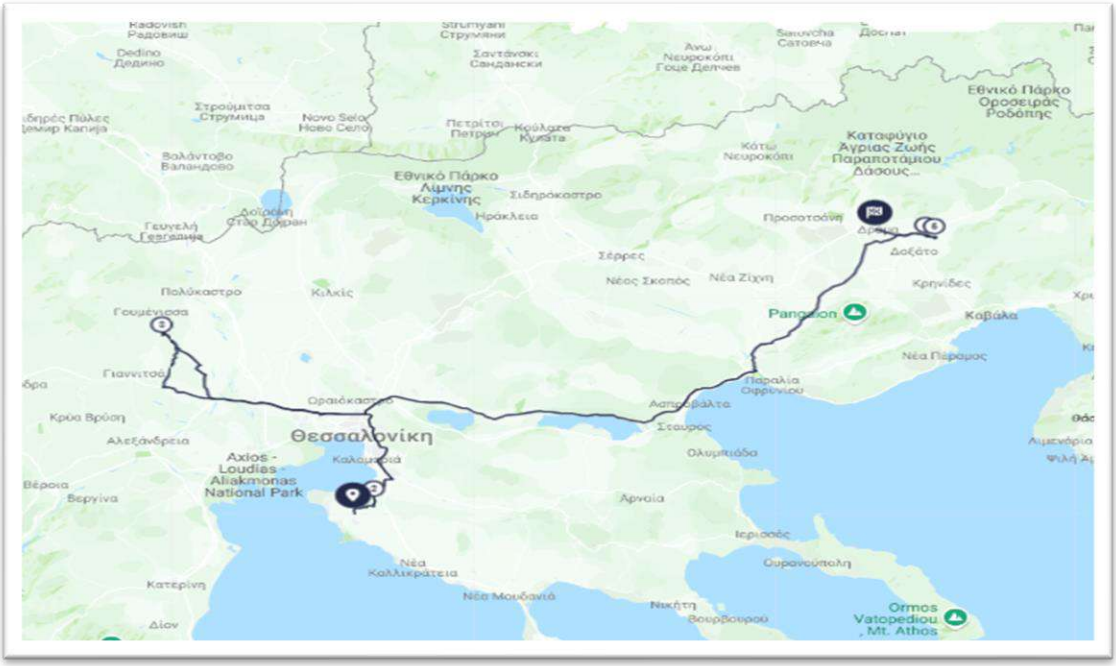
Η διαδρομή συνεχίζει από την Αλεξανδρούπολη και τους Αμπελώνες Χατζησάββα με κατεύθυνση προς δύο μεγάλες καπνοβιομηχανίες σε Ξάνθη και Καβάλα. Η Ξάνθη ήταν φημισμένη στα Παραδουνάβια Πριγκιπάτα (αρχές 18ου αιώνα) εξάγοντας καπνό στην Κριμαία, την Κιρκασία και τον Πόντο, ενώ ένα σουλτανικό φιρμάνι (νόμος) του 1859 έδωσε την ευκαιρία σε χριστιανούς, Εβραίους και Αρμένιους της ανώτερης τάξης να έχουν ενεργό ρόλο στην παραγωγή και το εμπόριο. Με κατεύθυνση τη Θεσσαλονίκη, προτείνεται στάση μίας ημέρας στην πόλη που έπαιξε επίσης ουσιαστικό ρόλο στο εμπόριο καπνού και το Δρόμο του Μεταξιού. Στη συνέχεια και με σταθμό τη Γουμένισσα ο επισκέπτης μπορεί να βρει το παλιό μεταξοϋφαντουργείο της «Χρυσάλλης» και τα οικογενειακά οινοποιεία με γνωστά κρασιά ΠΟΠ Γουμένισσας (Ξινόμαυρο με την τοπική ποικιλία Νεγκόσκα). Το «Κτήμα Τάτσης» πειραματίζεται συνεχώς κάνοντας μακριές διαβροχές των γηγενών λευκών ποικιλιών τους και μακρύ ανυψωτικό για τριαντάφυλλα. Η οικογένεια «Αϊδαρίνη» παράγει εκλεκτά κρασιά και τσίπουρο από τα τέλη του 19ου αιώνα. Στο οινοποιείο «Χατζηβαρίτη», ο επισκέπτης μπορεί να βρει βιολογικά κρασιά και να μοιραστεί ιστορίες μεσογειακών οικογενειακών συγκεντρώσεων. Η οινική εμπειρία ολοκληρώνεται με την τοπική γαστρονομία και την περίφημη παραδοσιακή μουσική των χάλκινων οργάνων.



Οίνος και Τέχνες

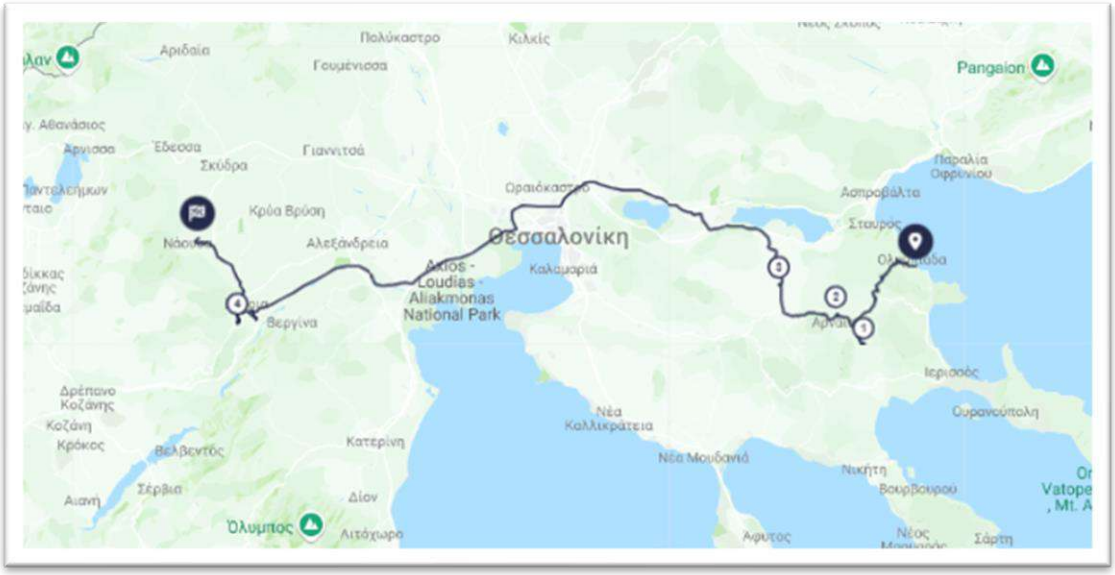
Αυτή η διαδρομή κρασιού φέρνει τον επισκέπτη σε Μουσεία Οίνου και οινοποιεία που όχι μόνο κάνουν τέχνη με τα κρασιά τους, αλλά αγκαλιάζουν πολλές μορφές τέχνης: κινηματογραφική παραγωγή, ζωγραφική, φωτογραφία, γλυπτική, παραστατικές τέχνες, θέατρο, μουσική, μαγειρική και κάθε είδους δημιουργική έκφραση και πολιτιστική συμμετοχή στο οινοποιείο και τον αμπελώνα. Ξεκινάει με το «Μουσείο Οίνου Γεροβασιλείου» με περισσότερα από 2.600 εκθέματα, σπάνια και μοναδικά κομμάτια και την τεράστια συλλογή από τιρμπουσόν. Η περιήγηση στην υπαίθρια γκαλερί τέχνης και στο κτήμα αποτελεί πρόταση για τον επισκέπτη. Για τους λάτρεις των ταινιών προτείνεται το «Domaine Florian» για μία προβολή στον κήπο του κάθε τόσο, αλλά και η στάση στο «Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης» ή το «Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Θεσσαλονίκης» την περίοδο που αυτά υλοποιούνται

Η διαδρομή συνεχίζει στη Γουμένισσα στο «Κτήμα Χατζηβαρίτη», όπου η διάσημη τοπική μουσική κουλτούρα (χάλκινα-χάλκινο όργανο) συναντά την τέχνη της οινοποίησης, κατευθυνόμενοι προς το επόμενο μουσείο κρασιού και τη διάσημη οινοποιητική περιοχή της Δράμας και το «Κρασί Κώστα Λαζαρίδη». Εκεί ο επισκέπτης μπορεί να ανακαλύψει την ιστορία της αμπελοκαλλιέργειας και της απόσταξης κρασιού και της παραγωγής βαλσάμικου ξιδιού, καθώς και τη συλλογή από ζωγραφισμένα στο χέρι μπουκάλια magnum και double magnum. Σε κοντινή απόσταση το Οινοποιείο Νίκο Λαζαρίδη, παθιασμένο με την τέχνη, έχει επίσης μια ανοιχτή στους επισκέπτες γκαλερί τέχνης. Το Art on the move ταξιδεύει τον επισκέπτη στην πόλη της Δράμας που φιλοξενεί το Διεθνές Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους αλλά και το Φεστιβάλ Κρασιού «DramOinognosia» με αρκετές καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις.



Οινοφιλοσοφία και ποίηση: η διαδρομή του Αριστοτέλη

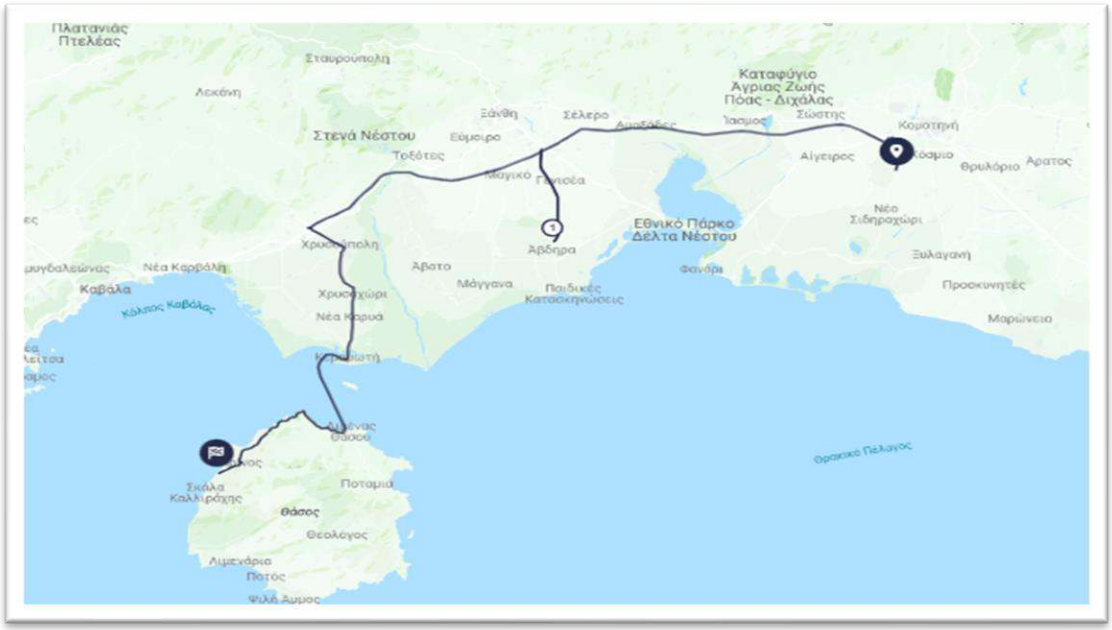
Η πρόταση ακολουθεί τη διαδρομή του μεγάλου Φιλοσόφου της Κλασικής περιόδου της Αρχαίας Ελλάδας και περιλαμβάνει την επίσκεψη σε οικογενειακά οινοποιεία της ορεινής Χαλκιδικής. Ξεκινάει από τη γενέτειρα του Αριστοτέλη, τα αρχαία Στάγειρα και τον αρχαιολογικό χώρο στο χωριό Ολυμπιάδα, με θέα στη θάλασσα και δοκιμή των διάσημων μυδιών. Συνεχίζει στο βουνό στα «Μαδεμοχώρια» (χωριά ορυχείων) και στο «Akrathos Newlands Winery» για περιήγηση στους βιολογικούς αμπελώνες που βρίσκονται στις ανατολικές πλαγιές του όρους Χολομώντα με θέα το Άγιο Όρος και τον Αθωνικό Κόλπο, όπου ήταν ο Αριστοτέλης και το ιστορικό κρασί Άκανθος. Επόμενες στάσεις το «Κτήμα Τάραζα», στους καταπράσινους λόφους της Μεγάλης Παναγίας, με τις βιοποικιλίες του και το «Κτήμα Κλαούντια Παπαγιάννη» στην Αρναία, ένα από τα πιο όμορφα ορεινά χωριά της Μακεδονίας. Εκεί προτείνεται η δοκιμή ντόπιων μανιταριών, ψητών, μελιών και γαλακτοκομικών προϊόντων.
Η διαδρομή συνεχίζει στο «Κτήμα Λειβαδιώτη» και μετά στη Νάουσα και τα ερείπια της Σχολής Αριστοτέλους, μόλις 2 χιλιόμετρα μακριά από την πόλη, στη συνοικία των Ισβορίων. Ένα μέρος με τρεχούμενα νερά και βαθιά σκιασμένες σπηλιές το οποίο αναφέρεται από τους αρχαίους συγγραφείς ως το πρώτο «πανεπιστήμιο», όπου ο Αριστοτέλης δίδαξε τη βασιλική αυλή και τον Μέγα Αλέξανδρο. Σε έναν οικογενειακό αμπελώνα οι ανασκαφές αποκάλυψαν (τη δεκαετία του '70) τα ερείπια του σχολείου. Εκεί, ο οινοποιός της «Οινοποιίας Διαμαντάκος» θα μοιραστεί στον επισκέπτη την ιστορία της ανακάλυψης του πατέρα του ανάμεσα στους σημαντικότερους αμπελώνες της Ελλάδας, την περιοχή ΠΟΠ Νάουσας.



Οινοφιλοσοφία και ποίηση: η διαδρομή του Ομήρου

Στο επικό του ποίημα Οδύσσεια, Vinosus Homerus, όπως περιγράφει ο Oratio τον Όμηρο, τεκμηριώνεται η σημασία της ύπαρξης μιας κάβας. Ο ποιητής περιγράφει το κρασί ως «μελίδης» (γλυκό), «μελιφρόν», (γλυκαίνει το μυαλό) και «παυσίλιπον» (σταματά τη θλίψη). Αυτό το θρακιώτικο κρασί, που δόθηκε στον Οδυσσέα από τον βασιλιά Μάρωνα, χρησιμοποιήθηκε για να μεθύσει τον μονόφθαλμο γίγαντα Κύκλωπα και να δραπετεύσει με ασφάλεια από τη σπηλιά του.

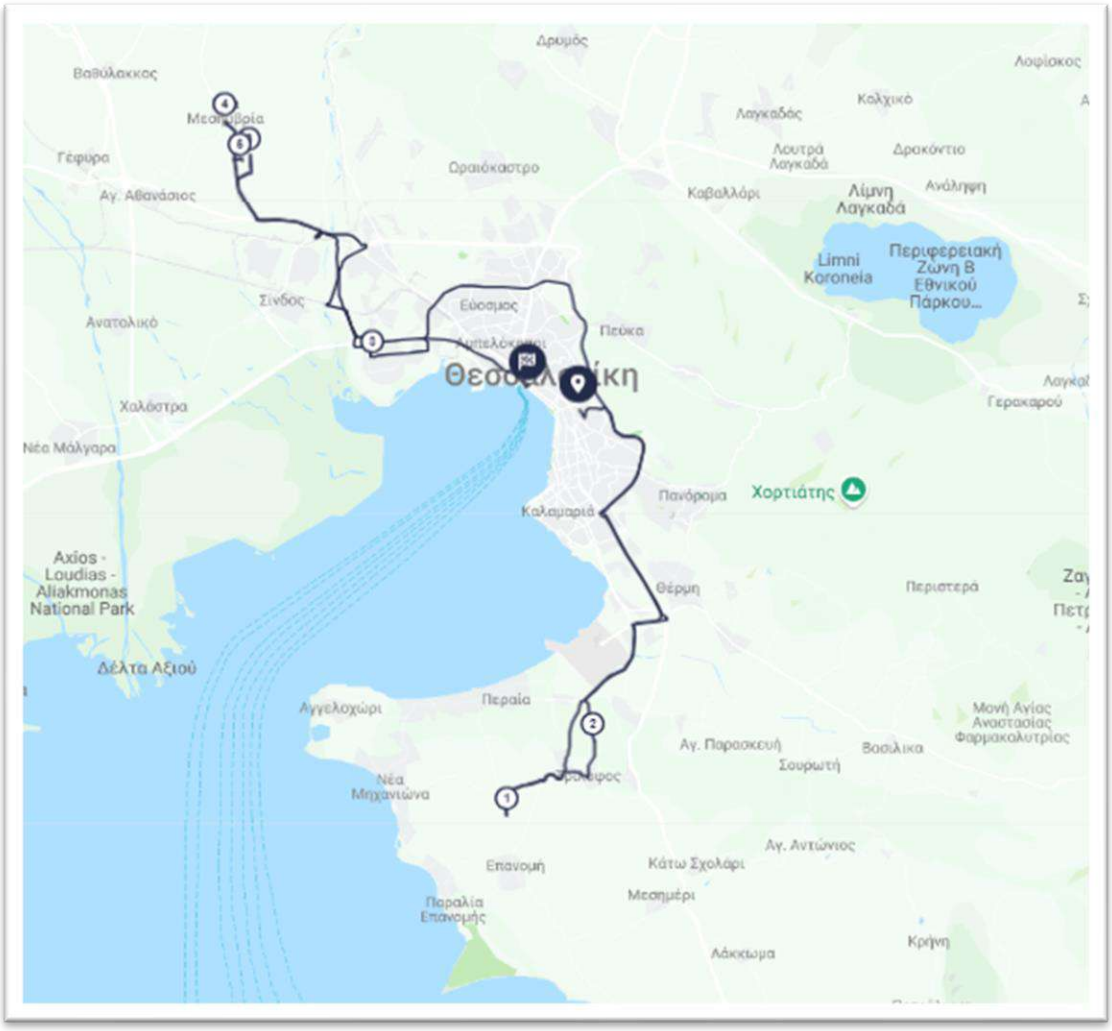
Η διαδρομή ξεκινάει από την Αλεξανδρούπολη και τους Αμπελώνες Χατζησάββα με κατεύθυνση το Σπήλαιο του Κύκλωπα στο δρόμο για τη Μαρώνεια. Συνεχίζει στο «Κτήμα Κίκονες» (Ροδόπης-Κομοτηνής) με το ισμαρομαρωνικό κρασί από αμπελώνες βιολογικής καλλιέργειας. Το terroir δημιουργεί τα μοναδικά χαρακτηριστικά της θρακιώτικης οινοποίησης. Κατόπιν, η διαδρομή συνεχίζει στο «Κτήμα Βουρβουκέλη» στα Άβδηρα (Ξάνθη), όπου ο επισκέπτης μπορεί να γευτεί τη γηγενή Θρακιώτικη ποικιλία «Παμήδι» που μαζί με το «Μαυρούδι» συγκαταλέγονται στις παλαιότερες ελληνικές ποικιλίες αμπέλου. Κατόπιν, θα αναζητήσει τον Poludeuke, έναν άλλο σοφιστή (2ο μ.Χ.), του οποίου το έργο "Onomasticon" περιγράφει κρασιά που εμπορεύονται με τις Ονομασίες Προέλευσης τους, όπως οι Μαρωνίτες, αλλά και αυτό στη Θάσο (νησί). Η παλαιότερη επιγραφή που καταγράφει το εμπόριο του κρασιού, μάλιστα, όταν η Ελλάδα ήταν υπό τουρκική κατοχή, η παραγωγή κρασιού στη Θάσο ήταν τόσο μεγάλη που οι φόροι στον Σουλτάνο πληρώνονταν σε κρασί. Η ζώνη της Θάσου είναι μικρή αλλά ικανή να παράγει κρασιά υψηλής ποιότητας. Δυστυχώς, υπάρχει μόνο ένα πολύ μικρό οινοποιείο που μπορεί να βρει ο επισκέπτης μετά από προηγούμενη επικοινωνία.



Wine and City: διάλειμμα στη Θεσσαλονίκη

Η Θεσσαλονίκη, η σύγχρονη πολυπολιτισμική μητρόπολη, που ορίστηκε ως Γαστρονομική πόλη από την UNESCO, προσφέρει ιδιαίτερες στιγμές και εμπειρίες. Η διαδρομή ξεκινάει από τον αστικό αμπελώνα τον οποίο φροντίζουν άνθρωποι της γειτονιάς, γιορτάζουν κατά τη διάρκεια του τρύγου και το κρασί που παράγεται («Γοργόνα») πωλείται από τον δήμο για κοινωνικούς σκοπούς σε μεγάλες γαστρονομικές εκδηλώσεις. Η επίσκεψη συνεχίζει στο Κτήμα Γεροβασιλείου με μια οινοτουριστική αλλά και γαστρονομική εμπειρία και έπειτα στο οινοποιείο «Domaine Florian» το οποίο θα ξανασυστήσει το κρασί «ρετσίνα» με ετικέτα που παράγεται από σταφύλια υψηλής ποιότητας. Στη συνέχεια η διαδρομή οδηγεί στα περίχωρα της πόλης και στο «Οινοποιείο Κεχρή», έναν από τους πρώτους Έλληνες οινοποιούς που πίστεψαν στη ρετσίνα και εργάστηκαν με αφοσίωση για να εξασφαλίσουν την ποιοτική της αναβίωση. Ο επισκέπτης θα δοκιμάσει τις γνώσεις του με 10 μύθους και γεγονότα για τη ρετσίνα και θα γευτεί το παραδοσιακό κρασί της Ελλάδας. Η διαδρομή συνεχίζει στη Νέα Μεσημβρία μόλις 20 χλμ από την πόλη όπου 3 οινοποιεία προσφέρουν οικογενειακή τοπική

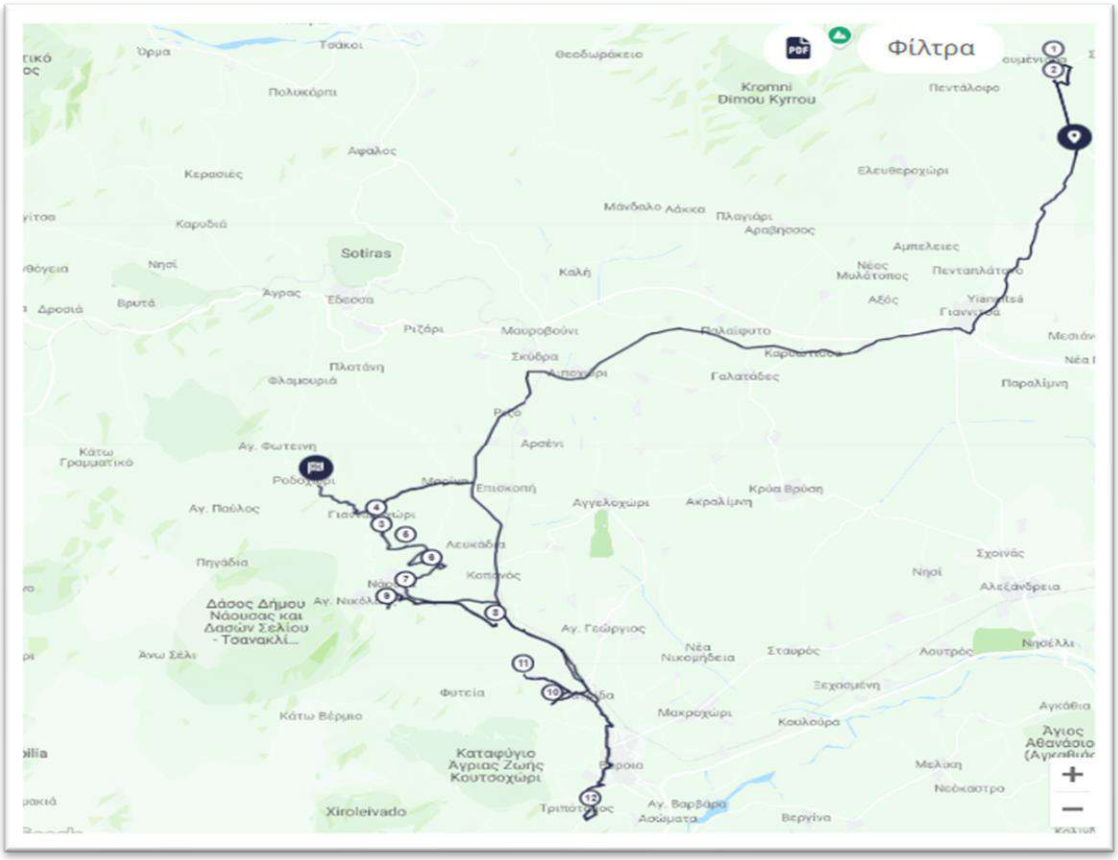
γαστρονομία και την περίφημη ρετσίνα. Κατά τη διαμονή του επισκέπτη στην πόλη, προτείνεται η επίσκεψη σε 15 μνημεία της UNESCO, την αστική προκυμαία, την αγορά Μοδιάνο και Καπάνι και την πιο ζωντανή νυχτερινή ζωή στα διάσημα wine bar και εστιατόρια με πιάτα επηρεασμένα από τις εβραϊκές, τις ποντιακές κοινότητες, την Κωνσταντινούπολη, ενώ δεν πρέπει να παραλείψει το Street food Festival.



Η Διαδρομή του Ξινόμαυρου

Το Ξινόμαυρο δεν θεωρείται μία εύκολη ποικιλία σταφυλιού, αλλά είναι αυτή που έχει τον παράγοντα Χ στη συνεχιζόμενη αναγέννηση της ελληνικής οινοποιίας. Τα κρασιά Ξινόμαυρου που χαρακτηρίζονται ως «αδελφή του Nebbiolo και του Pinot Noir» παρουσιάζουν ανάπτυξη. Οι ευγενέστερες ερυθρές ποικιλίες καλλιεργούνται κυρίως στη Γουμένισσα και τη Νάουσα αλλά και άλλοι οινοποιοί πειραματίζονται με το Ξινόμαυρο σε άλλες περιοχές. Για τους λάτρεις του κρασιού, πολλά οινοποιεία είναι ανοιχτά να καλωσορίσουν και να προσφέρουν γευσιγνωσία κρασιού σε κόκκινο, ροζέ ή λευκό (blanc de noir), φρέσκο ή ώριμο, ξηρό, ημίξηρο ή ημίγλυκο, αφρώδες, ημι-αφρώδη, γλυκό ή ακόμα και ως απόσταγμα στέμφυλων, όλα από το Ξινόμαυρο. Μάλιστα ο καθένας μπορεί γίνει μέλος της «Ομάδας Φίλων Ξινόμαυρου» όπου στο Ροδοχώρι η Νάουσα Χαρούλα και ο Παναγιώτης από το «Αργατία οινοποιείο» αποφάσισαν να κάνουν αυτή την κοινότητα και να μοιραστούν τις ιστορίες και την αγάπη τους για το Ξινόμαυρο. Από το 2010 μαζεύονται κατά τη διάρκεια του τρύγου και φτιάχνουν

το δικό τους κρασί. Ο επισκέπτης μπορεί αν επιλέξει τα οινοποιεία που επιθυμεί και να σχεδιάσει τη δική του διαδρομή. Μάλιστα, την περίοδο του Νοεμβρίου, θα έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει πολλές εκδηλώσεις κατά τη διάρκεια της «Διεθνούς Ημέρας Ξινόμαυρου» που έχει καθιερωθεί επίσημα την 1η Νοεμβρίου, σε οινοποιεία, wine bar και εστιατόρια.



ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΑΧΑΪΑΣ[21]

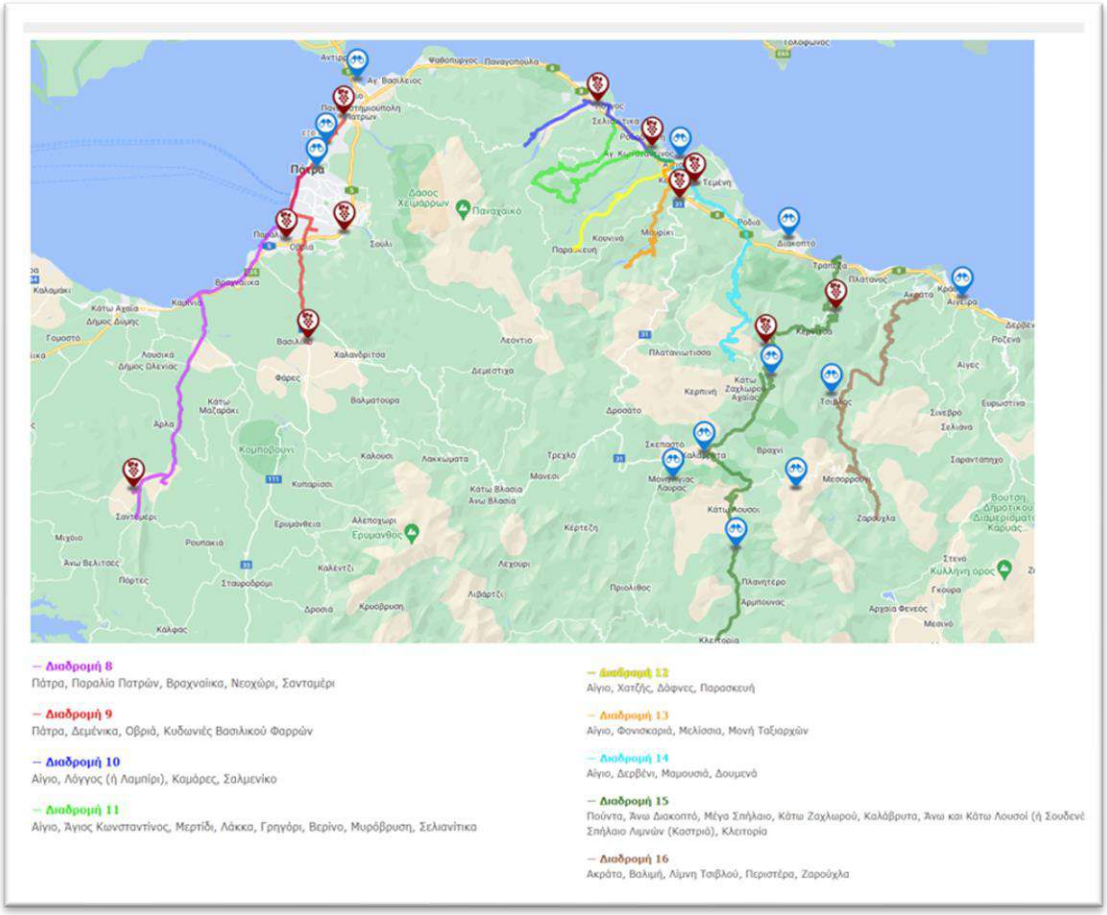
Οι Δρόμοι του Κρασιού Αχαΐας αποτελούνται από διαδρομές με έντονες αντιθέσεις βουνού και θάλασσας. Εκεί ο επισκέπτης θα συναντήσει ορεινούς αμπελώνες, με τα αμπέλια πολλές φορές να βρίσκονται δίπλα σε έλατα, ιστορικά χωριά, όπως τα Καλάβρυτα και σε σημαντικά αξιοθέατα και ιδιαίτερα τοπία. Οι προτεινόμενες διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Αχαΐας είναι οι παρακάτω:

- Διαδρομή 8: Πάτρα, Παραλία Πατρών, Βραχναίικα, Νεοχώρι, Σανταμέρι
- Διαδρομή 9: Πάτρα, Δεμένικα, Οβριά, Κυδωνιές Βασιλικού Φαρρών
- Διαδρομή 10: Αίγιο, Λόγγος (ή Λαμπίρι), Καμάρες, Σαλμενίκο
- Διαδρομή 11: Αίγιο, Άγιος Κωνσταντίνος, Μερτίδι, Λάκκα, Γρηγόρι, Βερίνο, Μυρόβρυση, Σελιανίτικα
- Διαδρομή 12: Αίγιο, Χατζής, Δάφνες, Παρασκευή
- Διαδρομή 13: Αίγιο, Φονισκαριά, Μελίσσια, Μονή Ταξιαρχών
- Διαδρομή 14: Αίγιο, Δερβένι, Μαμουσιά, Δουμενά
- Διαδρομή 15: Πούντα, Άνω Διακοπτό, Μέγα Σπήλαιο, Κάτω Ζαχλωρού, Καλάβρυτα, Άνω και Κάτω Λουσοί (ή Σουδενά), Σπήλαιο Λιμνών (Καστριά), Κλειτορία

[21] https://peloponnesewineroads.com

- Διαδρομή 16: Ακράτα, Βαλιμή, Λίμνη Τσιβλού, Περιστέρα, Ζαρούχλα

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι οι *Αμπελώνες Αντωνόπουλου*, το *Κτήμα Ορφανού*, το *Achaia Clauss*, το *Sant\'or*, η *οινοποιία Παρπαρούση*, οι *Αμπελώνες Ρίρα*, το *Cavino*, *η Οινοποιία Ρούβαλη*, η *Οινοποιία Κιντώνη*, η *Οινοποιία Τετράμυθος* και το *Κτήμα Μέγα Σπήλαιο*.



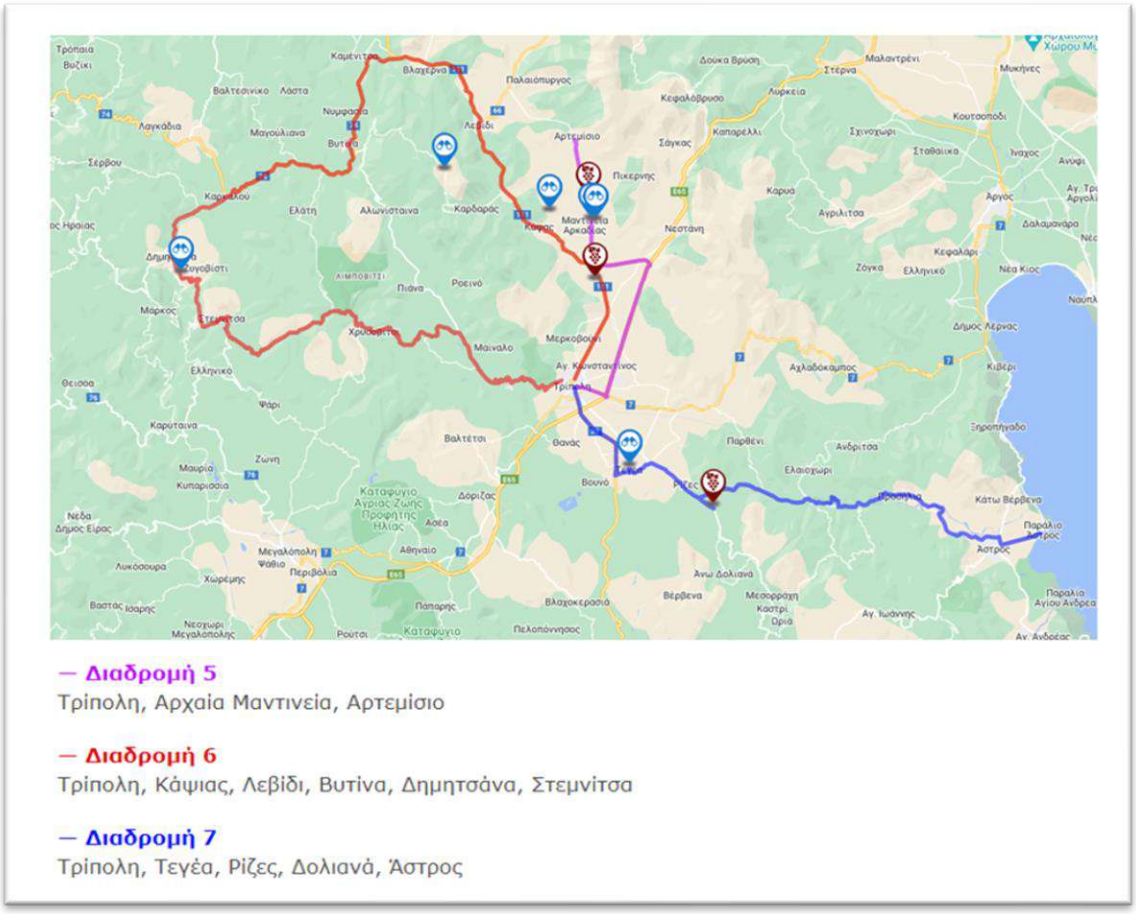
ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ[22]

Οι Δρόμοι του Κρασιού της Αρκαδίας συστήνουν στον επισκέπτη τη ζώνη των οίνων ΠΟΠ Μαντινεία της Πελοποννήσου. Οι επιλογές για οινοτουρισμό στην Αρκαδία είναι πολλές και εκτός από τους αμπελώνες και τα οινοποιεία, προσφέρεται η ευκαιρία στον επισκέπτη να γνωρίσει τα παραδοσιακά ορεινά χωριά, καθώς και τις τοπικές γεύσεις της περιοχής καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Η περιοχή χαρακτηρίζεται από την άγρια ομορφιά του ορεινού τοπίου, καθώς το εύφορο μαντινειακό οροπέδιο περιβάλλεται από το επιβλητικό Μαίναλο, το Αρτεμίσιο και τον κατάφυτο Πάρνωνα, όπου ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στα γραφικά ορεινά χωριά και να οργανώσει δραστηριότητες στη φύση. Τους θερινούς μήνες, οι επισκέψεις στους αμπελώνες και τα οινοποιεία συνδυάζονται με εξορμήσεις στους παραθαλάσσιους οικισμούς της Αρκαδίας, όπως το Παράλιο Άστρος. Οι προτεινόμενες διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Αρκαδίας είναι οι παρακάτω:

[22] https://peloponnesewineroads.com

- Διαδρομή 5: Τρίπολη, Αρχαία Μαντινεία, Αρτεμίσιο
- Διαδρομή 6: Τρίπολη, Κάψιας, Λεβίδι, Βυτίνα, Δημητσάνα, Στεμνίτσα
- Διαδρομή 7: Τρίπολη, Τεγέα, Ρίζες, Δολιανά, Άστρος

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κτήμα Τσέλεπου, η Οινοποιία Τρουπή* και το *Κτήμα Σπυρόπουλου*.



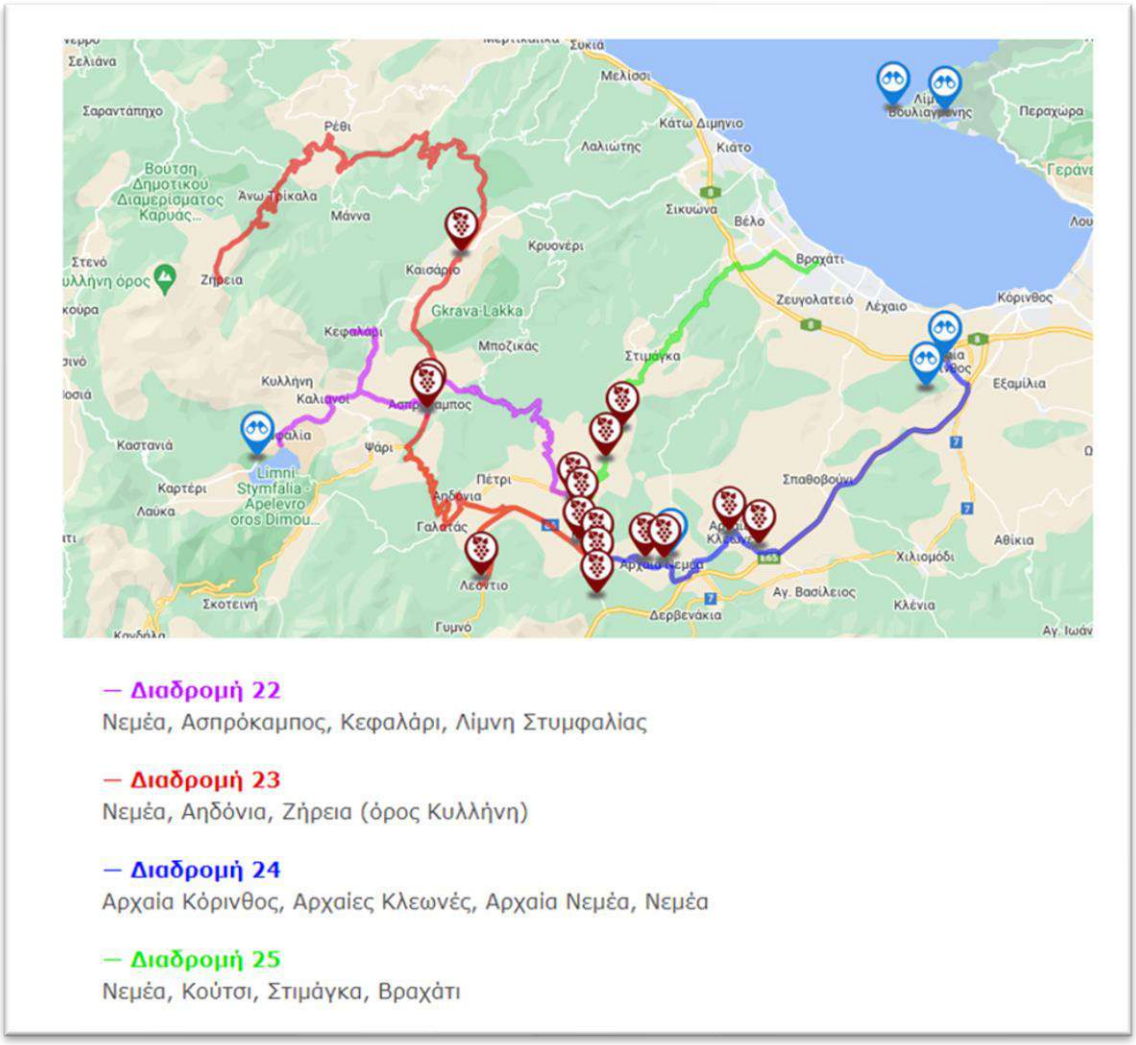
ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ[23]

Οι Δρόμοι του Κρασιού της Κορινθίας αποτελούν μία ευκαιρία για τον επισκέπτη να γνωρίσει τα πεδινά και ορεινά αμπελοτόπια της αμπελουργικής ζώνης Νεμέας και να περιηγηθεί στα ιδιαίτερα τοπία και τα αξιοθέατα της Κορινθίας. Οι επιλογές για οινοτουρισμό στους Δρόμους του Κρασιού της Κορινθίας είναι ποικίλες, ενώ η περιήγηση στα οινοποιεία μπορεί να συνδυαστεί με μια επίσκεψη στον αρχαιολογικό χώρο της Νεμέας, ο οποίος περιβάλλεται επίσης από αμπελώνες. Η τοπική γαστρονομία και η δυνατότητα διαμονής αποτελούν ακόμη ένα πλεονέκτημα για μια οινοτουριστική εξόρμηση στην περιοχή. Οι προτεινόμενες διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Κορινθίας είναι οι παρακάτω:

[23] Πηγή: https://peloponnesewineroads.com

- Διαδρομή 22: Νεμέα, Ασπρόκαμπος, Κεφαλάρι, Λίμνη Στυμφαλίας
- Διαδρομή 23: Νεμέα, Αηδόνια, Ζήρεια (όρος Κυλλήνη)
- Διαδρομή 24: Αρχαία Κόρινθος, Αρχαίες Κλεωνές, Αρχαία Νεμέα, Νεμέα
- Διαδρομή 25: Νεμέα, Κούτσι, Στιμάγκα, Βραχάτι

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κτήμα Γκιούλη*, το *Κτήμα Στροφιλιά*, το *Κτήμα Μπίζιος*, το *Σεμέλι*, το *Γαία Οινοποιητική*, οι *Αμπελώνες Ζαχαριά*, το *Κτήμα Νέμειον*, το *Κτήμα Γκόφα*, το *Κτήμα Μπαϊρακτάρη*, το *Κτήμα Λαντίδη*, το *Κτήμα Ρεπάνι*, το *Κτήμα Ράπτη*, το *Κτήμα Παλυβού*, η *Οινοποιία Λαυκιώτη*, η *Λαφαζάνης Οινοποιητική* και οι *Αμπελώνες Παπαϊωάννου*.



ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΗΛΕΙΑΣ[24]

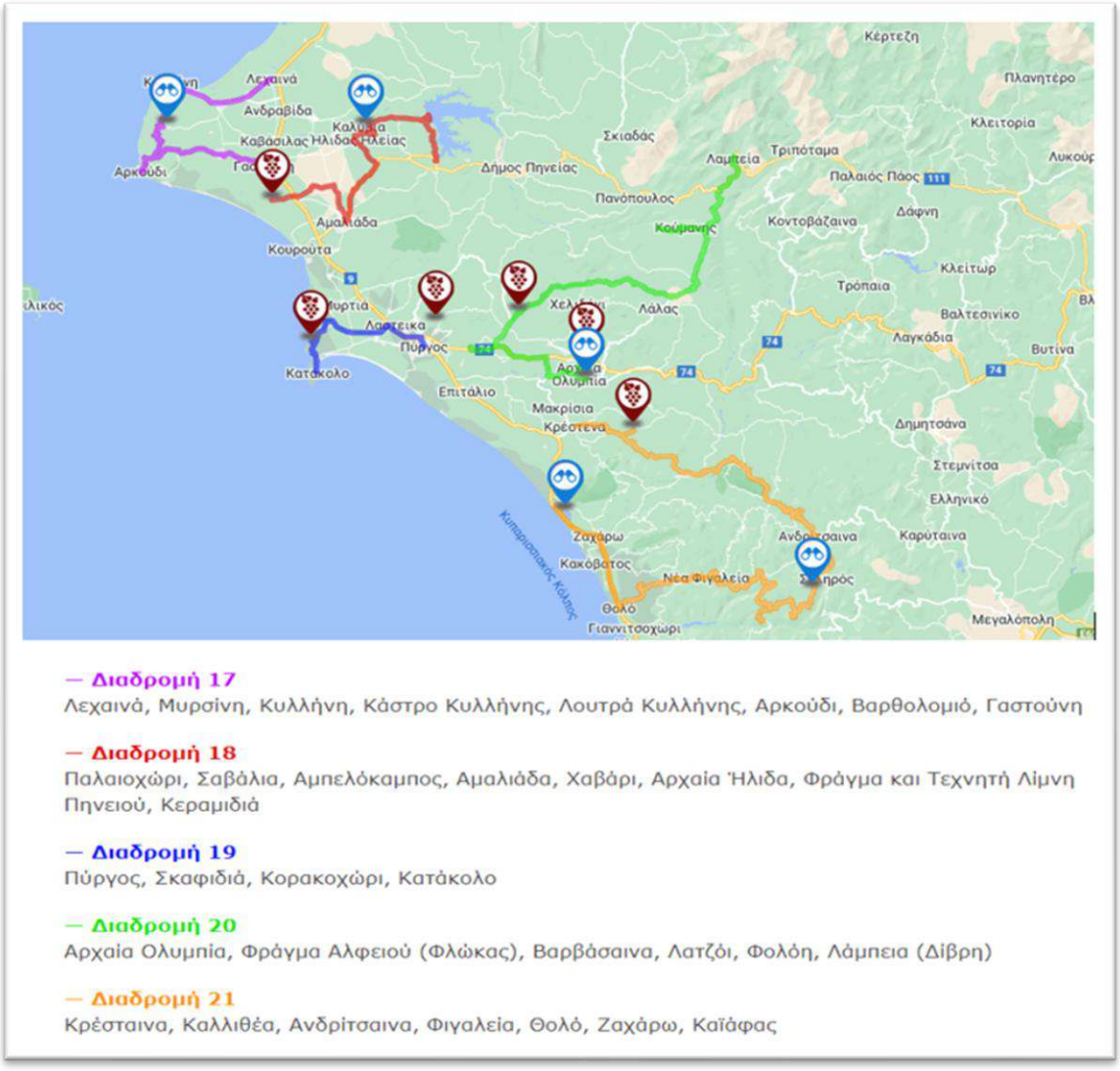
Οι Δρόμοι του Κρασιού της Ηλείας, περιλαμβάνουν διαδρομές σε αμπελοκαλλιέργειες που εκτείνονται σε ολόκληρη την περιοχή και προσφέρουν ιδιαίτερες εμπειρίες στους επισκέπτες της. Οι διαδρομές περνούν μέσα από ορεινά χωριά και παραλιακές περιοχές, όπου ο επισκέπτης θα συναντήσει οινοποιεία, ιστορικά αλλά και νεότερα, και θα έχει την ευκαιρία να

[24] Πηγή: https://peloponnesewineroads.com

γνωρίσει το ιδιαίτερα πλούσιο φυσικό περιβάλλον, την τοπική γαστρονομία και τα φημισμένα αξιοθέατα. Παραλίες από την Κυλλήνη έως τη Ζαχάρω, προστατευόμενοι υδροβιότοποι και δάση με σπάνια χλωρίδα και πανίδα, καθώς και μοναδικοί αρχαιολογικοί χώροι, με αυτόν της Αρχαίας Ολυμπίας να ξεχωρίζει, είναι κάποια από τα ιδιαίτερα τοπία της περιοχής. Οι προτεινόμενες διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Ηλείας είναι οι παρακάτω:

- Διαδρομή 17: Λεχαινά, Μυρσίνη, Κυλλήνη, Κάστρο Κυλλήνης, Λουτρά Κυλλήνης, Αρκούδι, Βαρθολομιό, Γαστούνη
- Διαδρομή 18: Παλαιοχώρι, Σαβάλια, Αμπελόκαμπος, Αμαλιάδα, Χαβάρι, Αρχαία Ήλιδα, Φράγμα και Τεχνητή Λίμνη Πηνειού, Κεραμιδιά
- Διαδρομή 19: Πύργος, Σκαφιδιά, Κορακοχώρι, Κατάκολο
- Διαδρομή 20: Αρχαία Ολυμπία, Φράγμα Αλφειού (Φλώκας), Βαρβάσαινα, Λατζόι, Φολόη, Λάμπεια (Δίβρη)
- Διαδρομή 21: Κρέσταινα, Καλλιθέα, Ανδρίτσαινα, Φιγαλεία, Θολό, Ζαχάρω, Καϊάφας

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κτήμα Σταυρόπουλου*, το *Κτήμα Μερκούρη*, το *Οινοποιείο Δρούβα*, το *Κτήμα Μπριντζίκη*, το *Κτήμα Ολύμπια Γη* και το *Κτήμα Μαρκόγιαννη*.

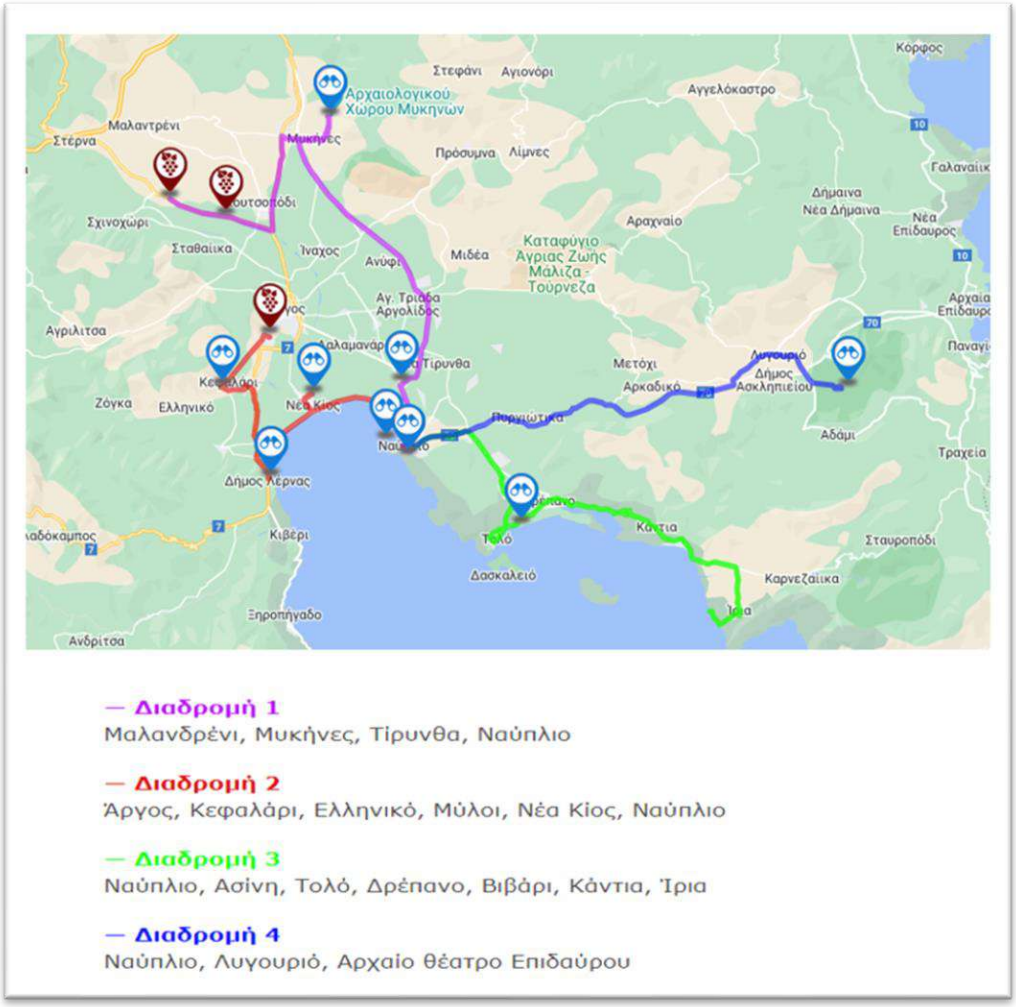


ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ[25]

Οι Δρόμοι του Κρασιού της Αργολίδας αναπτύσσονται σε έναν από τους πιο ιστορικούς νομούς της Πελοποννήσου. Στην περιοχή της Αργολίδας οι παραλίες εναλλάσσονται με εύφορες πεδιάδες και αμπελοτόπια, και οι διαδρομές οδηγούν σε αρχαιολογικούς χώρους, παραδοσιακά χωριά και γραφικές κωμοπόλεις με ιδιαίτερα αξιοθέατα και αμέτρητες επιλογές για διαμονή και φαγητό. Η περιήγηση στους αμπελώνες της Αργολίδας μπορεί να συνδυαστεί με μια επίσκεψη στην πόλη του Ναυπλίου, στο αρχαίο Θέατρο της Επιδαύρου, καθώς και στις παραλίες του Αργολικού κόλπου. Οι προτεινόμενες διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Αργολίδας είναι οι παρακάτω:

- Διαδρομή 1: Μαλανδρένι, Μυκήνες, Τίρυνθα, Ναύπλιο
- Διαδρομή 2: Άργος, Κεφαλάρι, Ελληνικό, Μύλοι, Νέα Κίος, Ναύπλιο
- Διαδρομή 3: Ναύπλιο, Ασίνη, Τολό, Δρέπανο, Βιβάρι, Κάντια, Ίρια
- Διαδρομή 4 :Ναύπλιο, Λυγουριό, Αρχαίο θέατρο Επιδαύρου

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το *Κτήμα Σκούρα*, η *Οινοποιία Παπαντώνη* και η *Οινοποιία Κορωνιώτη*.



[25] Πηγή: https://peloponnesewineroads.com

ΔΡΟΜΟΙ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΛΗΜΝΟΥ[26]

Στο νησί της Λήμνου δεν υπάρχει ακόμα οργανωμένο δίκτυο οινικών διαδρομών. Ωστόσο, ο επισκέπτης θα βρει επισκέψιμα οινοποιεία με οικογενειακή παράδοση γενεών που δημιουργούν νέα δυναμική για το κρασί της Λήμνου μέσα και έξω από το νησί. Ο δρόμος του κρασιού διατρέχει ολόκληρο το νησί, με τους αμπελώνες συγκεντρωμένους κυρίως στην ενδοχώρα της Λήμνου, για προστασία από τους βοριάδες του Αιγαίου, στον Άγιο Δημήτριο, στην Ατσική, αλλά και στις περιοχές της Μύρινας, Μούδρου, Νέας Κούταλης. Αμπέλια ξερικά που αναπτύσσονται σε σχήμα καμπάνας, στις πλαγιές χαμηλών λόφων, με χρυσοκίτρινα τσαμπιά από το κύριο κρασοστάφυλο του νησιού, το Μοσχάτο ή μαύρα σταφύλια της ερυθρής, πανάρχαιας ποικιλίας Λημνιό.

Η διαδρομή ξεκινά από την πρωτεύουσα του νησιού την Μύρινα και ειδικότερα στο Λιμάνι Αγίου Νικολάου όπου σε μια έκταση 10 στρεμμάτων βρίσκεται το ιδιόκτητο Οινοποιείο του Αγροτικού Οινοποιητικού Συνεταιρισμού Λήμνου – 'Η Ένωση', γνωστό και ως Limnos Wines που αποτελεί τη φυσική και νομική συνέχεια της μέχρι και το 2012 «Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών Λήμνου». Οινοποιώντας με γνώση και σύγχρονο εξοπλισμό, συνεχίζει την αρχαία παράδοση του νησιού στο εκλεκτό κρασί αξιοποιώντας τη μοναδικότητα των ποικιλιών Μοσχάτο Αλεξανδρείας και Λημνιό με την παραγωγή μεγάλης γκάμας οινικών προϊόντων.

Δυο χιλιόμετρα έξω από τη Μύρινα, προς την αμπελουργική ζώνη Μαυραμπέλια, βρίσκεται το οινοποιείο Ι. Σαββόγλου-Π.Τσιβόλας με διακριτικό τίτλο Limnos Organic Wines, το οποίο ιδρύθηκε το 2002. Η επίσκεψή εδώ περιλαμβάνει ξενάγηση στους χώρους του υπερσύγχρονου οινοποιείου, παρουσίαση της παραγωγικής διαδικασίας και της εμφιάλωσης των κρασιών, όλα από σταφύλια αποκλειστικά βιοκαλλιέργειας. Η περιήγηση συνεχίζεται με οπτικοακουστικό θέαμα σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο ενώ, με ένα ποτήρι λημνιό κρασί από τις ετικέτες των οινοπαραγωγών της Limnos Organic Wines, ο επισκέπτης μπορεί να κάνει live μάθημα οινογευστικής.

Στον Άγιο Δημήτριο, στη θέση Κουρούνι, βρίσκεται το Οινοποιείο Γκαράλη με τα εκλεκτά του κρασιά, όλα από σταφύλια βιολογικής γεωργίας. Τα χαμηλά υψόμετρα, οι άνεμοι, η συνεχής ροή αέρα ανάμεσα από τους αμπελώνες, δημιουργούν ένα περιβάλλον ιδανικό όχι μόνο για την εφαρμογή της βιολογικής καλλιέργειας, αλλά και για την δημιουργία κρασιών πολύ χαμηλών παρεμβάσεων.

Στο Παλαιό Πεδινό της Λήμνου ο επισκέπτης θα βρει το Οινοποιείο Myrm Family winery που αποτελεί μία μικρή οικογενειακή επιχείρηση που παράγει οίνους σε μικρές ποσότητες. Η επικρατούσα ποικιλία είναι το Μοσχάτο Αλεξάνδρειας και σε πολύ μικρή κλίμακα καλλιεργείται η αρχαία ερυθρή ποικιλία με την ονομασία Λημνιό ή Καλαμπάκι.

Στην συνέχεια στο κεντροδυτικό τμήμα του νησιού στην θέση Αγία Μελιτίνη της κτηματική περιφέρεια Καλλιθέας βρίσκεται το κτήμα του Οινοποιείου Evante Estate Wines στο οποίο καλλιεργείται Μοσχάτο Αλεξανδρείας και Λημνιό, καθώς και άλλες ποικιλίες με τις οποίες δημιουργούν τα ήπιας παρέμβασης κρασιά τους.

Η Βακχική περιήγηση συνεχίζεται στο Κτήμα Χατζηγεωργίου στο χωριό Καρπάσι, ένα χιλιόμετρο από το αεροδρόμιο, στα μισά του στενότερου σημείου του νησιού, ανάμεσα στον όρμο Πουρνιά και τον κόλπο του Μούδρου. Επισκέψιμο όλο το χρόνο, το πρώτο μεγάλο ιδιωτικό οινοποιείο της Λήμνου έχει δημιουργήσει brand name στην Ελλάδα και το εξωτερικό, με προμετωπίδα το Μοσχάτο Αλεξανδρείας κρασί Ο.Π.Α.Π. «Λήμνια Γη» και μια

[26] Πηγή: https://limnosguide.com.gr/el/oinotourismos

σειρά από ετικέτες με ζήτηση σε Ελλάδα και εξωτερικό. Εκεί ο επισκέπτης θα περιηγηθεί στην υπερσύγχρονη μονάδα παραγωγής της οικογενειακής επιχείρησης κατεβαίνοντας ως την υπόσκαφη κάβα με τα δρύινα βαρέλια και θα δοκιμάσει τα επώνυμα ξηρά και γλυκά κρασιά του κτήματος αλλά και πειραματικά προϊόντα όπως το συμπύκνωμα μούστου από υπερώριμα σταφύλια Μοσχάτου ή καινοτόμες ετικέτες σαν το πολλά υποσχόμενο ημιαφρώδες λευκό Moscato d' Ifestia.

Τέλος κατευθυνόμενοι προς το χωριό Ατσική, όπου βρίσκεται το Κτήμα Κουκουλήθρα στο οποίο παράγονται διαφόρων ειδών κρασιά από τοπικά σταφύλια, τα οποία διαθέτουν ξεχωριστή γεύση, σώμα και χαρακτήρα. Στο οινοποιείο παράγεται επίσης και τσίπουρο, γέννημα διπλής απόσταξης στεμφύλων Μοσχάτου, που καλλιεργούνται βιολογικά στο ηφαιστιογενές έδαφος της Λήμνου και παντρεύονται αρμονικά με το γλυκάνισο.

Την άνοιξη, αρκετά οινοποιεία του νησιού συμμετέχουν κάθε χρόνο στις «Ανοιχτές Πόρτες», πρωτοβουλία του Ευρωπαϊκού Δικτύου Πόλεων του Κρασιού για δωρεάν δοκιμές και ξεναγήσεις.

ΟΙΝΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΑΜΟΥ[27]

Οι Οινικές Διαδρομές της Σάμου περιλαμβάνουν 9 προτεινόμενες διαδρομές ως εξής:

1η Διαδρομή: Οινική διαδρομή Αμπελοχωρίων Νότιας Πλευράς Καρβούνη

Η οινική διαδρομή κινείται στα αμπελοχώρια της νότιας πλευράς του όρους Άμπελος (το οποίο οι ντόπιοι ονομάζουν «Καρβούνη»). Ως αφετηρία της έχει τον αρχαιολογικό χώρο του Ηραίου της Σάμου που βρίσκεται λίγα χιλιόμετρα από το Πυθαγόρειο. Η διαδρομή θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια κυκλική οδική διαδρομή 45 χιλιομέτρων και διάρκειας περίπου 90-95 λεπτών, χωρίς στάσεις. Ξεκινά από το επίπεδο της θάλασσας και την περιοχή πλησίον του αρχαιολογικού χώρου του ναού της Ήρας και τον κάμπο της Χώρας. Σταδιακά κινείται σε πιο υψηλά σημεία στο όρος «Άμπελος» (Καρβούνης), φτάνει στο υψόμετρο των 650 μέτρων, όπου εκεί βρίσκεται το παραδοσιακό αμπελοχώρι της Πανδρόσου και συνεχίζεται σε ορεινούς αμπελώνες στις περιοχές «Φλέβες» και «Κυδωνιές» Πανδρόσου μέχρι και την περιοχή «Αγριαδιάς» στο δρόμο προς την υψηλότερη κορφή του όρους Άμπελος, τον Προφήτη Ηλία.

2η Διαδρομή: Οινική διαδρομή Μυτιληνιών - Πυθαγορείου

Η διαδρομή Μυτιληνιών – Πυθαγορείου είναι σύντομης διάρκειας 20-30 λεπτών (χωρίς όλες τις προτεινόμενες ενδιάμεσες στάσεις). Με αφετηρία την πρωτεύουσα της Σάμου η διαδρομή προς Μυτιληνιούς, από την περιοχή «Ζερβού», μήκους 12 περίπου χλμ. έχει ενδιαφέρον καθώς ο επισκέπτης μπορεί να συνατήσει κατά μήκος της, αμπελώνες αλλά και «αρμακάδες» (συσσώρευση πέτρας από το αμπέλι για τη δημιουργία αναβαθμίδων).

3η Διαδρομή: Οινική διαδρομή Βαθέος - Μαλαγάρι Σάμου

Η συγκεκριμένη διαδρομή στην πρωτεύουσα της Σάμου, τις οινοποιητικές εγκαταστάσεις και το Μουσείο Οίνου στο Μαλαγάρι καθώς και στον παραδοσιακό οικισμό Άνω Βαθύ, αποτελεί μία διαδρομή στην ιστορία του σαμιακού οίνου και το πως το σαμιώτικο κρασί συνδέεται με όλες τις ιστορικές, πολιτιστικές, κοινωνικές και οικονομικές περιόδους της πρωτεύουσας της Σάμου και του λιμένος Βαθέος. Η διαδρομή μπορεί να γίνει στο μεγαλύτερο μέρος της με

[27] Πηγή: https://www.samoswineroutes.gr/routes/

πεζοπορία καθώς τα σημεία ενδιαφέροντος βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις. Ο επισκέπτης μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιο μεταφορικό μέσο για την μετάβαση του στο Μαλαγάρι και στο Μουσείο Οίνου, καθώς και για την επίσκεψή του στον παραδοσιακό οικισμό Άνω Βαθύ με την αξιόλογη αρχιτεκτονική δομή και τα μικρά σοκάκια αλλά και τη θέα στον φυσικό κόλπο Βαθέος.

4η Διαδρομή: Ο Σαμιακός οίνος και οι θρησκευτικές κοινότητες της Σάμου

Η οινική αυτή διαδρομή διασχίζεται με τα πόδια. Προτεινόμενη αφετηρία είναι ο Μητροπολιτικός Ναός του Αγίου Νικολάου της Σάμου, από όπου ο επισκέπτης μπορεί να δει τα σημεία ενδιαφέροντος. Πρόκειται για μια εύκολη και ενδιαφέρουσα κυκλική διαδρομή μέσα στην πόλη, μήκους περίπου 2 χιλιομέτρων.

5η Διαδρομή: Οινική διαδρομή Καρλοβασίων – Υδρούσα

Η οινική αυτή διαδρομή είναι εύκολη με όχημα, καθώς καλύπτει μετάβαση σε σημεία 20 περίπου χιλιομέτρων και συνολικής διάρκειας 45 λεπτών. Ως αφετηρία έχει το Καρλόβασι, από την παραλιακή ζώνη. Ο επισκέπτης μπορεί να δει την παραλία όπου ξέπλεναν οι αμπελουργοί τα κοφίνια τους στο τέλος του τρύγου, τις εκσυγχρονισμένες οινοποιητικές εγκαταστάσεις του Συνεταιρισμού, τις νέες εγκαταστάσεις παραγωγής τσίπουρου από μοσχάτο, την «κάβα» με τα οινικά εκθέματα, νεοκλασικά κτίρια προσωπικοτήτων που σχετίζονται με την ιστορία του σαμιακού οίνου, το κτίριο του Τελωνείου και την «καρέκλα» του ποιητή Γιάννη Ρίτσου που έχει υμνήσει τη Ρωμιοσύνη αλλά και το Σαμιώτικο κρασί.

6η Διαδρομή: Οινική διαδρομή Μανωλάτες – Άγιος Κωνσταντίνος - Άμπελος Σταυρίνηδες

Η συγκεκριμένη διαδρομή είναι ορεινή και διατρέχει τα οινοπαραγωγικά χωριά στο βόρειο τμήμα του όρους «Άμπελος» που οι ντόπιοι ονομάζουν «Καρβούνη». Το συνολικό μήκος της οινικής διαδρομής είναι περίπου 16 χιλιόμετρα και έχει διάρκεια περίπου 40 λεπτά, χωρίς να υπολογίζονται οι ενδιάμεσες στάσεις.

7η Διαδρομή: Οινική διαδρομή Άγιος Κωνσταντίνος – Κάμπος Βουρλιωτών - Βουλριώτες - Κοκκάρι

Η οινική διαδρομή ξεκινάει από τον παραθαλάσσιο οικισμό του Αγίου Κωνσταντίνου. Πρόκειται για μια οδική διαδρομή περίπου 25 χιλιομέτρων και διάρκειας περίπου 50 λεπτών (χωρίς τις ενδιάμεσες στάσεις). Έχει αφετηρία την πρωτεύουσα του νησιού, τη Σάμο και με όχημα διασχίζει την Επαρχιακή Οδό Σάμου-Καρλόβασι.

8η Διαδρομή: Οινική διαδρομή Πλάτανος – Μαραθόκαμπος

Η οινική διαδρομή που έχει ως αφετηρία τον Πλάτανο που είναι χτισμένος σε υψόμετρο 520 μέτρων, είναι ορεινή και με αρκετές στροφές. Διαρκεί, με όχημα, περίπου 45 λεπτά καθώς διασχίζει τις βορειοδυτικές πλαγιές του όρους «Άμπελος» που οι ντόπιοι ονομάζουν «Καρβούνη».

9η Διαδρομή: Τα οινοποιεία της Σάμου

Η συγκεκριμένη θεματική διαδρομή απευθύνεται κυρίως σε οινογνώστες και οινολάτρεις, καθώς και εκείνους που τους ενδιαφέρει η οινογνωσία και η επίσκεψη στα οινοποιεία μιας περιοχής, ειδικότερα μιας νησιωτικής περιοχής όπως η Σάμος, όπου η ποικιλία του «άσπρου μοσχάτου» κατέχει το 98% του σαμιακού αμπελώνα. Η διαδρομή περιλαμβάνει περιήγηση στα οινοποιεία του νησιού.

ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗ ΡΟΔΟ[28]

«Ρόδ-οινη οδός»/ «WineRhodes»

1η Διαδρομή: Πάρκο Ροδίνι – Έμπωνας Ρόδου

Η πρώτη διαδρομή Οίνου της Ρόδου έχει ως αφετηρία το πάρκο Ροδίνι, κομβικό σημείο καθότι είναι το σημείο έναρξης του οδικού δικτύου που ενώνει την πόλη της Ρόδου με την ενδοχώρα του νησιού. Από το σημείο αυτό ξεκινάει η Λεωφόρος Ρόδου-Λίνδου. Από το πάρκο του Ροδινιού η διαδρομή καταλήγει στον Έμπωνα Ρόδου, όπου σε αυτόν βρίσκονται χωροταξικά και τα περισσότερα επισκέψιμα οινοποιεία του νησιού.

Κατά μήκος του δρόμου για τη Λίνδο, τρία μόλις χιλιόμετρα από την Πόλη της Ρόδου, βρίσκεται το Πάρκο Ροδίνι. Πρόκειται ίσως για το αρχαιότερο πάρκο στον κόσμο, μια μικρή κοιλάδα γεμάτη ροδοδάφνες, σκιερά πλατάνια, τρεχούμενα νερά και καταπράσινες μικρές λίμνες γεμάτες νούφαρα, τις οποίες διασχίζουν μικρά γεφύρια.

Το σκηνικό, το οποίο μπορεί ο επισκέπτης να το διασχίσει είτε με αυτοκίνητο είτε με τα πόδια, συμπληρώνει ένας κήπος με τριαντάφυλλα, καθώς κι ένας μικρός ζωολογικός κήπος, όπου ο επισκέπτης μπορεί να δει τα περίφημα ελάφια της Ρόδου. Σύμφωνα με το θρύλο στο Πάρκο Ροδίνι είχε στην αρχαιότητα τη Σχολή Ρητορικής του ο Αισχίνης, στην οποία μαθήτευσαν ρήτορες της Αρχαιότητας, μεταξύ των οποίων ο Κικέρωνας και ο Ιούλιος Καίσαρας.

Στη συνέχεια της διαδρομής και σε απόσταση 2 χλμ από την αφετηρία βρίσκεται η οινοβιομηχανία της ΚΑΙΡ, που είναι και η πρώτη στάση της οινικής περιήγησης. Η διαδρομή αυτή παρά το γεγονός ότι περιλαμβάνει ένα μόνο επισκέψιμο οινοποιείο μέχρι την άφιξη στον Έμπωνα, το γνωστό οινοποιείο της ΚΑΙΡ, δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την ενδοχώρα του βορείου τμήματος του νησιού (λεωφόρος Τσαΐρι-Αεροδρομίου ή οδικός άξονας αεροδρομίου-Ανατολικών ακτών, οικισμοί Παστίδας και Μαριτσών κτλ) και να φτάσει στο αεροδρόμιο του νησιού στο Παραδείσι. Από το αεροδρόμιο ο επισκέπτης συνεχίζει με προορισμό τον Έμπωνα αφού πρώτα περάσει από την Κοιλάδα των Πεταλούδων, ενός παγκόσμιας φήμης τουριστικού μνημείου φυσικής ομορφιάς. Στο σημείο αυτό είναι η επόμενη στάση στη διαδρομή, που γεωγραφικά είναι η περιοχή της Δ.Ε Πεταλουδών, η οποία βρίσκεται στην δυτική πλευρά του νησιού. Η Δ.Ε Πεταλούδων είναι η Δημοτική Ενότητα των αντιθέσεων, της ανάπτυξης και της έντονης περιβαλλοντικής ευαισθησίας και συνείδησης. Περιβάλλον, ανάπτυξη και πολιτισμός συνδυάζονται με επιτυχία στο μέρος αυτό.

Σε αυτή την περιοχή βρίσκεται η δεύτερη στάση της διαδρομής, όπου ο επισκέπτης μπορεί να γνωρίσει τον επισκέψιμο αμπελώνα της οικογένειας Τριανταφύλλου, ο οποίος βρίσκεται 2 χλμ πριν την Κοιλάδα των Πεταλούδων και περιβάλλεται από ελαιώνες. Η Κοιλάδα των Πεταλούδων αποτελεί ένα μέρος ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και αποτελεί ένα μοναδικό βιότοπο σπάνιας φυσικής ομορφιάς, ο οποίος έχει χαρακτηρισθεί ως οικοσύστημα ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και ανήκει στο δίκτυο Natura 2000 (site GR 4210006).

Σε απόσταση 7,8 χλμ από την Κοιλάδα των Πεταλούδων, βρίσκεται το μουσείο Αγροτικής Κληρονομιάς της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Πρόκειται ουσιαστικά για το πρώτο εργοστάσιο παραγωγής οίνου της ΚΑΙΡ, το οποίο έχει μετατραπεί σε μουσείο και δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει μεταξύ άλλων την ιστορία του κρασιού της Ρόδου καθώς και τα πρώτα μηχανήματα παραγωγής οίνου που εγκαταστάθηκαν στο νησί από τους Ιταλούς. Το μουσείο βρίσκεται στον οικισμό των Φανών στην δυτική πλευρά του νησιού.

[28] Πηγή: Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου ΑΑΕ

Διασχίζοντας την ευρύτερη περιοχή της Δ.Ε Πεταλούδων, ο επισκέπτης συνεχίζει στην Δ.Ε Καμείρου. Η Δημοτική Ενότητα Καμείρου βρίσκεται στη βορειοδυτική πλευρά του νησιού και χαρακτηρίζεται από την έντονη αγροτική παραγωγή και τις περιοχές φυσικού κάλους. Τα νερά και η άφθονη βλάστηση, συνθέτουν ένα ιδιαίτερο τοπίο για τον επισκέπτη, αλλά και τους κατοίκους. Σε αυτή την περιοχή βρίσκεται η πηγή Νύμφη, το άλσος του Αγίου Σουλά και άλλοι φυσικοί βιότοποι του νησιού.

Η διαδρομή συνεχίζεται με τελικό προορισμό τον Δ.Ε Ατταβύρου, όπου βρίσκεται ο Έμπωνας. Μέχρι την άφιξη στον Έμπωνα Ρόδου, ο επισκέπτης μπορεί κατά τη διάρκεια της ανάβασης του όρους Αττάβυρος, να γνωρίσει τους ορεινούς αμπελώνες της περιοχής.



2η Διαδρομή: Εσωτερική Περιπατητική Διαδρομή στην ευρύτερη περιοχή της Έμπωνας Ρόδου

Σε υψόμετρο 800 μέτρων από την επιφάνεια του νησιού βρίσκεται ο Έμπωνας, το χωριό με το μεγαλύτερο υψόμετρο, νότια της πόλης της Ρόδου. Ο Έμπωνας είναι ένα εύφορο χωριό κτισμένο στους πρόποδες του υψηλότερου βουνού της Ρόδου, του Αττάβυρου. Απέχει 52χλμ. από την πόλη. Χαρακτηριστικό του είναι ότι διατηρεί τον παραδοσιακό του χαρακτήρα και οι κάτοικοι διακρίνονται για τη ζωντάνια τους και τα γλέντια που διοργανώνουν με παραδοσιακούς χορούς και τραγούδια. Ο Έμπωνας φημίζεται για την παραγωγή κρασιού και υπάρχουν 4 επισκέψιμα οινοποιεία καθώς και πολλά αποστακτήρια σούμας.

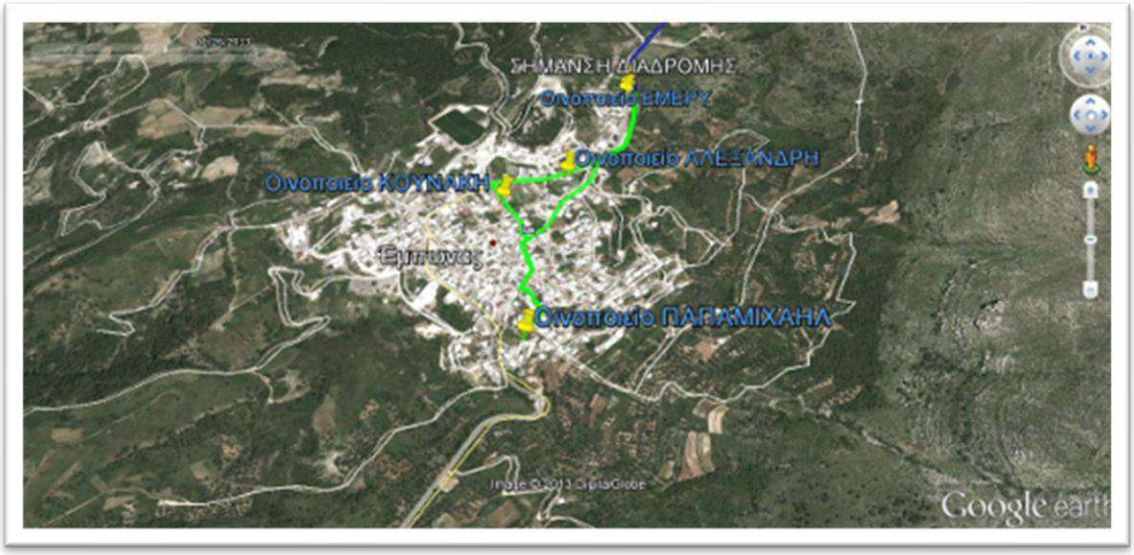
Ο Έμπωνας σκαρφαλωμένος στην βοριοδυτική πλευρά του Αττάβυρου του ψηλότερου βουνού της Ρόδου (1215 μ.) είναι ένα χωριό που ζει με και από το κρασί. Στο κέντρο της μεγαλύτερης αμπελουργικής περιφέρειας του νησιού με 2000 στρέμματα, φιλοξενούνται αρκετά μικρά οικογενειακά οινοποιεία. Στις απότομες πλαγιές του Αττάβυρου ανάμεσα σε μικρούς ελαιώνες και σε δάση από θηλυκά κυπαρίσια και πεύκα, σε εδάφη που καλύπτονται τις περισσότερες φορές από πέτρες και χαλίκια αναπτύσσεται το Αθήρι, η πιο αρχαία ελληνική ποικιλία. Και ενώ Αθήρι θα βρούμε και σ' άλλες περιοχές του Αιγαίου, την Χαλκιδική, την Σαντορίνη και την Κρήτη, μόνο στην Ρόδο παράγεται κρασί ΟΠΑΠ (Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας) με 100% την ποικιλία αυτή.

Πάνω ακριβώς από τον Έμπωνα σε υψόμετρο 700 μέτρων βρίσκεται το Χαρακάκι, η περιοχή που έχει τον καλύτερο αμπελώνα της Ρόδου. Σε μία απότομη και άγρια βουνοπλαγιά, με θέα το Αιγαίο και τη Χάλκη, ωριμάζουν τα σταφύλια του Αθηριού. Από την περιοχή αυτή που δεν ξεπερνά τα 100 στρέματα οι οινοποιείες παράγουν το Αθήρι της Βουνοπλαγιάς. Επιπρόσθετα κοντά στο χωριό βρίσκεται το «Φυσικό δάσος κυπαρισσιού» που με απόφαση της κυβέρνησης το 1986 ανακηρύχτηκε σε Διατηρητέο Μνημείο της Φύσης καθώς είναι ένα «σημαντικό βιογενετικό καταφύγιο» με μεγάλη επιστημονική αξία. Η έκταση του δάσους ξεπερνά τα 1350 στρέμματα και διασχίζεται από τον επαρχιακό δρόμο Έμπωνα-Σιαννών.

Από το χωριό ξεκινά μονοπάτι που φτάνει στην κορυφή του Αττάβυρου πάνω από τα 1.200 μέτρα, όπου υπάρχουν τα ερείπια ναού του Ατταβυρίου Δία που, σύμφωνα με την μυθολογία, τον έκτισε ο μυθικός ήρωας Αλθαιμένης ο οικιστής της αρχαίας πόλης Καμειρίδας. Σήμερα το χωριό προσελκύει πολλούς τουρίστες που το επισκέπτονται τα βράδια του καλοκαιριού καθώς και στις γιορτές του κρασιού, που διοργανώνονται από τοπικούς φορείς. Επίσης οι εκδηλώσεις των γιορτών του κρασιού πλαισιώνονται και από άλλα πολιτιστικά δρώμενα, όπως θέατρο, εκθέσεις, παζάρι παραδοσιακών προϊόντων και φυσικά γλέντι. Στους επισκέπτες, ξένους και ντόπιους προσφέρεται εκτός των άλλων και τοπική μουσταλευριά, η λεγόμενη «ματσοκοφτή».

Οι κάτοικοι του Έμπωνα έχουν πλούσια πολιτιστική δραστηριότητα, με αποκορύφωμα την φημισμένη γιορτή του κρασιού το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου και το μεγάλο πανηγύρι στην γιορτή της Παναγίας τον Δεκαπενταύγουστο. Πέρα όμως από τα παραπάνω, ο Έμπωνας διαθέτει 4 επισκέψιμα οινοποιεία που μπορεί ο τουρίστας – επισκέπτης να περιηγηθεί, τα οποία είναι:

- Το Οινοποιείο της ΕΜΕΡΥ
- Το Οινοποιείο του Μιχαήλ Αλεξανδρή
- Το Οινοποιείο του Νικόλαου Κουνάκη
- Το Οινοποιείο των αδερφών Εμμανουήλ και Κωνσταντίνου Παπαμιχαήλ



ΠΗΓΗ: Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου ΑΑΕ

ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗΝ ΚΩ

«Οινο-κωος»-«Follow the Kos'wineries»

Διαδρομή: Βιολογικός Αμπελώνας Μωρρέ – Ασφενδιού Κως

Στην Κω, παραδοσιακά τα αμπέλια βρίσκονταν κυρίως στο μέσο του νησιού στη δημοτική ενότητα Δικαίου, στις βορινές πλαγιές του ομώνυμου βουνού. Μετά την, σχεδόν ολοκληρωτική, εγκατάλειψη τους λόγω της μαζικής στροφής των κατοίκων προς ασχολίες σχετικές με τον τουρισμό, στην ίδια περιοχή κυρίως έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται πάλι αμπελώνες με την δημιουργία τριών οινοποιείων.

Έτσι, η Κως είναι πάλι στον οινικό χάρτη της Ελλάδας και οι αμπελώνες του νησιού, από το 2008, παράγουν τους οίνους ΠΓΕ Κως (Τοπικός Οίνος Κω). Ο δρόμος του κρασιού της Κω αποτελεί στην ουσία τον κεντρικό επαρχιακό δρόμο που διασχίζει το νησί, όπου τα 3 οινοποιεία της είναι σχετικά κοντά μεταξύ τους και επάνω ή πολύ κοντά σ' αυτόν.

Ο Δρόμος του Κρασιού της Κω έχει ως αφετηρία τον επισκέψιμο βιολογικό αμπελώνα της οικογένειας Μωρρέ και καταλήγει στο γραφικό χωριό Ασφενδίου με την ιδιαίτερη οινική παράδοση. Συγκεκριμένα, η διαδρομή έχει ως αφετηρία ένα σημείο, περίπου 4,5χλμ. από την πόλη της Κω, στην περιοχή της Μεσαριάς, όπου βρίσκεται η εγκατάσταση της οικογένειας Μωρρέ, το οποίο αν και δεν είναι επισκέψιμο περιβάλλεται από έναν βιολογικό αμπελώνα διαμορφωμένο σε γραμμικό σχήμα. Ακολουθεί στη διασταύρωση για Τιγκάκι το οινοποιείο Χατζηεμμανουήλ με τον αμπελώνα του.

Στον Δήμο Δικαίου βρίσκεται επίσης και το Ιστορικό Διατηρητέο Μνημείο του παλιού οινοποιείου της CAIR το οποίο χτίστηκε το 1930, αλλά σταμάτησε τη λειτουργία του το 1999. Ωστόσο, παραμένει μαζί με την ΑΒΙΚΩ, μοναδικό από άποψη αρχιτεκτονικής μορφής και δομής. Η διαδρομή καταλήγει στον οικισμό Ασφενδιού που βρίσκεται στην ορεινή περιοχή του νησιού στο όρος «Δίκαιο». Ανεβαίνοντας τους πρόποδες προς την κορυφή ο επισκέπτης συναντά ένα καταπράσινο τοπίο με τρεχούμενα νερά και παραδοσιακά, γραφικά χωριά. Από την περιοχή του Ασφενδιού ξεκινάει η πανάρχαια διαδικασία της παρασκευής και συσκευασίας του οίνου. Ο Ιπποκράτης έδινε σαφείς οδηγίες για τους τύπους και τις ποσότητες του κρασιού, ώστε όταν καταναλωνόταν με σύνεση από τους ανθρώπους, να έχει θετική επίδραση στην υγεία τους. Εκεί βρίσκονται και οι εγκαταστάσεις του πρότυπου οινοποιείου Οινάμπελος, στη θέση Λινοπότι, λίγο μετά το Ζηπάρι, όπου ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει το τοπικά παραγόμενα κρασιά.



ΠΗΓΗ: Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου ΑΑΕ

Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΑ ΒΟΡΕΙΑ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ (ΛΕΡΟΣ, ΠΑΤΜΟΣ ΚΑΙ ΛΕΙΨΟΙ)

«Μια θάλασσα κρασί»/ «A sea of wine»

1η Διαδρομή: Δρόμος του Κρασιού για τα Βόρεια Δωδεκάνησα

Το κρασί στα νησιά της Δωδεκανήσου αποτελεί ένα ιδιαίτερο κεφάλαιο διότι συνδυάζεται με την ιστορία και τον πολιτισμό τους, ωστόσο σήμερα, μόνο η Λέρος διαθέτει οργανωμένα οινοποιεία για οινοτουρισμό.

Η πρόσβαση στα τρία νησιά μπορεί να γίνει είτε αεροπορικώς με αφετηρία τη Λέρο, όπου υπάρχει αεροδρόμιο, είτε ακτοπλοϊκώς με αφετηρία έναν από τους τρεις προορισμούς. Ως αφετηρία της διαδρομής ωστόσο θεωρείται η Λέρος, λόγω της ύπαρξης επισκέψιμων οινοποιείων. Στη συνέχεια ο επισκέπτης μπορεί να συνεχίσει την περιήγηση του στην Πάτμο και να καταλήξει στους Λειψούς. Τα τρία νησιά διασυνδέονται ακτοπλοϊκά μεταξύ τους καθόλη τη διάρκεια του έτους.

Στους Λειψούς, η αμπελουργία βρίσκεται σε άνθιση, αφού όλο και περισσότεροι κάτοικοι στρέφονται στην φύτευση και οινοποίηση της τοπικής ποικιλίας φωκιανό. Η ποικιλία φωκιανό δίνει κρασιά φρουτώδη, με χαρακτηριστική οξύτητα και λαμπερό κόκκινο χρώμα, τα οποία επιδέχονται παλαίωση. Καλλιεργείται κυρίως σε παραδοσιακό κυπελλοειδές, αλλά και σε γραμμικό σχήμα. Χιλιάδες κλήματα φυτεύτηκαν τα τελευταία χρόνια. Ας μην ξεχνάμε ότι στη διάρκεια της ιταλικής κατοχής το νησί προμήθευε με τα κρασιά του το Βατικανό, για τη Θεία Κοινωνία. Υστέρα από μια περίοδο μαρασμού η αμπελουργία γνωρίζει νέα άνθηση και οι Λειψιώτες το γλεντούν με τη Γιορτή του Κρασιού τον Αύγουστο. Η ποικιλία που ξεχωρίζει είναι το κόκκινο λιαστό. Τα κρασιά των Λειψών, μαύρα ή λευκά, γλυκά ή ημίγλυκα και ξηρά, είναι όλα εξαιρετικής ποιότητας, αν και σε μικρές ποσότητες. Παλαιότερα, η παραγωγή έφτανε και τους 300 τόνους. Σήμερα, ο Δήμος σε συνεργασία με την Γεωπονική Σχολή Αθηνών επιχειρεί επαναφύτευση με ποικιλίες αμπελιού ανθεκτικότερες στη ξηρασία. Έχουν φυτευτεί κάπου 30.000 κλήματα της ποικιλίας Φωκιανό γύρω από την Παναγία του Χάρου. Στους Λειψούς υπάρχει ο ιδιαίτερος αμπελώνας της ποικιλίας Φωκιανό, όπως ονομάζεται η συγκεκριμένη ποικιλία των Λειψών και σύντομα υπάρχει πλάνο για την ίδρυση και λειτουργία οινοποιείου. Λέγεται ότι από Φωκιανό παραγόταν ο ξακουστός στην Αρχαιότητα Πράμνιος Οίνος.

Η αποκάλυψη ξεχασμένων αμπελώνων της Πάτμου άρχισε σαν αναζήτηση χαμένων τοπικών γεύσεων αλλά έχει εξελιχθεί σε ένα πλάνο που μπορεί να αποτελέσει το έναυσμα για να μπει η Πάτμος στον οινικό χάρτη. Εμπνευστής της ιδέας αυτής είναι ο βουλευτής Ελβετίας, κος Ιωσήφ Ζησιάδης. Στις σκαμμένες πλαγιές της Πάτμου υπήρχαν αμπέλια από τον 17ο αιώνα. Οι ντόπιοι εξήγαν κρασί και σταφύλια στα παράλια της Μικράς Ασίας και αργότερα στην Αίγυπτο. Σε μια έκταση 30 στρεμμάτων ο κος Ζησιάδης σχεδιάζει να δημιουργήσει αμπελώνα με τοπικές ποικιλίες κρασιού, ελαιοτριβείο, σχολή οίνου και τράπεζα σπόρων. Ήδη υπάρχει ένας επισκέψιμος αμπελώνας 18 στρεμμάτων ο οποίος είναι ορατός για τους λάτρεις του κρασιού. Ο αμπελώνας βρίσκεται στην περιοχή Πέτρα, μια πράσινη κοιλάδα στο νότιο μέρος του νησιού.



2η Διαδρομή: Εσωτερική Διαδρομή στο νησί της Λέρου

Ο Δρόμος του Κρασιού στο νησί της Λέρου έχει ως αφετηρία το λιμάνι της νήσου, το Λακκί, το σημείο άφιξης της πλειοψηφίας των επισκεπτών – τουριστών και καταλήγει βόρεια από το χωριό Παρθένι, στο Κτήμα της Οικογένειας Ήσυχου κοντά στην παραλία Μπλεφούτη. Κατά μήκος της διαδρομής αυτής, εκτός από τα αξιοθέατα, τα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους – μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς, ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί και στο μοναδικό οινοποιείο του νησιού, το οινοποιείο της οικογένειας Χατζηδάκη, κοντά στην Καμάρα της Λέρου.

Η αφετηρία της Διαδρομής ξεκινάει από το Λακί, που αποτελεί και το μεγαλύτερο φυσικό λιμάνι της Μεσογείου και τα κτίρια του θεωρούνται μοναδικά αρχιτεκτονικά αριστουργήματα. Η διαδρομή συνεχίζει στην Ράχη, την Καμάρα και τα Άλιντα. Στα Άλιντα βρίσκεται το λαογραφικό και ιστορικό μουσείο «Μανώλης Ήσυχος» στον Πύργο Μπελλένη, το οποίο είναι το μοναδικό μουσείο νεότερης ιστορίας της Δωδεκανήσου. Στην συνέχεια της διαδρομής, στην Καμάρα, λίγο βόρεια από τα Άλιντα στο δρόμο προς το αεροδρόμιο και το Παρθένι, βρίσκεται το σπίτι και ανατολικά του, στον λόφο Σμαλού, είναι το κτήμα και το οινοποιείο της οικογένειας Χατζηδάκη. Συνεχίζοντας τη διαδρομή βορειοδυτικά από το Παρθένι μετά την Παραλία του Μπλεφούτη, ολοκληρώνεται η διαδρομή στο Κτήμα Ήσυχου με το οινοποιείο της ομώνυμης οικογένειας.

ΣΤΟΝ ΔΡΟΜΟ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΩΝ ΜΟΝΑΧΩΝ (ΤΡΙΚΑΛΑ)



ΠΗΓΗ: ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ ΑΑΕ

Ο Δρόμος του Κρασιού των Μοναχών αναπτύσσεται στον θεσσαλικό κάμπο, στον πεδινό και ορεινό όγκο της περιοχής των Τρικάλων. Στην περιοχή υπάρχει μια σειρά από επισκέψιμα οινοποιεία που καλλιεργούν αυτόχθονες γηγενείς ποικιλίες, στα οποία ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να περιηγηθεί. Την επίσκεψή του σε αυτά μπορεί να τη συνδυάσει με περιήγηση στους βράχους και τα Μοναστήρια των Μετέωρων και να γνωρίσει τα χωριά του Ασπροποτάμου, το Περτούλι, το χιονοδρομικό κέντρο, τον μοναστηριακό πλούτο, τα τοξωτά γεφύρια και τα χωριά της περιοχής.

Παράλληλα με τον οινικό τουρισμό, τα Τρίκαλα διαθέτουν 14 σημαντικά θρησκευτικά προσκυνήματα, σημαντικούς ιερούς τόπους με μακραίωνη ιστορία και πλούσιες παραδόσεις και τα οποία αποτελούν πόλο έλξης χιλιάδων επισκεπτών. Η γαστρονομία και ο κόσμος του κρασιού ξεχωρίζουν επίσης στην περιοχή.

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το Οινοποιείο Μετέωρο, το Οινοποιείο Κώστα Τσιλιλή, το Tsililis Terres, το Οινοποιείο Λούδα και το Οινοποιείο Λιάκου.[29]

ΣΤΟΝ ΔΡΟΜΟ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΩΝ ΑΓΡΑΦΩΝ (ΚΑΡΔΙΤΣΑ)[30]

Ο Δρόμος του Κρασιού στην Καρδίτσα ξεκινά από τη περιοχή των Αγράφων, στα οποία η τέχνη του οίνου ανάγεται ιστορικά σε πολλά χρόνια πριν. Η Ρεντίνα είναι η πατρίδα του τσίπουρου και του κρασιού, ενώ η περιοχή της λίμνης Πλαστήρα φιλοξενεί το γνωστό κρασί Μεσενικόλα. Ακόμη και τα λουτρά Σμοκόβου συνδέονται με τον οινοτουρισμό. Ο πεδινός χώρος της περιοχής, με την Καρδίτσα, το Παλιούρι, το Καλλιφώνι, τη Δαφνοσπηλιά και το Μουζάκι, συνδέεται άμεσα με το αμπέλι, το κρασί και το Τσίπουρο. Αξίζει να αναφερθεί ότι η Θεσσαλία σε όλες τις Περιφερειακές της Ενότητες έχει προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ.

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το Οινοποιείο Καραμήτρου, το Οινοποιείο Κοντοζήση και το Οινοποιείο Αποσταγματοποιείο Καραθάνος.

[29] Πηγή: https://dromoitoukrasioustithessalia.gr/info/ston-dromo-tou-krasiou-ton-monachon/
[30] Πηγή: https://dromoitoukrasioustithessalia.gr/info/ston-dromo-tou-krasiou-ton-agrafon/

ΣΤΟΝ ΔΡΟΜΟ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΟΥ ΟΛΥΜΠΟΥ (ΛΑΡΙΣΑ)

Ο νομός Λάρισας πληθυσμιακά και γεωγραφικά είναι ο μεγαλύτερος νομός της Θεσσαλίας με τα περισσότερα οινοποιεία. Ιδιαίτερα η περιοχή του Τυρνάβου, χαρακτηρίζεται ως περιοχή του κρασιού. Ο Δρόμος του Κρασιού του Ολύμπου ξεκινά από την Λάρισα, όπου ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στα ιστορικά και πολιτισμικά της στοιχεία. Έπειτα, με κατεύθυνση προς την Κοζάνη και σε μικρή απόσταση κατά μήκος του δρόμου θα γνωρίσει τα αποσταγματοποιεία και οινοποιεία της πόλης του Τυρνάβου. Στη συνέχεια, ο δρόμος προς την Ελάσσονα καλεί τον επισκέπτη να γνωρίσει το μυθικό βουνό του Ολύμπου και να επισκεφτεί τα οινοποιεία της Ελασσόνας και του Σαρανταπόρου. Τέλος, με κατεύθυνση προς τις παραλίες περιοχές ιδιαιτέρου φυσικού κάλλους, την περιοχή των Τεμπών αλλά και τα αμπελάκια, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει τα οινοποιεία της περιοχής.

Τα οινοποιεία που ανήκουν στη συγκεκριμένη διαδρομή είναι το Οινοποιείο Τζανακούδη, Δημπέρτη, Παπαδημητρίου, Αλατά, Μηνά, Σκυλονάσιου, Ελασσόνας, Χρυσοχόου, Πουλτσίδη, Λιάπη, Παπαθανασίου, Πάπρα, Βασδαβανου, Σταυράκη, Γιάτσα, ο Οινοποιητικός Συνεταιρισμός Τυρνάβου, το Κτήμα Ζαφειράκη, το Κτήμα Μιγα, το Αποσταγματοποιείο Οινοποιείο Κατσαρού και το Αποσταγματοποιείο Καρδάση.[31]

ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΕΥΒΟΙΑΣ

Στην περιοχή της Εύβοιας υπάρχουν 3 οινικές διαδρομές, σύμφωνα με τους Δρόμους του Κρασιού Κεντρικής Ελλάδος. Στη βόρεια Εύβοια αναπτύσσεται η Διαδρομή του Κρασιού του Τελέθριου με στάσεις στα οινοποιεία Βρυνιώτη και Κουτσογιωργάκη, στην κεντρική Εύβοια η Διαδρομή του Κρασιού της Δίρφης με στάσεις στα οινοποιεία Αβαντις, Λύκου, Φοίβου Παπαστράτη και Σκουμπρή και στη νότια Εύβοια η Διαδρομή του Κρασιού της Νότιας Εύβοιας με μία στάση στο οινοποιείο και αποσταγματοποιείο της οικογένειας Σπυρόπουλου. Επιπλέον, στην περιοχή της Εύβοιας εντάσσεται και η Διαδρομή της Ριτσώνας με στάσεις στα οινοποιεία Τζιβάνη, Ζαρογκίκα, Τσακανίκα, Πετρήεσσα και Cellar.[32]

ΟΙ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Διαδρομή: Εξερευνήστε τα μυστήρια της Δύσης

Η γραφική πόλη των Χανίων με την αγορά και την παλιά πόλη, είναι η αφετηρία της διαδρομής στα δυτικά του νησιού. Από εκεί και 20 μακριά μέχρι το Βατόλλακος, ο δρόμος περικυκλώνεται από εκτάσεις ελαιοδέντρων. Εκεί βρίσκεται το Οινοποιείο Μανουσάκη, όπου ο επισκέπτης μπορεί να δεί ένα παραδοσιακό πατητήρι, το οποίο χρησιμοποιείται ακόμα και σήμερα. Η περιοχή του Κολυμβαρίου φημίζεται επίσης για το εξαιρετικό, έξτρα παρθένο ελαιόλαδο της, γι' αυτό και ο επισκέπτης θα συναντήσει επίσης μεγάλα στρέμματα με ελαιόδεντρα στη διαδρομή του, μέχρι τον επόμενο σταθμό, το χωριό Ποντικιανά και το Οινοποιείο Καραβιτάκη.

Στη συνέχεια της διαδρομής, ο επισκέπτης θα συναντήσει το Οινοποιείο Ανώσκελη, στο ομώνυμο χωριό. Τους χειμερινούς μήνες, λίγες μόνο οικογένειες ζουν σε αυτό το μικρό, απομακρυσμένο χωριό. Η οικογένεια Μαμιδάκη, θέλοντας να δώσει ζωή στο σπίτι του χωριού τους και να φέρουν επισκέπτες να δοκιμάσουν κρασιά και ελαιόλαδο, άνοιξαν το συγκεκριμένο οινοποιείο, το οποίο είναι ανοικτό προς τους επισκέπτες.

[31] Πηγή: https://dromoitoukrasioustithessalia.gr/info/ston-dromo-tou-krasiou-tou-olybou/
[32] Πηγή: https://www.enoake.gr/oi-dromoi-tou-krasiou/

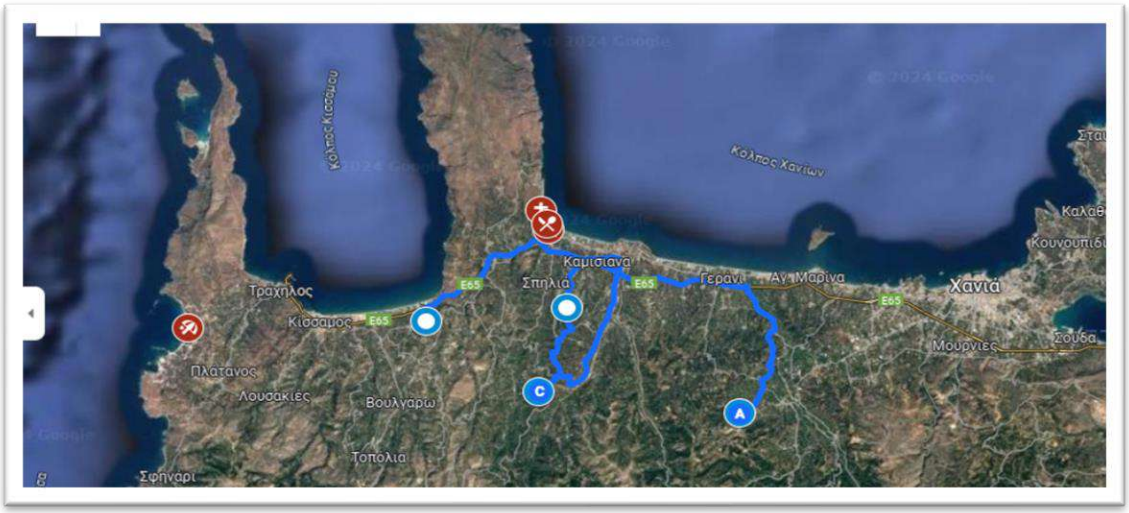
Συνεχίζοντας στο βορειοδυτικό τμήμα του νησιού και τις τροπικές παραλίες του, ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στα Φαλάσαρνα ή ακόμα και στη Γραμβούσα και τον Μπάλο. Λίγα χιλιόμετρα από την πόλη της Κισσάμου προτείνεται η τελευταία στάση της διαδρομής στο χωριό Δραπανιάς, το Οινοποιείο Πνευματικάκης, με το μουσείο κρασιού, με τα παλιά εργαλεία οινοποίησης και απόσταξης και το πετρόκτιστο κελάρι.
Οι στάσεις που περιλαμβάνει η διαδρομή είναι συνοπτικά οι παρακάτω:

Σταθμός 1: Χανιά-Βατόλακκος (Οινοποιείο Μανουσάκη)

Σταθμός 2: Βατόλακκος - Ποντικιανά (Οινοποείο Καραβιτάκη)

Σταθμός 3: Ποντικιανά - Ανώσκελη (Οινοποιείο Ανώσκελη)

Σταθμός 4: Ανώσκελη - Δραπανιάς (Οινοποιείο Πνευματικάκη)



Διαδρομή: Άγρια βουνά, η αίσθηση της αγιότητας

Η διαδρομή ξεκινά από τα Χανιά με πρώτο σταθμό το Ακρωτήρι το ιστορικό ακρωτήρι της Κρήτης όπου ο Ζορμπάς χόρεψε το γνωστό συρτάκι του. Πολλές σκηνές από τη διάσημη ταινία του 1964 γυρίστηκαν στην παραλία του Σταυρού. Εκεί, ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί σε κάποιους σημαντικούς θρησκευτικούς χώρους, όπως η Ιερά Μονή της Αγίας Τριάδας, ένα επιβλητικό οικοδόμημα που χρονολογείται από τον 17ο αιώνα. Εκεί, οι μοναχοί καλλιεργούν αμπέλια εδώ και αιώνες και ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να δοκιμάσει λίγο κρασί από την παραγωγή του μοναστηριού. Η Μονή Γουβερνέτου και τα ερείπια της καθολικής μονής είναι επίσης ένα ιδιαίτερο αξιοθέατο της περιοχής.

Επόμενη στάση της διαδρομής είναι ο Αλίκαμπος, στους πρόποδες των Λευκών Ορέων, στο δρόμο προς τα Σφακιά. Εκεί βρίσκεται και το Οινοποιείο Ντουράκη με το παλιό κελάρι και τον κήπο με τα βότανά του. Στη συνέχεια, συστήνεται μία διανυκτέρευση στο Ρέθυμνο.

Η διαδρομή συνεχίζει στον αυτοκινητόδρομο ανατολικά, δίπλα στη θάλασσα, με σταθμό τις Μαργαρίτες. Οι Μαργαρίτες είναι ένα γραφικό χωριό που αξίζει να επισκεφτεί κανείς λόγο της τέχνη της κεραμικής που ευδοκιμεί. Επόμενος σταθμός είναι το χωριό Πάνορμο και το Οινοποιείο Κλάδος με το ιδιαίτερο λογότυπο του «γερακιού».
Οι στάσεις που περιλαμβάνει η διαδρομή είναι συνοπτικά οι παρακάτω:

Σταθμός 1: Χανιά-Ακρωτήρι (Μοναστήρι Αγίας Τριάδας)

Σταθμός 2: Ακρωτήρι - Αλίκαμπος (Οινοποείο Ντουράκη)

Σταθμός 3: Αλίκαμπος - Πάνορμος (Οινοποιείο Κλάδου)



ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΑΙΓΙΑΛΕΙΑΣ - ΚΑΛΑΒΡΥΤΩΝ (ΔΙΚΤΥΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΟΙΝΟΞΕΝΕΙΑ)[33]

Η εσωτερική γεωμορφολογία της ευρύτερης περιοχής της Αιγιάλειας - Καλαβρύτων δημιουργεί οινικές διαδρομές που είναι κατάλληλες είτε με τα ποδιά, το ποδήλατο ή και το αυτοκίνητο. Οι διαδρομές του Δικτύου που προτείνονται στον επισκέπτη είναι 14 και παρουσιάζονται παρακάτω:

1η Διαδρομή: Αιγείρα - Αρχαίο Θέατρο – Σελιάνα - Συνεβρό - Αιγείρα

Η διαδρομή ξεκινά από την Παραλιακή Αιγείρα, ένα μοναδικό σημείο με θέα την θάλασσα του Κορινθιακού με κατεύθυνση το Αρχαίο θέατρο της Αιγείρας, μόλις 6χλμ από την πρώτη. Επόμενη στάση της διαδρομής είναι η Σελιάνα, ένα ορεινός παραδοσιακός οικισμός, ο οποίος ταυτίζεται με την αρχαία Φελλόη για την οποία ο περιηγητής Παυσανίας σημείωσε "τα δε περί τη Φελλόην ες φυτείαν αμπέλου εστίν επιτήδεια". Εκεί βρίσκεται ο ξενώνας - Κέντρο εναλλακτικού τουρισμού Re-Green. Τελευταία στάση πριν την επιστροφή, είναι το Συνεβρό, στο οποίο ο επισκέπτης θα βρει το Θεματικό Πάρκο Συνεβρού. Η συνολική διαδρομή είναι 42χλμ και έχει διάρκεια 1ώρα και 18.'

2η Διαδρομή: Ακράτα - Λίμνη Τσιβλού - Ζαρούχλα - Περιστέρα

Η διαδρομή ξεκινά από το χωριό Ακράτα, συνεχίζει στη Λίμνη Τσιβλού, τη Ζαρούχλα και κατόπιν στην Περιστερά. Η συνολική διαδρομή είναι 35χλμ και έχει διάρκεια 53.'

3η Διαδρομή: Ζαρούχλα - Χιονοδρ. Κέντρο Καλαβρύτων - Καλάβρυτα

Η διαδρομή ξεκινά από το χωριό Ζαρούχλα και με κέντρο αυτό μπορεί να κινηθεί κανείς στα γειτονικά χωριά (Περιστέρα, Μεσορούγι, Σόλο) και επίσης προς το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων και τα Καλάβρυτα. Η συνολική διαδρομή είναι 35χλμ και έχει διάρκεια 55.'

4η Διαδρομή: Έξοδος 20 της Ν.Ε.Ο - Άνω Διακοπτό - Μέγα Σπήλαιο - Καλάβρυτα

Η διαδρομή ξεκινά από την Πούντα (έξοδος 20), συνεχίζει στο Άνω Διακοπτό, το Μέγα Σπήλαιο και κατόπιν στα Καλάβρυτα. Η συνολική διαδρομή είναι 33χλμ και έχει διάρκεια 42.'

[33] Πηγή: https://www.diktio-poiotitas-oinoxeneia.gr/%ce%b7-%cf%80%ce%b5%cf%81%ce%b9%ce%bf%cf%87%ce%ae/%ce%b4%ce%b9%ce%b1%ce%b4%cf%81%ce%bf%ce%bc%ce%ad%cf%82/

5η Διαδρομή: Έξοδος 20 της Ν.Ε.Ο - Τράπεζα - Οροπέδιο Τράπεζας
Η διαδρομή ξεκινά από την Πούντα (έξοδος 20), συνεχίζει στο γραφικό χωριό Τράπεζα και κατόπιν στο οροπέδιο της Τράπεζας με τα αμπέλια και στο εγκαταλειμμένο παλαιομονάστηρο του Αγ. Νικολάου. Για τη διαδρομή συνιστάται χρήση οχήματος 4Χ4. Η συνολική διαδρομή είναι 11χλμ και έχει διάρκεια 31.'

6η Διαδρομή: Διακοπτό - Ζαχλωρού - Καλάβρυτα
Η διαδρομή ξεκινά από το Διακοπτό, συνεχίζει στη Ζαχλωρού και κατόπιν στα Καλάβρυτα. Εκεί βρίσκεται ο οδοντωτός σιδηρόδρομος που σκαρφαλώνει παράλληλα και μέσα από το φαράγγι του Βουραϊκού Ποταμού, ένα από τα πιο σημαντικά αξιοθέατα της Πελοποννήσου. Η συνολική διαδρομή είναι 22χλμ και έχει διάρκεια 78.'

7η Διαδρομή: Καλάβρυτα - Κάτω Λουσοί - Σπήλαιο Λιμνών - Κλειτορία - Παγκράτι
Η διαδρομή ξεκινά από τα Καλάβρυτα, συνεχίζει στους Κάτω Λουσούς, το Σπήλαιο Λημνών, την Κλειτορία και κατόπιν στο χωριό Παγκράτι, όπου υπάρχει το μοναδικό μνημείο της Φύσης, το Κλήμα του Παυσανία. Η συνολική διαδρομή είναι 40χλμ και έχει διάρκεια 53.'

Στο Σπήλαιο Λιμνών προτείνεται προαιρετική διακλάδωση για Πλανητέρο, ενώ θεωρείται μοναδική εμπειρία το Σπήλαιο των Λιμνών από τα Καλάβρυτα.

8η Διαδρομή: Καλάβρυτα - Χιον/κό Κέντρο Καλαβρύτων - Τηλεσκόπιο Αρίσταρχος
Η διαδρομή ξεκινά από τα Καλάβρυτα, συνεχίζει στο Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων και κατόπιν στο Τηλεσκόπιο Αρίσταρχος. Η συνολική διαδρομή είναι 40χλμ και έχει διάρκεια 53.'

9η Διαδρομή: Διακοπτό - Μαμουσιά - Σύρραχο - Ζαχλωρού - Καλάβρυτα
Η διαδρομή ξεκινά από το Διακοπτό, συνεχίζει στο χωριό Μαμουσιά, το Σύτταρο, τη Ζαχλωρού και κατόπιν στα Καλάβρυτα. Η συνολική διαδρομή είναι 42χλμ και έχει διάρκεια 1ώρα και 10.'

Στη Μαμουσιά προτείνεται προαιρετική διακλάδωση για το Οροπέδιο Μαμουσιάς. Για τη διαδρομή συνιστάται η χρήση οχήματος 4Χ4.

10η Διαδρομή: Αίγιο - Σελινούς - Πυργάκι - Φτέρη - Καλάβρυτα
Η διαδρομή ξεκινά από το Αίγιο, συνεχίζει στη Σελινούς, το Πυργάκι, τη Φτέρη και κατόπιν στα Καλάβρυτα. Η συνολική διαδρομή είναι 54χλμ και έχει διάρκεια 1ώρα και 21.'

Στη Φτέρη προτείνεται προαιρετική διακλάδωση για Πλατανιώτισσα.

11η Διαδρομή: Αίγιο- Φωνησκαριά – Μελίσσια – Μονή Ταξιαρχών
Η διαδρομή ξεκινά από το Αίγιο, συνεχίζει στον οικισμό Φωνησκαριά, τα Μελίσσια και κατόπιν στη ιστορική Μονή Ταξιαρχών με τα μοναδικά κειμήλια προς επίσκεψη.

12η Διαδρομή: Αίγιο – Κουνινά - Παρασκευή - Δάφνες - Αίγιο
Η διαδρομή ξεκινά από το Αίγιο, συνεχίζει στην Κουνινά, την Παρασκευή και κατόπιν στις Δάφνες. Η διαδρομή είναι κυκλική και απαιτεί τη χρήση οχήματος 4Χ4 στη σύνδεση Κουνινάς - Παρασκευή. Είναι μία κατεξοχήν αμπελουργική διαδρομή μέσα σε αμπελοτόπια που φτάνουν στα έλατα. Επίσης στο λόφο Κουτί στο Κούμαρι, βρίσκεται ο εντυπωσιακός αρχαιολογικός χώρος της Τραπεζάς. Η συνολική διαδρομή είναι 37χλμ και έχει διάρκεια 1ώρα και 14.'

13η Διαδρομή: Αίγιο - Μερτίδι - Λάκκα -Βερίνο - Αράχωβα - Ρακίτα
Η διαδρομή ξεκινά από το Αίγιο, συνεχίζει στο Μερτίδι, το Βερίνο, την Αράχωβα και κατόπιν στην Ρακίτα. Αποτελεί μία αμπελουργική διαδρομή, χαρακτηριστική της Αιγιάλειας, που τελειώνει στον αρχαιολογικό χώρο της Ρακίτας. Από εκεί ο επισκέπτης μπορεί να συνεχίσει για την Μονή Μακελαριάς και να συναντήσει την διαδρομή 10 (Αίγιο - Φτέρη – Καλάβρυτα).

Τα τμήματα Αράχωβα (Κρήνη) - Ρακίτα και Μονή Μακελαριάς απαιτούν χρήση οχήματος 4Χ4. Η συνολική διαδρομή είναι 40χλμ και έχει διάρκεια 1ώρα και 7.'

14η Διαδρομή: Αίγιο - Λαμπίρι - Ζήρεια - Άνω Ζήρεια
Η διαδρομή ξεκινά από το Αίγιο, συνεχίζει στο Λαμπίρι, τη Ζήρεια και κατόπιν στην Άνω Ζήρεια. Η συνολική διαδρομή είναι 22χλμ και έχει διάρκεια 32.'

Τα οινοποιεία που είναι μέλη του Δικτύου Ποιότητας Οινοξένεια και εντοπίζονται στις ανωτέρω διαδρομές είναι τα Οινοποιεία Κανακάρη, Μ20, Τετράμυθος, Κροκιδά, Ρούβαλη, Cavino, η Εδανός Οινοποιητική, η Οινοποιία Κιντώνη, το Κτήμα Μέγα Σπήλαιο, οι Αμπελώνες Ρίρα και η Αχαιών Οινοποιητική.

2.3 Καταγραφή Οινοποιείων – Τοπικών Εκδηλώσεων Οίνου

Στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης έγινε καταγραφή όλων των οινοποιείων των περιοχών των 22 ΟΤΔ, η οποία οργανώθηκε σε μία βάση δεδομένων (αρχείο xls.),[34] με σκοπό την περαιτέρω χρήση της από τις Ομάδες Τοπικής Δράσης (ΟΤΔ) των 22 Αναπτυξιακών Εταιρειών που συμμετέχουν στο παρόν σχέδιο ανάπτυξης του Οινοτουρισμού. Τα δεδομένα που αντλήθηκαν από την ομάδα μελέτης, αφορούσαν στην *επωνυμία*, στα *στοιχεία επικοινωνίας*, στον *ηλεκτρονικό ιστότοπο*, στο *εάν είναι επισκέψιμα ή όχι*, *εάν έχουν σήμα επισκέψιμου οινοποιείου ή όχι*, στις *υπηρεσίες* που προσφέρουν, καθώς και εάν εντάσσονται σε κάποια *οινική διαδρομή*. Αξίζει να σημειωθεί ότι όλες οι προηγούμενες καταγραφές έγιναν μέσω ηλεκτρονικής αναζήτησης από σχετικές ιστοσελίδες (έρευνα γραφείου), γεγονός που συνεπάγεται ενδεχόμενες αποκλίσεις από την πραγματικότητα. Προς τούτο, προτείνεται σε επόμενο χρόνο, η επαφή με όλα τα Οινοποιεία τα οποία εντάσσονται στην κατηγορία: «Χωρίς διευκρίνηση», προκειμένου να καταταχθούν σε μία από τις τρεις βασικές κατηγορίες, ήτοι: α) με σήμα επισκέψιμου, β) επισκέψιμο χωρίς σήμα, γ) μη επισκέψιμο και να μπορέσουν τα στοιχεία να τύχουν σχετικής και έγκυρης ανάλυσης.

Από την εν λόγω καταγραφή προέκυψαν τα εξής αριθμητικά δεδομένα:

ΑΡΙΘΜΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ	
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	63
ΠΕ ΗΜΑΘΙΑΣ	33
ΠΕ ΚΙΛΚΙΣ	14
ΠΕ ΕΒΡΟΣ	15
ΠΕ ΚΑΒΑΛΑΣ	19
ΠΕ ΦΛΩΡΙΝΑΣ	10
ΗΠΕΙΡΟΣ	13
ΠΕ ΛΑΡΙΣΑΣ	47
ΠΕ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	8
ΠΕ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	15

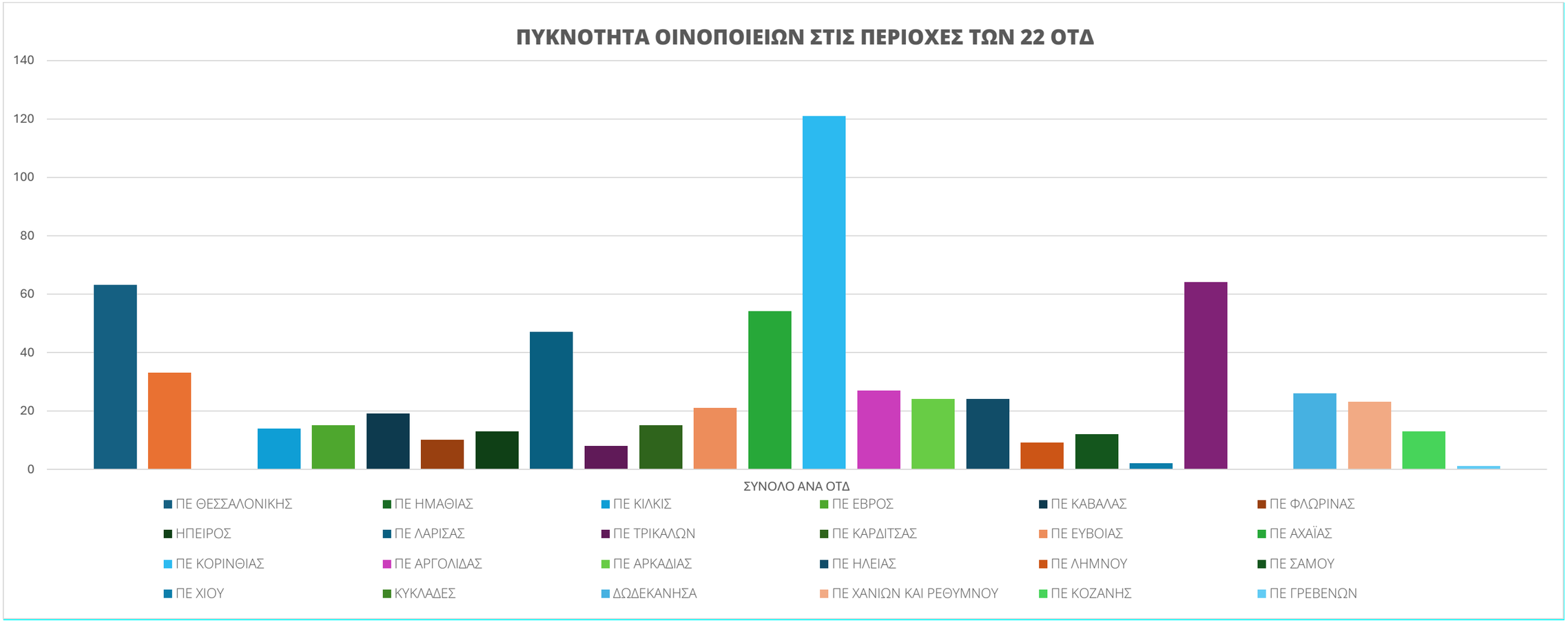
[34] Η λίστα έχει παραδοθεί στην Αναθέτουσα, σε ξεχωριστό xls. αρχείο..

ΠΕ ΕΥΒΟΙΑΣ	21
ΠΕ ΑΧΑΪΑΣ	54
ΠΕ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	121
ΠΕ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	27
ΠΕ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	24
ΠΕ ΗΛΕΙΑΣ	24
ΠΕ ΛΗΜΝΟΥ	9
ΠΕ ΣΑΜΟΥ	12
ΠΕ ΧΙΟΥ	2
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	64
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	26
ΠΕ ΧΑΝΙΩΝ ΚΑΙ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	23
ΠΕ ΚΟΖΑΝΗΣ	13
ΠΕ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	1
ΣΥΝΟΛΟ	658

Η συνολική εικόνα των οινοποιείων των περιοχών παρουσιάζει ιδιαίτερο και δυναμικό ενδιαφέρον και αποτυπώνεται στον πίνακα που ακολουθεί:

	ΜΕ ΣΗΜΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ	ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ ΧΩΡΙΣ ΣΗΜΑ	ΔΕΝ ΕΝΑΙ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ	ΧΩΡΙΣ ΔΙΕΥΚΡΙΝΗΣΗ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΝΑ ΟΤΔ
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	3	12	-	48	63
ΠΕ ΗΜΑΘΙΑΣ	3	17	2	11	33
ΠΕ ΚΙΛΚΙΣ	1	8	3	2	14
ΠΕ ΕΒΡΟΣ	-	3	-	12	15
ΠΕ ΚΑΒΑΛΑΣ	2	8	8	1	19
ΠΕ ΦΛΩΡΙΝΑΣ	4	3	-	3	10
ΗΠΕΙΡΟΣ	3	7	1	2	13
ΠΕ ΛΑΡΙΣΑΣ	6	15	-	26	47
ΠΕ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	2	6	-	-	8
ΠΕ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	2	3	-	10	15

	ΜΕ ΣΗΜΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ	ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ ΧΩΡΙΣ ΣΗΜΑ	ΔΕΝ ΕΝΑΙ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ	ΧΩΡΙΣ ΔΙΕΥΚΡΙΝΗΣΗ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΝΑ ΟΤΔ
ΠΕ ΕΥΒΟΙΑΣ	3	5	-	13	21
ΠΕ ΑΧΑΪΑΣ	3	12	-	39	54
ΠΕ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	7	41	1	73	121
ΠΕ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	3	4	-	20	27
ΠΕ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	4	6	1	12	24
ΠΕ ΗΛΕΙΑΣ	3	2	-	19	24
ΠΕ ΛΗΜΝΟΥ	2	4	-	3	9
ΠΕ ΣΑΜΟΥ	1	10	-	1	12
ΠΕ ΧΙΟΥ	1	1	-	-	2
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	8	37	3	16	64
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	3	17	-	6	26
ΠΕ ΧΑΝΙΩΝ ΚΑΙ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	3	10	-	10	23
ΠΕ ΚΟΖΑΝΗΣ	3	4	-	6	13
ΠΕ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	-	-	-	1	1
ΣΥΝΟΛΑ	70	235	19	334	658



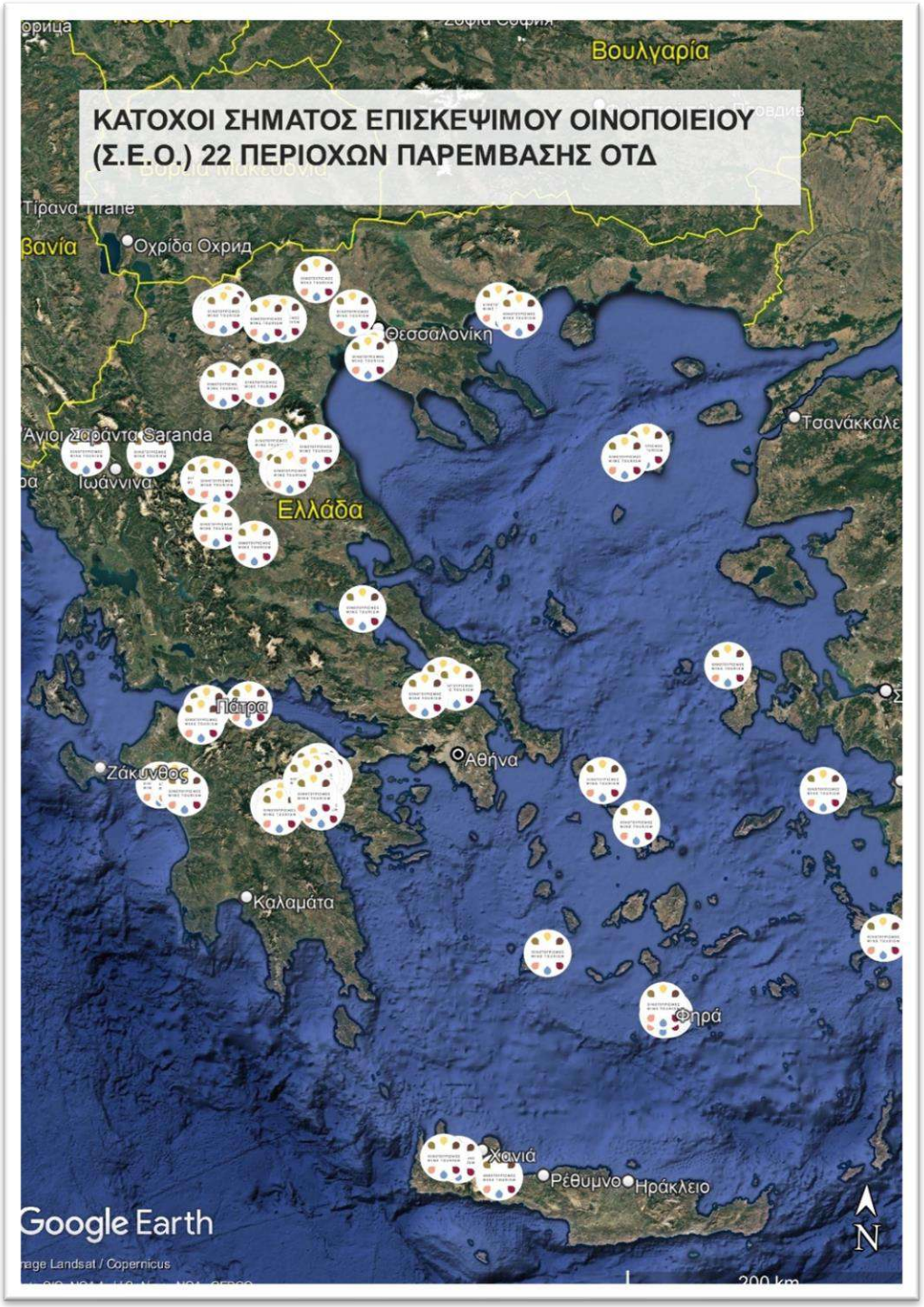
Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Οι περιοχές που καλύπτει κάθε ΟΤΔ παρουσιάζονται σε πίνακα στο Παράρτημα Π2.1.

ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΕ ΣΗΜΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΩΝ 22 ΟΤΔ								
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	ΚΤΗΜΑ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	DOMAINE FLORIAN	ΜΕΣΗΜΒΡΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ					**3**
ΠΕ ΗΜΑΘΙΑΣ	ΚΤΗΜΑ ΚΥΡ-ΓΙΑΝΝΗ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΚΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΒΑΕΝΙ ΝΑΟΥΣΑ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΚΑΠΠΑ (ΚΑΡΑΓΚΙΟΖΙΔΗΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ)					**3**
ΠΕ ΚΙΛΚΙΣ	ΚΤΗΜΑ ΤΑΤΣΗ							**1**
ΠΕ ΕΒΡΟΣ	-							**-**
ΠΕ ΚΑΒΑΛΑΣ	«ΚΤΗΜΑ ΒΙΒΛΙΑ ΧΩΡΑ» – ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Β. ΤΣΑΚΤΣΑΡΛΗΣ-Ε. ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	«ΑΜΠΕΛΟΕΙΣ» – ΑΜΠΕΛΟΕΙΣ Α.Ε.						**2**
ΠΕ ΦΛΩΡΙΝΑΣ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΙΝΟΛΙΘΟΣ (ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ)	ΒΕΓΟΡΙΤΗΣ - ΜΠΟΣΚΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ	ΚΤΗΜΑ ΑΛΦΑ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝ/ΣΜΟΥ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΜΥΝΤΑΙΟΥ					**4**
ΗΠΕΙΡΟΣ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ «ΚΑΤΩΓΙ ΑΒΕΡΩΦ»	ZOINOS WINERY	ΚΤΗΜΑ ΓΚΛΙΝΑΒΟΣ					**3**
ΠΕ ΛΑΡΙΣΑΣ	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ Γ.ΛΟΛΑΣ-Γ.ΦΤΙΚΑΣ (ΕΛΑΣΣΟΝΑΣ)	ΝΤΟΥΓΚΟΣ	ΚΤΗΜΑ ΖΑΦΕΙΡΑΚΗ	ΚΤΗΜΑ ΚΑΤΣΑΡΟΥ	ΚΤΗΜΑ Δ. ΜΙΓΑΣ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ Σ ΣΥΝ/ΡΙΣΜΟΣ ΤΥΡΝΑΒΟΥ		**6**

ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΕ ΣΗΜΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΩΝ 22 ΟΤΔ									
ΠΕ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	ΤΣΙΛΙΛΗΣ – ΚΤΗΜΑ ΘΕΟΠΕΤΡΑ	ΜΕΤΕΟΡΟ (ΤΣΙΝΑΣ)							**2**
ΠΕ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	ΚΤΗΜΑ ΦΙΛΙΑ ΓΗ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ Γ. ΚΑΡΑΜΗΤΡΟΥ							**2**
ΠΕ ΕΥΒΟΙΑΣ	ΛΥΚΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ «ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Α.ΛΥΚΟΣ ΙΚΕ»	ΒΡΥΝΙΩΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ "VRINIOTIS WINERY"	ΚΤΗΜΑ ΑΒΑΝΤΙΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΑ						**3**
ΠΕ ΑΧΑΪΑΣ	ΑΧΑΪΑ CLAUSS	ΑΧΑΪΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΚΟΤΡΟΤΣΟΣ						**3**
ΠΕ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	ΚΤΗΜΑ ΓΚΟΦΑΣ	ΣΕΜΕΛΗ	ΚΤΗΜΑ ΜΠΑΪΡΑΚΤΑΡΗΣ	ΛΑΦΑΖΑΝΗΣ	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΛΑΥΚΙΩΤΗ	ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΑ - ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ	ΚΤΗΜΑ ΠΑΛΥΒΟΥ		**7**
ΠΕ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	ΚΤΗΜΑ ΣΚΟΥΡΑΣ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΌΨΙΜΟΣ	ΑΝΤΩΝΗΣ ΠΑΠΑΝΤΩΝΗΣ - ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ "ΑΝΤΩΝΗΣ ΠΑΠΑΝΤΩΝΗΣ"						**3**
ΠΕ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	ΚΤΗΜΑ ΚΑΛΟΓΡΗ	ΚΤΗΜΑ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΥ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΤΡΟΥΠΗ	ΚΤΗΜΑ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΥ					**4**
ΠΕ ΗΛΕΙΑΣ	ΚΤΗΜΑ ΜΠΡΙΤΖΙΚΗ	ΚΤΗΜΑ ΟΛΥΜΠΙΑ ΓΗ	ΚΤΗΜΑ ΔΡΟΥΒΑ						**3**
ΠΕ ΛΗΜΝΟΥ	ΚΤΗΜΑ ΧΑΤΖΗΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΛΗΜΝΟΥ (LIMNOS WINES)							**2**
ΠΕ ΣΑΜΟΥ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΕΟΣ ΣΑΜΟΥ								**1**

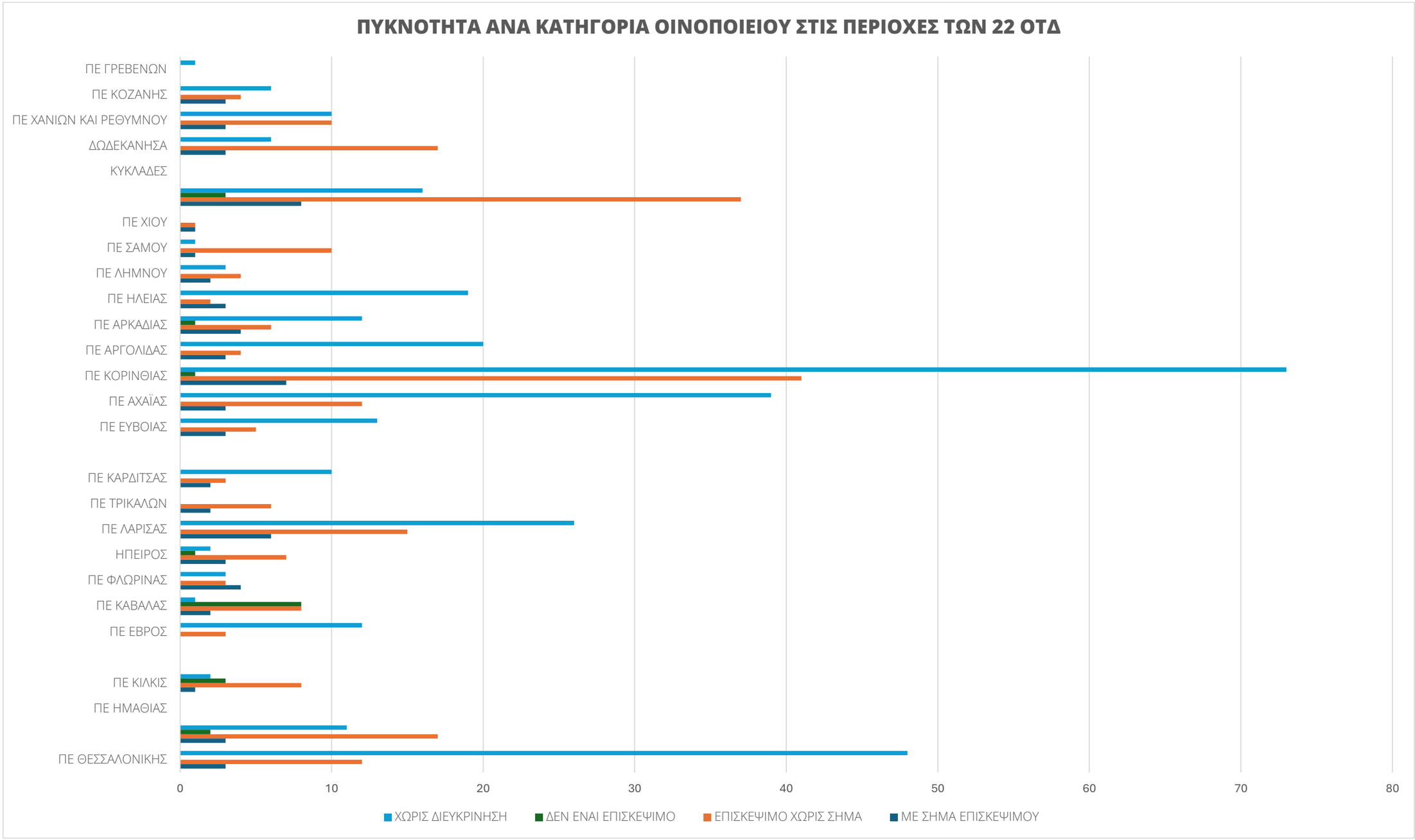
ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΜΕ ΣΗΜΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΩΝ 22 ΟΤΔ									
ΠΕ ΧΙΟΥ	ΑΡΙΟΥΣΙΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ								**1**
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	ΥΠΟΣΚΑΦΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΟΙΝΟΥ - ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΡΤΕΜΗ ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΥ	SANTO WINES (ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΘΗΡΑΪΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ - ΣΥΝ. Π. Ε.)	ΓΑΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	VASSALTIS VINEYARDS	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΜΩΡΑΪΤΗ	KOURTESIS WINERY ESTATE	ΜΑΛΛΗΣ ΚΩΝ/ΟΣ	**8**
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΧΑΤΖΗΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΚΤΗΜΑ ΑΚΡΑΝΙ (ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΠΟΥΛΟΣ)	PETRA MARINOU WINERY						**3**
ΠΕ ΧΑΝΙΩΝ ΚΑΙ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	ΜΑΝΟΥΣΑΚΗ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΝΩΣΚΕΛΗ	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΝΤΟΥΡΑΚΗ						**3**
ΠΕ ΚΟΖΑΝΗΣ	ΚΤΗΜΑ ΒΟΓΙΑΤΖΗ	ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ ΚΑΜΚΟΥΤΗ	ΔΑΛΛΑΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ						**3**
ΠΕ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	-								**-**
ΣΥΝΟΛΟ									**70**



Κάτοχοι σήματος επισκέψιμου οινοποιείου στις 22 περιοχές των ΟΤΔ.
Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Ενώ, στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται συγκεντρωτικά και ανά κατηγορία, η πυκνότητα των οινοποιείων σε όλες τις περιοχές των 22 ΟΤΔ:

Τέλος, στο Παράρτημα Π2.2. σελ. 262 βρίσκεται πίνακας με τις καταγεγραμμένες εκδηλώσεις οίνου στις περιοχές των 22 ΟΤΔ.



Πηγή: Ιδια επεξεργασία.

2.4 Υπόδειγμα Αξιολόγησης Οινοτουριστικού Προϊόντος

Για την αξιολόγηση της οινοτουριστικής προσφοράς-εμπειρίας ακολουθούνται τα εξής βήματα:

1. Προσδιορίζεται η σύνθεση και το περιεχόμενο του οινοτουριστικού προϊόντος
2. Επιλέγονται τα κριτήρια αξιολόγησης για κάθε κατηγορία τουριστικού πόρου
3. Προσδιορίζεται το ειδικό βάρος κάθε κριτηρίου αξιολόγησης
4. Ορίζεται πενταβάθμια κλίμακα βαθμολόγησης
5. Πραγματοποιείται η αξιολόγηση
6. Ιεραρχούνται οι πόροι σύμφωνα με την κατάταξη.

Αναλυτικότερα:

Α) Προσδιορισμός του οινοτουριστικού προϊόντος και των κριτηρίων αξιολόγησης

Οι τουριστικοί πόροι που συνθέτουν την εικόνα του οινικού προορισμού και αποτελούν το οινοτουριστικό προϊόν, συνθέτουν και συμμετέχουν στη διαμόρφωση της εμπειρίας του επισκέπτη και συνίστανται από: α) τις ειδικές τουριστικές υποδομές, β) τις εκδηλώσεις – δρώμενα (άυλοι πόροι) και γ) τα τοπικά προϊόντα.

Πιο συγκεκριμένα:

1. Ειδικές τουριστικές υποδομές

- Επισκέψιμα οινοποιεία
- Καταλύματα
- Επιχειρήσεις εστίασης – αναψυχής - ψυχαγωγίας
- Οινοτουριστικές διαδρομές

Οι ειδικές τουριστικές υποδομές σχετίζονται άμεσα με τη διαφοροποίηση και αναβάθμιση της τουριστικής προσφοράς μέσα από θεματικά προϊόντα και εναλλακτικές δραστηριότητες (οινοτουρισμός) που αξιοποιούν και αναδεικνύουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελληνικής υπαίθρου και μπορούν να αποτελέσουν τους πιο καθοριστικούς παράγοντες στη προσπάθεια που γίνεται για την βελτίωση της ταυτότητάς της.

2. Εκδηλώσεις – δρώμενα

- Εκδηλώσεις – δρώμενα που σχετίζονται με τον οίνο

Οι άυλοι πολιτιστικοί πόροι (εκδηλώσεις – δρώμενα – ιστορία – παραδόσεις) είναι συνυφασμένοι με την Ελλάδα και την εικόνα της και συμβάλλουν ενεργά στην διαμόρφωση της φήμης και της ταυτότητάς της. Για το λόγο αυτό λειτουργούν υποστηρικτικά και αθροιστικά και προς τον οινικό τουρισμό ως συνοδές δραστηριότητες και ταυτόχρονα αποτελούν σημαντικούς πόλους έλξης για τους επισκέπτες, στους οποίους δίδουν τη δυνατότητα να βιώσουν την κουλτούρα, την αυθεντικότητα και την καθημερινότητα κατοίκων και παραγωγών, μέσα από αγροτικά πανηγύρια, οινικά ήθη & έθιμα, διονυσιακά δρώμενα και άλλες τοπικές πολιτιστικές ή μουσικές εκδηλώσεις και γιορτές

3. Τοπικά προϊόντα & υπηρεσίες

- Τοπικές συνταγές, γαστρονομικές γεύσεις, συνήθειες, παραδόσεις
- Αγροδιατροφικά προϊόντα (προϊόντα αμπέλου, γαλακτοκομικά, αλλαντικά κ.α.)
- Χειροτεχνία – οικοτεχνία – λαϊκή τέχνη

Τα τοπικά προϊόντα ενισχύουν και σηματοδοτούν την εικόνα του προορισμού, παραπέμπουν συνειρμικά σε εικόνες και παραστάσεις και είναι δεμένα με τις διατροφικές συνήθειες, τα

έθιμα, τις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής των κατοίκων. Η ανάδειξη και προβολή της ιδιαίτερης φυσιογνωμίας της Ελληνικής υπαίθρου και η σύνδεσή της με τον αγροδιατροφικό τομέα αλλά και με την τοπική χειροτεχνία και οικοτεχνία, είναι συνυφασμένη με τον τουριστικό προορισμό και την ταυτότητα του, δεδομένου ότι η γαστρονομία στο σύνολό της επηρεάζει και ενισχύει την επιθυμία – απόφαση του επισκέπτη να ταξιδέψει. Παράλληλα η αγροτική ζωή με τα έθιμα, τις συνήθειες και τον τρόπο φιλοξενίας, αγγίζει απόλυτα το συναίσθημα του επισκέπτη και επηρεάζει τη εμπειρία του όσον αφορά τον τόπο και τον χρόνο που αφιερώνει. Ειδικότερα, τα κριτήρια αφορούν:

Α) Ειδικές τουριστικές υποδομές

Επίπεδο:	• Επάρκεια - διαθεσιμότητα • Επισκεψιμότητα -Επαναληψιμότητα • Εμπειρία • Φιλοξενία • Ποιότητα
Φήμη:	• Υπερτοπική εικόνα - εμβέλεια • Ένταξη σε τουριστικούς οδηγούς και μέσα προβολής • Αυθεντικότητα - μοναδικότητα • Ασφάλεια επισκεπτών • Πληρότητα υπηρεσιών
Προσβασιμότητα:	• Χρονοαπόσταση από πύλη εισόδου • Χρονοαπόσταση από αστικό κέντρο • Υποδομές ΑμΕΑ • Άνεση Πρόσβασης • Λοιπές εξυπηρετήσεις – διευκολύνσεις
Υπεραξία:	• Συμβολή στη βελτίωση του οινοτουρισμού • Ένταξη στο τουριστικό προϊόν • Συμμετοχή στην απασχόληση και στην επιχειρηματικότητα • Συσχέτιση με τοπικά προϊόντα & υπηρεσίες • Αναπτυξιακή Προοπτική για το μέλλον

Β) Πολιτιστικοί Πόροι (εκδηλώσεις – δρώμενα – ιστορία – παραδόσεις)

Τα κριτήρια και τα αντίστοιχα υποκριτήρια αφορούν στα ακόλουθα:

Επίπεδο:	• Μοναδικότητα εμπειριών • Αυθεντικότητα - Ιδιαιτερότητα (σύνδεση με μύθους, έθιμα, κ.α.) • Προϊοντική Εικόνα
Φήμη:	• Τοπόσημα εθνικής και διεθνούς εμβέλειας • Πόροι ενταγμένοι σε τουριστικούς οδηγούς και μέσα προβολής • Επισκεψιμότητα -Δραστηριότητες • Ασφάλεια επισκεπτών • Εμπειρία-Ικανοποίηση

Προσβασιμότητα:	• Σηματοδότηση -Σήμανση • Υποδομές ΑμεΑ • Περίοδοι Λειτουργίας • Εξυπηρετήσεις - Διευκολύνσεις • Χρονοαπόσταση από αστικά ή τουριστικά κέντρα
Υπεραξία:	• Συμβολή στη βελτίωση του οινοτουρισμού • Ένταξη στο οινοτουριστικό προϊόν • Συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα απασχόληση και την • Συσχέτιση με τοπικά προϊόντα & υπηρεσίες • Αναπτυξιακή Προοπτική για το μέλλον

Κατηγορία	Συνθετικές παράμετροι πόρων	Κριτήρια αξιολόγησης
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	• Αρχαιολογικοί χώροι • Μουσεία - Συλλογές • Κάστρα – Φρούρια – Τείχη • Παραδοσιακοί οικισμοί • Θρησκευτικά μνημεία • Οινικά δρώμενα- εκδηλώσεις • Τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις • Ήθη – Έθιμα – Τεχνικές • Γαστρονομία - Αγροδιατροφή	• Επίπεδο • Φήμη • Προσβασιμότητα • Υπεραξία
ΕΙΔΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	• Επισκέψιμα οινοποιεία • Επισκέψιμα αγροκτήματα • Γαστρονομικές–Οινικές διαδρομές • Καταλύματα • Υποδομές εστίασης – αναψυχής • Δραστηριότητες Υπαίθρου	• Επίπεδο • Φήμη • Προσβασιμότητα • Υπεραξία

Βαθμολόγηση κριτηρίων

Στον πίνακα που ακολουθεί προσδιορίζονται οι συντελεστές βαρύτητας των κριτηρίων για κάθε επιμέρους κατηγορία τουριστικού πόρου.

Κατηγορία τουριστικού πόρου	Κριτήρια αξιολόγησης	Συντελεστές βαρύτητας κριτηρίων
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	• Επίπεδο • Φήμη • Προσβασιμότητα • Υπεραξία	• 30% • 30% • 20% • 20%
ΕΙΔΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	• Επίπεδο • Φήμη • Προσβασιμότητα • Υπεραξία	• 30% • 30% • 20% • 20%

Κριτήρια και υποκριτήρια ανά κατηγορία πόρου – συντελεστής βαρύτητας κριτηρίου:

Κατηγορία τουριστικού πόρου	Κριτήρια αξιολόγησης & Συντελεστές βαρύτητας	Υποκριτήρια
ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	Επίπεδο 30%	• Μοναδικότητα εμπειριών • Χαρακτηρισμένοι αρχαιολογικοί χώροι, μνημεία, οικισμοί κ.α. • Αυθεντικότητα – Ιδιαιτερότητα - σύνδεση με μύθους, έθιμα, κ.α. • Προϊοντική Εικόνα
	Φήμη 30%	• Τοπόσημα εθνικής και διεθνούς εμβέλειας • Πόροι ενταγμένοι σε τουριστικούς οδηγούς και μέσα προβολής • Επισκεψιμότητα -Δραστηριότητες • Ασφάλεια επισκεπτών • Εμπειρία-Ικανοποίηση
	Προσβασιμότητα 20%	• Σηματοδότηση -Σήμανση • Υποδομές ΑμεΑ • Περίοδοι Λειτουργίας • Εξυπηρετήσεις - Διευκολύνσεις • Χρονοαπόσταση από τουριστικά ή αστικά κέντρα
	Υπεραξία 20%	• Συμβολή στην βελτίωση του οινοτουρισμού • Ένταξη στο τουριστικό προϊόν • Συμμετοχή στην απασχόληση και την επιχειρηματικότητα • Συσχέτιση με τοπικά προϊόντα & υπηρεσίες • Αναπτυξιακή Προοπτική για το μέλλον
ΕΙΔΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	Επίπεδο 30%	• Επάρκεια - διαθεσιμότητα • Επισκεψιμότητα -Επαναληψιμότητα • Εμπειρία • Φιλοξενία • Ποιότητα
	Φήμη 30%	• Υπερτοπική εμβέλεια • Πόροι ενταγμένοι σε τουριστικούς οδηγούς και μέσα προβολής • Αυθεντικότητα - μοναδικότητα • Ασφάλεια επισκεπτών • Πληρότητα
	Προσβασιμότητα 20%	• Χρονοαπόσταση από πύλη εισόδου • Χρονοαπόσταση από αστικό και τουριστικό κέντρο • Υποδομές ΑμΕΑ • Άνεση Πρόσβασης • Εξυπηρετήσεις – Διευκολύνσεις
	Υπεραξία 20%	• Συμβολή στην βελτίωση του οινοτουρισμού • Ένταξη στο τουριστικό προϊόν • Συμμετοχή στην απασχόληση και στην επιχειρηματικότητα • Συσχέτιση με τοπικά προϊόντα & υπηρεσίες

Τα υποκριτήρια βαθμολογούνται με τη χρήση πενταβάθμιας κλίμακας ιεράρχησης (1 έως 5). Η πενταβάθμια κλίμακα ερμηνεύεται ανάλογα με την κάλυψη των κριτηρίων ως ακολούθως:

- 1 = ελάχιστη
- 2 = μικρή
- 3 = μέτρια
- 4 = καλή
- 5 = άριστη

Με βάση την παραπάνω κατάταξη από πλευράς βαρύτητας, κάθε κατηγορία πόρου βαθμολογείται από 1 έως 5 ανά υποκριτήριο και κάθε άθροισμα των υποκριτηρίων πολλαπλασιάζεται με το ποσοστό της στάθμισης – βαρύτητας δίνοντας έτσι το τελικό αποτέλεσμα επί τοις %.

3 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

3.1 «Καλές πρακτικές» διαχείρισης οινοτουριστικού προϊόντος διεθνώς

3.1.1 Δρόμοι του Κρασιού της Ισπανίας (Rutas del Vino de España)[35]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ισπανία

Πότε εφαρμόστηκε: Η Ισπανική Ένωση Πόλεων Κρασιού ιδρύθηκε το 1994.

Γιατί είναι καλή πρακτική: Οι "Δρόμοι του Κρασιού της Ισπανίας" αποτελεί μία πρωτοβουλία της Ισπανικής Ένωσης Πόλεων Κρασιού (Asociación Española de Ciudades del Vino, ACEVIN) που έχει ως σκοπό την προώθηση του οινοτουρισμού στην Ισπανία. Θεωρείται μία καλή πρακτική διαχείρισης καθώς, μέσα από ένα σύνολο δράσεων επιδιώκεται η αποτελεσματική συνεργασία και συνέργεια του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα της χώρας προς έναν κοινό στόχο, την ανάδειξη της οινικής κουλτούρας, των οινικών προϊόντων και του τόπου στον οποίο αναπτύσσονται. Η Ένωση, μέσα από τη δημιουργία "προϊόντων" όπως είναι "Ο Δρόμος του Κρασιού της Ισπανίας", τα "Ισπανικά Βραβεία Οινοτουρισμού", η "Ισπανική Πόλη του Κρασιού" και άλλες πρωτοβουλίες, παρακινεί επιχειρηματίες και φορείς στη δημιουργία αναβαθμισμένων και ποιοτικότερων οινοτουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών ικανά να ανταγωνιστούν την ξένη αγορά.

Περιγραφή: Η Ισπανική Ένωση Πόλεων Κρασιού, είναι ένας τοπικός οργανισμός ο οποίος ενώνει τις ισπανικές πόλεις που έχουν ως κοινό παρονομαστή την κυριαρχία της βιομηχανίας κρασιού στην οικονομία τους. Οι δήμοι που απαρτίζουν την Ένωση κατανοούν ότι αυτός ο παράγοντας καθορίζει τα πάντα, από το αστικό προφίλ και το προφίλ του τοπίου μέχρι τη διάρθρωση της αγοράς εργασίας, ακόμη και την κουλτούρα της κοινότητας. Έχοντας επίγνωση αυτού του κοινού χαρακτηριστικού συμμετέχουν με σκοπό τη λήψη αποφάσεων, στη διατύπωση προτάσεων και στην επίλυση προβλημάτων, ειδικά στους τομείς της αγροτικής επιχειρηματικότητας, της πολεοδομίας, του πολιτισμού και του οινοτουρισμού, της βιομηχανικής κληρονομιάς και της δημιουργίας μέσων τοπικής προώθησης και διαφοροποίησης της οικονομικής δραστηριότητας.

Στόχος της Ένωσης είναι η ανάπτυξη δραστηριοτήτων που ωφελούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή όπου δραστηριοποιείται. Συγκεκριμένα στοχεύει στον σχεδιασμό και την προώθηση δράσεων με σκοπό την ανάπτυξη και την οικονομική διαφοροποίηση των τοπικών κοινοτήτων, την ανάπτυξη πρωτοβουλιών που είναι απαραίτητες για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της οινοποιίας, τη διοργάνωση συναντήσεων και δραστηριοτήτων που

[35] Η επίσημη ιστοσελίδα Rutas del Vino de España: https://wineroutesofspain.com/

στοχεύουν στην ανταλλαγή γνώσεων και εμπειριών, τη συνεργασία με ευρωπαϊκές οινοπόλεις και άλλες δραστηριότητες προς την ίδια κατεύθυνση.

Μία από τις σημαντικότερες πρωτοβουλίες της Ένωσης ήταν η δημιουργία των "Δρόμων του Κρασιού της Ισπανίας". Το έργο υποστηρίζεται από τα Υπουργεία Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού και Γεωργίας, Αλιείας και Τροφίμων και σχεδιάστηκε προκειμένου να κάνει τους ταξιδιώτες να ανακαλύψουν μια διαφορετική Ισπανία και να ζήσουν μοναδικές εμπειρίες συνδεδεμένες με το κρασί. Οι Δρόμοι του Κρασιού αποτελούνται από 37 χωρικές διαδρομές, οι οποίες εκτείνονται στις αμπελουργικές περιοχές των Δήμων της χώρας που συνεργάζονται με την Ένωση.

Το δίκτυο των διαδρομών προβάλλεται μαζί με την απαραίτητη πληροφορία για τον επισκέπτη, όπως είναι η αμπελοοινική ιστορία κάθε περιοχής, οι πόροι πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, τα τοπικά φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις, οι προτεινόμενες δραστηριότητες, οδηγίες προσβασιμότητας, σχετικό οπτικοακουστικό υλικό, τουριστικοί οδηγοί με προτεινόμενα οινοποιεία, εστιατόρια, καταλύματα κτλ. Οι παρεχόμενες πληροφορίες διαφέρουν ανάλογα με το πόσο ανεπτυγμένη είναι η κάθε διαδρομή.

Παράλληλα προωθούνται και εμπειρίες, τις οποίες ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει και να αγοράσει από την ιστοσελίδα των Δρόμων του Κρασιού. Οι προτάσεις αφορούν οινικές εμπειρίες, για τις οποίες παρέχεται όλη η απαραίτητη πληροφορία καθώς και το κόστος αγοράς.

Μία επίσης σημαντική πρωτοβουλία της Ένωσης είναι η διοργάνωση και υλοποίηση των Βραβείων Οινοτουρισμού «Spanish Wine Routes», στα οποία βραβεύονται οι καλύτερες οινοτουριστικές πρωτοβουλίες της χώρας. Τα βραβεία υλοποιούνται κάθε δύο χρόνια και είναι στο σύνολο 12. Ενδεικτικά αναφέρονται το *Βραβείο για τον Καλύτερο Οινοτουριστικό Δήμο*, το *Βραβείο Βιώσιμου και Υπεύθυνου Οινοτουριστικού Προορισμού*, το *Βραβείο για το Καλύτερο Οινοτουριστικό Κατάλυμα* και το *Βραβείο για την Προσβασιμότητα στον Οινοτουρισμό*. Τα ανωτέρω βραβεία αποτελούν ένα κίνητρο για τις επιχειρήσεις και τους φορείς να βελτιώνουν συνεχώς τα οινοτουρισικά προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και να ανταποκρίνονται στις νέες τάσεις και απαιτήσεις της αγοράς.

Επιπλέον των ανωτέρω, μία πρόσφατη και πολλά υποσχόμενη πρωτοβουλία, που ξεκίνησε η Ένωση το 2023 και η οποία στοχεύει στην περαιτέρω προβολή και προώθηση της οινικής κουλτούρας των Δήμων της, είναι ο τίτλος "Ισπανική Πόλη του Κρασιού". Σύμφωνα με αυτή την πρωτοβουλία, πόλεις που αποτελούν μέλη της Ένωσης για τουλάχιστον 4 έτη έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν υποψηφιότητα, ετησίως, για τον τίτλο «Ισπανική Πόλη του Κρασιού». Τον τίτλο για το 2024 τον κατέχει ο Δήμος Cambados, ο οποίος το 2017 εξελέγη και Ευρωπαϊκή Πόλη του Κρασιού (τίτλος που απονέμεται από το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Πόλεων Κρασιού, RECEVIN).

Κάθε υποψήφια πόλη καλείται να υποβάλλει μία προκαθορισμένη αίτηση-πρόγραμμα, η οποία αξιολογείται. Το πρόγραμμα πρέπει να έχει εθνική διάσταση και να διερευνά τις ιδιαιτερότητες του τόπου και να επιδεικνύει δημιουργικότητα, καλύπτοντας κάποια βασικά κριτήρια τους να προωθεί δραστηριότητες ευαισθητοποίησης σχετικά με τον πολιτισμό και την παράδοση του κρασιού, να κινητοποιεί τους πολίτες, να ενισχύει τους δεσμούς με την περιοχή και τους τους εθνικές οινοτουριστικές περιοχές, να αναπτύσσει συνεργασίες και να δίνει στην πόλη ένα προσανατολισμό τους το μέλλον. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι στο τέλος των υλοποιημένων δράσεων, οφείλει να παρουσιάσει με μετρήσιμους δείκτες την αποτελεσματικότητά τους.

Παροχή Αυθεντικών Εμπειριών: Οι Δρόμοι του Κρασιού τους Ισπανίας προωθούν 22 οινικές εμπειρίες που προσφέρονται είτε από τα ίδια τα οινοποιεία είτε και από τους επιχειρήσεις. Από αυτές οι περισσότερες αφορούν ξεναγήσεις και γευσιγνωσίες οίνου συνοδευόμενες από τοπικά εδέσματα, ωστόσο υπάρχουν και επιλογές που χαρακτηρίζονται πιο αυθεντικές τους γευσιγνωσίες ανάμεσα σε αμπέλια τύπου πικ-νικ, περιηγήσεις σε αμπελοοινικές περιοχές με τρένο, vintage αυτοκίνητο και ηλεκτρικό ποδήλατο ή και πεζοπορίες, ξεναγήσεις σε μουσείο τυριού κ.α. Για τα παιδιά υπάρχουν εμπειρίες τους η απασχόληση με ζωγραφική σε μπουκάλι κρασιού.

Προώθηση τους Περιβαλλοντικής Βιωσιμότητας: Η Ένωση στο πλαίσιο προώθησης τους βιωσιμότητας στον οινοτουρισμό συμμετείχε το 2021 στο έργο "Οινοτουριστικές εμπειρίες στην Ισπανία: παρατηρητήριο, καινοτόμες εμπειρίες, κυκλική οικονομία και πώληση μοναδικών εμπειριών" του προγράμματος "Spain Tourism Experiences". Στο ανωτέρω πρόγραμμα υλοποιήθηκαν δράσεις τους η κατάρτιση εγχειριδίου για την εφαρμογή τους κυκλικής οικονομίας στον οινοτουρισμό, η σύνταξη έκθεσης με καλές πρακτικές σε θέματα κυκλικής οικονομίας, τόσο σε επίπεδο διαχείρισης προορισμού όσο και σε επίπεδο διοίκησης επιχειρήσεων και η σύνταξη 17 επιμέρους εκθέσεων με προτάσεις για την εφαρμογή κριτηρίων κυκλικής οικονομίας προσαρμοσμένες τους ανάγκες κάθε Διαδρομής Κρασιού.

Πέραν των ανωτέρω, πρόσφατα δημοσίευσε έναν οδηγό 50 καλών βιώσιμων πρακτικών που εφαρμόζονται από φορείς και επιχειρήσεις τους περιοχές των Δρόμων του Κρασιού τους Ισπανίας. Ο οδηγός αυτό εκπονήθηκε με τη συνεργασία του Υπουργείου Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού και έχει ως σκοπό όχι μόνο να προβάλλει τους προσπάθειες των επιχειρήσεων και των φορέων αλλά να αποτελέσει οδηγό και κίνητρο για τους υπόλοιπους να εφαρμόσουν ανάλογες πρακτικές αειφορίας.

Ανάδειξη της Τοπικής Γαστρονομίας και Πολιτισμού: Η ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας και του πολιτισμού πραγματοποιείται με πολλούς τρόπους από την Ένωση και τους Δρόμους του Κρασιού. Αρχικά, πολλά οινοποιεία από μόνα τους προσφέρουν ξεναγήσεις - περιηγήσεις και εμπειρίες γευσιγνωσίας (πχ. ελαιολάδου, πρόβειου γάλακτος, σοκολάτας, χειροποίητων γλυκών κτλ.). Από την άλλη, η Ένωση μέσα από τους Δρόμους προβάλλει ένα σύνολο προτάσεων για μουσεία, ιδιαίτερα στοιχεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος, τη γαστρονομία, τα φεστιβάλ και τις εκδηλώσεις, καθώς και άλλες δραστηριότητες, ανάλογα με κάθε διαδρομή. Η ανάδειξη των ανωτέρω πραγματοποιείται και μέσα από τις δράσεις κάθε Δήμου της πρωτοβουλίας "Ισπανική Πόλη του Κρασιού".

Προώθηση και Συνεργασία με Τοπικούς Παραγωγούς και Επιχειρήσεις: Οι Δρόμοι του Κρασιού της Ισπανίας αποτελεί από τη βάση του ένα δίκτυο επιχειρηματικής συνεργασίας και συνέργειας του δημόσιου (τοπικές διοικήσεις από τις οποίες διέρχονται οι διαδρομές) με τον ιδιωτικό τομέα (τουριστικές εταιρείες και εταιρείες που δεν θεωρούνται παραδοσιακά τουριστικές).

Αξιοποίηση Τεχνολογίας και Ψηφιακών Εργαλείων: Οι Δρόμοι του Κρασιού της Ισπανίας προβάλλονται από την επίσημη ιστοσελίδα που έχει δημιουργηθεί για την προώθησή τους.

Διασφάλιση Ποιότητας μέσω Πιστοποιήσεων και Προτύπων: Κάθε οινική διαδρομή είναι σχεδιασμένη με τρόπο ώστε να σέβεται τα κριτήρια ποιότητας και τα πρότυπα που έχουν θεσπίσει η Ένωση και το Υπουργείο. Τα ανωτέρω εντάσσονται στο *Spanish Wine Routes Tourist Product Manual*, στο οποίο ορίζονται οι απαιτήσεις του συστήματος διαχείρισης, σήμανσης, προώθησης και μάρκετινγκ, καθώς και οι απαιτήσεις που πρέπει να πληρούν όλες οι

τουριστικές εγκαταστάσεις (εστιατόρια, καταλύματα, οινοποιεία, καταστήματα κλπ.). Στο πλαίσιο διαχείρισης, υπάρχει και ένα σύστημα εξαμηνιαίων ελέγχων για όλες τις διαδρομές.

Συνεχής Αξιολόγηση και Βελτίωση των Υπηρεσιών: Μία από τις σημαντικότερες δράσεις της Ένωσης είναι η δημιουργία ενός Παρατηρητηρίου, με σκοπό την έρευνα και προβολή στατιστικών αποτελεσμάτων για τον οινοτουρισμό στους Δρόμους του Κρασιού. Με αυτόν τον τρόπο μετριέται η αποτελεσματικότητα των δράσεων της ίδιας και των τοπικών φορέων οινοτουρισμού που συνεργάζονται με αυτήν.

Τον Ιουνίου του 2024, η Ένωση παρουσίασε τα αποτελέσματα της έρευνας για το έτος 2023, κατά την οποία αναδείχθηκε ότι ο συνολικός αριθμός επισκεπτών ανήλθε σε 2.977.115, 18,2% περισσότερος σε σύγκριση με το 2022 και ο μέγιστος κατά τις προηγούμενες περιόδους. Ο αριθμός εσόδων που επιτεύχθηκε με αυτήν την αύξηση ξεπέρασε τα 100 εκατομμύρια ευρώ (102.208.200 ευρώ) και σχετίζεται, μεταξύ άλλων παραγόντων, με την αύξηση του αριθμού των Διαδρομών και την αύξηση της μέσης δαπάνης των οινοτουριστών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα έσοδα υπολογίστηκαν μόνο λαμβάνοντας υπόψη τα οινοποιεία και τα μουσεία, δηλαδή τα δύο είδη εγκαταστάσεων στα οποία μπορεί αντικειμενικά να αποδοθεί μια επίσκεψη με κίνητρο καθαρά οινοτουριστικό. Σε αυτό το ποσό αν προστεθούν τα πιθανά έξοδα που συνεπάγεται το ταξίδι του τουρίστα και που αποδίδεται σε άλλες εγκαταστάσεις στον προορισμό (και που αποτελούν επίσης μέρος των Ισπανικών Διαδρομών Κρασιού), όπως διαμονή, εστιατόρια ή εταιρείες δραστηριοτήτων, ο συνολικός οικονομικός αντίκτυπος θεωρείται πολύ μεγαλύτερος.

Οι διαδρομές που έχουν δεχτεί τον μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών κατά τη διάρκεια του 2023 ήταν η Rioja Alta Wine Route (389.399 επισκέπτες), η Marco de Jerez Wine and Brandy Route (382.716 επισκέπτες) και η Ribera del Duero Wine Διαδρομή (368.537 επισκέπτες). Το 70,5% αυτών των επισκεπτών αντιστοιχεί σε οινοποιεία και το 29,5% σε μουσεία. Από τους επισκέπτες, το 78,8% του συνόλου ήταν ντόπιοι, ωστόσο παρατηρείται νέα αύξηση του ποσοστού των διεθνών επισκεπτών. Ο μήνας με τις περισσότερες επισκέψεις τουριστών ήταν ο Οκτώβριος και ακολουθεί ο Αύγουστος.

Όσον αφορά την ίδια την Ένωση, κατά τη διάρκεια του 2023, η οινοτουριστική προσφορά υπηρεσιών των Δρόμων του Κρασιού αυξήθηκε ξεπερνώντας τις 2.600 εταιρείες και τις 796 οντότητες που συνδέονται με τους φορείς διαχείρισης. Επίσης στους Δρόμους εντάχθηκε μία ακόμη διαδρομή, φτάνοντας συνολικά τις 37.

Άλλες πληροφορίες: Η Ένωση έχει συμμετάσχει σε έργα που αφορούν με διάφορους τρόπους τον οινικό κλάδο. Συγκεκριμένα συμμετείχε σε προγράμματα που αφορούσαν δράσεις ανακύκλωσης (VinAdapt), έρευνας και εκπαίδευσης σε νέες τεχνολογίες (LEONARDO), υποστήριξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών (Equal Los Yacimientos del Vino), δράσεις προώθησης του οινοτουρισμού (VinTUR), κατάρτισης και προσαρμογής εργαζομένων (Equal Vinqual), και ενέργειες που αφορούν τη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα (Enoturismo Responsable).

3.1.2 Strada del Barolo e dei grandi vini di Langa[36]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ιταλία, Λάνγκε

Γιατί είναι καλή πρακτική: Ο Σύλλογος "Strada del Barolo e dei grandi vini di Langa" (Δρόμος του Κρασιού Μπαρόλο), σε συνεργασία με την Περιφέρεια ένωσαν τις δυνάμεις τους και ανέπτυξαν ένα δίκτυο οινικών διαδρομών με σκοπό την ανάπτυξη και προβολή της οινικής παράδοσης της περιοχής και των τοπικών ποικιλιών. Σήμερα, ο Δρόμος του Κρασιού Μπαρόλο θεωρείται ένας δημοφιλής οινοτουριστικός προορισμός στην Ιταλία, ο οποίος ωφελεί όχι μόνο τους επισκέπτες αλλά και την τοπική κοινότητα.

Πώς εφαρμόζεται: Ο Σύλλογος "Strada del Barolo e dei grandi vini di Langa" ιδρύθηκε το 2006 με σκοπό την ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης μέσα από την προβολή και προώθηση των κρασιών της περιοχής Λάνγκε, στην Περιφέρεια Πεδεμοντίου της Ιταλίας. Ο Σύλλογος, αποτελεί μη κερδοσκοπική ένωση των Δήμων της περιοχής Λάνγκε και Μπαρόλο, η οποία ιδρύθηκε σύμφωνα με το νόμο 268 (27 Ιουλίου 1999), με σκοπό τη διαχείριση του «Δρόμου του Κρασιού Μπαρόλο».

Ο νόμος αυτός εφαρμόστηκε σε διάφορες περιοχές της Ιταλίας προκειμένου να αναπτυχθεί ο οινοτουρισμός σε όλη τη χώρα μέσα από τη δημιουργία ανάλογων οινικών διαδρομών. Στόχος του νόμου ήταν η διασφάλιση των απαραίτητων προδιαγραφών για την σηματοδότηση και διαφήμιση των ανωτέρω διαδρομών, κατά μήκος των οποίων συναντώνται φυσικά και πολιτιστικά τοπία, αμπελώνες και μεμονωμένες ή συναφείς επιχειρήσεις ανοιχτές στο κοινό.

Στόχος λοιπόν του Συλλόγου "Strada del Barolo e dei grandi vini di Langa" είναι η προώθηση της οινολογικής, ιστορικής, πολιτιστικής, περιβαλλοντικής και κοινωνικοοικονομικής ταυτότητας της αμπελουργικής περιοχής στην οποία αναφέρεται. Συγκεκριμένα, κύριες προτεραιότητές του είναι:

- Να αναπτύξει τη γνώση της πανάρχαιας κουλτούρας που συνδέεται με το κρασί και την τοπική γαστρονομία.
- Να συμβάλλει στην προώθηση της περιοχής αναφοράς, των κρασιών που παράγονται, των μελών του και των δραστηριοτήτων τους.
- Να αυξήσει την ελκυστικότητα της εν λόγω περιοχής, η οποία χαρακτηρίζεται από μια ισχυρή αμπελουργική παράδοση, με τη δημιουργία μίας διαδρομής που θα συνδέει όχι μόνο περιοχές, αλλά και τις οικονομικές δραστηριότητες που συνδέονται με αυτήν την παράδοση.
- Να προσφέρει στους επισκέπτες νέες εμπειρίες με στόχο τη αύξηση της μέσης διάρκειας παραμονής στην περιοχή.
- Να συμβάλει στη βελτίωση της εικόνας του κρασιού Barolo, των κρασιών Langa και άλλων τροφίμων και προϊόντων κρασιού στους καταναλωτές και στις εθνικές και διεθνείς αγορές, αυξάνοντας την αναγνωρισιμότητα και την ελκυστικότητά τους.
- Να συμβάλλει στην προώθηση ενός «τοπικού συστήματος» που αποτελείται από δημόσιες διοικήσεις, τουριστικούς φορείς, οινοπαραγωγούς, εστιατόρια, ξενοδοχεία,

[36] Η επίσημη ιστοσελίδα του trada del Barolo e dei grandi vini di Langa είναι: https://www.stradadelbarolo.it/en/

μουσεία, φορείς πληροφόρησης που στοχεύουν στην οικονομική, αρμονική και οικολογικά συμβατή ανάπτυξη του κοινωνικού και αγροτικού ιστού της περιοχής.
- Να συντονίσει και να ενισχύσει τις δραστηριότητες και πρωτοβουλίες που είναι αφιερωμένες στο κρασί.
- Να συμβάλλει στην «αίσθηση του ανήκειν» και στην εκπαίδευση για το σεβασμό των πολιτιστικών αξιών.

Στον Σύλλογο συμμετέχουν ή έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν δημόσιοι φορείς όπως Δήμοι, Ενώσεις Δήμων, Κοινότητες, Εμπορικά Επιμελητήρια κτλ., κοινοπραξίες για την προστασία, αξιοποίηση και προώθηση ποιοτικών προϊόντων, οινοποιεία και κελάρια, αγροτουριστικές εταιρείες, εστιατόρια και ταβέρνες, καταλύματα, εταιρείες που ειδικεύονται στην παραγωγή ή/και το εμπόριο προϊόντων, μουσεία, κάστρα και άλλα πολιτιστικά αγαθά αφιερωμένα στο κρασί και όχι μόνο, καθώς και πολιτιστικοί και τοπικοί σύλλογοι.

Στο πλαίσιο των δράσεων του Συλλόγου είναι η προβολή και προώθηση του οινοτουρισμό στην περιοχή αναφοράς του. Μέσα από την ιστοσελίδα και τις δράσεις του γίνεται μία σημαντική προσπάθεια προώθησης των επισκέψιμων οινοποιείων της περιοχής, καθώς και της γαστρονομικής και πολιτιστικής κουλτούρας της.

Ο Δρόμος του Κρασιού «Strada del Barolo e dei grandi vini di Langa» περιλαμβάνει 16 θεματικές διαδρομές, εκ των οποίων οι 4 είναι περιπατητικές και συνδέουν τους Δήμους Alba, Barolo, Castiglione Falletto, Cherasco, Diano d'Alba, Dogliani, Grinzane Cavour, La Morra, Monchiero, Monforte d'Alba, Montelupo Albese, Novello, Roddi, Roddino, Rodello, Serralunga d'Alba, Sinio and Verduno. Για κάθε διαδρομή δίνεται συνοδευτική πληροφορία με την περιγραφή της διαδρομής, καθώς και των αντίστοιχων επιλογών σε επισκέψιμα οινοποιεία, διαμονή, φαγητό και καταστήματα για αγορά τοπικών προϊόντων γαστρονομίας.

Για τις ανωτέρω επιχειρήσεις και επιλογές δίνεται συνοπτική περιγραφή τους μαζί με αντιπροσωπευτικές φωτογραφίες και παρέχονται πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, το ωράριο λειτουργίας, στοιχεία επικοινωνίας, τις γλώσσες στις οποίες μπορεί να εξυπηρετηθεί ο επισκέπτης και πληροφορίες προσβασιμότητας ΑμεΑ και κατοικίδιων ζώων.

Επιπλέον, παρέχονται 11 προτεινόμενες εμπειρίες. Οι εμπειρίες αυτές είτε προέρχονται από συνεργασία του Συλλόγου με εταιρείες παροχής υπηρεσιών, οι οποίες προβάλλουν τα τουριστικά τους πακέτα στην ιστοσελίδα του και ο επισκέπτης μπορεί να τα αγοράσει, είτε είναι πακέτα οινογευσίας που πραγματοποιούνται στα καταστήματα που διαθέτει ο Σύλλογος. Για κάθε προτεινόμενο πακέτο υπάρχει πλήρης πληροφορία για τις υπηρεσίες που προσφέρονται, το κόστος και τη διάρκεια του.

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι ένα προτεινόμενο οινοτουριστικό πακέτο υπηρεσιών μπορεί να περιλαμβάνει διαμονή (πχ. σε αγροτουριστικό κατάλυμα), γεύμα (πχ. πικ νικ), ξενάγηση και γευσιγνωσία κρασιών και τοπικών προϊόντων, ιππασία ή και άλλες δραστηριότητες που φέρουν τον επισκέπτη πιο κοντά στην τοπική κουλτούρα και παράδοση.

Παράλληλα των ανωτέρω, ο Σύλλογος ενεργεί για την προώθηση της τοπικής κουλτούρας, μέσα από την αναλυτική παρουσίαση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της περιοχής, της αμπελοοινικής της ιστορίας και των ποικιλιών που παράγονται σε αυτήν. Στο πλαίσιο προώθησης της τοπικής γαστρονομίας, εκτός των τοπικών ποικιλιών οίνου προβάλλονται και τα δημοφιλή τοπικά προϊόντα της περιοχής όπως είναι η τρούφα, τα τυριά, τα αλλαντικά, οι ξηροί καρποί και τα ζυμαρικά.

Επιπλέον των ανωτέρω γίνεται προώθηση και άλλων δραστηριοτήτων εκτός του οινοτουρισμού στην περιοχή. Χαρακτηριστικά προβάλλονται άλλοι δέκα λόγοι για τους οποίους κάποιος αξίζει να επισκεφτεί την περιοχή Λάνγκε και Μπαρόλο, όπως για παράδειγμα για την πολιτιστική της κληρονομιά, το φυσικό της περιβάλλον, την συμμετοχή σε κάποιο ιδιαίτερο τοπικό φεστιβάλ κτλ.

Τέλος, στην επίσημη σελίδα του Δρόμου του Κρασιού δίνονται λεπτομερείς πληροφορίες για την προσβασιμότητα στην περιοχή. Συγκεκριμένα γίνεται αναφορά στα μέσα που μπορεί να επιλέξει ο επισκέπτης για να φτάσει από τις τρεις μεγάλες πόλεις, το Τορίνο, το Μιλάνο και τη Γένοβα.

Πού εφαρμόζεται: Σκοπός της πρωτοβουλίας «Strada del Barolo e dei grandi vini di Langa» είναι η προώθηση του οινοτουρισμού στην περιοχή του Λάνγκε και απευθύνεται στους λάτρεις τους κρασιού που θέλουν να γνωρίσουν καλύτερα τις τοπικές ποικιλίες οίνου και παράλληλα τη γαστρονομία και την ιδιαίτερη πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής.

Πότε εφαρμόστηκε: Ο Σύλλογος «Strada del Barolo e dei grandi vini di Langa» ιδρύθηκε το 2006.

Αποτελέσματα: Σύμφωνα με στοιχεία του Παρατηρητηρίου Langhe Monferrato Roero, τους πρώτους 7 μήνες του 2024, η περιοχή αναφοράς του Συλλόγου παρουσίασε αύξηση στις αφίξεις επισκεπτών κατά 4,1% και αύξηση στις διανυκτερεύσεις κατά 3%, σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του προηγούμενου έτος. Μάλιστα, οι αφίξεις από το εξωτερικό αυξήθηκαν κατά 6,7% και οι διανυκτερεύσεις 7,8%. Επίσης, στην ίδια έρευνα καταγράφεται συνεχής αύξηση από το 2019 έως σήμερα των τουριστικών υποδομών της περιοχής κατά 149%, των δωματίων 33,8% και των κλινών 31%. Αξίζει να σημειωθεί ότι η αμπελοοινική περιοχή του Πεδεμοντίου έχει ενταχθεί στην λίστα της Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO.

3.1.3 Bordeaux Métropole Tourist and Convention Office[37]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Γαλλία, Μπορντώ

Γιατί είναι καλή πρακτική: Η περίπτωση διαχείρισης του οινοτουρισμού στο Μπορντώ είναι μία καλή πρακτική καθώς, ενώ θεωρείται η παλαιότερη και πιο διάσημη αμπελουργική περιοχή στον κόσμο, έχει γίνει μία μεγάλη προσπάθεια προκειμένου να διατηρήσει μέσα στα χρόνια αυτή τη φήμη, συμβαδίζοντας με τις αλλαγές και τις προκλήσεις που προκύπτουν. Η Περιφέρεια του Μπορντώ, κύριος πρεσβευτής της αμπελοοινικής παράδοσης της περιοχής, μέσα από δράσεις και πρωτοβουλίες προβάλει με εξωστρέφεια αυτή την κληρονομιά, θέτοντας σε προτεραιότητα την βιωσιμότητα του τόπου, σε περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο.

Πώς εφαρμόζεται: Η Περιφέρεια του Μπορντώ είναι μία ιδιαίτερα δημοφιλής και τουριστική περιοχή της Γαλλίας, γνωστή για τη γαστρονομία και την πολιτιστική της δραστηριότητα. Φημισμένη για την αμπελοοινική της παράδοση, η περιοχή του Μπορντώ, αποτελεί τον μεγαλύτερο αμπελώνα με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ). Σε έκταση 112.000 εκταρίων, το Μπορντώ θεωρείται η μεγαλύτερη και παλαιότερη αμπελοοινική περιοχή στον

[37] Η επίσημη ιστοσελίδα του Γραφείου Τουρισμού του Μπορντώ είναι: https://www.bordeaux-tourism.co.uk/

κόσμο με 7000 οινοποιούς, 300 αντιπροσωπείες κρασιού και μέση παραγωγή 5 εκατομμυρίων εκατόλιτρων ετησίως. Οι οινικές περιοχές του Μπορντώ είναι το Saint-Emilion-Pomerol-Fronsac, το Medoc, οι Blaye και Bourg, οι Graves και Sauternes, το Entre-Deux-Mers και το ίδιο το Μπορντώ, στην πόλη του οποίου βρίσκονται δύο μουσεία οίνου. Κάθε χρόνο δέχεται ένα πολύ μεγάλο αριθμό επισκεπτών για περιήγηση, γευσιγνωσία και άλλες οινοτουριστικές εμπειρίες.

Κάποιοι από τους λόγους που συντέλεσαν στην συνεχή ανάπτυξη του οινοτουρισμού στην περιοχή, παρά την ανωτέρω αμπελοοινική φήμη είναι:

- Η συνεχής ανάπτυξη δραστηριοτήτων οινοτουρισμού. Πολλά οινοποιεία της περιοχής δημιουργούν ολοένα και περισσότερες, ιδιαίτερες και εξατομικευμένες οινικές εμπειρίες κάνοντας τα παραδοσιακά chateaux πιο προσιτά στους επισκέπτες.
- Η δημιουργία του μουσείου κρασιού "Cité du Vin" στην πόλη του Μπορντώ, ένα εμβληματικό έργο που άνοιξε το 2017 και τον Μάιο του 2022 ξεπέρασε τα 2 εκατομμύρια επισκέπτες. Είναι το 4ο μουσείο με τις περισσότερες επισκέψεις έξω από το κέντρο του Παρισιού και φιλοξενεί εκθέσεις, παραστάσεις, προβολές ταινιών, ακαδημαϊκά σεμινάρια κ.α, όλα επικεντρωμένα σε θέματα που σχετίζονται με το κρασί.
- Η πλήρης λειτουργία του υψηλής ταχύτητας τραίνου "LGV Sud Europe Atlantique" το 2017, μειώνοντας το χρόνο ταξιδιού από το Παρίσι στην πόλη του Μπορντώ. Σήμερα, πάνω από 30 τρένα την ημέρα εκτελούν δρομολόγια μεταξύ των δύο πόλεων σε χρόνο δύο ωρών.
- Η αεροπορική σύνδεση του Μπορντώ με περίπου 109 απευθείας προορισμούς. Το 2018 η πόλη κατέγραψε 6,8 εκατομμύρια ταξιδιώτες.
- Η παρουσία του στη λίστα των Μνημείων Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO, δίνοντας στην περιοχή περισσότερη δημοφιλία.
- Η συνεχής στήριξη και προώθηση του οινοτουρισμού από την Περιφέρεια του Μπορντώ, μέσα από έργα, δράσεις και πρωτοβουλίες που ανταποκρίνονται στις σημερινές ανάγκες και απαιτήσεις.

Η διάδοση της αμπελοοινικής παράδοσης και κουλτούρας του Μπορντώ γίνεται από την ομώνυμη Περιφέρεια και συγκεκριμένα μέσα από τη σύσταση του Γραφείου Τουρισμού του Μπορντώ (Bordeaux Métropole Tourist and Convention Office) πριν από 25 χρόνια. Σκοπός του είναι η προώθηση της πόλης και των γύρω περιοχών ως προορισμό για συνέδρια, σεμινάρια, εμπορικές εκθέσεις και κίνητρα και επί του παρόντος λειτουργεί ως διεπαφή μεταξύ των τοπικών επαγγελματιών στον τομέα του επιχειρηματικού τουρισμού και των διοργανωτών εκδηλώσεων, των προτεινόμενων χώρων και άλλων παρόχων υπηρεσιών.

Στην επίσημη ιστοσελίδα του Γραφείου, ο επισκέπτης βρίσκει μία πληθώρα πληροφοριών για τον οινοτουρισμό στην περιοχή, όπως επισκέψιμα οινοποιεία, κάβες και wine bars. Εκεί, του δίνεται η δυνατότητα να επιλέξει και να αγοράσει από μία ποικιλία τουριστικών πακέτων όπως περιηγήσεις και γευσιγνωσίες οίνου (συνοδευόμενες πολλές φορές με τοπικά τυριά, σοκολάτα, χαβιάρι ή άλλα τοπικά προϊόντα), εναλλακτικές περιηγήσεις σε αμπελώνες και περιοχές του Μπορντώ (πόλεις, χωριά και περιοχές της UNESCO) με scooter, vintage αυτοκίνητα, ηλεκτρικά ποδήλατα, segway, πεζοπορίες, εργαστήρια οινογνωσίας, γεύματα, πικ-νικ στην ύπαιθρο, δραστηριότητες για παιδιά, κρουαζιέρες οίνου, θεραπείες wellness με αιθέρια έλαια σταφυλιού, αμπέλου και πολτού σταφυλιού, διανυκτέρευση σε βαρέλι σταφυλιού κ.α.

Στο πλαίσιο προώθησης του οινοτουρισμού, το Γραφείο Τουρισμού προβάλει επίσης 4 διαδρομές οινικού ενδιαφέροντος. Τρεις από αυτές είναι ποδηλατικές στους αστικούς

αμπελώνες του Μπορντώ και μία περιπατητική εντός της πόλης. Για τις διαδρομές προσφέρεται χάρτης με προτεινόμενα σημεία ενδιαφέροντος.

Καθώς οι τάσεις στον τουρισμό αλλάζουν, προτεραιότητα της τοπικής τουριστικής στρατηγικής σήμερα είναι η επανεξέταση του τουρισμού και των περιβαλλοντικών του επιπτώσεων. Καθώς οι επισκέπτες είναι όλο και πιο ευαισθητοποιημένοι σε θέματα περιβάλλοντος, η Περιφέρεια σήμερα δίνει περισσότερη προσοχή στην τοπική τουριστική ανάπτυξη και στοχεύει να αναδειχθεί το Μπορντώ ως ένας βιώσιμος και αυθεντικός προορισμός, κατάλληλος για κάθε είδους διαμονή. Έτσι, έως το 2030, ο πρωταρχικός στόχος της είναι η οικοδόμηση ενός βιώσιμου τουριστικού προορισμού, που θα δίνει έμφαση στην τοπική οικονομική ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος, προς όφελος των τουριστών αλλά και των κατοίκων.

Για τον κλάδο του κρασιού η στρατηγική της Περιφέρειας έως το 2030 δίνει έμφαση σε ζητήματα βιωσιμότητας και καινοτομίας. Σύμφωνα με αυτή, καθώς η βιομηχανία του κρασιού υπόκειται σήμερα σε πολυάριθμες αλλαγές (πχ. αλλαγές στα πρότυπα κατανάλωσης, περιβαλλοντικές προκλήσεις, αυξημένος ανταγωνισμός από το εξωτερικό κλπ), οφείλει να προσαρμοστεί και να συμβαδίσει με αυτές προκειμένου ο κλάδος να συνεχίσει να αποτελεί κινητήριο μοχλό ανάπτυξης και απασχόλησης. Καθ' όλη τη περίοδο 2020-2026, η Περιφέρεια σκοπεύει να υποστηρίξει τον οινικό κλάδο μέσω μιας σειράς στοχευμένων στρατηγικών δράσεων:

- Συνέχιση της υποστήριξης του οικοσυστήματος καινοτομίας, προκειμένου να εδραιωθούν εταιρείες και νεοφυείς επιχειρήσεις του κλάδου στην περιοχή. Συγκεκριμένα υποστηρίζει το οικοσύστημα "Inno'Vin", το πρώτο στη βιομηχανία κρασιού, το οποίο συμβάλλει στην αντιμετώπιση των προκλήσεων του κλάδου μέσω της καινοτομίας, βοηθώντας στην εξεύρεση λύσεων. Υποστηρίζει επίσης το οικοσύστημα "Agri Sud-Ouest Innovation", που δραστηριοποιείται στους τομείς της γεωργίας και της αγροδιατροφής, το Τεχνολογικό Πάρκο "Bordeaux Technowest" με τη θερμοκοιτίδα του "Food and Wine Tech", καθώς και το τεχνολογικό κέντρο "Unitec" με τη θερμοκοιτίδα του "Bernard Magrez Start-Up Win".

- Προώθηση της υπεύθυνης και βιώσιμης παραγωγής κρασιού. Σήμερα, η περιοχή Gironde της Περιφέρειας θεωρείται ο μεγαλύτερος βιολογικός αμπελώνας στη Γαλλία με το 16,8% αυτού να είναι πιστοποιημένο για τη βιολογική καλλιέργεια που αναπτύσσεται και το 75% της παραγωγής κρασιού να έχει χαρακτηριστεί ως "Υψηλής Περιβαλλοντικής Αξίας" (High Environmental Value). Στόχος της Περιφέρειας είναι να φτάσει το 100% έως το 2030 και για τον λόγο αυτό δεσμεύτηκε για βιώσιμη πιστοποίηση του κλάδου, βάσει των 6 παρακάτω αξόνων, με σκοπό τη δημιουργία μιας υπεύθυνης, αφοσιωμένης και βιώσιμης βιομηχανίας κρασιού:

    - ✓ Μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων
    - ✓ Μείωση χρήσης φυτοφαρμάκων
    - ✓ Διατήρηση της βιοποικιλότητας
    - ✓ Διατήρηση της κοινωνικής συνοχής
    - ✓ Πρόβλεψη των αποτελεσμάτων της κλιματικής αλλαγής
    - ✓ Ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

- Υλοποίηση και υποστήριξη πολιτιστικών εκδηλώσεων που συνδέονται με το κρασί. Η Περιφέρεια σκοπεύει υποστηρίξει εκδηλώσεις γύρω από το κρασί, όπως το "Bordeaux Wine Festival", την εκδήλωση Vi-TIC (διετής) αφιερωμένη στην ψηφιακή και ρομποτική

καινοτομία που εξυπηρετεί την οινοποιία, καθώς και την εμπορική έκθεση Vinitech-Sifel (εξαμηνιαία και διεθνούς εμβέλειας), αφιερωμένη στην καινοτομία, η οποία αφορά και επαγγελματίες στους τομείς του κρασιού.

Επιπλέον, στο πλαίσιο της γενικότερης τουριστικής στρατηγικής της Περιφέρειας, αναπτύσσονται οι παρακάτω πρωτοβουλίες, οι οποίες έχουν εφαρμογή και στον οινοτουρισμό:

- Ανάπτυξη περιβαλλοντικών και βιώσιμων δραστηριοτήτων. Στο πλαίσιο της ανάπτυξης περισσότερο οικολογικών επιλογών για τον επισκέπτη και τον μετριασμό των επιπτώσεων στο κλίμα και το περιβάλλον, η Περιφέρεια δίνει προτεραιότητα στην ανάπτυξη πεζοπορικών διαδρομών ως απάντηση στις απαιτήσεις της τουριστικής προσφοράς. Η δράση περιλαμβάνει τη δημιουργία νέων διαδρομών πεζοπορίας, με στόχο να σχηματιστεί ένα δίκτυο μεταξύ των διαφορετικών μονοπατιών. Επίσης, μία πρωτοβουλία με θετικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο είναι η προσπάθεια για ανάπτυξη της οικολογικής ευθύνης, στον τομέα των εκδηλώσεων. Συγκεκριμένα, η Περιφέρεια προχώρησε στην έκδοση του οδηγού "Organising your positive impact event in Bordeaux" ο οποίος απευθύνεται στους επαγγελματίες του χώρου και έχει ως σκοπό να τους υποστηρίξει στις προσπάθειές τους να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εκδηλώσεών τους και να αφήσουν θετική κληρονομιά στην περιοχή. Όλα τα ανωτέρω, έρχονται ως αποτέλεσμα του οδικού χάρτη για το 2022 – 2026 "Together, building, a recognised responsible tourism destination", στο οποίο αποτυπώνεται το όραμα της Περιφέρειας για ένα πιο υπεύθυνο τουρισμό στην περιοχή.
- Ανάπτυξη της προσβασιμότητας. Η Περιφέρεια επιδιώκει να καταστήσει την περιοχή του Μπορντώ ως έναν προορισμό προσβάσιμο σε όλους. Στο πλαίσιο αυτό δημιουργήθηκε ο σύλλογος «Τουρισμός & Αναπηρία», ο οποίος στοχεύει στην ευαισθητοποίηση των επαγγελματιών του τουρισμού σχετικά με τις υπηρεσίες για άτομα με αναπηρία σε τουριστικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις. Από αυτή την πρωτοβουλία δημιουργήθηκαν οι πιστοποιημένες διαδρομές «Tourism and Handicap», οι οποίες είναι προσβάσιμες για άτομα με κινητικά προβλήματα ή προβλήματα ακοής, ενώ έχουν εγκατασταθεί τέσσερις οθόνες χαρτών για άτομα με προβλήματα όρασης. Επίσης, το Τουριστικό Γραφείο έχει αναπτύξει έναν ειδικό οδηγό για άτομα με αναπηρία και περιέχει όλες τις υπηρεσίες που είναι διαθέσιμες σε άτομα με μειωμένη κινητικότητα. Συγκεκριμένα για τον τομέα του οινοτουρισμό, ο οδηγός προωθεί όλα τα οινοποιεία που πληρούν υποδομές προσβασιμότητας και 5 οινικές διαδρομές. Ο οδηγός ενημερώνεται τακτικά, λαμβάνοντας υπόψη τα σχόλια και τις ανάγκες των χρηστών. Επιπλέον, στο πλαίσιο υλοποίησης του "Bordeaux Wine Festival", λαμβάνονται μέτρα προκειμένου να είναι προσβάσιμο σε όλους, ενώ ο Δήμος δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην προσαρμογή των χώρων όπου υλοποιείται το φεστιβάλ.
- Ανάπτυξη του έξυπνου τουρισμού. Στο πλαίσιο αξιοποίησης έξυπνων εφαρμογών στον τομέα του οινοτουρισμού, το Τουριστικό Γραφείο του Μπορντώ, δημιούργησε την πρωτοβουλία "Tasting Pass" για το "Bordeaux Wine Festival", δηλαδή μια κάρτα RFID (Radio Frequency Identification) που επιτρέπει στους συμμετέχοντες να απολαύσουν 12 γευσιγνωσίες από τις 80 διαφορετικές ετικέτες που υπάρχουν στα περίπτερα. Η κάρτα αυτή περιλαμβάνει επίσης είσοδο σε ένα εργαστήριο γευσιγνωσίας.

Πού εφαρμόζεται: Η προσπάθεια προώθησης και προβολής του οινοτουρισμού στην περιοχή του Μπορντώ και οι πρωτοβουλίες διαχείρισής του από την Περιφέρεια, αφορούν

άμεσα τους επισκέπτες της περιοχής και ιδιαίτερα σε αυτούς που θέλουν να βιώσουν μία πιο κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνη και εξωστρεφεί οινοτουριστική εμπειρία. Έμμεσα, οι δράσεις της Περιφέρειας συμβάλλουν και στην τοπική ευημερία και ανάπτυξη.

Αποτελέσματα: Το Γραφείου Τουρισμού του Μπορντώ, για όλες τις ανωτέρω πρωτοβουλίες έχει αποκτήσει τις πιστοποιήσεις και διακρίσεις:

- "Accueil Vélo", που είναι ένα εθνικό σήμα που εγγυάται ποιοτικό καλωσόρισμα και υπηρεσίες κατά μήκος ποδηλατικών διαδρομών για ποδηλάτες.
- "ISO 20121" για τη βιώσιμη διαχείρισή του, συμπεριλαμβανομένης της διοργάνωσης του Φεστιβάλ Κρασιού του Μπορντώ.
- "Τουρισμός και Αναπηρία", μία ετικέτα που αναγνωρίζει τις προσπάθειες για προσβασιμότητα.

Επίσης, το 2014 η πόλη του Μπορντώ τιμήθηκε με την ετικέτα «Destination pour tous» για τις προσπάθειές της να φιλοξενήσει άτομα που ζουν με νοητικές αναπηρίες ή κινητικές αναπηρίες. Ήταν η πρώτη πόλη που έλαβε αυτήν την επίσημη πιστοποίηση και από το 2020 η ετικέτα ισχύει για ολόκληρο το αστικό συγκρότημα. Τέλος, το 2022 η πόλη του Μπορντώ εξελέγη Ευρωπαϊκή Πρωτεύουσα Έξυπνου Τουρισμού.

3.1.4 Bourgogne-Franche-Comté Tourisme[38]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Γαλλία, Βουργουνδία

Γιατί είναι καλή πρακτική: Η περίπτωση του οινοτουρισμού της Βουργουνδίας θεωρείται μία καλή πρακτική καθώς, παρά τη φήμη και την ιστορία της περιοχής στον κλάδο της αμπελουργίας, έχει γίνει μία μεγάλη προσπάθεια προκειμένου να διατηρηθεί αυτή η φήμη μέσα στα χρόνια, μέσα από προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις σημερινές ανάγκες και τη ζήτηση της αγοράς. Η Περιφέρεια της Βουργουνδίας (Περιφέρεια Βουργουνδία-Φρανς-Κοντέ), κύριος πρεσβευτής της αμπελοοινικής παράδοσης της περιοχής, με εργαλείο τον στρατηγικό σχεδιασμό αξιοποιεί τα ισχυρά της πλεονεκτήματα, όπως η μακρόχρονη ιστορία του οίνου της και συστήνει ένα τουριστικό ποιοτικό προϊόν αριστείας το οποίο αξίζει να δοκιμαστεί και να εξερευνηθεί από τον επισκέπτη.

Πώς εφαρμόζεται: Η Περιφέρεια της Βουργουνδίας έχει μια πλούσια οινική κληρονομιά. Κάποιοι από τους αμπελώνες της είναι διεθνώς αναγνωρισμένοι, όπως οι αμπελώνες της Βουργουνδίας, των οποίων τα αμπέλια έχουν καταχωρηθεί ως μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς και αποτελούν μια πραγματική οινοτουριστική προσφορά.

Η οινική ιστορία της Βουργουνδίας χρονολογείται από τον ρωμαϊκό αποικισμό, με την καλλιέργεια των πρώτων αμπελώνων. Μετά την πτώση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, η αμπελοκαλλιέργεια ελεγχόταν από την Εκκλησία, μέχρι τη Γαλλική Επανάσταση. Μέχρι τότε το αμπέλι δεν αποτελούσε παράγοντας έλξης για τον καταναλωτή και ακόμη λιγότερο για τον τουρίστα. Ωστόσο, στις αρχές του 20ου αιώνα αυτό άρχισε σταδιακά να αλλάζει και το κρασί αντιμετωπίζεται ως πολιτιστικό αγαθό, άξιο ενδιαφέροντος και μάλιστα ως παράγοντας ελκυστικότητας. Μάλιστα, έπειτα από διαδοχικές κρίσεις στην οινική παραγωγή, η

[38] Η επίσημη ιστοσελίδα του Bourgogne-Franche-Comté Tourisme είναι: https://www.burgundy-tourism.com/

Βουργουνδία ξεκινά μια διαδικασία διαμόρφωσης μιας περιφερειακής ταυτότητας, με στόχο να προσελκύσει τουρίστες στην περιοχή.

Το κρασί και η γαστρονομία γίνονται σιγά σιγά αντικείμενο διαχείρισης των πολιτικών παραγόντων του τόπου αλλά και των ίδιων των επαγγελματιών του κλάδου, ως σημαντικά περιουσιακά στοιχεία για προώθηση. Ήδη από τη δεκαετία του 1920, η Βουργουνδία ξεκινά να προωθεί την ιστορική και πολιτιστική της κληρονομιά και να δημιουργεί μια ολοκληρωμένη περιφερειακή εικόνα που βασίζεται στην αμπελοκαλλιέργεια, τη γαστρονομία, τον πολιτισμό, την αρχιτεκτονική και τη φυσική κληρονομιά. Η έμφαση στην μακρά οινική ιστορία του τόπου, ήταν ο εγγυητής της ποιότητας των αμπελώνων και των «εκλεκτών» κρασιών που προσφέρονται. Τα κάστρα, τα μοναστήρια, οι ιστορικοί αμπελώνες αποτελούσαν μέχρι τότε την εικόνα της Βουργουνδίας. Ωστόσο, μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο και την άφιξη νέων ανταγωνιστικών χωρών παραγωγής (Αμερική), η οινοτουριστική πολιτική αλλάζει. Τουριστικές πρωτοβουλίες όπως η δημιουργία οινικών εμπειριών στα οινοποιεία και τους αμπελώνες, οι οποίες αναδύθηκαν πρώτα στην Αμερική, αποτέλεσαν νέα πρακτική και στην Ευρώπη. Η Βουργουνδία ακολούθησε τις νέες τάσεις και σήμερα προσφέρει ανάλογες οινικές εμπειρίες.

Η προβολή του οινοτουρισμού ενισχύθηκε και συνεχίζει να ενισχύεται από το κράτος, τις τοπικές αρχές, τις διεπαγγελματικές οργανώσεις και τους ενδιαφερόμενους φορείς. Ενδεικτικοί σημαντικοί σταθμοί, που συντέλεσαν στην ανάδειξη της τοπικής οινικής κληρονομιάς ήταν οι παρακάτω:

- η δημιουργία του σήματος “Appellations d'Origine Contrôlées” (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης) το 1935. Σήμερα, η Περιφέρεια διαθέτει 104 περιοχές ΠΟΠ.
- η ένταξη των «Κλημάτων της Βουργουνδίας» στη λίστα της Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO το 2015.
- η δημιουργία της ετικέτας "Vignobles et Découvertes" (Αμπελώνες και Ανακαλύψεις) το 2009, από τον Οργανισμό Τουριστικής Ανάπτυξης της Γαλλίας. Η ετικέτα δίνει θεσμική και νόμιμη αναγνώριση σε παρόχους υπηρεσιών που πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές (υψηλή ποιότητα υποδοχής στα γαλλικά ή σε μια ξένη γλώσσα, ειδικές γνώσεις κρασιού και επιθυμία να μοιραστούν, παράδοση καθώς και άνοιγμα στη φυσική, πολιτιστική και ανθρώπινη κληρονομιά). Στη Βουργουνδία, όλοι οι αμπελώνες έχουν πλέον βραβευτεί με αυτό το σήμα επιβεβαιώνοντας την έντονη ανάπτυξη του οινοτουρισμού τα τελευταία χρόνια. Συνολικά, υπάρχουν σχεδόν 840 πιστοποιημένοι πάροχοι υπηρεσιών σε 6 περιοχές "Vignobles et Découvertes".
- Η ενθάρρυνση της παραγωγής “εκλεκτών” κρασιών από πολλούς τοπικούς παράγοντες όπως η αδελφότητα Confrérie des Chevaliers du Tastevin, ενισχύοντας την εικόνα της ποιότητας των τοπικών κρασιών.
- Η σύσταση του “Bourgogne-Franche-Comté Tourisme” (Γραφείο Τουρισμού), από την Περιφέρεια το 2016.

Σήμερα, ο οινοτουρισμός στη Βουργουνδία έχει αναπτυχθεί σημαντικά και γίνεται όλο και πιο σημαντικός για τον αμπελοοινικό τομέα και την τοπική ανάπτυξη. Η Περιφέρεια κατέχει την 4η θέση σε εθνικό επίπεδο όσον αφορά το μερίδιο αγοράς (16%) στον τομέα του οινοτουρισμού, μετά το Μπορντώ (18%), τη Σαμπάνια (17,2%) και την Αλσατία (16,9%). Το 40% των επισκεπτών της Περιφέρειας είναι από το εξωτερικό και το επίπεδο των τουριστικών δαπανών είναι πολύ υψηλότερο από άλλους τομείς της περιοχής. Γενικότερα, ο τομέας του

κρασιού της Βουργουνδίας είναι σημαντικός στην τοπική οικονομία. Ο κύκλος εργασιών στον τομέα εκτιμάται στα 1,74 δισ. ευρώ, ενώ η οινοποιία αντιπροσωπεύει το 2% του περιφερειακού ΑΕΠ. Το Bourgogne Wine Board απαριθμεί 3.943 εταιρείες παραγωγής κρασιού. Από αυτές, οι 16 είναι συνεταιριστικές κάβες, οι 269 είναι εμπορικοί οίκοι και οι 3.659 είναι οινοποιεία.

Στο Σχέδιο Ανάπτυξης Τουρισμού και Αναψυχής του 2017 – 2022 της Περιφέρειας Bourgogne-Franche-Comté, ο οινοτουρισμός αποτέλεσε μία από τις 5 στρατηγικές προκλήσεις. Σύμφωνα με το σχέδιο, ένας από τους στόχους της Περιφέρειας ήταν να καταστεί ως κορυφαία στον οινοτουρισμό της Γαλλίας, κυρίως από άποψη ποιότητας υπηρεσιών και όχι ποσότητας επισκεπτών. Το σχέδιο φιλοδοξούσε η Περιφέρεια να κατέχει εθνική ηγεσία στον τομέα του οινοτουρισμού (με κύριο ανταγωνιστή την περιοχή του Μπορντώ) με την αριστεία να αποτελεί λέξη κλειδί στις προσπάθειές της. Η φιλοδοξία αυτή αποτυπώθηκε και στις δράσεις της στρατηγικής οι οποίες στόχευαν στη βελτίωση της οινοτουριστικής προσφοράς, μέσα από την ενθάρρυνση των κύριων παρόχων οινοτουριστικών εμπειριών για περαιτέρω ανάπτυξη των υπηρεσιών τους. Έργα εκπαίδευσης, προώθησης, προσβασιμότητας, ψηφιακού μετασχηματισμού και δημιουργία μεγάλων τουριστικών εγκαταστάσεων, ήταν κάποιες από τις δράσεις του σχεδίου.

Αποτέλεσμα του ανωτέρου σχεδίου ήταν η εκπόνηση του Περιφερειακού Σχεδίου Οινοτουρισμού το 2022, το οποίο προωθεί το αφήγημα του "Οινοτουρισμού Αριστείας". Απευθύνεται σε τρεις αγορές στόχους, τους ειδικούς του κρασιού, τους περίεργους που πρόσφατα ασχολήθηκαν με το κρασί και θέλουν να το γνωρίσουν καλύτερα και τους ενθουσιώδεις αρχάριους που θέλουν να γνωρίσουν τον προορισμό και μέσα από αυτόν και το κρασί.

Οι τρεις στρατηγικοί στόχοι του σχεδίου είναι:

- Η υψηλή οινοτουριστική φήμη, μέσα από την ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ βασισμένη στη ζήτηση, την εκπαίδευση και υποστήριξη των επαγγελματιών με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, τη δημιουργία διαδικτυακού ιστοτόπου για τον οινοτουρισμό με εμπνευσμένο περιεχόμενο και εξατομικευμένες προσφορές για τους επισκέπτες (συμπεριλαμβανομένης μίας σειράς προτάσεων "Excellence"), τη δημιουργία δικτύου οινοτουριστικών καταλυμάτων και νέων υπηρεσιών και εργαλείων για ελκυστικότητα και προώθηση του οινοτουρισμού.
- Ο οινοτουρισμός με θετικό αντίκτυπο, μέσα από τη δημιουργία νέων εκδηλώσεων ή προσαρμογή υπαρχόντων στην οινική κουλτούρα, δικτύου τοπικών συμβούλων για επιχειρηματίες, υπηρεσίας one-stop shop για επενδυτές, την ανάπτυξη του δικτύου σήμανσης "Vignobles & Découvertes", την εκπαίδευση των επιχειρηματιών, τη συνεργασία με άλλες οινοπόλεις κτλ.
- Η ηγεσία και η προσμονή των αλλαγών, μέσα από τη δημιουργία ενός συστήματος διακυβέρνησης από την ίδια την Περιφέρεια, με σκοπό την εμψύχωση, την επιρροή, την ενσωμάτωση οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων και τη δέσμευση για βιώσιμη ανάπτυξη, τη δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας με υπηρεσίες B2B, την ανάπτυξη της οικολογικά υπεύθυνης πολιτικής οινοτουρισμού, τη δημιουργία εργαλείων ανθεκτικότητας για τα ενδιαφερόμενα μέρη (σχέδιο υποστήριξης, πρόβλεψη κλπ.), την δημιουργία παρατηρητηρίου για την αριστεία κτλ.

Σε συνέχεια των ανωτέρω, το Σχέδιο Ανάπτυξης Τουρισμού και Αναψυχής του 2023 – 2028, εν μέσω των περιβαλλοντικών προκλήσεων παγκοσμίως, στρέφεται σε τουριστικές πολιτικές που έχουν βιώσιμο αντίκτυπο στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον. Ο οινοτουρισμός θεωρείται ένας από τους 4 θεματικούς τουριστικούς τομείς της Περιφέρειας και αντιμετωπίζεται και πάλι ως περιφερειακός τομέας αριστείας και συνδέεται με άλλες τουριστικές εμπειρίες στη φύση. Πρέπει να αναφερθεί ότι οι δράσεις για βιωσιμότητα στον κλάδο δεν είναι ακόμη ιδιαίτερα εμφανείς, αν και έχουν γίνει βήματα προς αυτή την κατεύθυνση.

Σήμερα η Περιφέρεια, μέσα από το Γραφείο Τουρισμού της, έχει προχωρήσει στις παρακάτω ενδεικτικές πρωτοβουλίες:

- Δημιουργία τουριστικής διαδικτυακής πλατφόρμας για επαγγελματίες του κλάδου. Εκεί προσφέρεται όλη η απαραίτητη πληροφορία όπως η τουριστική πολιτική της Περιφέρειας, η Τουριστική Στρατηγική Marketing, οι τουριστικές επαγγελματικές εκθέσεις και εκδηλώσεις που υλοποιούνται, τα εκπαιδευτικά προγράμματα για τους επαγγελματίες, οι ετήσιες αναφορές προόδου, οι προορισμοί της Περιφέρειας, οι τομείς τουριστικής ανάπτυξης μεταξύ των οποίων και ο οινοτουριστικός με αντίστοιχη πληροφορία, ψηφιακά εργαλεία και το Παρατηρητήριο κα.
- Δημιουργία τουριστικής διαδικτυακής πλατφόρμας για τους επισκέπτες. Εκεί προσφέρεται όλη η απαραίτητη πληροφορία για τον τουρισμό στην περιοχή. Συγκεκριμένα για τον οινοτουρισμό δίνονται πληροφορίες για τους οινικούς της προορισμούς, τις οινοτουριστικές διαδρομές (6 στο σύνολο της Περιφέρειας), τους αμπελώνες της, τους προορισμούς "Vignobles & Découvertes", καθώς και προτάσεις οινοποιείων (με έμφαση σε αυτά που τηρούν κανόνες βιωσιμότητας), μνημείων (Unesco κτλ.), μουσείων, καταλυμάτων, εστιατορίων (με έμφαση στα εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας και με αστέρια michelin), φάρμες που προσφέρουν φαγητό από δικές τους πρώτες ύλες και άλλες υπηρεσίες όπως μαθήματα μαγειρικής, γευσιγνωσιές και εναλλακτικές δραστηριότητες (ποδηλασία, πεζοπορία κτλ.). Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η έμφαση στην ποιότητα και την πολυτέλεια που θέλει να επιτύχει η Περιφέρεια διαφαίνεται από τον τρόπο παρουσίασης όλων των ανωτέρω πληροφοριών χωρίς ωστόσο να γίνεται ένας προορισμός απρόσιτος για πολλούς επισκέπτες.
- Η δημιουργία του "Lab'œnotourisme", δηλαδή εργαστηρίων οινοτουρισμού, τα οποία υλοποιούνται από την Περιφέρεια και συμμετέχουν ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς του τουρισμού, του οινοτουρισμού, διεπαγγελματικοί τομείς και εκπρόσωποι έρευνας και διδασκαλίας με σκοπό τη διαβούλευση για τη βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες.
- Η δημιουργία τους σήματος "Qualité Tourisme Bourgogne- Franche-Comté", το σήμα που απονέμεται σε επαγγελματίες του τουρισμού για την ποιότητα του καλωσορίσματος και των υπηρεσιών τους, ως απάντηση στην αριστεία που επιδιώκεται από τον στρατηγικό σχεδιασμό.
- Η δημιουργία πλατφόρμας e-learning για τον αειφόρο τουρισμό, η οποία απευθύνεται σε επαγγελματίες του κλάδου.
- Η δημιουργία ενός πάσου για τουρίστες, κατοίκους και επαγγελματίες το οποίο παρέχει εκπτώσεις σε υπηρεσίες συνεργατών της Περιφέρειας.

Πού εφαρμόζεται: Η προσπάθεια προώθησης και προβολής του οινοτουρισμού στην περιοχή της Βουργουνδία και οι πρωτοβουλίες διαχείρισής του από την Περιφέρεια, αφορούν άμεσα τους επισκέπτες της περιοχής και ιδιαίτερα αυτούς που θέλουν να γνωρίσουν μία περισσότερο πολυτελή οινική εμπειρία. Έμμεσα, οι δράσεις της Περιφέρειας συμβάλλουν και στην τοπική ευημερία και ανάπτυξη.

Πότε εφαρμόστηκε: Το Bourgogne-Franche-Comté Tourisme συστάθηκε το 2016.

Αποτελέσματα: Σύμφωνα με στοιχεία του Παρατηρητηρίου, η συνολική επισκεψιμότητα στην περιοχή, αυξήθηκε το 2023 κατά 3,8% σε σύγκριση με το 2022, από 73,3 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις το 2022 σε 76 εκατομμύρια το 2023. Οι διανυκτερεύσεις Γάλλων τουριστών αυξήθηκαν κατά 5,9% σε διάστημα ενός έτους, ενώ των ξένων τουριστών κατά 9,6%, με τους Γερμανούς και τους Ολλανδούς στις δύο πρώτες θέσεις ξένων επισκεπτών.

3.1.5 Federacion Espanola del Vino[39]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ισπανία

Γιατί είναι καλή πρακτική: Η Ισπανική Ομοσπονδία Οίνου αποτελεί μία καλή πρακτική δικτύου στον οινικό τομέα, καθώς φέρνει κοντά επιχειρηματίες, ενώσεις και έμμεσους επαγγελματίες του κλάδου και αναπτύσσει πρωτοβουλίες που όχι μόνο αφορούν την προώθηση του ισπανικού οίνου στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά, αλλά και πρωτοβουλίες που αφορούν τη βιωσιμότητα και την αξιοποίηση της τεχνολογίας και των ψηφιακών εφαρμογών στις επιχειρήσεις-μέλη της.

Πώς εφαρμόζεται: Η Ισπανική Ομοσπονδία Οίνου (ΙΟΟ) δημιουργήθηκε το 1978 με σκοπό να εκπροσωπήσει και να υπερασπιστεί τα συμφέροντα των ισπανικών οινοποιείων και να συμβάλλει στην προώθηση του ισπανικού κρασιού και άλλων υπο-προϊόντων. Η ΙΟΟ είναι ο κύριος ιδιωτικός οργανισμός των οινοποιείων της χώρας με μέλη πάνω από 950 οινοποιεία, 17 περιφερειακές ενώσεις και 231 άμεσους συνεργάτες. Από το σύνολο των οινοποιείων-μελών, το 74% είναι μικρά σε μέγεθος, το 25% μέτρια και το 1% είναι πολύ μεγάλα.

Στην ΙΟΟ μπορούν να είναι μέλη ατομικές επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή, επεξεργασία και εμπορία οίνου, σύλλογοι που αποτελούνται από επιχειρήσεις όπως οι ανωτέρω ή και συνεργαζόμενες εταιρείες που ανήκουν σε άλλους συναφείς κλάδους. Η ένταξη των μελών επικυρώνεται, αφού η ενδιαφερόμενη επιχείρηση ή ο σύλλογος δεσμευτεί να συμμορφωθεί με τις διατάξεις του καταστατικού της ΙΟΟ και καταβάλει την αντίστοιχη συνδρομή (το ποσό της ετήσιας συνδρομής είναι ανάλογο του όγκου τιμολόγησης της εταιρείας ή των εταίρων του συλλόγου).

Οι δράσεις της ΙΟΟ εκ των πραγμάτων έχουν ως στόχο την στήριξη και συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς και επιχειρήσεις για την επίτευξη ενός συλλογικού στόχου, δηλαδή της αύξησης της αξίας του ισπανικού κρασιού εντός και εκτός των συνόρων και την προβολή

[39] Η επίσημη ιστοσελίδα της Ισπανικής Ομοσπονδίας Οίνου είναι: https://www.fev.es/es/

της εικόνας και της σημασίας του σε πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο και ως εμβληματικό προϊόν της χώρας. Όπως αναφέρεται στο Στρατηγικό της Σχέδιο 2019-2024, δύο από τους βασικούς άξονες δράσης του οργανισμού, που μοιράζονται όλα τα οινοποιεία, είναι «η αύξηση της αξίας του ισπανικού κρασιού διασφαλίζοντας την παρούσα και τη μελλοντική ζήτηση και η «αύξηση της κερδοφορίας σε όλη τη χώρα».

Οι υπηρεσίες που προσφέρει η ΙΟΟ στα μέλη της είναι συνοπτικά οι παρακάτω:

- Πληροφορίες για τον τομέα του οίνου (ενημερωτικά δελτία κτλ.)
- Εξειδικευμένη Συμβουλευτική (εξατομικευμένη συμβουλευτική, διαβουλεύσεις κτλ.)
- Νομική υπεράσπιση
- Πιστοποιήσεις (Wineries for Climate Protection και Wine in Moderation)
- Προώθηση στο εξωτερικό (συμμετοχή σε εκθέσεις, διοργάνωση εκδηλώσεων κτλ.)
- Στοιχεία αγοράς και στατιστικά στοιχεία (πχ. δωρεάν αναφορές)
- Δυνατότητα συμμετοχής των μελών σε επιτροπές και ομάδες εργασίας. Η ΙΟΟ ενθαρρύνει τα μέλη της να ενταχθούν σε μία από αυτές (Επιτροπή Διεθνοποίησης, Επιτροπή Νόμου και Ανταγωνιστικότητας, Επιτροπή Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Τεχνική Επιτροπή, Επιτροπή Εδαφικής Δράσης), με σκοπό να συμβάλλουν ενεργά στη λήψη αποφάσεων και στον καθορισμό θεμάτων προτεραιότητας. Οι ομάδες εργασίας δημιουργούνται περιοδικά για συγκεκριμένα θέματα που απαιτούν ειδική και εξειδικευμένη προσοχή.
- Υλοποίηση εκπαιδευτικών συνεδριών και σεμιναρίων.

Στο πλαίσιο προώθησης του οινοτουρισμού, η ΙΟΟ αναπτύσσει διάφορες σχετικές δραστηριότητες. Αρχικά, και σε συνεργασία με το Διεθνές πανεπιστήμιο της Λα Ριόχα (UNIR) δημιούργησε το μεταπτυχιακό πρόγραμμα “Master in Lifelong Training in Wine Tourism” με σκοπό την προώθηση της εκπαίδευσης, της έρευνας, της μεταφοράς τεχνολογίας, των εξειδικευμένων τεχνικών συμβουλών και της ανταλλαγής εμπειριών στον τομέα του κρασιού. Ο στόχος αυτής της συμμαχίας είναι να προσφέρει ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα που τροφοδοτεί τον κλάδο με καταρτισμένους επαγγελματίες που θα μπορούν να ηγηθούν σε διαδικασίες επιχειρηματικότητας και μετασχηματισμού και που θα μετατρέψουν την Ισπανία σε μία από τις κύριες δυνάμεις οινοτουρισμού στον κόσμο. Το μεταπτυχιακό περιλαμβάνει την ψηφιακή τεχνολογία και τη βιωσιμότητα ως αναπόσπαστο κομμάτι της οινοτουριστικής στρατηγικής.

Επίσης, προχώρησε στη σύσταση μιας ειδικής ομάδας εργασίας που αποτελείται από επαγγελματίες του χώρου σε διάφορες περιοχές που ασχολούνται με την οινική τουριστική δραστηριότητα. Η δράση αυτή περιλαμβάνεται στους άξονες προτεραιότητας του Στρατηγικού Σχεδίου της ΙΟΟ για το 2019-2024, δίνοντας έμφαση στην ανάπτυξη ενός τουριστικού μοντέλου ανάπτυξης βασισμένου στη βιωσιμότητα. Σύμφωνα με την Στρατηγική, γύρω από την οινική δραστηριότητα περιλαμβάνεται ένα πλήθος τουριστικών εμπειριών που πρόκειται να προωθηθούν όπως ο γαστρονομικός και πολιτιστικός τουρισμός, οι δραστηριότητες στη φύση και άλλες. Στο πλαίσιο αυτών των δράσεων, η ΙΟΟ συμμετέχει στην FINE Wine Tourism Expo, όπου μέσα από διάφορες δράσεις συμβάλλει στην προώθηση και διάδοση του οινοτουρισμού στην Ισπανία.

Επίσης, σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Θερβάντες πραγματοποιεί εκτός των συνόρων της χώρας κύκλους πολιτιστικών γευσιγνωσιών, με σκοπό την προβολή των ισπανικών κρασιών και τη στενή σχέση τους με τον πολιτισμό και την ιστορία της Ισπανίας. Ειδικοί του οίνου μαζί με συγγραφείς-καθηγητές συμμετέχουν μαζί στις δράσεις με σκοπό την ανωτέρω προώθηση.

Πέραν της προσπάθειας ανάπτυξης δράσεων οινοτουρισμού, η ΙΟΟ καταβάλει σημαντική προσπάθεια στην προώθηση της βιωσιμότητας στον τομέα του οίνου. Μία από τις πιο σημαντικές πρωτοβουλίες της είναι η δημιουργία του προγράμματος πιστοποίησης βιωσιμότητας "Wineries for Climate Protection", το οποίο ξεκίνησε το 2015 και αποτελούσε την πρώτη και μοναδική ειδική πιστοποίηση για τον αμπελοοινικό τομέα όσον αφορά την αειφορία. Η ανωτέρω πιστοποίηση έλεγχε αρχικά μόνο τις περιβαλλοντικές επιδόσεις των οινοποιείων, ωστόσο σήμερα με τον νέο τίτλο "Sustainable Wineries for Climate Protection" έχει ως στόχο να προσαρμοστεί σε πιο απαιτητικά πρότυπα και να ευθυγραμμιστεί ακόμη περισσότερο με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών, ενσωματώνοντας κοινωνικά, οικονομικά κριτήρια και κριτήρια βιωσιμότητας διακυβέρνησης. Το σύστημα πιστοποίησης SWfCP καθορίζει τα κριτήρια που πρέπει να πληροί ένα βιώσιμο οινοποιείο. Στην πραγματικότητα, η πιστοποίηση SWfCP στοχεύει στη συνεχή βελτίωση και βιωσιμότητα των οινοποιείων, ενεργώντας σε τέσσερις θεμελιώδεις πυλώνες: Περιβαλλοντικό, Κοινωνικό, Οικονομικό και Διακυβέρνηση. Σήμερα, έχουν δοθεί 103 πιστοποιήσεις σε οινοποιεία του FEV.

Επιπλέον, σε συνεργασία με το Ecovidrio, έναν φορέα που είναι αρμόδιος για την ανακύκλωση γυάλινων δοχείων στην Ισπανία, ετοίμασαν από κοινού τον πρώτο ειδικό οδηγό οικολογικού σχεδιασμού για τον αμπελοοινικό τομέα, που απευθύνεται σε περισσότερα από 4.000 ισπανικά οινοποιεία. Ο στόχος είναι να προσφερθούν οι βέλτιστες πρακτικές της αγοράς και οι πιο σύγχρονες τεχνικές γνώσεις για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ολόκληρου του κύκλου ζωής του δοχείου κρασιού και των συναφών στοιχείων του. Στο πλαίσιο αυτό συμμετείχε στο έργο REBO2VINO, το οποίο στόχευε να αναλύσει τον αντίκτυπο και τη βιωσιμότητα ενός συστήματος επαναχρησιμοποίησης γυάλινων φιαλών στον ισπανικό οινικό τομέα, εφαρμόζοντας τις αρχές της κυκλικής οικονομίας.

Επίσης συμμετέχει στο έργο VID-EXPERT, το οποίο στοχεύει στη διευκόλυνση της διαλειτουργικότητας και της έξυπνης διάγνωσης του αποτυπώματος άνθρακα μεταξύ αγροτών και οινοποιείων για να συμβάλει στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής στον αμπελοοινικό τομέα, μέσα από ένα ευφυές σύστημα διάγνωσης του αποτυπώματος άνθρακα. Ακόμη, έχει συμμετοχή στο έργο Green Vineyards, το οποίο επιδιώκει να δημιουργήσει στρατηγικές και να αναπτύξει τις δεξιότητες των εργαζομένων στον αμπελοοινικό τομέα για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων και των προκλήσεων που προκαλούνται από την κλιματική αλλαγή.

Ένας ακόμη λόγος που η ΙΟΟ θεωρείται μία καλή πρακτική είναι ότι δίνει μεγάλη σημασία στην αξιοποίηση της τεχνολογίας και των ψηφιακών εργαλείων. Στο πλαίσιο αυτό, έχει προχωρήσει στη δημιουργία του "Digitalization and Wine HUB", με σκοπό να προωθήσει και να διευκολύνει τον ψηφιακό μετασχηματισμό των εταιρειών του οινικού κλάδου και να τις συνοδεύσει στις προκλήσεις και τα εμπόδια που προκύπτουν. Αποτελεί στην ουσία έναν χώρο συνάντησης μεταξύ των κύριων ψηφιακών παικτών και του κλάδου του κρασιού. Το HUB, στο πλαίσιο λειτουργίας του παρακολουθεί τις εξελίξεις στον τομέα, εντοπίζει τις τεχνολογίες που εφαρμόζονται στον τομέα του οίνου και αναπτύσσει πιλοτικά έργα και πραγματοποιεί ημερίδες ενημέρωσης και εκπαίδευσης, καθώς και ετήσια εθνική εκδήλωση για την ψηφιοποίηση και την αναστάτωση στον αμπελοοινικό τομέα. Πρόσφατα, η ομάδα εργασίας του HUB υλοποίησε έναν νέο κύκλο θεματικών διαδικτυακών σεμιναρίων για την ψηφιοποίηση που εφαρμόζεται στον τομέα του οίνου και συγκεκριμένα για τον τομέα του οινοτουρισμού σχεδιάστηκε η θεματική "Ψηφιοποιήστε τον οινοτουρισμό σας: πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την εμπειρία του πελάτη".

Πέραν των ανωτέρω, η ΙΟΟ, ως μέλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Εταιρειών Οίνου (CEEV) προωθεί την πλατφόρμα «U-LABEL», η οποία έχει ως σκοπό τη δημιουργία ηλεκτρονικών ετικετών των προϊόντων οίνου, επιτρέποντας στους καταναλωτές σε όλη την Ευρώπη να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες, στη δική τους γλώσσα, σχετικά με αυτά τα προϊόντα μέσω της τεχνολογίας κωδικών QR. Η πλατφόρμα επιτρέπει σε κάθε εταιρεία κρασιού, ανεξάρτητα από το μέγεθός της, να παρέχει στους καταναλωτές της ΕΕ σχετικές, τυποποιημένες και λεπτομερείς πληροφορίες, όπως λίστες συστατικών, διατροφικές πληροφορίες, οδηγίες υπεύθυνης κατανάλωσης και πληροφορίες βιωσιμότητας.

Πού εφαρμόζεται: Οι δράσεις της Ισπανικής Ομοσπονδίας Οίνου απευθύνονται σε επιχειρήσεις του κλάδου του οίνου και έχουν ως σκοπό την προβολή και προώθηση των ισπανικών κρασιών, εντός και εκτός της χώρας.

Πότε εφαρμόστηκε: Η Ισπανική Ομοσπονδία Οίνου ιδρύθηκε το 1978.

Αποτελέσματα: Η ΙΟΟ κάθε χρόνο δημοσιοποιεί μία έκθεση, η οποία περιλαμβάνει τα κύρια ορόσημα της δραστηριότητάς της, αποδεικνύοντας παράλληλα τη συμμόρφωση της με τους άξονες εργασίας που περιλαμβάνονται στο Στρατηγικό Σχέδιο που έχει εκπονήσει.

Πληροφορίες: Η ΙΟΟ αποτελεί μέλος σε πολλές πρωτοβουλίες και δίκτυα, τα οποία ακολουθούν πρότυπα και διαδικασίες, τα οποία οφείλει και η ίδια να τηρεί. Συγκεκριμένα είναι μέλος του Comité Européen des Entreprises Vins (CEEV), με το οποίο συνεργάζεται από κοινού και συντονίζεται μέσω των διαφόρων επιτροπών και ομάδων εργασίας του, με κοινό στόχο την προώθηση ενός κοινωνικού, οικονομικού και νομικού περιβάλλοντος που ευνοεί τη βιώσιμη και υπεύθυνη ανάπτυξη ενός ιδιαίτερα ανταγωνιστικού τομέα στην ΕΕ.

Επιπλέον, είναι μέλος της Διεθνούς Ομοσπονδίας Οίνων και Αλκοολούχων ποτών (FIVS), η οποία λειτουργεί ως φορέας συζήτησης και ενθαρρύνει την ανταλλαγή πληροφοριών και καλών πρακτικών μέσω των διαφόρων επιτροπών, ομάδων εργασίας και συνδέσμων.

Τέλος, είναι ο εθνικός συντονιστής και υπεύθυνος για τη διάδοση και προώθηση της φιλοσοφίας "Wine in Moderation" της ομώνυμης διεθνούς ένωσης, η οποία είναι υπεύθυνη για το συντονισμό και την υλοποίηση δράσεων και ενεργειών για την προώθηση της κατανάλωσης κρασιού με μέτρο. Το πρόγραμμα αυτό έχει ως στόχο να επιδείξει την κοινωνική του ευθύνη στις ευρωπαϊκές αρχές για την καταπολέμηση της καταχρηστικής κατανάλωσης αλκοόλ και των επιβλαβών συνεπειών του στην κοινωνία.

3.1.6 Οργανισμός Τουριστικής Προβολής Τοσκάνης[40]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Τουριστική προβολή και οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ιταλία, Τοσκάνη

Γιατί είναι καλή πρακτική: Ο Οργανισμός Τουριστικής Προβολής της Τοσκάνης (ΟΤΠΤ), αποτελεί ένα καλό παράδειγμα φορέα τουριστικής προβολής και προώθησης προορισμού, καθώς μέσα από συλλογικές διαδικασίες σχεδιασμού, προσπαθεί να εκπονήσει ένα σχέδιο τουριστικής προβολής για την περιφέρεια της Τοσκάνης που καλύπτει τις πραγματικές

[40] Η επίσημη ιστοσελίδα του Οργανισμού Τουριστικής Προβολής της Τοσκάνης είναι: https://www.toscanapromozione.it/

ανάγκες κάθε περιοχής. Παράλληλα, με στοχευμένες πρωτοβουλίες και ενέργειες επιδιώκει την προώθηση του οινοτουρισμού και της τοπικής γαστρονομίας και τη δημιουργία ενός ισχυρού γαστρονομικό brand με διεθνή αναγνώριση.

Πώς εφαρμόζεται: Ο ΟΤΠΤ ιδρύθηκε το 2016 και έχει ως αποστολή τον σχεδιασμό και την προβολή των προορισμών της Τοσκάνης και των τοπικών τουριστικών της προϊόντων. Μέσω της συμμετοχής της σε εμπορικές εκθέσεις και εκδηλώσεις, σε εργαστήρια B2B και fam-trips, καθώς και σε συνέργεια και σε συνοχή με τις δραστηριότητες των άλλων τοπικών φορέων που είναι υπεύθυνοι για την υλοποίηση επικοινωνιακών δραστηριοτήτων, φέρει τα τουριστικά προϊόντα της Τοσκάνης άμεσα ή έμμεσα στον τελικό καταναλωτή-ταξιδιώτη. Σε συνεργασία με την Fondazione Sistema Toscana (ΜΚΟ που ιδρύθηκε από την Περιφέρεια της Τοσκάνης για τη δημιουργία και διαχείριση της διαδικτυακής πύλης της Τοσκάνης και την προώθηση της περιφερειακής επικράτειας), και σε εναρμόνιση με τις περιφερειακές στρατηγικές, ασκεί προωθητική δραστηριότητα, σχεδιασμένη να αφηγηθεί την ιστορία της Τοσκάνης. Με αυτόν τον τρόπο, υποστηρίζει και ενισχύει τον τουρισμό της Τοσκάνης, τις περιοχές και τις επιχειρήσεις της.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής προβολής της Τοσκάνης, ο ΟΤΠΤ εκπονεί ετησίως ένα επιχειρησιακό πρόγραμμα με σκοπό να καθορίσει τις προωθητικές ενέργειες και δράσεις, στοχευμένα και ανάλογα με τις ανάγκες τον τοπικών κοινοτήτων της περιφέρειας. Για να επιτύχει τον σχεδιασμό μίας στρατηγικής που εκπληρώνει τις ανάγκες των τοπικών κοινοτήτων δημιούργησε ένα ψηφιακό εργαλείο το οποίο επιδιώκει μία bottom up προσέγγιση η οποία συμβάλλει έμμεσα στον συμμετοχικό σχεδιασμό του ετήσιου επιχειρησιακού προγράμματος. Η μέθοδος αυτή ονομάστηκε «Toscany Together» και στην ουσία είναι μία ψηφιακή πλατφόρμα που απλοποιεί τις διαδικασίες σχεδιασμού, ενθαρρύνοντας τη συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών επιπέδων διακυβέρνησης με πρακτικό και λειτουργικό τρόπο, για τον καθορισμό μίας ενιαίας στρατηγικής marketing για την Τοσκάνη. Στο πλαίσιο μίας καλά δομημένης διαδικασίας, κάθε φορέας τοπικής αυτοδιοίκησης εντοπίζει, αναπτύσσει και μετρά τις πρωτοβουλίες του με κοινό τρόπο, με βάση ξεκάθαρα καθορισμένους στόχους. Πιο συγκεκριμένα:

α) Πριν από τον καθορισμό μιας πρωτοβουλίας, είναι απαραίτητο από κάθε φορέα να γίνουν προκαταρκτικές εκτιμήσεις, όπως να οριστούν συγκεκριμένες στρατηγικές επιλογές, καθορίζοντας τις αγορές στόχους και τα τουριστικά προϊόντα της περιοχής τους, καθώς και να αναλυθούν κρίσιμα ζητήματα που πρέπει να ξεπεραστούν, προκειμένου να καθοριστούν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα.

β) Κάθε πρωτοβουλία πρέπει να έχει έναν σαφή στόχο και να αναφέρεται σε έναν από τους 5 προκαθορισμένους παράγοντες ανταγωνιστικότητας: α) Ελκυστικότητα, β) Πρόσβαση σε προορισμούς, γ) Φιλοξενία, δ) Επωνυμία, ε) Προσφορά. Για λόγους απλότητας, η πλατφόρμα χωρίζει τις παρεμβάσεις σε δύο μεγάλες περιοχές: Διαχείριση προορισμών (Ελκυστικότητα, Πρόσβαση σε προορισμούς, Φιλοξενία) και Προώθηση προορισμών (Επωνυμία, Προσφορά).

γ) Κάθε πρωτοβουλία πρέπει να είναι μετρήσιμη, δηλαδή κατά τον καθορισμό μιας δράσης είναι απαραίτητο να καθοριστεί ο τρόπος μέτρησης των επενδύσεων, των αποτελεσμάτων και των πραγματικών επιπτώσεων (πχ. πώς η παρέμβαση βελτίωσε πραγματικά την υποδοχή, την ελκυστικότητα κλπ.).

Με τις ανωτέρω κατευθυντήριες γραμμές, δημιουργούνται τοπικά επιχειρησιακά σχέδια, μέσα από μια οργανωμένη και αποτελεσματική διαδικασία, ικανή να δημιουργήσει δράσεις προώθησης των προορισμών. Το εργαλείο αυτό δίνει τη δυνατότητα στην ΤΡΤ να σχεδιάσει

μία ετήσια στρατηγική που θα βασίζεται στις ανάγκες κάθε τοπικής κοινότητας, αποφεύγοντας τις αλληλεπικαλύψεις και προωθώντας τις συνέργειες και τον συνεχή διάλογο με τουριστικούς εμπορικούς συλλόγους και φορείς μέσω διαβουλεύσεων.

Βάσει της ανωτέρω διαδικασίας, οι τοπικές περιοχές απέστειλαν τα σχέδια τους το 2023 προκειμένου να εκπονηθεί το ετήσιο επιχειρησιακό σχέδιο του ΟΤΠΤ για το 2024. Από τα σχέδια αυτά δημιουργήθηκε ένας προσωρινός κατάλογος 57 τουριστικών προϊόντων. Ξεκινώντας από αυτά που παρουσιάζουν υψηλό βαθμό κοινής χρήσης από τις περιοχές και λαμβάνοντας υπόψη την εξελικτική δυναμική της αγοράς και τις κύριες τουριστικές τάσεις, ο ΟΤΠΤ προχώρησε στην ομαδοποίηση των τουριστικών προϊόντων ως εξής: α) Ενεργός Τουρισμός (περιλαμβάνει δραστηριότητες αθλητισμού), β) Τουρισμός Τέχνης και Πολιτισμού, γ) Παραθεριστικός Τουρισμός, δ) Επιχειρηματικός Τουρισμός, ε) Τουρισμός Πολυτέλειας, στ) Θερμαλιστικός Τουρισμός Υγείας, ζ) Θρησκευτικός Τουρισμός, η) Αργός Τουρισμός και θ) Εκπαιδευτικός Τουρισμός. Τα ανωτέρω προϊόντα αποτέλεσαν τις προτεραιότητες του ΟΤΠΤ για το σχέδιο μάρκετινγκ του 2024.

Ο οινοτουρισμός και οι οινικές διαδρομές, ως προϊόν εντάχθηκαν στην κατηγορία προώθησης δραστηριοτήτων Αργού Τουρισμού, στην οποία περιλαμβάνονται ο ελαιοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, οι αναγεννητικές διακοπές για ψυχοσωματική ευεξία, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός κτλ. Σύμφωνα με τα τοπικά σχέδια που υποβλήθηκαν στην ψηφιακή πλατφόρμα, οι περιοχές της Τοσκάνης που προτείνονται για οινικές διαδρομές στο σχέδιο είναι 17. Σήμερα, στη επίσημη ιστοσελίδα προώθησης της Τοσκάνης προτείνονται 38 οινικές διαδρομές, για τις οποίες δίνονται προτάσεις διαμονής, φαγητού, αξιοθέατων, εκδηλώσεων και εμπειριών, ενώ παράλληλα προσφέρεται σχετικός χάρτης και πρόσθετες πληροφορίες για τους ταξιδιώτες. Από τις διαδρομές αυτές, κάποιες είναι ποδηλατικές και άλλες περιπατητικές.

Στο στρατηγικό σχέδιο της ΟΤΠΤ, για την προώθηση του οινοτουρισμού έχει δοθεί έμφαση στην προβολή της πρωτοβουλίας "Vetrina Toscana" (Η Βιτρίνα της Τοσκάνης). Η πρωτοβουλία αυτή επιδιώκει να αποτελέσει όχι μόνο ένα μέσο επικοινωνίας για εταιρείες, ταξιδιώτες και εμπειρίες, αλλά και ένα εργαλείο προβολής της πολυπλοκότητας της περιοχής μέσα από τη γαστρονομία. Για αυτό τον λόγο η πρωτοβουλία δεν περιορίζεται στην προβολή ενός προϊόντος, αλλά δίνονται περαιτέρω πληροφορίες για εστιατόρια και καταστήματα και προωθούνται οι τοπικοί παραγωγοί που λειτουργούν βάσει αξιών βιωσιμότητας και μοιράζονται το πάθος για το φαγητό και την περιοχή τους.

Στόχος για το 2024 είναι να συνεχιστεί η προβολή της ανωτέρω πρωτοβουλίας, με σκοπό να μετατραπεί σε ένα ισχυρό γαστρονομικό brand. Κάποιες από τις ενέργειες προβολής της γαστρονομίας και του οινοτουρισμού είναι:

- Η προβολή του εκλεκτού φαγητού και της υψηλής γαστρονομίας μέσα από τη δημιουργικότητα και τον πειραματισμό των σεφ που τιμούνται από τους δημοφιλείς τουριστικούς οδηγούς.
- Η διεύρυνση του δικτύου μελών της πρωτοβουλίας με ξενοδοχεία που προσφέρουν «Πρωινό Τοσκάνης».
- Η προβολή διαδρομών που συνδυάζουν εμπειρίες που συνδέονται με φαγητό και πολιτισμό.
- Η συνεργασία με την Ένωση Αρχιμαγείρων της Τοσκάνης, για δημιουργία γαστρονομικών εμπειριών στις εκθέσεις και εκδηλώσεις που συμμετέχει η ΟΤΠΤ.

- Η υλοποίηση εορταστικού δείπνου από την ΟΤΠΤ, με κρασιά, αλλαντικά, τυριά, λάδια και διάφορα πιάτα, με το σήμα Vetrina Toscana και σερβιρόμενα από ντόπιους παραγωγούς.
- Η υλοποίηση συνεδρίου εξ ολοκλήρου αφιερωμένο στην πρωτοβουλία, με όλα τα μέλη του δικτύου.
- Η ενίσχυση της ψηφιακής προώθησης και η εστίαση στις αναρίθμητες ιδιαιτερότητες της Τοσκάνης, αποφεύγοντας μόνο την προβολή των πιο γνωστών τοπικών προϊόντων.
- Η υλοποίηση θεματικών μικρών περιοδειών που συστήνουν στους δημοσιογράφους τις τοπικές παραγωγές με μια αισθητηριακή και πολιτιστική ανάγνωση.
- Η δημιουργία ενός δικτύου εστιατορίων με την επωνυμία "Vetrina Toscana" με σκοπό να αναδηθεί ένα ισχυρό γαστρονομικό brand με διεθνή αναγνωρισιμότητα.

Πού εφαρμόζεται: Οι δραστηριότητες του ΟΤΠΤ απευθύνονται στους ταξιδιώτες που επιθυμούν να γνωρίσουν το ιδιαίτερο και μοναδικό τουριστικό προϊόν της Τοσκάνης, αλλά και στους τοπικούς φορείς και επιχειρηματίες με τους οποίους συνεργάζεται, προσκειμένου να συν-δημιουργήσουν μία επιτυχημένη στρατηγική προώθησης.

Πότε εφαρμόστηκε: Ο ΟΤΠΤ ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2016, ενώ τα σχέδια τουριστικής προβολής δημιουργούνται ετησίως.

Αποτελέσματα: Στο πλαίσιο αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας των προωθητικών δράσεων του, ο ΟΤΠΤ διεξάγει έρευνες για τον τουρισμό της περιοχής, δίνοντας τη δυνατότητα στους τοπικούς φορείς να ανασχεδιάσουν τα τουριστικά τους προϊόντα. Στο πλαίσιο αυτό έχει δημιουργηθεί στην επίσημη ιστοσελίδα του το "Παρατηρητήριο" στο οποίο κοινοποιούνται τα αποτελέσματα αυτών των ερευνών.

Πληροφορίες: Από το 2022, η ΟΤΠΤ, παράλληλα με την προώθηση των τουριστικών προϊόντων που καθορίζονται από την ετήσια στρατηγική, δίνει έμφαση και σε άλλα ζητήματα μεγάλης σημασίας για την περιοχή ή ιδιαίτερα καινοτόμα, τα οποία επιδιώκει να αναπτύσσει κάθετα με τα ανωτέρω τουριστικά προϊόντα.

Συγκεκριμένα αφορούν:

- Την ανάπτυξη του ποδηλατικού τουρισμού
- Την ανάπτυξη του τουρισμού κατασκηνώσεων και τροχόσπιτων
- Την ανάπτυξη του τουρισμού καλλιτεχνικής δεξιοτεχνίας
- Την προσέλκυση γυναικείου τουρισμού
- Την ανάπτυξη του τουρισμού για ψυχική υγεία και ευεξία
- Την προσέλκυση digital νομάδων
- Την ανάπτυξη του ιππικού τουρισμού
- Την ανάπτυξη του βιομηχανικού τουρισμού
- Την ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού
- Την ανάπτυξη του σχολικού τουρισμού
- Την προσέλκυση οικογενειών
- Την προσέλκυση ατόμων με κατοικίδια

Ειδικά για τον ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού στην περιοχή της Τοσκάνης, το 2023 ολοκληρώθηκε η σύνταξη μίας Χάρτας Αξιών, που έχει ως στόχο να κατευθύνει τις τουριστικές πολιτικές προς τη βιωσιμότητα και να παρέχει χρήσιμες πληροφορίες για φορείς και τουρίστες. Μεταξύ των δράσεων που πραγματοποιήθηκαν ήταν, η χαρτογράφηση

περισσότερων από 400 τουριστικών επιχειρήσεων που διαθέτουν πιστοποίηση βιωσιμότητας.

3.1.7 Ente Mendoza Turismo[41]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Αργεντινή, Μεντόσα

Γιατί είναι καλή πρακτική: Η περίπτωση διαχείρισης του οινοτουρισμού στην επαρχία της Μεντόσα της Αρχεντικής αποτελεί μία καλή πρακτική καθώς, ενώ δεν θεωρείται μία περιοχή με μακρόχρονη οινική ιστορία και παράδοση, έχει καταστεί ένας κορυφαίος οινικός προορισμός για τους λάτρεις του κρασιού παγκοσμίως. Βασιζόμενη στην προώθηση της γαστρονομίας της, η επαρχία της Μεντόσα, κύριος πρεσβευτής του οινοτουρισμού της, προσπαθεί να αξιοποιήσει αυτό το συγκριτικό της πλεονέκτημα και να δημιουργήσει μία ισχυρή γαστρονομική ταυτότητα.

Πώς εφαρμόζεται: Η Αργεντινή θεωρείται μία από τις φημισμένες αμπελοοινικές περιοχές με συνολικά περίπου 570.000 στρέμματα αμπέλια, εκ των οποίων τα 400.000 στρέμματα αμπέλου βρίσκονται στην επαρχία Μεντόσα. Η επαρχία χωρίζεται σε 5 μεγάλες υποπεριοχές κρασιού: First Zone, Uco Valley, East Oasis, Central-North Oasis και South Oasis και διαθέτει συνολικά 209 οινοποιεία. Η ποικιλία που καλλιεργείται κατά κύριο λόγο στην Μεντόσα είναι η Malbec, η οποία αν και προέρχεται από την Γαλλία, αναπτύχθηκε στην Αργεντινή τις δεκαετίες 1840 και 1850 και σταδιακά επεκτάθηκε ως το κύριο στέλεχος της εθνικής αμπελουργίας. Καταβλήθηκε μεγάλη προσπάθεια για να συνδεθεί η περιοχή με αυτό το αμπέλι και αυτό διαφαίνεται από το γεγονός ότι από το 1990 έως το 2009, η έκταση της καλλιέργειας αυξήθηκε κατά 173%. Από τότε, η ποικιλία Malbec εδραίωσε τη θέση της ως η εμβληματική ποικιλία της αργεντίνικης αμπελουργίας και ηγήθηκε των εθνικών εξαγωγών. Ορόσημο στην αμπελοοινική ιστορία της Μεντόσα αποτελεί η αναγνώριση της περιοχής της Luján de Cuyo ως περιοχή Προστατευόμενης Ονομασία Προέλευσης το 1989.

Ο οινοτουρισμός, ως στρατηγική δραστηριότητα, ξεκίνησε στην Αργεντινή το 2000, από το επιμελητήριο οίνου “Bodegas de Argentina” με το έργο “The Mendoza Wine Trails”. Στο πλαίσιο του έργου, δημιουργήθηκε το πρώτο προωθητικό υλικό που παρουσίαζε σχηματικά διαφορετικά μονοπάτια σε κάθε επαρχία της χώρας και περιλάμβανε οινοποιεία, τοποθεσίες πολιτιστικής κληρονομιάς και συνοδευτικές πληροφορίες. Πρέπει να σημειωθεί ότι, ενώ στο έργο προσκλήθηκαν όλα τα οινοποιεία να συμμετάσχουν, κατόπιν έγινε επιλογή με βάση μια σειρά κριτηρίων που θα εξασφάλιζαν την επαρκή εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Επίσης, τα έξοδα για το έργο καταβλήθηκαν από τα ίδια οινοποιεία που συμμετείχαν. Από τότε, νέα μονοπάτια προστέθηκαν και ενσωματώθηκαν στις περιοχές.

Μία ακόμη πρωτοβουλία εθνικής οινοτουριστικής στρατηγικής ήταν το «Σχέδιο Ενοποίησης Οινοτουρισμού της Αργεντινής» για την περίοδο 2007-2011. Το εν λόγω σχέδιο προσέφερε τις προϋποθέσεις για συστημική εγκατάσταση αρθρωμένων πρακτικών μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα και των ενδιάμεσων οργανισμών, προς ένα κοινό όφελος. Το σχέδιο προωθήθηκε από την “Inter-American Development Bank” και το “Multilateral Investment

[41] Η επίσημη ιστοσελίδα του οργανισμού “Ente Mendoza Turismo” είναι: https://mendoza.tur.ar/

Fund", με το "Bodegas de Argentina" ως εκτελεστική μονάδα και με τη συμμετοχή του Υπουργείου Τουρισμός της Αργεντινής, το Εθνικό Ινστιτούτο Τουρισμού, το Ομοσπονδιακό Συμβούλιο Επενδύσεων και τις τοπικές αυτοδιοικήσεις οκτώ επαρχιών κρασιού, εκ των οποίων και η Μεντόσα.

Σε επίπεδο περιφέρειας, η Μεντόσα δεν έχει εκπονήσει κάποιο στρατηγικό σχέδιο για τον οινοτουρισμό. Ωστόσο, εμπεριέχεται στο πρόσφατο "Σχέδιο Ανάπτυξης Γαστρονομικής Ταυτότητας της Μεντόζα 2024-2030" που εκπονήθηκε από την επαρχία της Μεντόσα, μέσω του οργανισμού τουριστικής προβολής του "Ente Mendoza Turismo" και της Ένωσης Ξενοδοχειακών, Γαστρονομικών και Συναφών Επιχειρήσεων της επαρχίας. Ο γενικός στόχος του σχεδίου είναι να προωθήσει τη γαστρονομία ως θεμελιώδη πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης της επαρχίας, τοποθετώντας την ως στρατηγική δραστηριότητα που προάγει τη βιωσιμότητα και συμβάλλει στη δημόσια υγεία, τη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας, τη δημιουργία απασχόλησης, την προώθηση της εξαγωγής προϊόντων διατροφής, την εδραίωση του γαστρονομικού τουρισμού και την ενίσχυση της διεθνούς προβολής του brand "Μεντόσα". Πρέπει να σημειωθεί ωστόσο ότι στόχος του σχεδίου δεν είναι μόνο να τοποθετηθεί η Μεντόσα ως γαστρονομικό σημείο αναφοράς, αλλά και να συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της, ενισχύοντας την αίσθηση της κοινότητας και της βιωσιμότητας.

Το σχέδιο επιδιώκει να αποτελέσει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο υποστήριξης για την ανάπτυξη του κλάδου, που θα περιλαμβάνει όλους τους κρίκους της αλυσίδας αξίας, από τον πρωτογενή παραγωγό έως τα γαστρονομικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα, προωθώντας τη συνεργασία και τον συντονισμό μεταξύ των διαφόρων τομέων της κυβέρνησης και του ιδιωτικού τομέα. Αυτή η συνεργασία θα έχει άμεσο αντίκτυπο στις αγροτικές επιχειρήσεις, τον πολιτισμό, το εμπόριο και τον τουρισμό.

Ο οίνος και η γαστρονομία προωθούνται ως μία ενιαία τουριστική πρόταση και στην επίσημη τουριστική ιστοσελίδα της περιφέρειας, από τον οργανισμό "Ente Mendoza Turismo". Γευσιγνωσίες, επισκέψεις σε οινοποιεία (δίνονται οι βασικές πληροφορίες επικοινωνίας) και άλλες δραστηριότητες όπως ιππασία, ποδηλασία, γιόγκα, πικνίκ, παιχνίδια, παρακολούθηση ταινιών σε εξωτερικούς χώρους, βόλτα με ελικόπτερο ή αερόστατο, συμμετοχή σε τρύγο, σε συγκομιδή και σε διαγωνισμούς κλαδέματος προτείνονται για τους επισκέπτες. Επίσης στον χάρτη που έχει δημιουργηθεί για την προώθηση του οινοτουρισμό, παρουσιάζονται 4 ονικές περιοχές για επίσκεψη με τον αντίστοιχο κατάλογο των οινοποιείων τους.

Στο πλαίσιο δράσεων προώθησης του οινοτουρισμού, η Περιφέρεια προωθεί επίσης τις τοπικές εκδηλώσεις που αφορούν το κρασί. Η μεγαλύτερη εκδήλωση οίνου είναι το "Fiesta Nacional de la Vendimia" (Εθνικό Φεστιβάλ Συγκομιδής), το οποίο υλοποιείται την εποχή του τρύγου στη Μεντόσα. Πρόκειται για μία μεγάλη γιορτή όπου οι εορταστικές εκδηλώσεις ξεκινούν τον Ιανουάριο και διαρκούν μέχρι το πρώτο Σαββατοκύριακο του Μαρτίου, τελειώνοντας με μια παράσταση που λαμβάνει χώρα σε υπαίθριο θέατρο στους πρόποδες των Άνδεων, όπου πάνω από 1000 καλλιτέχνες συμμετέχουν στη σκηνή. Η παράσταση κορυφώνεται με την εκλογή της Εθνικής Βασίλισσας Συγκομιδής που εκπροσωπεί την περιφέρεια για ένα χρόνο. Άλλα επίσης δύο εμβληματικά φεστιβάλ είναι το "Música Clásica por los Caminos del Vino" και το "Tango por los Caminos del Vino".

Πρέπει να σημειωθεί ότι παρά την μεγάλη οινική φήμη της περιοχής, το πληροφοριακό υλικό που παρουσιάζεται είναι αρκετά περιορισμένο. Ωστόσο, τα οινοποιεία από μόνα τους, και σε εναρμόνιση με τις οινοτουριστικές τάσεις, έχουν διαμορφώσει νέους χώρους για τους επισκέπτες, αίθουσες γευσιγνωσίας, εστιατόρια, ξενώνες, μουσεία, εκθεσιακούς χώρους και

προσφέρουν μία ποικιλία οινικών εμπειριών. Επιπλέον, τοπικοί τουριστικοί πράκτορες που ειδικεύονται στο κρασί έχουν επίσης συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στο σχεδιασμό και την υλοποίηση οινικών μονοπατιών, δραστηριοτήτων και γενικότερα στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού στη Μεντόσα.

Πού εφαρμόζεται: Η προσπάθεια προώθησης και προβολής του οινοτουρισμού στην περιοχή της Μεντόσα της Αργεντινή και οι πρωτοβουλίες διαχείρισής του από την αντίστοιχη επαρχία, αφορούν άμεσα τους επισκέπτες της περιοχής και ιδιαίτερα αυτούς που θέλουν να βιώσουν μία αυθεντική οινική και γαστρονομική εμπειρία.

Πότε εφαρμόστηκε: Ο οργανισμός "Ente Mendoza Turismo" ιδρύθηκε το 2016.

Αποτελέσματα: Η Μεντόσα, έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις στον κλάδο του οίνου και της γαστρονομίας. Ενδεικτικά αναφέρονται οι παρακάτω:

- Ανήκει στο παγκόσμιο δίκτυο πόλεων "Great Wine Capitals".
- Ανακηρύχθηκε "Διεθνής Πρωτεύουσα Γαστρονομίας και Οίνου" το 2023 και 2024 στην Ibero-American Gastronomy Fair.
- Αναγνωρίστηκε και επιλέχθηκε ως η νέα "Ibero-American Capital of Wine Harmony", στη Διεθνή Έκθεση Τουρισμού της Μαδρίτης για την περίοδο 2023-2024. Για ένα χρόνο, η επαρχία κατέχει αυτή τη διάκριση που χορηγείται από την Ιβηροαμερικανική Ακαδημία Γαστρονομίας, η οποία εκτιμά όχι μόνο τη γαστρονομία αλλά ολόκληρο το περιβάλλον που ενισχύει αυτή την αρμονία, η οποία περιλαμβάνει τη βιωσιμότητα, την αμπελοκαλλιέργεια, το συνδυασμό τροφίμων, τον τουρισμό κ.λπ.
- Αποτέλεσε προορισμό του διάσημου Οδηγού Michelin το 2023.

Επίσης, ο οργανισμός τουριστικής προβολής της Μεντόσα, για να μετρήσει την αποτελεσματικότητα των δράσεών της, έχει δημιουργήσει ένα Παρατηρητήριο, το οποίο παρουσιάζει στατιστικά δεδομένα. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία για το 2023, ο ετήσιος αριθμός τουριστών ήταν 3.822.240 και η μέση διαμονή τους 4 ημέρες. Το 22,4% των επισκεπτών θεωρούν τους αμπελώνες και τα οινοποιεία της περιοχής το δεύτερο σε ελκυστικότητα χαρακτηριστικό του τόπου μετά την οροσειρά της (22,8%) και το 19,6% επισκέπτεται την περιοχή για τους αμπελώνες και τα οινοποιεία της (οι πολιτιστικές δραστηριότητες και τα φυσικά της τοπία προηγούνται σε προτίμηση).

3.1.8 Οργανισμός "Visit Napa Valley"[42]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	ΗΠΑ, Καλιφόρνια - Napa Valley

Γιατί είναι καλή πρακτική: Η περίπτωση διαχείρισης του οινοτουρισμού στην κομητεία της Napa Valley αποτελεί μία καλή πρακτική καθώς, ενώ δεν θεωρείται μία περιοχή με μακρόχρονη οινική ιστορία και παράδοση, έχει καταστεί ένας κορυφαίος οινικός προορισμός για τους λάτρεις του κρασιού παγκοσμίως. Βασιζόμενη στην προώθηση και προσφορά πληθώρας οινοτουριστικών εμπειριών και στην ισχυρή προσπάθεια μάρκετινγκ, η κομητεία της Napa Valley, κύριος πρεσβευτής του οινοτουρισμού της κοιλάδας, δημιουργεί μία ισχυρή οινική ταυτότητα όμοια με αυτές των παραδοσιακά ιστορικών προορισμών κρασιού της Ευρώπης (Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία).

[42] Η επίσημη ιστοσελίδα του οργανισμού "Visit Napa Valley" είναι: https://www.visitnapavalley.com/

Πως εφαρμόζεται: Η παραγωγή κρασιού στις Ηνωμένες Πολιτείες ξεκινάει από τον 16ο αιώνα, όταν Γάλλοι άποικοι άρχισαν να καλλιεργούν αμπελώνες στην περιοχή της Φλόριντα. Παρόλ' αυτά, η παραγωγή κρασιού ξεκίνησε να εδραιώνεται από τον 17ο και τον 18ο αιώνα και παρά τις σημαντικές προκλήσεις που αντιμετώπισε στις αρχές του 20ου, άρχισε και πάλι να ανακάμπτει τις δεκαετίες του 1960 και του 1970. Εκείνη την περίοδο, μία νέα γενιά οινοποιών στην Καλιφόρνια, επικεντρώθηκε στη βελτίωση της ποιότητας των κρασιών τους, θέτοντας τις βάσεις για την αναγέννηση της αμερικανικής παραγωγής κρασιού.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η οινοτουριστική ανάπτυξη των ΗΠΑ, δεδομένης της έλλειψης μακρόχρονης ιστορίας στον αμπελοοινικό τομέα (σε αντίθεση με την Ευρώπη), βασίστηκε κυρίως στα γραφικά τοπία αμπελώνων και στις οινικές εμπειρίες που αναπτύχθηκαν στα οινοποιεία, κάνοντάς τα πιο ελκυστικά στους επισκέπτες. Για τον λόγο αυτό σήμερα, πολλά οινοποιεία προσφέρουν μία ποικιλία εμπειριών, από ξεναγήσεις σε αμπελώνες και γευσιγνωσίες μέχρι εργαστήρια εκπαίδευσης κρασιού και ειδικές εκδηλώσεις. Αυτή η ανάπτυξη στον οινοτουρισμό όχι μόνο παρείχε μια πρόσθετη ροή εσόδων για τα οινοποιεία, αλλά συνέβαλε επίσης στην προώθηση της αμερικανικής οινικής κουλτούρας.

Ορόσημο στην οινική παραγωγή και παράγοντας αναζωπύρωσης της βιομηχανίας κρασιού των ΗΠΑ ήταν η ίδρυση των "Αμερικανικών Αμπελουργικών Περιοχών" (AVA) το 1980, οι οποίες είναι χαρακτηρισμένες αμπελουργικές περιοχές με διαφορετικά γεωγραφικά και κλιματικά χαρακτηριστικά. Το σύστημα AVA απαριθμεί σήμερα 267 AVA (περιοχές ΠΟΠ) σε όλη τη χώρα, με τις περισσότερες να βρίσκονται στην Καλιφόρνια.

Σήμερα, οι Ηνωμένες Πολιτείες έχουν πάνω από 390.000 εκτάρια αμπελώνων που κατανέμονται και στις 50 πολιτείες, με την Καλιφόρνια να είναι υπεύθυνη για το 85% της παραγωγής κρασιού στις ΗΠΑ. Οι πιο διάσημες οινοπαραγωγικές περιοχές της πολιτείας είναι η κοιλάδα Napa (Napa Valley) και η κομητεία Sonoma. Η Napa Valley βρίσκεται στη Βόρεια Καλιφόρνια και είναι γνωστή για τα υψηλής ποιότητας κρασιά και τα τοπία της, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Οι αμπελώνες της κοιλάδας καλύπτουν περίπου 18.623 εκτάρια, με περισσότερες από 40 ποικιλίες σταφυλιού. Η οινοποιία της Napa Valley χαρακτηρίζεται από την ισχυρή οικογενειακή επιχειρηματική της δομή, με το 95% των 475 οινοποιείων της περιοχής να είναι οικογενειακά, ενώ το 1981 αναγνωρίστηκε επίσημα ως Αμερικανική Αμπελουργική Περιοχή με 16 υποπεριοχές AVA.

Παρά την ανάπτυξη του οινοτουρισμού, οι ΗΠΑ δεν διαθέτουν έναν κεντρικό οργανισμό υπεύθυνο για τη διαχείριση ή την προώθηση του οινοτουρισμού σε εθνικό επίπεδο. Το Εθνικό Γραφείο Ταξιδιών και Τουρισμού (NTTO), υπό το Υπουργείο Εμπορίου των ΗΠΑ, είναι υπεύθυνο για τη γενική προώθηση του ταξιδιού και του τουρισμού στις Ηνωμένες Πολιτείες και δεν υπάρχει συγκεκριμένη εθνική στρατηγική για την προώθηση του οινοτουρισμού. Στην περίπτωση της Napa Valley, ο οινοτουρισμός αποτελεί περιφερειακή υπόθεση και συγκεκριμένα εποπτεύεται από το "Visit Napa Valley", τον επίσημο οργανισμό μάρκετινγκ προορισμών της κομητείας. Αν και δεν υπάρχει επίσημο περιφερειακό σχέδιο ή στρατηγική που να επικεντρώνεται ειδικά στον οινοτουρισμό, το Visit Napa Valley εργάζεται για να τοποθετήσει την περιοχή ως κορυφαίο οινικό προορισμό μέσω του μάρκετινγκ και των προσπαθειών συνεργασίας με τοπικούς φορείς όπως είναι οι "Napa Valley Vintners" (εμπορική ένωση οινοποιών) και "Napa Valley Grapegrowers" (ένωση αμπελουργών).

Στο πλαίσιο του μάρκετινγκ και της προώθησης του οινοτουρισμού, ο επίσημος ιστότοπος του Visit Napa Valley διαθέτει μια ειδική ενότητα για τον οινοτουρισμό, προσφέροντας πληροφορίες για την αμπελοοινική ιστορία, τις ποικιλίες σταφυλιού και τις περιοχές AVA της κοιλάδας. Επιπλέον παρουσιάζει τα οινοποιεία και τις υπηρεσίες τους, τους χώρους

γευσιγνωσίας και τους χώρους που προσφέρουν μαθήματα οινογευσίας και μαγειρικής, τις οινοτουριστικές υπηρεσίες που προσφέρονται (πχ. πολυτελή αυτοκίνητα, μηχανές, sidecars, πικ νικ, διοργάνωση εκδηλώσεων κτλ.), καθώς και τις υπηρεσίες αποστολής δεμάτων με κρασιά (για όσους επιθυμούν να αγοράσουν κρασιά και να τα στείλουν με ασφάλειας στον τόπο τους). Επιπλέον, προωθούνται συνοδευτικές δραστηριότητες όπως αθλητικές (πεζοπορία, ποδηλασία, γκολφ κτλ.), ευεξίας και άλλες πιο ιδιαίτερες (πχ. περιήγηση με αερόστατο). Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο επισκέπτης μπορεί να αγοράσει διαδικτυακά την υπηρεσία που επιθυμεί στον ίδιο ιστότοπο. Οι περισσότερες από τις ανωτέρω πληροφορίες αποτυπώνονται σε έναν λεπτομερή χάρτη διευκολύνοντας περισσότερο τον επισκέπτη. Επιπλέον, παρέχονται συνοδευτικές πληροφορίες όπως προτάσεις για διαμονή, φαγητό και 14 θεματικές διαδρομές (πχ. pet friendly, LGBTQ+, για παιδιά, για τους λάτρεις της τέχνης, για γυναικείες ή ανδρικές παρέες, για ομαδικά tours ή επισκέπτες που ταξιδεύουν μόνοι τους κτλ.).

Στο πλαίσιο εξατομικευμένων υπηρεσιών, δίνεται η δυνατότητα στον επισκέπτη να επιλέξει ανάμεσα σε 8 τύπους οινοποιείων (πχ. οικολογικά, περιπετειώδη, VIP κτλ.) και ανάλογα με τον τύπο που επιθυμεί, του δίνονται οι αντίστοιχες προτάσεις οινοποιείων. Επιπλέον δίνονται και κάποιες πρακτικές συμβουλές στους επισκέπτες προκειμένου να μην βρεθούν εκτεθειμένοι κατά τη διάρκεια μίας οινικής εμπειρίας. Ενδεικτικά αναφέρεται η προ-κράτηση της επίσκεψης του επισκέπτη, προκειμένου να διασφαλιστεί και η προσφορά tip (θεωρείται πολύ σημαντική και γίνεται αναφορά σε ενδεικτικά ποσά).

Σημαντική είναι και η προσπάθεια του Visit Napa Valley στην προώθηση βιώσιμων πρακτικών στον οινοτουρισμό. Ήδη από το 1968 η Napa Valley ορίστηκε ως το πρώτο γεωργικό καταφύγιο των Ηνωμένων Πολιτειών, το οποίο προστατεύεται και διατηρείται. Σήμερα, ωστόσο γίνονται και άλλες δράσεις προς την κατεύθυνση της προστασίας. Αρχικά προωθούνται τα οινοποιεία που κατέχουν το σήμα Napa Green Winery, μία πιστοποίηση της ένωσης Napa Valley Vintners, η οποία επικυρώνει τις βιώσιμες πρακτικές που ακολουθούνται από τα οινοποιεία της περιοχής, από την ενεργειακή απόδοση και το νερό μέχρι την κοινωνική ισότητα και τη δράση για το κλίμα. Τα οινοποιεία αυτά προβάλλονται στην επίσημη ιστοσελίδα του Visit Napa Valley μαζί με προτάσεις eco-friendly διαμονής. Σήμερα υπάρχουν περισσότερα από 90 πιστοποιημένα οινοποιεία Napa Green, που αντιπροσωπεύουν το 40% όλων των πιστοποιημένων βιώσιμων οινοποιείων στην Καλιφόρνια και το 34% όλων των πιστοποιημένων βιώσιμων οινοποιείων στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Επίσης, στην ιστοσελίδα προβάλλονται και οι οινικές πεζοπορικές ή ποδηλατικές διαδρομές, ως ήπιες τουριστικές εμπειρίες που δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον και τη φύση. Μάλιστα, η Napa Valley Vine Trail Coalition, ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός έχει ολοκληρώσει μέχρι σήμερα 12,5 μίλια ενός συστήματος μονοπατιών πεζοπορίας/ποδηλασίας που εκτείνεται από την πόλη της Napa βόρεια έως το Yountville. Ο οργανισμός αυτός εργάζεται για την κατασκευή 47μιλίων μονοπατιού ελεύθερης πρόσβασης που θα διατρέχει όλο το μήκος της κοιλάδας.

Επιπλέον, στο πλαίσιο ευαισθητοποίησης του επισκέπτη και την ανάπτυξη ενός περισσότερο υπεύθυνου τουρισμού, το Visit Napa Valley παροτρύνει τον επισκέπτη:

- να θαυμάσει από μακριά τους αμπελώνες και να μην περπατήσει σε αυτούς, καθώς είναι ένα ευαίσθητο οικοσύστημα (εκτός αν γίνει στο πλαίσιο μιας οινικής περιήγησης),
- να αγοράσει τοπικά προϊόντα υποστηρίζοντας τους τοπικούς επιχειρηματίες και καλλιεργητές,

- να αποφύγει τη χρήση πλαστικής σακούλας,
- να περπατήσει μόνο στα σηματοδοτημένα μονοπάτια προκειμένου να προστατέψει τα ευαίσθητα και άγρια οικοσυστήματα,
- να αποφύγει τη χρήση IX οχήματος και να προτιμήσει το ποδήλατο ή το περπάτημα και
- να μην αφήνει απορρίμματα.

Στην περίπτωση διαμονής του σε κάποιο κατάλυμα τον παροτρύνει:

- να μην απαιτεί την καθημερινή αλλαγή λευκών ειδών,
- να διαχωρίζει τα σκουπίδια του και να τα ανακυκλώνει,
- να φέρει δικό του επαναχρησιμοποιούμενο μπουκάλι νερού και
- να ενημερωθεί από το κατάλυμα για τις πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθεί.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι ο οργανισμός Visit Napa Valley κάνει μία σημαντική προσπάθεια προκειμένου να διασφαλιστεί η προσβασιμότητα σε ΑμεΑ. Στο πλαίσιο αυτό ο ιστότοπος προσφέρει την απαραίτητη τεχνολογία προκειμένου οι πληροφορίες του να είναι προσβάσιμες σε όλους.

Που εφαρμόζεται: Η προσπάθεια προώθησης και προβολής του οινοτουρισμού στην περιοχή της Napa Valley της Καλιφόρνιας και οι πρωτοβουλίες διαχείρισής του από την αντίστοιχη κομητεία, αφορούν άμεσα τους επισκέπτες της περιοχής και ιδιαίτερα αυτούς που θέλουν να βιώσουν μία οινική εμπειρία στον πιο δημοφιλή οινικό προορισμό των ΗΠΑ.

Πότε εφαρμόστηκε: Ο οργανισμός "Visit Napa Valley" ιδρύθηκε το 1990.

Αποτελέσματα: Η αποτελεσματικότητα των δράσεων του Visit Napa Valley αποτυπώνεται σε έρευνα της, για το 2023, σύμφωνα με την οποία, η περιοχή υποδέχτηκε συνολικά 3,7 εκατομμύρια επισκέπτες και η τουριστική βιομηχανία έφερε 107,5 εκατομμύρια δολάρια έσοδα (αύξηση 26% από το 2018). Οι επισκέπτες ξόδεψαν 2,5 δισεκατομμύρια δολάρια για την υποστήριξη τοπικών επιχειρήσεων, ενώ οι άμεσες δαπάνες επισκεπτών αυξήθηκαν κατά 13% από το 2018. Το 90% των τουριστών είναι από τις ΗΠΑ και μόλις το 10% από το εξωτερικό. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η τουριστική βιομηχανία έρχεται δεύτερη μετά τη βιομηχανία κρασιού, υποστηρίζοντας περίπου 16.000 θέσεις εργασίας στην κοινότητα.

Ο οινοτουρισμός αποτελεί την κύρια δραστηριότητα των τουριστών, καταλαμβάνοντας το 79% των υπόλοιπων δραστηριοτήτων (φαγητό, αγορές κτλ.). Ο μέσος όρος επισκέψεων σε οινοποιεία είναι οι 3 επισκέψεις και σε αυτόνομους χώρους γευσιγνωσιών οι 2.

3.1.9 Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος[43]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Μακεδονία

Γιατί είναι καλή πρακτική;

Η Ένωση "Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος" θεωρείται μία καλή πρακτική δικτύου καθώς, πέραν της προβολής των κρασιών της Βορείου Ελλάδος, κάνει σημαντικές προσπάθειες προκειμένου να προωθηθεί η οινική ιστορία και παράδοση της περιοχής μέσα από δράσεις οινοτουρισμού. Πρωτοπόρα στον τομέα του οινοτουρισμού στην Ελλάδα, αναγνώρισε τις προκλήσεις που παρουσιάζει ο αμπελουργικός τομέας και άμεσα, στο πλαίσιο μίας

[43] Η επίσημη ιστοσελίδα των Οινοποιών Βορείου Ελλάδος είναι: https://winemakersofnorthgreece.gr/

συλλογικής πρωτοβουλίας των ντόπιων οινοπαραγωγών προσπάθησε να σχεδιάσει και να προωθήσει τον οινοτουρισμό, ως ένα προϊόν με μεγάλη δυναμική για την τοπική ανάπτυξη.

Πώς εφαρμόζεται;

Σύμφωνα με αρχαιολογικά ευρήματα (κύπελλα, κρατήρες, αμφορείς, οινοχόες) που βρέθηκαν στην περιοχή της Μακεδονίας, η αμπελοοινική ιστορία στη βόρεια Ελλάδα ξεκινά πριν από περίπου 7.000 χρόνια και η αμπελοοινική της εικόνα διαμορφώνεται από τους αμπελώνες που αναπτύσσονται στις πλαγιές του Ολύμπου και του Παγγαίου Όρους, τον παραθαλάσσιο αμπελώνα της Χαλκιδικής και τον ορεινότερο της Ηπείρου. Στο σύνολο της περιοχής καλλιεργούνται 17 γηγενείς και διεθνείς ποικιλίες και έχουν οριοθετηθεί 6 Ζώνες με ένδειξη Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (Αμύνταιο, Νάουσα, Γουμένισσα, Ζίτσα, Πλαγιές Μελίτωνα και Ραψάνη). Επιπλέον, υπάρχουν 3 γεωγραφικά διαμερίσματα (Μακεδονία, Θράκη, Ήπειρος) με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη και 30 περιφερειακές ενότητες/περιοχές-πόλεις.

Η πρώτη τοπική συλλογική προσπάθεια δικτύωσης στον αμπελοοινικό κλάδο με σκοπό την αντιμετώπιση των προκλήσεων που αντιμετωπίζει ο τομέας έγινε το 1993. Συγκεκριμένα, 13 οινοπαραγωγοί από τη Μακεδονία πήραν μία πρωτοπόρα πρωτοβουλία, για τα τότε ελληνικά δεδομένα και ίδρυσαν την «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Μακεδονίας». Η ένωση μέσα στα χρόνια άλλαξε πολλές ονομασίες. Αρχικά, το 2002 μετονομάστηκε σε «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος», καθώς στο δίκτυο εντάχθηκαν μέλη από τη Θράκη και την Ήπειρο, το 2010 ανανέωσε την εικόνα της αποκτώντας τον διακριτικό τίτλο «Οίνοι Βορείου Ελλάδος», ενώ το 2019 υιοθέτησε τον τίτλο «Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος», που ισχύει μέχρι και σήμερα, αποδίδοντας πρωταρχικό ρόλο στον ίδιο τον δημιουργό των ποιοτικών επώνυμων οίνων της Βόρειας Ελλάδας.

Σήμερα η Ένωση απαριθμεί 37 μέλη και στόχος της είναι:

- Η ανάδειξη του επώνυμου τυποποιημένου ελληνικού κρασιού που παράγεται από τα μέλη της.
- Η διαρκής εκπαίδευση και ενημέρωση επαγγελματιών και καταναλωτών του κρασιού μέσα από εκδηλώσεις και σεμινάρια.
- Η προστασία και ανάδειξη των περιοχών και ονομασιών προέλευσης και των γηγενών ποικιλιών του αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος.
- Η στήριξη της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς και των τοπικών δραστηριοτήτων με κεντρικό άξονα το αμπέλι και το κρασί.
- Η συμβολή στη δημιουργία και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού θεσμικού και νομικού πλαισίου που αφορά τον αμπελοοινικό κλάδο.
- Η προαγωγή του στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού για το ελληνικό κρασί.
- Η συμμετοχή και η συνεργασία με διεθνείς εταιρείες και οργανισμούς.

Ο τομέας του οινοτουρισμού αρχίζει να απασχολεί την Ένωση 4 χρόνια μετά την ίδρυσή του, με πρώτη δράση τη δημιουργία του πρώτου οινοτουριστικού δικτύου διαδρομών με την ονομασία "Δρόμοι του Κρασιού της Μακεδονίας" (σήμερα "Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος"). Ήταν μία πρωτοβουλία που ξεκίνησε στο πλαίσιο των δράσεων της "Θεσσαλονίκη Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης" το 1997 και συνεχίστηκε με τη δημιουργία επισκέψιμων οινοποιείων στο οινοτουριστικό δίκτυο, μέσα από το πρόγραμμα Leader II το 2001 και την πλαισίωσή τους από συνδεδεμένες τουριστικές επιχειρήσεις (καταλύματα,

εστιατόρια, εργαστήρια παραδοσιακών προϊόντων-τροφίμων, εναλλακτικές δραστηριότητες) μέσα από το πρόγραμμα Leader + το 2008.

Σήμερα, οι "Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος", αποτελούν ένα ολοκληρωμένο οινοτουριστικό δίκτυο 8 θεματικών-χωρικών διαδρομών που διασχίζουν τη Βόρεια Ελλάδα, με στάσεις στους σημαντικούς αμπελοτόπους της βόρειας Θεσσαλίας (Ραψάνη και Κρανιά), της Ηπείρου, της Μακεδονίας και της Θράκης. Το δίκτυο είναι σηματοδοτημένο και αποτελείται από επισκέψιμα οινοποιεία και προτάσεις για διαμονή, εστίαση, τοπικά προϊόντα, εναλλακτικές δραστηριότητες και τουριστικά σημεία ενδιαφέροντος (όλα συνεργαζόμενα μέλη της Ένωσης που έχουν αξιολογηθεί βάσει κοινών προδιαγραφών και φέρουν το αντίστοιχο ειδικό σήμα).

Το δίκτυο αυτό αποτέλεσε την αρχή για τη δημιουργία οινοτουριστικών προτάσεων στη χώρα και την καθιέρωση του οινοτουρισμού ως ενότητα στο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας. Παράλληλα, καθιέρωσε πανελλαδικά δύο ετήσιες οινοτουριστικές εκδηλώσεις, τις «Ανοιχτές Πόρτες» και τον εορτασμό της «Παγκόσμιας Ημέρας Οινοτουρισμού» με στόχο να φέρει τον επισκέπτη πιο κοντά στην οινική παράδοση και κουλτούρα του τόπου και να γίνουν τα οινοποιεία πιο προσιτά στον μέσο καταναλωτή.

Μία ακόμη σημαντική πρωτοβουλία της Ένωσης είναι η διοργάνωση του "Διεθνή Διαγωνισμού Οίνου και Αποσταγμάτων Θεσσαλονίκης". Στον διαγωνισμό συμμετέχουν οινοποιεία κυρίως από την Ελλάδα και την Κύπρο αλλά και άλλες οινοπαραγωγικές χώρες καθώς επίσης και διακεκριμένοι master of wine και master sommelier από όλον τον κόσμο. Σήμερα, ο διαγωνισμός έχει μετονομαστεί σε "Thessaloniki Wine & Spirits Trophy" και πραγματοποιείται κάθε χρόνο με την υποστήριξη του Υπουργείου Γεωργικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και όλων των οινικών φορέων της Ελλάδας.

Σημαντικός οινικός θεσμός που διοργανώνεται επίσης από την Ένωση είναι και η εκδήλωση "Τα ΒορΟινά", που περιλαμβάνει την γευστική δοκιμή οίνων και αποσταγμάτων των Οινοποιών Βορείου Ελλάδος. Η εκδήλωση πραγματοποιείται ετήσια στη Θεσσαλονίκη και στην Αθήνα ενώ περιστασιακά και σε άλλες πόλεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Πρόκειται για εκδηλώσεις ειδικά δημοφιλείς στο ευρύ κοινό που συνήθως πλαισιώνονται από μικρότερες θεματικές δράσεις οινογνωσίας και οινογευσίας.

Στο πλαίσιο εκπαίδευσης, γνωριμίας με το κρασί και διάδοσης της οινικής κουλτούρας, υλοποιεί ετησίως πλήθος θεματικών εκδηλώσεων οινογνωσίας και οινογευσίας για το κοινό, προκειμένου να εμβαθύνει τις γνώσεις του για το κρασί σχετικά με την παραγωγή αλλά και τους τρόπους της κατανάλωσής του. Επίσης διοργανώνει τα ειδικά "Σεμινάρια Οίνου" που απευθύνονται κυρίως σε ιδιοκτήτες και εργαζόμενους επιχειρήσεων, όπως εστιατόρια, wine bars, ξενοδοχεία, κάβες, super markets, delicatessen κτλ, αλλά και σε καταναλωτές που επιθυμούν να εμπλουτίσουν τις οινικές τους γνώσεις.

Επίσης, οι Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος έχουν δημιουργήσει στην πόλη της Θεσσαλονίκης έναν ειδικό χώρο στον οποίο πραγματοποιούνται εκδηλώσεις για το κοινό, για καταναλωτές και επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στην εστίαση και στο εμπόριο οίνων. Θεματικές γευστικές δοκιμές, εκπαιδευτικά σεμινάρια και ανοιχτές οινογευσίες είναι κάποιες από τις υπηρεσίες που παρέχονται. Εκεί, το κοινό μπορεί να ενημερωθεί και για τους "Δρόμους του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος", τα επισκέψιμα οινοποιεία και τη λειτουργία τους.

Τέλος, στο πλαίσιο της κοινωνικής της ευθύνης, η Ένωση είναι μέλος του δικτύου "Wine in Moderation" μέσω του οποίου υποστηρίζει την προώθηση της κατανάλωσης κρασιού με μέτρο. Το πρόγραμμα αυτό έχει ως στόχο να επιδείξει την κοινωνική του ευθύνη στις

ευρωπαϊκές αρχές για την καταπολέμηση της καταχρηστικής κατανάλωσης αλκοόλ και των επιβλαβών συνεπειών του στην κοινωνία.

Πού εφαρμόζεται;
Οι δράσεις των Οινοποιών Βορείου Ελλάδος απευθύνονται σε επιχειρήσεις του οινικού κλάδου και έχουν ως σκοπό την προβολή και προώθηση των κρασιών της βόρειας Ελλάδας, εντός και εκτός της χώρας. Παράλληλα στοχεύουν και στους επισκέπτες της περιοχής, μέσα από τις δράσεις οινοτουρισμού που αναπτύσσουν.

Πότε εφαρμόστηκε;
Η Ένωση "Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος" ιδρύθηκε το 1993.

Αποτελέσματα
Σύμφωνα με τους Οινοποιούς Βορείου Ελλάδος, πριν την πανδημία οι επισκέπτες στα οινοποιεία της Βόρειας Ελλάδας είχαν φτάσει τους 100.000 μέσα σε ένα χρόνο και στις δύο οινοτουριστικές εκδηλώσεις (Ανοιχτές Πόρτες και Παγκόσμια Ημέρα Οινοτουρισμού) σημειώθηκαν πάνω από 20.000 επισκέπτες. Το 2024 στις Ανοιχτές Πόρτες οι επισκέπτες ξεπέρασαν τους 22.000 συνολικά στα οινοποιεία-μέλη της Ένωσης. Το μεγαλύτερο ποσοστό που επισκέπτεται τα οινοποιεία στη Βόρεια Ελλάδα κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου προέρχεται από την εγχώρια αγορά.

3.1.10 Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης[44]

Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Κρήτη

Γιατί είναι καλή πρακτική: Το Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης θεωρείται μία καλή πρακτική δικτύου καθώς, πέραν της προβολής των κρητικών κρασιών εντός και εκτός Ελλάδας, κάνει σημαντικές προσπάθειες προκειμένου να προωθηθεί η οινική ιστορία και παράδοση της Κρήτης μέσα από δράσεις οινοτουρισμού. Αναγνωρίζοντας τις προκλήσεις που παρουσιάζει ο γεωργικός τομέας, άμεσα και στο πλαίσιο μίας συλλογικής δουλειάς προσπάθησε να σχεδιάσει και να προωθήσει τον οινοτουρισμό, ως ένα προϊόν με μεγάλη δυναμική για την τοπική ανάπτυξη.

Πώς εφαρμόζεται: Ο κρητικός αμπελώνας αναπτύσσεται από το ανατολικότερο έως το δυτικότερο άκρο του νησιού και κυρίως στη βόρεια πλευρά του, προφυλασσόμενος από τους θερμούς ανέμους του Λιβυκού πελάγους. Θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους σε έκταση, αλλά και σε παραγωγή της Ελλάδας και είναι ο πλέον ιστορικός και διαχρονικός σε ολόκληρη την Ευρώπη, αν όχι σε ολόκληρο τον κόσμο. Η διαχρονική παρουσία του κρητικού αμπελώνα, ήδη από τα μινωικά χρόνια, αποδεικνύεται από την αρχαιολογική σκαπάνη και την ιστορική-αρχειακή έρευνα που έχει πραγματοποιηθεί. Μάλιστα, το αρχαιότερο πατητήρι σταφυλιών, ηλικίας μεγαλύτερης των 3.500 ετών, έχει ανακαλυφθεί στην περιοχή του Βαθύπετρου, καθώς και αμφορείς, υπόγειοι χώροι αποθήκευσης, σχετικές απεικονίσεις σε όλα τα μινωικά ανάκτορα, αλλά και αναρίθμητες καταχωρίσεις για μεγάλες ποσότητες κρασιού στα μινωικά αρχεία, σηματοδοτώντας όχι μόνο τον κεντρικό ρόλο που είχε το κρασί στη ζωή του νησιού,

[44] Η επίσημη ιστοσελίδα του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης είναι: https://www.winesofcrete.gr/

αλλά και το υψηλό επίπεδο γνώσης των Μινωιτών για αυτό. Επίσης, από τον Όμηρο αποδεικνύεται ότι τα κρητικά κρασιά ήταν ξακουστά σε όλο τον τότε γνωστό κόσμο.

Η καλλιέργεια του αμπελιού και η παραγωγή κρασιού στην Κρήτη συνεχίστηκε στη διάρκεια των αιώνων, παρά τις σημαντικές εξελίξεις που προκάλεσαν πολλές αλλαγές στην οινοπαραγωγή. Η πρώτη ήταν η απότομη και εκρηκτική άνοδος του τουρισμού του νησιού, στα τέλη της δεκαετίας του 70' που έστρεψε πάρα πολύ κόσμο σε άλλες ασχολίες, από τις εν γένει γεωργικές. Η μείωση της έκτασης των αμπελιών και συνεπώς και της παραγωγής ήρθε ως αναπόφευκτο γεγονός. Παραλλήλως, ο τουρισμός έκανε συνεχώς και πιο επιτακτική την ανάγκη παραγωγής κρασιών πιο κοντά στα ευρωπαϊκά πρότυπα, με αποτέλεσμα ο μεγάλος όγκος της παραγωγής κρασιού στην Κρήτη να περάσει σταδιακά σε οργανωμένα οινοποιεία.

Σε συνέχεια των ανωτέρω, οι λίγες και ιστορικές οινοποιητικές μονάδες του παρελθόντος άρχισαν να εκσυγχρονίζονται και να προστίθενται σταδιακά πλήθος νέων μεσαίων και μικρών αμπελοοινικών επιχειρήσεων. Τα κρασιά παράγονταν με μεγαλύτερη φροντίδα, σε όλο και μεγαλύτερη γκάμα τύπων, ώστε να καλυφθεί η ζήτηση που δημιουργούσε ο τουρισμός και ταυτόχρονα άρχισαν να εξελίσσονται και τα γευστικά γούστα. Έτσι άρχισε να διαμορφώνεται η νέα γενιά των σύγχρονων κρητικών κρασιών.

Στο πλαίσιο αυτό, και σαν αποτέλεσμα των νέων τουριστικών τάσεων, αρχίζει να αναπτύσσεται στην Κρήτη ο οινοτουρισμός από τοπικές πρωτοβουλίες. Από το 2006, ο Κρητικός οινοποιητικός κλάδος μπήκε σε νέα τροχιά ανάπτυξης ακολουθώντας μια νοοτροπία συνεργασίας και συνεργιών, ιδρύοντας το Δίκτυο Οινοποιών Νομού Ηρακλείου και δύο χρόνια αργότερα το Δίκτυο Οινοποιών Νομών Χανίων και Ρεθύμνου, με σκοπό την δικτύωση των οινοπαραγωγών του νησιού και την συλλογική τους δραστηριοποίηση, για πρώτη φορά και με στόχο να αναδείξουν το κρασί ως σημαντικό αγροτικό προϊόν. Οινοποιεία που καλύπτουν πάνω από το 90% της εμφιαλωμένης παραγωγής στο νησί συνεργάζονται, οργανώνουν κοινές δράσεις και διαχειρίζονται εθνικά και κοινοτικά κονδύλια, με σκοπό την προώθηση τόσο του προϊόντος όσο και του τουριστικού του δυναμικού. Τα μέλη των δικτύων αποτελούνται τόσο από ιδιωτικά όσο και από συνεταιριστικά οινοποιεία, μικρές και μεγάλες μονάδες που λειτουργούν όλα στο ίδιο επίπεδο.

Σημαντικός σταθμός στην αμπελοϊνική ιστορία του τόπου αποτέλεσε η θέσπιση της ζώνης Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (Π.Γ.Ε.) Κρήτης, που θεσπίστηκε το 1989, την οποία συγκροτούν οι 4 περιφερειακές ενότητες του νησιού: Λασίθι, Ηράκλειο, Ρέθυμνο και Χανιά. Ο Π.Γ.Ε. Κρήτη είναι, μετά τον Π.Γ.Ε. Πελοπόννησος, ο 2ος πιο αναπτυγμένος οίνος Π.Γ.Ε. στη χώρα.

Σήμερα, τα δύο Δίκτυα εξακολουθούν να λειτουργούν αυτόνομα αλλά και παράλληλα κάτω από την ομπρέλα της πρωτοβουλίας "Wines of Crete" και με ένα συλλογικό προγραμματισμό δράσεων. Οι βασικοί στόχοι της πρωτοβουλίας είναι η προώθηση και αναγνώριση του Κρητικού κρασιού, εντός και εκτός Ελλάδας και η ανάπτυξη του οινοτουριστικού ρεύματος στο νησί, εκμεταλλευόμενοι μια σειρά "τουριστικών" πλεονεκτημάτων που διαθέτει το νησί. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από διάφορες δράσεις και ενέργειες τους όπως:

- Η υλοποίηση εκπαιδεύσεων για τον καταναλωτή και τον επαγγελματία.
- Η συμμετοχή σε οργανωμένες γευσιγνωσίες, εκθέσεις και εκδηλώσεις που αφορούν το κρασί.
- Η συνεργασία με επιχειρήσεις εστίασης στο πλαίσιο εκδηλώσεων οινοτουρισμού.
- Η υλοποίηση σημαντικών οινικών εκδηλώσεων όπως τα "ΟιΝοτικά"

- Η δημιουργία της διαδικτυακής πύλης "Wines of Crete" και της αντίστοιχης εφαρμογής. Σε αυτήν παρουσιάζεται η πλούσια οινική ιστορία της Κρήτης, οι 11 ποικιλίες που καλλιεργούνται στον κρητικό αμπελώνα, οινικές διαδρομές για τους επισκέπτες καθώς και πληροφορίες για την κρητική διατροφή και συνταγές.
- Η αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων για προβολή και προώθηση.
- Ο σχεδιασμός των «Δρόμων του Κρασιού» και η δημιουργία οδικής σήμανσης. Σήμερα προβάλλονται 10 οινικές διαδρομές συνοδευόμενες από προτάσεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος.
- Η δημιουργία του σήματος «Επισκέψιμα Οινοποιεία», ως αποτέλεσμα της συνεργασία των δύο Δικτύων με το «Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας», υπό την αιγίδα της Περιφέρειας Κρήτης. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, το «Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας» ανέλαβε την υποστήριξη του Δικτύου Οινοποιών στα εξής πεδία: διοικητική υποστήριξη, προβολή του κρητικού οίνου και προώθηση και ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Μέσω της δράσης αυτής η Περιφέρεια Κρήτης στοχεύει να ενισχύσει τον κλάδο του κρητικού κρασιού και την άμεση ανάπτυξη του οινικού τουρισμού που θα εμπλουτίσει το τουριστικό προφίλ της Κρήτης. Το σήμα των «Επισκέψιμων Οινοποιείων» αποτελεί το δεύτερο της Περιφερειακής Ετικέτας «Κρήτη», ενισχύοντας το κύρος και την αναγνωρισιμότητα του σήματος από την Περιφέρεια Κρήτης και αναδεικνύοντας τη σημασία του κρασιού στην ταυτότητα του νησιού. Οι βασικές προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί ένα οινοποιείο ώστε να του χορηγηθεί το σήμα είναι:
- Εύκολη πρόσβαση στα πιστοποιημένα οινοποιεία.
- Αναλυτική ενημέρωση των επισκεπτών για τα προϊόντα του κρητικού αμπελώνα.
- Κατάλληλοι χώροι υποδοχής και χρήση κατάλληλου εξοπλισμού για την πραγματοποίηση οινογνωσιών.
- Άνετες και ασφαλείς ξεναγήσεις στους χώρους των πιστοποιημένων οινοποιείων.
- Τήρηση όλων των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.

Πού εφαρμόζεται: Οι δράσεις του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης απευθύνονται σε επιχειρήσεις του οινικού κλάδου και έχουν ως σκοπό την προβολή και προώθηση των ισπανικών κρασιών, εντός και εκτός της χώρας. Παράλληλα στοχεύουν και στους επισκέπτες της Κρήτης, μέσα από τις δράσεις οινοτουρισμού που αναπτύσσουν.

Πότε εφαρμόστηκε: Το Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης ιδρύθηκε το 2006.

Αποτελέσματα: Η αποτελεσματικότητα των δράσεων του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης φαίνεται από το γεγονός ότι η Κρήτη διαθέτει πλέον την εικόνα μιας πολύ ενεργής και δυναμικής περιοχής παραγωγής κρασιών ποιότητας, χαρακτηριζόμενη από τη μοναδικότητα των ποικιλιών σταφυλιού που καλλιεργεί. Σύμφωνα με έρευνα της Tourix, βασιζόμενη στις διαδικτυακές αναζητήσεις των χρηστών της google το 2023, η Κρήτη ήταν τρίτη στις αναζητήσεις των υποψήφιων επισκεπτών για wine tours (10.2%), μετά τις αναζητήσεις για Ελλάδα (31.8%) και Σαντορίνη (29.9%).

4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1 Πρόταση Στρατηγικής

Η ανάγκη δημιουργίας ενός ανταγωνιστικού οινοτουριστικού προϊόντος το οποίο θα στηρίζεται στη τάση του Storification, θα διαχέεται στο χρόνο με ανθρωποκεντρικό πρόσημο και στο μέλλον, θα υποστηρίζει, θα εμπλουτίζει και θα αναβαθμίζει το υφιστάμενο τουριστικό προϊόν, θεωρείται δεδομένη.

Επομένως η στρατηγική του οινοτουρισμού μεθοδικά και διαχρονικά, θα πρέπει:

… να διαμορφώνει το περιεχόμενο του προϊόντος, να συμπληρώνει θεματικά, χωρικά και ποιοτικά τα κενά και τις ελλείψεις και να θέτει ως βασικό σκοπό: να προσφέρει σύγχρονα προϊόντα και υπηρεσίες που θα τοποθετήσουν το οινοτουριστικό προϊόν στο επίκεντρο του Τοπικού, Εθνικού και Διεθνούς ενδιαφέροντος…

Παρά το γεγονός ότι η παρούσα αναφορά για την δημιουργία στρατηγικής για τον οινοτουρισμό δεν εμπίπτει στο περιεχόμενο της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης, εντούτοις κρίνεται απαραίτητη μια αρχική και μάλιστα ενδεικτικού χαρακτήρα προσέγγιση, χρήσιμη για την κατανόηση της συλλογιστικής, δεδομένου ότι η απουσία στρατηγικής δυσκολεύει εκ των πραγμάτων την απόκτηση συνολικής εικόνας.

Στη βάση των παραπάνω η στρατηγική εξειδικεύεται σε άξονες και προτεραιότητες που οριοθετούν και συγκεκριμενοποιούν, στο μέτρο του δυνατού, πρωτοβουλίες και μέτρα που οδηγούν και παράγουν μετρήσιμα αποτελέσματα.

4.2 Άξονες Στρατηγικής

Δημιουργία Εθνικής Στρατηγικής Οινοτουρισμού - DMMO
Κεφαλαιοποίηση προσπαθειών και καλών πρακτικών
Προϊοντική Κατεύθυνση
Ολοκληρωμένες οινοτουριστικές εμπειρίες
Ελλάδα 12 μήνες Οινοτουριστικός Προορισμός

4.3 Προτεραιότητες Στρατηγικής

1. Διαμόρφωση Οινοτουριστικού Προϊόντος

Στο νέο διεθνές και διαρκώς μεταβαλλόμενο, τουριστικό περιβάλλον το επίκεντρο του ταξιδιού των τουριστών έχει μετατοπιστεί. Οι τουρίστες δεν επισκέπτονται πλέον έναν προορισμό με τρόπο στοχαστικό (π.χ. μόνο για αναψυχή), αλλά επιθυμούν ταυτόχρονα να απολαύσουν εμπειρίες και να πραγματοποιήσουν αξέχαστες δραστηριότητες, σε ένα πλαίσιο που θα τους επιτρέπει να συνδεθούν με τον τόπο προορισμού και να συμμετάσχουν στον τρόπο ζωής και στην κουλτούρα του. Οι επισκέπτες επιζητούν να ανακαλύψουν την ουσία και εικόνα του τόπου που επισκέπτονται, αναζητούν την αυθεντικότητα, την ιδιαίτερη ταυτότητα όχι μόνο των τουριστικών προϊόντων, που αποτελούν το βασικό τους κίνητρο, αλλά και του κοινωνικού πλαισίου γύρω από αυτά. Αντιμετωπίζουν δηλαδή τον προορισμό ως ένα ψηφιδωτό, με επίκεντρο το βασικό τουριστικό προϊόν. Συνεπώς, ο προορισμός οφείλει να αποτελεί ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο εμπειριών που δημιουργεί και προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και μοναδικότητα σε σχέση με άλλους όμοιους προορισμούς. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη, ακόμη και οι λάτρεις του προϊόντος “Sun & Beach” απαιτούν όλο και περισσότερο, μοναδικές, αυθεντικές εμπειρίες που να συνδυάζουν πολλαπλά τουριστικά προϊόντα και πρακτικές βιωσιμότητας (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).

Στη βάση των παραπάνω, η διαμόρφωση του οινοτουριστικού προϊόντος αποτελεί αναγκαιότητα και ζητούμενο. Το νέο οινοτουριστικό προϊόν θα είναι αναμφίβολα ο πυρήνας της στρατηγικής του προορισμού και ταυτόχρονα κυρίαρχο όπλο στη μάχη του ανταγωνισμού. Η προτεραιότητα αφορά:

- Δημιουργία χαρτοφυλακίου Οινικού τουρισμού και οινο-γαστρονομικών εμπειριών.
- Ανάπτυξη ποιοτικών – ανταγωνιστικών πακέτων Οινοτουρισμού.
- Εκπόνηση επαναλαμβανόμενων ερευνών και παρακολούθησης διεθνών τάσεων Οινοτουρισμού και μέτρησης της ικανοποίησης των επισκεπτών.
- Μέριμνα διατήρησης ικανού αριθμού αξιοθέατων επισκέψιμων κατά τη χειμερινή περίοδο.
- Αξιοποίηση διασυνοριακών, διαπεριφερειακών και διακρατικών προγραμμάτων στα πεδία του οινοτουρισμού.

2. Ποιοτική βελτίωση Επιχειρήσεων

Η Ελλάδα για να καταστεί οινοτουριστικός προορισμός, οφείλει να βελτιώσει το επίπεδο ανταγωνιστικότητας που κατέχει και να αυξήσει το μερίδιο στην διεθνή τουριστική αγορά. Όμως και για να καθιερωθεί προορισμός οινοτουρισμού, πρέπει να προσφέρει μοναδική, βιώσιμη και υψηλού επιπέδου εμπειρία σε ολόκληρο το φάσμα της αλυσίδας αξίας του τουρισμού. Αυτό μεταφράζεται μεταξύ άλλων και σε επενδύσεις και επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, που αφορούν στην αναβάθμιση και βελτίωση υφιστάμενων αλλά και στη δημιουργία νέων, βασικών αλλά και ειδικών τουριστικών υποδομών.
Είναι δεδομένο ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί το ακρογωνιαίο λίθος του τουριστικού προϊόντος και ταυτόχρονα τον κινητήριο μοχλό της τουριστικής ανάπτυξης, όπως είναι δεδομένο ότι, όπου ο δημόσιος τομέας παρεμβαίνει στοχευμένα και ποιοτικά, ο ιδιωτικός τομέας σπεύδει να επενδύσει και να δώσει μετρήσιμα αποτελέσματα. Κατά συνέπεια η ενθάρρυνση της επιχειρηματικής κοινότητας να αναλάβει επενδυτικές πρωτοβουλίες, οφείλει να στηρίζεται πρωτίστως σε μέτρα και πολιτικές και δευτερευόντως σε χρηματοδοτικά κίνητρα και πόρους.

Η επιχειρηματικότητα στον τουρισμό επικεντρώνεται κατά βάση στους τομείς της διαμονής και εστίασης, υπηρετώντας το εδραιωμένο μοντέλο «ήλιος και θάλασσα». Ταυτόχρονα, είναι περιορισμένες οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στον τομέα του οινοτουρισμού και στην ανάπτυξη εμπειρικών προϊόντων. Επομένως πρέπει να δοθεί προτεραιότητα , στην βελτίωση της εικόνας και ανταγωνιστικότητας του κάθε οινικού προορισμού και στην βελτίωση δεικτών όπως π.χ. η εποχικότητα, η διάρκεια διαμονής, η μέση ημερήσια δαπάνη, ο αριθμός δικτύων οινοποιών ανά γεωγραφική ζώνη ή περιοχή ή ΟΤΔ .κ.α.

3. Αναβάθμιση Επαγγελματικών Δεξιοτήτων

Ο ανθρώπινος παράγοντας δεδομένης και της φύσης του οινοτουριστικού κλάδου, υπογραμμίζει την βαρύτητα και σημασία που διαδραματίζει και καταγράφει την ανάγκη προσαρμογής επαγγελματιών και εργαζομένων, στις σύγχρονες συνθήκες και απαιτήσεις που κατά προτεραιότητα εστιάζουν στην κουλτούρα, γνώση και κυρίως στην αφοσίωση και στις υψηλές δεξιότητες. Η αποτελεσματική διαχείριση, προβολή και προώθηση ενός οινικού προορισμού και μάλιστα με τρόπο σύγχρονο, ανταγωνιστικό και απόλυτα αποδεκτό, αποκτά όλο και περισσότερη βαρύτητα και προτεραιότητα σε ό,τι αφορά τόσο την ζήτηση όσο και την προσφορά του οινοτουριστικού προϊόντος.

4. Εξωστρέφεια και Προβολή

Ο οινοτουριστικός προορισμός αποτελείται από έναν συνδυασμό πόρων, προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων και εμπειριών. Κυρίαρχες συνιστώσες αποτελούν: α) η διαχείριση του προορισμού με σύγχρονους όρους, τρόπους και μέσα, β) το αποτελεσματικό μάρκετινγκ και η σύγχρονη και αποτελεσματική προβολή, γ) οι ποιοτικές υπηρεσίες και οι προσωποποιημένες εμπειρίες και δ) οι λοιπές παράμετροι και παράγοντες που θα συμβάλλουν στον εμπλουτισμό, στην αναγνώριση, αποδοχή και καθιέρωση της χώρα συνολικά και της κάθε περιοχής ξεχωριστά ως οινικού προορισμού. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στην αποτελεσματική διαχείριση η οποία καλείται να διασφαλίσει, να συνεισφέρει και να προωθήσει:

- Ποιότητα, μοναδικότητα και προσωποποιημένη εμπειρία του επισκέπτη.
- Βιωσιμότητα, απόδοση και αποτέλεσμα (θέσεις εργασίας, αύξηση εισοδήματος).
- Βελτίωση και εξέλιξη του οινικού κλάδου και των συναφών επαγγελμάτων.

5. Συνεργασία - Δικτύωση- Διακυβέρνηση

Στον τουριστικό τομέα, οι συνεργασίες αφορούν τόσο τον δημόσιο όσο τον ιδιωτικό τομέα και συμβάλλουν σε ένα πιο στέρεο και ελκυστικό τουριστικό προϊόν, σε έναν περισσότερο ανταγωνιστικό προορισμό και κυρίως, σε μια καλύτερη θέση στον τουριστικό χάρτη. Η συνεργασία ή και δικτύωση με ομοειδείς φορείς ή οργανισμούς, όπως οι ΟΤΔ ή επιχειρήσεις π.χ. Οινοποιεία καθώς και με υπερκείμενους θεσμούς ή κλαδικούς ή συλλογικούς φορείς, όπως π.χ. ΕΔΟΑΟ, ΚΕΟΣΟΕ, Ενώσεις, Συνδέσμους, Δίκτυα οινοποιών, ΟΤΑ Α' και Β' βαθμού, κεντρικό Κράτος, θεωρείται κομβικής σημασίας συνιστώσα για την επίτευξη επιδραστικού αποτελέσματος. Ενδεικτικά:

- Χάραξη κοινής στρατηγικής οινοτουρισμού.
- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του οινικού προορισμού.
- Αποτελεσματικότερη διαχείριση και προώθηση του προορισμού.
- Σχεδιασμό και προώθηση, ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Συνεργασία μεταξύ ομοειδών και μη φορέων και επιχειρήσεων.
- Δημιουργία κοινού οινοτουριστικού προϊόντος (τοπική δικτύωση).
- Θεματικός φορέας διοίκησης και διαχείρισης προορισμού – DMMO.

Συνοψίζοντας και στη βάση όσων προηγήθηκαν, προέκυψε ως βασικό εύρημα και ταυτόχρονα απόλυτη ανάγκη, ο κεντρικός συντονισμός, και η συνολική συνεργασία όλων των εμπλεκομένων με την αλυσίδα αξίας του οινοτουριστικού προϊόντος.

Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται να εξετασθεί η ίδρυση και λειτουργία θεματικού φορέα διαχείρισης οινοτουριστικού προορισμού – DMMO[45] με την στήριξη και στελέχωση από πρόσωπα εγνωσμένου κύρους, αξίας και σχετικής εμπειρίας.

Με τον τρόπο αυτόν η προσπάθεια που έχει ως σημείο αναφοράς τη στρατηγική ανάπτυξης του οινοτουρισμού στην Ελλάδα, να αποτελέσει μια πρωτοβουλία άκρως αποτελεσματική που θα ενώσει δυνάμεις, θα δικτυώσει φορείς και θα ενδυναμώσει επιχειρήσεις, ενώ θα δώσει στον κόσμο του οίνου επιπλέον νόημα, προοπτική και δυναμική.

[45] Οργανισμός διαχείρισης και προώθησης προορισμού - Destination Management/Marketing Organization.

Π2

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΔΗΓΟΥ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ (PROCESS BENCHMARKING)



5 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ BENCHMARKING

Το benchmarking ή αλλιώς συγκριτική αξιολόγηση, αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές στρατηγικές τεχνικές που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για τη συνεχή βελτίωση της απόδοσής τους. Στην ουσία του, το benchmarking επιτρέπει σε μια επιχείρηση να συγκρίνει τις πρακτικές της με τις πρακτικές άλλων οργανισμών και μέσα από αυτή τη σύγκριση, εντοπίζονται οι περιοχές όπου η επιχείρηση μπορεί να βελτιωθεί και να υιοθετήσει καλύτερες λύσεις για την επίτευξη των στόχων της.

Το benchmarking δεν αφορά απλά και μόνο τη σύγκριση αριθμητικών δεικτών ή αποτελεσμάτων. Πιο σημαντικό είναι να αναλυθούν οι διαδικασίες που ακολουθούνται, να κατανοηθούν οι μέθοδοι και οι στρατηγικές που χρησιμοποιούνται και να επιδιωχθεί η προσαρμογή αυτών των βέλτιστων πρακτικών στις ανάγκες της επιχείρησης που πραγματοποιεί τη συγκριτική ανάλυση.

Η βασική φιλοσοφία πίσω από το benchmarking είναι η αναγνώριση ότι πάντα υπάρχει χώρος για βελτίωση και ότι οι καλύτερες ιδέες και πρακτικές μπορούν να εντοπιστούν μέσα από τη συνεχή παρακολούθηση και ανάλυση των ανταγωνιστών ή άλλων επιτυχημένων επιχειρηματικών παραδειγμάτων - πρακτικών.

Υπάρχουν διάφοροι τύποι benchmarking, καθένας από τους οποίους εφαρμόζεται ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης:

- *Εσωτερικό benchmarking:* Η σύγκριση διαφορετικών τμημάτων ή μονάδων μέσα στην ίδια επιχείρηση.
- *Εξωτερικό benchmarking:* Η σύγκριση της επιχείρησης με άλλες, συνήθως στον ίδιο κλάδο.
- *Λειτουργικό benchmarking:* Η σύγκριση συγκεκριμένων λειτουργιών ή διαδικασιών ανεξάρτητα από τον κλάδο, π.χ. η λειτουργία του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών.
- *Στρατηγικό benchmarking:* Η σύγκριση στρατηγικών για την υιοθέτηση μακροπρόθεσμων αλλαγών.

Το benchmarking παρέχει επίσης την ευκαιρία για συνεχή εκπαίδευση και συμπλήρωση των γνώσεων μέσα στην επιχείρηση. Η τακτική επαφή με τις βέλτιστες πρακτικές που εφαρμόζονται από τους πιο επιτυχημένους οργανισμούς της αγοράς αποτελεί ισχυρό μέσο αλλά και κίνητρο για τη δημιουργία μιας κουλτούρας καινοτομίας και προσαρμοστικότητας στις αλλαγές. Επιπλέον, μέσω του benchmarking, οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να διαμορφώσουν μακροπρόθεσμες στρατηγικές, βασισμένες στα επιτυχημένα μοντέλα άλλων οργανισμών.

5.1 Το Benchmarking στον κλάδο του Οινοτουρισμού

Η ανάπτυξη του οινοτουρισμού συνδέεται στενά με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται, την αυθεντικότητα της εμπειρίας, τη σύνδεση με το τοπικό περιβάλλον και τον πολιτισμό, καθώς και τη βιωσιμότητα των οινοποιητικών δραστηριοτήτων. Η εφαρμογή του benchmarking στον οινοτουρισμό επιτρέπει στις οινοποιητικές επιχειρήσεις να αξιολογήσουν την απόδοσή τους και να ανακαλύψουν τους τομείς στους οποίους μπορούν να βελτιωθούν, υιοθετώντας τις πλέον βέλτιστες πρακτικές του κλάδου.

Για παράδειγμα, μέσα από τη διαδικασία benchmarking, ένα οινοποιείο μπορεί να εξετάσει τις προσφερόμενες εμπειρίες γευσιγνωσίας και να τις συγκρίνει με εκείνες άλλων οινοποιείων που έχουν ήδη επιτύχει υψηλά επίπεδα επισκεψιμότητας και ικανοποίησης επισκεπτών. Επίσης μπορεί να παρατηρήσει τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση των κρασιών, τις στρατηγικές ψηφιακής προώθησης, τις υποδομές και τις ανέσεις που παρέχονται, και να ενσωματώσει αυτά τα στοιχεία στην καθημερινή λειτουργία του.

Μέσα από το benchmarking, οι επιχειρήσεις του κλάδου μπορούν να ενισχύσουν την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό και να αναδείξουν την αυθεντικότητα του τοπικού προϊόντος. Επίσης, το benchmarking επιτρέπει στα οινοποιεία να παρακολουθούν τις τάσεις της αγοράς και να προσαρμόζονται στις εξελισσόμενες ανάγκες των επισκεπτών, όπως η αυξανόμενη ζήτηση για εμπειρίες που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα, τη βιολογική καλλιέργεια και την τοπική γαστρονομία.

5.2 Εφαρμογή του Benchmarking στις Οινοποιητικές Επιχειρήσεις

Η εφαρμογή του benchmarking σε οινοποιητικές επιχειρήσεις βάσιμα μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Τα οινοποιεία που ασχολούνται με τον οινοτουρισμό έχουν την ευκαιρία να βελτιώσουν την εμπειρία και να αναπτύξουν ένα διαφοροποιημένο προϊόν που να ανταποκρίνεται στις υψηλές απαιτήσεις των επισκεπτών. Για παράδειγμα, ο σχεδιασμός θεματικών ξεναγήσεων που επικεντρώνονται σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του οινοποιείου, της ιστορίας του, των τοπικών ποικιλιών κ.ο.κ. μπορεί να βελτιώσει την εμπειρία και να ενισχύσει τη σύνδεσή της με το προϊόν. Τα οινοποιεία που εφαρμόζουν τεχνικές βιώσιμης ανάπτυξης και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας μπορούν επίσης να προβληθούν ως πρότυπα στην αγορά, προσελκύοντας τουρίστες που ενδιαφέρονται για υπεύθυνες πρακτικές παραγωγής και κατανάλωσης.

Η συγκριτική αξιολόγηση δεν περιορίζεται μόνο στην εμπειρία του επισκέπτη. Επεκτείνεται και στη συνολική διαχείριση της επιχείρησης, περιλαμβάνοντας την εικόνα της εφοδιαστικής αλυσίδας, της ψηφιακής παρουσίας, των στρατηγικών marketing και των συνεργασιών με τον τοπικό τουριστικό κλάδο. Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν εργαλεία όπως π.χ. οι Δείκτες Απόδοσης για να παρακολουθούν την πρόοδό τους σε τομείς όπως η αύξηση της επισκεψιμότητας, η ικανοποίηση των πελατών, η μέση δαπάνη ανά επισκέπτη και η επαναληπτική προσέλευση των επισκεπτών.

Τέλος, είναι σημαντικό γεγονός ότι η διαδικασία του benchmarking είναι συνεχής και δυναμική. Καθώς η αγορά εξελίσσεται, οι ανάγκες και οι προσδοκίες των επισκεπτών μεταβάλλονται, δημιουργώντας νέες προκλήσεις και ευκαιρίες για τα οινοποιεία. *Η παρακολούθηση αυτών των αλλαγών και η προσαρμογή στις βέλτιστες πρακτικές του κλάδου είναι απαραίτητη για τη διασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης των οινοποιητικών επιχειρήσεων.*

5.3 Κριτήρια Συγκριτικής Αξιολόγησης

Η αξιολόγηση των οινοποιείων μέσω του benchmarking απαιτεί σαφή και μετρήσιμα κριτήρια που θα επιτρέψουν την αντικειμενική σύγκριση, ανάλυση και αξιοποίηση των πρακτικών. Αυτά τα κριτήρια πρέπει να καλύπτουν όλες τις πτυχές της λειτουργίας των οινοποιείων, λαμβάνοντας υπόψη την εμπειρία των επισκεπτών, την επιχειρηματική απόδοση, τη βιωσιμότητα και τη σύνδεση με τον τουρισμό και τον τοπικό πολιτισμό. Ακολουθούν ορισμένα βασικά κριτήρια που προτείνονται για την αξιολόγηση των οινοτουριστικών πρακτικών:

1. Ποιότητα των Παρεχόμενων Υπηρεσιών: Το πρώτο και σημαντικότερο κριτήριο είναι η ποιότητα, η διαφορετικότητα και η μοναδικότητα των κρασιών καθώς και των υπηρεσιών που προσφέρει το οινοποιείο στους επισκέπτες. Αυτό περιλαμβάνει τη συνολική εμπειρία γευσιγνωσίας, την ξενάγηση, την εξυπηρέτηση από το προσωπικό και την καθαριότητα και λειτουργικότητα των εγκαταστάσεων. Η αξιολόγηση πρέπει να εξετάσει την ποικιλία των δραστηριοτήτων που προσφέρονται, καθώς και την ποιότητα της ξενάγησης, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει τόσο την παροχή πληροφοριών όσο και την αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες. Στο πλαίσιο αυτό, η εκπαίδευση του προσωπικού φιλοξενίας των επισκέψιμων οινοποιείων θεωρείται σημαντική και πρέπει να αξιολογείται. Επίσης το προσωπικό οφείλει να είναι σε θέση να ενημερώνει του επισκέπτες, με λεπτό και έξυπνο τρόπο, για την υπεύθυνη & ασφαλή κατανάλωση κρασιού.

2. Αυθεντικότητα της Εμπειρίας: Το οινοποιείο πρέπει να αξιολογηθεί ως προς την ικανότητά του να προσφέρει μια αυθεντική και ελκυστική εμπειρία. Οι επισκέπτες έρχονται για να γνωρίσουν την κουλτούρα της περιοχής και την παραγωγή κρασιού, οπότε η εμπειρία πρέπει να αντανακλά τις παραδόσεις, την ιστορία και τη μοναδικότητα της περιοχής. Ο βαθμός αυθεντικότητας και η ικανότητα του οινοποιείου να δημιουργήσει έναν σύνδεσμο με την τοπική κουλτούρα αποτελούν κρίσιμα κριτήρια.

3. Διαχείριση και Εικόνα συνολικά: Η διαχείριση του οινοποιείου και οι υποδομές του πρέπει να αξιολογηθούν όσον αφορά τη λειτουργικότητα, την καινοτομία, την ασφάλεια και την συνολική εικόνα του από πλευράς υποδομών και χώρων. Αυτό περιλαμβάνει τόσο τις εγκαταστάσεις που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή κρασιού όσο και εκείνες που προορίζονται για τους επισκέπτες. Η ποιότητα των υποδομών, όπως οι χώροι γευσιγνωσίας, οι τουαλέτες και οι χώροι στάθμευσης, επηρεάζει σημαντικά την εμπειρία του επισκέπτη. Επίσης, στο πλαίσιο της ασφάλειας των επισκεπτών και με βάση την θεωρία της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης ένα οινοποιείο πρέπει να αξιολογείται και για τις δράσεις διαπαιδαγώγησης – εκπαίδευση των επισκεπτών όσον αφορά την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ (“το πίνω ΔΕΝ με πίνει”, “πίνω και ΔΕΝ οδηγώ”). Ενδεικτικά αναφέρονται τεχνικές όπως επιβράβευση των οδηγών της ομάδας με δώρα επειδή ΔΕΝ συμμετέχουν στην γευσιγνωσία κ.λπ.

4. Βιωσιμότητα και Περιβαλλοντική Ευθύνη: Η χρήση βιώσιμων πρακτικών στην παραγωγή κρασιού και η ενσωμάτωση περιβαλλοντικής υπευθυνότητας αποτελούν θεμελιώδη κριτήρια. Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, εφαρμόζουν βιώσιμες γεωργικές πρακτικές και ελαχιστοποιούν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα πρέπει να αξιολογούνται θετικά, καθώς οι επισκέπτες πλέον δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην περιβαλλοντική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων.

5. Σύνδεση με τον Τουρισμό και τις Τοπικές Επιχειρήσεις: Η συνεργασία του οινοποιείου με τον τοπικό παραγωγικό και τουριστικό κλάδο, όπως τοπικές επιχειρήσεις, ξενοδοχεία,

καταλύματα, εστιατόρια και τουριστικά πρακτορεία, αποτελεί κριτήριο που δείχνει την εμβέλεια και την ενσωμάτωση του οινοποιείου στο ευρύτερο τουριστικό προϊόν της περιοχής. Οι επιχειρήσεις που συνδυάζουν τη γευσιγνωσία με άλλες τουριστικές δραστηριότητες δημιουργούν μια ολοκληρωμένη εμπειρία για τους επισκέπτες και ενισχύουν την εικόνα και προβολή τους.

6. Ψηφιακός Μετασχηματισμός: Στη σύγχρονη εποχή, η ψηφιακή παρουσία αποτελεί απαραίτητο εργαλείο για την προσέλκυση επισκεπτών. Τα οινοποιεία που διατηρούν ενημερωμένες ιστοσελίδες, προσφέρουν δυνατότητα διαδικτυακής κράτησης, έχουν ενεργή παρουσία στα κοινωνικά μέσα και χρησιμοποιούν τεχνολογίες όπως εικονικές ξεναγήσεις και διαδικτυακές πωλήσεις κρασιού, βρίσκονται σε πλεονεκτική θέση. Η καινοτομία σε ψηφιακές πρακτικές αποτελεί σημαντικό κριτήριο για τη διαφοροποίηση των οινοποιείων και τη δημιουργία μιας σύγχρονης εμπειρίας.

7. Εμπειρία Επισκεπτών με Διάφορες Προτιμήσεις: Πρέπει να ληφθεί υπόψη το πώς τα οινοποιεία εξυπηρετούν επισκέπτες με διαφορετικές ανάγκες, όπως οικογένειες με παιδιά, άτομα που δεν επιθυμούν να συμμετέχουν σε γευσιγνωσίες ή επισκέπτες με ειδικές διατροφικές προτιμήσεις. Η ετοιμότητα ενός οινοποιείου σε αυτές τις ιδιαίτερες περιπτώσεις, είναι σημαντική. Στο επίπεδο της πρόβλεψης για ικανοποίηση επισκεπτών που δεν καταναλώνουν αλκοόλ (π.χ. παιδιά, ενήλικες για λόγους υγείας, θρησκείας, απεξάρτησης κλπ) είναι καλό να προσφέρονται εναλλακτικές που να περιστρέφονται γύρω από το αμπέλι π.χ. η εναλλακτική προσφορά χυμών από σταφύλι, γλυκών με βάση το σταφύλι, αρτοσκευασμάτων με χρήση σταφίδας ή υπολειμμάτων οινοποίησης κλπ).

6 Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ BENCHMARKNG

6.1 Στάδια της διαδικασίας Συγκριτικής Αξιολόγησης[46]

Η μεθοδολογία για τη συγκριτική αξιολόγηση των οινοτουριστικών πρακτικών μπορεί να χωριστεί σε πέντε βασικά στάδια:

1. Καθορισμός Στόχων και Κριτηρίων: Στο πρώτο στάδιο, καθορίζονται οι βασικοί στόχοι της συγκριτικής αξιολόγησης και ορίζονται τα κριτήρια που θα χρησιμοποιηθούν για την αξιολόγηση των οινοποιείων. Αυτό περιλαμβάνει την επιλογή των παραμέτρων που θα αξιολογηθούν (π.χ. ποιότητα υπηρεσιών, βιωσιμότητα, αυθεντικότητα) και τον καθορισμό των επιπέδων επίδοσης για κάθε κριτήριο.

2. Επιλογή Μεθόδων και Εργαλείων: Στο δεύτερο στάδιο, επιλέγονται οι μέθοδοι και τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη χρήση ερωτηματολογίων προς επισκέπτες, συνεντεύξεις με διαχειριστές οινοποιείων, καθώς και στατιστική ανάλυση και αξιολόγηση των επισκέψεων και των πωλήσεων.

3. Συλλογή και Ανάλυση Δεδομένων: Στο τρίτο στάδιο, συλλέγονται τα δεδομένα από τα οινοποιεία που συμμετέχουν στην αξιολόγηση και πραγματοποιείται η ανάλυση τους. Αυτό το στάδιο περιλαμβάνει τη συλλογή δεδομένων μέσω ερωτηματολογίων, συνεντεύξεων και στατιστικών αναλύσεων, ώστε να καταγραφούν οι απόψεις των επισκεπτών σχετικά με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και να αξιολογηθούν οι επιδόσεις των οινοποιείων βάσει των καθορισμένων κριτηρίων. Σημαντικά δεδομένα που συλλέγονται σε αυτό το στάδιο περιλαμβάνουν τον αριθμό επισκεπτών, τη μέση δαπάνη ανά επισκέπτη, την ικανοποίηση των επισκεπτών, και τα ποσοστά διαδικτυακών κρατήσεων.

4. Παρουσίαση και Επικοινωνία των Αποτελεσμάτων: Το τέταρτο στάδιο αφορά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της συγκριτικής αξιολόγησης στα οινοποιεία που συμμετέχουν. Η επικοινωνία των αποτελεσμάτων μπορεί να γίνει μέσω αναφορών, γραφημάτων και διαγραμμάτων που απεικονίζουν τις επιδόσεις των οινοποιείων σε σύγκριση με τις βέλτιστες πρακτικές. Αυτή η παρουσίαση επιτρέπει στα οινοποιεία να αναγνωρίσουν σε ποιο επίπεδο βρίσκονται και σε ποιους τομείς μπορούν να βελτιωθούν.

5. Προτάσεις για Βελτιστοποίηση: Στο τελευταίο στάδιο, γίνονται συγκεκριμένες προτάσεις για τη βελτίωση και την παροχή καινοτομιών. Οι προτάσεις αυτές βασίζονται στα δεδομένα που συλλέχθηκαν και στην ανάλυση των αποτελεσμάτων του benchmarking. Οι επιχειρήσεις μπορούν να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους με βάση τις προτάσεις που σχετίζονται με τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, την ενίσχυση της βιωσιμότητας, την ανάπτυξη

[46] Το παρόν κεφάλαιο, συνιστά και τον οδηγό συγκριτικής αξιολόγησης διαδικασιών.

συνεργασιών με τον τουριστικό κλάδο, την ψηφιακή παρουσία και τη διαφοροποίηση των παρεχόμενων εμπειριών.

6.2 Μεθοδολογία

Η εφαρμογή της μεθοδολογίας συγκριτικής αξιολόγησης περιλαμβάνει μια σειρά από πρακτικά βήματα για τη συλλογή και ανάλυση των δεδομένων, τη σύγκριση με βέλτιστες πρακτικές και την ανάπτυξη στρατηγικών για τη βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης.

Η επιτυχής εφαρμογή του benchmarking βασίζεται στην ακριβή συλλογή δεδομένων, στη σωστή ανάλυσή τους και στην επικοινωνία των αποτελεσμάτων με τρόπο που να επιτρέπει στα οινοποιεία να αναγνωρίσουν τις δικές τους ανάγκες και να αναπτύξουν στοχευμένα σχέδια δράσης. Η παρακολούθηση της απόδοσης ενός οινοποιείου σε διάφορους τομείς λειτουργίας του μπορεί να γίνει και με τη βοήθεια των δεικτών απόδοσης.

Αναλυτικότερα:

⇒ Γενική Μεθοδολογία

Α) Συλλογή Δεδομένων

Το πρώτο βήμα στην εφαρμογή της μεθοδολογίας είναι η συλλογή δεδομένων. Η συλλογή δεδομένων πρέπει να γίνεται με τρόπο συστηματικό, ώστε να εξασφαλιστεί η ακρίβεια και η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων. Τα δεδομένα μπορούν να συλλεχθούν από διάφορες πηγές όπως είναι οι επισκέπτες των οινοποιείων, οι διαχειριστές και οι υπεύθυνοι λειτουργίας των επισκέψιμων χώρων. Τα παραπάνω δεδομένα μπορούν να συλλεχθούν μέσω ερωτηματολογίων, συνεντεύξεων, καθώς και μέσω της ανάλυσης των δεδομένων που διαθέτουν τα οινοποιεία.

Ερωτηματολόγια για Επισκέπτες[47]*:* Η γνώμη των επισκεπτών είναι κρίσιμη για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται από τα οινοποιεία. Τα ερωτηματολόγια μπορούν να διανεμηθούν κατά την έξοδο των επισκεπτών ή να σταλούν ηλεκτρονικά μετά την επίσκεψή τους. Οι ερωτήσεις πρέπει να είναι σαφείς και εύκολες να απαντηθούν, ενώ πρέπει να χρησιμοποιούνται κλίμακες αξιολόγησης (π.χ., από το 1 έως το 5) για την εύκολη ποσοτικοποίηση των απαντήσεων. Τα ερωτηματολόγια πρέπει να καλύπτουν κρίσιμες πτυχές όπως:

- *Ποιότητα της γευσιγνωσίας.*
- *Εξυπηρέτηση από το προσωπικό.*
- *Ξενάγηση και πληροφορίες που παρέχονται.*
- *Καθαριότητα και αισθητική χώρων.*
- *Ευκολία πρόσβασης και ασφάλεια.*
- *Συνολική εμπειρία και ικανοποίηση από την επίσκεψη.*

Οι απαντήσεις θα επιτρέψουν την κατανόηση της αντίληψης των επισκεπτών για την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται, καθώς και τον εντοπισμό των τομέων στους οποίους απαιτούνται βελτιώσεις.

Συνεντεύξεις με Διαχειριστές Οινοποιείων: Οι διαχειριστές και οι υπεύθυνοι λειτουργίας των οινοποιείων έχουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της στρατηγικής των οινοποιείων και

[47] *Στο Παράρτημα Π6.1. σελ. 264 παρατίθεται ενδεικτικό ερωτηματολόγιο.*

στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στους επισκέπτες. Οι συνεντεύξεις με τους φορείς θα δώσουν σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τις στρατηγικές που εφαρμόζουν για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού, τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν και τις προοπτικές βελτίωσης. Οι συνεντεύξεις πρέπει να επικεντρώνονται σε θέματα όπως:

- *Η στρατηγική προώθησης των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων.*
- *Οι συνεργασίες με τον τουριστικό κλάδο.*
- *Οι βιώσιμες πρακτικές που εφαρμόζονται.*
- *Η εμπειρία διαχείρισης του προσωπικού και η εκπαίδευσή του.*

Αυτά τα δεδομένα θα χρησιμοποιηθούν για τη διαμόρφωση βέλτιστων πρακτικών και τη σύγκριση των στρατηγικών που εφαρμόζονται σε σχέση με τα βέλτιστα πρότυπα.

Στατιστικά Δεδομένα Επισκεψιμότητας και Αποτελεσμάτων: Τα στατιστικά δεδομένα όπως ο αριθμός επισκεπτών ανά μήνα, η μέση δαπάνη ανά επισκέπτη και τα κατά κεφαλήν έσοδα από γευσιγνωσίες και εκδηλώσεις, είναι ζωτικής σημασίας για τη μέτρηση της απόδοσης και επίδοσης των οινοποιείων. Τα δεδομένα αυτά θα χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία βασικών δεικτών απόδοσης (KPIs), που θα επιτρέψουν τη συγκριτική αξιολόγηση των οινοποιείων με βάση ποσοτικά δεδομένα. Αυτή η ανάλυση θα βοηθήσει να εντοπιστούν οι τάσεις στην επισκεψιμότητας και η καταναλωτική δαπάνη, ενώ θα επιτρέψει τη σύγκριση με διεθνείς δείκτες.

Β) Ανάλυση Δεδομένων

Η ανάλυση των δεδομένων που συλλέγονται είναι το επόμενο κρίσιμο βήμα για την εφαρμογή του benchmarking. Η ανάλυση μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη χρήση στατιστικών εργαλείων και μεθόδων που επιτρέπουν τη συγκριτική αξιολόγηση των οινοποιείων σε διάφορους τομείς λειτουργίας.

Παραγοντική Ανάλυση: Η παραγοντική ανάλυση θα βοηθήσει να εντοπιστούν οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την εμπειρία του επισκέπτη στα οινοποιεία. Αυτή η μέθοδος επιτρέπει τη διάκριση των κυριότερων παραμέτρων που συμβάλλουν στη συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών, όπως η ποιότητα της ξενάγησης, η φιλοξενία και η ποιότητα των εγκαταστάσεων. Μέσω της παραγοντικής ανάλυσης τα οινοποιεία μπορούν να εστιάσουν στους πιο κρίσιμους τομείς για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών.

Ανάλυση Συσχετίσεων: Η ανάλυση συσχετίσεων θα χρησιμοποιηθεί για να μετρηθεί η σχέση μεταξύ διαφορετικών παραμέτρων, όπως η ψηφιακή παρουσία του οινοποιείου και η αύξηση των επισκεπτών ή η ποιότητα των γευσιγνωσιών και οι πωλήσεις κρασιού. Αυτή η ανάλυση θα επιτρέψει την κατανόηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ των διαφόρων πρακτικών που εφαρμόζονται στα οινοποιεία και θα βοηθήσει στη δημιουργία στρατηγικών για τη μεγιστοποίηση των θετικών επιπτώσεων κάθε παράγοντα στην επιχειρηματική απόδοση.

Benchmarking Analysis: Με βάση τα δεδομένα που θα συγκεντρωθούν από τα ελληνικά οινοποιεία, θα πραγματοποιηθεί μια πλήρης ανάλυση benchmarking. Αυτή η διαδικασία θα επιτρέψει την αναγνώριση των καλών πρακτικών, αλλά και των περιοχών στις οποίες τα υπό μελέτη οινοποιεία μπορούν να βελτιωθούν για να φτάσουν στο επίπεδο των διεθνών ανταγωνιστικών προτύπων.

Γ) Παρουσίαση των Αποτελεσμάτων

Μετά την ολοκλήρωση της ανάλυσης των δεδομένων, τα αποτελέσματα που προκύπτουν βοηθούν στην κατανόηση των σημείων που απαιτούν βελτίωση και την εφαρμογή των κατάλληλων πρακτικών. Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων πρέπει να είναι σαφής και κατανοητή, με τη χρήση διαγραμμάτων και πινάκων που απεικονίζουν τις επιδόσεις των οινοποιείων σε σύγκριση με τα βέλτιστα πρότυπα.

Γραφήματα και Διαγράμματα Επίδοσης: Η χρήση γραφημάτων και διαγραμμάτων θα βοηθήσει στην οπτικοποίηση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης. Για παράδειγμα, η μηνιαία επισκεψιμότητα μπορεί να παρουσιαστεί σε διάγραμμα, που δείχνει τη διακύμανση της επισκεψιμότητας ανά μήνα και την επίδραση διαφορετικών παραγόντων, όπως η εποχικότητα ή οι διαφημιστικές εκστρατείες. Επίσης, μπορούν να παρουσιαστούν διαγράμματα ράβδων που συγκρίνουν τα έσοδα από πωλήσεις κρασιού, πακέτων γευσιγνωσίας και άλλες δραστηριότητες μεταξύ των οινοποιείων. Αυτή η οπτικοποίηση βοηθά στην κατανόηση των δεδομένων με μια ματιά και επιτρέπει στους διαχειριστές των οινοποιείων να εντοπίσουν γρήγορα τα δυνατά και αδύναμα σημεία τους.

Πίνακες Σύγκρισης: Οι πίνακες σύγκρισης θα παρέχουν λεπτομερή δεδομένα για την απόδοση κάθε οινοποιείου σε σχέση με τα καθορισμένα κριτήρια αξιολόγησης. Αυτοί οι πίνακες θα επιτρέψουν στα οινοποιεία να συγκρίνουν τις επιδόσεις τους με τις επιδόσεις άλλων οινοποιείων του ίδιου ή παρόμοιου μεγέθους και τύπου. Για παράδειγμα, τα οινοποιεία μπορούν να συγκρίνουν τα ποσοστά ικανοποίησης επισκεπτών, τις μέσες δαπάνες ανά επισκέπτη ή τα ποσοστά επαναληπτικών επισκεπτών.

Αναφορές με Συμπεράσματα και Προτάσεις: Τέλος, οι αναφορές θα συνοψίζουν τα ευρήματα της συγκριτικής αξιολόγησης και θα παρέχουν συγκεκριμένες προτάσεις για βελτιώσεις. Οι αναφορές αυτές θα επικεντρωθούν στους τομείς όπου τα οινοποιεία μπορούν να επιτύχουν τη μεγαλύτερη πρόοδο, όπως η βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών, η ανάπτυξη νέων υπηρεσιών ή η χρήση τεχνολογίας για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και της καινοτομίας. Οι αναφορές θα περιέχουν επίσης προτάσεις για συγκεκριμένες δράσεις που τα οινοποιεία μπορούν να λάβουν για να επιτύχουν τους στρατηγικούς τους στόχους.

⇒ Δείκτες Απόδοσης - Key Performance Indicators (KPIs)

Τα KPIs επιτρέπουν την παρακολούθηση της απόδοσης του οινοποιείου σε διάφορους τομείς λειτουργίας. Τα οινοποιεία μπορούν να χρησιμοποιούν τα KPIs για τη συνεχή παρακολούθηση και βελτίωση της απόδοσής τους, έχοντας σαφή δεδομένα σχετικά με το πού αποδίδουν καλά και πού χρειάζονται βελτίωση.

Τέτοιοι δείκτες απόδοσης είναι οι εξής:

1. Ποσοστό Επιστροφής Επισκεπτών (Customer Return Rate): Αναφέρεται στο ποσοστό των επισκεπτών που επιστρέφουν στο οινοποιείο για μια δεύτερη ή περισσότερες επισκέψεις μέσα σε ένα χρονικό διάστημα (συνήθως ετήσιο). Ένα υψηλό ποσοστό επαναληπτικών επισκεπτών δείχνει ότι οι επισκέπτες είναι ικανοποιημένοι από την εμπειρία τους και είναι πιο πιθανό να γίνουν πρεσβευτές του οινοποιείου μέσω συστάσεων ή ακόμη και να εξελιχθούν σε τακτικούς πελάτες. Προκειμένου να αυξηθεί το ποσοστό των επαναληπτικών επισκέψεων, μπορεί να δημιουργηθεί ένα πρόγραμμα επιβράβευσης (loyalty program) που να προσφέρει εκπτώσεις ή προνόμια στους επισκέπτες που επιστρέφουν για δεύτερη φορά, αλλά και να διοργανώνονται θεματικές εκδηλώσεις για συγκεκριμένες περιόδους, ώστε οι

επισκέπτες να έχουν ένα κίνητρο να επιστρέψουν, παρακολουθώντας ταυτόχρονα και κάτι διαφορετικό.

- *ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΣΕ ΜΗΝΙΑΙΑ Ή ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΒΑΣΗ, ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΑΛΛΗ*.

2. Ποσοστό Μετατροπής Επισκεπτών σε Αγοραστές (Visitor-to-Buyer Conversion Rate): Αναφέρεται στο ποσοστό των επισκεπτών που πραγματοποιούν αγορές κατά την επίσκεψή τους στο οινοποιείο (π.χ. αγορά κρασιού, συμμετοχή σε εκδηλώσεις, αγορά άλλων τοπικών προϊόντων). Αυτός ο δείκτης είναι βασικός για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας των πωλήσεων και των υπηρεσιών που παρέχονται στους επισκέπτες διότι δείχνει ότι οι επισκέπτες δεν είναι μόνο ικανοποιημένοι από την εμπειρία τους, αλλά και ότι είναι έτοιμοι να επενδύσουν στα προϊόντα του οινοποιείου. Συνεχής στόχος πρέπει να είναι η αύξηση του ποσοστού των επισκεπτών που πραγματοποιούν αγορές και αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την εκπαίδευση του προσωπικού για να βελτιώσει τις τεχνικές πωλήσεων και την ικανότητα παρουσίασης των προϊόντων κατά τη διάρκεια της ξενάγησης ή της γευσιγνωσίας, με προσφορά πακέτων προϊόντων σε ειδικές τιμές για τους επισκέπτες που συμμετέχουν στη γευσιγνωσία (π.χ., εκπτώσεις για αγορές πάνω από συγκεκριμένο ποσό) και με διαφημιστικές καμπάνιες για την προώθηση προϊόντων που διατίθενται μόνο στους επισκέπτες του οινοποιείου.

- *ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΜΗΝΙΑΙΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΥΤΑ.*

3. Μέση Δαπάνη Ανά Επισκέπτη (Average Spend Per Visitor): Αναφέρεται στο μέσο όρο χρημάτων που δαπανά κάθε επισκέπτης στο οινοποιείο (συμπεριλαμβανομένων των αγορών κρασιού και λοιπών προϊόντων). Η αύξηση της μέσης δαπάνης ανά επισκέπτη είναι σημαντική για την οικονομική βιωσιμότητα του οινοποιείου. Μια υψηλή μέση δαπάνη υποδηλώνει ότι οι επισκέπτες βρίσκουν κάποια αξία στα προϊόντα και τις υπηρεσίες του οινοποιείου και είναι πρόθυμοι να επενδύσουν περισσότερο. Στόχος είναι η αύξηση της μέσης δαπάνης σε ένα χρονικό διάστημα που συνήθως ορίζεται ο ένας χρόνος. Προς αυτή την κατεύθυνση μπορεί να βοηθήσει η εισαγωγή περισσότερων premium προϊόντων, όπως κρασιά υψηλότερης κατηγορίας ή προϊόντα περιορισμένης παραγωγής, η προσφορά εξατομικευμένων εμπειριών γευσιγνωσίας με υψηλότερη τιμή και προστιθέμενη αξία (π.χ. κρασιά σε συνδυασμό με τοπικά εδέσματα), αλλά και η δημιουργία μοναδικών εμπειριών για τους επισκέπτες, όπως αποκλειστική ξενάγηση στους αμπελώνες ή συμμετοχή στην διαδικασία παραγωγής κρασιού.

- *ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΤΑΚΤΙΚΗ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΗΣ ΜΕΣΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΤΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΣΤΟΧΟ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΤΕΘΕΙ (Π.Χ. ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΜΕΣΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΚΑΤΑ 20%).*

4. Ποσοστό Ικανοποίησης Επισκεπτών (Customer Satisfaction Score): Αναφέρεται στο μέσο όρο βαθμολογιών που δίνουν οι επισκέπτες για την εμπειρία τους στο οινοποιείο, μέσω ερωτηματολογίων ή ηλεκτρονικών αξιολογήσεων (TripAdvisor, Google Reviews κ.ο.κ.). Η ικανοποίηση των επισκεπτών αποτελεί βασικό στοιχείο για την επιτυχία κάθε οινοποιείου. Ένας υψηλός δείκτης ικανοποίησης δείχνει ότι οι επισκέπτες εκτιμούν την εμπειρία που τους προσφέρεται και είναι πιο πιθανό να επιστρέψουν ή να προτείνουν το οινοποιείο σε άλλους. Στόχο πρέπει να αποτελέσει η συνεχής αύξηση της βαθμολογίας ικανοποίησης, κάτι το οποίο μπορεί να επιτευχθεί με την ανάλυση των σχολίων των επισκεπτών για τον εντοπισμό σημείων βελτίωσης (π.χ. ποιότητα ξενάγησης, φιλοξενία, καθαριότητα κ.α.), η εκπαίδευση του

προσωπικού για τη βελτίωση της εξυπηρέτησης πελατών και η ετοιμότητα στην επίλυση προβλημάτων κατά τη διάρκεια της επίσκεψης.

- *ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΤΑΚΤΙΚΗ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΕΩΝ ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ, ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΠΟΥ ΔΙΝΟΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ.*

5. Ποσοστό Κρατήσεων μέσω Διαδικτύου (Online Booking Rate): Αφορά το ποσοστό των επισκεπτών που κάνουν κρατήσεις για επισκέψεις ή εκδηλώσεις μέσω της ιστοσελίδας του οινοποιείου ή άλλων ηλεκτρονικών μέσων (πλατφόρμες κρατήσεων κ.α.). Η αύξηση των διαδικτυακών κρατήσεων δείχνει ότι το οινοποιείο αξιοποιεί τη δυναμική της ψηφιακής αγοράς και κάνει τις υπηρεσίες του εύκολα προσβάσιμες στο κοινό. Στόχο μπορεί να αποτελέσει η αύξηση των κρατήσεων σε ετήσια βάση (π.χ. αύξηση 25%), μέσω της βελτίωσης της ιστοσελίδας του οινοποιείου, καθιστώντας εύκολη την περιήγηση και την άμεση κράτηση από κινητές συσκευές, αλλά και μέσω εκπτώσεων ή επιπλέον προνομίων για κρατήσεις μέσω της ιστοσελίδας. Επίσης, η προώθηση της διαδικτυακής πλατφόρμας κρατήσεων μέσω των κοινωνικών δικτύων και η συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία που προσφέρουν online κρατήσεις, βοηθάει σημαντικά προς την κατεύθυνση αυτή. Ιδιαίτερα βοηθητική είναι και η δημιουργία εικονικών ξεναγήσεων και άλλων διαδραστικών στοιχείων στην ιστοσελίδα, για να ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να κάνουν κρατήσεις μέσω διαδικτύου.

- *ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΤΑ ΠΟΣΟΣΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ. ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΝΑ ΜΕΤΡΑΤΑΙ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΤΩΝ ΠΟΥ ΚΑΝΟΥΝ ΤΗΝ ΚΡΑΤΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ.*

6. Ποσοστό Αγορών Αποκλειστικά Online (Online Sales Conversion Rate): Αφορά το ποσοστό των επισκεπτών που πραγματοποιούν αγορές μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος του οινοποιείου. Η δυνατότητα ηλεκτρονικών πωλήσεων είναι κρίσιμη για τη μεγιστοποίηση των εσόδων. Ένα υψηλό ποσοστό μετατροπής επισκεπτών σε online αγοραστές υποδηλώνει αποτελεσματική ψηφιακή στρατηγική και καλή χρήση της τεχνολογίας. Η αύξηση των επισκεπτών που πραγματοποιούν αγορές online μπορεί να επιτευχθεί μέσω της ενίσχυσης του ηλεκτρονικού καταστήματος με περισσότερα προϊόντα και αποκλειστικές προσφορές για online αγορές, με τη χρήση email για να προσεγγίσουν τους επισκέπτες μετά την επίσκεψη και να τους ενθαρρύνουν να κάνουν αγορές μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος, με προσθήκη περιεχομένου που αναδεικνύει τη μοναδικότητα των προϊόντων και την αποκλειστική διάθεση συγκεκριμένων κρασιών ή πακέτων, online, αλλά και με την προσφορά δωρεάν μεταφοράς ή εκπτώσεων σε επαναληπτικές online αγορές.

- *ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ ΤΩΝ ONLINE ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΜΗΝΙΑΙΑ ΒΑΣΗ, ΚΑΤΑΓΡΑΦΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ ΤΟΝ ΟΓΚΟ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΠΟΥ ΕΙΧΑΝ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ.*

Η συλλογή και η ανάλυση των KPIs μπορούν να καθοδηγήσουν τις οινοποιητικές επιχειρήσεις στη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων αναφορικά με τη βελτίωση των υπηρεσιών και κατ' επέκταση των πωλήσεων, δημιουργώντας έναν κύκλο διαρκούς βελτίωσης και ανάπτυξης του οινοτουριστικού τους προϊόντος.

6.3 Με λίγα λόγια…

Το benchmarking δεν είναι μια διαδικασία που ολοκληρώνεται σε ένα συγκεκριμένο χρονικό σημείο. Είναι μια συνεχής διαδικασία που απαιτεί διαρκή *αναθεώρηση και προσαρμογή στις νέες τάσεις και στις εξελισσόμενες ανάγκες της αγοράς. Καθώς η τεχνολογία, οι καταναλωτικές προτιμήσεις και οι περιβαλλοντικές απαιτήσεις αλλάζουν, τα οινοποιεία πρέπει να συνεχίσουν να επανεξετάζουν τις πρακτικές τους και να προσαρμόζονται.*

Για να υποστηριχθεί αυτή η διαδικασία, είναι απαραίτητη η διαρκής επιμόρφωση των διαχειριστών των οινοποιείων και του προσωπικού*. Η εκπαίδευση μπορεί να περιλαμβάνει σεμινάρια για τη χρήση νέων τεχνολογιών, την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών, τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών και την ανάπτυξη συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου. Η προσαρμοστικότητα και η διαρκής εκπαίδευση είναι απαραίτητα στοιχεία για την επιτυχία των οινοποιείων στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον.*

Η σύσταση ενός συστήματος συνεχούς εκπαίδευσης και επανεξέτασης των πρακτικών μπορεί να γίνει μέσω της δημιουργίας ενός δικτύου οινοποιείων στην ευρύτερη περιοχή, όπου θα μοιράζονται τις βέλτιστες πρακτικές και θα αναπτύσσουν από κοινού στρατηγικές για την αντιμετώπιση των προκλήσεων του κλάδου. Η συμμετοχή σε διεθνή δίκτυα οινοτουρισμού και η ανταλλαγή εμπειριών με οινοποιεία από άλλες χώρες μπορεί επίσης να προσφέρει νέες ιδέες και ευκαιρίες για ανάπτυξη και καινοτομία.

6.4 Ο ορισμός της «καλής πρακτικής» για οινοποιεία

Η καλή πρακτική (best practice) είναι μια μέθοδος, τεχνική ή διαδικασία που έχει αποδειχθεί, τόσο μέσα από την εμπειρία όσο και μέσα από την ανάλυση, ότι αποφέρει τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα για την επίτευξη ενός στόχου ή τη διευθέτηση ενός ζητήματος. Μια καλή πρακτική καθορίζεται, συνήθως, από τη βέλτιστη χρήση πόρων, τη βελτίωση της αποδοτικότητας και τη διασφάλιση της ποιότητας και μπορεί να λειτουργήσει ως σημείο αναφοράς και οδηγός σε έναν συγκεκριμένο τομέα.

Οι καλές πρακτικές εφαρμόζονται και αξιοποιούνται ως παραδείγματα για να βελτιώσουν τις επιδόσεις, να ελαχιστοποιήσουν τους κινδύνους και να ενισχύσουν την καινοτομία, συχνά μέσω της τυποποίησης διαδικασιών και ενεργειών. Σε κλάδους όπως ο τουρισμός, οι καλές πρακτικές μπορούν να βοηθήσουν τους επαγγελματίες να ανταποκριθούν πιο αποτελεσματικά στις ανάγκες των πελατών και των ωφελούμενων.

Για να οριστεί κάτι ως «καλή πρακτική», πρέπει να πληροί τα εξής κριτήρια:

1. *Αποτελεσματικότητα:* Η καλή πρακτική πρέπει να αποδεικνύεται ότι βελτιώνει τα μετρήσιμα αποτελέσματα όπως η αύξηση της ικανοποίησης των επισκεπτών ή η αύξηση των εσόδων.

2. *Ευελιξία και προσαρμοστικότητα:* Μια καλή πρακτική πρέπει να είναι ευέλικτη, ώστε να προσαρμόζεται σε διαφορετικά περιβάλλοντα και ανάγκες, όπως σε μικρότερες ή μεγαλύτερες επιχειρήσεις ή σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές.

3. *Δυναμική και διαχρονικότητα:* Καθώς οι καταναλωτικές τάσεις εξελίσσονται, οι καλές πρακτικές πρέπει να είναι δυναμικές και να προσαρμόζονται στο πλαίσιο των αλλαγών. Μια πρακτική που ήταν αποτελεσματική πριν από δέκα χρόνια μπορεί να είναι παρωχημένη σήμερα, εάν δεν έχει προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες.

Οι καλές πρακτικές στις οινοτουριστικές επιχειρήσεις είναι στρατηγικές και μέθοδοι που εξασφαλίζουν ότι οι επισκέπτες απολαμβάνουν υψηλής ποιότητας εμπειρίες, προάγοντας ταυτόχρονα κατά το μέγιστο την αειφορία και τη βιωσιμότητα της οινοτουριστικής δραστηριότητας. Αυτές οι πρακτικές συμβάλλουν στην ενίσχυση της φήμης του οινοποιείου και κατ' επέκταση της περιοχής, καθώς και στην αύξηση των επισκέψεων και δη των επαναλαμβανόμενων επισκέψεων.

Ορισμένες βασικές πρακτικές που αποτελούν κριτήρια της οινοτουριστικής εμπειρίας είναι οι εξής:

1. Παροχή Αυθεντικών Εμπειριών
   - Δημιουργία εμπειριών που συνδέονται με την τοπική κουλτούρα, την ιστορία και την οινοπαραγωγική διαδικασία.
   - Δυνατότητα συμμετοχής των επισκεπτών σε δραστηριότητες όπως ο τρύγος, η παρακολούθηση της παραγωγής κρασιού ή η συμμετοχή σε τοπικές γιορτές και φεστιβάλ κρασιού.

2. Εκπαίδευση και Ενημέρωση των Επισκεπτών
   - Παροχή λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με τη διαδικασία παραγωγής κρασιού, τις ποικιλίες σταφυλιών και την ιστορία της περιοχής, από εξειδικευμένο προσωπικό ή σομελιέ.
   - Σεμινάρια και workshops για τη γευσιγνωσία κρασιού, την τοπική μαγειρική και την καλλιέργεια αμπελιών, ώστε οι επισκέπτες να αποκτούν μια βαθύτερη κατανόηση και εκτίμηση της οινοπαραγωγικής διαδικασίας.

3. Υψηλά Πρότυπα Φιλοξενίας
   - Εκπαίδευση του προσωπικού για την παροχή φιλικής, επαγγελματικής και εξατομικευμένης εξυπηρέτησης, εξασφαλίζοντας ότι οι επισκέπτες αισθάνονται ευπρόσδεκτοι και φροντισμένοι.
   - Δημιουργία άνετων, καθαρών και καλαίσθητων χώρων για τη φιλοξενία των επισκεπτών, τόσο στις αίθουσες γευσιγνωσίας όσο και στις υπόλοιπες εγκαταστάσεις του οινοποιείου.

4. Προώθηση της Περιβαλλοντικής Βιωσιμότητας
   - Εφαρμογή πρακτικών φιλικών προς το περιβάλλον, όπως η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η ανακύκλωση και η μείωση απορριμμάτων, καθώς και η βιολογική ή βιοδυναμική καλλιέργεια των αμπελιών.
   - Παροχή πληροφοριών στους επισκέπτες σχετικά με τις οικολογικές πρακτικές του οινοποιείου, προσελκύοντας τουρίστες με οικολογική συνείδηση.

5. Διαφοροποίηση και Εξατομίκευση των Υπηρεσιών
   - Ανάπτυξη ποικίλων προγραμμάτων και εμπειριών, όπως θεματικές διαδρομές κρασιού, συνδυαστικές γευσιγνωσίες (wine and food pairing) και μαθήματα μαγειρικής.
   - Προσαρμογή των εμπειριών ανάλογα με το προφίλ των επισκεπτών, όπως VIP ξεναγήσεις, ρομαντικές εμπειρίες ή οικογενειακές δραστηριότητες.

6. Ανάδειξη της Τοπικής Γαστρονομίας και Πολιτισμού
   - Προσφορά τοπικών προϊόντων κατά τη διάρκεια των γευσιγνωσιών, ενισχύοντας τη σύνδεση του κρασιού με την τοπική γαστρονομία.

- Οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, όπως μουσικά φεστιβάλ, εκθέσεις τέχνης ή τοπικά πανηγύρια, που ενδυναμώνουν την πολιτιστική ταυτότητα της περιοχής.

7. Προώθηση και Συνεργασία με Τοπικούς Παραγωγούς και Επιχειρήσεις

- Συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς (π.χ., τυροκόμους, παραγωγούς ελαιολάδου, αρτοποιούς, μελισσοκόμους) για την ανάπτυξη κοινών προϊόντων και εμπειριών.
- Ανάπτυξη δικτύων με τοπικά εστιατόρια, καταλύματα και τουριστικά γραφεία για την προώθηση του οινοτουριστικού προϊόντος.

8. Αξιοποίηση Τεχνολογίας και Ψηφιακών Εργαλείων

- Χρήση ιστοσελίδων και εφαρμογών για την ενημέρωση και την κράτηση υπηρεσιών, επιτρέποντας στους επισκέπτες να προγραμματίσουν τις εμπειρίες τους εκ των προτέρων.
- Αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των εκδηλώσεων και των δραστηριοτήτων του οινοποιείου, καθώς και για την καταγραφή της ανατροφοδότησης από τους επισκέπτες.

9. Διασφάλιση Ποιότητας μέσω Πιστοποιήσεων και Προτύπων

- Υιοθέτηση διεθνών και τοπικών προτύπων ποιότητας που διασφαλίζουν την υψηλή ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Τακτική εκπαίδευση του προσωπικού και αναβάθμιση των υποδομών έτσι ώστε οι υπηρεσίες ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των επισκεπτών.

10. Συνεχής Αξιολόγηση και Βελτίωση των Υπηρεσιών

- Συλλογή ανατροφοδότησης από τους επισκέπτες μέσω ερωτηματολογίων ή ψηφιακών μέσων και αξιοποίηση των δεδομένων αυτών για την βελτίωση των υπηρεσιών.
- Τακτική αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προσαρμογή τους σύμφωνα με τις τάσεις της αγοράς και τις ανάγκες των πελατών.

Ακολουθώντας αυτές τις καλές πρακτικές, οι οινοτουριστικές υπηρεσίες μπορούν βάσιμα να προσφέρουν μια υψηλής ποιότητας και διαφοροποιημένη εμπειρία που εστιάζει στην ιδιαίτερη ταυτότητα του κάθε προορισμού, εξασφαλίζοντας την υψηλή ικανοποίηση των επισκεπτών και ενισχύοντας τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της περιοχής. Η υιοθέτηση αυτών των καλών πρακτικών συμβάλλει στην ανάπτυξη ενός βιώσιμου και ποιοτικού οινοτουρισμού, που προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες ενώ ενδυναμώνει τη σχέση μεταξύ του οινοποιείου, της τοπικής κοινωνίας και των επισκεπτών.

7 ΟΔΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ

7.1 Διαχωρισμός των οινοποιείων

Ο διαχωρισμός των οινοποιείων είναι απαραίτητος για να προσαρμοστεί η μεθοδολογία σε διαφορετικές συνθήκες και τύπους οινοποιείων. Κάθε οινοποιείο έχει διαφορετικές ανάγκες, στόχους και πόρους, γι' αυτό και απαιτείται μια εξατομικευμένη προσέγγιση στην αξιολόγηση.

Τα κριτήρια που μπορούν να χρησιμοποιηθούν περιλαμβάνουν:

1. Μέγεθος και χωρητικότητα του οινοποιείου: Τα μεγαλύτερα οινοποιεία μπορούν να προσφέρουν περισσότερες και ποιοτικά ανώτερες υπηρεσίες όπως μεγαλύτερες ξεναγήσεις, ενώ τα μικρότερα οινοποιεία επικεντρώνονται συχνά στην παροχή πιο προσωπικών εμπειριών.

2. Γεωγραφική θέση: Οι οινοτουριστικές εμπειρίες μπορεί να διαφέρουν σημαντικά ανάλογα με την περιοχή και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, επομένως, η γεωγραφική ταυτότητα του κάθε τόπου παίζει ένα καίριο ρόλο στην εμπειρία που προσφέρει το κάθε οινοποιείο.

3. Κατηγορία επισκεπτών: Η φύση της εμπειρίας μπορεί να προσαρμοστεί ανάλογα με το είδος των επισκεπτών που προσελκύει το οινοποιείο (οικογένειες, νέοι, επαγγελματίες οινογνώστες κ.λπ.). Για παράδειγμα, η γευσιγνωσία μπορεί να διαφοροποιηθεί ώστε να καλύπτει τις ανάγκες τόσο των αρχάριων όσο και των πιο ενημερωμένων ή και των επαγγελματιών.

7.2 Διαβάθμιση των Οινοποιείων ανάλογα με τα επίπεδα καλών πρακτικών

Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του benchmarking είναι η δυνατότητα κατηγοριοποίησης των οινοποιείων ανάλογα με το επίπεδο των πρακτικών που εφαρμόζουν. Η διαβάθμιση αυτή βοηθά στη σύγκριση της απόδοσης των επιχειρήσεων.

Επίπεδο 1 - Βασικές Πρακτικές: Οινοποιεία που εφαρμόζουν τις βασικές απαιτήσεις του οινοτουρισμού, όπως απλή ξενάγηση και γευσιγνωσία, χωρίς περαιτέρω ανάπτυξη και διαφοροποίηση. Σε αυτή την κατηγορία, οι επιχειρήσεις προσφέρουν μια ικανοποιητική, αλλά βασική εμπειρία στους επισκέπτες, χωρίς ιδιαίτερες καινοτομίες ή πρόσθετες υπηρεσίες. Οι βελτιώσεις που μπορούν να γίνουν σε αυτό το επίπεδο περιλαμβάνουν την εισαγωγή πιο διαδραστικών εμπειριών και τη χρήση τεχνολογίας για την ενίσχυση της προσφερόμενης υπηρεσίας.

Επίπεδο 2 - Μέσες Πρακτικές: Οινοποιεία που έχουν επενδύσει σε κάποια επίπεδα διαφοροποίησης και ανάπτυξης των υπηρεσιών τους. Σε αυτή την κατηγορία, τα οινοποιεία προσφέρουν εμπλουτισμένες γευσιγνωσίες με τοπικά εδέσματα, οργανώνουν θεματικές ξεναγήσεις και χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία για την προσέλκυσ επισκεπτών, όπως οι

διαδικτυακές κρατήσεις. Αν και βρίσκονται σε ένα μεσαίο επίπεδο πρακτικών, υπάρχει ακόμα χώρος για βελτίωση στην καινοτομία και τη βιωσιμότητα. Σημαντικό στοιχείο για τα οινοποιεία σε αυτή την κατηγορία είναι η επένδυση σε συνεργασίες με τοπικές επιχειρήσεις και η ενίσχυση της ψηφιακής τους παρουσίας.

Επίπεδο 3 - Κορυφαίες Πρακτικές: Οινοποιεία που εφαρμόζουν τις πλέον καινοτόμες και βιώσιμες πρακτικές και προσφέρουν υψηλής ποιότητας εμπειρίες στους επισκέπτες τους. Τα οινοποιεία αυτά είναι πρωτοπόρα στη χρήση νέων τεχνολογιών, προσφέρουν ολοκληρωμένες εμπειρίες (π.χ., γευσιγνωσίες με τοπικά πιάτα, εκδηλώσεις για οινοτουρίστες, εκπαιδευτικά εργαστήρια) και έχουν ισχυρή παρουσία στον τοπικό τουριστικό κλάδο μέσω στρατηγικών συνεργασιών. Τα οινοποιεία αυτής της κατηγορίας έχουν επενδύσει σε βιώσιμες πρακτικές, χρησιμοποιώντας ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και ενσωματώνοντας περιβαλλοντική υπευθυνότητα σε όλες τις δραστηριότητές τους.

Στη βάση όλων των παραπάνω, η ομάδα μελέτης προχώρησε στη κατάταξη των οινοποιείων με σήμα επισκεψιμότητας, θέτοντας ως κριτήρια την *ξενάγηση*, την *οινογευσία*, τις *γευσιγνωσίες με τοπικά προϊόντα*, τις *θεματικές ξεναγήσεις*, τις *διαδικτυακές κρατήσεις*, τη *χρήση νέων τεχνολογιών*, τις *οινοτουριστικές εμπειρίες*, τις *πολιτιστικές και εκπαιδευτικές δράσεις*, τις *συνέργειες με τον τουριστικό κλάδο* και τις *φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές*. Πιο ειδικά:

- Η βαθμολογία 2/10 ανήκει στις ***βασικές πρακτικές*** και περιλαμβάνει τις υπηρεσίες ξενάγησης και οινογευσίας.
- Η βαθμολόγηση 5/10 ανήκει στις ***αξιόλογες πρακτικές*** και περιλαμβάνει, υπηρεσίες ξενάγησης, οινογευσίας, γευσιγνωσίες με τοπικά προϊόντα, θεματικές ξεναγήσεις και διαδικτυακές κρατήσεις.
- Η βαθμολόγηση 10/10 ανήκει στις ***εξαιρετικές πρακτικές*** και περιλαμβάνει όλα τα προηγούμενα καθώς και χρήση νέων τεχνολογιών, οινοτουριστικές εμπειρίες, πολιτιστικές και εκπαιδευτικές δράσεις, συνέργειες με τον τουριστικό κλάδο και φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές.

Στόχος της ανωτέρω διαδικασίας ήταν να καταγραφεί η υφιστάμενη κατάσταση των οινοτουριστικών υπηρεσιών των οινοποιείων και να εντοπιστούν οι αδυναμίες τους. Η πολυκριτηριακή αυτή μέθοδος αποτελεί -εξίσου- έναν "οδηγό" που βοηθά στην αξιολόγηση κάθε οινοποιείου, όπου μέσα από τις ελλείψεις του δείχνει τον δρόμο για τη βελτίωση των οινοτουριστικών υπηρεσιών που προσφέρει.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η ομάδα μελέτης προχώρησε στη δημιουργία ηλεκτρονικού εργαλείου αυτοαξιολόγησης των οινοποιείων (βλ. Παράρτημα Π7.1 σελ. 266), ώστε στο μέλλον να είναι σε θέση να παρακολουθούν την εξέλιξή τους, στη βάση των παραπάνω κριτηρίων και της αντίστοιχης βαθμολογίας.[48]

Στα στιγμιότυπα οθόνης (βλ. Παράρτημα Π7.2 σελ. 271), αποτυπώνεται η πολυκριτηριακή μέθοδος κατάταξης, καθώς και η βαθμολογία, για όλα τα οινοποιεία με σήμα επισκεψιμότητας, ανά περιοχή ΟΤΔ, σύμφωνα με τα διαθέσιμες ηλεκτρονικές πληροφορίες.[49]

48 https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdt95D2ihvbVUGSZQY-mZY-EsxewxRpIOFBjLxDiAwsR8LCYQ/viewform?usp=sharing

49 Το εν λόγω αρχείο έχει παραδοθεί στην Αναθέτουσα σε xls. μορφή.

Η συγκεντρωτική κατάταξη φαίνεται στην εικόνα που ακολουθεί:

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ			
Α/Α	**ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ**	**ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ**	**ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ**
1	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝ/ΡΙΣΜΟΣ ΤΥΡΝΑΒΟΥ	ΛΑΡΙΣΑ	/10
2	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΚΟΤΡΟΤΣΟΣ	ΑΧΑΪΑ	01/10
3	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ Γ. ΚΑΡΑΜΗΤΡΟΥ	ΚΑΡΔΙΤΣΑ	01/10
4	«ΑΜΠΕΛΟΕΙΣ» – ΑΜΠΕΛΟΕΙΣ Α.Ε.	ΚΑΒΑΛΑ	02/10
5	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΙΝΟΛΑΘΟΣ (ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ)	ΦΛΩΡΙΝΑ	02/10
6	ΒΕΓΟΡΙΤΗΣ - ΜΠΟΣΚΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ	ΦΛΩΡΙΝΑ	02/10
7	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝ/ΣΜΟΥ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΑΜΥΝΤΑΙΟΥ	ΦΛΩΡΙΝΑ	02/10
8	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ Γ.ΛΟΛΑΣ-Γ.ΦΤΙΚΑΣ (ΕΛΑΣΣΟΝΑΣ)	ΛΑΡΙΣΑ	02/10
9	ΝΤΟΥΓΚΟΣ	ΛΑΡΙΣΑ	02/10
10	ΚΤΗΜΑ ΚΑΤΣΑΡΟΥ	ΛΑΡΙΣΑ	02/10
11	ΚΤΗΜΑ Δ. ΜΙΓΑΣ	ΛΑΡΙΣΑ	02/10
12	ΤΣΙΛΙΚΗΣ – ΚΤΗΜΑ ΘΕΟΠΕΤΡΑ	ΤΡΙΚΑΛΑ	02/10
13	ΜΕΤΕΩΡΟ (ΤΖΙΝΑΣ)	ΤΡΙΚΑΛΑ	02/10
14	ΒΡΥΝΙΩΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ "VRINIOTIS WINERY"	ΕΥΒΟΙΑ	02/10
15	ΟΙΝΟΠΙΕΙΟ ΌΨΙΜΟΣ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	02/10
16	ΚΤΗΜΑ ΚΑΛΟΓΡΗ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	02/10
17	ΚΤΗΜΑ ΧΑΤΖΗΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΛΗΜΝΟΣ	02/10
18	ΓΑΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	02/10
19	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΜΩΡΑΪΤΗ	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	02/10
20	ΚΤΗΜΑ ΒΟΓΙΑΤΖΗ	ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	02/10
21	ΔΑΛΛΑΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ	ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	03/10
22	ΜΕΣΗΜΒΡΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	03/10
23	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΛΗΜΝΟΥ (LIMNOS WINES)	ΛΗΜΝΟΣ	03/10
24	ΛΥΚΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ «ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Α.ΛΥΚΟΣ ΙΚΕ»	ΕΥΒΟΙΑ	03/10
25	ΚΤΗΜΑ ΑΒΑΝΤΙΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΑ	ΕΥΒΟΙΑ	03/10
26	ΚΤΗΜΑ ΓΚΟΦΑΣ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
27	ΛΑΦΑΖΑΝΗΣ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
28	ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΛΑΥΚΙΩΤΗ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
29	ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΑ - ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
30	ΚΤΗΜΑ ΣΚΟΥΡΑΣ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
31	ΑΝΤΩΝΗΣ ΠΑΠΑΝΤΩΝΗΣ - ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ "ΑΝΤΩΝΗΣ ΠΑΠΑΝΤΩΝΗΣ"	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
32	ΚΤΗΜΑ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΥ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
33	ΚΤΗΜΑ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΥ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
34	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΤΡΟΥΠΗ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	03/10
35	ΚΤΗΜΑ ΜΠΡΙΤΖΙΚΗ	ΗΛΕΙΑ	03/10
36	ΚΤΗΜΑ ΔΡΟΥΒΑ	ΗΛΕΙΑ	03/10
37	ΑΡΙΟΥΣΙΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	ΧΙΟΣ	03/10
38	ΜΑΛΛΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	03/10
39	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΧΑΖΤΗΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	03/10
40	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΝΩΣΚΕΛΗ	ΟΑΚ	03/10
41	ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ ΚΑΜΚΟΥΤΗ	ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	03/10
42	ΚΤΗΜΑ ΑΛΦΑ	ΦΛΩΡΙΝΑ	04/10
43	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΚΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΒΑΕΝΙ ΝΑΟΥΣΑ	ΗΜΑΘΙΑ	04/10
44	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΚΑΠΠΑ (ΚΑΡΑΓΚΙΟΖΙΔΗΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ)	ΗΜΑΘΙΑ	04/10
45	ΚΤΗΜΑ ΤΑΤΣΗ	ΚΙΛΚΙΣ	04/10
46	«ΚΤΗΜΑ ΒΙΒΛΙΑ ΧΩΡΑ» – ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Β. ΤΣΑΚΤΣΑΡΛΗΣ-Ε. ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	ΚΑΒΑΛΑ	04/10
47	ZOINOS WINERY	ΗΠΕΙΡΟΣ	04/10
48	ΚΤΗΜΑ ΖΑΦΕΙΡΑΚΗ	ΛΑΡΙΣΑ	04/10
49	ΚΤΗΜΑ ΦΙΛΙΑ ΓΗ	ΚΑΡΔΙΤΣΑ	04/10
50	ΚΤΗΜΑ ΜΠΑΪΡΑΚΤΑΡΗΣ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	04/10
51	ΚΤΗΜΑ ΟΛΥΜΠΙΑ ΓΗ	ΗΛΕΙΑ	04/10
52	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΕΟΣ ΣΑΜΟΥ	ΣΑΜΟΣ	04/10
53	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΡΤΕΜΗ ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΥ	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	04/10
54	ΚΤΗΜΑ ΑΚΡΑΝΙ (ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΠΟΥΛΟΣ)	ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	04/10
55	PETRA MARINOU WINERY	ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	04/10
56	DOMAINE FLORIAN	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	04/10
57	ΚΤΗΜΑ ΓΚΑΙΝΑΒΟΣ	ΗΠΕΙΡΟΣ	05/10
58	ΚΤΗΜΑ ΠΑΛΥΒΟΥ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	05/10
59	SANTO WINES (ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΘΗΡΑΪΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ - ΣΥΝ. Π. Ε.)	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	06/10
60	ΑΧΑΙΑ CLAUSS	ΑΧΑΪΑ	06/10
61	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ «ΚΑΤΩΓΙ ΑΒΕΡΩΦ»	ΗΠΕΙΡΟΣ	06/10
62	ΑΧΑΙΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	ΑΧΑΪΑ	06/10
63	ΥΠΟΣΚΑΦΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΟΙΝΟΥ - ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	06/10
64	ΣΕΜΕΛΗ	ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ.	07/10
65	VASSALTIS VINEYARDS	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	07/10
66	KOURTESIS WINERY ESTATE	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	07/10
67	ΚΤΗΜΑ ΚΥΡ-ΓΙΑΝΝΗ	ΗΜΑΘΙΑ	08/10
68	ΚΤΗΜΑ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	08/10
69	ΜΑΝΟΥΣΑΚΗ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ	ΟΑΚ	08/10
70	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΝΤΟΥΡΑΚΗ	ΟΑΚ	08/10

Ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, παρακάτω αναφέρονται ανά επίπεδο ορισμένες καλές πρακτικές οινοποιείων με σήμα επισκεψιμότητας, οι οποίες εντοπίζονται στις 22 περιοχές των ΟΤΔ. Αξίζει να σημειωθεί ότι έχουν επιλεχθεί με βάση την κατάταξη που έλαβαν καθώς και με γεωγραφικά κριτήρια. Ήτοι, έχουν καταγραφεί καλές πρακτικές από όλες τις περιοχές του σχεδίου:

7.2.1 Επίπεδο 1 – Βασικές Πρακτικές

Τίτλος - Επωνυμία	:	Οινοποιείο VRINIOTI[50]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Εύβοια

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Οινοποιείο VRINIOTI θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς μέσα από την παροχή βασικών υπηρεσιών οινοτουρισμού και την αξιοποίηση βασικών καναλιών προώθησης, ελκύει και αποτελεί επιλογή για τον επισκέπτη της Εύβοιας.

Πώς εφαρμόζεται;
Το Οινοποιείο VRINIOTI βρίσκεται στα Γιάλτρα ένα μικρό χωριό της Βόρειας Εύβοιας 14 χιλιόμετρα από την Αιδηψό. Εκεί οι πρόγονοι της οικογένειας Βρυνιώτη άρχισαν να φυτεύουν αμπέλια και έχτισαν το παλαιό πέτρινο πατητήρι-οινοποιείο, με την παραδοσιακή υπόγεια δεξαμενή ζύμωσης. Δίπλα σε αυτό βρίσκεται το νέο οινοποιείο της οικογένειας, το οποίο είναι κατασκευασμένο σύμφωνα με την τοπική αρχιτεκτονική της Αιδηψού.
Ο ιδιόκτητος αμπελώνας του οινοποιείου είναι συνολικά 100 στρέμματα και απλώνεται επίσης στα Γιάλτρα και στους πρόποδες του όρους Τελέθριο σε υψόμετρο 200 έως 450 μέτρων. Στις πλαγιές τους καλλιεργούνται οι ερυθρές ελληνικές ποικιλίες και μεταξύ αυτών και το Βραδυανό, μία τοπική ποικιλία από τη Βόρεια Εύβοια η οποία είχε εξαφανιστεί με τη φυλλοξήρα το 1950. Το 2000 η οικογένεια βρήκε παλαιά κλήματα και τη διέσωσε και σήμερα το οινοποιείο διαθέτει 15 στρέμματα φυτεμένα μόνο με αυτή την ποικιλία.
Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, το Οινοποιείο VRINIOTI έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει την ξενάγηση μέσα στον αμπελώνα, στο παλαιό πατητήρι, στους χώρους του οινοποιείου, στην υπόγεια κάβα με τα ξύλινα βαρέλια και καταλήγει στο χώρο γευσιγνωσίας, όπου ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να δοκιμάσει και να προμηθευτεί τα κρασιά της οικογένειας.

Πού εφαρμόζεται;
Οι υπηρεσίες του Οινοποιείου VRINIOTI απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της Ευβοίας.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Οινοποιείο VRINIOTI ιδρύθηκε το 2002.

Αποτελέσματα
Το Οινοποιείο VRINIOTI έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

[50] Η επίσημη ιστοσελίδα του Οινοποιείου VRINIOTI είναι: https://www.vriniotiswinery.gr/

Τίτλος - Επωνυμία	:	Οινοποιείο Meteoro[51]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Τρίκαλα

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Οινοποιείο METEORO θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς μέσα από την παροχή βασικών υπηρεσιών οινοτουρισμού και την αξιοποίηση βασικών καναλιών προώθησης, ελκύει και αποτελεί επιλογή για τον επισκέπτη της περιοχής των Τρικάλων και των Μετεώρων.

Πώς εφαρμόζεται;
Το Οινοποιείο METEORO ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2004 με την φύτευση των πρώτων αμπελιών 50 στρεμμάτων στην περιοχή των Τρικάλων της Θεσσαλίας. Κατόπιν, το 2008 δημιουργήθηκε το οινοποιείο για την παραγωγή οίνου και αποσταγμάτων, το οποίο βρίσκεται στις παρυφές του λόφου Σκούμπου στην αρχαία Φαλώρεια κάτω από το Κερκέτιο Όρος (Κόζιακα) και κοντά στις όχθες του Πηνειού ποταμού. Σήμερα, διαθέτει συνολικά 140 στρέμματα αμπέλια, με ελληνικές και ξένες ποικιλίες, τα οποία έχουν φυτευτεί και στους πρόποδες των Μετεώρων στο Δήμο Καλαμπάκας, καθώς και στη Θεόπετρα.

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, το Οινοποιείο METEORO έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει ξενάγηση στον αμπελώνα και το οινοποιείο όπου οι επισκέπτες μπορούν να δουν τη διαδικασία παραγωγής αποστάγματος και κρασιού. Η περιήγηση ολοκληρώνεται με την γευστική δοκιμή των προϊόντων του οινοποιείου στην αίθουσα γευσιγνωσίας.

Πού εφαρμόζεται;
Το Οινοποιείο Meteoro απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της ιδιαίτερης περιοχής των Μετεώρων.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Οινοποιείο Meteoro ιδρύθηκε το 2004.

Αποτελέσματα
Το Οινοποιείο Meteoro έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

[51] Η επίσημη ιστοσελίδα του Οινοποιείου Meteoro είναι: https://www.meteorowinery.gr/

Τίτλος - Επωνυμία	:	Οινοποιία Ελασσόνας[52]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Ελασσόνα

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Η Οινοποιία Ελασσόνας θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς πέραν της αμπελοοινικής της δραστηριότητας καταβάλει προσπάθειες για την ανάπτυξη του οινοτουριστικού της προϊόντος μέσα από την παροχή υπηρεσιών περιήγησης και οινογευσίας στους χώρους της. Η απόκτηση σήματος επισκέψιμου οινοποιείου αποτελεί απόδειξη αυτής της προσπάθειας.

Πώς εφαρμόζεται;
Η Οινοποιία Ελασσόνας ιδρύθηκε το 2000 κοντά στην ομώνυμη περιοχή. Διαθέτει 100 στρέμματα ιδιόκτητους αμπελώνες στις πλαγιές της Καλούδας Ελασσόνας, στους πρόποδες του Ολύμπου, σε υψόμετρο 400μ., στους οποίους καλλιεργούνται ερυθρές και λευκές ποικιλίες σταφυλιών. Στο οινοποιείο υπάρχει κελάρι όπου ωριμάζουν τα κρασιά σε ξύλινα βαρέλια καθώς και χώροι αποθήκευσης των προϊόντων της οινοποιίας.

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, η Οινοποιία Ελασσόνας έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας στους χώρους της. Συγκεκριμένα, ο χώρος του κελαριού έχει διαμορφωθεί με σεβασμό στην παράδοση και μπορεί να φιλοξενήσει επισκέπτες που θέλουν να γνωρίσουν τα κρασιά του οινοποιείου ή και ομάδες που επιθυμούν να οργανώσουν συγκεντρώσεις γευσιγνωσίας.

Πού εφαρμόζεται;
Η Οινοποιία Ελασσόνας απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την οινική κουλτούρα και παράδοση της Ελασσόνας.

Πότε εφαρμόστηκε;
Η Οινοποιία Ελασσόνας ξεκίνησε τη λειτουργία της το 2000.

Αποτελέσματα
Η Οινοποιία Ελασσόνας έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

[52] Η επίσημη ιστοσελίδα της Οινοποιίας Ελασσόνας είναι: https://elassonawine.gr/

Τίτλος - Επωνυμία	:	Αμπελώνας Καμκούτη[53]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Βελβεντός

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Ο Αμπελώνας Καμκούτη θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς, παρά την δυνατότητα παροχής βασικών υπηρεσιών οινοτουρισμού, αναγνώρισε τις νέες τάσεις αλλά και τις προκλήσεις του αμπελοοινικού τομέα και διαμόρφωσε έναν χώρο που μπορεί να προσφέρει πολύ περισσότερες επιλογές στους επισκέπτες. Σήμερα, ο Αμπελώνας είναι ανοικτός όχι μόνο για τους λάτρεις του κρασιού, αλλά και για αυτούς που θέλουν να πραγματοποιήσουν εκδηλώσεις και άλλες δράσεις στο ιδιαίτερο φυσικό τοπίο του Βελβεντού.

Πώς εφαρμόζεται;
Ο Αμπελώνας Καμκούτη βρίσκεται στην ημιορεινή περιοχή του Βελβεντού ανάμεσα στις παρυφές των Δυτικών Πιερίων και στη λίμνη Πολυφύτου στα 400m υψόμετρο. Εκεί, ιδρύθηκε το 2004 και το νέο πετρόκτιστο οινοποιείο όπου γίνεται η παραγωγή των προϊόντων του και η παλαίωση των κρασιών σε ειδικούς χώρους. Η επιχείρηση έχει πάνω από 100 έτη εμπειρία στην αμπελοκαλλιέργεια και την παραγωγή οίνου και σήμερα η 3η και η 4η γενιά της οικογένειας Καμκούτη, συνεχίζει να καλλιεργεί τον ιδιόκτητο αμπελώνα και να παράγει κρασιά υψηλής ποιότητας με σταφύλια μόνο παραγωγής της,

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, ο Αμπελώνας Καμκούτη έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει ξενάγηση στον αμπελώνα και το οινοποιείο και ολοκληρώνεται με την γευστική δοκιμή των προϊόντων του. Παράλληλα, και αναγνωρίζοντας τις τάσεις της εποχής, η οικογένεια το 2006 ξεκίνησε να φιλοξενεί στους χώρους του οινοποιείου εκδηλώσεις, ημερίδες, δεξιώσεις κτλ. Με αυτόν τον τρόπο έδειξε ευελιξία και προσαρμογή στις προκλήσεις που μπορεί να αντιμετωπίζει ο αμπελοοινικός τομέας.

Πού εφαρμόζεται;
Ο Αμπελώνας Καμκούτη απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της περιοχής του Βελβεντού, αλλά και σε αυτούς που θέλουν να υλοποιήσουν μία εκδήλωση σε έναν διαφορετικό και ιδιαίτερο τόπο.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το νέο σύγχρονο οινοποιείο του Αμπελώνα Καμκούτη ιδρύθηκε το 2004.

Αποτελέσματα
Ο Αμπελώνας Καμκούτη έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

[53] Η επίσημη ιστοσελίδα του Αμπελώνα Καμκούτη είναι: https://kamkoutis.gr/

Τίτλος - Επωνυμία	:	Οινοποιείο Αριούσιος[54]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Χίος

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Οινοποιείο Αριούσιος θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς είναι αποτέλεσμα συλλογικής προσπάθειας των τοπικών παραγωγών της Χίου να παραχθεί και να αναδειχθεί ο τοπικός οίνος. Η προσπάθεια αυτή έχει προσελκύσει αρκετούς επισκέπτες και το οινοποιείο για να ανταποκριθεί στις νέες απαιτήσεις και τουριστικές ανάγκες επεδίωξε την απόκτηση επισκέψιμου σήματος και την προσφορά υπηρεσιών περιήγησης και γευσιγνωσίας στους χώρους του.

Πώς εφαρμόζεται;
Το Οινοποιείο Αριούσιος ήταν αποτέλεσμα της πρωτοβουλίας μίας μικρής ομάδας Χιωτών να αναβιώσουν την παραγωγή του περίφημου Αριούσιου Οίνου της αρχαιότητας. Το 2001 με δεδομένη την μοναδικότητα της ποικιλίας Χιώτικο Κρασερό ξεκινά η επανακαλλιέργεια των πρώτων αμπελώνων της περιοχής στην βουνοσειρά της Αμανής, ενώ το 2004 ιδρύεται η πολυμετοχική ΑΡΙΟΥΣΙΟΣ Α.Ε. που απαρτίζεται από ανθρώπους από την Βόρεια Χίο. Το 2009 εγκαινιάζονται το οινοποιείο στην Θέση Σοφού, στον οικισμό του Εγρηγόρου, 59 χλμ. από την πόλη της Χίου, το οποίο είναι και το πρώτο σύγχρονο οινοποιείο που κατασκευάστηκε στο νησί. Το οινοποιείο είναι κατασκευασμένο σε τρία επίπεδα, συμπεριλαμβανομένου του υπογείου όπου παλαιώνονται τα κρασιά του και τα σταφύλια του προέρχονται από 6 αμπελώνες που βρίσκονται σε διάφορες περιοχές του νησιού.
Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, το Οινοποιείο Αριούσιος έχει αποκτήσεις ήδη από το 2016 σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας στους χώρους του. Συγκεκριμένα η περιήγηση περιλαμβάνει ξενάγηση στους χώρους παραγωγής του κρασιού, στα κελάρια, παρακολούθηση οπτικοακουστικού υλικού για την ιστορία του τόπου και δοκιμή κρασιών ανάμεσα σε μια μικρή συλλογή παραδοσιακών αγροτικών εργαλείων και αντικειμένων.
Αξίζει να σημειωθεί ότι οι χώροι του είναι προσβάσιμοι σε ΑμεΑ και δίνεται η δυνατότητα διοργάνωσης δράσεων οινοτουρισμού και γευσιγνωσίες κρασιών στις εγκαταστάσεις του κατόπιν συνεννόησης. Επίσης, το ίδιο το οινοποιείο προτείνει η επίσκεψη στο οινοποιείο να συνδυαστεί με πεζοπορικές διαδρομές στην περιοχή και στάση στα Ιαματικά Λουτρά των Αγιασμάτων και το σπήλαιο του Αγίου Γάλακτος.

Πού εφαρμόζεται;
Το οινοποιείο Αριούσιος απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την φημισμένη οινική κουλτούρα και παράδοση της Χίου.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Οινοποιείο Αριούσιος ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2009.

Αποτελέσματα
Το Οινοποιείο Αριούσιος έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

[54] Η επίσημη ιστοσελίδα του Οινοποιείου Αριούσιος είναι: https://ariousios.gr/

7.2.2 Επίπεδο 2 – Αξιόλογες Πρακτικές

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Ακράνι[55]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Κως

Γιατί είναι καλή πρακτική;

Το Κτήμα Ακράνι αποτελεί μία καλή πρακτική οινοτουριστικής επιχείρησης, καθώς μέσα από τις ενέργειες και τη διαχείρισή της δείχνει σεβασμό στη γη, το περιβάλλον και τον πολιτισμό του νησιού της Κω. Το οινοποιείο, από την καλλιέργεια των αμπελώνων του, την παραγωγή κρασιού μέχρι και τις οινοτουριστικές του εμπειρίες αποδεικνύει τη συνειδητή προσπάθεια της οικογένειας για προστασία και διατήρηση της γης που παράγεται το κρασί της και της ανάγκης για προώθηση του τοπικού πολιτισμού και της γαστρονομίας.

Πώς εφαρμόζεται;

Το οινοποιείο του Κτήματος Ακράνι ξεκίνησε να χτίζεται από την οικογένεια Τριανταφυλλόπουλου το 2001 στους πρόποδες του όρους Δίκαιος της Κω, σε χώρο 2500τ.μ. Παράλληλα με το οινοποιείο, δημιουργείται πειραματικός αμπελώνας που φιλοξενεί σήμερα περισσότερες από τριάντα σπάνιες ελληνικές ποικιλίες, με στόχο τη μελέτη προσαρμογής τους στο terroir του νησιού. Τον ίδιο σκοπό εξυπηρετεί κι ο εμπλουτισμός του ιδιόκτητου αμπελώνα, που έχει ήδη φτάσει τα 150 στρέμματα, με επέκταση των φυτεύσεων στη Μινιέρα και νέες φυτεύσεις στην Καρδάμαινα, στη νότια πλευρά του όρους. Στόχος της οικογένειας είναι να αφήσει τη δική της παρακαταθήκη στον οινικό κλάδο, με πειραματικές οινοποιήσεις και πρωτόκολλα οινοποίησης που αναδεικνύουν τους τυπικούς χαρακτήρες σπάνιων ελληνικών ποικιλιών.

Κυρίως όμως επιδιώκει να αποτελέσει χώρο ανοιχτό και φιλόξενο για ανθρώπους από όλο τον κόσμο. Από την ανάγκη της να αναγνωρίσει όλες εκείνες τις σχέσεις φιλίας (σχέσεις με αμπελουργούς, συναδέλφους οινοποιούς, παραγωγούς τοπικών προϊόντων, τους κατοίκους της Κω, αλλά και τους επισκέπτες) που καλλιέργησε από το 1996, όταν ξεκίνησε το ταξίδι της στον κόσμο του κρασιού, προέκυψε και το ιδιαίτερο όνομα του κτήματος. «Ακράνι» σημαίνει φίλος αγαπημένος και προέρχεται από τη λέξη «ακράνης». Είναι μια λέξη σπάνια που συναντάται σε ακριτικά τραγούδια της Δωδεκανήσου και υπογραμμίζει την ελληνική καταγωγή και τη δέσμευση της οικογένειας να αναβιώσει σπάνιες ελληνικές ποικιλίες στο terroir της Κω.

Στο οινοποιείο, οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή όχι μόνο με το αμπέλι και το κρασί του Κτήματος, αλλά και με την ιστορία και τον σύγχρονο πολιτισμό του νησιού. Η μόνιμη έκθεση με έργα Ελλήνων ζωγράφων που βρίσκεται στον χώρο και οι οινικές δοκιμές που γίνονται συνοδεία χαρακτηριστικών προϊόντων της γαστρονομικής παράδοσης των Δωδεκανήσων, επιδιώκουν να φέρουν τον επισκέπτη πιο κοντά στον τοπικό πολιτισμό και την κουλτούρα του νησιού.

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, οι εμπειρίες που σχεδίασε και προσφέρει το οινοποιείο στους επισκέπτες του παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω:

- Γευσιγνωσία κρασιού της επιλογής του επισκέπτη με συνοδεία τοπικών εδεσμάτων.
- Οινική περιήγηση στον χώρο παραγωγής και στο υπόγειο κελάρι.

[55] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Ακράνι είναι: https://www.ktimakrani.gr/el

- Οινική περιήγηση και οινογευσία 4 κρασιών του κτήματος συνδυασμένα με τοπικά εδέσματα.
- Οινική περιήγηση και επιλογές μικρών γευμάτων τοπικών γεύσεων.

Για κάθε κρασί υπάρχει πληροφοριακό υλικό, ενώ είναι διαθέσιμη και η υπηρεσία sommelier για όσους επισκέπτες επιθυμούν εξειδικευμένη γνώση για τα κρασιά του Κτήματος από οινολόγο.
Πέραν τον ιδιαίτερων παρεχόμενων υπηρεσιών του οινοποιείου, ένας ακόμη σημαντικός λόγος για τον οποίο το Κτήμα Ακράνι αποτελεί καλή πρακτική οινοτουριστικής επιχείρησης είναι γιατί καταβάλει μία σημαντική προσπάθεια παροχής προϊόντων με όρους βιωσιμότητας. Κύριο μέλημα της οικογένειας είναι η επόμενη γενιά να κληρονομήσει μία γόνιμη και αειφόρο γη. Η βιωσιμότητα του κτήματος επιτυγχάνεται με ποικίλους τρόπους. Ενδεικτικοί είναι οι παρακάτω:

- Αξιοποίηση των αρχών της "οικολογικής μηχανικής", με στόχο τη διατήρηση της κληρονομιάς και την ενίσχυση της αειφόρου ανάπτυξη των αμπελώνων του Κτήματος. Με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζεται μία υγιής ισορροπία μεταξύ της αμπέλου, του εδάφους, του νερού και της φυσικής βιοποικιλότητας.

- Περιορισμός χρήσης χημικών ζιζανιοκτόνων, εντομοκτόνων και μηκυτοκτόνων. Για να ελεγχθεί η ανάπτυξη ασθενειών, καθώς και του υπερπληθυσμού των καταστροφικών εντόμων, το οινοποιείο υλοποιεί προληπτικές επεμβάσεις με ανόργανα στοιχεία του εδάφους και με φυσικούς εχθρούς αυτών στην τροφική αλυσίδα. Επιπλέον, χρησιμοποιούνται αντιμηκυτιακά σκευάσματα, βασισμένα σε εκχυλίσματα αρωματικών φυτών.

- Καλλιέργεια μεσογειακών αρωματικών φυτών, τα οποία αποτελούν ένα σημαντικό συστατικό διατροφής των μελισσών, καθώς εμπλουτίζουν με αρώματα το μέλι τους.

- Αξιοποίηση της ακαλλιέργειας (σύστημα που αποφεύγει όλες τις πρακτικές που εντείνουν τη φυσική υποβάθμιση του εδάφους), ως μεθόδου για τη διαχείριση του εδάφους. Με αυτό τον τρόπο διατηρούνται τα αυτοφυή χορτάρια μέσα στο αμπέλι, ελκύοντας μεγάλο αριθμ'ο ωφέλιμων εντόμων. Μόνο μία καλλιεργητική εργασία εδάφους γίνεται στις αρχές καλοκαιριού προκειμένου να κοπούν τα υπέργεια στελέχη των χόρτων, βοηθώντας τη γη να διατηρήσει καλύτερα τα υγρασιακά της αποθέματα.

- Τροφοδότηση των χωραφιών με οργανικό κομπόστ, με αποτέλεσμα μέρος των θρεπτικών στοιχείων που κατανάλωσε η γη για τη σοδειά της να επιστρέφεται πίσω στη φυσική πηγή.

Πού εφαρμόζεται;
Το Κτήμα Ακράνι απευθύνεται σε όσους επιθυμούν μία οινική εμπειρία που φέρει τον επισκέπτη πιο κοντά στον πολιτισμό και την παράδοση της Κω.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Κτήμα Ακράνι ξεκίνησε να λειτουργεί το 2004.

Αποτελέσματα
Το Κτήμα Ακράνι έχει διακριθεί για τα κρασιά του. Επιπλέον, είναι πιστοποιημένο με ISO22000, έχει αποκτήσει την ψηφιακή πιστοποίηση "WineTourism.com", και στο πλαίσιο της κοινωνικής του ευθύνης, είναι μέλος του προγράμματος "Wine in Moderation", στόχος του

οποίου είναι καταπολέμηση της καταχρηστικής κατανάλωσης αλκοόλ και των επιβλαβών συνεπειών του στην κοινωνία.

Πληροφορίες
Στο πλαίσιο προώθησης της γαστρονομίας, το Κτήμα Ακράνι φιλοξένησε το 2023 τον διεθνή διαγωνισμό «World Food Gift Challenge», μια διοργάνωση της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου-Ευρωπαϊκής Περιφέρειας Γαστρονομίας 2019, σε συνεργασία με το Διεθνές Δίκτυο Γαστρονομίας, Πολιτισμού, Τεχνών και Τουρισμού IGCAT.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα ΑΛΦΑ[56]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Αμύνταιο

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Κτήμα ΆΛΦΑ θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς μέσα από την παροχή βασικών υπηρεσιών οινοτουρισμού και την αξιοποίηση βασικών καναλιών προώθησης, ελκύει και αποτελεί επιλογή για τον επισκέπτη της περιοχής του Αμυνταίου.

Πώς εφαρμόζεται;
Το Κτήμα ΑΛΦΑ βρίσκεται στην περιοχή του Αμυνταίου της Φλώρινας. Ο ενιαίος ιδιόκτητος αμπελώνας του βρίσκεται στη θέση «Αμπέλια» της Βεγόρας σε υψόμετρο 620-710 μέτρα και έχει έκτασή 2.200 στρέμματα. Το οινοποιείο του Κτήματος βρίσκεται κοντά στον ιδιόκτητο αμπελώνα, όπου βρίσκεται και το υπόγειο κελάρι με τα βαρέλια του στα οποία παλαιώνεται το κρασί.
Στο πλαίσιο της λειτουργίας του, το οινοποιείο βασίζεται και ακολουθεί την φιλοσοφία του οινοποιού: *"Απόλυτος σεβασμός στην ανάδειξη του οικοσυστήματος, με γνώμονα τον άνθρωπο"*. Με βασικό στόχο τον σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον, αξιοποιεί αειφόρες πρακτικές αμπελοκαλλιέργειας και οινοποίησης που βασίζονται στα σύγχρονα διεθνή επιστημονικά πρότυπα.
Παράλληλα, αξιοποιείται και η νέα τεχνολογία για τη διαχείριση του. Συγκεκριμένα, η διαχείριση του οινοποιείου απλουστεύεται με την εφαρμογή και λειτουργία ολοκληρωμένης διαχείρισης (Building Management System) τόσο σε επίπεδο οινοποιητικής διαδικασίας όσο και σε επίπεδο μηχανικών και μηχανολογικών λειτουργιών, οι οποίες μπορούν να παρακολουθούνται ακόμη και απομακρυσμένα, από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου.
Όσον αφορά τον τομέα του οινοτουρισμού, το Κτήμα ΑΛΦΑ έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει την ξενάγηση στους χώρους του οινοποιείου, όπου οι επισκέπτες ενημερώνονται για την ιστορία του Κτήματος και αποκτούν πλήρη εικόνα όλων των σταδίων της παραγωγικής διαδικασίας. Μάλιστα, στο υπόγειο κελάρι έχει δημιουργηθεί ειδικά σχεδιασμένο μονοπάτι για τον επισκέπτη, ώστε να μπορεί να επισκεφθεί την υπόγεια κάβα του περιμετρικά, χωρίς να "ενοχλήσει" τα κρασιά που ωριμάζουν. Η εμπειρία ολοκληρώνεται σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο γευστικής δοκιμής, όπου οι επισκέπτες μπορούν να δοκιμάσουν τα κρασιά του Κτήματος.

[56] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Άλφα είναι: https://alpha-estate.com/

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι στην επίσημη ιστοσελίδα του οινοποιείου δίνονται πληροφορίες για την επίσκεψη στον χώρο του οινοποιείου και επιπλέον, για την καλύτερη και πιο προσωποποιημένη εξυπηρέτηση, δίνεται η δυνατότητα παροχής προσαρμοσμένων πακέτων φιλοξενίας κατόπιν συνεννόησης με τον επισκέπτη.

Πού εφαρμόζεται;
Οι υπηρεσίες του Κτήματος ΑΛΦΑ απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της περιοχής του Αμυνταίου.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Κτήμα ΑΛΦΑ ιδρύθηκε το 1997.

Αποτελέσματα
Το Κτήμα ΑΛΦΑ έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Βιβλία Χώρα[57]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Παγγαίο

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Κτήμα Βιβλία Χώρα θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς πέρα από την παροχή υπηρεσιών οινοτουρισμού, καταβάλλει σημαντική προσπάθεια στον τομέα της βιωσιμότητας, μέσα από την αξιοποίηση της βιολογικής γεωργίας. Επιπλέον, συμμετέχει ενεργά στην ανάδειξη των τοπικών ποικιλιών μέσα από τη συμμετοχή του σε έργα έρευνας και ανάπτυξης.

Πώς εφαρμόζεται;
Το Κτήμα Βιβλία Χώρα βρίσκεται στις πλαγιές του Παγγαίου Όρους, στο Κοκκινοχώρι Καβάλας.
Το 1998 ξεκίνησαν οι πρώτες φυτεύσεις σύμφωνα με τα πρότυπα της βιολογικής καλλιέργειας με σεβασμό στο περιβάλλον, στη χλωρίδα και πανίδα της περιοχής και σήμερα καταλαμβάνει έκταση 650 στρεμμάτων. Το 2001 ξεκίνησε η κατασκευή του οινοποιείου, που περιβάλλεται από τον ιδιόκτητο αμπελώνα και οι χώροι του επισκέψιμου και το 2007 εγκαινιάστηκε.
Επιπλέον, πειραματικά καλλιεργούνται 36 διαφορετικές ελληνικές ποικιλίες, σε αμπελώνα που καταλαμβάνει 1,5 στρέμμα και είναι προσβάσιμος στους επισκέπτες του Κτήματος, με στόχο να διαπιστωθεί η προσαρμογή των ποικιλιών αυτών στην περιοχή και το οινικό δυναμικό τους για τη δημιουργία νέων κρασιών. Η ανάγκη για ανακάλυψη των ελληνικών ποικιλιών, οδήγησε το οινοποιείο το 2009 να ξεκινήσει μία μελέτη και παράλληλα την καλλιέργεια μίας αυτόχθονης άγνωστης ποικιλίας που ανακαλύφθηκε στους πρόποδες του Παγγαίου Όρους, η οποία δεν ταυτοποιείται με καμία από τις ήδη υπάρχουσες.
Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, το Κτήμα Βιβλία Χώρα έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η επίσκεψη

[57] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Βιβλία Χώρα είναι: https://bibliachora.gr/

περιλαμβάνει περιήγηση στον εξωτερικό χώρο του Κτήματος με θέα τον ιδιόκτητο αμπελώνα, ξενάγηση στους χώρους της παραγωγής, της εμφιάλωσης, της παλαίωσης και στις υπόγειες κάβες. Η ξενάγηση ολοκληρώνεται στην αίθουσα γευστικής δοκιμής όπου ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να δοκιμάσει τα κρασιά του Κτήματος. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα οργάνωσης ειδικών ξεναγήσεων για σχολεία και εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το οινοποιείο είναι προσβάσιμο σε όλους και δίνει τη δυνατότητα να το επισκεφτεί κάποιος και εικονικά μέσα από την ιστοσελίδα του. Επίσης, σποραδικά φιλοξενεί πολιτιστικές εκδηλώσεις οινικού ενδιαφέροντος.

Στο πλαίσιο ανάπτυξης της καινοτομίας συμμετέχει στη υλοποίηση έργου «HELLENOINOS» για την ανάδειξη, αξιολόγηση, και αξιοποίηση ελληνικών ποικιλιών αμπέλου, καθώς και στο έργο «ΕΒΤΑΡ» που αφορά τον εξατομικευμένο βέλτιστο τρύγος. Και τα δύο έργα υλοποιούνται στο πλαίσιο της Ενιαίας Δράσης Κρατικών Ενισχύσεων Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης & Καινοτομίας «ΕΡΕΥΝΩ – ΔΗΜΙΟΥΡΓΩ – ΚΑΙΝΟΤΟΜΩ» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία 2014-2020».

Πού εφαρμόζεται;
Οι υπηρεσίες του Κτήματος Βιβλία Χώρα απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της Καβάλας και της περιοχής του Παγγαίου.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Κτήμα Βιβλία Χώρα ιδρύθηκε το 1998.

Αποτελέσματα
Το Κτήμα Βιβλία Χώρα έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του. Επίσης:

- Έχει πιστοποιηθεί με το σήμα «ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ» από το 2018 πληρώντας τα ποσοτικά και τα ποιοτικά κριτήρια που απαιτούνται: ελληνική ιδιοκτησία, ελληνική παραγωγή, ελληνικά προϊόντα, με συμμετοχή σε περιβαλλοντικές και κοινωνικές δράσεις, μέριμνα για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων, την ασφάλεια των παραγόμενων προϊόντων και την προστασία των καταναλωτών.
- Έχει πιστοποιηθεί με το σήμα «ETHOS» για την Εταιρική Κοινωνική του Ευθύνη, εφαρμόζοντας πρακτικές υπέρ των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της προστασίας του περιβάλλοντος και της ηθικής και υπεύθυνης διακυβέρνησης.
- Έχει αποκτήσει το σήμα επισκέψιμου οινοποιείου από το Υπουργείο Τουρισμού.
- Όλα τα κρασιά του Κτήματος είναι πιστοποιημένα ως Vegan και ως βιολογικοί οίνοι.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Οινοποιείο Limnos Wines[58]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Λήμνος

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το οινοποιείο Limnos Wines θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς είναι αποτέλεσμα συλλογικής προσπάθειας των τοπικών παραγωγών της Λήμνου. Η προσπάθεια

[58] Η επίσημη ιστοσελίδα του οινοποιείου Limnos Wines είναι: https://www.limnoswines.gr/

αυτή έχει φέρει θετικό αντίκτυπο στην τοπική κοινότητα, μιας και τα κρασιά της Λήμνου έχουν αποκτήσει μεγάλη φήμη και πλήθος τουριστών επισκέπτονται το νησί για να τα γνωρίσουν. Ο Συνεταιρισμός, ανταποκρινόμενος στις νέες απαιτήσεις και τουριστικές ανάγκες απέκτησε πρόσφατα σήμα επισκέψιμου οινοποιείου.

Πώς εφαρμόζεται;
Το οινοποιείο Limnos Wines αποτελεί πρωτοβουλία του Αγροτικού Συνεταιρισμού Λήμνου. Αν και ο Συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 1937, κύρια δραστηριότητα του την περίοδο εκείνη ήταν η συλλογή και η εκκόκκιση του παραγόμενου βαμβακιού του νησιού. Στη συνέχεια και λόγω της αυξημένης εξερχόμενης μετανάστευσης των Λημνιών, η βαμβακοκαλλιέργεια εγκαταλείφθηκε και ο Συνεταιρισμός στράφηκε στην οινοποίηση. Έχοντας ως πρώτες ύλες την ερυθρή ποικίλα του Λημνιού, μια από τις αρχαιότερες ποικιλίες στον κόσμο και τη λευκή ποικιλία του Μοσχάτου Αλεξανδρείας, ξεκίνησε την παραγωγή των γνωστών κρασιών Λήμνου. Σήμερα, ο Συνεταιρισμός αποτελείται από γεωργούς, κτηνοτρόφους και μεταποιητές που ασχολούνται αποκλειστικά με τη γη, διατηρώντας το χαρακτήρα των τοπικών ποικιλιών και συνδυάζοντας τις παραδοσιακές αγροτικές πρακτικές με σύγχρονες μεθόδους. Απορροφώντας την πρώτη ύλη από τους παραγωγούς, ο Συνεταιρισμός υποστηρίζει το εισόδημά τους και τους ενθαρρύνει.
Το ιδιόκτητο οινοποιείο του Συνεταιρισμού βρίσκεται στη Μύρινα Λήμνου, σε μια έκταση 10 στρεμμάτων στο Λιμάνι Αγίου Νικολάου και σε εγκαταστάσεις συνολικής επιφάνειας 3500τμ. Το σύνολο της παραγωγής εμφιαλώνεται και συσκευάζεται στις εγκαταστάσεις του οινοποιείου. Οι αμπελώνες των παραγωγών μελών του Συνεταιρισμού καλύπτουν πάνω από 3.500 στρέμματα σε όλο το νησί, ενώ ήδη από το 1997, σε επιλεγμένους αμπελώνες εφαρμόζονται προγράμματα βιολογικής γεωργίας, με στόχο μια γεωργία προσανατολισμένη στην προστασία του περιβάλλοντος και την προστασία των τοπικών ποικιλιών.
Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, ο Συνεταιρισμός πρόσφατα απέκτησε σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας στους χώρους του.

Πού εφαρμόζεται;
Το οινοποιείο Limnos Wines απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την φημισμένη οινική κουλτούρα και παράδοση της Λήμνου.

Πότε εφαρμόστηκε;
Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Λήμνου ιδρύθηκε το 1937.

Αποτελέσματα
Το οινοποιείο Limnos Wines έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Τάτσης[59]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Γουμένισσα

[59] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Τάτση είναι: https://ktimatatsis.gr/

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Κτήμα Τάτση θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς πέρα από την παροχή υπηρεσιών οινοτουρισμού, καταβάλλει σημαντική προσπάθεια στον τομέα της βιωσιμότητας, μέσα από την αξιοποίηση της βιολογικής και βιοδυναμικής καλλιέργειας.

Πώς εφαρμόζεται;
Η οικογένεια Τάτση ξεκίνησε να δραστηριοποιείται στον τομέα της αμπελουργίας από το 1924, όπου απέκτησε αμπέλια στο ύψωμα Λιμπάσκεριτ και Γερακώνα της Γουμένισσας. Η συνολική έκταση των ιδιόκτητων αμπελώνων που καλλιεργεί πλέον το οινοποιείο ανέρχεται στα 180 στρέμματα. Το 2007 ξεκινά η οινοποίηση στις νέες εγκαταστάσεις της οικογένειας, ενώ η παλαίωση των κρασιών γίνεται σε δρύινα βαρέλια.
Το Κτήμα Τάτση, θέλοντας να συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος, από το 1998 καλλιεργεί τους αμπελώνες του βάσει των μεθόδων βιολογικής καλλιέργειας, για την οποία έχει πιστοποιηθεί, ενώ από το 2002 αξιοποιεί τις μεθόδους βιοδυναμικής καλλιέργειας. Στα κρασιά που παράγονται στο Κτήμα δεν χρησιμοποιείται κανένα οινολογικό πρόσθετο και βελτιωτικό και κατά την παραγωγική διαδικασία δεν χρησιμοποιείται κανένα οινολογικό πρόσθετο.
Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, το Κτήμα Τάτση έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει 3 υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας βάσει του αριθμού κρασιών που επιθυμεί να δοκιμάσει ο επισκέπτης. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το οινοποιείο δίνει τη δυνατότητα για ηλεκτρονική κράτηση της ξενάγησης μέσα από την ιστοσελίδα του.

Πού εφαρμόζεται;
Οι υπηρεσίες του Κτήματος Τάτση απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της Γουμένισσας και ένα οινοποιείο που αξιοποιεί φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους αμπελοκαλλιέργειας.

Πότε εφαρμόστηκε;
Η καλλιέργεια των αμπελώνων της οικογένειας Τάτση ξεκίνησε από το 1924.

Αποτελέσματα
Το Κτήμα Τάτση έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Φίλια Γη[60]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Καρδίτσα

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Κτήμα Φίλια Γη θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς προσφέρει αρκετές υπηρεσίες οινοτουρισμού, καθιστώντας το ελκυστικό όχι μόνο για οινική περιήγηση και ξενάγηση αλλά και για άλλες δραστηριότητες αναψυχής και διασκέδασης.

[60] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Φίλια Γη είναι: https://filiagi.com/

Πώς εφαρμόζεται;
Το Κτήμα Φίλια Γη άρχισε επίσημα την λειτουργία του το 2014, όταν χτίστηκε το οινοποιείο της οικογένειας Κοντού. Ωστόσο το πραγματικό του ξεκίνημα έγινε στις αρχές του 2000 όταν η οικογένεια οινοποίησε ερασιτεχνικά σταφύλια που αγόραζε από τοπικούς παραγωγούς. Ο αμπελώνας του Κτήματος βρίσκεται στην περιοχή "Αμπέλια", στο χωριό της Φίλιας, όπου βρίσκεται και το οινοποιείο και η πρώτη φύτευση του έγινε στις αρχές του 2000. Παρόλο που η έκτασή του τότε δεν ξεπερνούσε τα 30 στρέμματα, χρόνο με τον χρόνο, δημιουργήθηκε ένας ενιαίος αμπελώνας έκτασης 130 στρεμμάτων με ποικιλίες τόσο από τον ελληνικό όσο και από τον διεθνή αμπελώνα.
Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, το Κτήμα Φίλια Γη έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει βόλτα στον αμπελώνα και τις εγκαταστάσεις του οινοποιείου, επίσκεψη στο κελάρι, αφήγηση της ιστορίας του κτήματος και γευστική δοκιμή των κρασιών που συνοδεύεται από τοπικά εδέσματα. Για ομαδικές και οργανωμένες επισκέψεις, υπάρχει η δυνατότητα οργάνωσης συγκεκριμένων εμπειριών γαστρονομίας με εξωτερική μαγειρική και γεύμα ακόμα και μέσα στον αμπελώνα. Επιπλέον, οι επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να απολαύσουν τα κρασιά του οινοποιείου σε αίθριο χώρο που λειτουργεί και ως καφέ-μπαρ, όπου σερβίρεται καφές καθώς και γλυκά του κουταλιού της περιοχής. Μάλιστα, τους θερινούς μήνες, το οινοποιείο πραγματοποιεί εβδομαδιαίως βραδιά coctail ως εναλλακτική εμπειρία στον χώρο του.
Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο χώρος είναι προσβάσιμος σε όλους και μπορεί να φιλοξενήσει ποικίλες δραστηριότητες όπως κοινωνικές εκδηλώσεις, παρουσιάσεις βιβλίων, εκθέσεις τέχνης και εταιρικές εκδηλώσεις. Μάλιστα, το οινοποιείο προσφέρει υπηρεσίες μουσικής κάλυψης αλλά και διακόσμησης για κάθε εκδήλωση.

Πού εφαρμόζεται;
Οι υπηρεσίες του Κτήματος Φίλια Γη απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της Καρδίτσας.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Κτήμα Φίλια Γη ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2014.

Αποτελέσματα
Το Κτήμα Φίλια Γη έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Ολύμπια Γη[61]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Ηλεία

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Κτήμα Ολύμπια Γη θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς προσφέρει υπηρεσίες ξενάγησης και οινογευσίας οι οποίες συνοδεύονται με δοκιμή ελαιολάδου, ένα βασικό τοπικό προϊόν. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται μία πιο εμπλουτισμένη εμπειρία γευσιγνωσίας, η

[61] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Ολύμπια Γη είναι: https://www.olympiagi.gr/

οποία δημιουργεί μεγαλύτερο ενδιαφέρον στον επισκέπτη. Παράλληλα αξιοποιείται πλατφόρμα ηλεκτρονικής κράτησης, διευκολύνοντας περισσότερο τους επισκέπτες εξωτερικού.

Πώς εφαρμόζεται;

Το Κτήμα Ολύμπια Γη βρίσκεται στο χωριό Κοσκινά, 2 χιλιόμετρα από τη Αρχαία Ολυμπία. Ο αμπελώνας του κτήματος ξεκίνησε να καλλιεργείται από το 1985, από την τέταρτη γενιά της οικογένειας, σε μία έκταση 35 στρεμμάτων στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας, κυρίως με τις ποικιλίες Μοσχοφίλερο και Ροδίτη. Ο σημερινός ιδιόκτητος αμπελώνας έχει έκταση 100 στρέμματα. Το οικογενειακό οινοποιείο ξεκίνησε αρχικά να παράγει μικρές ποσότητες οίνων στις αρχές της δεκαετίας του 2000, ενώ από το 2008 δημιουργείται το σύγχρονο οινοποιείο του Κτήματος.

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, το Κτήμα Ολύμπια Γη έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει ξενάγηση στον αμπελώνα και τις εγκαταστάσεις του οινοποιείου και γευστική δοκιμή των κρασιών του οινοποιείου, σε εσωτερικό χώρο ή στον κήπο, η οποία συνοδεύεται από εδέσματα και δομική ελαιολάδου του ίδιου του Κτήματος.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο χώρος είναι προσβάσιμος σε όλους και η επίσκεψη γίνεται κατόπιν κράτησης, η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί και ηλεκτρονικά στην ιστοσελίδα του οινοποιείου σε ειδική φόρμα.

Πού εφαρμόζεται;

Οι υπηρεσίες του Κτήματος Ολύμπια Γη απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της Ηλείας.

Πότε εφαρμόστηκε;

Το Κτήμα Ολύμπια Γη ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1985.

Αποτελέσματα

Το Κτήμα Ολύμπια Γη έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του.

7.2.3 Επίπεδο 3 – Κορυφαίες Πρακτικές

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Κυρ-Γιάννη[62]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Νάουσα

Γιατί είναι καλή πρακτική;

Το Κτήμα Κυρ-Γιάννη είναι μία καλή πρακτική ελληνικού οινοποιείου καθώς προσφέρει μία ποικιλία ιδιαίτερων και εναλλακτικών επιλογών οινοτουριστικής επίσκεψης, με έμφαση στον πολιτισμό, επιδιώκοντας να καλύψει διαφορετικές ανάγκες επισκεπτών. Παράλληλα, αποτελεί πρότυπο οινοποιείου καθώς, επιδιώκει να υιοθετήσει μία προληπτική προσέγγιση στις περιβαλλοντικές προκλήσεις που προκύπτουν και να επιφέρει με τη λειτουργία του θετικό αντίκτυπο στην τοπική κοινότητα, την τοπική ανάπτυξη και το φυσικό περιβάλλον από το οποίο εξαρτάται.

Πώς εφαρμόζεται;

Το Κτήμα Κυρ-Γιάννη βρίσκεται στο Γιαννακοχώρι της Νάουσας, στην Κεντρική Μακεδονία. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1997, ωστόσο η αμπελοοινική ιστορία του κτήματος είχε ήδη ξεκινήσει το 1970, όταν η οικογένεια Μπουτάρη φύτευσε 400 στρέμματα Ξινόμαυρου στους ανατολικούς πρόποδες του όρους Βέρμιο, στο Γιαννακοχώρι, κοντά στην πόλη της Νάουσας. Ο αμπελώνας αυτός στη συνέχεια αποτέλεσε το Κτήμα Κυρ-Γιάννη. Σήμερα το Κτήμα έχει στρέμματα αμπελιού όχι μόνο στη Νάουσα, αλλά και στο Αμύνταιο, αποτελώντας έναν από τους μεγαλύτερους ελληνικούς αμπελώνες, η διαχείριση των οποίων βασίζεται στην καινοτομία, τον σεβασμό στην παράδοση και την εξειδικευμένη γνώση για το κρασί.

Οι εμπειρίες που σχεδίασε και προσφέρει το Κτήμα Κυρ-Γιάννη στους επισκέπτες του παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω:

- Πακέτα γευσιγνωσίας με δοκιμές επιλεγμένων κρασιών από τις 25 ετικέτες του κτήματος, συμπεριλαμβάνοντας τοπικά εδέσματα.
- Δοκιμή κρασιών της επιλογής του επισκέπτη συνοδευόμενα από γεύματα τοπικών γεύσεων.
- Πικνίκ στους αμπελώνες του κτήματος με καλάθι που συμπεριλαμβάνει τοπικές γεύσεις και προϊόντα (κρασί, ελληνική σαλάτα, τυριά, χειροποίητο ψωμί, χειροποίητα ντολμαδάκια με φύλλα Ξινόμαυρου και γλυκό γιαούρτι).
- Ποδηλασία με ηλεκτρικά ποδήλατα του ίδιου του κτήματος (ελληνικού brand) σε δύο μονοπάτια που περιλαμβάνουν σήμανση. Το πακέτο προσφέρει σχετικό εξοπλισμό, χάρτη και νερό και περιλαμβάνει ξενάγηση και γευστική δοκιμή κρασιών. Για την υπηρεσία αυτή, το οινοποιείο έχει πιστοποιηθεί με σήμα "Bike Friendly".
- Γευστική δοκιμή σε VIP αίθουσα στο πλαίσιο ιδιωτικών εκδηλώσεων (πχ. επαγγελματικών συναντήσεων, παρουσιάσεων κτλ.).

Οι παραπάνω εμπειρίες είναι δραστηριότητες που προσφέρει το κτήμα όλο τον χρόνο, ωστόσο υπάρχει μία ποικιλία πρόσθετων εκδηλώσεων, με πλούσιο πολιτιστικό ενδιαφέρον οι οποίες σχεδιάζονται και υλοποιούνται μηνιαίως. Ενδεικτικές πολιτιστικές δράσεις που

[62] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Κυρ-Γιάννη είναι: https://kiryianni.gr/

έχουν υλοποιηθεί πρόσφατα και στο παρελθόν και έχουν ως αφορμή το ίδιο το κρασί είναι οι παρακάτω:

- Μουσικές βραδιές και αφηγήσεις
- Παραστάσεις Καραγκιόζη
- Μαθήματα yoga στον αμπελώνα
- Εικαστικές εκθέσεις και εργαστήρια
- Κινηματογραφικές βραδιές με ταινίες και ντοκιμαντέρ
- Βιβλιοπαρουσιάσεις
- Εκδηλώσεις που βασίζονται σε τοπικές παραδοσιακές γιορτές και αργίες
- Τυφλές δοκιμές κρασιών
- Θεματικές γευσιγνωσίες
- Εκδηλώσεις προβολής της αμπελοοινικής παράδοσης
- Πεζοπορία και ζωγραφική
- Διαγωνισμοί οινογευσίας
- Φύτευση αρωματικών φυτών
- Εκδηλώσεις ποίησης
- Σεμινάρια φωτογραφίας

Πέραν τον παρεχόμενων υπηρεσιών του οινοποιείου, ένας ακόμη σημαντικός λόγος για τον οποίο το Κτήμα Κυρ-Γιάννη αποτελεί καλή πρακτική οινοτουριστικής επιχείρησης είναι γιατί καταβάλει μία σημαντική προσπάθεια παροχής υπηρεσιών με όρους βιωσιμότητας. Οι δραστηριότητες του Κτήματος βασίζονται στην εφαρμογή των αρχών της καλλιέργειας ολοκληρωμένης διαχείρισης, με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος. Η ολοκληρωμένη καλλιέργεια, διασφαλίζει παράλληλα υψηλή ποιότητα στα προϊόντα που παράγονται.
Οι δράσεις για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας στο Κτήμα ξεκίνησε πρόσφατα, το 2023 όπου συστάθηκε μια ειδική ομάδα «Αειφορίας» με εξειδικευμένα στελέχη και επιστήμονες, η οποία εργάζεται με στόχο την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης. Οι πρακτικές βιωσιμότητας που υλοποιούνται στο Κτήμα περιλαμβάνουν τη δέσμευση της επιχείρησης για:

- Υπεύθυνη οινοποίηση.
- Προστασία της γης.
- Προστασία της βιοποικιλότητας, της χλωρίδας και της πανίδας.
- Προστασία των φυσικών πόρων.
- Στήριξη των τοπικών κοινωνιών.
- Διασφάλιση της αίσθησης ασφάλειας και οικονομικής ασφάλειας των εργαζομένων της επιχείρησης.

Η βιωσιμότητα του κτήματος επιτυγχάνεται με ποικίλους τρόπους. Ενδεικτικοί είναι οι παρακάτω:

- ✓ Κατασκευή κομπόστ από πυρηνόλιθο για χλωρή λίπανση ως πηγή οργανικής ύλης.
- ✓ Φύτευση καλλιεργειών κυρίως ενδημικών οσπρίων και σιτηρών ανάμεσα και κάτω από τις σειρές ως φυσικό σύστημα ελέγχου της ευρωστίας της αμπέλου.
- ✓ Χαρτογράφηση περιβαλλοντικών χαρακτηριστικών.
- ✓ Ολοκληρωμένη διαχείριση παρασίτων με επίκεντρο την προσεκτική παρακολούθηση των παρασίτων και των φυσικών τους εχθρών για την αποφυγή ζημιών στις καλλιέργειες.
- ✓ Σπορά με φυτά που προσελκύουν ευεργετικά αρπακτικά έντομα.
- ✓ Διατήρηση ισορροπίας αμπέλου με πρακτικές όπως το προσεκτικό κλάδεμα και πράσινη συγκομιδή που λαμβάνει χώρα σε ένα αμπέλι.

- ✓ Σύστημα στάγδην άρδευσης που χρησιμοποιείται για νεοφυτευμένα αμπέλια και σε περιπτώσεις ακραίων φαινομένων ζέστης.
- ✓ Χρήση φωτοβολταϊκών πάνελ και στους δύο αμπελώνες, καλύπτοντας σχεδόν το 30% της συνολικής κατανάλωσης ενέργειας.
- ✓ Στενή παρακολούθηση της ενεργειακής απόδοσης των μηχανημάτων/εξοπλισμού και σταδιακός σχεδιασμός αντικατάστασης με τεχνολογίες εξοικονόμησης πόρων.
- ✓ Εγκατάσταση αντλιών θερμότητας που αντικαθιστούν τη χρήση πετρελαίου θέρμανσης και μειώνουν τις εκπομπές CO2.
- ✓ Εγκατάσταση συστήματος φωτισμού LED.
- ✓ Επαναχρησιμοποίηση καθαρών αποβλήτων οινοποιείου για το πότισμα των γύρω κήπων ή/και τον καθαρισμό των εξωτερικών χώρων.
- ✓ Επαναχρησιμοποίηση πυρήνων για κομπόστ και για την παραγωγή τσίπουρου.
- ✓ Ανακύκλωση γυαλιού, χαρτιού, πλαστικού, λαδιών μηχανής και μαγειρικού, σε συνεργασία με πιστοποιημένες εταιρείες.
- ✓ Πιστοποίηση όλων των κρασιών ως "vegan" καθώς δεν χρησιμοποιούνται ζωικά προϊόντα κατά την οινοποίηση.
- ✓ Συνεργασία με εταιρίες που προωθούν πράσινες προτάσεις αναδεικνύοντας μια φιλοσοφία περιβαλλοντικής ενσυναίσθησης και βιώσιμης διαχείρισης (πχ. η εταιρεία προμήθειας ηλεκτρικών ποδηλάτων).

Για το 2024, οι στόχοι που τέθηκαν και επιτεύχθηκαν από το οινοποιείο ήταν η ένταξη του στη διεθνώς αναγνωρισμένη ομάδα εργασίας "International Wineries for Climate Action", που στοχεύει στη μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος του κλάδου σε παγκόσμια επίπεδο και τη διαχείριση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής. Για την επίτευξη αυτού του στόχου μετρήθηκε το ανθρακικό του αποτύπωμα σε ολιστικό επίπεδο (παραγωγή, αγορά ηλεκτρικής ενέργειας, συσκευασία, μεταφορές ανθρώπων και προϊόντων) και επαλήθευσε το αποτέλεσμα σύμφωνα με το ISO 14064. Επιπλέον, οι αμπελώνες του Κτήματος έγιναν οι πρώτοι εκπρόσωποι της χώρας στο "The Regenerative Viticulture Foundation", μια διεθνή κοινότητα που ανταλλάσσει τεχνογνωσία στην αναγεννητική αμπελοκαλλιέργεια.

Στις επόμενες δράσης βιωσιμότητας του οινοποιείου περιλαμβάνονται, η εύρεση πιο υπεύθυνων επιλογών συσκευασίες και η χρήση ελαφρών φιαλών που μειώνει το μέσο βάρος γυαλιού και συνεπώς την επιβάρυνση στις μεταφορές.

Σημαντική και ιδιαίτερα γνωστή δράση της οικογένειας Μπουτάρη που επιβεβαιώνει τη δέσμευσή της στην προστασία και τον σεβασμό του περιβάλλοντος και της άγριας ζωής ήταν και η ίδρυση του "Αρκτούρου" το 1992, μίας μη κερδοσκοπικής περιβαλλοντικής οργάνωσης με έδρα το Νυμφαίο. Σκοπός της δράσης αρχικά ήταν η διάσωση των αρκούδων και των λύκων και η εξάλειψη του γνωστού φαινομένου της «χορεύουσας αρκούδας» και της αιχμαλωσίας τους. Σήμερα η οργάνωση έχει υπό την προστασία της 9 είδη υπό καθεστώς προστασίας.

Όσον αφορά την υποστήριξη της τοπικής κοινότητας και της τοπικής ανάπτυξης, το οινοποιείο επιδιώκει την απασχόληση εργαζομένων από τη Νάουσα, το Αμύνταιο και την ευρύτερη περιοχή. Σήμερα το ποσοστό αυτό φτάνει το 95%. Επίσης συνεργάζεται με ντόπιους αμπελουργούς. Μάλιστα η οικογένεια Μπουτάρη, στα πρώτα της βήματα ενθάρρυνε τους ντόπιους παραγωγούς να αρχίσουν να φτιάχνουν το δικό τους κρασί, αντί να πουλάνε απλώς τα σταφύλια τους. Διέδωσε το όραμα και την πεποίθησή της για τη μοναδικότητα της ποικιλίας και της περιοχής, συμβάλλοντας στην αναβίωση και την ανάπτυξη της περιοχής σε δύσκολες εποχές. Στο πλαίσιο αυτής της ανάπτυξης, στα τέλη του

2021 ολοκληρώθηκαν οι οινοτουριστικές εγκαταστάσεις του οινοποιείου στη Νάουσα φέροντας επιπλέον τουρισμό στην περιοχή. Αντίστοιχα, το 2024 πρόκειται να εγκαινιαστούν οι νέες εγκαταστάσεις οινοτουρισμού στο Κτήμα του Αμυνταίου, έχοντας τον ίδιο σκοπό, δηλαδή την προσφορά οινικών εμπειριών, την προαγωγή της αίσθησης του τόπου, της τοπικής ιστορίας και των παραδόσεων.

Πού εφαρμόζεται;
Το Κτήμα Κυρ-Γιάννη απευθύνεται σε επισκέπτες που θέλουν να ζήσουν μία βιωματική οινική εμπειρία, κοντά στη φύση, με δυνατότητα συμμετοχής σε ιδιαίτερες πολιτιστικές εκδηλώσεις που έχουν ως αφορμή το ίδιο το κρασί.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Κτήμα Κυρ-Γιάννη ιδρύθηκε το 1997.

Αποτελέσματα
Σύμφωνα με το οινοποιείο, το κτήμα της Νάουσας, τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του (2022) κατέγραψε σχεδόν 10.000 επισκέπτες. Ο αριθμός αυτός αναμένεται να αυξηθεί από τη λειτουργία του νέου χώρου στο Αμύνταιο, φέροντας με αυτό τον τρόπο τουρισμό σε μία περιοχή που δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη τουριστικά. Μαζί και με άλλα επίσης δημοφιλή οινοποιεία της περιοχής, η επιχείρηση συμβάλλει στην τοπική οικονομική ανάπτυξη.

Πληροφορίες
Το 1971, η Νάουσα ανακηρύχθηκε ως περιοχής ΠΟΠ για την ποικιλία Ξινόμαυρο. Σήμερα, είναι μία από τις πιο διακεκριμένες οινοπαραγωγικές περιοχές στην Ελλάδα, με 5.000 περίπου στρέμματα αμπελιών και 20 περίπου οινοποιεία να βρίσκονται στην περιοχή.
Το Αμύνταιο από την άλλη, έχει εξελιχθεί σε μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες αμπελουργικές περιοχές της Ελλάδας, παράγοντας ξηρά ερυθρά και ροζέ αφρώδη κρασιά ΠΟΠ, ενώ είναι η μοναδική ελληνική ΠΟΠ ζώνη για ροζέ κρασιά.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Οινοποιία Αχαΐα Clauss[63]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Αχαΐα

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Η Αχαΐα Clauss θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς έχει αξιοποιήσει αποτελεσματικά την μεγάλη ιστορία της για να προσελκύσει επισκέπτες. Η Αχαϊα Clauss είναι ένας ιδιαίτερος μουσειακός χώρος στην χώρα, ο οποίος προβάλλει την ιστορία του τοπικού οίνου μέσα από την περιήγηση στα ιδιαίτερα κελάρια του, την γευσιγνωσία των οίνων του και από το οπτικοακουστικό υλικό που έχει δημιουργήσει. Δεδομένου του έντονα μουσειακού του χαρακτήρα, το οινοποιείο έχει σχεδιάσει ειδικές εκπαιδευτικές ξεναγήσεις βάσει της ηλικίας του κοινού που απευθύνεται.

[63] Η επίσημη ιστοσελίδα της Οινοποιίας Αχαΐα Clauss είναι: https://www.achaiaclauss.gr/

Πώς εφαρμόζεται;
Η Οινοποιία Αχαΐα Clauss ιδρύθηκε το 1861 και είναι το παλαιότερο οινοποιείο της Ελλάδας. Βρίσκεται στον ομώνυμο λόφο από τον Βαυαρό Gustav Clauss, που έφτασε στην Πάτρα το 1854 για να εργαστεί σε μία γερμανική εταιρεία εξαγωγής σταφίδας. Αρχικά αγόρασε ένα αμπέλι 60 στρεμμάτων και τελικά δημιούργησε το Κάστρο-Οινοποιείο που διατηρείται έως σήμερα.

Το Κάστρο-Οινοποιείο αποτελεί ένα επιβλητικό σύμπλεγμα από πέτρινους πύργους, πλακόστρωτα δρομάκια, ιστορικά κτίρια, κελάρια, εκκλησάκια, προτομές και παραδοσιακά εργαλεία. Συγκεκριμένα, στο οινοποιείο λειτουργεί κάβα παλαίωσης οίνων, η οποία χρησιμοποιήθηκε ως καταφύγιο στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Σήμερα, στον χώρο υπάρχει δωμάτιο αντίγραφο του γραφείου του Clauss και η κάβα φιλοξενεί κατά καιρούς εκδηλώσεις, γευσιγνωσίες και το πωλητήριο κρασιών, προϊόντα του οινοποιείου και αξεσουάρ οίνου.

Στον οικισμό, υπάρχει ένα ακόμη κελάρι, σε ένα από τα παλαιότερα κτίσματα της Οινοποιίας. Εκεί, κάποια από τα βαρέλια που περιέχει είναι αφιερωμένα από τον Clauss και τους διαδόχους του σε σημαίνουσες προσωπικότητες της εκκλησιαστικής, πολιτικής, καλλιτεχνικής, αθλητικής και πνευματικής ζωής που έχουν επισκεφθεί το Οινοποιείο. Αφετηρία της παράδοσης αυτής υπήρξε η επίσκεψη της αυτοκράτειρας της Αυστροουγγαρίας Ελισάβετ, το 1885, προς τιμήν της οποίας ο Κλάους ονόμασε το κελάρι "Αυτοκρατορικό Κελάρι". Το κελάρι έχει συνολικά 167 βαρέλια μαυροδάφνης, τα 30 από τα οποία είναι αφιερωματικά και τα 4 έχουν παραστάσεις από την ελληνική μυθολογία.

Επιπλέον, στο Κάστρο-Οινοποιείο υπάρχει το βαρελοποιείο, που αποτελεί και από τα πρώτα κτίσματα του. Στον χώρο εργάστηκαν Έλληνες και ξένοι βαρελοποιοί, κυρίως Ιταλοί με υλικά από την Ελλάδα και το εξωτερικό, με σκοπό την κατασκευή των καλύτερων βαρελιών προκειμένου να αναδειχθούν τα ελληνικά κρασιά μέσα στα χειροποίητα ξύλινα βαρέλια. Η τεχνική κατασκευής ενός βαρελιού μικρού ή μεγάλου αναπαριστάται σήμερα με διαδραστικό τρόπο στο νέο μουσειακό χώρο.

Σύμφωνα με την Οινοποιία, ο Κλάους θεωρείται ο ιδρυτής του θεσμού του οινοτουρισμού στην Ελλάδα, κατόπιν της επίσκεψης της Πριγκίπισσας Σίσυ της Αυστροουγγαρίας το 1885. Σήμερα, στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, η Οινοποιία Αχαΐα Clauss έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει ξενάγηση σε δύο κελάρια του οινοποιείου, στο βαρελοποιείο και ολοκληρώνεται στο χώρο της κάβας για οινογευσία. Οι υπηρεσίες περιήγησης διακρίνονται σε τρεις θεματικές, την οινολογική, την ιστορική και την εκπαιδευτική ξενάγηση (για σχολεία και πανεπιστήμια), οι οποίες περιλαμβάνουν τις ανωτέρω περιηγήσεις προσαρμοσμένες ανάλογα. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι οι εκπαιδευτικές ξεναγήσεις προσαρμόζονται ανάλογα με την σχολική τάξη και μπορεί να περιλαμβάνουν διαδραστικά παιχνίδια, βιντεοπροβολές και συζήτηση για τα επαγγέλματα του οινικού κλάδου. Επιπλέον σχεδιάζονται διαμορφωμένα πακέτα για τους ειδικούς του κλάδου.

Πού εφαρμόζεται;
Οι υπηρεσίες της Οινοποιίας Αχαΐα Clauss απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν τα κρασιά και την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της Αχαΐας, μέσα σε ένα ξεχωριστό, μουσειακό περιβάλλον.

Πότε εφαρμόστηκε;

Η Οινοποιία Αχαΐα Clauss ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1861.

Αποτελέσματα
Η Οινοποιία Αχαΐα Clauss έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά της. Επίσης, στο πλαίσιο της κοινωνικής της ευθύνης, είναι μέλος του προγράμματος "Wine in Moderation", στόχος του οποίου είναι καταπολέμηση της καταχρηστικής κατανάλωσης αλκοόλ και των επιβλαβών συνεπειών του στην κοινωνία.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Σεμέλη[64]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Πελοπόννησος

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Κτήμα Σεμέλη αποτελεί καλή πρακτική οινοτουριστικής επιχείρησης καθώς όχι μόνο προσφέρει μία ποικιλία από οινικές εμπειρίες στους επισκέπτες της, αλλά συμβάλλει έμπρακτα στην προστασία του περιβάλλοντος, στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και στην ανάπτυξη της τοπικής κοινότητας. Είναι μία επιχείριση που νοιάζεται το περιβάλλον, συμβιώνει και λειτουργεί αρμονικά με την τοπική κοινωνία και διαχειρίζεται το εσωτερικό της περιβάλλον με τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η ανάπτυξή του.

Πώς εφαρμόζεται;
Ο αμπελώνας του Κτήματος βρίσκεται σε υψόμετρο 600 μ. στη Νεμέα της Πελοποννήσου και συγκεκριμένα στις πλαγιές της ημιορεινής κοινότητας Κούτσι Κορινθίας. Καλύπτει έκταση 250 στρεμμάτων και συμπληρώνεται από άλλους αμπελώνες, οι οποίοι βρίσκονται στην ίδια κοινότητα και ανήκουν σε αμπελουργούς που έχουν συνάψει μακροχρόνιες συμβάσεις συνεργασίας με το Κτήμα Σεμέλη. Ο ιδιόκτητος αμπελώνας είναι φυτεμένος κυρίως με Αγιωργίτικο σταφύλι, μιας και η περιοχή της Νεμέας φημίζεται για την συγκεκριμένη ποικιλία σταφυλιού, η οποία έχει αποκτήσει πιστοποίηση Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ). Παράλληλα, έχουν φυτευτεί επιλεγμένες διεθνείς ποικιλίες σταφυλιού.

Τον αμπελώνα, τον συμπληρώνουν κήποι με θάμνους, δέντρα και ελαιόδεντρα, ενώ παράλληλα έχει δημιουργηθεί βιολογικό μποστάνι στο οποίο καλλιεργούνται λαχανικά που αξιοποιούνται στις εμπειρίες του οινοποιείου.

Πέραν τον αμπελοκαλλιεργειών, στον ιδιόκτητο χώρο του Κτήματος στεγάζεται το οινοποιείο, το οποίο λειτουργεί από το 2003, σε κτίριο 4.000 τ.μ. Στο Κτήμα, επιπλέον βρίσκονται 9 πολυτελείς σουίτες, οι οποίες προσφέρονται μόνο στους επισκέπτες των εταιρικών εκδηλώσεων που υλοποιούνται στον χώρο.

Στο πλαίσιο προώθησης της οινικής παράδοσης και κουλτούρας, το οινοποιείο έχει σχεδιάσει και υλοποιεί ένα σύνολο εμπειριών για τους επισκέπτες του, οι οποίες περιγράφονται παρακάτω:

- Καθημερινές προγραμματισμένες ξεναγήσεις και παρουσιάσεις κρασιών.

[64] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Σεμέλη είναι: https://www.semeliestate.gr/

- Οινογευσίες, οι οποίες περιλαμβάνουν δοκιμή αντιπροσωπευτικών ετικετών του κτήματος.
- Γεύμα στο bistrot του κτήματος, βασισμένο στην Πελοποννησιακή ελληνική κουζίνα και όχι μόνο, αξιοποιώντας προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας (πχ. ξινός τραχανάς Κορινθίας, όσπρια και φάβα από τον Φενεό, φέτα Ζήρειας, προσούτο Μακεδονίας, κρέας ελληνικής εκτροφής). Η εμπειρία συνοδεύεται με κρασιά του κτήματος, ακολουθώντας ένα από τα προγράμματα συνδυασμού φαγητού-κρασιού (wine pairing) ή επιλέγοντας ελεύθερα από τις παλιές και νεότερες ετικέτες του κτήματος.
- Πικ νικ ή χαλάρωση σε κιόσκια μέσα στον αμπελώνα με προγράμματα γευσιγνωσίας και συνοδεία προϊόντων από το βιολογικό μποστάνι του Κτήματος.
- Ειδικά προγράμματα αμπελουργίας και οινοποίησης, όπως συμμετοχή στις εργασίες του αμπελώνα ή του οινοποιείου.
- Διοργάνωση εταιρικών εκδηλώσεων και αξιοποίηση της υπηρεσίας φιλοξενίας που προσφέρεται.

Πέραν τον παρεχόμενων υπηρεσιών του οινοποιείου, ένας ακόμη σημαντικός λόγος για τον οποίο το Κτήμα Σεμέλη αποτελεί καλή πρακτική οινοτουριστικής επιχείρησης είναι γιατί καταβάλει σημαντική προσπάθεια στην παροχή υπηρεσιών με όρους βιωσιμότητας. Η ελάχιστη δυνατή όχληση και η προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, αποτελούν βασικές αξίες για τους διαχειριστές του και αφορούν όλες τις δραστηριότητες της επιχείρισης, από την παραγωγή του σταφυλιού, μέχρι την εξαγωγή των προϊόντων και από την παροχή υπηρεσιών οινοτουρισμού μέχρι την εκπαίδευση του προσωπικού και τις σχέσεις με τους συνεργάτες της.

Οι πρακτικές βιωσιμότητας που υλοποιούνται στο κτήμα περιλαμβάνουν:

- Επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και διαδικασίες, με έμφαση στην υψηλή ενεργειακή απόδοση και οικονομία.
- Δημιουργία υπερσύγχρονου συστήματος καθαρισμού και ασφαλούς διαχείρισης των αποβλήτων της παραγωγής.
- Εφαρμογή προγράμματος αναγεννητικής αμπελουργίας, με στόχο την προώθηση της βιοποικιλότητας, την αποκατάσταση της υγείας του εδάφους και τη στήριξη της δέσμευσης φυσικού άνθρακα. Με αυτό τον τρόπο διασφαλίζονται υψηλής ποιότητας πρώτες ύλες και κρασιών χαμηλής περιεκτικότητας σε άνθρακα.

Βάσει των ανωτέρω ενεργειών, η επιχείρηση έχει ήδη επιτύχει ουδέτερο ανθρακικό αποτύπωμα, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.

Παράλληλα με τα παραπάνω το Κτήμα, μέσα από τη λειτουργία του, επιδιώκει τη στήριξη της τοπικής οικονομίας και δίνει έμφαση στην αρμονική συμβίωση και την ανάπτυξη μακροχρόνιων και σταθερών οικονομικών και κοινωνικών δεσμών με κάθε μέλος του κοινωνικού ιστού της ευρύτερης περιοχής της Νεμέας. Για το σκοπό αυτόν, απασχολεί εργαζόμενους αποκλειστικά από τις κοινότητες των γειτονικών περιοχών, ενώ παράλληλα στηρίζει το τοπικό αγροτικό στοιχείο, είτε συμβουλευτικά ως προς την καλλιέργεια των αμπελιών είτε ανταμείβοντας την παραγωγή σταφυλιών υψηλής ποιότητας. Παράλληλα, υλοποιεί δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι οποίες ξεπερνούν τα όρια της βασικής του λειτουργίας και υλοποιούνται τακτικά, σε συνεργασία με τοπικούς δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, τις γειτονικές κοινότητες και τις οικογένειες των εργαζομένων του.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι στο πλαίσιο της κοινωνικής ευθύνης του, το Κτήμα Σεμέλη έχει καταβάλει σημαντική προσπάθεια προκειμένου οι χώροι υποδοχής και φιλοξενίας του να είναι προσβάσιμοι σε επισκέπτες ΑμεΑ.

Πού εφαρμόζεται;
Το Κτήμα Σεμέλη απευθύνεται σε επισκέπτες που επιθυμούν να γνωρίσουν την τοπική αμπελουργική και οινική παράδοση της Νεμέας μέσα από ιδιαίτερες οινικές εμπειρίες.

Πότε εφαρμόστηκε;
Το Κτήμα Σεμέλη ιδρύθηκε το 1979.

Αποτελέσματα
Το Κτήμα Σεμέλη έχει επιτύχει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά του και όχι μόνο. Στο πλαίσιο εφαρμογής δράσεων και ενεργειών προς τη βιωσιμότητα, το Κτήμα Σεμέλη έχει λάβει το 2023 πιστοποίηση ως "Επιχείρηση Ουδέτερου Αποτυπώματος CO_2" για το οινοποιείο, τους ξενώνες και τα εταιρικά της αυτοκίνητα. Επίσης για τα έτη 2022-2024 έχει λάβει Αργυρή Πιστοποίηση Βιωσιμότητας με τη συνολική επίδοση της επιχείρησης να ανέρχεται στο 68% (επίδοση: κλιματική 76%, περιβαλλοντική 71%, κοινωνική 56%).

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Μανουσάκη[65]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Κρήτη

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Κτήμα Μανουσάκη αποτελεί μία καλή πρακτική οινοτουριστικής μονάδας, καθώς έχει ως βασική επιδίωξη, τη λειτουργία του σε αρμονία με το περιβάλλον και την κοινότητα. Μέσα από την βιολογική καλλιέργεια των αμπελώνων του, την προώθηση του κρασιού και της κρητικής γαστρονομίας, καθώς και την κοινωνική του ευαισθητοποίηση προσπαθεί να εναρμονιστεί με τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και να φέρει θετικό οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο στην περιοχή του.

Πώς εφαρμόζεται;
Το Κτήμα Μανουσάκη, με τους αμπελώνες και το οινοποιείο του βρίσκονται στους λόφους λίγο έξω από το χωριό Βατόλακκος στα Χανιά της Κρήτης. Το 1993, η οικογένεια φύτεψε τους πρώτους αμπελώνες της, σε έκταση μόλις 20 στρεμμάτων, με γαλλικές ποικιλίες. Σήμερα, οι αμπελώνες φτάνουν σε έκταση τα 135 στρέμματα, ενώ από το 2010 γίνεται προσπάθεια από την οικογένεια να φυτευτούν ντόπιες ποικιλίες σταφυλιού, όπως η λευκή Κρητική ποικιλία Βιλάνα, το Αγιωργήτικο και το Ασσύρτικο.

Η ανάγκη της οικογένειας Μανουσάκη να αναδείξει τις ντόπιες ποικιλίες κρασιού αλλά και την πλούσια γαστρονομία της Κρήτης, την οδήγησε να σχεδιάσει και να υλοποιήσει οινοτουριστικές εμπειρίες που έχουν ως σκοπό να μυήσουν τον επισκέπτη στην

[65] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Μανουσάκη είναι: https://www.manousakiswinery.com/

γαστρονομική παράδοση, τον πολιτισμό και την φύση της Κρήτης. Οι εμπειρίες που προσφέρει το Κτήμα Μανουσάκη είναι οι παρακάτω:

Γευσιγνωσίες κρασιών και περιηγήσεις
Υλοποίηση ξεναγήσεων στο οινοποιείο με σκοπό τη μύηση του επισκέπτη στη διαδικασία οινοποίησης και στην ιστορία του οινοποιείου. Η ξενάγηση συνοδεύεται από γευσιγνωσία των κρασιών του Κτήματος με συνοδεία παραδοσιακών κρητικών εδεσμάτων από την ταβέρνα που διατηρεί η οικογένεια.
Υπηρεσία μεταφοράς και εκδρομές σε αμπελώνες
Η οικογένεια Μανουσάκη, σε συνεργασία με τουριστικό γραφείο σχεδίασαν δύο ολοκληρωμένες οινοτουριστικές εμπειρίες με σκοπό να δείξουν στους επισκέπτες όλη τη διαδικασία που ακολουθείται προκειμένου το σταφύλι να μετατραπεί σε κρασί. Οι εμπειρίες παραλαμβάνουν παραλαβή του επισκέπτη από το κατάλυμά του, με προορισμό το χωριό Βατόλακκος όπου βρίσκεται το οινοποιείο. Εκεί, η ομάδα γευσιγνωσίας του οινοποιείου αναλαμβάνει την ξενάγηση στο οινοποιείο και την γευσιγνωσία κρασιών με συνοδεία παξιμαδιών και ελαιολάδου. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα γεύματος στο εστιατόριο του Κτήματος.
Wine Dinner Under the Stars
Το Κτήμα, σε συνεργασία με τουριστικό γραφείο σχεδίασαν μία ιδιαίτερη νυκτερινή οινική εμπειρία κάτω από τα αστέρια. Η ξενάγηση περιλαμβάνει επιλεγμένο δείπνο και γευσιγνωσία κρασιού.

Εργαστήριο κατασκευής κοσμημάτων
Η συγκεκριμένη εμπειρία περιλαμβάνει την κατασκευή αναμνηστικού κοσμήματος αρχαιοελληνικής έμπνευσης με συνοδεία κρασιού και κρητικών εδεσμάτων Αυτό το εργαστήριο μυεί τον επισκέπτη στον κόσμο της χρυσοχοΐας και στην εκμάθηση μίας τεχνικής κοσμήματος που χρησιμοποιούσαν οι αρχαίοι Έλληνες.
Εστιατόριο
Στο χώρο του Κτήματος Μανουσάκη υπάρχει εστιατόριο, στο οποίο ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει τοπικά κρητικά πιάτα κάτω από ελιές και πορτοκαλεώνες.
Πέραν τον παρεχόμενων υπηρεσιών και εμπειριών του οινοποιείου, ένας ακόμη σημαντικός λόγος για τον οποίο το Κτήμα Μανουσάκη αποτελεί καλή πρακτική οινοτουριστικής επιχείρησης είναι γιατί καταβάλει μία σημαντική προσπάθεια παροχής υπηρεσιών με όρους βιωσιμότητας. Για την οικογένεια, η ευαισθησία για το περιβάλλον και την προστασία του είναι σημαντική και απαραίτητη, για τον λόγο αυτό δίνουν σημασία στη βιώσιμη ανάπτυξη των αμπελώνων της, μέσω της χρήσης αυστηρών πρακτικών φιλικών προς τη γη. Οι πρακτικές βιωσιμότητας που ακολουθεί είναι οι παρακάτω:

- Η εφαρμογή της βιολογικής καλλιέργειας με σκοπό τον σεβασμό για τη φύση και το περιβάλλον.
- Η αξιοποίηση κυρίως της χειρονακτικής εργασίας για την αφαίρεση ζιζανίων, την αραίωση φύλλων, την αραίωση βλαστών και τη συγκομιδή.
- Εξατομικευμένη καλλιέργεια για τα πολλά μικρά αγροτεμάχια του αμπελώνα για ομοιόμορφη ωρίμανση των καρπών και παραγωγή κρασιών εξαιρετικής ποιότητας.
- Κάθε αμπέλι αντιμετωπίζεται με ατομική προσοχή και φροντίδα για την παραγωγή υγιών φρούτων, με σταθερή ισορροπία σακχάρων, οξύτητας και φυσικής ωρίμανσης, με ελάχιστη παρέμβαση στην ισορροπία της φύσης και της οικολογίας του πλανήτη μας.

Πέραν της περιβαλλοντικής της συνείδησης, η οικογένεια Μανουσάκη δίνει πολύ μεγάλη σημασία στην αξία της κοινότητας και στην κοινωνική ευθύνη. Στο πλαίσιο αυτό και όντας

πολύ ευαισθητοποιημένη σε ζητήματα αναπηρίας, παιδιών και ενηλίκων, ξεκίνησε το 2016 την εκστρατεία "RespectLife", σκοπός της οποίας είναι η ευαισθητοποίηση όλων σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα άτομα με κινητικά προβλήματα όταν προσπαθούν να ταξιδέψουν στα Χανιά και στην Ελλάδα γενικότερα. Αυτή η καμπάνια οδήγησε στη δημιουργία της ταινίας μικρού μήκους «My Brother» που κυκλοφόρησε το 2018 και έγινε μέσα σε μόλις 3 ημέρες ιδιαίτερα αισθητή (έφτασε τις 9 εκατομμύρια προβολές). Σκοπός της οικογένειας είναι να συμβάλει με τον δικό της τρόπο στην εκπαίδευση της νέας γενιάς σχετικά με τη σημασία του να λαμβάνει υπόψη όλους τους ανθρώπους στην κοινότητα.

Επίσης, στο πλαίσιο της κοινωνικής της ευθύνης, η οικογένεια έχει δημιουργήσει μία σειρά προϊόντων (λάδι και θαλασσινό αλάτι) και μέρος των εσόδων από την πώλησή τους διατίθεται στην Ελληνική Εταιρία Προστασίας και Αποκατάστασης Αναπήρων Προσώπων (ΕΛΕΠΑΠ) Χανίων. Αξίζει να αναφερθεί ότι οι συσκευασίες των δύο προϊόντων είναι χειροποίητες από ντόπιο κεραμιστή.

Πού εφαρμόζεται;

Το Κτήμα Μανουσάκη απευθύνεται σε επισκέπτες που επιθυμούν να έχουν μία ιδιαίτερη οινοτουριστική εμπειρία κοντά στην κρητική κουλτούρα και παράδοση, σε ένα οινοποιείο που σέβεται το περιβάλλον και τους ανθρώπους της κοινότητας.

Πότε εφαρμόστηκε;

Το Κτήμα Μανουσάκη ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1993.

Αποτελέσματα

Το Κτήμα Μανουσάκη έχει κερδίσει πολλά βραβεία και διακρίσεις για τα κρασιά που παράγει. Ωστόσο, έχει λάβει και διακρίσεις για τις τουριστικές του υπηρεσίες. Συγκεκριμένα από το 2014 μέχρι και σήμερα έχει διακριθεί με το Trip Advisors Excellence Award.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Κτήμα Γεροβασιλείου[66]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Επανομή Θεσσαλονίκης

Γιατί είναι καλή πρακτική;

Το Κτήμα Γεροβασιλείου αποτελεί μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς προσφέρει ένα πλήθος δραστηριοτήτων για το κρασί και όχι μόνο. Αποτελεί έναν χώρο όπου η αμπελοοινική παράδοση συναντά και άλλες μορφές πολιτισμού, αποτελώντας όχι μόνο ένα οινοποιείο, αλλά παράλληλα ένα κέντρο πολιτισμού όπου η ελληνική τέχνη και η παράδοση του κρασιού δένουν αρμονικά και προβάλλονται ταυτόχρονα στον επισκέπτη. Παράλληλα όμως είναι μία επιχείρηση που έμπρακτα, αναγνωρίζει την ευθύνη που έχει απέναντι στο περιβάλλον και στην προστασία του και ενεργεί σύμφωνα με τις αρχές της αειφορίας.

Πώς εφαρμόζεται;

[66] Η επίσημη ιστοσελίδα του Κτήματος Γεροβασιλείου είναι: https://www.gerovassiliou.gr/

Η οικογένεια Γεροβασιλείου δραστηριοποιείται στο χώρο του αμπελιού και του κρασιού από το 1981. Το Κτήμα Γεροβασιλείου, με το οινοποιείο και τους αμπελώνες τους, βρίσκεται στις πλαγιές της Επανομής, 25 χιλιόμετρα από τη Θεσσαλονίκη. Ο αμπελώνας έχει έκταση 950 στρέμματα, οι τρεις πλευρές του οποίου γειτνιάζουν με τη θάλασσα και σε αυτόν έχουν καλλιεργηθεί ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες.

Στόχος της επιχείρησης είναι η παραγωγή ποιοτικών κρασιών από τον ιδιόκτητο αμπελώνα της οικογένειας με τα τυπικά χαρακτηριστικά του μικροκλίματος (terroir) της περιοχής και παράλληλα η πραγματοποίηση συνεχών πειραματισμών για τη μελέτη ελληνικών και διεθνών γνωστών και άγνωστων ποικιλιών.

Στο Κτήμα πέραν του οινοποιείου, βρίσκεται και το Μουσείο Οίνου Γεροβασιλείου το οποίο προβάλλει την αμπελοοινική ιστορία. Στο μουσείο περιλαμβάνονται δύο μεγάλες συλλογές: η συλλογή ανοιχτηριών, μπουκαλιών, αγγείων και αντικειμένων αρχαίου ελληνικού συμποσίου και η συλλογή εργαλείων αμπελουργίας, οινοποίησης, βαρελοποιίας και εμφιάλωσης. Η οικογένεια Γεροβασιλείου ξεκίνησε ήδη από το 1976 να συλλέγει εργαλεία αμπελουργίας, οινοποίησης, εμφιάλωσης και βαρελοποιίας από όλο τον κόσμο. Ιδιαίτερα η συλλογή ανοιχτηριών, που ξεκινά τη δεκαετία του '70, αριθμεί περισσότερα από 2600 μηχανικά και μη μηχανικά ανοιχτήρια και θεωρείται η 10η μεγαλύτερη στον κόσμο, με το παλαιότερο tirbouson να χρονολογείται τον 17ο αιώνα.

Στον αμπελώνα συναντώνται επίσης 38 έργα τέχνης μεγάλης κλίμακας που φέρουν την υπογραφή σύγχρονων και παλαιότερων καλλιτεχνών.

Επίσης, στο Κτήριο Υποδοχής Επισκεπτών υπάρχει εστιατόριο, καφέ και πωλητήριο.

Στο πλαίσιο ανάπτυξης εμπειριών, το Κτήμα προσφέρει μία ποικιλία από δραστηριότητες, οι οποίες συνοπτικά αναφέρονται παρακάτω:

- Επίσκεψη και περιήγηση στον αμπελώνα με οινο-ξεναγό, ξενάγηση στους χώρους της παραγωγής, της εμφιάλωσης, της παλαίωσης και του Μουσείου Οίνου, όπου παρουσιάζεται η συλλογή ανοιχτηριών του κ. Γεροβασιλείου, που ξεκινά τη δεκαετία του '70, αριθμεί περισσότερα από 2600 αντικείμενα και τον κατατάσσει σ' έναν από τους μεγαλύτερους συλλέκτες ανοιχτηριών στον κόσμο.
- Γευσιγνωσίες, κάποιες από τις οποίες συνοδεύονται από εδέσματα.
- Εκπαιδευτικά προγράμματα για την εξοικείωση των παιδιών με το αμπέλι και τα προϊόντα του, τις οινοπαραγωγικές διαδικασίες, τη διερεύνηση της έννοιας της ποιότητας σε ό,τι αφορά την παραγωγή και την κατανάλωση προϊόντων κτλ. Το οινοποιείο, ανάλογα με την ηλικία των εκπαιδευτικών ομάδων έχει σχεδιάσει ειδικό πρόγραμμα, το οποίο σε ορισμένες περιπτώσεις περιλαμβάνει προτάσεις για δραστηριότητες πριν και μετά την επίσκεψη.
- Γεύμα με λαχανικά και βότανα παραγωγής του ίδιου του Κτήματος.
- Αγορά τυποποιημένων προϊόντων από το ίδιο το Κτήμα, όπως αλάτι βαπτισμένο στον ερυθρό οίνο Avaton, ελαιόλαδο από τις ελιές του Κτήματος, πετιμέζι και μουστοκούλουρα, από το πωλητήριο του Μουσείου μαζί με τα κρασιά.

Επιπλέον των ανωτέρω, σε όλη τη διάρκεια της αμπελοοινικής χρονιάς πραγματοποιείται μία σειρά εκδηλώσεων με δύο άξονες: το κρασί και το μουσείο. Όσον αφορά τις εκδηλώσεις με άξονα το κρασί, μέσα στο χρόνο πραγματοποιούνται σεμινάρια γευστικής δοκιμής σε κλειστό κύκλο, όπως σεμινάρια για αρχάριους, για το συνδυασμό κρασιού-φαγητού, γνωριμίας με το κρασί μέσα από παιχνίδια κτλ. Όσον αφορά τις εκδηλώσεις με άξονα το μουσείο,

πραγματοποιούνται εκδηλώσεις που δεν έχουν απαραίτητα σχέση με το κρασί. Ενδεικτικά, προσκεκλημένοι εισηγητές μπορούν να μιλήσουν για το θέατρο, την ιστορία, την ποίηση, τις επιστήμες κτλ. Περιστασιακά, φιλοξενούνται επίσης περιοδικές εκθέσεις φωτογραφίας και μουσικών οργάνων, προβολές, μουσικές και θεατρικές παραστάσεις.

Πέραν τον παρεχόμενων υπηρεσιών του οινοποιείου, ένας ακόμη σημαντικός λόγος για τον οποίο το Κτήμα Γεροβασιλείου αποτελεί καλή πρακτική οινοτουριστικής επιχείρησης είναι γιατί καταβάλει μία σημαντική προσπάθεια για βιωσιμότητα. Στο πλαίσιο αυτό, η οικογένεια είναι επικεντρωμένη στη προστασία του περιβάλλοντος και προσπαθεί να διασφαλίσει πλήρη συμμόρφωση με όλες τις περιβαλλοντικές προδιαγραφές, με προτεραιότητα στη βελτίωση των επιδόσεων της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, επικεντρώνεται στη μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης και των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, ενώ επενδύει σε αποτελεσματικές στρατηγικές για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής.

Οι συγκεκριμένες δράσεις που εφαρμόζει συνοψίζονται παρακάτω:

- Εφαρμογή βιολογικής καλλιέργειας σε μέρος των οινοποιήσιμων σταφυλιών (Ξινόμαυρο).
- Αξιοποίηση της χειρωνακτικής εργασίας σε πλήθος αγροτικών εργασιών – συμπεριλαμβανομένου και του τρύγου.
- Δημιουργία χώρου παραγωγής με βιοκλιματικά κριτήρια.
- Εγκατάσταση φωτοβολταϊκού σταθμού ισχύος 459,8 KWP για την πλήρη κάλυψη των ενεργειακών αναγκών της επιχείρησης, συμβάλλοντας στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Στο οινοποιείο, τέσσερα κτίρια καλύπτουν όλες τις ενεργειακές ανάγκες τους μέσω ηλιακής ενέργειας.
- Αποθήκευση πλεονάζουσας ενέργειας από τα φωτοβολταϊκά για μελλοντική κατανάλωση.
- Αντικατάσταση όλων των φωτιστικών με λαμπτήρες LED.
- Λειτουργία όλου του στόλου κλαρκ με ηλεκτρική ενέργεια και σημαντική μείωση της χρήσης πετρελαίου.
- Εγκατάσταση δύο σταθμών φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων, εξυπηρετώντας τα εταιρικά οχήματα και των επισκεπτών.
- Κατασκευή εγκατάστασης επεξεργασίας υγρών αποβλήτων του οινοποιείου, δυναμικότητας τελικού προϊόντος 750 τόνους ανά έτος. Με την λειτουργία της μονάδας επιδιώκεται η βελτίωση των υγρών αποβλήτων του οινοποιείου, που προκύπτουν από τις εργασίες του τρύγου και της οινοποίησης. Τα επεξεργασμένα απόβλητα διατίθενται για απεριόριστη άρδευση του καλαμώνα στον αμπελώνα του Κτήματος.
- Δημιουργία αποστραγγιστικών έργων για τη βέλτιστη διαχείριση του νερού στους αμπελώνες.

Πού εφαρμόζεται;

Το Κτήμα Γεροβασιλείου, λόγω και της τοποθεσίας του (πολύ κοντά στο αστικό κέντρο της Θεσσαλονίκης) είναι ένα εύκολα και άμεσα προσβάσιμο οινοποιείο για τον επισκέπτη, αλλά και για τα σχολεία της ευρύτερης περιοχής. Λόγω της ποικιλίας των εκπαιδευτικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων του, αποτελεί επισκέψιμο χώρο είτε για εκπαίδευση είτε και για αναψυχή. Επίσης απευθύνεται και σε ΑΜΕΑ, καθώς είναι πλήρως προσβάσιμο.

Πότε εφαρμόστηκε;

Το Κτήμα Γεροβασιλείου ξεκίνησε την αμπελοοινική του δραστηριότητα το 1981.

Αποτελέσματα

Το οινοποιείο έχει κερδίσει πολλές εθνικές και διεθνείς διακρίσεις για τα κρασιά του και όχι μόνο. Ενδεικτικά αναφέρονται οι παρακάτω διακρίσεις:

- ✓ "Ένα από τα 100 καλύτερα οινοποιεία του κόσμου" για 8 χρονιές από το διάσημο περιοδικό Wine and Spirits της Αμερικής.
- ✓ "Οινοποιείο της χρονιάς" από το European Oenogastronomic Brotherhoods Council της Ισπανίας (2009).
- ✓ "Ένας από τους 6 καλύτερους οινοπαραγωγούς παγκοσμίως" από τα Wein Gourmet Awards της Γερμανίας (2006).
- ✓ "Ο καλύτερος παραγωγός κρασιού της Ανατολικής Μεσογείου" από το International Wine & Spirit Competition του Ηνωμένου Βασιλείου (2005).
- ✓ Χρυσό μετάλλιο από το Alles über Wein - Das internationale Magazin für Wein της Γερμανίας (2004).

Πληροφορίες

Το Κτήμα Γεροβασιλείου, από το 2016 είναι πιστοποιημένο με το σήμα "ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ", πληρώντας τα ποσοτικά και τα ποιοτικά κριτήρια που απαιτούνται: ελληνική ιδιοκτησία, ελληνική παραγωγή, ελληνικά προϊόντα, με συμμετοχή σε περιβαλλοντικές και κοινωνικές δράσεις, μέριμνα για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων, την ασφάλεια των παραγόμενων προϊόντων και την προστασία των καταναλωτών.

Επιπλέον, η παραγωγική διαδικασία στο οινοποιείο ακολουθεί όλες τις απαιτήσεις υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων, όπως προβλέπονται από το εφαρμοζόμενο σύστημα διαχείρισης ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων, το οποίο είναι πιστοποιημένο κατά τα πρότυπα ISO 9001 και ISO 22000.

Επίσης έχει πιστοποιηθεί με σήμα "ETHOS" για την Εταιρική Κοινωνική του Ευθύνη, εφαρμόζοντας πρακτικές υπέρ των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της προστασίας του περιβάλλοντος και της ηθικής και υπεύθυνης διακυβέρνησης.

Στο πλαίσιο αυτό έχει σχεδιαστεί ο Κώδικας Δεοντολογίας με στόχο να αποτυπωθούν οι γενικές αρχές και οι κανόνες δέσμευσης της Διοίκησης απέναντι στους εργαζόμενους, καθώς και την επαγγελματική συμπεριφορά όλων των εργαζομένων του Κτήματος.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Ένωση Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων Santo Wines[67]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Σαντορίνη

Γιατί είναι καλή πρακτική;

Η Ένωση Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων Santo Wines θεωρείται μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς είναι αποτέλεσμα συλλογικής προσπάθειας των τοπικών παραγωγών της Σαντορίνης. Η προσπάθεια αυτή έχει φέρει θετικό αντίκτυπο στην τοπική κοινότητα, μιας και τα κρασιά του νησιού έχουν αποκτήσει μεγάλη φήμη και πλήθος τουριστών επισκέπτονται

[67] Η επίσημη ιστοσελίδα της Ένωσης Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων Santo Wines είναι: https://santowines.gr/el/

το νησί για να τα γνωρίσουν. Επιπλέον, και ανταποκρινόμενη στις τουριστικές ανάγκες που προκύπτουν έχει δημιουργήσει ένα εμπλουτισμένο οινοτουριστικό προϊόν το οποίο περιλαμβάνει όχι μόνο υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας αλλά και εμπειρίες γευσιγνωσίας των φημισμένων τοπικών προϊόντων του νησιού, οπτικοακουστικό υλικό για την ιστορία του τόπου και άλλες ιδιαίτερες παροχές.

Πώς εφαρμόζεται;

Η Ένωση Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων Santo Wines ιδρύθηκε στην αρχική της μορφή το 1911, ως "Ταμείο Αμύνης Οινοπαραγωγής Θήρας" και σήμερα αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους Συνεταιρισμούς της Ελλάδας και της Ευρώπης με 1200 μέλη. Στόχος της Santo Wines είναι η διαφύλαξη της τοπικής παράδοσης και ιστορίας, η προστασία των παραδοσιακών καλλιεργειών, η παραγωγή οίνων και παραδοσιακών τοπικών προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης Σαντορίνη υψηλής ποιότητας και η αειφόρος γεωργική ανάπτυξη. Αρχικά η Ένωση ιδρύθηκε με κύριο σκοπό να προστατεύσει τα συμφέροντα των αγροτών του νησιού, ενώ μέχρι και σήμερα η επιχειρηματική της δράση είναι βασισμένη στη διαφάνεια και το σεβασμό, συνεισφέρει με πολλούς τρόπους στη οικονομική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας και μεριμνά για την αειφόρο γεωργική ανάπτυξη στη Σαντορίνη, προσφέροντας καλύτερες συνθήκες εμπορίου και διασφαλίζοντας τα δικαιώματα των παραγωγών και των εργατών. Σήμερα, η Ένωση λειτουργεί το σύγχρονο οινοποιείο της, το οποίο ολοκληρώθηκε το 1992 στο χωριό Πύργος. Το οινοποιείο βασίζεται σε μία καινοτόμα αρχιτεκτονική που συνίσταται στο ότι είναι χτισμένο σε διαφορετικά επίπεδα, όπως ακριβώς έχουν διαμορφωθεί τα διαφορετικά επίπεδα, οι ονομαστές «πεζούλες», του αμπελώνα που το περιβάλουν.

Καθώς η Ένωση δίνει μεγάλη σημασία στη διατήρηση του περιβάλλοντος και των τοπικών ποικιλιών, έχει προχωρήσει σε ενέργειες που το προστατεύουν και το αναδεικνύουν. Συγκεκριμένα, έχει δημιουργήσει φυτώριο γηγενών ποικιλιών, για μελέτη και πειραματική καλλιέργεια με σκοπό τη διατήρηση της βιοποικιλότητας του Θηραϊκού αμπελώνα και διατηρεί ιδιόκτητο αμπελώνα 20 στρεμμάτων βασιζόμενο στην βιολογική καλλιέργεια. Επιπλέον, στο πλαίσιο στήριξης της τοπικής παραγωγής και της ανάδειξης των τοπικών προϊόντων του νησιού προχώρησε το 1952 στη δημιουργία του εργοστασίου επεξεργασίας για το Τοματάκι ΠΟΠ Σαντορίνη, το μοναδικό πλέον στο νησί. Εκεί πραγματοποιείται η επεξεργασία και τυποποίηση τοπικών προϊόντων όπως το Τοματάκι ΠΟΠ Σαντορίνης, η Φάβα Σαντορίνης ΠΟΠ, η κάπαρη, τα καπαρόφυλλα καθώς και παραδοσιακά γλυκά όπως σταφύλι και τοματάκι.

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού, η Santo Wines δημιούργησε το 1992 το Κέντρο Οινοτουρισμού στο χωριό του Πύργου, έναν χώρο αφιερωμένο στο κρασί, τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, τη γαστρονομία και τον πολιτισμό του νησιού. Το οινοποιείο έχει αποκτήσει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει υπηρεσίες περιήγησης και οινογευσίας. Η περιήγηση περιλαμβάνει ξενάγηση στο οινοποιείο, επίσκεψη στις κάβες παλαίωσης, προβολή οπτικοακουστικού θεάματος για τον αμπελώνα, την οινοποιητική παράδοση και το κρασί της Σαντορίνης, γευσιγνωσία, δοκιμή κρασιών και παραδοσιακών τοπικών προϊόντων. Σον χώρο του Κέντρου Οινοτουρισμού υπάρχει επιπλέον εστιατόριο, το οποίο προσφέρει εδέσματα της μεσογειακής κουζίνας με αγροτικά προϊόντα που προέρχονται από τα χωράφια των αγροτών-μελών της Ένωσης. Επίσης δίνεται τη δυνατότητα για φιλοξενία κοινωνικών και άλλων εκδηλώσεων σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και η δημιουργία εξατομικευμένου πακέτου επίσκεψης για ομάδες άνω των 10 ατόμων.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η επίσκεψη γίνεται κατόπιν κράτησης, η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί και ηλεκτρονικά στην ιστοσελίδα του οινοποιείου σε ειδική φόρμα.

Πού εφαρμόζεται;
Οι υπηρεσίες της Ένωσης Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων Santo Wines απευθύνονται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν τα φημισμένα κρασιά και την τοπική οινική κουλτούρα και παράδοση της Σαντορίνης, μέσα από εμπλουτισμένες οινικές εμπειρίες.

Πότε εφαρμόστηκε;
Η Ένωση Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων Santo Wines ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1911.

Αποτελέσματα
Η Ένωση Συνεταιρισμών Θηραϊκών Προϊόντων Santo Wines έχει αποκτήσει σημαντικές διακρίσεις για τα κρασιά της. Ωστόσο είναι και ένας φημισμένος οινοτουριστικός προορισμός που προσελκύει κάθε χρόνο περισσότερους από 600.000 επισκέπτες από όλον τον κόσμο. Επίσης, στο πλαίσιο της κοινωνικής του ευθύνης, είναι μέλος του προγράμματος "Wine in Moderation", στόχος του οποίου είναι καταπολέμηση της καταχρηστικής κατανάλωσης αλκοόλ και των επιβλαβών συνεπειών του στην κοινωνία.

Τίτλος - Επωνυμία	:	Οινοποιείο Κατώγι Αβέρωφ[68]
Πεδίο εφαρμογής / τομέας / κλάδος	:	Οινοτουρισμός
Χώρα/περιοχή	:	Ελλάδα, Μέτσοβο

Γιατί είναι καλή πρακτική;
Το Οινοποιείο Κατώγι Αβέρωφ αποτελεί μία καλή πρακτική οινοποιείου καθώς προσφέρει ένα ολοκληρωμένο πακέτο οινοτουριστικής εμπειρίας που συνδυάζει οινικές εμπειρίες, τέχνη και φιλοξενία. Οινική περιήγηση εμπλουτισμένη με καινοτόμα εργαλεία, οινογευσία, διαμονή, γαστρονομία και πολιτιστικές δραστηριότητες είναι οι υπηρεσίες που προσφέρει στον επισκέπτη, ενώ ειδικά σχεδιασμένα εκπαιδευτικά προγράμματα απευθύνονται στα παιδιά.

Πώς εφαρμόζεται;
Το Οινοποιείο Κατώγι Αβέρωφ ξεκινά τη δραστηριότητά του από το 1959, όταν ο Ευάγγελος Αβέρωφ φυτεύει, τα πρώτα στην Ελλάδα κλήματα της ποικιλίας Cabernet Sauvignon στις πλαγιές της Πίνδου και εμφιαλώνει στο κατώγι του σπιτιού του στο Μέτσοβο το κρασί. Η οινοπαραγωγική δραστηριότητα του Αβέρωφ, γεννιέται από το όραμα της αναμπέλωσης των εγκαταλειμμένων πλαγιών της Πίνδου και της αναβίωσης της παλιάς αμπελουργικής παράδοσης που ανθούσε στην περιοχή τον 18ο και 19ο αιώνα. Με την βοήθεια Ελλήνων και Γάλλων επιστημόνων, δημιουργεί έναν από του πιο φημισμένους και πιο ορεινούς αμπελώνες στη χώρα και δημιουργεί ένα μικρό οινοποιείο στις ανατολικές παρυφές του Μετσόβου.

[68] Η επίσημη ιστοσελίδα του Οινοποιείου Κατώγι Αβέρωφ είναι: https://www.katogiaveroff.gr/

Μετά το θάνατο του, το 1990, η εταιρεία Κατώγι Αβέρωφ Α.Ε. φυτεύει νέους αμπελώνες στην περιοχή και το κτίριο του οινοποιείου εκσυγχρονίστηκε και επεκτάθηκε διαδοχικά. Σήμερα, το Κατώγι Αβέρωφ συνεχίζει την καλλιέργεια αμπελώνων στην περιοχή του Μετσόβου, με ιδιαίτερο στόχο την αναβίωση των αυτόχθονων ποικιλιών της περιοχής και δραστηριοποιείται έντονα στο χώρο του οινοτουρισμού. Οι αμπελώνες στο Γινιέτς είναι από τους πιο ορεινούς αμπελώνες της Ελλάδας, σε υψόμετρο από 950 ως 1050 μέτρα, ενώ το οινοποιείο είναι εναρμονισμένο με την παραδοσιακή αρχιτεκτονική του Μετσόβου.

Πέραν τις αμπελοοινικής δραστηριότητας, το οινοποιείο καταβάλει σημαντικές προσπάθειες στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων οινοτουρισμού. Το οινοποιείο κατέχει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου και προσφέρει μία ποικιλία από δραστηριότητες, οι οποίες συνοπτικά αναφέρονται παρακάτω:

- Περιήγηση στους εσωτερικούς χώρους της παραγωγής οι οποίοι δημιουργούν ένα ιδιαίτερο θέαμα χάρη στις εικαστικές παρεμβάσεις που πραγματοποιήθηκαν. Συγκεκριμένα, με αξιοποίηση ποικίλων οπτικοακουστικών μέσων και τη συμβολή ποικίλων καλλιτεχνικών παρεμβάσεων οι επισκέπτες μπορούν να γνωρίσουν την ιστορία του οινοποιείου και τη διαδικασία παραγωγής του κρασιού. Η ξενάγηση περιλαμβάνει επίσκεψη στα κελάρια του ιστορικού οινοποιείου Κατώγι Αβέρωφ μέσα από το θεατρικά στημένο σκηνικό, παρακολούθηση video προβολών με τα διάφορα στάδια παρασκευής του κρασιού και την ιστορία πίσω από το Κατώγι Αβέρωφ.
- Θεματικές οινογευσίες ετικετών του οινοποιείου.
- Προσφορά ενός καινοτόμου και πρωτοπόρου εκπαιδευτικού προγράμματος για παιδιά με στόχο να καλλιεργήσει στους μικρούς επισκέπτες το ενδιαφέρον για το αμπέλι και το κρασί και να τους εισάγει στον κόσμο της οινοποιίας μέσα από επιστημονικά πειράματα. Η μελέτη και η σχεδίαση των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων πραγματοποιήθηκαν από το Εργαστήριο Εφαρμογών Εικονικής Πραγματικότητας στην Εκπαίδευση του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. Το πρόγραμμα αναπτύσσεται σε δύο θεματικές ενότητες. Η πρώτη περιλαμβάνει πειράματα που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με την οινοποίηση με έμφαση σε αυθεντικές δραστηριότητες και τη μεθοδολογία εργασίας της μηχανικής και η δεύτερη περιλαμβάνει μία διαδραστική εμπειρία που έχει στόχο τη γνωριμία της απόλαυσης των γεύσεων και των αρχών της γευστικής δοκιμής. Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα είναι κατάλληλα προσαρμοσμένο στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ενδιαφέροντα της κάθε ηλικίας και υλοποιείται από φιλόλογο.
- Διαμονή στο ομώνυμο ξενοδοχείο που βρίσκεται δίπλα στο οινοποιείο προσφέροντας μία ολοκληρωμένη οινοτουριστική εμπειρία. Το ξενοδοχείο Κατώγι Αβέρωφ ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2008, με τη φιλοδοξία να συνδυάσει τον κόσμο του οίνου με την τέχνη και τη ζεστή φιλοξενία στο ιδιαίτερο φυσικό περιβάλλον του Μετσόβου.
- Γεύμα στο εστιατόριο του ξενοδοχείου το οποίο βασίζεται σε συνταγές της τοπικής κουζίνας με έμφαση στα υλικά της περιοχής.

Πέραν των ανωτέρω προτείνεται η επίσκεψη στην Πινακοθήκη Ε. Αβέρωφ, ένα μουσείο Νεοελληνικής τέχνης που βρίσκεται στο κέντρο του Μετσόβου. Περιέχει έργα Ελλήνων ζωγράφων, χαρακτών και γλυπτών του 19ου και 20ου αιώνα και τα περισσότερα από τα έργα της μόνιμης έκθεσης προέρχονται από την προσωπική συλλογή του Ευάγγελου Αβέρωφ.

Πού εφαρμόζεται;

Το Οινοποιείο Κατώγι Αβέρωφ απευθύνεται σε όσους επιθυμούν να γνωρίσουν την οινική κουλτούρα και ιστορία του Μετσόβου, σε ένα ιδιαίτερο περιβάλλον που συνδυάζει το κρασί με την τέχνη και την πολιτιστική καινοτομία. Επίσης, λόγω του μουσειακού του χαρακτήρα και των εκπαιδευτικών προγραμμάτων που προσφέρει αποτελεί ιδανική επιλογή για τα παιδιά.

Πότε εφαρμόστηκε;

Η δραστηριότητα του Οινοποιείου Κατώγι Αβέρωφ ξεκίνησε από το 1959.

Αποτελέσματα

Το Οινοποιείο Κατώγι Αβέρωφ έχει αποκτήσει πολλές διακρίσεις για τα κρασιά του. Επίσης έχει κερδίσει το "Certificate of Excellence" του Trip Advisor και το Βραβείο Παραγωγής Οίνου για την παραγωγή των ιστορικών κρασιών του και το σύγχρονο οινοτουριστικό προφίλ της επιχείρησης, από τα Βραβεία Ποιότητας του Γαστρονόμου το 2017.

Πληροφορίες

Ο Ευάγγελος Αβέρωφ-Τοσίτσα, ήταν σημαντικό τοπικό και εθνικό πολιτικό πρόσωπο της χώρας, ιδρυτής του Ιδρύματος Ευάγγελος Αβέρωφ και ανέπτυξε στο Μέτσοβο σημαντική δραστηριότητα που συνέβαλε αποφασιστικά στην οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής. Κύρια έργα του ήταν η δημιουργία Φοιτητικής Εστίας για την δωρεάν διαμονή και σίτιση Ηπειρωτών φοιτητών στη Αθήνα, η δημιουργία λαογραφικού μουσείου, οι εκτεταμένες αναδασώσεις και τα αντιδιαβρωτικά έργα, η ανέγερση 107 σχολείων στο νομό Ιωαννίνων, η δημιουργία πρότυπης τυροκομικής μονάδας, πρότυπου βουστασίου και ξυλουργικού εργοστασίου, η δημιουργία κέντρου υγείας με δωρεάν ιατρική περίθαλψη για τους κατοίκους Μετσόβου και περιχώρων, η αναμπέλωση των εγκαταλειμμένων πλαγιών της περιοχής, η συντήρηση εκκλησιών, μοναστηριών, παραδοσιακών κτιρίων, πέτρινων βρυσών και καλντεριμιών, η ίδρυση πρατηρίου λαϊκής τέχνης και σχολής κεντητικής, η δημιουργία χιονοδρομικού κέντρου και η ίδρυση πινακοθήκης νεοελληνικής τέχνης.

7.3 Προτάσεις για Βελτιστοποίηση και Καινοτομία

Μετά τα αποτελέσματα της συγκριτικής αξιολόγησης, είναι απαραίτητο να προταθούν συγκεκριμένες στρατηγικές βελτιστοποίησης και καινοτομίας για τα ελληνικά οινοποιεία. Οι προτάσεις αυτές θα επικεντρώνονται στη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών, στην ανάπτυξη νέων υπηρεσιών, στην ενίσχυση των συνεργασιών με τον τουριστικό κλάδο και στην υιοθέτηση καινοτόμων πρακτικών και τεχνολογιών.

Βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών

Η συνολική εμπειρία των επισκεπτών είναι ο σημαντικότερος παράγοντας επιτυχίας στον οινοτουρισμό. Τα οινοποιεία πρέπει να προσφέρουν μια ολοκληρωμένη και εξατομικευμένη εμπειρία που να καλύπτει τις προσδοκίες διαφορετικών τύπων επισκεπτών.

➔ Θεματικές Ξεναγήσεις και Ειδικές Εκδηλώσεις

Η εισαγωγή θεματικών ξεναγήσεων που επικεντρώνονται σε συγκεκριμένα στοιχεία της παραγωγής κρασιού ή της ιστορίας του οινοποιείου μπορεί να ενισχύσει την εμπειρία των επισκεπτών. Οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να μάθουν περισσότερα για τις τοπικές ποικιλίες σταφυλιών, τις παραδοσιακές μεθόδους καλλιέργειας και την ιστορία της περιοχής.

Επιπλέον, οινοποιεία μπορούν να διοργανώνουν ειδικές εκδηλώσεις, όπως γευσιγνωσίες κρασιού σε συνδυασμό με τοπικά εδέσματα, μουσικές συναντήσεις ή εκδηλώσεις τέχνης, που να προσελκύουν περισσότερους επισκέπτες.

➔ Διαδραστικές Δραστηριότητες

Η ενσωμάτωση διαδραστικών δραστηριοτήτων μπορεί να αυξήσει τη συμμετοχή των επισκεπτών και να κάνει την εμπειρία πιο ενδιαφέρουσα και εντυπωσιακή. Οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν εργαστήρια γευσιγνωσίας, όπου οι επισκέπτες να μαθαίνουν να αναγνωρίζουν τα χαρακτηριστικά του κρασιού ή ακόμα και δυνατότητα συμμετοχής στη διαδικασία παραγωγής κρασιού, όπως η συγκομιδή σταφυλιών ή η παρακολούθηση της διαδικασίας εμφιάλωσης.

➔ Γαστρονομικές Εμπειρίες

Η ενσωμάτωση τοπικών γαστρονομικών προϊόντων στις υπηρεσίες των οινοποιείων αποτελεί μια εξαιρετική ευκαιρία για τη διαφοροποίηση της εμπειρίας και την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών. Οι επισκέπτες μπορούν να συμμετάσχουν σε διαδικασίες μαγειρέματος και συνδυασμού παραδοσιακών συνταγών και κρασιού. Οι συνδυασμοί κρασιού και φαγητού (wine-pairing) αποτελούν πλέον βασικό στοιχείο των περισσότερων διεθνών οινοτουριστικών εμπειριών και θα μπορούσαν να προστεθούν στο ελληνικό οινοτουριστικό προϊόν.

Ενίσχυση της Ψηφιακής Παρουσίας

Στη σύγχρονη εποχή, η ψηφιακή παρουσία είναι απαραίτητη για την προσέλκυση νέων επισκεπτών και την ενίσχυση της προβολής των οινοποιείων. Τα οινοποιεία που επενδύουν σε ψηφιακές πλατφόρμες όπως ιστοσελίδες με δυνατότητα online κρατήσεων και κοινωνικά μέσα, έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν την προσέλκυση επισκεπτών.

➔ Αναβάθμιση Ιστοσελίδων και Online Κρατήσεων

Τα οινοποιεία πρέπει να επενδύσουν σε καλά σχεδιασμένες ιστοσελίδες που προσφέρουν πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, καθώς και τη δυνατότητα online κρατήσεων για επισκέψεις και εκδηλώσεις. Οι ιστοσελίδες πρέπει να είναι εύκολες στη χρήση, συμβατές με κινητές συσκευές και να προσφέρουν ασφαλείς και γρήγορες κρατήσεις.

➔ Χρήση Κοινωνικών Μέσων και Διαφήμισης

Η ενίσχυση της παρουσίας στα κοινωνικά μέσα, όπως το Instagram, το Facebook και το YouTube, μπορεί να αυξήσει την προβολή των οινοποιείων και να προσελκύσει νέες ομάδες επισκεπτών. Τα κοινωνικά μέσα επιτρέπουν την άμεση αλληλεπίδραση με τους πελάτες και τη δημιουργία μιας πιο προσωπικής σχέσης με το κάθε οινοποιείο. Οινοποιεία που χρησιμοποιούν στρατηγικά τις δυνατότητες διαφήμισης σε αυτές τις πλατφόρμες μπορούν να προσεγγίσουν ευρύτερα ακροατήρια και να αυξήσουν τις κρατήσεις.

➔ Εικονικές Ξεναγήσεις και Ψηφιακό Περιεχόμενο

Η δημιουργία εικονικών ξεναγήσεων μέσω της ιστοσελίδας των οινοποιείων μπορεί να προσελκύσει υποψήφιους επισκέπτες και να τους επιτρέψει να δουν τις εγκαταστάσεις και την ομορφιά του τοπίου πριν ακόμα προγραμματίσουν την επίσκεψή τους. Αυτή η τεχνολογία, σε συνδυασμό με τη χρήση βίντεο και φωτογραφιών υψηλής ποιότητας, μπορεί

να αυξήσει το ενδιαφέρον για το οινοποιείο και να δημιουργήσει προσδοκίες στους πιθανούς επισκέπτες.

Συνεργασίες με τον Τοπικό Τουριστικό Κλάδο

Οι συνεργασίες με τον τουριστικό κλάδο είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού και τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας για τους επισκέπτες. Τα οινοποιεία μπορούν να συνεργαστούν με ξενοδοχεία, τουριστικά πρακτορεία και τοπικά εστιατόρια, με σκοπό τη δημιουργία κοινών προωθητικών ενεργειών.

➔ Συνεργασίες με Ξενοδοχεία και Καταλύματα

Τα οινοποιεία μπορούν να δημιουργήσουν στρατηγικές συνεργασίες με τοπικά ξενοδοχεία και καταλύματα, προσφέροντας πακέτα που συνδυάζουν τη διαμονή με την επίσκεψη στο οινοποιείο και τη συμμετοχή σε γευσιγνωσίες ή άλλες δραστηριότητες που προσφέρει το οινοποιείο. Αυτή η μορφή συνεργασίας μπορεί να ενισχύσει τόσο την επισκεψιμότητα του οινοποιείου όσο και την πληρότητα των ξενοδοχείων, δημιουργώντας ένα αμοιβαία επωφελές μοντέλο συνεργασίας. Για παράδειγμα, ένα ξενοδοχείο μπορεί να προσφέρει στους πελάτες του ειδικές τιμές ή πακέτα για επισκέψεις σε τοπικά οινοποιεία, προσελκύοντας έτσι τουρίστες που ενδιαφέρονται για τον οινοτουρισμό.

➔ Συνεργασία με Τουριστικά Πρακτορεία και Οργανωμένες Εκδρομές

Η συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία είναι ένα άλλο σημαντικό εργαλείο για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Οι οργανωμένες εκδρομές σε οινοποιεία μπορούν να ενταχθούν σε τουριστικά πακέτα που προωθούνται τόσο εντός όσο και εκτός Ελλάδας. Αυτές οι εκδρομές μπορούν να περιλαμβάνουν επισκέψεις σε πολλά οινοποιεία, δίνοντας στους επισκέπτες τη δυνατότητα να εξερευνήσουν διαφορετικά οινοτουριστικά προϊόντα και να απολαύσουν τη μοναδική γαστρονομία της περιοχής.

➔ Συνεργασία με Τοπικά Εστιατόρια και Γαστρονομικές Εκδηλώσεις

Η συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς, οικοτέχνες και τοπικά εστιατόρια μπορεί να ενισχύσει την προβολή του οινοποιείου και να προσφέρει μια ολοκληρωμένη οινογαστρονομική εμπειρία στους επισκέπτες. Τα εστιατόρια μπορούν να προσφέρουν ειδικά μενού σε συνδυασμό με τα κρασιά του οινοποιείου, ενισχύοντας έτσι την εικόνα των προϊόντων και προσφέροντας στους επισκέπτες μια μοναδική γευστική εμπειρία, ενώ οι τοπικοί παραγωγοί μπορούν να προσφέρουν προϊόντα υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας. Επιπλέον, τα οινοποιεία μπορούν να διοργανώσουν γαστρονομικές εκδηλώσεις, όπως δείπνα με σεφ από την τοπική περιοχή που θα ετοιμάζουν πιάτα με τοπικά υλικά σε συνδυασμό με τα κρασιά του οινοποιείου.

Καινοτομία στις Υπηρεσίες και Υποδομές

Η καινοτομία αποτελεί βασικό παράγοντα για τη διαφοροποίηση των υπηρεσιών ενός οινοποιείου και την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών. Οι επιχειρήσεις που υιοθετούν νέες τεχνολογίες, διαφοροποιούν την προσφερόμενη εμπειρία και επενδύουν σε αναβαθμισμένες υποδομές, έχουν περισσότερες πιθανότητες να διακριθούν σε έναν ανταγωνιστικό τομέα όπως ο οινοτουρισμός.

➔ Υποδομές Ψυχαγωγίας και Εκπαίδευσης

Πέρα από τις παραδοσιακές γευσιγνωσίες, τα οινοποιεία μπορούν να ενισχύσουν την εμπειρία των επισκεπτών μέσω της ανάπτυξης υποδομών και εξοπλισμού ψυχαγωγίας και εκπαίδευσης. Μουσεία για την ιστορία της οινοποιίας, εκπαιδευτικά εργαστήρια όπου οι

επισκέπτες μπορούν να μάθουν για τη διαδικασία παραγωγής του κρασιού ή ακόμα και χώροι για παιδιά όπου οι μικροί επισκέπτες μπορούν να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά παιχνίδια γύρω από το αμπέλι και την αμπελουργία, αποτελούν καινοτόμες προσθήκες.

➔ Ενεργειακή Βιωσιμότητα και Πράσινες Υποδομές

Η επένδυση σε βιώσιμες υποδομές και η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας δεν είναι μόνο περιβαλλοντικά ωφέλιμη, αλλά μπορεί επίσης να αποτελέσει κεντρικό σημείο ενδιαφέροντος για τους επισκέπτες που αναζητούν βιώσιμες εμπειρίες. Η εγκατάσταση ηλιακών συλλεκτών, η χρήση νερού από ανακυκλωμένα ή τοπικά φυσικά αποθέματα και η ελαχιστοποίηση της χρήσης πλαστικού είναι μερικές από τις πρακτικές που μπορούν να εφαρμοστούν. Αυτές οι πρακτικές δεν ενισχύουν μόνο την εικόνα του οινοποιείου ως υπεύθυνης επιχείρησης, αλλά μπορούν επίσης να μειώσουν τα λειτουργικά έξοδα μακροπρόθεσμα.

Προτάσεις για Ενίσχυση της Βιωσιμότητας

Η βιωσιμότητα δεν αποτελεί μόνο μια ηθική υποχρέωση αλλά και μια επιχειρηματική στρατηγική που μπορεί να φέρει μακροπρόθεσμα οφέλη. Η ενσωμάτωση βιώσιμων πρακτικών στην παραγωγή κρασιού και τη λειτουργία των οινοποιείων είναι πλέον απαραίτητη για την ανταπόκριση στις νέες καταναλωτικές τάσεις και την προστασία του περιβάλλοντος.

➔ Βιώσιμες Καλλιεργητικές Πρακτικές

Τα οινοποιεία πρέπει να υιοθετήσουν βιώσιμες καλλιεργητικές πρακτικές που μειώνουν την κατανάλωση νερού, την ανάγκη για χημικά φυτοφάρμακα και τη χρήση ενεργειακών πόρων. Η βιολογική γεωργία, η ανακύκλωση των αποβλήτων από την παραγωγή κρασιού και η μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος μέσω της χρήσης φυσικών λιπασμάτων, αποτελούν πρακτικές που μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα των σταφυλιών, ενώ ταυτόχρονα ενισχύουν την περιβαλλοντική υπευθυνότητα του οινοποιείου.

➔ Προώθηση της Βιώσιμης Οινοτουριστικής Εμπειρίας

Η βιωσιμότητα μπορεί να ενσωματωθεί και στην εμπειρία των επισκεπτών. Οινοποιεία που ενημερώνουν τους επισκέπτες για τις βιώσιμες πρακτικές που εφαρμόζουν, προσφέρουν προϊόντα από βιώσιμες καλλιέργειες και διοργανώνουν εκδηλώσεις για την ευαισθητοποίηση σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, μπορούν να προσελκύσουν τουρίστες που ενδιαφέρονται για υπεύθυνες τουριστικές πρακτικές. Επιπλέον, οινοποιεία που εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή την εικόνα για να προσελκύσουν συνεργασίες με οικολογικές και βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις.

Π3

ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΟΔΗΓΙΩΝ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ «ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ», ΣΤΙΣ ΠΙΝΑΚΙΔΕΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ, ΕΝΤΟΣ ΚΑΙ ΕΚΤΟΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ



8 ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ & ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ «ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ»

8.1 Εισαγωγή

Το παρόν Εγχειρίδιο συντάσσεται για τις ανάγκες εξειδίκευσης των οδηγιών χρήσης και αξιοποίησης του σήματος «επισκέψιμου οινοποιείου», στις πινακίδες ενημέρωσης, εντός και εκτός του χώρου των οινοποιείων.

Στο πλαίσιο αυτό επιχειρείται η «κανονικοποίηση» του τρόπου επικοινωνίας των επιχειρήσεων του οινοτουρισμού προς τον επισκέπτη χρήστη ώστε η μεταδιδόμενη πληροφορία να είναι εύληπτη και με τα ίδια ποιοτικά χαρακτηριστικά, δίνοντας στον επισκέπτη την ικανότητα σύγκρισης και δημιουργώντας ένα διαφανές πεδίο ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων του Οινοτουρισμού.

Το εγχειρίδιο θα καθορίζει τις προδιαγραφές των πινακίδων ενημέρωσης που απαιτούνται βάσει νόμου (Άρθρο 1 Απόφασης υπ΄ Αριθμ. 1746 περί «Καθορισμού των προδιαγραφών για τις υπηρεσίες του άρθρου 25 του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/30-07-2014), των τεχνικών, λειτουργικών και ειδικών προδιαγραφών των εγκαταστάσεων των οινοτουριστικών επιχειρήσεων», για τα επισκέψιμα οινοποιεία (διαστάσεις, υλικό, χρώμα, μακέτα κλπ) στους χώρους εντός και εκτός αυτών, αποτελώντας μέσο επικοινωνίας και ενημέρωσης των επισκεπτών που συμβάλλει σημαντικά στην ενιαία οπτική ταυτότητα και επικοινωνία για τον ελληνικό οινοτουρισμό.

Στο βαθμό που το Εγχειρίδιο θα αποτελέσει ένα κοινό εργαλείο για όλα τα οινοποιεία, θα συμβάλλει στην ομογενοποίηση της παροχής πληροφορίας προς τους δυνητικούς χρήστες του Οινοτουρισμού.

8.2 Σήμανση

Η Σήμανση αφορά στο σύνολο των συμβόλων και κειμένων που διευκολύνουν στον προσανατολισμό και στην κίνηση όλων των ατόμων στο δομημένο περιβάλλον, καθώς και κάθε άλλο μέσο που διευκολύνει στην ασφαλή διακίνηση και πληροφόρηση, όπως φωτεινά και ηχητικά σήματα, διαφοροποιήσεις υλικών μέσω χρώματος ή/και υφής, σχέδια, προπλάσματα κλπ. Η διαδικασία δημιουργίας μιας σήμανσης πρέπει να λαμβάνει υπ' όψιν τις ανάγκες και ιδιαιτερότητες όλων των ατόμων, ιδιαίτερα δε των εμποδιζόμενων ατόμων στα οποία περιλαμβάνονται και τα άτομα με αναπηρίες. Από την παραπάνω κατηγορία τα άτομα που αντιμετωπίζουν τα μεγαλύτερα προβλήματα στην ανεμπόδιστη, αυτόνομη και ασφαλή διακίνηση είναι αυτά που έχουν κινητικές κι αισθητήριες αναπηρίες.

Για το λόγο αυτό η σήμανση ενός χώρου θα πρέπει να συντάσσεται με οδηγό τις απαιτήσεις και τους κανόνες ασφαλείας για όλες τις κατηγορίες χρηστών, σύμφωνα με τις Οδηγίες

Σχεδιασμού ΥΠΕΚΑ αλλά και του συνόλου του θεσμικού πλαισίου που αφορά τις σημάνσεις χώρων.

Ειδικότερα για την σήμανση που αφορά στα επισκέψιμα οινοποιεία ισχύει το Άρθρο 1 της Απόφασης υπ Αριθμ. 1746 (βλέπε Παράρτημα Π8.1 σελ. 282), περί «Καθορισμού των προδιαγραφών για τις υπηρεσίες του άρθρου 25 του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/30-07-2014), από το οποίο προβλέπονται ως ελάχιστες απαιτούμενες προδιαγραφές για τις προσφερόμενες (στις οινοποιητικές/οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις), υπηρεσίες υποδοχής και ξενάγησης οι ακόλουθες:

α) Μεμονωμένα ή συνδυαστικά, χώρος επισκεπτών, αίθουσα πολλαπλών χρήσεων, χώρος γευσιγνωσίας διαμορφωμένος για γευστική δοκιμή, χώρος τοποθέτησης, παρουσίασης και πώλησης προϊόντων.

β) Ειδικότερα ο χώρος γευσιγνωσίας είναι κατ' ελάχιστο εξοπλισμένος με:

- ποτήρια γευσιγνωσίας (γυάλινα, κολωνάτα, ανεξαρτήτως διαστάσεων)
- πτυελοδοχεία
- ψυγεία ή/και συντηρητές που διασφαλίζουν την απαιτούμενη θερμοκρασία των κρασιών (θερμοκρασία σερβιρίσματος).

γ) Σήμανση (πινακίδα) στην είσοδο του οινοποιείου με χρηστικές πληροφορίες που αφορούν κατ' ελάχιστο τις ώρες λειτουργίας και ημέρες επίσκεψης του οινοποιείου και τηλέφωνα επικοινωνίας.

δ) Ανάρτηση σε εμφανές σημείο του χώρου υποδοχής τιμοκαταλόγου οίνων και κόστους (αν υπάρχει) της γευστικής δοκιμής.

ε) Ανάρτηση σε εμφανές σημείο του χώρου υποδοχής τιμοκαταλόγου λοιπών παρεχόμενων υπηρεσιών.

στ) Υποχρεωτική γνωστοποίηση -με κάθε πρόσφορο τρόπο και ειδικότερα με σήμανση και με διαδικτυακή ή τηλεφωνική ή έντυπη ενημέρωση- για την δυνατότητα του οινοποιείου να δεχθεί την επίσκεψη και φιλοξενία ΑΜΕΑ.

ζ) Ευδιάκριτη σήμανση των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων της οινοποιητικής ή οινοπαραγωγικής εγκατάστασης.

η) Τουαλέτες (WC) για άνδρες γυναίκες και τουαλέτες (WC) για γυναίκες.

ι) Πυρασφάλεια και ασφάλεια των χώρων. Κατ' ελάχιστο πυροσβεστήρες (των οποίων ελέγχεται η ημερομηνία λήξης), σήμανση και περίφραξη επικίνδυνων χώρων και προστασία φρεατίων.

ια) Ορισμός υπευθύνου για την υποδοχή και ξενάγηση των επισκεπτών.

ιβ) Τοποθέτηση του «Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου» στην είσοδο της εγκατάστασης της παραγράφου 3 του άρθρου 25 του Ν. 4276/2014.

Συμπληρωματικά όταν υπάρχει σήμανση αναφερόμενη σε προσφερόμενες εξυπηρετήσεις σε άτομα με αναπηρίες πρέπει απαραίτητα να συνοδεύεται από το Διεθνές Σύμβολο Πρόσβασης Αναπήρων (ΔΣΠ) και να εφαρμόζονται οι σχετικές προβλέψεις (Βλέπε Παράρτημα Π8.2 σελ. 284).

Για την δημιουργία της σήμανσης των επισκέψιμων οινοποιείων, τα οποία είναι κτίρια που χρησιμοποιούνται από το ευρύ κοινό κατά τον ορισμό του ΓΟΚ 85 Ν 1577/85 άρθρο 2, θα γίνεται μελέτη σήμανσης η οποία είναι ιδιαίτερα σημαντική σε περιπτώσεις κινδύνου, για την εύκολη εύρεση των σημείων διαφυγής και την γρήγορη εκκένωση των χώρων.

Τα σύμβολα, πικτογράμματα, σχέδια, κείμενα κλπ που αποτελούν την σήμανση θα είναι τυποποιημένα, απλά, ευδιάκριτα, σε αντίθεση με το υπόβαθρό τους, τοποθετημένα σε θέσεις ανάλογα με το μέγεθός τους και τη λειτουργία τους.

Η παροχή πληροφοριών μόνο με χρωματικό κώδικα θα αποφεύγεται διότι τα άτομα με αχρωματοψία μπορεί να αντιμετωπίσουν δυσκολία στην κατανόησή της.

Η σήμανση που αφορά σε μια συγκεκριμένη πληροφορία θα εμφανίζεται πάντα με τον ίδιο τρόπο, ώστε να είναι εύκολα αναγνωρίσιμη. Η πολυσήμανση, τα εκτενή κείμενα, ο συνδυασμός ή η παράθεση διαφημιστικών πινακίδων και πινακίδων σήμανσης θα αποφεύγονται γιατί προκαλούν σύγχυση. Επίσης οι επιφάνειες των πινακίδων θα είναι μη ανακλαστικές (ματ) σε έντονη χρωματική αντίθεση με τον περιβάλλοντα χώρο.

Προσοχή θα δίνεται και στον τρόπο τοποθέτησης και στην επιλογή της θέσης των πινακίδων σήμανσης, ώστε αυτές να μην αποτελούν εμπόδιο ή κίνδυνο για ορισμένες κατηγορίες ατόμων (όπως άτομα σε αμαξίδιο και άτομα με προβλήματα στην όραση).

Γενικά τα είδη σήμανσης χαρακτηρίζονται ανάλογα:

Α. με την θέση και την μορφή της, σε:

- πινακίδες
- επιδαπέδια
- φωτεινή - ηχητική σήμανση
- αστικό εξοπλισμό και οικοδομικά στοιχεία των κτιρίων (μέσω χρώματος και σχήματος).

Β. με την λειτουργία της (κυρίως σε πινακίδες) είναι:

- Διεύθυνσης: περιλαμβάνει βέλος που δείχνει προς συγκεκριμένη εξυπηρέτηση.
- Τοποθεσίας: τοποθετείται όπου προσφέρεται μια εξυπηρέτηση.
- Πληροφόρησης: ενημερώνει για υπάρχουσα λειτουργία ή εξυπηρέτηση, πχ χώρος στάθμευσης, ανελκυστήρας, χώρος υγιεινής κλπ.
- Προσανατολισμού: σχέδιο ή σκαρίφημα (σε κάτοψη) ή πρόπλασμα.
- Προειδοποίησης: ενημερώνει για την προσέγγιση σε επικίνδυνα σημεία ή λειτουργία.
- Συμπεριφοράς: ενημερώνει για την ασφάλεια κατανάλωσης οίνου (πχ. οδηγώ νηφάλιος, πίνω κρασί για να κάνω κέφι, για να χαλαρώσω όχι για να ζαλιστώ κλπ)

8.3 Κατηγορίες σήμανσης

Η σήμανση σε πινακίδες που αφορά στις διαδρομές κρασιού και στα επισκέψιμα οινοποιεία μπορεί να διαχωριστεί σε δύο μεγάλες κατηγορίες πινακίδων:

- Οδικές Πινακίδες και
- Πινακίδες σήμανσης κτιρίων και υπαίθριων χώρων (εκτός των οδικών) οι οποίες περιγράφονται στην συνέχεια.

ΠΙΝΑΚΙΔΕΣ ΟΔΙΚΗΣ ΣΗΜΑΝΣΗΣ

Η λειτουργία, η μορφή, το σχήμα κλπ των πινακίδων οδικής σήμανσης θα είναι σύμφωνα με το Νέο Κώδικα Οδικής Κυκλοφορίας (Νόμος 2699 /99).

ΠΙΝΑΚΙΔΕΣ ΣΗΜΑΝΣΗΣ ΚΤΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΥΠΑΙΘΡΙΩΝ ΧΩΡΩΝ

Οι πινακίδες σήμανσης κτιρίων και υπαίθριων χώρων θα ακολουθούν τις γενικές αρχές σήμανσης.

ΣΧΗΜΑ ΚΑΙ ΧΡΩΜΑ ΠΙΝΑΚΙΔΩΝ ΣΗΜΑΝΣΗΣ

Οι πινακίδες σήμανσης πρέπει να ακολουθούν όσον αφορά στο σχήμα και στο χρώμα τις διεθνείς, ευρωπαϊκές και εθνικές προδιαγραφές.

ΘΕΣΗ ΠΙΝΑΚΙΔΩΝ ΣΗΜΑΝΣΗΣ

Η κάτω ακμή των πινακίδων σήμανσης θα απέχει 2.20μ. από το δάπεδο και η θέση τους θα σημαίνεται κατάλληλα στο δάπεδο ώστε να μην αποτελούν εμπόδιο στα άτομα με προβλήματα στην όραση. Γενικά οι πινακίδες πρέπει να είναι τοποθετημένες έτσι ώστε να μην εμποδίζουν την κυκλοφορία και να μην προκαλούν ατυχήματα.

ΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΑ ΠΙΝΑΚΙΔΩΝ ΣΗΜΑΝΣΗΣ

Το κείμενο θα είναι σύντομο και κατανοητό. Θα αποφεύγονται περιττές λέξεις. Τα γράμματα θα είναι απλού τύπου, χωρίς πατούρες όπως πχ Helvetica, Sans Serif, arial, verdana κλπ, κανονικά και μεσαία, μικρά ή/και κεφαλαία (ανάλογα με το μέγεθος του κειμένου και την απόσταση από την οποία διαβάζονται). Το ύψος των γραμμάτων δεν θα είναι μικρότερο των 100χλστ (δυνατότητα ανάγνωσης από απόσταση 3μ.). Γενικώς το μέγεθος των γραμμάτων και συμβόλων καθορίζεται από την απόσταση που απαιτείται για να είναι αναγνώσιμα και κατανοητά. Τα σύμβολα και πικτογράμματα θα είναι τυποποιημένα και κατανοητά. Το Διεθνές Σύμβολο Πρόσβασης είναι τυποποιημένο και συμβολίζει την παρουσία προσβάσιμου κεκλιμένου επιπέδου. Σε κάθε άλλη περίπτωση θα συνοδεύεται από επεξηγηματικό κείμενο ή άλλο σχέδιο ή σύμβολο.

ΥΛΙΚΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ - ΦΩΤΙΣΜΟΣ

Οι πινακίδες σήμανσης θα φωτίζονται ικανοποιητικά. Οι επιφάνειές τους θα είναι ματ και δεν θα προκαλούν αντανακλάσεις. Επίσης δεν θα τοποθετούνται πίσω από γυαλί ή παραπλήσιο υλικό. Θα είναι κατασκευασμένες από υλικά αντοχής και θα μπορούν εύκολα να αλλαχθούν, να καθαρισθούν και να επιδιορθωθούν.

ΕΠΙΔΑΠΕΔΙΑ ΣΗΜΑΝΣΗ

Η επιδαπέδια σήμανση είναι απαραίτητη για τα άτομα με προβλήματα όρασης και θα επιτυγχάνεται με την αλλαγή της υφής του δαπέδου και με την έντονη χρωματική αντίθεση (οδηγός όδευσης τυφλών).

ΣΗΜΑΝΣΗ ΑΣΤΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΚΤΙΡΙΩΝ ΜΕΣΩ ΧΡΩΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΣΧΗΜΑΤΟΣ

Τα στοιχεία του αστικού εξοπλισμού θα έχουν το ίδιο χρώμα και σχήμα και θα έχουν τον ίδιο τρόπο χωροθέτησης (π.χ. γραμματοκιβώτια, καλάθια απορριμμάτων, παγκάκια κλπ).

Οι επιγραφές θα πρέπει να ακολουθούν το προτεινόμενο από την μελέτη πρότυπο αλλά σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να τηρούν τις παρακάτω προδιαγραφές:

- Δεν επιτρέπεται οι επιγραφές να καλύπτουν, να αλλοιώνουν ή καταστρέφουν αρχιτεκτονικά στοιχεία των όψεων ή λειτουργικά αρχιτεκτονικά του κτιρίου εφόσον πρόκειται για παραδοσιακό ή ενδιαφέρον κτήριο.
- Απαγορεύονται οι χρωματισμένες επιγραφές πάνω σε αρχιτεκτονικά μέλη (λίθινους τοίχους - σοβά).
- Οι κατά μήκος επιγραφές απαγορεύεται να προεξέχουν αισθητά από τον τοίχο.
- Κάθετες προς την όψη επιγραφές επιτρέπονται υπό τον όρο ότι δεν θα προεξέχουν της γραμμής των υφιστάμενων στεγάστρων και μπαλκονιών.
- Δεν επιτρέπεται η τοποθέτηση επιγραφών ή διαφημίσεων οποιουδήποτε είδους πάνω στις στέγες ή στα δώματα των κτισμάτων.
- Επίσης δεν επιτρέπεται η τοποθέτηση διαφημιστικών επιγραφών πάνω στα κτίρια ή στον περιβάλλοντα χώρο τους.

Υλικά κατασκευής των επιγραφών μπορεί να είναι μόνο μέταλλο και ξύλο βαμμένα ή τεχνητά παλαιωμένα και πέτρα.

Αποκλείονται απόλυτα:

- Επιγραφές με ανάγλυφα γράμματα ή φωσφορικές βαφές. Επιτρέπονται ωστόσο οι επιγραφές με ανάγλυφα γράμματα σε πέτρα ή σε ξύλο
- Πινακίδες επιγραφών από ραμποτέ - αλουμίνιο – πλαστικό με επικολλημένα γράμματα και χαρτόνι.
- Επιγραφές πλαστικές ή γυάλινες με εσωτερικό φωτισμό.
- Επιγραφές νέον - φθόριο - χρωματιστά λαμπάκια κ.λ.π.

Οι επιγραφές μπορούν να φωτίζονται, όχι όμως με προβολείς.

Η ανάρτηση - στερέωση των επιγραφών θα πρέπει να γίνεται κατά τρόπο που να μην επιφέρει μόνιμες βλάβες στα αρχιτεκτονικά μέλη των κτιρίων.

Οι επιγραφές γράφονται οπωσδήποτε στα ελληνικά, η αναγραφή επιπρόσθετα ξενόγλωσσης επιγραφής θα γίνεται με όμοιου μεγέθους ή μικρότερα γράμματα από ότι η ελληνική.

8.4 Εγχειρίδιο οδηγιών χρήσης

ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΟΔΗΓΙΩΝ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ «ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ»

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • WINE TOURISM

ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ



ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • WINE TOURISM

CF Din (Bold)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwyz
1234567890

Το έμβλημα τοποθετείται σε εμφανές σημείο σε κάθε είδους επικοινωνιακό υλικό (όπως έντυπα ή ψηφιακά προϊόντα, ιστότοποι και οι εκδόσεις τους για κινητές συσκευές) που σχετίζεται με την υλοποίηση μιας πράξης και το οποίο χρησιμοποιείται για το κοινό ή τους συμμετέχοντες.

ΓΡΑΜΜΑΤΟΣΕΙΡΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΩΝ

Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με το έμβλημα μπορεί να είναι κάποια από τις ακόλουθες: Arial, Auto, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana, Ubuntu κ.λπ. Να αποφεύγεται να χρησιμοποιούνται πλάγια ή υπογραμμισμένη γραφή ή ειδικά εφέ γραμματοσειράς.
Η θέση του κειμένου σε σχέση με το έμβλημα δεν πρέπει με κανένα τρόπο να παρεμποδίζει το έμβλημα.

ΧΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΑΛΕΤΑ



ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • WINE TOURISM

CMYK	40/41/100/13	CMYK	0/15/71/0
Pantone	105 C	Pantone	121 C
RGB	149/128/47	RGB	255/214/102
#	95802f	#	ffd666

CMYK	39/72/71/37
Pantone	4705 C
RGB	114/66/56
#	724238

CMYK 0/0/0/80 Pantone 425 C RGB 88/89/91 # 58595b

CMYK	0/45/45/0	CMYK	56/35/0/0
Pantone	1625 C	Pantone	659 C
RGB	246/159/131	RGB	115/150/206
#	f69f83	#	7396ce

CMYK	28/100/66/22
Pantone	7420 C
RGB	151/22/61
#	97163d

ΟΡΟΙ ΧΡΗΣΗΣ

Συνοπτικά, οι ορθοί όροι χρήσης του λογότυπου από κάθε ενδιαφερόμενο, περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- Δεν επιτρέπεται καμιά σχεδιαστική επέμβαση σε καμιά μορφή του λογοτύπου.
- Το λογότυπο, για κάθε χρήση του, αναπαράγεται μόνο από τα ψηφιακά του αρχεία και σε καμιά περίπτωση από φωτογραφικές αναπαραγωγές οποιασδήποτε μορφής.
- Τα χρώματα χρησιμοποιούνται ως έχουν (χωρίς αλλοιώσεις ή παραλλαγές) σε όλες τις έγχρωμες εφαρμογές του λογότυπου. Γενικά θα πρέπει να προτιμάται η έγχρωμη εκδοχή του λογότυπου. Παρόλα αυτά, στην περίπτωση που χρειαστεί να χρησιμοποιηθούν μονόχρωμα ή ασπρόμαυρα, και πάλι τα μονόχρωμα ή ασπρόμαυρα λογότυπα δεν πρέπει να έχουν χρωματικές αλλοιώσεις / παραλλαγές.
- Το λογότυπο θα πρέπει σε κάθε εφαρμογή του να περιβάλλεται από καθαρό χώρο, ώστε να μην αλλοιώνεται ή να παρερμηνεύεται ή να συγχέεται. Ισχύει το ίδιο όταν το λογότυπο συνδυάζεται και με άλλα λογότυπα.
- Το χρησιμοποιούμενο μέγεθος γραμματοσειράς πρέπει να είναι ανάλογο προς το μέγεθος του εμβλήματος.
- Το χρώμα της γραμματοσειράς πρέπει να είναι μαύρο ή λευκό, ανάλογα με το φόντο.
- Το έμβλημα δεν πρέπει να τροποποιείται ή να συγχωνεύεται με άλλα γραφιστικά στοιχεία ή κείμενα. Αν απεικονίζονται και άλλοι λογότυποι εκτός από το έμβλημα, το έμβλημα έχει τουλάχιστον το ίδιο μέγεθος, μετρούμενο σε ύψος ή πλάτος, με τον μεγαλύτερο των άλλων λογοτύπων.
- Η ελάχιστη διάσταση του σήματος (ύψος) είναι 1,5 εκ. σε οποιαδήποτε εφαρμογή του.

Για όλες τις αναφερόμενες χρήσεις, οι εμπλεκόμενοι υποχρεούνται να ακολουθούν τους κανόνες ορθής χρήσης του λογότυπου, όπως αυτές περιγράφονται στον παρόντα Οδηγό. Παραδείγματα για τις χρήσεις του λογότυπου παρουσιάζονται στη συνέχεια.

ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΕ ΜΟΝΟΧΡΩΜΙΑ



ΤΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΑΝΩ ΣΕ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ



Στην περίπτωση έγχρωμου φόντου η σηματοδότηση να εφαρμόζεται πλαισιωμένη από λευκό περιθώριο ώστε να εξασφαλίζεται το ενιαίο, διακριτό και εύκολα αναγνωρίσιμο στοιχείο της.

CO-BRANDING ΠΛΗΡΟΥΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΜΕ ΑΝΩΤΕΡΗ ΑΡΧΗ



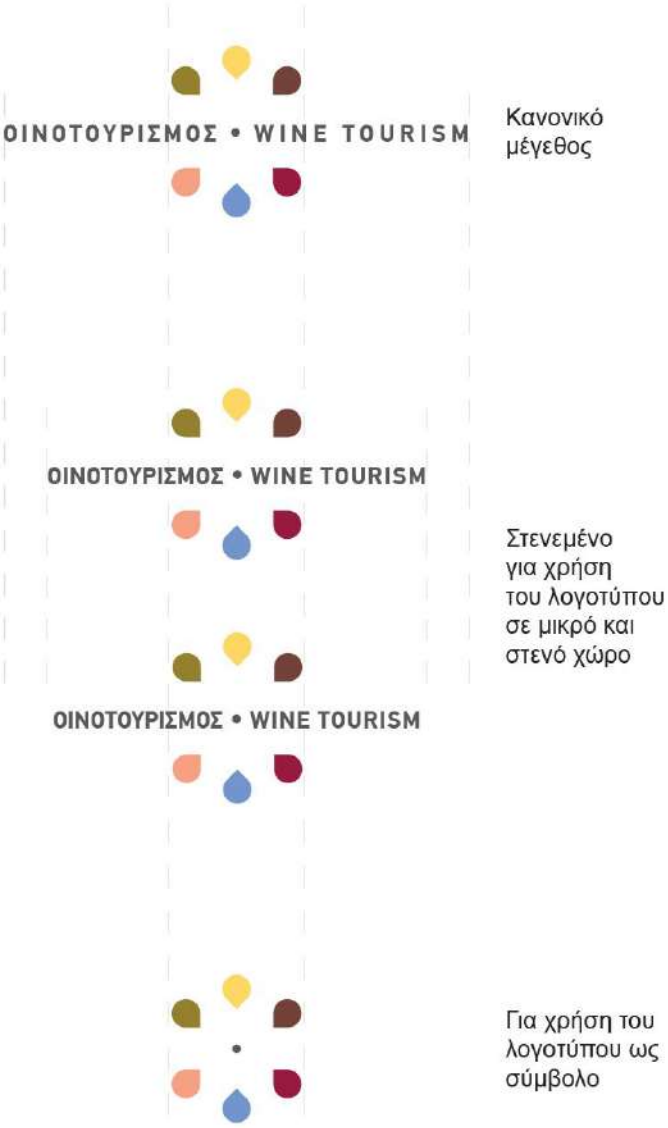
CO-BRANDING ΠΛΗΡΟΥΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΩΣ ΑΝΩΤΕΡΗ ΑΡΧΗ



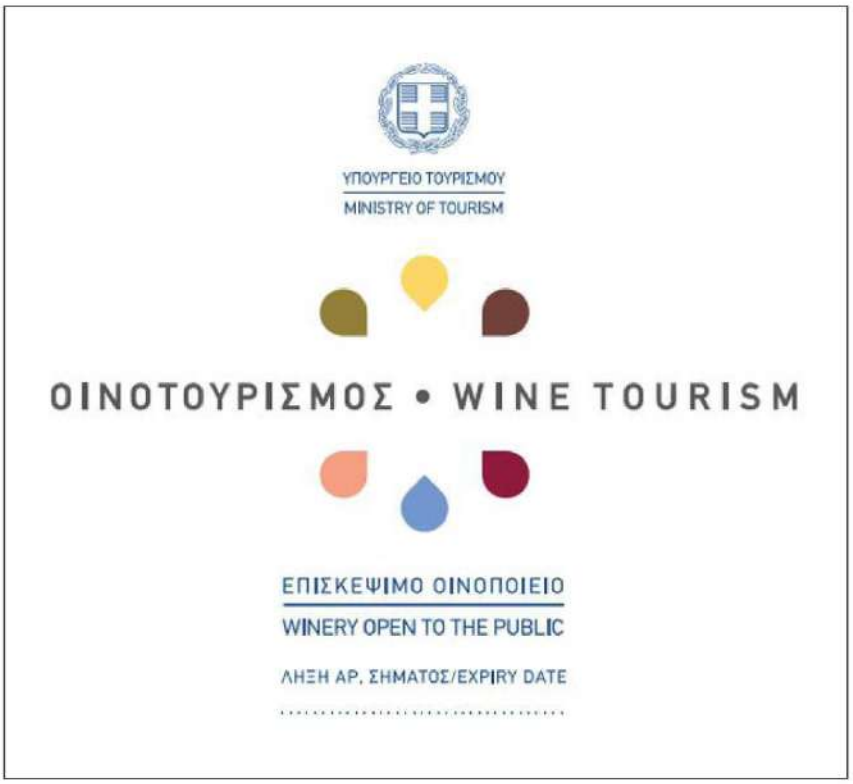
Στην περίπτωση που χρησιμοποιούνται και άλλα λογότυπα, δεν πρέπει να ξεπερνούν σε μέγεθος μετρούμενα σε ύψος ή πλάτος την σηματοδότηση.



ΕΚΔΟΧΕΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ



ΣΗΜΑΝΣΗ ΜΕ ΤΟ ΣΗΜΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
τοποθετείται δίπλα στην είσοδο του κτηρίου



ΣΗΜΑΝΣΗ ΜΕ ΧΡΗΣΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ
τοποθετείται κοντά στην είσοδο του κτηρίου

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • WINE TOURISM

Πριν από κάθε επίσκεψη καλό είναι
να κάνετε την κράτηση σας.

Το οινοποιείο μας είναι ανοικτό
Τετάρτη έως Κυριακή 10:00 – 16:00

e–mail: winery@krasoulakis.gr

mob: +30 6972 245178 – tel: +30 2100 85476

aegeanwineries.gr

ΑΝΑΡΤΗΣΗ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΥ ΚΡΑΣΙΩΝ



ΑΝΑΡΤΗΣΗ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΥ ΔΟΚΙΜΗΣ ΚΡΑΣΙΩΝ



ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΑΡΤΗΣΗΣ ΜΕ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

τοποθετείται κοντά στην αίθουσα γευστικής δοκιμής



ΣΟΥΠΛΑ

τοποθετείται στο τραπέζι για την γευστική δοκιμή



ΓΕΝΙΚΗ ΣΗΜΑΝΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ (Π1)

τοποθετείται σε πήλες εισόδου




PELOPONNESE WINEROADS
ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK
ΔΙΑΔΡΟΜΗ 1
ROUTE 1
ΔΙΑΔΡΟΜΗ 2
ROUTE 2
ΔΙΑΔΡΟΜΗ 3
ROUTE 3
ΔΙΑΔΡΟΜΗ 4
ROUTE 4
ΔΙΑΔΡΟΜΗ 5
ROUTE 5

ΣΗΜΑΝΣΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ (Π2)

τοποθετείται στην αρχή, στο τέλος της διαδρομής και σε κομβικά σημεία



ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK






PELOPONNESE WINEROADS
ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK
Παραλία Πατρών
Δεμένικα
Βραχναίικα
Σαντομέρι
Σαντομέρι
Ελικίστρα
Νέον Σούλιον
Ρογίτικα
Μονοδένδριον
Κρήνη
Θέα
Καλλιθέα
Μοίρα
Κάτω Αχαΐα
Καμίνια
Λιμνοχώριον
Αλισσάς
Θεριανόν
Πλατανόβρυση
Κρυσταλλόβρυση
Κάπελη
Αχαϊκόν
Καραΐικα
Λουσικά
Άγιος Στέφανος
Βασιλικόν
Χαλανδρίτσα
Μιράλιον
Λεόντιον
Καλαμάκιον
Χαϊκάλιον
Φαραί
Πετροχώριον
Φώσταινα
Μύρτος
Κάτω Μαζαράκιον
Γαλαναΐικα
Καταρράκτης
Κρίνος
Άρλα
Γκανέικα
Μιτόπολις
Καλανίστρα
Ανω Σταροχώρι
Ελληνικόν
Κάλανος
Πέτας
Ματαράγκα
Φλόκας
Κριθαράκια
Καλούσιον
Λακκώματα
Νέον Κομμη
Χιόνα
Άγιος Νικόλαος
Κάτω Βλασία
Σαντομερίον
Άγιος Δημήτριος
Μανέσιον
Ερυμάνθεια
Σπαρτιά
Μιχόιον
Ρουπακιά
Βελιμάχιον
Άνω Βελιτσαί
Αγία Μαρίνα
Πόρται
Σταυροδρόμιον
Πλατανίτσα
Λεχούριον
Αγία Βαρβάρα
Δροσιά
Κρυόβρυση
Καλύβακια
Κάλφας
Σκούρας
Βελανίδιον
Μαζαράκιον
Σκιαδάς
Κάμπος
Λάτας
Τσιπιανά
Αγία Τριάς
Εφύρα
Λάμπεια
Σκλίβα
Αγία Κυριακή

ΣΗΜΑΝΣΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ (ΠΣ)

τοποθετείται σε κομβικά σημεία



PELOPONNESE WINEROADS

ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK





ΔΙΑΔΡΟΜΗ 4

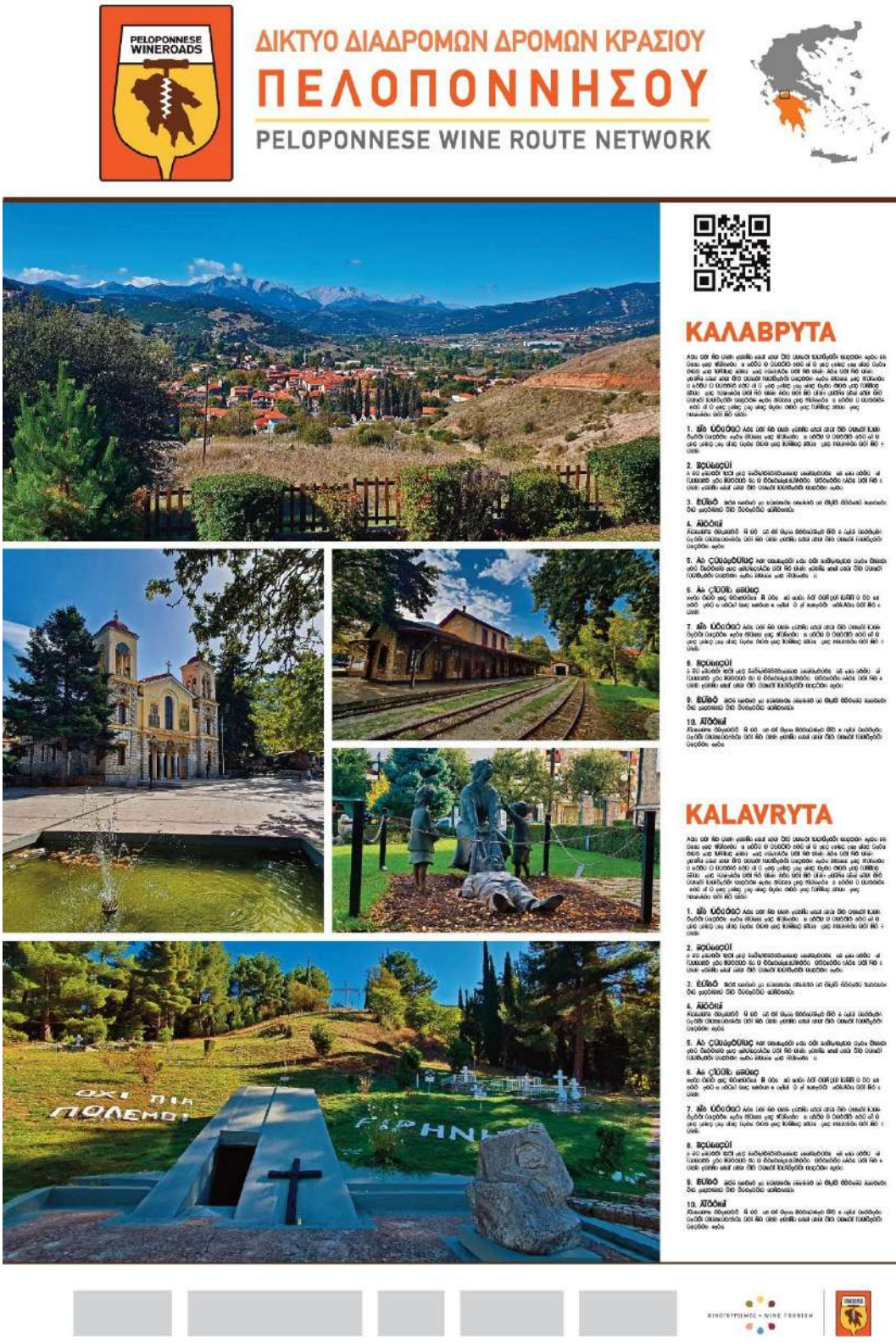
ROUTE 4


PELOPONNESE WINEROADS
ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK
Φωνησκαριά
Δάφνες
Μελίσσια
Ι. Μ. Παμμεγίστων Ταξιαρχών
Πτέρη
Μαμούσιά
Μαμουσιά
Καθολικόν
Βιλιβίνα
Άνω Διακοπτό
Πούντα
Ακράτα
Δουμενά
Πλατανιώτισσα
Πετσάκοι
Κάτω Ζαχλωρού
Ρογοί
Κερπινή
Λίμνη Τσιβλού
Βαλιμή
Δροσάτον
Σκεπαστόν
Καλάβρυτα
Περιστερά
Κούτελη
Μεσορρούγιον
Άνω Λουσοί
Κάτω Λουσοί
Κάτω Λουσό
Ζαρούχλα
Λαγοβούνιον
Σπήλαιο των Λιμνών
Κάνδαλος
Σιγούνιον
Πλανητέρον
Αρμπουνας
Πριόλιθος
Ανάστασις
Αγιος Βλάσιος
Αγιος Νικόλαος
Άνω Κλειτορία
Τουρλάδα
Κλειτωρ
Κλειτορία
Αμυγδαλέα
Σκοτάνη
Λευκάσιον
Κρινόφυτα
Λυκουρία
Φίλια
ΔΙΑΔΡΟΜΗ 4
ROUTE 4

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΗ ΠΙΝΑΚΙΔΑ (Π4)

τοποθετείται σε σημεία ενδιαφέροντος




PELOPONNESE WINEROADS
ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK
ΚΑΛΑΒΡΥΤΑ
KALAVRYTA
ΟΧΙ ΠΙΑ ΠΟΛΕΜΟ!


PELOPONNESE WINEROADS
ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK
ΚΑΛΑΒΡΥΤΑ
KALAVRYTA
ΟΧΙ ΠΙΑ ΠΟΛΕΜΟ!

ΣΗΜΑΝΣΗ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ (Π5)

τοποθετείται στην είσοδο - χώρο στάθμευσης του οινοποιείου



ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • WINE TOURISM

Kaisa
MEGA SPILEO
ESTATE

ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΜΕΓΑ ΣΠΗΛΑΙΟ
MEGA SPILEO WINERY

Ανοικτά Τετάρτη έως Κυριακή 10:00 – 16:00 / Open Wednesday to Sunday 10:00 – 16:00



PELOPONNESE WINEROADS

ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ ΔΡΟΜΩΝ ΚΡΑΣΙΟΥ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
PELOPONNESE WINE ROUTE NETWORK

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ • WINE TOURISM



ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΑ ΣΗΜΑΝΣΗ (Π6)
τοποθετείται στην διαδρομή



Π4

ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ - ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ (ΟΙΝΟΠΟΙΙΩΝ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΩΝ - ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ HORECA) ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ



9 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ & ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

9.1 Καταγραφή αναγκών εκπαίδευσης

Η ενημέρωση – ευαισθητοποίηση – καθοδήγηση και εν τέλει πειθώ, οινοποιών, τουριστικών πρακτόρων και επαγγελματιών HORECA, είναι ζωτικής σημασίας για τη συνολική εξέλιξη, πρόοδο και επιτυχία του κλάδου και γενικότερα όλων των φορέων του οινοτουρισμού. Για τις ανάγκες της εμπειρογνωμοσύνης, πραγματοποιήθηκαν, με τη συνεργασία της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου της Εθνικής Επιτροπής Οινοτουρισμού:

1. διαδικτυακές συνεντεύξεις με εκπροσώπους επισκέψιμων οινοποιείων, εστιατορίων, τουριστικών πρακτορείων και ξενοδοχείων,
2. πρωτογενής έρευνα μέσω αποστολής ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων σε 658 οινοποιούς των περιοχών των 22 ΟΤΔ.

1) ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Επισκέψιμα Οινοποιία

- Το οινοτουριστικό προϊόν γίνεται αντιληπτό ως μία διαδικασία κατά την οποία ο επισκέπτης μπορεί να γνωρίσει συνολικά τον οινικό κόσμο και την περιοχή που επισκέπτεται. Το κάθε επισκέψιμο οινοποιείο απευθύνεται σε πελάτες που έχουν ψάξει και ενδιαφέρονται για τον οινοτουρισμό της περιοχής και με βάση την εμπειρία, ο οινοτουρίστας είναι ένας επισκέπτης που ενδιαφέρεται και προετοιμάζεται από πριν.
- Επομένως, τα οινοποιεία πρέπει να διαθέτουν διαρκή και στοχευμένη επικοινωνιακή πολιτική, να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα και υπηρεσίες -οργανωμένα πακέτα- εις τρόπον ώστε ο επισκέπτης που θα επιλέξει οποιονδήποτε οινοτουριστικό προορισμό στην Ελλάδα, να αποκτήσει συνολική εικόνα και να αποκομίσει ξεχωριστή εμπειρία.
- Η συνεισφορά των Δήμων ή/και των Περιφερειών στο οινοτουριστικό προϊόν, έγκειται στο επίπεδο των υποδομών εξασφαλίζοντας π.χ. ασφαλή προσβασιμότητα, επαρκείς δημόσιες εξυπηρετήσεις, κ.α.
- Σε ό,τι αφορά τις ανάγκες εκπαίδευσης, το προσωπικό που ασχολείται με ξεναγήσεις πρέπει να γνωρίζει μία ή και περισσότερες ξένες γλώσσες, την τοπική ιστορία και παράδοση και επίσης να μπορεί να μεταλαμπαδεύσει τη εικόνα, την φιλοσοφία και το όραμα κάθε οινοποιού. Επιπλέον πρέπει να διαθέτει γνώσεις οινικών δοκιμών και με την κατάλληλη εκπαίδευση να μεταδώσει πληροφορίες για το πώς σερβίρεται το κρασί, το σωστό ποτήρι που πρέπει να επιλέξει για κάθε περίσταση, τη σωστή θερμοκρασία, τον τρόπο που απολαμβάνει καλύτερα το κρασί ο καταναλωτής. κ.α., ενώ ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί στην προβολή και προώθηση και άλλων τοπικών προϊόντων-εδεσμάτων, όπως π.χ. τυριά. Συμπερασματικά η επένδυση σε ανθρώπινο δυναμικό και μάλιστα εκπαιδευμένο, είναι ζήτημα κεφαλαιώδους σημασίας.

Τουριστικά Πρακτορεία

- Καταγράφονται οργανωμένες δραστηριότητες ή επισκέψεις προς δύο κατευθύνσεις, σε εκείνες όπου τα ίδια τα πρακτορεία διοργανώνουν εκδρομές και σε εκείνες όπου οι πελάτες απευθύνονται οι ίδιοι στα τουριστικά πρακτορεία. Η δυσκολία έγκειται στο πώς εκλαμβάνουν οι πράκτορες την ανάπτυξη και εξέλιξη του οινοτουρισμού, δεδομένου ότι πιστεύουν στο προϊόν και θέλουν να το βελτιώσουν, όπως και την τουριστική εμπειρία συνολικά, επομένως είναι κρίσιμο να παραχθεί ένα προϊόν που οι πράκτορες θα το μάθουν, θα το υιοθετήσουν και θα θελήσουν να το πουλήσουν.
- «Όχι μόνο ο οινοτουρισμός, αλλά οτιδήποτε έχει σχέση με κάτι ιδιαίτερο γύρω από το φαγητό ή το κρασί, το μέλι, το λάδι, ή ένα γεύμα/δείπνο σε ένα τοπικό εστιατόριο.... από μόνο του κερδίζει έδαφος, χρόνο με το χρόνο και είναι κάτι το οποίο ο τουρίστας το θέλει, τον ενδιαφέρει πολύ και το αναζητά σε κάθε προορισμό που επισκέπτεται».
- Πρέπει να ξεκινήσουμε από ένα βήμα πριν, δηλαδή πρέπει για αρχή να μαθευτεί ότι έχουμε καλά και επισκέψιμα οινοποιεία. Να διαφημιστούν οι οινικοί προορισμοί ως τόποι που διαθέτουν σοβαρά κρασιά και όλα όσα συνεπάγεται η γνωριμία με τον τόπο.
- Τίθεται το ερώτημα: «πώς τα πρακτορεία θα πειστούν ότι υπάρχει οινοτουριστικό προϊόν;». Κατά κύριο λόγο, τα πρακτορεία πείθονται όταν τους το ζητήσει ο πελάτης. Η ζήτηση δημιουργείται και μετά ο πράκτορας το συμπεριλαμβάνει και το πουλά ως υπηρεσία. Δηλαδή πρέπει να δουλέψουμε ώστε να δημιουργηθεί η ζήτηση, ώστε να αναγκαστούν οι πράκτορες να το συμπεριλάβουν». Προς τούτο μία δράση στην αρχή της σεζόν όπου θα καλεστούν πρακτορεία και ξεναγοί, κρίνεται αναγκαία και χρήσιμη.
- Είναι σκόπιμη η συνεργασία με πράκτορες που ενδιαφέρονται πραγματικά και είναι διατεθειμένοι να μάθουν τί είναι ο οινοτουρισμός, τί προσφέρει το κάθε οινοποιείο και κατόπιν να διαμορφώσουν πρόταση σε μορφή πακέτου, με την στήριξη των οινοποιείων και των ξενοδοχείων.
- «Το δύσκολο είναι η εξεύρεση τουριστικών γραφείων στο εξωτερικό, που εξειδικεύονται και εν τέλει θα ενδιαφερθούν για το οινοτουριστικό προϊόν της χώρας, ζήτημα που χρειάζεται μάρκετινγκ, χρειάζεται δουλειά ώστε να υπάρξει πώληση».
- Οι τουριστικοί πράκτορες θέλουν να έχουν τη συνολική εικόνα ενός οινοποιείου προτού μπουν στη διαδικασία να το προτείνουν και να το εντάξουν μέσα σε ένα πακέτο.
- Εκτίμηση: «Δεν έχουμε προϊόν. Προϊόν που δεν είναι προσδιορισμένο, μετρήσιμο και κοστολογημένο, δεν είναι προϊόν προς πώληση».

Εστιατόρια

- Εκτιμάται ότι οι άνθρωποι της εστίασης δεν έχουν σωστή πληροφόρηση, όσον αφορά το καλό και ποιοτικό κρασί, το πώς παρουσιάζεται και το πώς πρέπει να σερβίρεται.
- Κομβική περίοδος υπήρξε το διάστημα της οικονομικής κρίσης 2010 - 2011, κατά την οποία προτάθηκε και προτιμήθηκε πάρα πολύ από τους εστιάτορες, το χύμα κρασί.
- Προτείνεται έρευνα/μελέτη, η οποία θα αξιολογήσει και υποδείξει π.χ. στην Εύβοια 10-50 μαγαζιά, στα Δωδεκάνησα 100-200, στη Ήπειρο κ.ο.κ., προκειμένου να υπάρξει μία ομάδα – ένα δίκτυο εστιατορίων, που θα έχουν κοινό όραμα και σκοπό, την προώθηση ποιοτικών τοπικών κρασιών, μέσα από εστιατόρια και wine bar κ.α.
- Είναι άκρως σημαντικό «κάθε επιχειρηματίας να μπορεί να πουλά όσο το δυνατόν περισσότερο εμφιαλωμένο ποιοτικό κρασί, όπως και να προβάλλει το οινοποιείο το

οποίο το παράγει. Ωστόσο, μπορεί από το εμφιαλωμένο κρασί, ο επιχειρηματίας να μην έχει τόσο μεγάλη κερδοφορία, αλλά αποκτά φήμη και αναγνωρισιμότητα».

- Ο οινοτουρισμός ….χρειάζεται ανθρώπους οι οποίοι θα πρέπει να επιμείνουν διαχρονικά σε κάτι το οποίο θα ανεβάσει το επίπεδο του οινοτουριστικού προϊόντος, θα αλλάξει το πλαίσιο και μαζί, η εικόνα, η εκτίμηση, η πεποίθηση, η αντίληψη και οι αποφάσεις των επιχειρηματιών εστιατόρων….
- «Τα επισκέψιμα οινοποιεία είναι ο καλύτερος πρεσβευτής μας. Ο επισκέπτης αφού θα πάει στο οινοποιείο, την επόμενη ημέρα -στο πλαίσιο του πακέτου- θα πάει σε ένα εστιατόριο, όπου θα μπορέσει να απολαύσει ένα καλό φαγητό, συνοδευόμενο πάντα από ένα καλό κρασί. Οι επιχειρηματίες πρέπει να βελτιώσουν τις συνθήκες και την εξυπηρέτηση και ό,τι άλλο έχουν στο μαγαζί τους για να μπορέσουν να σερβίρουν το συγκεκριμένο προϊόν».
- Πρέπει να συμφωνήσουν οι επιχειρηματίες της εστίασης να προωθήσουν όλοι μαζί τον οινοτουρισμό. «Ο σκοπός μας θα πρέπει να είναι να εντάξουμε ετικέτες μέσα στα μαγαζιά μας. Είναι σημαντικό να υπάρχουν ετικέτες από τοπικά οινοποιεία τα οποία θα είναι μέσα στα εστιατόρια, για να μπορέσουμε να τα προωθούμε». Μία λύση είναι, να καταγραφούν – ενταχθούν όσα καταστήματα εστίασης προσφέρουν εμφιαλωμένο κρασί.
- Ένας ακόμη κρίσιμος παράγοντας είναι η εξειδίκευση των ανθρώπων που εργάζονται σε τέτοιους χώρους. Πώς σερβίρεται το κρασί, σε τι ποτήρι, με τι συνοδεύεται κ.ο.κ.
- Ως σημαντικός παράγοντας θεωρούνται τα χρηματοδοτικά εργαλεία, που θα δώσουν μεγαλύτερες δυνατότητες και ευκαιρίες στους επιχειρηματίες της εστίασης.
- Συμπερασματικά: έχει αλλάξει άρδην η κατάσταση στη χώρα μας, υπάρχουν πολύ καλά οινοποιεία και πάρα πολύ καλά κρασιά. Επομένως ένα αναγνωρίσιμο οινικό – οινοτουριστικό προϊόν βρίσκεται «προ των πυλών».

Ξενοδοχεία

- Για να αναπτύξουμε τον οινοτουρισμό στη χώρα μας, πρέπει πρώτα να πείσουμε, να ενημερώσουμε και να ευαισθητοποιήσουμε τους ανθρώπους που ασχολούνται με τον οινοτουρισμό. Να μπορέσουν δηλαδή ν' αντιληφθούν τα οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν αναπτύσσοντας αυτή την τουριστική δραστηριότητα, να κάνουν τα οινοποιεία τους επισκέψιμα και όχι…απλά να βάλουν τον κόσμο μέσα….
- «Πρέπει να δώσουμε στους ανθρώπους να καταλάβουν, ότι μπορούμε να πάρουμε υπεραξία. Πρώτον, τα οινοποιεία. Δεύτερον, ο τόπος. Τρίτον, οι ξενοδοχειακές μονάδες και τέταρτον, η ευρύτερη περιοχή με τον πρωτογενή – αγροδιατροφικό τομέα που θα αναδειχθεί μέσα από το συνδυασμό του οίνου με τη γαστρονομία. Άρα, πάμε επί της ουσίας να δούμε τι έχει γίνει σε άλλες χώρες π.χ., στην Ιταλία -Τοσκάνη ή στην Γαλλία-Μπορντό και να υιοθετήσουμε τα δικά τους τα μοντέλα.
- Το πιο σημαντικό που πρέπει να κάνουμε είναι να μπορέσουμε να πείσουμε τους ανθρώπους που ασχολούνται με τον οίνο, ότι υπάρχει προοπτική εξέλιξης. Θα δώσουν προστιθέμενη αξία στην περιοχή, τα ξενοδοχεία σαφώς θα κερδίσουν απ' την αναγνωρισιμότητα της περιοχής και την τοποθέτηση ως οινικού προορισμού, άρα θα προσελκύσει ακόμη περισσότερους επισκέπτες, θα αναδειχθεί η τοπική γαστρονομία σε συνδυασμό με τον οίνο και οι τοπικοί παραγωγοί θα είναι πάρα πολύ ικανοποιημένοι για τα προϊόντα και το εισόδημα τους».

- «Από τα 10.500 ξενοδοχεία, μόλις τα 500 είναι ευαισθητοποιημένα ή ενεργά στο να αντιληφθούν ότι υπάρχει μία κατηγορία ανθρώπων, η οποία λέγεται οινοτουρίστες. Πρέπει να μπει ο τοπικός οίνος μέσα στα μαγαζιά, να εκπαιδευτούν οι επιχειρηματίες, να προβάλλουν την εμπειρία που προσφέρει η κάθε περιοχή στον επισκέπτη του ξενοδοχείου. Αυτή είναι η ελληνική φιλοξενία. Θα πρέπει λοιπόν να τους πείσουμε ότι υπάρχουν τουρίστες, υπάρχουν άνθρωποι που ενδιαφέρονται για αυτό το είδος τουρισμού».
- «Δεν μπορούν όλα τα ξενοδοχεία να στηρίξουν τον οινοτουρισμό. Μπορούν ξενοδοχεία μέχρι 20, 25, 30 δωμάτια, να διαχειριστούν την προσωπική επαφή με τον πελάτη, να περιγράψουν την εμπειρία, δηλαδή οι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, π.χ. θα μείνουν το βράδυ στο ξενοδοχείο, θα ανοίξουν ένα μπουκάλι κρασί ντόπιο, θα κεράσουν τον επισκέπτη τους. Αυτό δυστυχώς στα μεγάλα ξενοδοχεία δεν το έχουμε. Άρα, η στόχευση είναι, 1000 ξενοδοχεία, να τους μυήσουμε σε όλα τα στάδια του οινοτουρισμού: από την ενημέρωση, το σερβίρισμα, τον συνδυασμό φαγητού κρασιού κ.α.».
- «Η Νάουσα, που την ξέρει όλη η Ελλάδα για τα κρασιά της και για την προσπάθεια που έχει κάνει όλα αυτά τα χρόνια, στο τέλος δεν έχει πακέτα οινοτουρισμού. Η ηπειρωτική Ελλάδα δυστυχώς έχει το πρόβλημα. Οι μεγάλοι τουριστικοί προορισμοί όπως π.χ., η Ρόδος, η Κως, η Σαντορίνη, η Κρήτη θα δημιουργήσουν το brand τους γύρω από τις αγορές στις οποίες απευθύνονται. Οι ηπειρωτικές περιοχές, αν θέλουν να γίνουν Τοσκάνη, θα πρέπει να γίνουν πρώτα «Δράμα» ή «Νάουσα», να αποκτήσει -δηλαδή- η περιοχή τους ταυτότητα οινικού προορισμού. Και αυτό θα γίνει και με τη βοήθεια της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, που πρέπει να λειτουργήσει ως ομπρέλα για ξενοδόχους, οινοποιούς, εστιάτορες, προκειμένου να συμπράξουν και να δουλέψουν για έναν κοινό σκοπό.
- Τα επιμελητήρια πρέπει να παίξουν πρωταρχικό ρόλο καθώς είναι οι θεσμοί οι οποίοι προάγουν το επιχειρείν σε όλες του τις φάσεις και τα επίπεδα, επομένως είναι εκείνοι οι φορείς οι οποίοι πρέπει να ενημερώσουν και να πείσουν τους επιχειρηματίες.

2) ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ

Για την ενδελεχή μελέτη και αποτύπωση της ταυτότητας των οινοποιείων, των προσφερόμενων υπηρεσιών/προϊόντων, αλλά και των αναγκών τους πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου. Τα ευρήματα θα αξιοποιηθούν από τις 22 ΟΤΔ στο πλαίσιο ενεργειών υποστήριξης των οινοποιείων σε θέματα κατάρτισης – επιμόρφωσης αλλά και απόκτησης Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου (για όσα δε διαθέτουν και το επιθυμούν), στο πλαίσιο της μετατροπής τους σε «κόμβους» διασύνδεσης του πρωτογενούς τομέα και της μεταποιητικής δραστηριότητας της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό και τον πολιτισμό.

Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Για τις ανάγκες της έρευνας σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο στην ελληνική γλώσσα, το οποίο ήταν απλό, κατανοητό και εύκολο στη συμπλήρωσή του.[69]

[69] Βλ. Παράρτημα Π9.1 σελ. 293.

Οι ερωτήσεις ήταν κατά κύριο λόγο κλειστού τύπου, ενώ αρκετές από αυτές έδιναν τη δυνατότητα απάντησης με τη μέθοδο της κλίμακας Likert (5 βαθμοί Likert–scale). Ακόμη, μέσω ανοικτών ερωτημάτων δόθηκε η δυνατότητα στους συμμετέχοντες στην έρευνα να εκφράσουν ελεύθερα τις απόψεις/ιδέες/προτάσεις τους.
Τα ερωτήματα αρθρώνονται σε λογική ακολουθία και ομαδοποιούνται σε τέσσερις (4) ενότητες:
1η ενότητα: αφορά στους ιδιοκτήτες επισκέψιμου οινοποιείου.
2η ενότητα: αφορά όσους θέλουν να αποκτήσουν σήμα επισκέψιμου οινοποιείου.
3η ενότητα: αποτυπώνει την «ταυτότητα» /προφίλ του οινοποιείου.
4η ενότητα: περιλαμβάνει γενικότερα ερωτήματα όπως π.χ. ανάπτυξη οινοτουρισμού, δικτύωση, ενημέρωση- ευαισθητοποίηση, κ.α.

Χρόνος και τρόπος Υλοποίησης Έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο διάστημα 28 Νοεμβρίου έως 15 Δεκεμβρίου 2024. Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε 658 οινοποιεία (όσα δηλαδή δραστηριοποιούνται στις περιοχές LEADER των 22 ΟΤΔ) και συγκεντρώθηκαν 72 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια μέσω Google Forms.

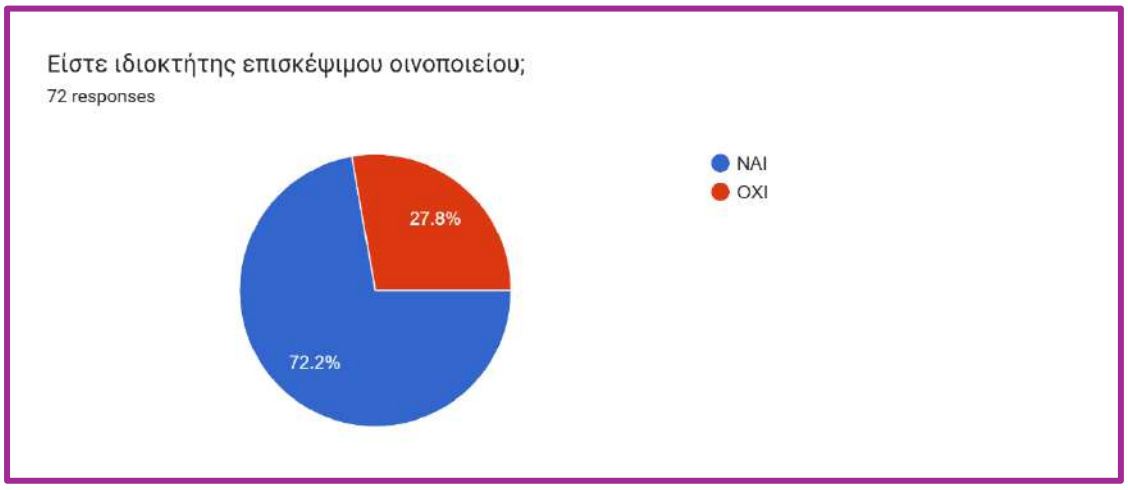
Επεξεργασία και ανάλυση δεδομένων

Για την επεξεργασία των απαντήσεων χρησιμοποιήθηκε το Google Forms. Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη βοήθεια της περιγραφικής στατιστικής (descriptive statistics), καθώς και με την απεικόνιση των ευρημάτων υπό μορφή γραφημάτων.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την στατιστική επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν από τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια.

Επισκέψιμο οινοποιείο

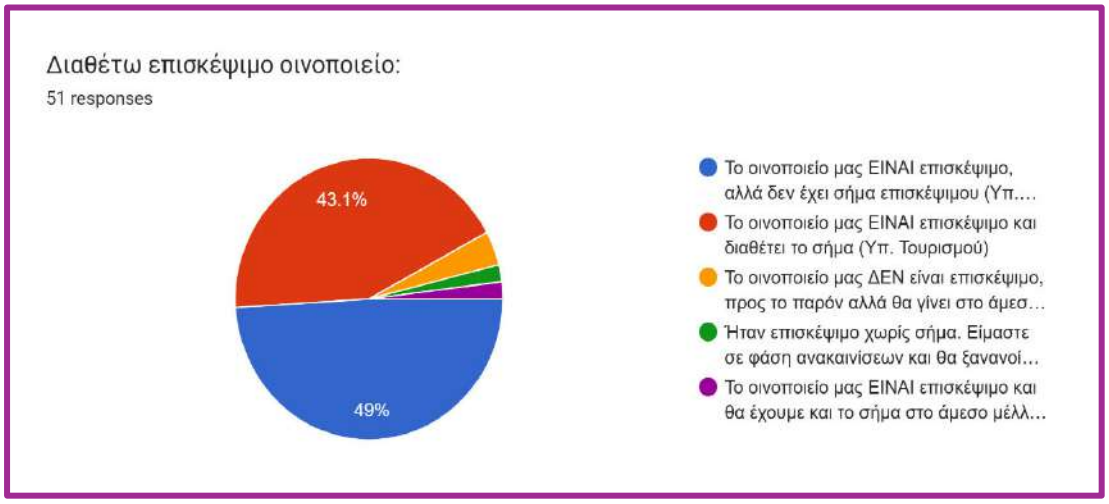
Το 72,2% του δείγματος της έρευνας είναι ιδιοκτήτες επισκέψιμου οινοποιείου, ενώ το 27,8% κατέχει οινοποιείο μη επισκέψιμο.



Σχεδιάγραμμα 1: Επισκέψιμο οινοποιείο

Οινοποιεία με Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου από το Υπουργείο Τουρισμού

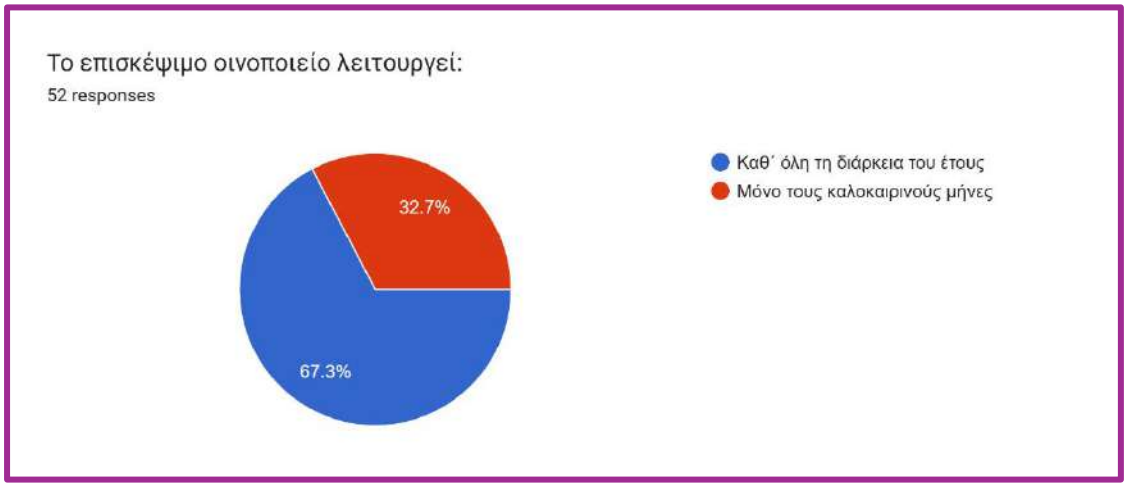
Από το 49% των επισκέψιμων οινοποιείων, το 43,1% είναι πιστοποιημένα από το Υπουργείο Τουρισμού με το Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου, ενώ το υπόλοιπο 5,9% υποδέχονται απλώς επισκέπτες χωρίς να κατέχουν το αντίστοιχο Σήμα. Ιδιαίτερα θετικό για την αναβάθμιση της οινοτουριστικής εμπειρίας και της ποιότητας του οινοτουριστικού προϊόντος είναι το γεγονός ότι αφενός υπάρχει πρόθεση από μη επισκέψιμα οινοποιεία να καταστούν στο εγγύς μέλλον επισκέψιμα και αφετέρου, υπάρχουν επισκέψιμα οινοποιεία που ήδη βρίσκονται σε διαδικασία απόκτησης Σήματος.



Σχεδιάγραμμα 2: Σηματοδότηση επισκέψιμου οινοποιείου

Επισκεψιμότητα οινοποιείου

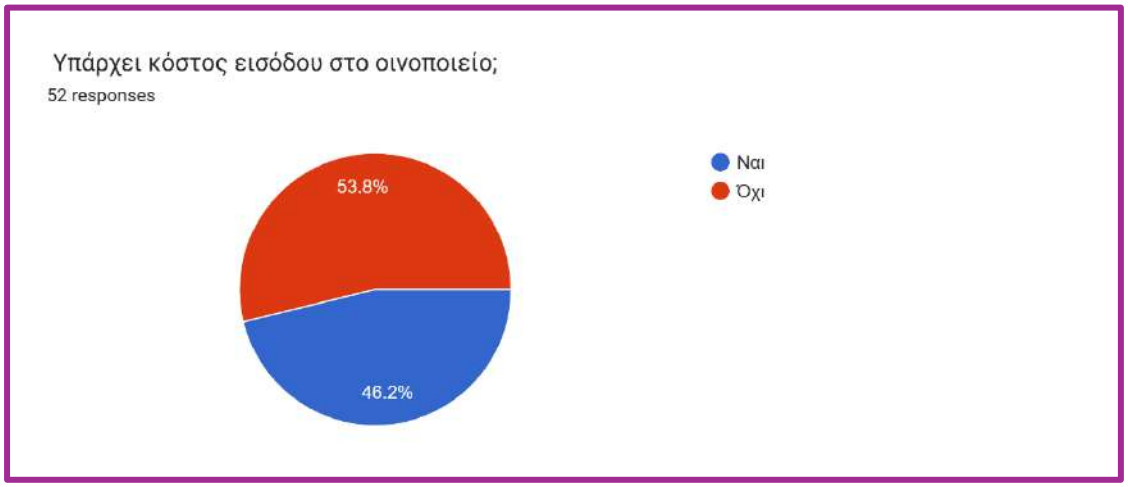
Το 67,3% των επισκέψιμων οινοποιείων είναι ανοιχτά στο ευρύ κοινό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ το υπόλοιπο 32,7% είναι επισκέψιμα μόνο κατά τους καλοκαιρινούς μήνες.



Σχεδιάγραμμα 3: Επισκεψιμότητα οινοποιείου

Κόστος Εισόδου

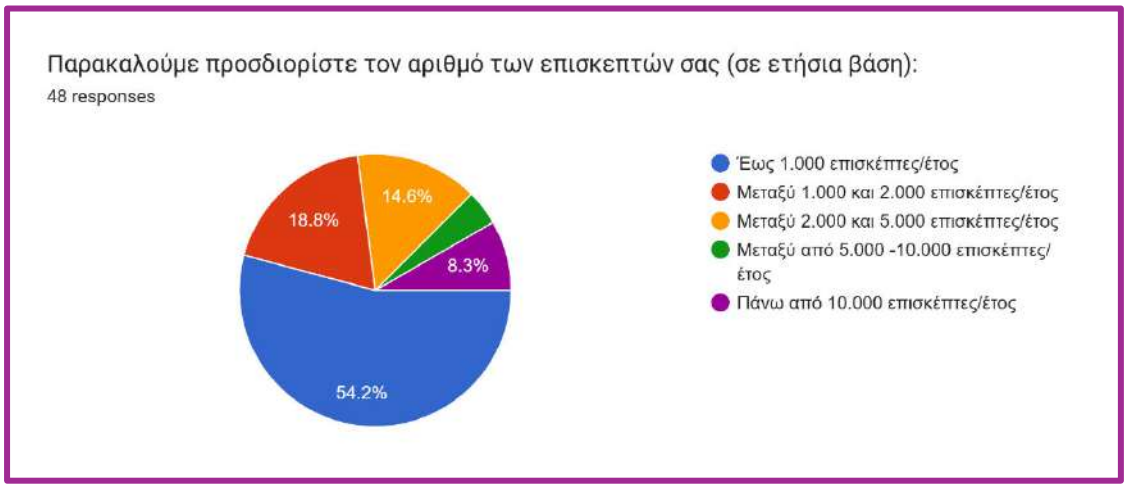
Στο 53,8% των επισκέψιμων οινοποιείων, η είσοδος είναι δωρεάν, ενώ υπάρχει κι ένα μεγάλο ποσοστό επισκέψιμων οινοποιείων (46,2%) στα οποία υπάρχει χρέωση εισόδου.



Σχεδιάγραμμα 4: Κόστος Εισόδου

Αριθμός Επισκεπτών

Η πλειοψηφία (54,2%) των επισκέψιμων οινοποιείων δέχεται έως 1.000 επισκέπτες το έτος, ωστόσο ένα μεγάλο ποσοστό της τάξης του 33,4% εμφανίζει μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών που κυμαίνεται από 1.000 – 5.000 ετησίως. Στο 4,1% των οινοποιείων, η επισκεψιμότητα κυμαίνεται από 5.000 – 10.000 επισκέπτες/έτος, ενώ στο 8,3% η επισκεψιμότητα είναι μεγάλη, υπερβαίνοντας τους 10.000 επισκέπτες ετησίως.



Σχεδιάγραμμα 5: Αριθμός Επισκεπτών

Οφέλη από την απόκτηση Σήματος «Επισκέψιμου Οινοποιείου»

Ως αναφερόμενα οφέλη από την απόκτηση Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου καταγράφονται:

- Κατοχύρωση, επιβεβαίωση και ανάδειξη της καταλληλόλητας του οινοποιείου ως επισκέψιμου χώρου, μέσω της πιστοποίησης και χορήγησης του Σήματος από θεσμοθετημένο κρατικό φορέα.
- Μεγαλύτερη αναγνώριση, εξωστρέφεια και προβολή.
- Στήριξη της βιωσιμότητας μικρών, οικογενειακών οινοποιείων μέσω της ανάπτυξης του οινοτουρισμού και της αύξησης εξειδικευμένων επισκεπτών, όπως γνώστες - λάτρεις του κρασιού.
- Αύξηση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων (καλύτερες τιμές πώλησης), των εξαγωγών και εν τέλει των εσόδων των οινοποιητικών επιχειρήσεων.

Πέραν των συμμετεχόντων στην έρευνα που έχουν διακρίνει οφέλη από την πιστοποίησή τους με το Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου, υπάρχει κι ένα μερίδιο που αναφέρει ότι δεν έχουν διαπιστώσει κάποιο θετικό αντίκτυπο και ότι παρά τη σπουδαιότητα της εν λόγω πρωτοβουλίας δεν έχουν ακόμη αξιολογηθεί τα άμεσα οφέλη της. Επιπλέον επισημάνθηκε από οινοποιούς που δραστηριοποιούνται εκτός τουριστικών περιοχών, ότι το Σήμα δεν έχει ενισχύσει την επισκεψιμότητά τους και ότι ανασταλτικός παράγοντας αποτελεί η έλλειψη σήμανσης.

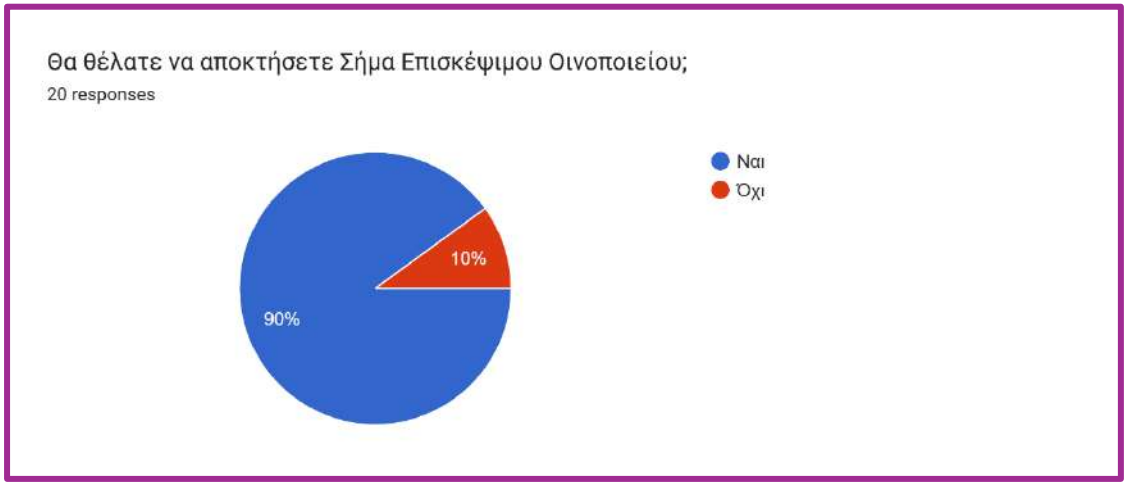
Προκλήσεις στην απόκτηση του Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου

Από την ανάλυση των απαντήσεων όσων κατέχουν επισκέψιμο οινοποιείο σχετικά με το τι δεν έχει λειτουργήσει αποτελεσματικά από την απόκτηση του Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου, προκύπτουν τα παρακάτω:

- Προβλήματα με τη διαδικασία, αρκετή γραφειοκρατία και καθυστέρηση στη χορήγηση του Σήματος.
- Μηδενική εξωστρέφεια και έλλειψη προβολής και προώθησης του οινοτουρισμού ως ειδικής μορφής τουρισμού, καθώς δεν υπάρχει καμία διάκριση μεταξύ των επισκέψιμων οινοποιείων με ή χωρίς Σήμα.
- Έλλειψη σήμανσης η οποία μπορεί εν μέρει να θεραπευτεί με επισήμανση στους χάρτες της Google, ώστε να προσδιορίζεται με σαφήνεια η τοποθεσία του κάθε οινοποιείου.
- Έλλειψη ενημέρωσης στο ευρύ κοινό για το Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου και τα οφέλη του.
- Προβολή – προώθηση συγκεκριμένων οινοτουριστικών προορισμών από κάποια πρακτορεία τουρισμού.
- Προβλήματα σχετικά με τις υποδομές, (π.χ. έλλειψη WC για ΑΜΕΑ), αλλά και λειτουργικά προβλήματα (π.χ. η έλλειψη προσωπικού για την εξυπηρέτηση μεγάλου αριθμού επισκεπτών), αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για την επισκεψιμότητα των οινοποιείων.

Απόκτηση Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου

Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα των οποίων το οινοποιείο στην παρούσα φάση δεν είναι επισκέψιμο, το 90% ενδιαφέρεται να αποκτήσει το Σήμα «Επισκέψιμου Οινοποιείου», ενώ μόλις το 10% δήλωσε ότι δεν ενδιαφέρεται.



Σχεδιάγραμμα 6: Απόκτηση Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου

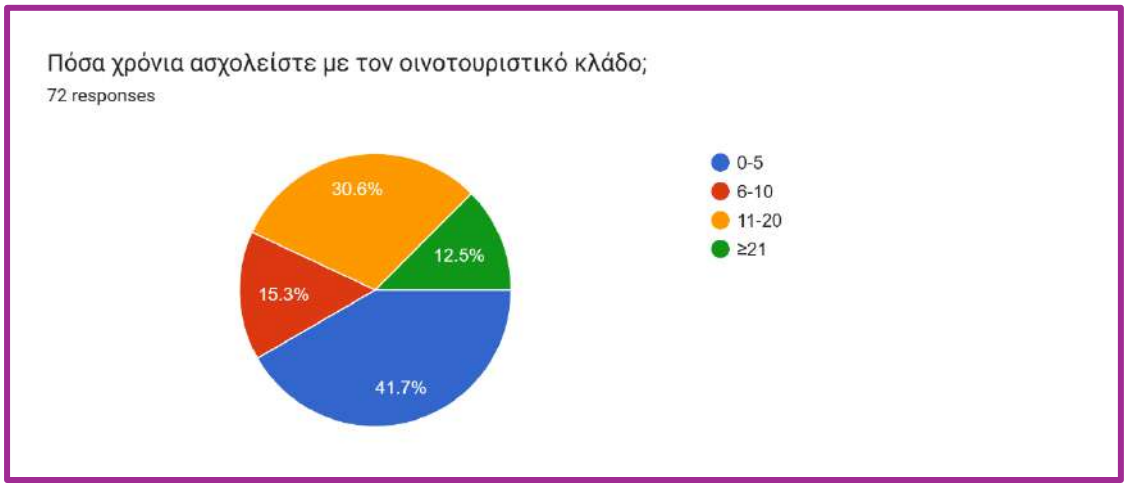
Προσδοκίες από την απόκτηση του Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου

Από τις απαντήσεις των οινοποιών στο ερώτημα αναφορικά με τις προσδοκίες τους από την απόκτηση Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου, προκύπτουν τα εξής:

Οι οινοποιοί προσδοκούν άμεσες πωλήσεις με μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους, ενίσχυση των ταμειακών ροών, αναγνώριση της μάρκας, των κρασιών και του τόπου παραγωγής τους. Επίσης, προσδοκούν αύξηση της επισκεψιμότητας και περαιτέρω διεύρυνση της αγοράς του οινοτουρισμού, νέες ευκαιρίες απασχόλησης και τόνωση του εισοδήματος, καθώς και αναγνώριση των οίνων στην τοπική και διεθνή αγορά.Τέλος, αναμένουν καλύτερη επικοινωνία - προβολή των οινοποιείων και των οινοποιητικών προϊόντων και ανάπτυξη μιας πιο ολοκληρωμένης οινικής εμπειρίας για τον επισκέπτη.

Δραστηριότητα στον οινοτουριστικό κλάδο

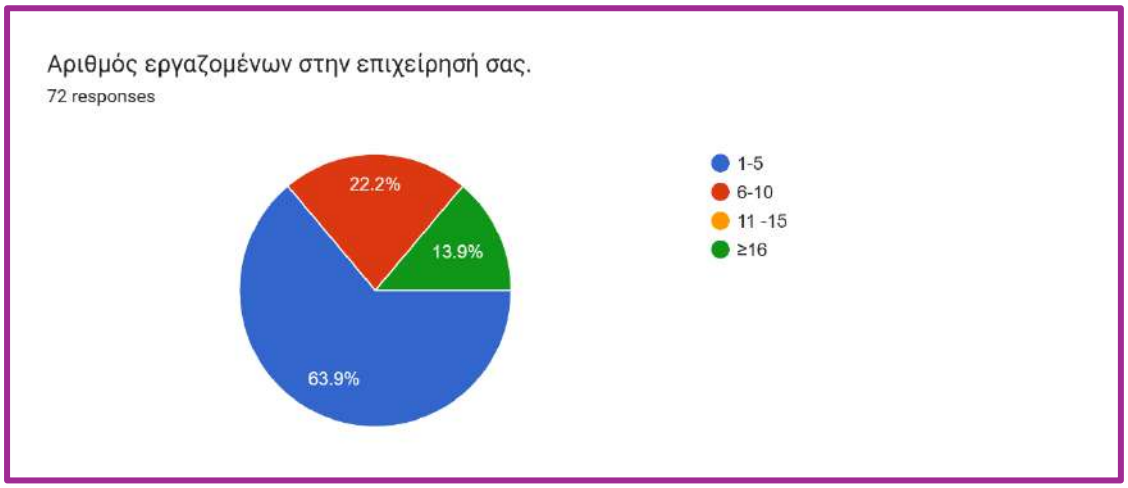
Η πλειοψηφία των οινοποιών (41,7%) δραστηριοποιείται λίγα χρόνια (0-5 έτη) στον οινοτουριστικό κλάδο. Ωστόσο, καταγράφεται κι ένα υψηλό ποσοστό οινοποιών της τάξης του 30,6% με πολυετή δράση που κυμαίνεται στα 11-20 χρόνια κι ένα μικρότερο μερίδιο οινοποιών της τάξης του 15,3% που ασχολείται 6-10 χρόνια. Τέλος, καταγράφεται και ποσοστό της τάξης του 12,5%, που ασχολείται με τον οινοτουρισμό για περισσότερα από 20 χρόνια.



Σχεδιάγραμμα 7: Χρόνια ασχολίας με τον οινοτουριστικό κλάδο

Αριθμός εργαζομένων επιχείρησης

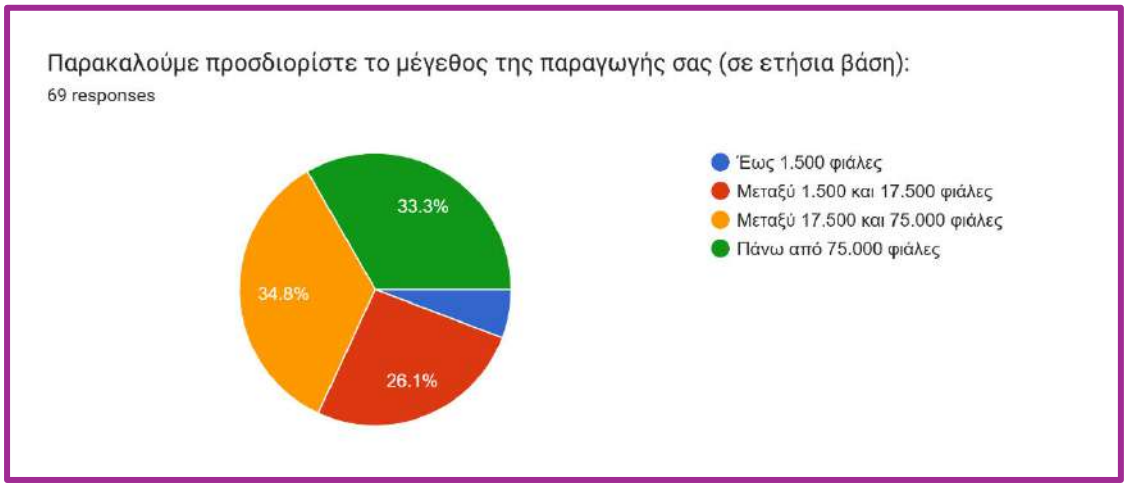
Οι οινοποιητικές επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα είναι μικρού μεγέθους, καθώς το 63,9% απασχολούν 1-5 εργαζομένους, το 22,2% απασχολούν 6-10 εργαζόμενους και μόλις το 13,9% αφορά ελαφρώς μεγαλύτερες επιχειρήσεις με περισσότερο από 16 εργαζόμενους.



Σχεδιάγραμμα 8: Αριθμός εργαζομένων επιχείρησης

Μέγεθος παραγωγής (σε ετήσια βάση)

Η παραγωγή των οινοποιείων που συμμετείχαν στην έρευνα, κατά κύριο λόγο (34,8%) κυμαίνεται από 17.500 έως και 75.000 φιάλες το έτος, ενώ το 33,3% του δείγματος παράγει πάνω από 75.000 φιάλες. Για το 26,1% η παραγωγή κυμαίνεται από 1.500 έως και 17.500 φιάλες, ενώ μικρό είναι το ποσοστό (5,8%) των οινοποιείων που παράγουν έως 1.500 φιάλες.



Σχεδιάγραμμα 9: Μέγεθος παραγωγής (σε ετήσια βάση)

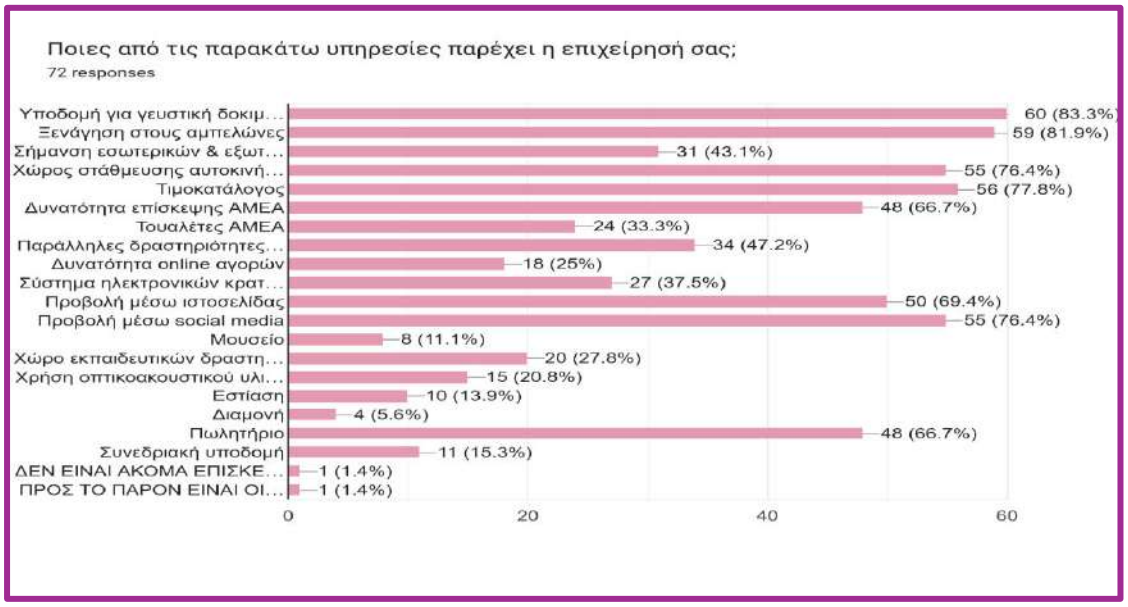
Προσφερόμενες Υπηρεσίες

Όπως φαίνεται από το παρακάτω γράφημα, το 83,3% του δείγματος διαθέτει υποδομή για οινογνωσία, το 81,9% προσφέρει ξενάγηση σε αμπελώνες, το 66,7% λειτουργεί πωλητήριο και είναι επισκέψιμο για ΑμεΑ, ενώ το 47,2% παρέχει επιπλέον παράλληλες δραστηριότητες και εκδηλώσεις.

Μικρό είναι το ποσοστό των οινοποιείων που διαθέτουν χώρο εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων (27,8%), χώρο εστίασης (13,95%), χώρο διαμονής (5,6%), μουσειακό χώρο/συλλογή (11,1%) και δυνατότητα χρήσης οπτικοακουστικού υλικού (20,8%).

Αναφορικά με την προβολή και προώθηση των οινοποιείων, των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, το 76,4% αξιοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) ως μέσο εξωστρέφειας, το 69,4% προβάλλεται μέσω της ιστοσελίδας του, το 37,5% διαθέτει ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων και το 25% παρέχει τη δυνατότητα online αγορών.

Ως προς τις υποδομές διευκόλυνσης των επισκεπτών επισημαίνεται ότι το 76,4% διαθέτει χώρο στάθμευσης, το 43,1% διαθέτει σήμανση στον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο, ενώ μόλις το 33,3% διαθέτει WC για ΑμεΑ.

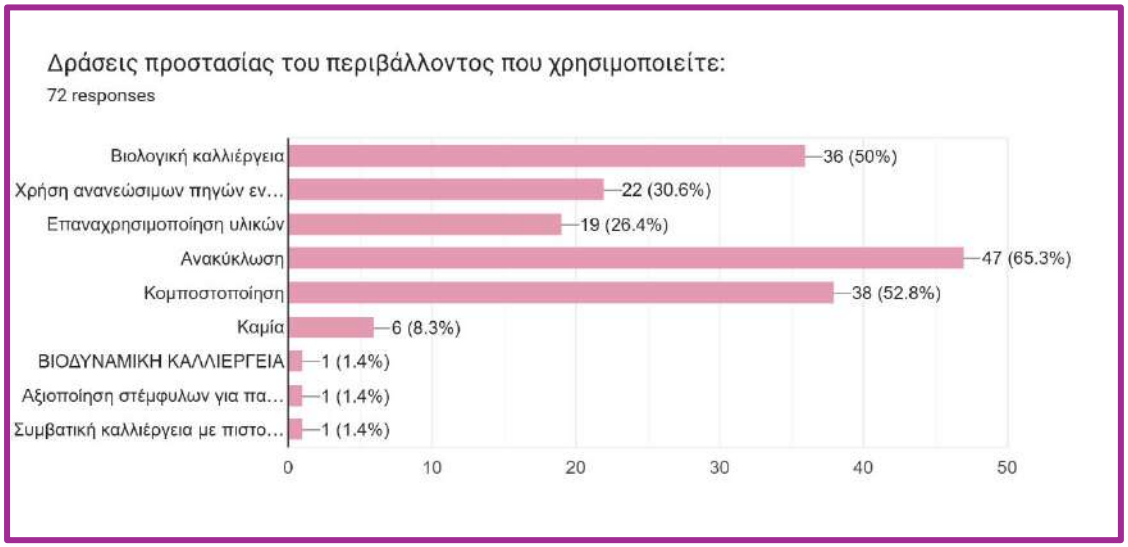


Σχεδιάγραμμα 10: Υπηρεσίες επιχείρησης

Δράσεις προστασίας περιβάλλοντος

Οι οινοποιητικές επιχειρήσεις εμφανίζουν φιλοπεριβαλλοντικό προφίλ και λειτουργούν στην κατεύθυνση της πράσινης ανάπτυξης, της κυκλικής οικονομίας και της μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Ειδικότερα, το 65,3% του δείγματος πραγματοποιεί ανακύκλωση, το 52,8% κάνει κομποστοποίηση, ενώ το 50% εφαρμόζει βιολογική καλλιέργεια. Επίσης, το 30,6% αξιοποιεί ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και το 26,4% επαναχρησιμοποιεί υλικά.

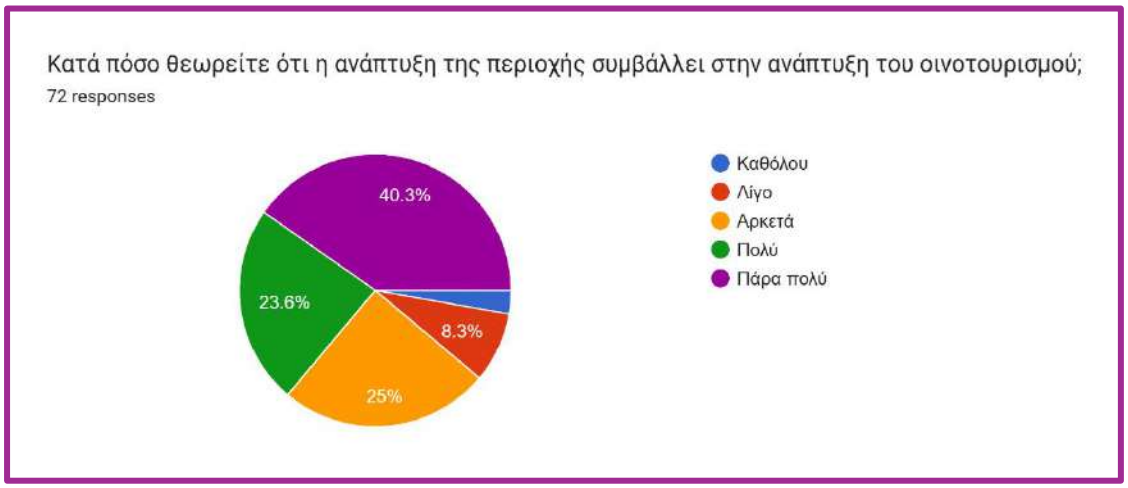
Πολύ μικρό είναι το ποσοστό των οινοποιών (8,3%) που δεν εφαρμόζει δράσεις φιλικές προς το περιβάλλον.



Σχεδιάγραμμα 11: Δράσεις προστασίας περιβάλλοντος

Ανάπτυξη περιοχής & ανάπτυξη οινοτουρισμού

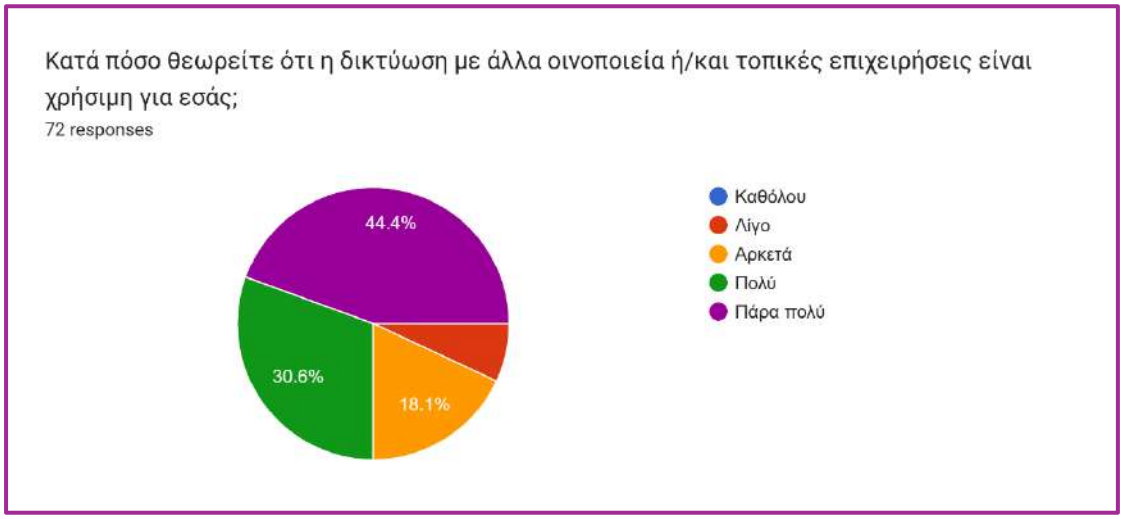
Το 63,9% του δείγματος θεωρεί ότι η ανάπτυξη της περιοχής συμβάλλει και ευνοεί την ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Ως προς την ένταση της επίδρασης, το 40,3% θεωρεί ότι συμβάλει πάρα πολύ, ενώ το 23,6% ότι συμβάλλει πολύ. Μέτριο αντίκτυπο θεωρεί ότι έχει το 25%, μικρή επίδραση αναφέρει το 8,3% και καμία επίδραση το 2,8%.



Σχεδιάγραμμα 122: Επίδραση της ανάπτυξης της περιοχής στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού

Δικτύωση με άλλα οινοποιεία ή/και τοπικές επιχειρήσεις

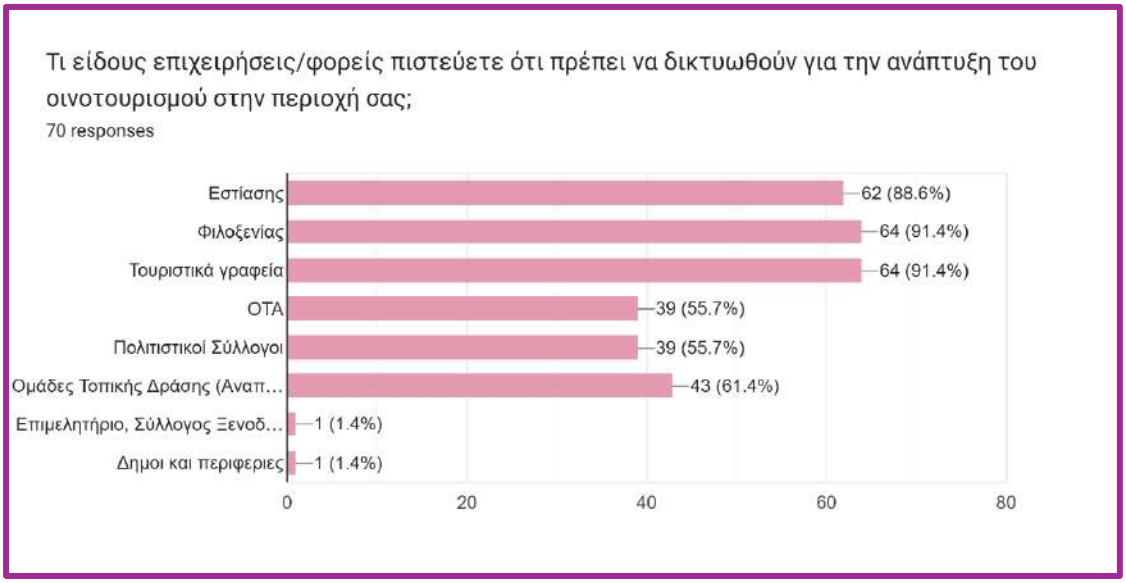
Τα 3/4 του δείγματος θεωρούν ότι η δικτύωση με άλλα οινοποιεία ή και τοπικές επιχειρήσεις είναι χρήσιμη και σημαντική. Ειδικότερα, το 44,4% θεωρεί τη δικτύωση πάρα πολύ σημαντική, το 30,6% πολύ σημαντική, το 18,1% αρκετά σημαντική, ενώ μικρότερη σπουδαιότητα αποδίδεται από το 6,9% του δείγματος.



Σχεδιάγραμμα 13: Δικτύωση με άλλα οινοποιεία

Επιχειρήσεις/φορείς που πρέπει να δικτυωθούν για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού είναι αναγκαίο να υπάρξει δικτύωση και συνεργασία των τουριστικών γραφείων (91,4%), των επιχειρήσεων φιλοξενίας (91,4%) και των κέντρων εστίασης (88,65%).
Επίσης το 61,4% των ερωτώμενων θεωρεί αναγκαία τη δικτύωση με Ομάδες Τοπικής Δράσης (Αναπτυξιακές Εταιρείες) και το 55,7% με πολιτιστικούς συλλόγους και ΟΤΑ.



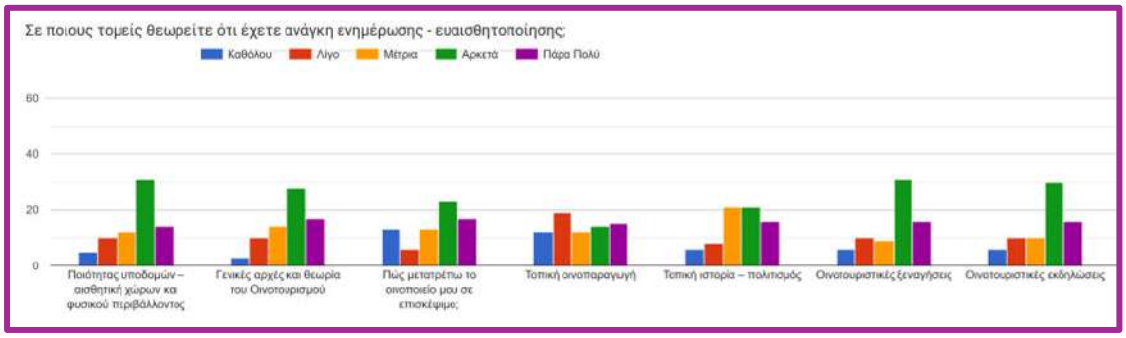
Σχεδιάγραμμα 134: Επιχειρήσεις/φορείς που πρέπει να δικτυωθούν για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού

Τομείς ενημέρωσης – ευαισθητοποίησης

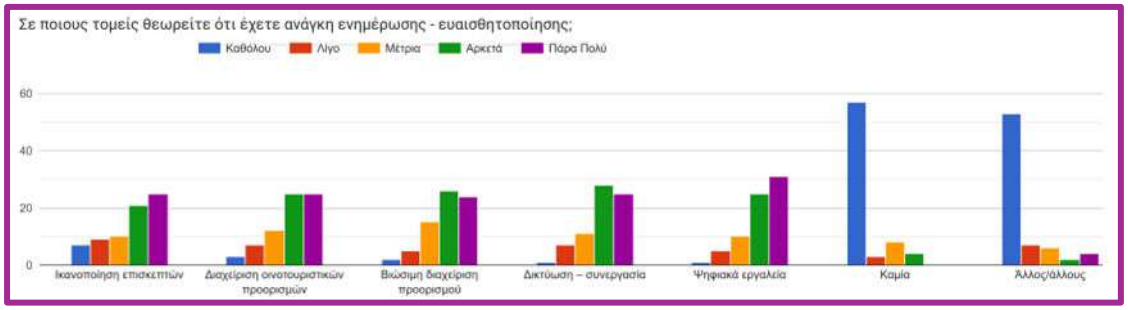
Όπως φαίνεται από τα παρακάτω δυο γραφήματα, υπάρχει ανάγκη ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των οινοποιητικών μονάδων σε πολλαπλά θεματικά αντικείμενα προκειμένου να αναβαθμίσουν την ελκυστικότητά τους και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών τους. Υψηλότερη ζήτηση καταγράφεται αρχικά σε θέματα που άπτονται της ποιότητας των υποδομών – της αισθητικής των χώρων και του φυσικού περιβάλλοντος και ακολούθως, στους τομείς των οινοτουριστικών ξεναγήσεων και εκδηλώσεων, της δικτύωσης – συνεργασίας, των αρχών του οινοτουρισμού, τη βιώσιμης διαχείρισης του προορισμού και της διαχείρισης οινοτουριστικών προορισμών.

Επίσης, ενημέρωση χρειάζεται να υπάρξει στο θέμα της μετεξέλιξης ενός οινοποιείου σε επισκέψιμο, στο πεδίο της τοπικής ιστορίας – πολιτισμού, της ικανοποίησης των επισκεπτών και της αξιοποίησης των ψηφιακών εργαλείων. Αντίθετα, μειωμένο ενδιαφέρον και ανάγκη ενημέρωσης καταγράφεται ως προς την τοπική οινοπαραγωγή.

Ως άλλοι αναγκαίοι τομείς ενημέρωσης - ευαισθητοποίησης αναφέρθηκαν: νομοθεσία, Opinion leaders, δημοσιογράφοι οινοτουρισμού και γευσιγνώστες, ανακαίνιση εγκαταστάσεων.



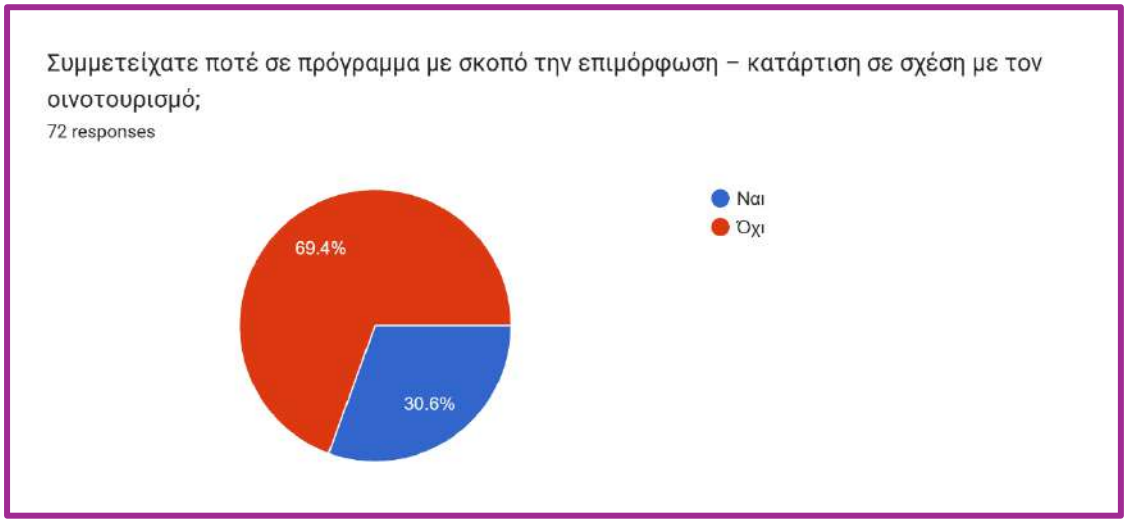
Σχεδιάγραμμα 145: Τομείς για ανάγκη ενημέρωσης - ευαισθητοποίησης ½



Σχεδιάγραμμα 156: Τομείς για ανάγκη ενημέρωσης - ευαισθητοποίησης 2/2

Συμμετοχή σε πρόγραμμα με σκοπό την επιμόρφωση – κατάρτιση σε σχέση με τον οινοτουρισμό

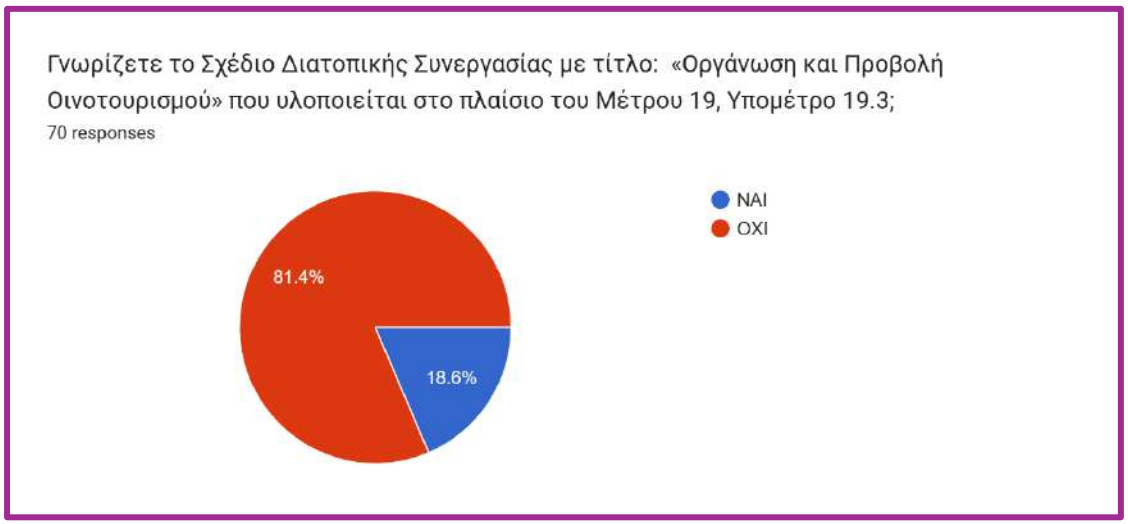
Σχεδόν το 70% του δείγματος δεν έχει συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα επιμόρφωσης-κατάρτισης σε σχέση με τον οινοτουρισμό. Από το 30,6% εκείνων που παρακολούθησαν κάποιο επιμορφωτικό πρόγραμμα το αξιολόγησαν ως αρκετά σημαντικό και χρήσιμο.



Σχεδιάγραμμα 167: Συμμετοχή σε πρόγραμμα επιμόρφωσης – κατάρτισης σε σχέση με τον οινοτουρισμό

Σχέδιο Διατοπικής Συνεργασίας

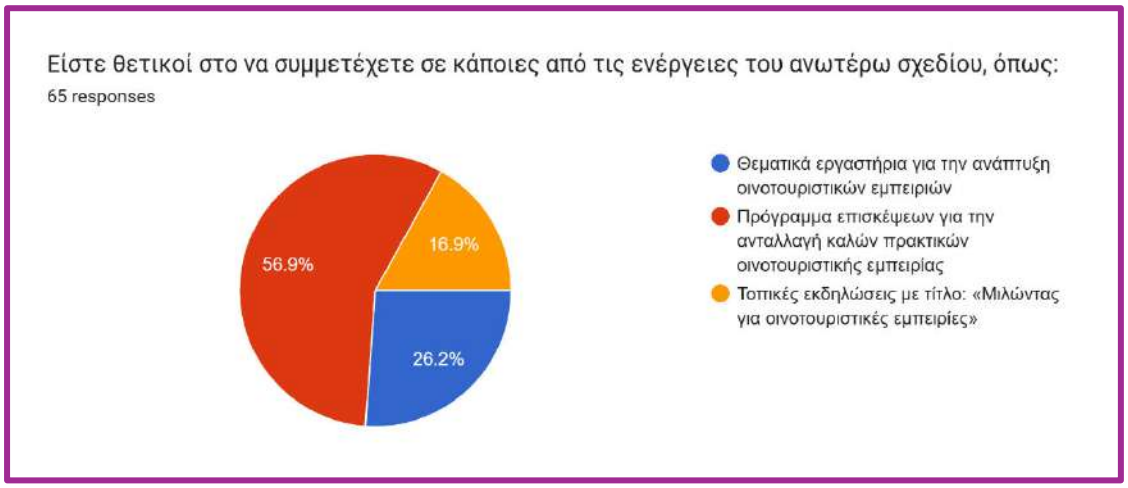
Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος σε ποσοστό 81,4% δεν γνωρίζει για το σχέδιο διατοπικής συνεργασίας με τίτλο «Οργάνωση και Προβολή Οινοτουρισμού» που υλοποιείται στο πλαίσιο του Μέτρου 19, Υπομέτρο 19.3. Μόλις το 18,6% είναι ενήμερο για το συγκεκριμένο σχέδιο.



Σχεδιάγραμμα 1817: Σχέδιο Διατοπικής Συνεργασίας

Ενέργειες του σχεδίου Διατοπικής Συνεργασίας

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα επιθυμούν να εμπλακούν σε ενέργειες του Σχεδίου Διατοπικής Συνεργασίας, καθώς μόνο οφέλη μπορούν να αποκομίσουν. Ειδικότερα, η πλειοψηφία των οινοποιών (56,9%) εκδήλωσε ενδιαφέρον συμμετοχής σε κάποιο πρόγραμμα επισκέψεων ανταλλαγής καλών πρακτικών οινοτουριστικής εμπειρίας. Μικρότερο ενδιαφέρον (26,2%) υπήρξε για τη συμμετοχή σε θεματικά εργαστήρια ανάπτυξης οινοτουριστικών εμπειριών, και για ενέργειες σχετικές με τοπικές εκδηλώσεις υπό τον τίτλο: «Μιλώντας για οινοτουριστικές εμπειρίες» (16,9%).



Σχεδιάγραμμα 189: Ενέργειες του σχεδίου Διατοπικής Συνεργασίας

9.2 Προτεινόμενες θεματικές εκπαιδευτικού προγράμματος

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εισαγωγή στις Στρατηγικές Οινοτουρισμού

Η σημασία του οινοτουρισμού στο σύγχρονο τουριστικό περιβάλλον

- ⇒ Οινοτουρισμός και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.
- ⇒ Η συμβολή του οινοτουρισμού στις τοπικές οικονομίες.
- ⇒ Ο οινοτουρισμός ως εργαλείο για την αναβίωση των αγροτικών περιοχών.
- ⇒ Η τοπική οινοπαραγωγή, η ιστορία και ο πολιτισμός ως παράγοντες ελκυστικότητας ενός τόπου.
- ⇒ Η δημιουργία θεματικών τουριστικών διαδρομών.
- ⇒ Ανάλυση της τοπικής στρατηγικής branding.
- ⇒ Πώς να τοποθετηθεί μια περιοχή στον χάρτη του οινοτουρισμού.
- ⇒ Η σημαντικότητα σύνδεσης κρασιού, πολιτισμού και τουρισμού.

Ο ρόλος των εμπλεκόμενων φορέων

- ⇒ Συνεργασία μεταξύ οινοποιείων, τουριστικών γραφείων και επιχειρήσεων φιλοξενίας.
- ⇒ Ο ρόλος των τοπικών αρχών και φορέων στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού.
- ⇒ Τοπικά και διεθνή παραδείγματα επιτυχούς συνεργασίας.
- ⇒ Ανάλυση αποτυχημένων περιπτώσεων: τι να αποφύγουν οι επιχειρήσεις.

Στρατηγικός Σχεδιασμός στον Οινοτουρισμό

Ανάλυση της αγοράς

- ⇒ Τάσεις στη ζήτηση οινοτουριστικών εμπειριών.
- ⇒ Ανάλυση των τάσεων της τουριστικής συμπεριφοράς: Πώς αλλάζουν οι ανάγκες των τουριστών.
- ⇒ Κατηγοριοποίηση επισκεπτών (προφίλ, ενδιαφέροντα, προσδοκίες).
- ⇒ Ανάλυση SWOT για την περιοχή ή την επιχείρηση.
- ⇒ Χαρτογράφηση τοπικών και διεθνών ανταγωνιστών.
- ⇒ Διαχείριση κρίσεων και ρίσκου στον οινοτουρισμό: πώς να ανταποκριθεί ένα οινοποιείο ή μια τουριστική περιοχή σε αλλαγές της αγοράς.

Στρατηγική τοποθέτηση

- ⇒ Ανάδειξη της μοναδικότητας της περιοχής και του προϊόντος.
- ⇒ Δημιουργία μιας ισχυρής ταυτότητας και χτίσιμο του brand name για τον οινοτουρισμό.
- ⇒ Προσαρμογή στρατηγικών σε διαφορετικά μεγέθη επιχειρήσεων: από μικρά οικογενειακά οινοποιεία σε μεγάλες οργανωμένες μονάδες.

Σχεδιασμός δράσεων και εμπειριών

- ⇒ Διαμόρφωση ελκυστικών εμπειριών (γευσιγνωσίες, ξεναγήσεις, θεματικά events).
- ⇒ Κρασί και γαστρονομία: συνδυασμός κρασιού με τοπική κουζίνα καθώς και με τοπικά προϊόντα, αλλά και σύνδεση αυτών με τον πολιτισμό της περιοχής.
- ⇒ Δημιουργία ολοκληρωμένων πακέτων σε συνεργασία με τουριστικά γραφεία.
- ⇒ Εξέλιξη προϊόντων και υπηρεσιών: από τις βασικές επισκέψεις στα οινοποιεία έως τα premium πακέτα.
- ⇒ Σχεδιασμός μίας εμπειρίας "signature wine tasting" που να χαρακτηρίζει την περιοχή ή το οινοποιείο.

Συνεργασίες και Δίκτυα στον Οινοτουρισμό

Οικοδόμηση συνεργασιών

⇒ Δίκτυα συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων του κλάδου.
⇒ Δημιουργία clusters (οινοποιεία, εστιατόρια, ξενοδοχεία, πολιτιστικοί χώροι).
⇒ Διασύνδεση με τις τοπικές παραδοσιακές τέχνες και τον πολιτισμό (π.χ., κεραμική, γλυπτική).
⇒ Συμπράξεις με εκπαιδευτικά ιδρύματα: Φοιτητικές πρακτικές ή έρευνες γύρω από τον οινοτουρισμό.

Ο ρόλος των τοπικών αρχών και οργανισμών

⇒ Πολιτικές και δράσεις υποστήριξης του οινοτουρισμού.
⇒ Συνεργασία με ομάδες τοπικής δράσης και περιφερειακούς φορείς.

Διεθνείς συνεργασίες και προβολή

⇒ Διασύνδεση με διεθνείς τουριστικούς φορείς.
⇒ Συμμετοχή σε προγράμματα ανταλλαγής εμπειριών ERASMUS.
⇒ Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις και εκδηλώσεις.

Προώθηση και Μάρκετινγκ Οινοτουρισμού

Σύγχρονες τάσεις στο marketing

⇒ Ψηφιακό marketing και στρατηγικές περιεχομένου.
⇒ Αξιοποίηση social media για την προβολή εμπειριών.

Storytelling και branding στον οινοτουρισμό

⇒ Δημιουργία αυθεντικών ιστοριών και τοπικών αφηγήσεων (local storytelling) γύρω από το κρασί και την περιοχή παραγωγής του.
⇒ Στρατηγική χρήσης του υλικού (εικόνες και βίντεο) για την παρουσίαση των εμπειριών.

Προσωποποιημένη εμπειρία πελάτη

⇒ Στόχευση ειδικών κοινών (π.χ. γευσιγνώστες, οινολάτρεις, οικογένειες, επαγγελματίες).
⇒ Επικοινωνιακή στρατηγική με βάση τα ενδιαφέροντα των πελατών.
⇒ Διαχείριση ηλεκτρονικών αξιολογήσεων και κριτικών (TripAdvisor, Google Reviews).

Βιώσιμη Ανάπτυξη και Καινοτομία στον Οινοτουρισμό

Η σημασία της βιωσιμότητας

⇒ Πιστοποιήσεις και πρότυπα ποιότητας στον οινοτουρισμό.
⇒ Περιβαλλοντικά βιώσιμες πρακτικές στις επιχειρήσεις.

Καινοτομία στον οινοτουρισμό

⇒ Εφαρμογές τεχνολογίας (εικονική πραγματικότητα, εφαρμογές smartphone).
⇒ Πράσινες πρακτικές στον οινοτουρισμό: χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, ανακύκλωση.

Εργαστήρια και Μελέτες Περίπτωσης

Μελέτη περίπτωσης επιτυχημένων πρακτικών

⇒ Παρουσίαση παραδειγμάτων από την Ελλάδα και το εξωτερικό.
⇒ Ανάλυση στρατηγικών που οδήγησαν σε επιτυχημένες πρακτικές.

Δημιουργία στρατηγικής οινοτουρισμού (βιωματικό εργαστήριο)

⇒ Συμμετοχή των συμμετεχόντων σε ομάδες για τη σχεδίαση υποθετικών στρατηγικών.
⇒ Εφαρμογή των γνώσεων στις δικές τους επιχειρήσεις ή περιοχές.

Δικτύωση και ανταλλαγή απόψεων

⇒ Συζήτηση για τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν οι συμμετέχοντες.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ & ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σχεδιασμός Οινοτουριστικών Εμπειριών

Βασικές Εμπειρίες Οινοτουρισμού

⇒ Ξεναγήσεις σε αμπελώνες και οινοποιεία.
⇒ Γευσιγνωσίες κρασιού και food pairing.
⇒ Θεματικά events (π.χ. οινοτουριστικά φεστιβάλ, πολιτιστικά δρώμενα).

Δημιουργία Μοναδικών Εμπειριών

⇒ Προσαρμογή υπηρεσιών στις ανάγκες διαφορετικών επισκεπτών (οικογένειες, οινόφιλοι, VIP του κρασιού).
⇒ Εμπλουτισμός των εμπειριών με στοιχεία του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης.

Η σημασία της αφήγησης (Storytelling)

⇒ Πώς να εξιστορήσετε αποτελεσματικά την ιστορία του οινοποιείου και της περιοχής.
⇒ Δημιουργία συναισθηματικής σύνδεσης με τους επισκέπτες.

Διαχείριση Οινοτουριστικών Επιχειρήσεων

Οργάνωση και Λειτουργία Οινοτουριστικής Επιχείρησης

⇒ Βασικές αρχές διαχείρισης επισκεπτών (hospitality) και ικανοποίηση προσδοκιών.
⇒ Εκπαίδευση προσωπικού σε δεξιότητες φιλοξενίας.
⇒ Βελτίωση υποδομών με γνώμονα την ενίσχυση της εμπειρίας (αισθητική χώρων και φυσικό περιβάλλον).
⇒ Τήρηση βάσης δεδομένων και περιοδική ανάλυση την πληροφορίας αυτής.

Διαχείριση Ποιότητας

⇒ Πιστοποιήσεις ποιότητας στον οινοτουρισμό (ISO, τοπικά πρότυπα).
⇒ Βιωσιμότητα και περιβαλλοντική υπευθυνότητα.

Αξιοποίηση Τεχνολογίας

⇒ Ψηφιακές ξεναγήσεις και εφαρμογές AR/VR.
⇒ Online κρατήσεις και διαχείριση κριτικών.

Συνεργασίες και Δίκτυα

Η σημασία των συνεργασιών

⇒ Δικτυώσεις με τουριστικές επιχειρήσεις, εστιατόρια και ξενοδοχεία.
⇒ Συνεργασίες με τοπικούς πολιτιστικούς και αγροτικούς φορείς.

Ανάπτυξη Τουριστικών Διαδρομών Κρασιού

⇒ Σχεδιασμός θεματικών διαδρομών με βάση το κρασί.
⇒ Συνδυασμός του κρασιού με τη γαστρονομία και τα φυσικά κάλλη της κάθε περιοχής.

Ρόλος Τοπικών Αρχών και Φορέων

⇒ Συμβολή στην ενίσχυση και προώθηση τοπικών δράσεων.

⇒ Δημιουργία πολιτικών για τη στήριξη του οινοτουρισμού.
⇒ Οικονομική υποστήριξη δράσεων.

Μάρκετινγκ και Προβολή Οινοτουριστικών Προορισμών

Στρατηγικές Μάρκετινγκ για Οινοτουρισμό

⇒ Δημιουργία ταυτότητας (branding) για οινοποιεία και περιοχές.
⇒ Αξιοποίηση social media και digital marketing.

Εκδηλώσεις και Εκθέσεις

⇒ Συμμετοχή σε διεθνείς και εθνικές εκθέσεις οινοτουρισμού.
⇒ Οργάνωση events και φεστιβάλ τοπικού χαρακτήρα.

Ενίσχυση της Φήμης Μέσω Storytelling

⇒ Δημιουργία περιεχομένου για blogs, βίντεο και social media.
⇒ Χρήση storytelling για την ανάδειξη του τοπικού χαρακτήρα και των μοναδικών στοιχείων.

Διαχείριση Online Αξιολογήσεων

⇒ Καταγραφή και ανάλυση των θετικών και αρνητικών κριτικών.
⇒ Άντληση δεδομένων από TripAdvisor, Google Reviews, Instagram.

Χρηματοδότηση και Επιδοτήσεις

Πηγές Χρηματοδότησης

⇒ Εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα (LEADER, ΕΣΠΑ).
⇒ Συνεργασία με επενδυτές.

Επιδοτήσεις για Οινοτουρισμό

⇒ Πρακτικές συμβουλές για την υποβολή αιτήσεων σε προγράμματα.
⇒ Βασικές συμβουλές αναφορικά με τη διαχείριση επιδοτούμενων έργων.

Επενδύσεις σε Υποδομές

⇒ Προτεραιότητες για βιώσιμη ανάπτυξη.
⇒ Ανακαίνιση και αναβάθμιση οινοποιείων για τουριστική χρήση.

Βιώσιμη Ανάπτυξη στον Οινοτουρισμό

Αρχές Βιωσιμότητας

⇒ Προστασία του περιβάλλοντος και μείωση αποτυπώματος άνθρακα.
⇒ Υιοθέτηση καλών πρακτικών από διεθνή παραδείγματα.

Συμμετοχή της Τοπικής Κοινότητας

⇒ Δημιουργία οικονομικών και κοινωνικών οφελών.
⇒ Προώθηση τοπικών προϊόντων μέσα από τις οινοτουριστικές εμπειρίες.

Καινοτομία και Βιωσιμότητα

⇒ Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.
⇒ Εφαρμογές τεχνολογίας για «πράσινη» ανάπτυξη.

Εργαστήρια και Μελέτες Περίπτωσης

Μελέτη Περίπτωσης: Επιτυχημένα Οινοποιεία

⇒ Παρουσίαση και ανάλυση καλών παραδειγμάτων από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

⇒ Τι έκαναν σωστά και πώς προσαρμόζονται οι πρακτικές τους.

Εργαστήριο: Σχεδιασμός Οινοτουριστικής Εμπειρίας
⇒ Δημιουργία υποθετικών δράσεων από τους συμμετέχοντες.
⇒ Συνεργασία για τη δημιουργία ολοκληρωμένων πακέτων.

Προσομοίωση: Ξενάγηση Επισκεπτών
⇒ Πρακτική εξάσκηση στη φιλοξενία και την αφήγηση ιστοριών.

ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ - ΟΦΕΛΗ

Εισαγωγή στον Όρο «Επισκέψιμο Οινοποιείο»

Τι σημαίνει «Επισκέψιμο Οινοποιείο»
⇒ Ορισμός και βασικά χαρακτηριστικά.
⇒ Ο ρόλος του επισκέψιμου οινοποιείου στον οινοτουρισμό.

Η σημασία του επισκέψιμου οινοποιείου για την τοπική και εθνική οικονομία
⇒ Σύνδεση με την τοπική ανάπτυξη και την ενίσχυση της περιοχής.
⇒ Δημιουργία ευκαιριών για επιχειρήσεις φιλοξενίας και εστίασης.

Νομικό πλαίσιο και προϋποθέσεις λειτουργίας
⇒ Απαιτήσεις για την αδειοδότηση ενός επισκέψιμου οινοποιείου.
⇒ Εθνικές και διεθνείς προδιαγραφές.

Οργάνωση και Διαχείριση Επισκέψιμου Οινοποιείου

Διαδικασίες για τη λειτουργία ενός επισκέψιμου οινοποιείου
⇒ Κατάλληλες υποδομές και απαραίτητος εξοπλισμός του χώρου.
⇒ Οργάνωση επισκέψιμων χώρων (αμπελώνες, κελάρι, αίθουσα γευσιγνωσίας).
⇒ Υποδομές για ΑμεΑ.
⇒ Δημιουργία ασφαλούς και ελκυστικού περιβάλλοντος.
⇒ Επικοινωνία και διαχείριση των κρατήσεων.
⇒ Εσωτερικές διαδικασίες προετοιμασίας για την υποδοχή των επισκεπτών.

Διαχείριση Επισκεπτών
⇒ Δημιουργία θετικής πρώτης εντύπωσης.
⇒ Επαρκές και καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό - οινοξεναγός.
⇒ Δυνατότητα ξεναγήσεων σε πολλές γλώσσες.
⇒ Κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού σε δεξιότητες φιλοξενίας.
⇒ Διαχείριση διαφορετικών τύπων επισκεπτών (οικογένειες, VIP, ομάδες).
⇒ Διαχείριση διαφορετικού μεγέθους ομάδες επισκεπτών.

Δημιουργία Εμπειριών για Επισκέπτες

Ανάπτυξη εμπειριών με επίκεντρο το κρασί
⇒ Γευσιγνωσίες κρασιού: πώς οργανώνονται καταλλήλως και τι περιλαμβάνουν.
⇒ Περιηγήσεις στον αμπελώνα και το οινοποιείο.
⇒ Συμμετοχή των επισκεπτών σε δραστηριότητες (π.χ. τρύγος, εμφιάλωση).

Σύνδεση του κρασιού με την τοπική γαστρονομία
⇒ Wine & Food Pairing (συνδυασμός κρασιού με τοπικά εδέσματα και προϊόντα).

⇒ Οργάνωση θεματικών εκδηλώσεων (π.χ. δείπνα με κρασί, workshops).

Πολιτιστική διάσταση του επισκέψιμου οινοποιείου
⇒ Ενοποίηση του κρασιού με την τοπική ιστορία και παράδοση.
⇒ Παρουσίαση αφηγήσεων και ιστοριών γύρω από το οινοποιείο, αλλά και την ευρύτερη περιοχή.

Μάρκετινγκ και Προβολή Επισκέψιμου Οινοποιείου

Δημιουργία Στρατηγικής Μάρκετινγκ
⇒ Καταγραφή των μοναδικών χαρακτηριστικών του οινοποιείου.
⇒ Ανάπτυξη ταυτότητας (branding) για το οινοποιείο.
⇒ Στόχευση διαφορετικών αγορών (τοπικών, εθνικών, διεθνών).

Ψηφιακή Παρουσία και Εργαλεία Προβολής
⇒ Αξιοποίηση social media για την προβολή των προσφερόμενων εμπειριών.
⇒ Δημιουργία ιστοσελίδας και εργαλείων online κρατήσεων.

Προβολή μέσω συνεργασιών
⇒ Συνεργασία με τουριστικά γραφεία και τοπικούς φορείς.
⇒ Συμμετοχή σε εκθέσεις και δίκτυα οινοτουρισμού.

Προβολή μέσω οινικών διαδρομών
⇒ Ένταξη σε οινική διαδρομή και οφέλη.

Διαχείριση κριτικών και εμπειριών
⇒ Πλατφόρμες αξιολογήσεων (TripAdvisor, Google Reviews).
⇒ Έρευνες ικανοποίησης πελατών (ερωτηματολόγια).
⇒ Τρόποι ενίσχυσης της φήμης του οινοποιείου.

Οικονομικά και Χρηματοδοτικά Οφέλη

Τα οικονομικά οφέλη της λειτουργίας επισκέψιμου οινοποιείου
⇒ Αύξηση των πωλήσεων οίνου.
⇒ Πρόσθετα έσοδα από τους επισκέπτες.
⇒ Ενίσχυση της φήμης και των εξαγωγών ως αποτέλεσμα των θετικών εμπειριών.

Επιδοτήσεις και χρηματοδοτικά εργαλεία
⇒ Εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα υποστήριξης.
⇒ Εργαλεία για τη βιωσιμότητα και ανάπτυξη.

Επενδύσεις σε Υποδομές
⇒ Οφέλη που μπορεί να προκύψουν από την αναβάθμιση των χώρων.
⇒ Σχεδιασμός για μακροπρόθεσμη κερδοφορία.

Βιωσιμότητα και Καινοτομία

Η σημασία της βιωσιμότητας
⇒ Πράσινες πρακτικές για επισκέψιμα οινοποιεία.
⇒ Μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.

Καινοτομία στις εμπειρίες
⇒ Χρήση τεχνολογίας (εικονική περιήγηση, AR/VR).
⇒ Εξατομικευμένες εμπειρίες για τους επισκέπτες.

Εμπλοκή της τοπικής κοινότητας

⇒ Ανάπτυξη τοπικών προϊόντων μέσω του οινοποιείου.
⇒ Συνεργασίες με πολιτιστικούς συλλόγους και εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Case Studies και Πρακτική Εφαρμογή

Μελέτη Περίπτωσης Επιτυχημένων Οινοποιείων

⇒ Παρουσίαση πραγματικών παραδειγμάτων από Ελλάδα και εξωτερικό.
⇒ Ανάλυση των λόγων που οδήγησαν στην επιτυχία τους.

Εργαστήριο: Δημιουργία Πλάνου Λειτουργίας Επισκέψιμου Οινοποιείου

⇒ Συμμετοχή των συμμετεχόντων στη διαμόρφωση ενός υποθετικού πλάνου.
⇒ Συνεργασία για τη σχεδίαση εμπειριών.

Προσομοίωση: Ξενάγηση Επισκεπτών

⇒ Πρακτική εξάσκηση στο πώς να φιλοξενήσετε και να εντυπωσιάσετε τους επισκέπτες.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ - ΔΙΚΤΥΩΣΗ

Εισαγωγή στις Συνεργασίες και τη Δικτύωση

Αποσαφήνιση των εννοιών & σημασία της δικτύωσης

⇒ Τι είναι η δικτύωση και γιατί είναι σημαντική για τον κλάδο του οινοτουρισμού.
⇒ Διαφορές μεταξύ συνεργασιών, στρατηγικών συμμαχιών και clusters.

Οφέλη από τις συνεργασίες

⇒ Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.
⇒ Αξιοποίηση κοινών πόρων και γνώσεων.
⇒ Δημιουργία προσθετικής αξίας και ποικίλων πλεονεκτημάτων για την τοπική κοινωνία.

Παραδείγματα επιτυχημένων συνεργασιών

⇒ Μελέτη περιπτώσεων από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Βασικές Αρχές και Στρατηγικές Συνεργασιών

Προϋποθέσεις για επιτυχημένες συνεργασίες

⇒ Εμπιστοσύνη, διαφάνεια και κοινά οράματα.
⇒ Ανάλυση στόχων και αναγκών κάθε εμπλεκόμενου μέλους.

Στρατηγικός σχεδιασμός για δικτύωση

⇒ Αναγνώριση ευκαιριών συνεργασίας.
⇒ Σχεδιασμός βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων.

Επιλογή κατάλληλων συνεργατών

⇒ Κριτήρια επιλογής συνεργατών (επιχειρηματική κουλτούρα, στόχοι, προφίλ).
⇒ Αντιμετώπιση προκλήσεων στις συνεργασίες.

Τύποι Συνεργασιών στον Οινοτουρισμό

Τοπικές Συνεργασίες

⇒ Συνεργασία με εστιατόρια και επιχειρήσεις φιλοξενίας.
⇒ Συνεργασία με τοπικά τουριστικά γραφεία και ομάδες τοπικής δράσης.

Διατομεακές Συνεργασίες

⇒ Συνεργασία με πολιτιστικούς φορείς (μουσεία, καλλιτεχνικοί χώροι).
⇒ Συνέργειες με παραγωγούς τοπικών προϊόντων (π.χ., τυρί, μέλι).

Διεθνείς Συνεργασίες

⇒ Συνεργασία με διεθνή οινοποιεία και τουριστικούς πράκτορες.
⇒ Ενίσχυση του branding μέσω διεθνών δικτύων.

Δημιουργία Δικτύων και Clusters

Τι είναι τα clusters και πώς λειτουργούν

⇒ Ορισμός και παραδείγματα.
⇒ Πλεονεκτήματα της συμμετοχής σε clusters.

Βήματα για τη δημιουργία δικτύου

⇒ Καλή οργάνωση, κοινή στόχευση, κοινό όραμα, εμπιστοσύνη και χρηματοδότηση.
⇒ Ο ρόλος των τοπικών αρχών και φορέων στη δημιουργία και υποστήριξη των δράσεων.

Παραδείγματα επιτυχημένων δικτύων

⇒ Παρουσίαση διεθνών και ελληνικών cluster οινοτουρισμού.

Επικοινωνία και Διαχείριση Συνεργασιών

Βασικές αρχές επικοινωνίας

⇒ Επικοινωνιακές δεξιότητες για συνεργασίες (διαπραγμάτευση, ενεργητική ακρόαση).
⇒ Διαχείριση διαφορών και συγκρούσεων.

Εργαλεία και τεχνολογίες για αποτελεσματική δικτύωση

⇒ Ψηφιακές πλατφόρμες δικτύωσης και διαχείρισης έργων.
⇒ Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης για συνεργασίες.

Μέτρηση και αξιολόγηση συνεργασιών

⇒ KPIs (Δείκτες Απόδοσης) για την επιτυχία συνεργασιών.
⇒ Ανατροφοδότηση και βήματα συνεχούς βελτίωσης.

Εργαστήρια και Πρακτική Εφαρμογή

Δημιουργία συνεργατικού πλάνου

⇒ Σχεδιασμός στρατηγικής συνεργασίας για ένα υποθετικό project.
⇒ Ομαδική εργασία με συμμετέχοντες από διαφορετικούς κλάδους.

Προσομοίωση δικτύωσης

⇒ Προσομοίωση συνάντησης συνεργατών: παρουσίαση ιδεών και αναγνώριση κοινών στόχων.

Μελέτη περιπτώσεων

⇒ Ανάλυση πραγματικών περιπτώσεων συνεργασιών από τον υπό μελέτη κλάδο.

Χρηματοδότηση Συνεργασιών και Δικτύων

Πηγές χρηματοδότησης

⇒ Επιδοτήσεις για συνεργασίες και δικτύωση (π.χ., LEADER, ΕΣΠΑ).
⇒ Ιδιωτική χρηματοδότηση και επενδύσεις.

Οικονομικά οφέλη από τη δικτύωση

⇒ Διεκδίκηση κονδυλίων.
⇒ Μείωση κόστους και κοινή χρήση πόρων.
⇒ Ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
⇒ Αναγνωρισιμότητα και αύξηση των πωλήσεων.

Βιωσιμότητα και Καινοτομία μέσω Συνεργασιών

Η βιωσιμότητα ως στόχος συνεργασιών

⇒ Ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον δράσεων μέσω δικτύων.
⇒ Κοινωνική υπευθυνότητα και συμμετοχή της τοπικής κοινότητας.

Καινοτομία μέσω συνεργασιών

⇒ Συνδυασμός τεχνολογίας και δημιουργικότητας.
⇒ Πώς οι συνέργειες οδηγούν σε πρωτοποριακές ιδέες.

ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Εισαγωγή στη Βιωσιμότητα

Ορισμός και σημασία της βιωσιμότητας

⇒ Τι είναι η βιωσιμότητα: Περιβαλλοντική, οικονομική, κοινωνική διάσταση.
⇒ Παγκόσμιες πρωτοβουλίες για τη βιωσιμότητα (Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης - SDGs).
⇒ Ο ρόλος της βιωσιμότητας στον οινοτουρισμό και τις τουριστικές επιχειρήσεις.
⇒ Οινοτουριστική διαχείριση και κυκλική οικονομία.

Προκλήσεις και ευκαιρίες για τη βιωσιμότητα στον τουριστικό τομέα

⇒ Οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη.
⇒ Κίνδυνοι από τη μη εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών.

Βιωσιμότητα στον Οινοτουρισμό

Εφαρμογές βιωσιμότητας στον οινοτουρισμό

⇒ Βιώσιμες καλλιέργειες και πρακτικές στον αμπελώνα.
⇒ Πρακτικές ανακύκλωσης και επαναχρησιμοποίησης.
⇒ Μείωση ενεργειακής κατανάλωσης και χρήσης νερού.
⇒ Πρακτική αναγεννητικής γεωργίας.
⇒ Πολιτική χαμηλού ανθρακικού αποτυπώματος.
⇒ Πολιτική πλήρους ιχνηλασιμότητας.

Σύνδεση του οινοτουρισμού με την τοπική κοινότητα

⇒ Στήριξη τοπικών παραγωγών και πολιτιστικών φορέων.
⇒ Δημιουργία αυθεντικών εμπειριών για τους επισκέπτες.

Πιστοποιήσεις και πρότυπα για βιώσιμο οινοτουρισμό

⇒ Πρότυπα ISO, EMAS, LEED για τουριστικές και οινοτουριστικές επιχειρήσεις.
⇒ Οι τοπικές πιστοποιήσεις και η σημασία τους.

Βιώσιμες Πρακτικές για Τουριστικές Επιχειρήσεις

Περιβαλλοντικές πρακτικές

⇒ Μείωση χρήσης πλαστικού και υλικών μιας χρήσης.
⇒ Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.
⇒ Διαχείριση αποβλήτων και κομποστοποίηση.
⇒ Ανακύκλωση γυαλιού.

Ενεργειακή αποδοτικότητα

⇒ Χρήση έξυπνων συστημάτων για τον έλεγχο της κατανάλωσης ενέργειας.
⇒ Ανακαίνιση με βιώσιμα υλικά.

Βιωσιμότητα και Τοπική Ανάπτυξη

Ο ρόλος της τοπικής κοινότητας στη βιωσιμότητα

⇒ Συμμετοχή της κοινότητας στον τουρισμό.
⇒ Δημιουργία συνεργασιών με τοπικούς παραγωγούς.

Προώθηση τοπικής κουλτούρας και παράδοσης

⇒ Ανάδειξη τοπικών προϊόντων και δραστηριοτήτων.
⇒ Οικονομική ενίσχυση των τοπικών επιχειρήσεων.

Παραδείγματα επιτυχημένων τοπικών δράσεων

⇒ Μελέτες περίπτωσης από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Μάρκετινγκ και Προβολή Βιώσιμων Πρακτικών

Προώθηση της βιωσιμότητας ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

⇒ Δημιουργία αφηγήσεων (storytelling) γύρω από βιώσιμες πρακτικές.
⇒ Χρήση πράσινων πιστοποιήσεων για την προσέλκυση επισκεπτών.

Ψηφιακά εργαλεία για τη βιωσιμότητα

⇒ Προβολή των βιώσιμων δράσεων μέσα από τα Social media.
⇒ Δημιουργία ενημερωτικών ιστοσελίδων και σχετικού περιεχομένου.

Καινοτομία και Τεχνολογία για Βιώσιμες Πρακτικές

Νέες τεχνολογίες για τη βιωσιμότητα

⇒ Εφαρμογές IoT (Internet of Things) για την παρακολούθηση πόρων.
⇒ Εξοπλισμός χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας.

Καινοτομία στις βιώσιμες εμπειρίες

⇒ Εικονικές περιηγήσεις (VR) και ψηφιακές εμπειρίες.
⇒ Χρήση τεχνολογιών Blockchain για διαφάνεια και πιστοποίηση.

Μελλοντικές τάσεις στη βιωσιμότητα

⇒ Εξατομικευμένες εμπειρίες με έμφαση στη βιωσιμότητα.
⇒ Ανάπτυξη αγροτουριστικών δράσεων.

Χρηματοδότηση και Εφαρμογή Βιώσιμων Πρακτικών

Πηγές χρηματοδότησης για βιώσιμα έργα
- ⇒ Ευρωπαϊκά προγράμματα (ΕΣΠΑ, LEADER, LIFE).
- ⇒ Εθνικές επιδοτήσεις και δάνεια για «πράσινες» επιχειρήσεις.

Εργαλεία και πόροι για βιώσιμες δράσεις
- ⇒ Πρακτικοί οδηγοί και εργαλεία για την εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών.
- ⇒ Εκπαίδευση και κατάρτιση προσωπικού.

Οικονομικά οφέλη από τη βιωσιμότητα
- ⇒ Μείωση κόστους και ενίσχυση της φήμης.

Εργαστήρια και Βιωματική Μάθηση

Ανάλυση μελετών περίπτωσης
- ⇒ Παρουσίαση επιτυχημένων επιχειρήσεων με βιώσιμες πρακτικές.
- ⇒ Τι μπορούμε να μάθουμε από αυτές.

Δημιουργία βιώσιμου πλάνου δράσης
- ⇒ Ομαδικό εργαστήριο: Σχεδιασμός βιώσιμων δράσεων για επιχειρήσεις.

Προσομοίωση εφαρμογής πρακτικών
- ⇒ Εφαρμογή βιώσιμων πρακτικών σε υποθετικά σενάρια.

Περιήγηση σε βιώσιμες εγκαταστάσεις
- ⇒ Επιτόπια εκπαίδευση σε επιχειρήσεις που εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές.

DIGITAL MARKETING & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Εισαγωγή στο Digital Marketing

Τι είναι το Digital Marketing;
- ⇒ Βασικές αρχές και διαφορές από το παραδοσιακό marketing.
- ⇒ Ο ρόλος του ψηφιακού marketing στις τουριστικές και οινοτουριστικές επιχειρήσεις.

Η σημασία του Digital Marketing για το κοινό-στόχο
- ⇒ Προφίλ πελατών και online συμπεριφορά.
- ⇒ Ανάλυση των κύριων καναλιών επικοινωνίας (social media, email, ιστοσελίδες).

Βασικοί στόχοι Digital Marketing
- ⇒ Αύξηση προβολής.
- ⇒ Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας (brand awareness).
- ⇒ Αύξηση πωλήσεων και κρατήσεων.

Δημιουργία Ψηφιακής Στρατηγικής

Ανάλυση της αγοράς
- ⇒ Κατανόηση του ανταγωνισμού.
- ⇒ Καθορισμός στόχων marketing (SMART Goals).

Διαμόρφωση Πλάνου Digital Marketing
- ⇒ Στρατηγικές για αύξηση της επισκεψιμότητας.
- ⇒ Συνδυασμός οργανικής και πληρωμένης προβολής.

Διαχείριση και παρακολούθηση επιδόσεων

⇒ Χρήση KPIs (Δείκτες Απόδοσης) για αξιολόγηση.
⇒ Προσαρμογή στρατηγικής βάσει δεδομένων.

Δημιουργία Περιεχομένου

Η σημασία του περιεχομένου (Content Marketing)

⇒ Δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου.
⇒ Content types: άρθρα, φωτογραφίες, βίντεο, stories.

Storytelling: Η δύναμη της αφήγησης

⇒ Πώς να αφηγηθείτε την ιστορία του οινοποιείου, της περιοχής ή της επιχείρησης.
⇒ Παραδείγματα επιτυχημένου storytelling στον τουρισμό και δη στον οινοτουρισμό.

Φωτογραφία και βίντεο

⇒ Πώς να δημιουργείτε υψηλής ποιότητας οπτικό περιεχόμενο.
⇒ Βασικές αρχές φωτογραφίας και κινηματογράφησης που στοχεύουν στην προώθηση.

Χρήση Social Media

Επιλογή σωστής πλατφόρμας

⇒ Facebook: Για στοχευμένη διαφήμιση.
⇒ Instagram: Προώθηση οπτικού περιεχομένου και lifestyle.
⇒ TikTok: Προσέγγιση νεότερου κοινού.
⇒ LinkedIn: Επαγγελματική δικτύωση και συνεργασίες.

Δημιουργία και διαχείριση λογαριασμών

⇒ Οργάνωση ημερολογίου αναρτήσεων.
⇒ Βασικές δεξιότητες διαχείρισης κοινού και αλληλεπίδρασης.

Διαφήμιση στα Social Media

⇒ Δημιουργία διαφημιστικών καμπανιών (Facebook Ads, Instagram Ads).
⇒ Στοχευμένη προβολή σε συγκεκριμένα κοινά.

Email Marketing

Η αξία του Email Marketing

⇒ Καλλιέργεια σχέσης με το κοινό.
⇒ Προώθηση ειδικών προσφορών και εκδηλώσεων.

Δημιουργία λίστας επαφών

⇒ Συλλογή email με νόμιμο τρόπο (GDPR).
⇒ Διατήρηση ενεργών χρηστών.

Σχεδιασμός email campaigns

⇒ Δημιουργία ελκυστικών θεμάτων και περιεχομένου.
⇒ Αξιοποίηση εργαλείων όπως το Mailchimp ή το HubSpot.

SEO (Search Engine Optimization)

Τι είναι το SEO και γιατί είναι σημαντικό;

⇒ Πώς οι χρήστες αναζητούν πληροφορίες στο διαδίκτυο.
⇒ Κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης (Google).

Βασικές τεχνικές SEO

⇒ Έρευνα λέξεων-κλειδιών.

⇒ Δημιουργία SEO-friendly περιεχομένου.
⇒ Τεχνικές βελτιστοποίησης ιστοσελίδας (ταχύτητα, mobile-friendly design).

Τοπικό SEO
⇒ Προώθηση επιχειρήσεων σε τοπικές αγορές.
⇒ Δημιουργία και διαχείριση του προφίλ Google My Business.

Διαφήμιση με Πληρωμένα Μέσα (Paid Media)

Google Ads
⇒ Δημιουργία καμπανιών αναζήτησης.
⇒ Προώθηση τοπικών και διεθνών επισκεπτών.

Social Media Ads
⇒ Πώς να σχεδιάσετε καμπάνιες για Facebook, Instagram, LinkedIn.
⇒ Παρακολούθηση αποτελεσμάτων (ROI, CTR).

Remarketing
⇒ Στρατηγικές για την επαναπροσέγγιση επισκεπτών.

Online Διαχείριση Φήμης

Η σημασία της διαδικτυακής φήμης
⇒ Διαχείριση αξιολογήσεων (TripAdvisor, Google Reviews).
⇒ Χειρισμός θετικών και αρνητικών σχολίων.

Αξιοποίηση UGC (User-Generated Content)
⇒ Ενθάρρυνση επισκεπτών να μοιράζονται τις εμπειρίες τους.
⇒ Προώθηση μέσω αναρτήσεων πελατών.

Προστασία από το φαινόμενο του Greenwashing
⇒ Αυθεντικότητα και διαφάνεια στις πρακτικές.

Ανάλυση Δεδομένων και Παρακολούθηση Απόδοσης

Χρήση αναλυτικών εργαλείων
⇒ Google Analytics: Παρακολούθηση επισκεψιμότητας.
⇒ Insights από τα social media.

Μετρήσιμα αποτελέσματα
⇒ Ανάλυση KPIs (π.χ. αλληλεπιδράσεις, μετατροπές, πωλήσεις).
⇒ Βελτιστοποίηση καμπανιών βάσει δεδομένων.

Αναφορά αποτελεσμάτων
⇒ Παρουσίαση προόδου στους stakeholders.

Πρακτική Εφαρμογή και Εργαστήρια

Εργαστήριο Δημιουργίας Περιεχομένου
⇒ Σχεδιασμός post για social media.
⇒ Δημιουργία μικρού βίντεο ή καμπάνιας email.

Σχεδιασμός Digital Strategy
⇒ Εργασία σε ομάδες για τη δημιουργία μιας στρατηγικής digital marketing.

Αξιολόγηση και Ανατροφοδότηση
⇒ Παρουσίαση των εργασιών και σχολιασμός από τους συμμετέχοντες.

9.3 Ενδεικτικό περιεχόμενο θεματικών ενοτήτων

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 1
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο οινοτουρισμός είναι ένα σύνολο υπηρεσιών και προϊόντων που σχετίζονται με τα κρασιά και περιλαμβάνει ένα σύνολο βασικών, πρόσθετων και συναφών υπηρεσιών (πχ. ξενοδοχεία, wine pubs, bars, αίθουσες οινογευσίας, εμπόριο οινογαστρονομικών αναμνηστικών ειδών, διοργάνωση φεστιβάλ και εκθέσεων με θέμα τον οίνο κ.λπ.). Η οικονομική και κοινωνική επίδραση αυτού του είδους τουρισμού είναι σημαντική, αλλά ο υπολογισμός του είναι αρκετά περίπλοκος, καθώς υπάρχουν πολλοί παράγοντες που προσθέτουν οφέλη σε μια συγκεκριμένη περιοχή.

Η τοπική οινοπαραγωγή: Η περιοχή όπου παράγεται ένα κρασί παίζει καθοριστικό ρόλο στον καθορισμό της γεύσης, της ποιότητας και του στυλ του. Παράγοντες όπως το κλίμα, η σύνθεση του εδάφους και το υψόμετρο, συμβάλλουν στο terroir ενός κρασιού και στην «αίσθηση» του τόπου. Συνεπώς, όταν ένας επισκέπτης δοκιμάζει ένα τοπικό κρασί βιώνει μια ξεχωριστή έκφραση του μοναδικού περιβάλλοντος και του πολιτισμού της περιοχής στο οποίο παράγεται. Για τον λόγο αυτό ο οινοτουρισμός είναι μία εμπειρία που φέρει τον επισκέπτη όχι μόνο κοντά στο τοπικό κρασί, αλλά και στην τοπική κουλτούρα του τόπου.

Σε αυτό το πλαίσιο είναι σημαντικό να εξεταστεί η τοπικότητα:

- Ως κριτήριο επιλογής για τον επισκέπτη και
- Ως εργαλείο αξιοποίησής της από τους εμπλεκόμενους του κλάδου και τους φορείς τοπικής ανάπτυξης.

Η ανάδειξη της ιστορίας και του πολιτισμού ενός τόπου μέσα από το κρασί μπορεί να υλοποιηθεί με πολλούς τρόπους και μπορεί να επιφέρει οικονομικά οφέλη όχι μόνο στους επιχειρηματίες του οινοτουρισμού αλλά και σε όλη την τοπική κοινότητα εάν αξιοποιηθεί στρατηγικά από τους τοπικούς φορείς.

Οινικοί προορισμοί είναι μέρη ή περιοχές που αποτελούν τον κύριο σκοπό των τουριστικών ταξιδιών και παίζουν αποφασιστικό ρόλο για την απόφαση πραγματοποίησης ενός οινικού ταξιδιού. Το οινικό ταξίδι αυτό καθ' αυτό περιλαμβάνει τουλάχιστον επισκέψεις σε οινοποιεία ή αμπελώνες. Καθώς οι αμπελώνες βρίσκονται στην ύπαιθρο, ο οινοτουρισμός εμπεριέχει στοιχεία αγροτουρισμού. Οινοτουρίστες μπορεί να είναι αμπελουργοί, οινογνώστες, προμηθευτές προϊόντων οίνου σε εστιατόρια – για αυτούς ο οινοτουρισμός είναι επιχειρηματικός τουρισμός, διότι ο σκοπός του, για παράδειγμα, είναι η εξεύρεση καλύτερων συνθηκών για την αμπελοκαλλιέργεια, η υιοθέτηση εμπειριών για την παραγωγή ή στοιχείων φιλοξενίας που παρουσιάζουν ενδιαφέρον, η κοστολόγηση της αγοράς προϊόντων κ.λπ.

Ο μέγιστος αριθμός περιοχών προς επίσκεψη και κατανάλωση τουριστικών υπηρεσιών είναι δύσκολο να προβλεφθεί, καθώς στις τουριστικές δραστηριότητες ενυπάρχει πάντα ο απρόβλεπτος παράγοντας του αυθορμητισμού κατά τη λήψη των τουριστικών αποφάσεων: παράταση παραμονής με διανυκτέρευση, αγορά όχι μόνο κρασιού αλλά και άλλων γαστρονομικών προϊόντων, συμμετοχή σε φωτογράφιση, βόλτες στους αμπελώνες. Ως εκ τούτου, ο ορισμός του «οινικού προορισμού» σχετίζεται πρωτίστως με τις περιοχές του οινοτουρισμού, το πώς προσεγγίζουν τους τουρίστες και πόσο δημοφιλείς είναι, αναλόγως

των τουριστικών επιθυμιών, ευκαιριών και αφοσίωσης. Η ελκυστικότητα ή η θελκτικότητα του προορισμού, ενισχύει το κοινωνικοοικονομικό καθεστώς των περιοχών και των χωρών. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του οινοτουρισμού μπορεί να είναι δημογραφικοί, κοινωνικοί, πολιτιστικοί, επιστημονικοί και τεχνικοί κ.λπ. αλλά μπορεί και να εξαρτώνται από τη φύση ή τις κλιματολογικές συνθήκες (συμπεριλαμβανομένου του εδάφους), τη νομοθεσία (όσον αφορά τον εντοπισμό και τον έλεγχο της προέλευσης του οίνου και τον προσδιορισμό της ποιότητάς του) κ.λπ.

Διεθνής ανάπτυξη οινοτουρισμού: Η διαχείριση του προορισμού στον οινοτουρισμό έχει επιτυχημένη ιστορική εμπειρία. Στις περισσότερες χώρες του κόσμου, η διαχειριστική λειτουργία εκτελείται από ενώσεις (συμπεριλαμβανομένων των ενώσεων οινοπαραγωγών ή τουριστικών εκπροσώπων), από εθνικούς και από τοπικούς οργανισμούς διαχείρισης τουριστικών προορισμών.

Ο γερμανικός οινοτουρισμός, εκτός από μια πλούσια ιστορία και αφηγήσεις για τον οίνο, την οινική κουλτούρα, τα τοπία και τη φιλοξενία, προσφέρει στους τουρίστες καστροτουρισμό (συνοδεία οινογευσίας), ποδηλασία, πεζοπορία και βόλτες στους αμπελώνες, θαλάσσιο σκι, πέταγμα χαρταετού, θεραπείες ευεξίας, εκδρομές με περιηγήσεις στα αξιοθέατα. Σε κάθε γερμανική οινική περιοχή υπάρχουν πολλές ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις, φεστιβάλ κρασιού, ιστορικά μνημεία και καταφύγια στη φύση.

Η χώρα που ίδρυσε τον πρώτο συνεταιρισμό αμπελουργών (1868) παγκοσμίως αντιπροσωπεύει σήμερα μια μεγάλη ποικιλία raccoon, μουσεία, κέντρα παραγωγής οίνου, σύγχρονες εγκαταστάσεις διαδραστικές και ιστορικές. Επίσης διοργανώνει διάφορες εκδηλώσεων και θεάματα, όπως την «Εβδομάδα Riesling». Σήμερα, ο γερμανικός οινοτουρισμός υπάρχει σε ένα υψηλό επίπεδο χάρη στη σκληρή δουλειά των ενώσεων και των συνεταιρισμών και παρέχει άνεση και προσβασιμότητα, δεν καλύπτει μόνο τα ταξίδια σε αγροτικές περιοχές, αλλά και επισκέψεις σε εστιατόρια, bar, club κλπ.

Ο γαλλικός οινοτουρισμός είναι σίγουρα μια ελκυστική δραστηριότητα τόσο για τους καταναλωτές όσο και τους διοργανωτές. Οι ιστορικές συνθήκες που οδήγησαν στην ανάπτυξή του έχουν εξελιχθεί με τέτοιον τρόπο ώστε όλο και περισσότεροι Γάλλοι οινοποιοί να καλούνται να αντιμετωπίσουν τους οινοποιούς του Νέου Κόσμου, αλλά και να διατηρήσουν τα ηνία που ήδη κατέχουν. Το «γαλλικό παράδοξο» κατέστησε αποτελεσματική τη μετριοπαθή κατανάλωση κρασιού, απέδειξε την ποιότητα και την επιτήδευση της γαλλικής γαστρονομίας, ενώ οι οινικές περιοχές άνοιξαν τις πόρτες τους σε όλους τους επισκέπτες (1991). Έτσι, στα τέλη του 20ου αιώνα, οι περισσότερες αίθουσες οινογευσίας και οι κάβες δέχονταν επισκέπτες και πραγματοποιούσαν δωρεάν οινογευσίες, ενώ ήταν ανοιχτοί και οι υπαίθριοι χώροι για κατανάλωση κρασιού όλο το εικοσιτετράωρο. Μαζί με κρασί, οι οινοποιοί πρόσφεραν τυριά, οινοπνευματώδη και κοκτέιλ, ενώ η διαμόρφωση πρόσθετων υπηρεσιών που προσφέρονται από άλλα είδη τουρισμού ενίσχυσε την οικονομική αποδοτικότητα του οινοτουριστικού κλάδου στη Γαλλία: τα οινοτουριστικά αξιοθέατα συνέδεσαν καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (επισκέψεις σε γκαλερί, ζωγραφική στην ύπαιθρο), αθλήματα (αγώνες ποδηλασίας βουνού, γκολφ, λεμβοδρομίες).

Η ανάπτυξη του οινοτουρισμού σε πολλές αμπελουργικές χώρες του κόσμου συνδέεται με την ανάπτυξη των οινικών διαδρομών. Οι οινικές διαδρομές ως τουριστικό προϊόν δεν βασίζεται αποκλειστικά και μόνο στο ενδιαφέρον για το κρασί. Η κατάκτησή τους βασίζεται στην αναζήτηση ελκυστικών τερέν, τοπίων αμπελώνων, αρχιτεκτονικών μνημείων, ειδυλλιακών χωριών, κάστρων, πύργων, οινοποιείων, πολλών νέων γεύσεων και αισθήσεων κατά την οινογευσία και την απόλαυση άλλων τοπικών προϊόντων. Οι οινικές διαδρομές είναι μία σειρά από σημάνσεις σε οινικούς προορισμούς. Ο σκοπός αυτών των σημάνσεων είναι να υποδείξουν την κατεύθυνση και την ασφαλή διάνυση της απόστασης από τοποθεσία σε τοποθεσία. Οι σημάνσεις τοποθετούνται κατά μήκος της διαδρομής, ενώ εκτός από αυτές οι διαδρομές μπορεί να διαθέτουν περίπτερα πληροφοριών, οδικά σήματα και βοηθητικές πινακίδες (χώροι διαμονής, νερό, πρατήριο καυσίμων, κατασκήνωση με τα αντίσκηνα, κ.λπ.). Οι διαδρομές αποτυπώνονται συνήθως σε έντυπα ή ηλεκτρονικά μέσα και κάθε χώρα ή περιοχή όταν αναπτύσσει τουριστικές διαδρομές καθορίζει τους δικούς της κανόνες σήμανσης.

Τα κύρια αποτελέσματα της ανάπτυξης του οινοτουρισμού είναι τα ακόλουθα:

- συνεργειακό αποτέλεσμα της ανάπτυξης άλλων ειδών τουρισμού: πολιτιστικός και μορφωτικός ή γνωστικός, ψυχαγωγία και υγεία, αγροτικός, οικολογικός και αγροτουρισμός, αθλητικός, φωτογραφικός, ψυχαγωγία και φεστιβάλ, επιχειρηματικός και επιστημονικός,
- ενίσχυση της επικοινωνίας μεταξύ όσων ενδιαφέρονται για τον οινοτουρισμό, συγκερασμός συμφερόντων για λόγους ενότητας προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της παραγωγικής ανάπτυξης,
- ενίσχυση της φήμης περιοχών, εντατικοποίηση των τουριστικών ροών,
- αύξηση των πωλήσεων κρασιού και άλλων γαστρονομικών προϊόντων,
- αύξηση της απασχόλησης, του εισοδήματος ιδιοκτητών και εργαζομένων,
- πρόοδος στην εκπαίδευση και την κατάρτιση, ανάδυση νέων ειδών απασχόλησης και επαγγελμάτων σε μια δεδομένη περιοχή, βελτίωση των οικονομικών συνθηκών,
- βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, του κρασιού και συναφών προϊόντων.

Οινοτουριστική διαχείριση: είναι ένα σύστημα διαχείρισης των κλάδων του οίνου και του τουρισμού, η ικανότητα επίτευξης του στόχου (κέρδους), χρησιμοποιώντας την εργασία, την ευφυΐα, τον χαρακτήρα, τα κίνητρα των εργαζομένων σε αυτούς τους κλάδους, την τέχνη της λήψης διαχειριστικών αποφάσεων, καθώς και την κοινωνικο-οικονομική και τεχνική διαδικασία, κατά την οποία χρησιμοποιούνται ορθολογικά οι πόροι, με έμφαση στην αποτελεσματική ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Κάθε επιχείρηση μπορεί να αποφασίσει να διατηρήσει και να αυξήσει το υπάρχον τουριστικό δυναμικό, να παρέχει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την οργάνωση των τουριστικών υπηρεσιών. Ωστόσο, η εντατικοποίηση της βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών σε μεγάλη κλίμακα και η επίτευξη ενός συνεργειακού αποτελέσματος μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τον συντονισμό των ενεργειών άλλων συμμετεχόντων στην ανάπτυξη προορισμών.

Οι τοπικοί/περιφερειακοί οργανισμοί διαχείρισης και συντονισμού έχουν την δυνατότητα να μετατρέψουν τις ιδέες μεμονωμένων επιχειρηματιών σε ανταγωνιστικές υπηρεσίες ή προϊόντα ποιότητας. Η τροχιά της οινοποιητικής ανάπτυξης ενός συγκεκριμένου

προορισμού και η μετατροπή του από παραγωγό σε τουριστική περιοχή απλοποιούνται σε σημαντικό βαθμό από τις ενοποιημένες δράσεις άλλων οινοποιείων. Συνέδρια, φόρουμ, εκθέσεις κ.λπ. αποτελούν ένα ισχυρό εργαλείο για τον σκοπό αυτό. Μαζί με τη διαχείριση προορισμών, ο σημαντικός ρόλος των οργανισμών διαχείρισης αναδεικνύεται στον τομέα του μάρκετινγκ. Οι οργανισμοί μάρκετινγκ προορισμού διαφημίζουν τον προορισμό ως ελκυστικό μέρος για ταξίδια. Η διαχείριση και το μάρκετινγκ προορισμού είναι οι διαδικασίες συγκερασμού των αναγκών του επισκέπτη ή του καταναλωτή (ζήτηση) με τα προϊόντα ή την εμπειρία (προσφορά).

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού αναρωτηθείτε:

- ποιος είναι ο πελάτης σας, έχει την επιθυμία και τη δυνατότητα, εκτός από την αγορά κρασιού, να διανυκτερεύσει, για οινογευσία, για ένα φεστιβάλ κτλ;
- πώς έφτασε σε αυτόν τον προορισμό, γιατί επέλεξε αυτήν την περιοχή, τι εμπειρία αναζητούσε;
- ποιος είναι ο βασικός ενδιαφερόμενος εκτός από εσάς για την ανάπτυξη αυτού του προορισμού;
- είναι έτοιμοι άλλοι επιχειρηματίες να γίνουν συνεργάτες σας;
- γιατί ο προορισμός σας να αποκαλείται «οινοτουριστικός προορισμός»;
- είστε εσείς και οι συνεργάτες σας έτοιμοι να προσαρμόσετε τις αξίες σας στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των τουριστών;
- έχετε αρκετές γνώσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα του προορισμού;
- είστε έτοιμοι να προβλέψετε την εποχικότητα στον οινοτουρισμό και να προσφέρετε στους εργαζομένους άλλες θέσεις εργασίας κατά τη διάρκεια του έτους, του μήνα, της εβδομάδας;

Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει τους εξής τύπους οινοτουριστικής διαχείρισης:

- η κατανομή πόρων συνδυάζει την κατανομή περιορισμένων και σπάνιων πόρων του οργανισμού (κεφάλαια, τεχνολογική εμπειρία, εξειδικευμένο προσωπικό οινοτουρισμού).
- η προσαρμογή στο εξωτερικό περιβάλλον καλύπτει όλες τις στρατηγικές δράσεις που βελτιώνουν τις σχέσεις των οινοποιείων και των τουριστικών οργανισμών με το εξωτερικό περιβάλλον.
- ο εσωτερικός συντονισμός είναι ο συντονισμός των δραστηριοτήτων των οινοτουριστικών οργανισμών προκειμένου να επιτευχθεί αποτελεσματική ενοποίηση των εσωτερικών λειτουργιών.
- η οργανωτική στρατηγική πρόβλεψη στοχεύει στη συστηματική ανάπτυξη του τρόπου σκέψης των υπεύθυνων οινοτουρισμού,

Η αξιολόγηση της οικονομικής αποδοτικότητας της διαχείρισης του κλάδου του οίνου και του τουρισμού γίνεται με τη χρήση δεικτών όπως της κερδοφορίας και της σταθερότητας.

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 2
ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ & ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο οινοτουρισμός δεν περιλαμβάνει απλώς την επίσκεψη σε οινοποιεία και την αγορά κρασιού, αλλά είναι το αποκορύφωμα μιας σειράς μοναδικών εμπειριών που αποτελούνται

από: το περιβάλλον, τον τοπικό πολιτισμό, την αρχιτεκτονική, τις τοπικές εκδηλώσεις, την τοπική κουζίνα και το κρασί. Αυτό το πακέτο πολιτιστικών, γαστρονομικών και πρόσθετων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, με το κρασί ως βασικό θέμα της επίσκεψης, μπορεί να αποτελέσει την ιδανική αλυσίδα αξίας προϊόντων/υπηρεσιών οινοτουρισμού.

Ως μέρος των τοπικών τουριστικών δραστηριοτήτων, υπάρχει μια ποικιλία επιλογών που σχετίζονται με το κρασί για τους επισκέπτες (συμπεριλαμβάνοντας το φαγητό, τα τοπία και τις πολιτιστικές δραστηριότητες) όπως:

- η επίσκεψη σε αμπελώνες,
- οι επισκέψεις σε οινοποιεία,
- η γευσιγνωσία κρασιού
- η απόλαυση του κρασιού στον τόπο προέλευσής του,
- η επίσκεψη σε φεστιβάλ κρασιού και αγορές κρασιού,
- η αναβίωση των χαρακτηριστικών μιας αμπελουργικής περιοχής.

Από την πλευρά των παρόχων (επιχειρήσεων), ο οινοτουρισμός είναι κάτι πολύ περισσότερο από αυτό. Από οικονομικής άποψης, δύο είναι οι βασικοί λόγοι για τους οποίους οι αμπελουργικές επιχειρήσεις ασχολούνται με τον οινοτουρισμό:

- Μέσο άμεσου μάρκετινγκ για την αύξηση της προστιθέμενης αξίας του αμπελοοινικού προϊόντος μέσω απευθείας πωλήσεων.
- Μέσο έμμεσου μάρκετινγκ για την αύξηση της ευαισθητοποίησης του οινοποιείου και την υποστήριξη των έμμεσων πωλήσεων.

Μία συνολική οινική εμπειρία περιλαμβάνει 10 χαρακτηριστικά ως εξής:

- γευσιγνωσία και αγορά κρασιού
- κοινωνικοποίηση με φίλους
- απόλαυση σε εξωτερικούς χώρους
- απόλαυση του αγροτικού περιβάλλοντος και των αμπελώνων
- εξοικείωση με την παραγωγή κρασιού
- μάθηση για το κρασί
- γευσιγνωσία κρασιού σε εστιατόρια
- ξενάγηση στο οινοποιείο
- εμπειρία επισκεπτών από άλλα αξιοθέατα και δραστηριότητες
- χαλάρωση

Η εμπειρία του οινοτουρισμού είναι μια πλήρης αισθητηριακή εμπειρία, όπου μπορούμε να βρούμε τις πέντε αισθήσεις ως εξής:

- Γεύση: κρασιά, τοπική κουζίνα, φρέσκα σταφύλια και άλλα τοπικά προϊόντα.
- Μυρωδιά: η γη και τα σταφύλια, ο καθαρός αέρας της υπαίθρου, η ζύμωση κρασιού, τα κελάρια όπου παλαιώνει το κρασί, το μαγείρεμα, τα βότανα από τον κήπο.
- Άγγιγμα: από την ερμηνεία των διαδικασιών παραγωγής κρασιού, το μπουκάλι και το ποτήρι, το μαγείρεμα με κρασί και μάζεμα σταφυλιών.
- Όραση: οι αμπελώνες, η τοπική αρχιτεκτονική, οι άνθρωποι που διασκεδάζουν, παραδοσιακά φεστιβάλ και χρώματα κρασιού.
- Ακρόαση: εμφιάλωση, άνοιγμα μπουκαλιού κρασιού, εορταστική μουσική, εξοπλισμός παραγωγής κρασιού και μαγείρεμα – κουζίνα.

Ο οινοτουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει μία ή και περισσότερες εμπειρίες όπως:

Ξεναγήσεις σε οινοποιεία και αμπελώνες

- Περιηγήσεις στους αμπελώνες με οδηγό που εξηγεί τη διαδικασία καλλιέργειας, το terroir και την ιστορία της περιοχής.
- Ξεναγήσεις στους χώρους παραγωγής, όπου οι επισκέπτες παρακολουθούν ή ενημερώνονται για τα στάδια παραγωγής του κρασιού (από τη συγκομιδή μέχρι την εμφιάλωση).
- Περιηγήσεις σε οινοποιεία ή αρχιτεκτονικά σημαντικούς χώρους που συνδέονται με την ιστορία του κρασιού.

Γευσιγνωσία κρασιών (Wine Tasting)

- Δοκιμές κρασιού με την καθοδήγηση έμπειρων σομελιέ, οι οποίοι εκπαιδεύουν τους επισκέπτες στη σωστή διαδικασία γευσιγνωσίας και τους βοηθούν να αναγνωρίσουν αρώματα και γεύσεις, αλλά και τους συστήνουν ποικιλίες κρασιού, ενισχύοντας τη διάδοση της οινικής ταυτότητας του τόπου.
- Θεματικές γευσιγνωσίες (π.χ. γευσιγνωσία συγκεκριμένης ποικιλίας, κάθετες γευσιγνωσίες κ.ο.κ.).

Γαστρονομικές εμπειρίες

- Συνδυασμός κρασιού και φαγητού (wine and food pairing), όπου τοπικά εδέσματα σερβίρονται μαζί με τα κατάλληλα κρασιά, εξιστορώντας ταυτόχρονα πληροφορίες και ιστορίες για το κρασί και το φαγητό.
- Μαθήματα μαγειρικής που βασίζονται σε τοπικά προϊόντα, δίδοντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να μάθουν τρόπους παρασκευής και να τις συνδυάσουν με τοπικά κρασιά.

Εκπαίδευση και σεμινάρια οινογνωσίας

- Σεμινάρια γευσιγνωσίας και κατανόησης του κρασιού, τα οποία απευθύνονται τόσο σε αρχάριους όσο και σε πιο έμπειρους καταναλωτές.
- Workshops και εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με την οινοποίηση, τη βιολογική ή βιοδυναμική καλλιέργεια αμπέλων και τη δημιουργία των δικών τους blends (μίξεις κρασιών).

Προϊόντα ευεξίας και χαλάρωσης

- Υπηρεσίες οινοθεραπείας (wine spa), όπου χρησιμοποιούνται προϊόντα που προέρχονται από σταφύλια και κρασί, με σκοπό την περιποίηση ή/και χαλάρωση των επισκεπτών.
- Χώροι διαμονής σε αμπελώνες ή οινοποιεία (wine resorts), που προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες χαλάρωσης σε ένα περιβάλλον που σχετίζεται με το κρασί (θέα σε αμπελώνες κ.ο.κ.).

Εκδηλώσεις στο πλαίσιο του τρύγου (Harvesting Fests)

- Δραστηριότητες που επιτρέπουν στους επισκέπτες να συμμετέχουν στη διαδικασία συγκομιδής σταφυλιών, δίνοντάς τους την ευκαιρία να βιώσουν την εμπειρία του τρύγου.
- Εκδηλώσεις εορτασμού της συγκομιδής (τρύγου), όπου οι επισκέπτες μπορούν να

συμμετάσχουν στη διαδικασία του τρύγου, αλλά και σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Θεματικές διαδρομές κρασιού (Wine Routes)

- Οργάνωση περιηγήσεων που συνδέουν οινοποιεία και αμπελώνες με σημεία πολιτιστικού, ιστορικού ή φυσικού ενδιαφέροντος της περιοχής.
- Διαδρομές με επίκεντρο την οινοτουριστική εμπειρία, που προσφέρουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα να ανακαλύψουν διαφορετικά οινοποιεία, αλλά και τις τοπικές ποικιλίες.

Πολιτιστικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις

- Φεστιβάλ κρασιού, συναυλίες και καλλιτεχνικές εκθέσεις που διοργανώνονται σε οινοποιεία και αμπελώνες, συνδυάζοντας τον πολιτισμό με την οινοτουριστική εμπειρία.
- Εκδηλώσεις που αναδεικνύουν την τοπική παράδοση και τη σύνδεσή της με την παραγωγή κρασιού, όπως θεματικά δείπνα, εκθέσεις τέχνης, τοπικά πανηγύρια κ.α.

Αγορές τοπικών προϊόντων και αναμνηστικά

- Wine shops ή boutiques μέσα στα οινοποιεία, όπου οι επισκέπτες μπορούν να αγοράσουν κρασιά, τοπικά προϊόντα (π.χ., ελαιόλαδο, τυριά) και αναμνηστικά που αφορούν τον οίνο.
- Παροχή της δυνατότητας αγοράς κρασιού σε ειδικές συσκευασίες ή συλλεκτικές εκδόσεις.

Ειδικές προσφορές και προγράμματα για επισκέπτες

- Πακέτα διαμονής που περιλαμβάνουν διανυκτερεύσεις σε καταλύματα οινοποιείων σε συνδυασμό με γευσιγνωσίες και άλλες δραστηριότητες.
- Οργάνωση ιδιωτικών ή VIP ξεναγήσεων, προσφέροντας στους επισκέπτες εξατομικευμένες υπηρεσίες για μια πιο προσωπική εμπειρία.

Στον κλάδο του κρασιού, πολλές επιχειρήσεις έχουν διαφοροποιηθεί στον τουρισμό εκτός από την κύρια δραστηριότητά τους. Προσφορές υπηρεσιών όπως υλοποίηση ή φιλοξενία εκδηλώσεων (συνεδρίων, εκθέσεων, κοινωνικών, εταιρικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων κτλ.) έχουν μετατρέψει τα οινοποιεία σε μια επιχειρηματική μονάδα. Το κρασί χρησιμεύει ως μέσο για την προσέλκυση πελατών στις εκδηλώσεις με σκοπό τη δημιουργία πρόσθετου εισοδήματος.

Αυτά τα στοιχεία τουρισμού αποτελούν μια στρατηγική επιχειρηματική μονάδα εντός της εταιρείας με ξεχωριστούς στόχους πωλήσεων και κέρδους που μπορούν να καθοριστούν ανεξάρτητα από τις άλλες επιχειρηματικές μονάδες της εταιρείας.

Εκτός των προσφερόμενων οινοτουριστικών της εμπειριών, η **οινοτουριστική μονάδα** καλείται να διαμορφώσει τον επισκέψιμό της χώρο (είτε αφορά την κτιριακή της υποδομή είτε το περιβάλλον - αμπελώνα) με τρόπο ώστε να είναι επίσης ελκυστικός στους επισκέπτες και κυρίως να είναι εναρμονισμένος με το τοπίο της περιοχής. Άνεση, ασφάλεια, προσβασιμότητα, χαρακτήρας αισθητικής κτλ.

Ο συνολικός τρόπος προώθησης όλων των ανωτέρω υπηρεσιών, εμπειριών και επισκέψιμων χώρων του οινοποιείου οφείλει να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Σε διαφορετική περίπτωση οι υψηλές προσδοκίες του πελάτη μπορεί να μειώσουν τον βαθμό ικανοποίησής του κατά τη διάρκεια της επίσκεψης. Στην περίπτωση προώθησης ρεαλιστικών «εικόνων» και πληροφοριών, ο επισκέπτης δεν αναμένει τίποτα περισσότερο από αυτό που του έχει ήδη προβληθεί και επομένως διασφαλίζεται η εικόνα που έχει σχηματίσει για την ίδια την επιχείρηση.

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 3
ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ - ΟΦΕΛΗ

Ένα επισκέψιμο οινοποιείο οφείλει να προσφέρει μία θετική εμπειρία στον επισκέπτη κερδίζοντας με αυτό τον τρόπο την αφοσίωσή του. Η αφοσίωση των οινοτουριστών και η αύξηση του αριθμού τους οδηγεί στην αύξηση των εισοδημάτων των οινοπαραγωγών, των τουριστικών επιχειρήσεων και όσων περιβάλλουν τον οινοτουρισμό. Από αυτή την αφοσίωση (σε επίπεδο συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας) εξαρτάται:

- η πιθανότητα ο τουρίστας να πραγματοποιήσει επαναλαμβανόμενες επισκέψεις αν θα αυξηθούν οι ημέρες παραμονής στην τοποθεσία,
- η ένταση της διάδοσης των εμπειριών που βίωσε ο τουρίστας κατά την παραμονή του.

Η διαχείριση των σχέσεων με τους καταναλωτές (τουρίστες) διασφαλίζει ότι τα οινοποιεία είναι πλήρως προσανατολισμένα στον πελάτη (επισκέπτη), ότι υιοθετείται εξατομικευμένη προσέγγιση στην εξυπηρέτηση, ακόμη και όταν διοργανώνονται ομαδικές περιηγήσεις.

Επειδή ο οινοτουρισμός είναι εν μέρει ένα εργαλείο μάρκετινγκ για τα οινοποιεία, οι οινοπαραγωγοί θέλουν να επιτύχουν το υψηλότερο επίπεδο αφοσίωσης: ο «πλήρως» ικανοποιημένος τουρίστας ενδιαφέρεται για τα κρασιά συγκεκριμένου οινοποιείου, κάνει αγορές που περιλαμβάνουν παραγγελίες με παράδοση κατ' οίκον, κάνει προτάσεις στα μέλη της οικογένειας και σε οικείους, και αντιδρά ελάχιστα στις δραστηριότητες μάρκετινγκ άλλων οινοποιών. Αλλά μια τέτοια αιτιολόγηση του «ιδανικού» τουρίστα είναι περισσότερο θεωρητική. Στην πράξη, ένας πιστός τουρίστας βρίσκεται σε διαδικασία αναζήτησης. Μέσα από αυτήν τη διαδικασία αναζήτησης, αναπτύσσονται οινικές διαδρομές και προορισμοί.

Οινοξεναγός: Αυτό το επάγγελμα αποκτά τη δυναμική του παράλληλα με την ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Οι δεξιότητες ενός επαγγελματία διακρίνονται σε διάφορες ομάδες:

- δεξιότητες προετοιμασίας για τη διεξαγωγή εκδρομών,
- δεξιότητες επίδειξης αντικειμένων οινοποίησης και αμπελουργίας,
- δεξιότητες αφήγησης ιστοριών στις εκδρομές, τεχνικές εκδρομής, δεξιότητες γλωσσικής εθιμοτυπίας, δεξιότητες αλληλεπίδρασης με το κοινό,
- δεξιότητες μετά την εκδρομή, κ.λπ.

Αυτές τις δεξιότητες μπορεί να τις κατέχει ένας υπάλληλος, ένας εκπρόσωπος μιας οικογενειακής οινοπαραγωγικής επιχείρησης, ένας εκπρόσωπος τουριστικού ή εκδρομικού πρακτορείου. Αλλά το κυριότερο είναι ότι πρέπει να είναι λάτρης του οίνου και του τουρισμού.

Η δουλειά ενός οινοξεναγού είναι δημιουργική. Ωστόσο, η δημιουργικότητα μαζί με τη μέριμνα για την άνεση των τουριστών είναι αυτές που κάνουν τη διαφορά και ενισχύουν την αφοσίωση των τουριστών. Με αυτόν τον τρόπο η εμπειρία γίνεται αξιομνημόνευτη και οι προσφερόμενες πληροφορίες μετατρέπονται σε «μηνύματα» για τους επόμενους επισκέπτες (τουρίστες, πελάτες).

Κατάρτιση: Η κατάρτιση σε τόσο ευρείς τομείς όπως η «οινοποίηση» και ο «τουρισμός» δεν σταματά ποτέ. Οι επισκέπτες αισθάνονται ότι οι πιο έμπειροι και οι ικανοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, οι οικογένειες οινοπαραγωγών, οι επαγγελματίες ξεναγοί υψηλού επιπέδου διαθέτουν αυτή την ιδιαίτερη επικοινωνιακή ικανότητα, η οποία αποδίδει κέρδη.

Επιπλέον, η «κατάρτιση» αποτελεί σήμερα μία από τις κύριες τάσεις στον τομέα της παροχής υπηρεσιών - το άνοιγμα σχολών οινολογίας, γαστρονομίας, μαγειρικής σε ελκυστικές τουριστικές περιοχές. Οι εν λόγω πρόσθετες υπηρεσίες προσφέρονται σε μια ελκυστική ατμόσφαιρα οινοτουριστικών περιοχών (συνήθως σε αρχαία κάστρα ή σε σύγχρονα εργοστάσια υψηλής τεχνολογίας) όπου καλούνται να διδάξουν μαθήματα και master class διάσημοι και επιτυχημένοι οινοποιοί, σομελιέ, οινογνώστες, ιδρυτές οινοποιείων, ταξιδιώτες κ.λπ.

Ασφάλεια: Εκτός από το καταρτισμένο προσωπικό και τις ποικίλες παρεχόμενες υπηρεσίες, σημαντική θεωρείται και η ασφάλεια που παρέχεται στον οινοτουιρίστα. Ο έλεγχος των κινδύνων για τον τουρίστα δεν αποτελεί μόνο δουλειά των επιθεωρητών και των ελεγκτών. Ο εσωτερικός έλεγχος κινδύνων βελτιώνει πάντα την ποιότητα των υπηρεσιών, προσεγγίζοντας τα πρότυπα ποιότητας που εφαρμόζονται σε εθνικό και τοπικό επίπεδο.

Η αυτοεξέταση είναι εποικοδομητική και ζωτικής σημασίας. Όσο περισσότερα οργανωτικά στοιχεία υπάρχουν στην περιοχή του οινοτουρισμού, τόσο πιο συχνά και πιο εις βάθος θα πρέπει να γίνεται. Τα κύρια ζητήματα αυτού του ελέγχου θα πρέπει να είναι τα εξής:

- σε επίπεδο παραγωγής - αν η βιομηχανική ζώνη είναι ασφαλής για τους επισκέπτες, πού ακριβώς υπάρχουν επικίνδυνα σημεία, τι πρέπει να γίνει σε περίπτωση ατυχήματος;
- σε επίπεδο εξυπηρέτησης ξενοδοχείου και εστιατορίου - υπάρχουν ασφαλείς χώροι για ξεκούραση, διαμονή, γεύματα, διαλείμματα ξεκούρασης, μετακίνηση επισκεπτών, ποιος θα είναι σε θέση να αντιδράσει γρήγορα και επαγγελματικά σε περίπτωση που ο επισκέπτης χρειαστεί βοήθεια, πόσο μακριά είναι τα σημεία ιατρικής, πυροσβεστικής και άλλης βοήθειας; πόσες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στους επισκέπτες σχετικά με τη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια του ατυχήματος;
- σε επίπεδο όλων των στοιχείων του χώρου της τουριστικής περιοχής (αμπελώνες, μουσεία, κάβες, πολιτιστικά κέντρα, εργαστήρια κ.λπ.) - είναι όλες οι οινοτουριστικές εγκαταστάσεις κοινωνικά κατάλληλες, είναι το προσωπικό ικανό να εξυπηρετήσει τουρίστες χωρίς αποκλεισμούς, να κάνει όλους τους επισκέπτες να νιώθουν ισότιμοι;

Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών πρέπει να είναι κύριο μέλημα των επιχειρηματιών. Κρίσιμο ρόλο σε αυτό έχει η δύναμη των κριτικών και των σχολίων που αποτυπώνονται από τους επισκέπτες. Κάθε σχόλιο είναι θετικό, ακόμα κι αν περιγράφει μια αρνητική κατάσταση. Τα αρνητικά σχόλια υποδηλώνουν επείγουσες αλλαγές που πρέπει να γίνουν στην οινοπαραγωγική επιχείρηση. Τα θετικά σχόλια αποτελούν πηγή έμπνευσης και κίνητρο για ποιοτική εργασία.

Πώς θα λάβετε σχόλια από τους επισκέπτες σας; Οι έρευνες οποιασδήποτε μορφής (έντυπη, ηλεκτρονική, τηλεφωνική) δεν θα πρέπει να κουράζουν. Ακόμη και η υπηρεσία μετά την εκδρομή ή μετά την τουριστική εξυπηρέτηση έχει τα δικά της πρότυπα ποιότητας χωρίς να ασκείται πίεση στον επισκέπτη, σε κατάλληλη στιγμή, σε φιλική ατμόσφαιρα ή μέσω πρακτικών μεθόδων μετάδοσης πληροφοριών. Η μορφή της έρευνας δεν είναι το ζητούμενο. Η πρόθεση είναι δει κανείς τις αδυναμίες της δουλειάς του από έξω.

Τα σχόλια δίνουν ώθηση στην ανάπτυξη και επιτρέπουν επίσης την τμηματοποίηση των υπηρεσιών και τον προσδιορισμό του προφίλ των τουριστών (πελάτες, επισκέπτες). Είναι γνωστό ότι τα καλώς διαρθρωμένα σχόλια αυξάνουν την εμπιστοσύνη στην επιχείρηση, και η φιλοξενία γίνεται πιο ζεστή ως προς τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων.

Επομένως, να πώς μπορείτε να κάνετε το οινοποιείο σας προσβάσιμο και ελκυστικό για τους επισκέπτες:

- κατανοήστε το ζήτημα της υπεύθυνης επιχειρηματικής συμπεριφοράς,
- κάντε τη νομική προεργασία για την επιχειρηματική σας δραστηριότητα, για παράδειγμα βεβαιωθείτε ότι τα κτίρια, οι κατασκευές, η τοποθέτηση πινακίδων κατά μήκος των δρόμων, προσόψεων, αρχιτεκτονικών, εξωτερικών έργων πληρούν τις νομικές απαιτήσεις,
- διαφοροποιηθείτε από τα άλλα οινοποιεία, αλλά να έχετε την αίσθηση του μέτρου,
- κάντε την έρευνά σας για τους τουρίστες και τους επισκέπτες, προσπαθήστε να τοποθετήσετε τον πελάτη στο κέντρο της προσοχής,
- επικεντρωθείτε σε επιλεκτικούς τουρίστες, υιοθετήστε από εξατομικευμένες υπηρεσίες έως γενική εξυπηρέτηση,
- συλλέξτε πληροφορίες σχετικά με την εξυπηρέτηση, μην φοβάστε την κριτική - θα σας δώσει την ευκαιρία να εξελιχθείτε,
- προβείτε σε αυτοέλεγχο, δείτε το οινοποιείο από την οπτική του τουρίστα, αναρωτηθείτε αν είναι ασφαλές για διαμονή,
- μαθαίνετε συνεχώς την τέχνη της φιλοξενίας, παρακινείτε και ενθαρρύνετε την κατάρτιση του προσωπικού, διευρύνετε την εμπειρία του και μοιραστείτε την,
- δημιουργήστε νέες ευκαιρίες για πρόσθετες υπηρεσίες οινοτουρισμού,
- να είστε φιλικοί, ευγενικοί, φιλόξενοι με όλους τους τουρίστες και τους επισκέπτες.

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 4
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ - ΔΙΚΤΥΩΣΗ

Η σύμπραξη αποτελεί το πιο ισχυρό εργαλείο για τη μεγιστοποίηση των εσόδων και την ελαχιστοποίηση των κινδύνων στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Η πολυπλοκότητα αυτού του επιχειρηματικού περιβάλλοντος οδηγεί στη διεύρυνση των επιχειρηματικών συνεργατών.

Παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρηματικών σχέσεων στον οινοτουρισμό είναι τα εξής:

- ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ + ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ = ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ
- ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ + ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ = ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑ
- ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑ + ΑΙΘΟΥΣΑ ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑΣ+ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ +… =ΟΙΝΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Κατά τη διαδρομή από τον αμπελώνα προς τον οινικό προορισμό, σίγουρα υπάρχουν επιχειρηματικές σχέσεις με παραγωγούς βαρελιών, φιαλών, προσθετικών τροφίμων, επιθεωρήσεις, τράπεζες, μεταφορικές εταιρείες, εταιρείες ανακύκλωσης, επεξεργασίας, αποκομιδής απορριμμάτων κ.λπ. Το αποτέλεσμα των εν λόγω σχέσεων είναι η ενισχυμένη εμπιστοσύνη και αφοσίωση των τουριστών, η αύξηση του εισοδήματος όλων των συνεργατών, η βιωσιμότητα κατά την ανάπτυξη του προορισμού. Έτσι, ο κύριος στόχος και σκοπός μιας τέτοιας σύμπραξης είναι η βελτίωση της ποιότητας (με την ευρεία έννοια) με την εξής βασική «συνταγή»:

ΠΟΙΟΤΗΤΑ (ΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ) + ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΣΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ = ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Οι βασικοί συνεργάτες, όπως ορίζονται στη θεωρία (για παράδειγμα, στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου), είναι οι κύριοι προμηθευτές καθορισμού πόρων και οι κύριοι «σύνδεσμοι» μεταξύ των επιχειρηματικών αποτελεσμάτων και των καταναλωτών.
Για τους εκπροσώπους οινοποιείων, βασικοί συνεργάτες στον οινοτουριστικό κλάδο είναι οι εξής: προμηθευτές πόρων για την οινοπαραγωγή, ιδιοκτήτες αμπελώνων, τουριστικές επιχειρήσεις (ταξιδιωτικά γραφεία, πρακτορεία), ιδιοκτήτες (εκπρόσωποι) ξενοδοχείων, εστιατορίων, οινογευσίας, ψυχαγωγίας κ.λπ.

Σε συνθήκες ανεπτυγμένων σχέσεων εντός του προορισμού και διασφάλισης της βιώσιμης ανάπτυξής του, διευρύνεται ο κύκλος των βασικών συνεργατών. Για παράδειγμα, η περιβαλλοντική δραστηριότητα οδηγεί σε αύξηση του αριθμού των ενδιαφερόμενων συνεργατών για τη βιωσιμότητά τους.

Η γεωγραφική τοποθεσία (εγγύτητα) – είναι ένα από τα σημαντικά σημεία απομόνωσης (επιλογής) των βασικών συνεργατών. Αυτό οφείλεται κυρίως στη βελτιστοποίηση του κόστους. Για παράδειγμα:

- το κόστος του παραγωγού μειώνεται εάν το οινοποιείο βρίσκεται κοντά σε αμπελώνες,
- ο χρόνος που αφιερώνουν οι τουρίστες στην αναζήτηση ξενοδοχείου μειώνεται εάν το ξενοδοχείο βρίσκεται επίσης πλησίον με θέα στους αμπελώνες,
- το έμμεσο κόστος μειώνεται και οι ταξιδιωτικές πληροφορίες (τουριστική αφοσίωση) αυξάνονται εάν το εστιατόριο προσφέρει διανυκτέρευση σε οινοξενοδοχείο και ένα δείπνο οινογευσίας.

Φυσικά, τα τουριστικά και ψυχαγωγικά συγκροτήματα μπορούν να ενώσουν όλες αυτές τις σχέσεις, αλλά και να έχουν τους δικούς τους βασικούς συνεργάτες.

Η σύμπραξη πραγματοποιείται εκτός του προορισμού ανά γεωγραφική περιοχή. Μερικές φορές μια τέτοια συνεργασία γίνεται συνώνυμη και πλησιάζει τον ορισμό της «ομάδας επιχειρήσεων (cluster)».

Η συσχέτιση κόστους-αποτελεσματικότητας στη θεωρία χρονολογείται από τις αρχές του 20ου αιώνα και η αποτελεσματικότητα των επιτυχημένων ομάδων επιχειρήσεων (clusters) στη βιομηχανία χρονολογείται από τα τέλη του 20ου αιώνα – απλά η πιο δημοφιλής θεωρία των ομάδων επιχειρήσεων είναι η θεωρία του Michael Porter που παρουσιάστηκε το 1998 «Ομάδες επιχειρήσεων και ανταγωνισμός: Νέα ημερήσια διάταξη για κυβερνήσεις, εταιρείες και ιδρύματα».

Έτσι, θεωρείται ότι οι ομάδες επιχειρήσεων στον τουρισμό έχουν μελετηθεί όχι τόσο πολύ καιρό πριν: περίπου στις αρχές του 21ου αιώνα.

Το φαινόμενο του τουρισμού είναι αυτό που οδηγεί σε αύξηση της αξιακής αλυσίδας ταυτόχρονα με τη δραστηριότητα διάφορων τύπων επιχειρήσεων:

ΚΟΣΤΟΣ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ = ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ + ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ + ΜΕΤΑΦΟΡΕΑ + ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ + ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ + ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ (ΜΟΥΣΕΙΟ, ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ, ΚΛΠ.) + ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΗΡΙΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ+ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΑΝΑΜΝΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ +...

και στον οινοτουρισμό επιπλέον: + ΚΟΣΤΟΣ ΟΙΝΟΥ + ΚΟΣΤΟΣ ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑΣ +...
Αποτελεσματικό επιχειρηματικό μοντέλο, για παράδειγμα, η επιχείρηση σε ομάδα (επιχειρήσεων), οδηγεί σε αυξημένη προστιθέμενη αξία και αυξημένο εισόδημα των ιδιοκτητών επιχειρήσεων. Και οι τουρίστες (καταναλωτές υπηρεσιών και προϊόντων) λαμβάνουν μπόνους και προτιμήσεις από τέτοιες ενώσεις και συνεργασίες; Φυσικά και ναι.
Η ικανοποίηση από τις υπηρεσίες σε μια περιοχή θα αυξήσει την αφοσίωση σε μια άλλη περιοχή, σε περίπτωση που αυτές οι περιοχές ανήκουν στην ίδια ομάδα επιχειρήσεων. Και δεν είναι μόνο η διαφήμιση ή η δημοτικότητα μέσω μιας ή άλλης εμπορικής επωνυμίας (και η εμπορική επωνυμία είναι χαρακτηριστικό ενός συγκεκριμένου προορισμού και ομάδας επιχειρήσεων) σημαντικές.

Δεν μπορεί να υπάρξει τουριστική εμπορική επωνυμία ή μεμονωμένη περιοχή χωρίς ευνοϊκό περιβάλλον:

- με την οικολογική έννοια - χωρίς ευχάριστο περιβάλλον,
- στον οικονομικό τομέα - χωρίς προμήθειες,
- στον κοινωνικό τομέα - χωρίς θετική περιγραφή των κατοίκων του προορισμού.

Οι κάτοικοι στον προορισμό, αφενός, είναι ένας παράγοντας ανάπτυξής του, αφετέρου, ένας πόρος, είτε εργασιακός, είτε ιδεολογικός, είτε επενδυτικός. Εάν το μέλλον του προορισμού θεωρείται ενθαρρυντικό από τους κατοίκους, έχουν ευνοϊκή στάση απέναντι στην ανάπτυξη του τουρισμού, ενδιαφέρονται πλήρως, βρίσκονται μέσα σε όλες τις διαδικασίες.

Αλλά εάν ο τουρισμός θεωρείται μια άβολη και αναπόφευκτη ενέργεια, απειλεί την ειρήνη ή την παραδοσιακή πορεία της ζωής, αφήνει πρόσθετο κόστος παρά εισόδημα στους κατοίκους - ένας τέτοιος παράγοντας είναι ανασταλτικός του τουρισμού.

Από τη σκοπιά της κοινωνιολογίας, ως επιστήμη των συνθηκών και των διαδικασιών στην κοινωνία, ο τουρισμός βασίζεται στη μεσαία τάξη (εισοδηματικό επίπεδο). Οι φτωχοί δεν έχουν την ευκαιρία για αναψυχή και ταξίδια, και το μερίδιο των πλουσίων δεν είναι αρκετά μεγάλο για να διαμορφώσει τη βάση του κλάδου της φιλοξενίας.

Εάν η μεσαία τάξη αναμένει αύξηση της απασχόλησης στον τουρισμό και αύξηση του εισοδήματός της, εάν η μεσαία τάξη ενεργήσει ως τουρίστας, εάν οι περισσότερες από τις υπηρεσίες στη λίστα που προσφέρει ο προορισμός είναι οικονομικά βιώσιμες, εάν καταναλώνει εφόσον τα συμφέροντα κατοίκων και τουριστών ως προς τη βιώσιμη ανάπτυξη συμπίπτουν, η διασύνδεση εντός της ομάδας επιχειρήσεων ή με τον προορισμό είναι επιτυχής.

Το χαρακτηριστικό στοιχείο είναι ότι στον οινοτουρισμό, οι κάτοικοι των τουριστικών προορισμών μπορούν να είναι τουρίστες άλλων περιοχών, και να ενδιαφέρονται για την οινοποίηση, τις εκθέσεις και τα φεστιβάλ.

Η κοινωνία του μέλλοντος περιγράφεται από πολλούς μελλοντολόγους. Προβλέπει την αυξημένη προσοχή στη «Θεωρία της Κοινωνικής Ανταλλαγής». Η διαδικασία της κοινωνικής ανταλλαγής είναι διασκεδαστική όταν λαμβάνεται δίκαιη απόδοση για τα χρήματα που επενδύονται.
Πώς αυτό μεταφράζεται στη «γλώσσα του οινοτουρισμού»; Η ανάπτυξη ενός οινοτουριστικού προορισμού, που μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερες τιμές στέγασης, μεταφοράς, εις βάρος του οικοσυστήματος, φέρνει ικανοποίηση όταν το εισόδημα των οινοπαραγωγών, όλων όσων απασχολούνται στον τουρισμό, των ιδιοκτητών ή επενδυτών είναι δίκαιο, και το κόστος και οι κίνδυνοι των κατοίκων είναι πολύ χαμηλότεροι από τα συμφέροντά τους.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ = ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ - ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ ΚΑΤΟΙΚΩΝ

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 5
ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η έννοια του βιώσιμου τουρισμού περιλαμβάνει την ικανοποίηση των υφιστάμενων και μελλοντικών τουριστών και όσων εμπλέκονται στους τουριστικούς προορισμούς ως προς τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές.

Η δημιουργία ή η αναζωογόνηση ενός τουριστικού προορισμού έχει συνέπειες, επομένως επηρεάζει το μέλλον. Αφενός είναι θετικές, καθώς πρωτίστως ο τουρισμός δίνει στους ανθρώπους ικανοποίηση από τη ζωή, καθώς και την ευκαιρία να οργανώσουν επιπλέον θέσεις εργασίας, που σημαίνει αύξηση της απασχόλησης και του εισοδήματος. Αφετέρου τα περιβαλλοντικά προβλήματα μπορούν να αποφευχθούν μόνο υπό συνθήκες τυποποίησης και ενδελεχούς μελέτης όλων των παραγόντων κινδύνου.

Μία από τις κύριες προκλήσεις της τουριστικής ανάπτυξης είναι η οικολογική βιωσιμότητα του προορισμού. Οποιαδήποτε ομάδα επιχειρηματιών, ενώσεων και μεμονωμένων οινοποιείων θα πρέπει να έχει καλή κατανόηση του περιβαλλοντικού κινδύνου:

- πόσο ενεργή είναι αυτή τη στιγμή η χρήση φυσικών πόρων και αντικειμένων ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την κατάστασή τους στο μέλλον;
- ποια είναι η αναμενόμενη επιβάρυνση για το περιβάλλον και τη ρύπανση του;
- υπάρχουν εργαλεία για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων από την αύξηση της κινητικότητας και την επιβάρυνση των υποδομών μεταφορών;
- ο προορισμός θα εξαρτώνται εξ ολοκλήρου από τις τουριστικές ροές;

Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης και οινοτουρισμός

Καταπολέμηση της φτώχειας σε όλες τις μορφές της παντού: Η αμπελουργία, η παραγωγή οίνου, η προώθησή του μέσω του τουρισμού, η φιλοξενία με όλες τις πιθανές συνοδευτικές υπηρεσίες, οι οινογευσίες και άλλα δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και νέους τομείς ευθύνης για τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων.

Μηδενική Πείνα: Η καταπολέμηση της πείνας μέσω του οινοτουρισμού μπορεί να γίνει υποστηρίζοντας την ανταγωνιστικότητα των μικροκαλλιεργητών με στόχο την αύξηση της παραγωγής τροφίμων. Όχι μόνο των σταφυλιών, του κρασιού, αλλά και άλλων προϊόντων που μπορούν να συνδυαστούν γαστρονομικά με το κρασί, όπως το τυρί, το μέλι, τα προϊόντα κρέατος, το ψωμί.

Εξασφάλιση υγιούς ζωής και προαγωγή της ευημερίας για όλους ανεξαιρέτως ηλικίας: Η τήρηση των υγειονομικών κανόνων, οι δείκτες ασφάλειας ανάπαυσης στις επιχειρήσεις φιλοξενίας, η ασφάλεια των τροφίμων, η ασφάλεια των διατροφικών προϊόντων και ποτών, η ασφάλεια της κοινωνικής επικοινωνίας των τουριστών.

Ποιοτική εκπαίδευση: Ο οινοτουρισμός ανοίγει ευκαιρίες για την επίτευξη του τέταρτου στόχου της βιώσιμης ανάπτυξης, διότι εδώ έχουμε την προσφορά ενός ποιοτικού προϊόντος μέσα στο ποτήρι κρασιού, το οποίο θα απολαύσει ο οινοτουρίστας, σε συνδυασμό με ποιοτικές και απολαυστικές ατραξιόν που υποστηρίζονται και κατά τις περιόδους εκτός σεζόν. Όλα αυτά δεν θα ήταν εφικτά χωρίς εξειδικευμένο προσωπικό.

Επίτευξη της ισότητας των φύλων και ενδυνάμωση της θέσης των γυναικών και των κοριτσιών: Μπορεί κάποιος να διαφωνήσει ότι στον οινοτουρισμό σήμερα απασχολούνται και αυτοαπασχολούνται μόνο άνδρες, είναι όμως γεγονός ότι στον τομέα της αμπελουργίας και της οινοποίησης αυτό είναι το καθεστώς.

Καθαρό Νερό και Αποχέτευση: Οι οινοτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση του «μεριδίου ασφαλούς επεξεργασίας οικιακών και βιομηχανικών λυμάτων» και την «αποτελεσματικότητα της χρήσης του νερού».

Οικονομικά προσιτή και καθαρή ενέργεια: Τα οινοποιεία και οι τουριστικοί προορισμοί μπορούν να επωφεληθούν από την αξιοποίηση πηγών καθαρής ενέργειας όπως η βιομάζα και η ηλιακή, αιολική και υδραυλική ενέργεια.

Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη: Ο οινοτουρισμός σε όλα τα στάδια της διαμόρφωσης του τουριστικού προϊόντος και των οινικών προορισμών είναι ένας πόρος για την ευημερία των εργαζομένων, των αυτοαπασχολούμενων και του συνολικού εισοδήματος.

Βιομηχανίες, Καινοτομία και Υποδομές: Στον οινοτουρισμό, αυτός ο στόχος μετουσιώνεται στην παρακάτω λίστα εργασιών:

- ανακαίνιση των συστημάτων ύδρευσης, αποχέτευσης και άρδευσης αμπελώνων και οινοποιείων,
- εγκατάσταση και θέση σε λειτουργία εξοπλισμού καθαρής ενέργειας για την παραγωγή και τη φιλοξενία,
- ενίσχυση των συμπράξεων με εταιρείες που εφαρμόζουν ενεργά μεθόδους απαλλαγής από τις εκπομπές άνθρακα στη βιομηχανία και τις μεταφορές, εντείνοντας τις δραστηριότητες για μείωση των εκπομπών CO_2,
- υιοθέτηση μέτρων προσβασιμότητας σε αγροτικές περιοχές όπου βρίσκονται οι οινοτουριστικές εγκαταστάσεις.

Μειωμένη ανισότητα: Η «Μειωμένη ανισότητα» επιτυγχάνεται με την προώθηση της κοινωνικής, οικονομικής και πολιτικής συμμετοχής όλων, ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, αναπηρίας, φυλής, εθνότητας, καταγωγής, θρησκείας, οικονομικής ή άλλης κατάστασης και την διεξαγωγή κοινωνικών δράσεων για την υποστήριξη των ανωτέρω ομάδων.

Δημιουργία ασφαλών, ανθεκτικών και βιώσιμων πόλεων χωρίς αποκλεισμούς: Η ανάπτυξη πόλεων και κοινοτήτων που συμμετέχουν στις οινικές διαδρομές είναι αδιαμφισβήτητη, καθώς οι τουριστικές ροές παράγουν προστιθέμενη αξία, φόρους και κοινωνικά έσοδα. Η βιωσιμότητα αυτής της ανάπτυξης απαιτεί τη διαθεσιμότητα πληροφοριών τόσο για αυτή όσο και για άλλες δράσεις.

Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή: Ο στόχος αυτός αφορά την υπεύθυνη (χωρίς να απειλούνται οι ανάγκες των μελλοντικών γενεών) κατανάλωση (χωρίς την απειλή της περιβαλλοντικής υποβάθμισης) παραγωγή (η μετάβαση σε μια χαμηλών εκπομπών άνθρακα και πράσινη οικονομία).

Ανάληψη επείγουσας δράσης για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεών της: Χάρη στις νέες προσεγγίσεις στην αμπελοκαλλιέργεια, τις καινοτομίες στη συγκομιδή και την αποθήκευση, την εισαγωγή σύγχρονων τεχνολογιών στην παραγωγή κρασιού και την αξιοποίηση της άρδευσης, οι αρνητικές επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής μπορούν να μετριαστούν.

Διατήρηση και βιώσιμη χρήση των ωκεανών, των θαλασσών και των θαλάσσιων πόρων: Οι φορείς του οινοτουρισμού και οι ίδιοι οι τουρίστες μπορούν να βοηθήσουν στην επίβλεψη της θαλάσσιας φύσης μέσα από δράσεις όπως η οικονομική βοήθεια, η υποστήριξη επενδύσεων και πληροφοριών για δραστηριότητες εξειδικευμένων εργαστηρίων και η αποτροπή πλαστικών στο νερό.

Βιώσιμη διαχείριση των δασών, καταπολέμηση της απερήμωσης, ανάσχεση και αντιστροφή της υποβάθμισης του εδάφους, ανάσχεση της απώλειας βιοποικιλότητας: Οι οινοτουριστικές επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στις οινικές διαδρομές μπορούν να ενδιαφερθούν για περιπτώσεις λαθροθηρίας και παράνομου εμπορίου άγριων ζώων στον τουριστικό προορισμό και για τον κίνδυνο εξαφάνισης ζώων, φυτών, μικροοργανισμών.

Προώθηση δίκαιων, ειρηνικών και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνιών: Ενδεικτικές ερωτήσεις που αφορούν τον στόχο αυτόν είναι: οι επισκέπτες και οι φιλοξενούμενοί γνωρίζουν σε ποιον να απευθυνθούν σε περίπτωση παραβάσεων; Προωθούνται από τις οινοτουριστικές επιχειρήσεις διαφανείς σχέσεις στην ομάδα, τη συλλογικότητα και τον προορισμό;

Ανανέωση της παγκόσμιας εταιρικής σχέσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη: Υπάρχουν πολλά παραδείγματα που θα μπορούσε να ακολουθήσει η οινοτουριστική επιχείρησή όπως εγγραφή σε μια ένωση, ομάδα, φορέα διαχείρισης προορισμού, παρά να ξεκινήσει μια τέτοια ένωση, αξιολόγηση μη χρηματοοικονομικών δεικτών - δεικτών βιωσιμότητας, δεικτών ευθύνης, εξέταση του εισοδήματος μαζί με την κοινωνική και περιβαλλοντική αποτελεσματικότητα, απόκτηση γνώσεων και ανταλλαγή ιδεών βιώσιμης ανάπτυξης κτλ.

Η κυκλική οικονομία αποτελεί την οικονομία στην οποία το κόστος των προϊόντων, των υλών και των πόρων αποθηκεύεται όσο το δυνατόν περισσότερο, και η παραγωγή αποβλήτων ελαχιστοποιείται, γεγονός που επιτρέπει την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, τη δημιουργία μιας κοινωνικής βάσης συμμετοχικότητας και βιώσιμης ανάπτυξης, την προστασία των επιχειρήσεων από ελλείψεις πόρων και ασταθείς τιμές, την προώθηση της δημιουργίας καινοτόμων τρόπων παραγωγής και κατανάλωσης, την εξοικονόμηση ενέργειας και την αποφυγή μη αναστρέψιμων απωλειών.

Κατά τη μετάβαση σε μια κυκλική οικονομία, τα μέτρα χωρίζονται υπό όρους σε εκείνα που σχετίζονται με τον κύκλο παραγωγής και κατανάλωσης: σχέδιο-παραγωγή-διανομή και πώληση-κατανάλωση και χρήση-συλλογή και διάθεση-επεξεργασία/μεταποίηση-ανάκτηση.

Αυτός ο μηχανισμός λειτουργεί σε μικροοικονομικό επίπεδο (προϊόντα, εταιρείες, καταναλωτές), μεσοοικονομικό επίπεδο (οικοβιομηχανικά πάρκα) και μακροοικονομικό επίπεδο (πόλη, περιοχή, χώρα) προκειμένου να επιτευχθεί βιώσιμη ανάπτυξη, δημιουργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο ταυτόχρονα περιβαλλοντική ποιότητα, οικονομική ευημερία και κοινωνική δικαιοσύνη προς όφελος των σημερινών και των μελλοντικών γενεών.

Επί του παρόντος, οι περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες απομακρύνονται από την έννοια της γραμμικής οικονομίας και κατευθύνονται προς την κυκλική οικονομία. Στη γραμμική οικονομία, το προϊόν παράγεται, χρησιμοποιείται και απορρίπτεται. Το βασικό πλαίσιο της κυκλικής οικονομίας αποτελείται από τις τρεις συνιστώσες, γνωστές ως «3R»:

- R1 (Reduce-Μείωση) — προωθεί την ελάχιστη χρήση πρώτων υλών, η οποία μειώνει τους πόρους και παρέχει προτίμηση στις ανανεώσιμες πρώτες ύλες,
- R2 (Reuse-Επαναχρησιμοποίηση) — επιτρέπει τη μείωση της ροής των πόρων στο σύστημα παραγωγής (η πιο αποτελεσματική χρήση των προϊόντων),
- R3 (Recycle-Ανακύκλωση) — παρέχει την πλήρη ανάκτηση υποπροϊόντων και αποβλήτων για περαιτέρω χρήση στην οικονομία.

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 6
DIGITAL MARKETING & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η αναζήτηση για οινοτουριστικές περιοχές δεν περιορίζεται πλέον στα κλασικά έντυπα ή στα διαφημιστικά φυλλάδια που διατίθενται ελεύθερα σε τουριστικά κέντρα ή ταξιδιωτικά πρακτορεία (αν και αυτή η μέθοδος προώθησης των οινικών περιηγήσεων λειτουργεί αρκετά αποτελεσματικά). Ένα πολύ σημαντικό εργαλείο επικοινωνίας σήμερα είναι το ψηφιακό μάρκετινγκ (digital marketing).

Το **ψηφιακό μάρκετινγκ** είναι ο τομέας του μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί διαδικτυακές ψηφιακές τεχνολογίες όπως επιτραπέζιους υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα και άλλα ψηφιακά μέσα και πλατφόρμες για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Με λίγα λόγια, το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι η προώθηση brands, αξιοποιώντας όλες τις μορφές ψηφιακών διαφημιστικών μέσων για να φτάσουν στο τμήμα-στόχο. Αυτό περιλαμβάνει πλέον το ραδιόφωνο, το κινητό, το διαδίκτυο, την τηλεόραση, το μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλες λιγότερο δημοφιλείς μορφές ψηφιακών μέσων.

Η ανάπτυξη του ψηφιακού μάρκετινγκ από τις δεκαετίες του 1990 και του 2000 άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο οι επωνυμίες και οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την τεχνολογία για το μάρκετινγκ. Καθώς οι ψηφιακές πλατφόρμες ενσωματώνονται όλο και περισσότερο στα σχέδια μάρκετινγκ και στην καθημερινή ζωή, και καθώς οι άνθρωποι χρησιμοποιούν ψηφιακές συσκευές αντί να επισκέπτονται φυσικά καταστήματα, οι καμπάνιες ψηφιακού μάρκετινγκ γίνονται πιο διαδεδομένες και αποτελεσματικές.

Σήμερα, το φάσμα του ψηφιακού μάρκετινγκ διευρύνεται για να υποστηρίξει την «εξυπηρέτηση» και την «δέσμευση» των πελατών, καλύπτοντας έτσι όχι μόνο την απόκτηση πελατών αλλά και τη διατήρησή τους.

Τεχνικές ψηφιακού μάρκετινγκ όπως βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO), μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης (SEM), μάρκετινγκ περιεχομένου, μάρκετινγκ επηρεασμού, αυτοματοποίηση περιεχομένου, μάρκετινγκ καμπάνιας, μάρκετινγκ βάσει δεδομένων και μάρκετινγκ ηλεκτρονικού εμπορίου, μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το άμεσο μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι διαφημίσεις προβολής, τα ηλεκτρονικά βιβλία και τα παιχνίδια, γίνονται όλο και πιο συνηθισμένα.

Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης (SEO): Όταν δημιουργείτε τον ιστότοπό σας, πιθανότατα τον δημιουργείτε έχοντας κατά νου τους χρήστες σας, προσπαθώντας να τους διευκολύνετε να βρουν και να εξερευνήσουν το περιεχόμενό σας. Ένας από αυτούς τους χρήστες είναι μια μηχανή αναζήτησης, η οποία βοηθά τους χρήστες να ανακαλύψουν το περιεχόμενό σας. Το SEO έχει να κάνει με το να βοηθάτε τις μηχανές αναζήτησης να κατανοήσουν το περιεχόμενό σας και να βοηθήσετε τους χρήστες να βρουν τον ιστότοπό σας και να αποφασίσουν εάν θα πρέπει να επισκεφτούν τον ιστότοπό σας μέσω μιας μηχανής αναζήτησης.

Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης (SEM): είναι μια μορφή μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο που περιλαμβάνει την προώθηση ιστότοπων αυξάνοντας την προβολή τους στις σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης κυρίως μέσω πληρωμένης διαφήμισης. Το SEM μπορεί να ενσωματώνει βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO), το οποίο προσαρμόζει ή ξαναγράφει το περιεχόμενο και την αρχιτεκτονική του ιστότοπου για να επιτύχει υψηλότερη κατάταξη στις σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης για να βελτιώσει τις καταχωρίσεις πληρωμής ανά κλικ και να αυξήσει το «Call to action» στον ιστότοπο.

Πλεονεκτήματα χρήσης ψηφιακού μάρκετινγκ:

- Ευκολία πρόσβασης: Η πρόσβαση στις πληροφορίες είναι εύκολη και με γρήγορο ρυθμό μέσω της χρήσης ψηφιακών επικοινωνιών. Οι χρήστες με πρόσβαση στο Διαδίκτυο μπορούν να χρησιμοποιήσουν πολλά ψηφιακά μέσα, όπως Facebook, YouTube, φόρουμ και email κ.α.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα: Χρησιμοποιώντας πλατφόρμες Διαδικτύου, οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με διάφορα μέσα. Για να επιτύχουν το μέγιστο δυναμικό του ψηφιακού μάρκετινγκ, οι εταιρείες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως κύριο εργαλείο για τη δημιουργία ενός καναλιού πληροφοριών. Μέσω αυτού, μια επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει ένα σύστημα στο οποίο είναι σε θέση να εντοπίσει τα πρότυπα συμπεριφοράς των πελατών και να σχολιάσει τις ανάγκες τους. Αυτός ο τρόπος περιεχομένου έχει αποδειχθεί ότι έχει μεγαλύτερη πρόσκρουση σε όσους έχουν μακροχρόνια σχέση με την εταιρεία και με καταναλωτές που είναι σχετικά ενεργοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Το περιεχόμενο μάρκετινγκ αποτελεί το επίκεντρο της εποχής του ψηφιακού μάρκετινγκ. Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες του μάρκετινγκ περιεχομένου σήμερα είναι πολλαπλές:

- Πώς δημιουργείτε περιεχόμενο, έτσι ώστε όχι μόνο να ανταποκρίνεται στις ενημερωτικές ανάγκες ενός ατόμου, αλλά και να αγγίζει τις μάζες;

- Πώς παρουσιάζετε περιεχόμενο, ώστε το κοινό-στόχος σας να μην χάνει το ενδιαφέρον του;
- Ποια γλώσσα, στυλ και μέσο μάρκετινγκ θα υιοθετήσετε για να προσεγγίσετε τους υποψήφιους πελάτες και τους πελάτες σας;
- Πώς θα συνδέσετε τους υπαλλήλους, τους πωλητές, τους συνεργάτες και τους πελάτες και πώς θα τους βοηθήσετε να λάβουν καλύτερες και ταχύτερες αποφάσεις;
- Πώς θα χτίσετε ανταγωνιστική δύναμη και θα ενισχύσετε την ικανοποίηση των πελατών;
- Πώς μπορείτε να αξιοποιήσετε τις επενδύσεις στην τεχνολογία και να βελτιώσετε τις προσφορές εκπαίδευσης για να αυξήσετε την επιτυχία των πελατών σας;

Τα 7S του μάρκετινγκ περιεχομένου αναφέρονται στον τρόπο με τον οποίο μια στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ θα πρέπει να χρησιμοποιείται:

1. Strategy – Έχετε στρατηγική μάρκετινγκ περιεχομένου;
   Προσδιορίστε τους στόχους για τους οποίους θέλετε να δημιουργήσετε και να προωθήσετε περιεχόμενο. Για παράδειγμα, ο στόχος σας μπορεί να είναι να αναπτύξετε την επιχείρησή σας εκπαιδεύοντας τους υποψήφιους πελάτες σας και εκπαιδεύοντας τους πελάτες σας.

2. Segment – Πώς χρησιμοποιείτε το περιεχόμενο για να αλληλεπιδράσετε με διαφορετικά τμήματα της αγοράς;
   Διαχωρίστε τους διαφορετικούς τύπους του κοινού-στόχου σας και πώς καταναλώνουν περιεχόμενο. Αυτό, με τη σειρά του, θα οδηγήσει στην παροχή σχετικών και χρήσιμων πληροφοριών για τη μετατροπή των υποψήφιων πελατών σε πελάτες, την αύξηση της δέσμευσης με το περιεχόμενό σας και επίσης θα ενθαρρύνει επαναλαμβανόμενες πωλήσεις.

3. Simple – Είναι το περιεχόμενό σας απλό;
   Διατηρήστε το περιεχόμενό σας απλό, αλλά μην το υπεραπλουστεύετε σε σημείο που να μην πετύχει τον στόχο της δημιουργίας του. Το κοινό-στόχο σας πρέπει να κατανοήσει και να ενεργήσει με βάση το περιεχόμενό σας. Για να τους διευκολύνετε, σκεφτείτε και ξανασκεφτείτε τον καλύτερο τρόπο παρουσίασης περιεχομένου.

4. Succinct – Είναι το περιεχόμενό σας συνοπτικό;
   Βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενό σας μεταφέρει αυτό που θέλετε να πείτε με σαφή τρόπο. Το περιεχόμενο πρέπει να είναι καθαρό για να διατηρεί το ενδιαφέρον του αναγνώστη. Η καλή γραφή ορίζεται από τη σαφήνειά της. Όταν γράφετε περιεχόμενο, κάντε πολλές αναθεωρήσεις μέχρι να εμφανιστεί μια «καθαρή» τελική έκδοση. Επιλέξτε τα σωστά μέσα μάρκετινγκ για να προσεγγίσετε το περιεχόμενο στο κοινό-στόχο σας.

5. Scannable – Υπάρχει δυνατότητα σάρωσης του περιεχομένου σας;
   Οι πελάτες σας βομβαρδίζονται με πληροφορίες σε αυτήν την ψηφιακή εποχή. Βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενό σας μπορεί να σαρωθεί, ώστε το κοινό-στόχος σας να επωφεληθεί από την τεράστια επένδυση που έχετε ήδη κάνει για τη δημιουργία και την προώθηση του περιεχομένου σας. Αξιοποιήστε μια ποικιλία διαθέσιμων

επιλογών μέσων για να μεταδώσετε το μήνυμά σας στους αναγνώστες σας. Οι φωτογραφίες και τα βίντεο είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να εμπλουτίσετε την εμπειρία του πελάτη και του υποψήφιου πελάτη σας.

6. Steak and Sizzle – Το περιεχόμενό σας προωθεί μία ιδέα (σκοπός είναι να μην προωθείται μόνο ένα προϊόν αλλά η ιδέα πίσω από αυτό);
   Ο στόχος ενός μηνύματος μάρκετινγκ είναι να ενθουσιάσει τον πελάτη. Σήμερα, οι πελάτες και οι υποψήφιοι είναι πολύ γνώστες της πληροφόρησης. Δεν έχει σημασία πόσο καλό είναι το περιεχόμενό σας. Πρέπει να το διαμορφώσετε ώστε να φαίνεται ελκυστικό στο κοινό-στόχο σας. Συμπεριλάβετε γραφικά ώστε να είναι ελκυστικό στο μάτι.

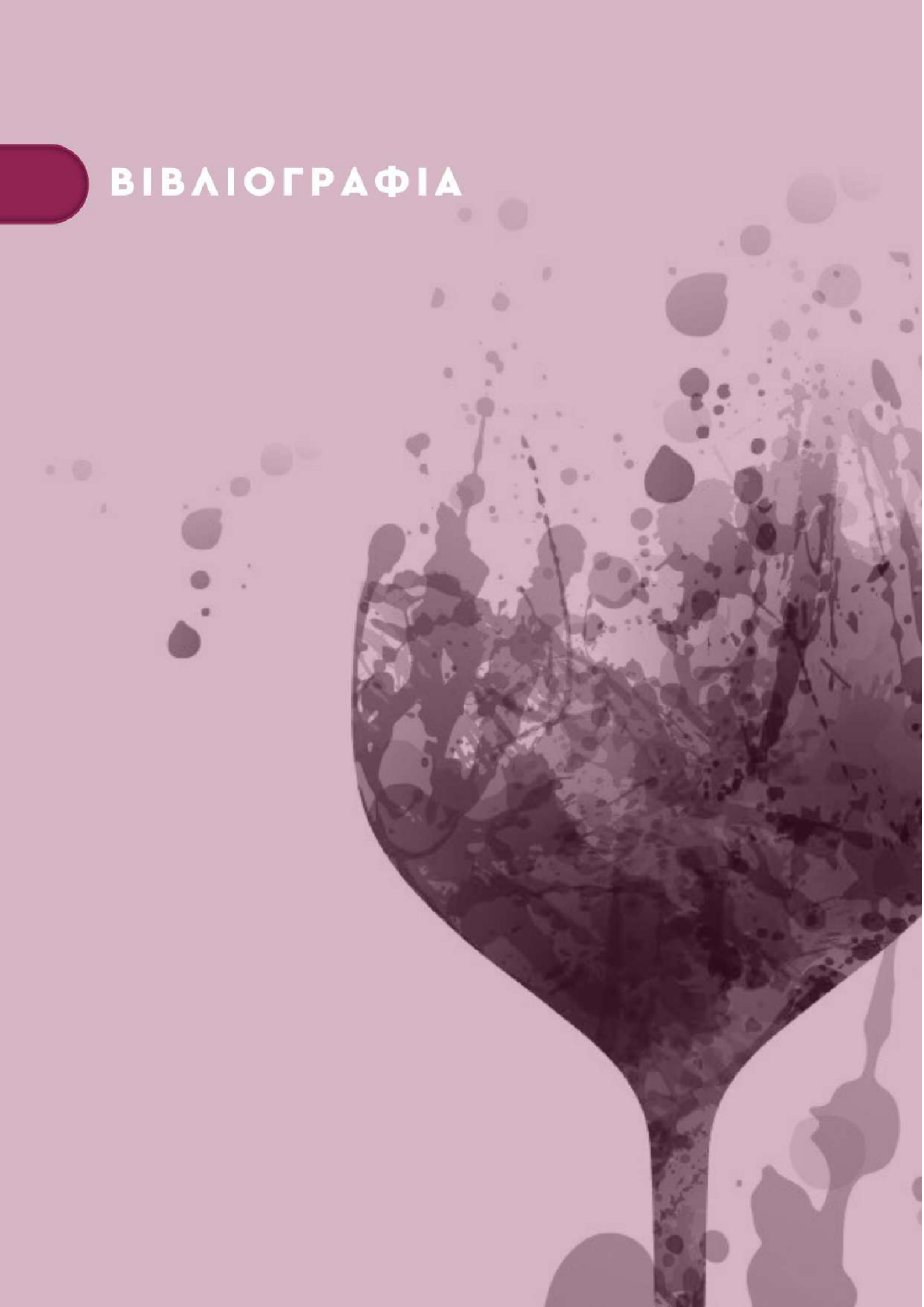
7. Social Media – Είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέρος του σχεδίου μάρκετινγκ περιεχομένου σας;
   Μην παραμερίζετε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως άχρηστη διαφημιστική εκστρατεία. Υπάρχουν πολλοί πόροι για να ξεκινήσετε. Μάθετε ποιους τύπους μέσων κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να χρησιμοποιήσετε για να προσεγγίσετε το κοινό-στόχο σας. Αξιοποιήστε τα εργαλεία κοινωνικών μέσων για να ακούσετε, να συνομιλήσετε, να συλλέξετε πληροφορίες και να αναπτύξετε την επιχείρησή σας.

Αξιολόγηση: Η χρήση της αλληλεπίδρασης μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπει στις επιχειρήσεις να λαμβάνουν τόσο θετικά όσο και αρνητικά σχόλια από τους πελάτες τους, καθώς και να προσδιορίζουν ποιες πλατφόρμες μέσων λειτουργούν καλά για αυτές. Είναι πλέον σύνηθες για τους καταναλωτές να δημοσιεύουν σχόλια στο διαδίκτυο μέσω πηγών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ιστολογίων και ιστότοπων σχετικά με την εμπειρία τους με ένα προϊόν ή ένα brand. Έχει γίνει όλο και πιο δημοφιλές για τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν και να ενθαρρύνουν αυτές τις συνομιλίες μέσω των καναλιών τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να έχουν άμεση επαφή με τους πελάτες και να διαχειρίζονται κατάλληλα τα σχόλια που λαμβάνουν.

Μάλιστα, η επικοινωνία από στόμα σε στόμα έχει συχνά μεγαλύτερη επίδραση στους πελάτες. Οι πελάτες είναι πιο πιθανό να εμπιστεύονται τις εμπειρίες άλλων πελατών. Είναι όλο και πιο πλεονεκτικό για τις εταιρείες να χρησιμοποιούν πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να συνδεθούν με τους πελάτες τους και να δημιουργήσουν αυτούς τους διαλόγους και τις συζητήσεις.

Το ανωτέρω εκπαιδευτικό υλικό επισυνάπτεται σε μορφή ppt στο Παράρτημα Π.9.3.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

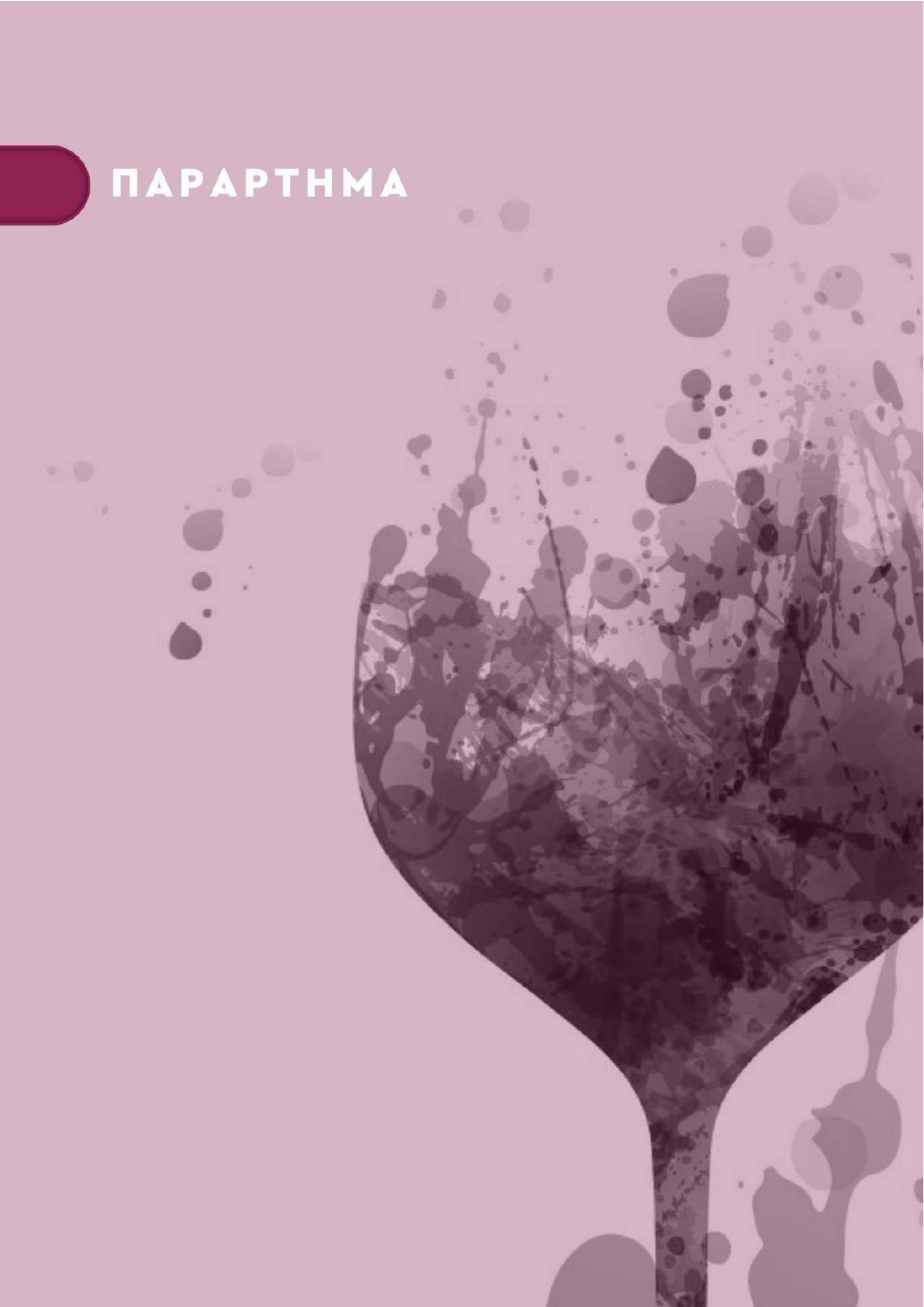


1. Λαγάκη & Ρεβύθη (2018). Πτυχιακή Εργασία «Διερεύνηση προοπτικών ανάπτυξης οινοτουρισμού στους Νομούς Κέρκυρας και Δράμας». ΤΕΙ Κρήτης.
2. Ντίνος Στεργίδη, Αργύρης Καλλιανιώτης, Γιώργος Μακρής, Οινοτουρισμός στην Ελλάδα: Η πρώτη επαφή με μια απολαυστική ταξιδιωτική τάση
3. Getz, D., & Brown, G. (2006). "Benchmarking Wine Tourism Development: The Case of the Okanagan Valley, British Columbia, Canada". International Journal of Wine Marketing.
4. Santorinaios, A., Kosma, I., & Skalkos, D. (2023). "Consumers' Motives on Wine Tourism in Greece in the Post-COVID-19 Era". MDPI.
5. Charters, S., & Ali-Knight, J. (2002). "Who is the Wine Tourist?". Tourism Management.
6. Hall, C.M., & Mitchell, R. (2008). Wine Marketing: A Practical Guide.
7. Frochot, I. (2000). "Wine Tourism in France: A Paradox?". Proceedings of the First International Wine Tourism Conference.
8. Triantafyllopoulou, M. (2024). "Wine Tourism Emerges as a Promising Asset for Greek Tourism". To vima.
9. Dodd, T.H., & Bigotte, V. (1997). "Perceptual Differences Among Visitor Groups to Wineries". Journal of Travel Research.
10. O'Neill, M.A., Palmer, A., & Charters, S. (2002). "Wine Production as a Driver of Wine Tourism and Regional Development: The Western Australia Experience". Tourism and Hospitality Research.
11. Poitras, L., & Getz, D. (2006). "Sustainable Wine Tourism: The Host Community Perspective". Journal of Sustainable Tourism.
12. Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2011). Festival and Special Event Management. Wiley.
13. Becken, S., & Simmons, D. G. (2008). Tourism and Climate Change: Risks and Opportunities. Channel View Publications.
14. Batra, A. (2008). "Tourism marketing for developing countries: Battling stereotypes and crises in Asia, Africa and the Middle East." Wine Tourism Chapter. Routledge.
15. Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). "A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes." Journal of Cleaner Production, 65, 42-56.
16. Bramwell, B., & Lane, B. (2000). Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability. Channel View Publications.
17. Bruwer, J., & Alant, K. (2009). "The hedonic nature of wine tourism consumption: An experiential view." International Journal of Wine Business Research, 21(3), 235-257.
18. Bruwer, J., & Lesschaeve, I. (2012). "Wine tourists' consumer behavior: A conceptual approach." Journal of Hospitality and Tourism Research, 36(1), 1-23.
19. Burt, R. S. (2005). Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital. Oxford University Press.
20. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education.
21. Dodd, T. H. (1997). "Techniques to enhance the effectiveness of wine tourism marketing." International Journal of Wine Marketing, 9(2), 15-26.
22. Dodd, T. H., & Beverland, M. B. (2001). "Wine tourism: The effect of customer satisfaction on repeat visits and word-of-mouth promotion." International Journal of Wine Marketing, 13(3), 10-22.
23. Elkington, J. (1999). Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Capstone.
24. Ferrazzi, K. (2005). Never Eat Alone: And Other Secrets to Success, One Relationship at a Time. Currency.
25. Font, X., & McCabe, S. (2017). "Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, and potential." Journal of Sustainable Tourism, 25(7), 869-883.

26. Forbes, S. L., Cohen, D. A., Cullen, R., Wratten, S. D., & Fountain, J. (2009). "Consumer attitudes regarding environmentally sustainable wine: An exploratory study of the New Zealand marketplace." Journal of Cleaner Production, 17(13), 1195-1199.
27. Getz, D., Dowling, R., Carlsen, J., & Anderson, D. (2006). Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Routledge.
28. Getz, D., & Brown, G. (2006). "Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis." Tourism Management, 27(1), 146-158.
29. Gomez-Carmona, D., Paramio, A., Cruces-Montes, S., Marin-Duenas, P.P., Montero, A.A & Romero-Moreno, A. (2023). The effect of the wine tourism experience. Journal of Destination Marketing & Management, 29.
30. Hall, C. M. (2008). Tourism Planning: Policies, Processes, and Relationships. Pearson Education.
31. Hall, C. M., & Mitchell, R. (2008). Wine Marketing: A Practical Guide. Butterworth-Heinemann.
32. Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). "We're all connected: The power of the social media ecosystem." Business Horizons, 54(3), 265-273.
33. Hooper, J., & Kallas, Z. (2020). "Consumer preferences for wine tourism experiences: A choice experiment approach." Wine Economics and Policy, 9(2), 68-76.
34. Järvinen, J., & Karjaluoto, H. (2015). "The use of Web analytics for digital marketing performance measurement." Industrial Marketing Management, 50, 117-127.
35. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." Business Horizons, 53(1), 59-68.
36. Keller, K. L. (2012). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education.
37. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson.
38. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley.
39. Lockshin, L., & Corsi, A. M. (2012). "Consumer behaviour for wine 2.0: A review since 2003 and future directions." Wine Economics and Policy, 1(1), 2-23.
40. Lockshin, L., & Spawton, A. (2001). "Using involvement and brand equity to develop a wine tourism strategy." International Journal of Wine Marketing, 13(1), 72-81.
41. Madeira, A., Correia, A. & Filipe, J. A. (2019). Wine Tourism: Constructs of the Experience: Methods and Protocols. Trends in Tourist Behavior, 93-108.
42. Mandal, P. & Joshi, N. (2016). Understanding digital marketing -theories and strategies. International Journal of Management Science and Engineering Research. 07(09), 50-60.
43. Meadows, D. H., Randers, J., & Meadows, D. L. (2004). Limits to Growth: The 30-Year Update. Chelsea Green Publishing.
44. Mitchell, R., & Hall, C. M. (2006). "Wine tourism research: The state of play." Tourism Review International, 9(4), 307-332.
45. Mitchell, R., Hall, C. M., & McIntosh, A. (2000). "Wine tourism and consumer behaviour." Wine Marketing: A Practical Guide, 115-135.
46. Morrison, A. (2008). Hospitality and Travel Marketing. Delmar.
47. Morrison, A. M. (2013). Marketing and Managing Tourism Destinations. Routledge.
48. Mossberg, L. (2007). "A marketing approach to the tourist experience." Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 7(1), 59-74.
49. Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. (2009). "Why sustainability is now the key driver of innovation." Harvard Business Review, 87(9), 56-64.
50. Ottman, J. A. (2011). The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. Berrett-Koehler Publishers.
51. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality." Journal of Retailing, 64(1), 12-40.

52. Pikkemaat, B., Peters, M., Boksberger, P. & Secco, M. (2009). The Staging of Experiences in Wine Tourism. Journal of Hospitality Marketing & Management. 18(2-3), 237-253.
53. Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business Review Press.
54. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
55. Pretorius, I. S., & Høj, P. B. (2005). "Grape and wine biotechnology: A perspective on the sustainable use of resources." Biotechnology Advances, 23(6), 431-445.
56. Rankine, B. (2004). Making Good Wine: A Manual of Winemaking Practice for Australia and New Zealand. Pan Macmillan Australia.
57. Rangan, V. K., Chase, L., & Karim, S. (2015). "The Truth About CSR." Harvard Business Review, 93(1), 40-49.
58. Ryan, D. (2021). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page.
59. Sachs, J. D. (2015). The Age of Sustainable Development. Columbia University Press.
60. Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2016). "Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues." Organization & Environment.
61. Santos, V.R, Ramos, P., Almeida, N. & Santos-Pavon, E. (2019). Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 11, 718-730.
62. Scherhag, K., Rüdiger, J. & Dreyer, A. (2023). Introduction to wine tourism. De Gruyter, 15(3), 231–238.
63. Silverman, D., & Baum, T. (2007). "Sustainability and wine tourism practices." Journal of Sustainable Tourism, 15(5), 514-529.
64. Thach, L., & Olsen, J. (2006). Wine Marketing and Sales: Success Strategies for a Saturated Market. San Francisco Wine Institute.
65. Uzzi, B. (1997). "Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness." Administrative Science Quarterly, 42(1), 35-67.
66. Wackernagel, M., & Rees, W. (1996). Our Ecological Footprint: Reducing Human Impact on the Earth. New Society Publishers.
67. Weaver, D. B. (2006). Sustainable Tourism: Theory and Practice. Routledge.
68. White, L., & White, D. (2009). "The importance of environmental sustainability in wine tourism." Journal of Wine Research, 20(2), 125-142.
69. https://www.linkedin.com/pulse/winetourism-trends-2024-madalena-vidigal-nx6mf
70. https://www.pressdemocrat.com/article/lifestyle/wine-tourism-trends/
71. https://www.unwto.org/news/unwto-global-conference-on-wine-tourism-in-la-rioja-forging-the-future-of-sustainable-wine-tourism
72. https://www.tornosnews.gr/en/tourism-businesses/gastronomy/49585-unwto-holds-global-conference-on-wine-tourism-in-spain.html
73. https://www.unwto.org/6-UNWTO-Global-Conference-Wine-Tourism
74. https://www.unwto.org/7-UNWTO-Global-Conference-Wine-Tourism
75. https://www.unwto.org/8-UN-Tourism-Global-Conference-Wine-Tourism
76. https://seaofwine.travel/countries/greece

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



Π2.1 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΟΙΝΟΥ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΈΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ 22 ΟΤΔ

Α/Α	ΟΤΔ	Περιοχές Παρέμβασης
1	ΑΝΕΘ – ΑΟΤΑ (Χαλκηδόνα, Δέλτα),	ΠΕ Θεσσαλονίκης
2	ΑΝΕΘ – ΑΟΤΑ (Λαγκαδά, Βόλβη, κλπ)	ΠΕ Θεσσαλονίκης
3	Αναπτυξιακή Ημαθίας ΑΕ	ΠΕ Ημαθίας
4	Αναπτυξιακή Κιλκίς ΑΕ	ΠΕ Κιλκίς
5	Δημοσυνεταιριστική ΕΒΡΟΣ ΑΕ	ΠΕ Έβρου
6	Αναπτυξιακή Καβάλας ΑΕ	ΠΕ Καβάλας
7	Αναπτυξιακή Φλώρινας ΑΕ	ΠΕ Φλώρινας
8	Αναπτυξιακός Οργανισμός «ΗΠΕΙΡΟΣ Α.Ε.»	Ήπειρος
9	Αναπτυξιακός Οργανισμός Νομού Λάρισας ΑΕ	ΠΕ Λάρισας
10	Αναπτυξιακή Τρικάλων - ΚΕΝΑΚΑΠ ΑΕ -Α.Α.Ε.Ο.Τ.Α.	ΠΕ Τρικάλων
11	Αναπτυξιακή Καρδίτσας Α.Α.Ε. Ο.Τ.Α.	ΠΕ Καρδίτσας
12	Αναπτυξιακή Εύβοιας ΑΕ	ΠΕ Εύβοιας
13	Αχαΐα Αναπτυξιακή ΑΕ	ΠΕ Αχαΐας
14	Αναπτυξιακή Βορείου Πελοποννήσου ΑΑΕ ΟΤΑ	ΠΕ Κορινθίας, Αργολίδας, Αρκαδίας
15	Αναπτυξιακή Ολυμπίας ΑΕ	ΠΕ Ηλείας
16	Αναπτυξιακή Λήμνου ΑΕ Α.Ε. ΟΤΑ	ΠΕ Λήμνου
17	Κ.Α.Α.Ε.Κ.Τ. ΣΑΜΟΥ Α.Ε.	ΠΕ Σάμου
18	Εταιρεία Τοπικής Ανάπτυξης Χίου	ΠΕ Χίου
19	Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων ΑΕ	Κυκλάδες
20	Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου	Δωδεκάνησα
21	Οργανισμός Ανάπτυξης Κρήτης ΑΕ	ΠΕ Χανίων και Ρεθύμνου
22	ΑΝΚΟ Δυτικής Μακεδονίας ΑΕ	ΠΕ Γρεβενών και Κοζάνης

Π2.2 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΟΙΝΟΥ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΈΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ 22 ΟΤΔ

ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΟ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΟΙΝΟΥ 22 ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΟΤΔ

	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	OENOCOSMOS WINE FAIR	CELLIER WINE FAIR THESSALONIKH 2024	-	-	- ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ROSE GRAND TASTING - ΦΥΣΙΚΑ FYSIKA	-	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΑΓΧΙΑΛΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	THESSALONIKI WINE SHOW	-	- ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ DETROP – OENOS -ΒΟΡΟΙΝΑ (στην Αθήνα)	- ΧΑΡΤΗΣ ΤΩΝ ΓΕΥΣΕΩΝ - ΒΟΡΟΙΝΑ
	ΒΟΡΟΙΝΑ (στην Αθήνα)								ΒΟΡΟΙΝΑ (στη Θεσσαλονίκη)			
ΗΜΑΘΙΑ	ΝΑΟΥΣΑ, Η ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ 2024	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-		- ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΡΥΓΟΥ - NAOUSA STREETFOOD FESTIVAL - WINE EDITION 2024	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
								ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΡΥΓΟΥ				
ΚΙΛΚΙΣ	-	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	-	-	ΚΑΣΤΑΝΟ, ΤΥΡΙ, ΚΡΑΣΙ	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΕΒΡΟΣ	-	-	-	-	- ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - UNAMI FESTIVAL: Η ΓΙΟΡΤΗ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ/ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ / WINE FESTIVAL	-	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΚΑΒΑΛΑ	-	-	-	-	- ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΟΙΝΟΥ ΚΑΒΑΛΑΣ 2024	-	- ONE WINE STAND - ΠΕΡΙ ΟΙΝΟΥ & ΓΕΥΣΕΩΝ	- KAVALA WINE PROJECT - ΓΙΟΡΤΗ ΣΤΑΦΥΛΙΟΥ	-	-	- ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΓΙΟΡΤΗ ΤΣΙΠΟΥΡΟΥ	-
ΦΛΩΡΙΝΑ	-	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	-	-	-	- ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΞΙΝΟΜΑΥΡΟΥ/ ΑΜΥΝΤΑΙΟ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ/ ΑΓΙΟΣ ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΟΝΑΣ	ΟΙΝΟΣ ΚΑΙ ΠΟΙΗΤΗΣΗ
ΗΠΕΙΡΟΣ	-	ΕΚΘΕΣΗ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΖΙΤΣΑΣ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-

ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΟ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΟΙΝΟΥ 22 ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΟΤΔ												
	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος
ΛΑΡΙΣΑ	-	-	-	-	- ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΟΙΝΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	-	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ & ΑΜΠΕΛΙΟΥ / ΡΑΨΑΝΗ	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΤΡΙΚΑΛΑ	-	-	-	-	- ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΟΙΝΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	-	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ/ ΚΑΣΤΡΑΚΙ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΚΑΡΔΙΤΣΑ	-	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΑ ΛΟΥΤΡΑ ΣΜΟΚΟΒΟΥ	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΜΕΣΕΝΙΚΟΛΑ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΕΥΒΟΙΑ	-	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΑΧΑΪΑ	-	-	PATRAS WINE FAIR	WINE2WINE FEST 2024	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	- ΟΙΝΟΞΕΝΕΙΑ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΑ ΛΟΥΣΙΚΑ - ΕΤΗΣΙΑ ΓΙΟΡΤΗ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	PELOPONNESE WINE FESTIVAL/ ATHENS 2024	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	-	ΜΕΓΑΛΕΣ ΜΕΡΕΣ ΤΗΣ ΝΕΜΕΑΣ	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΣΤΗ ΖΩΝΗ ΠΟΠ
ΗΛΕΙΑ	-	-	-	-	- ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΟΙΝΟΥ & ΓΕΥΣΕΩΝ ΠΕ ΗΛΕΙΑΣ	--		ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΟ ΒΑΡΘΟΛΟΜΙΟ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΛΗΜΝΟΣ	ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΑ ΜΑΥΡΟΔΑΦΝΗΣ LEMNOS WINE CLUB	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	LEMNOS PHILEMA/ GASTRONOMY & WINE FESTIVAL	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΣΑΜΟΣ	-	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	ΓΙΟΡΤΕΣ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗ ΣΑΜΟ	-	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΧΙΟΣ	-	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΧΙΟΣ ON TOUR 2024			-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-

ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΟ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΟΙΝΟΥ 22 ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΟΤΔ												
	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ/ ΓΑΛΗΣΣΑ	-	- ΕΚΘΕΣΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ESTERES /ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ - ΠΙΘΟΙΓΙΑ- Γευσιγνωσία θηραϊκών οίνων τελευταίας εσοδίας/ Σαντορίνη	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	- ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΚΑΙ ΨΑΡΙΟΥ/ ΠΑΡΟΣ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ/ ΤΗΝΟΣ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ / ΜΗΛΟΣ	- ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΜΠΥΡΑΣ ΚΑΙ ΚΡΑΣΙΟΥ /ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ - ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΥΚΛΑΔΙΚΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ "ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΣΕΛΕΜΕΝΤΕΣ"/ ΑΡΤΕΜΩΝΑΣ ΣΙΦΝΟΥ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ/ ΝΑΞΟΣ	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	-	WINE TASTING DAY / ΡΟΔΟΣ	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	- ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ / ΕΜΠΩΝΑΣ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ/ ΜΑΣΤΙΧΑΡΙ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ / ΛΕΡΟΣ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΛΕΙΨΟΙ	- ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΡΠΑΘΟΥ - ΑΣΤΥΠΑΛΟΙΝΟΣ/ ΑΣΤΥΠΑΛΑΙΑ - ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΡΑΣΙΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΒΙΩΣΗ ΠΕΤΡΙΝΩΝ ΠΑΤΗΤΗΡΙΩΝ/ ΣΥΜΗ	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΟΑΚ	-	ΟΙΝΟΤΙΚΑ	ΟΙΝΟΚΡΗΤΙΚΑ	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ/ ΒΟΥΒΕΣ ΧΑΝΙΩΝ	-	-	ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	-
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	-	-	-	-	ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΠΟΡΤΕΣ ΣΤΑ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	-	-	- ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΤΗ ΜΕΣΙΑΝΗ/ ΔΗΜΟΣ ΣΕΡΒΙΩΝ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΡΙΚΩΜΟΥ ΓΡΕΒΕΝΩΝ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΠΕΛΕΚΑΝΟΣ ΒΟΪΟΥ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΣΙΑΤΙΣΤΑΣ	ΘΡΑΚΙΚΑ ΕΠΙΛΗΝΙΑ (ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΜΕ ΜΟΥΣΤΟ, ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΜΟΥΣΤΑΛΕΥΡΙΑ)	- ΓΙΟΡΤΗ ΜΟΥΣΤΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΔΑ ΕΟΡΔΑΙΑΣ - ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΑΓΙΑΣΜΑ ΒΟΙΟΥ	- ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΚΑΖΑΝΙΑ ΤΣΙΠΟΥΡΟΥ ΕΟΡΔΑΙΑ	-

Π6.1 *ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ «ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΤΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ ΣΤΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ»

Αγαπητοί επισκέπτες,
Σας ευχαριστούμε θερμά που επισκεφθήκατε το οινοποιείο μας.
Στοχεύοντας στο να βελτιώσουμε την εμπειρία που σας προσφέρουμε, θα θέλαμε να σας παρακαλέσουμε να μοιραστείτε την εμπειρία σας μαζί μας, απαντώντας στις παρακάτω ερωτήσεις:

1. Ποια ήταν η συνολική σας εμπειρία από την επίσκεψή σας στο οινοποιείο;
(Παρακαλούμε βαθμολογήστε από 1 έως 5, όπου 1 είναι "Πολύ Κακή" και 5 "Εξαιρετική")
Πολύ Κακή [ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5 Εξαιρετική

2. Πώς αξιολογείτε την ποιότητα της ξενάγησης που σας προσφέρθηκε;
Πολύ Κακή [ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5 Εξαιρετική

3. Πώς θα αξιολογούσατε τη γευσιγνωσία των κρασιών που δοκιμάσατε;
Πολύ Κακή [ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5 Εξαιρετική

4. Πώς ήταν η εξυπηρέτηση που λάβατε από το προσωπικό του οινοποιείου;
Πολύ Κακή [ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5 Εξαιρετική

5. Κατά πόσο ικανοποιημένοι είστε με τις υποδομές του οινοποιείου (π.χ. καθαριότητα, χώροι υγιεινής, χώρος στάθμευσης);
Πολύ Κακή [ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5 Εξαιρετική

6. Πώς αξιολογείτε την προσβασιμότητα και τη σήμανση για να φτάσετε έως το οινοποιείο;
Πολύ Κακή [ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5 Εξαιρετική

7. Πόσο πιθανό είναι να προτείνετε το οινοποιείο μας σε φίλους ή συγγενείς;
(1=Καθόλου πιθανό, 5=Πολύ πιθανό)
[ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5

8. Ποια στοιχεία της εμπειρίας σας έκαναν πολύ καλή εντύπωση και ποια εξ' αυτών θα μπορούσαμε να βελτιώσουμε;
(Παρακαλούμε δώστε μια σύντομη περιγραφή.)

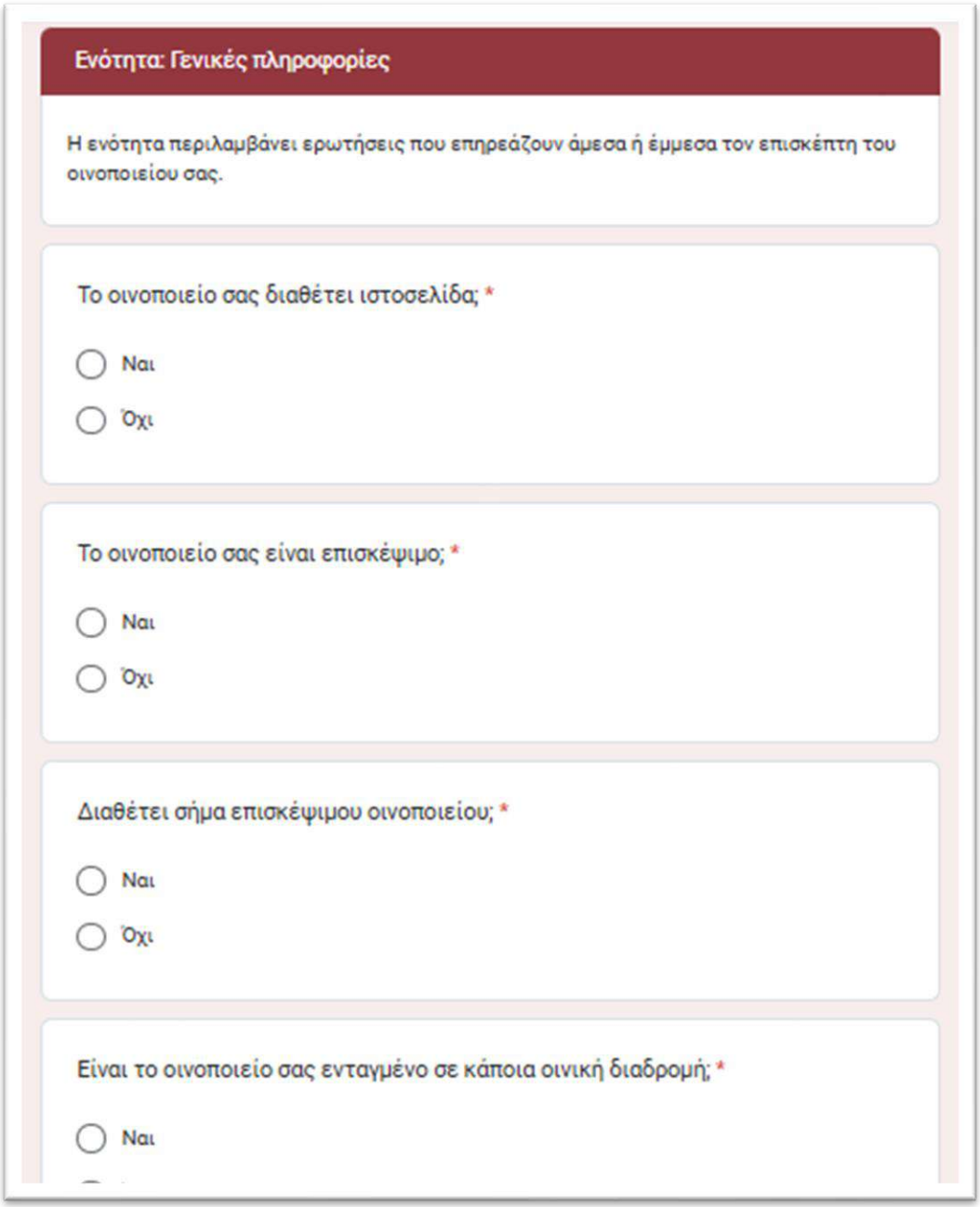
Πρόσθετες πληροφορίες (προαιρετικά):
Ημερομηνία επίσκεψης: [_____]
Ηλικία:
[ ] 18-25
[ ] 26-35
[ ] 36-45
[ ] 46-60
[ ] 60+

Έχετε επισκεφθεί ξανά το οινοποιείο;
[ ] Ναι
[ ] Όχι

Σας ευχαριστούμε πολύ για τον χρόνο σας!

Π7.1 ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ





Ενότητα: Γενικές πληροφορίες

Η ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα τον επισκέπτη του οινοποιείου σας.

Το οινοποιείο σας διαθέτει ιστοσελίδα; *

- Ναι
- Όχι

Το οινοποιείο σας είναι επισκέψιμο; *

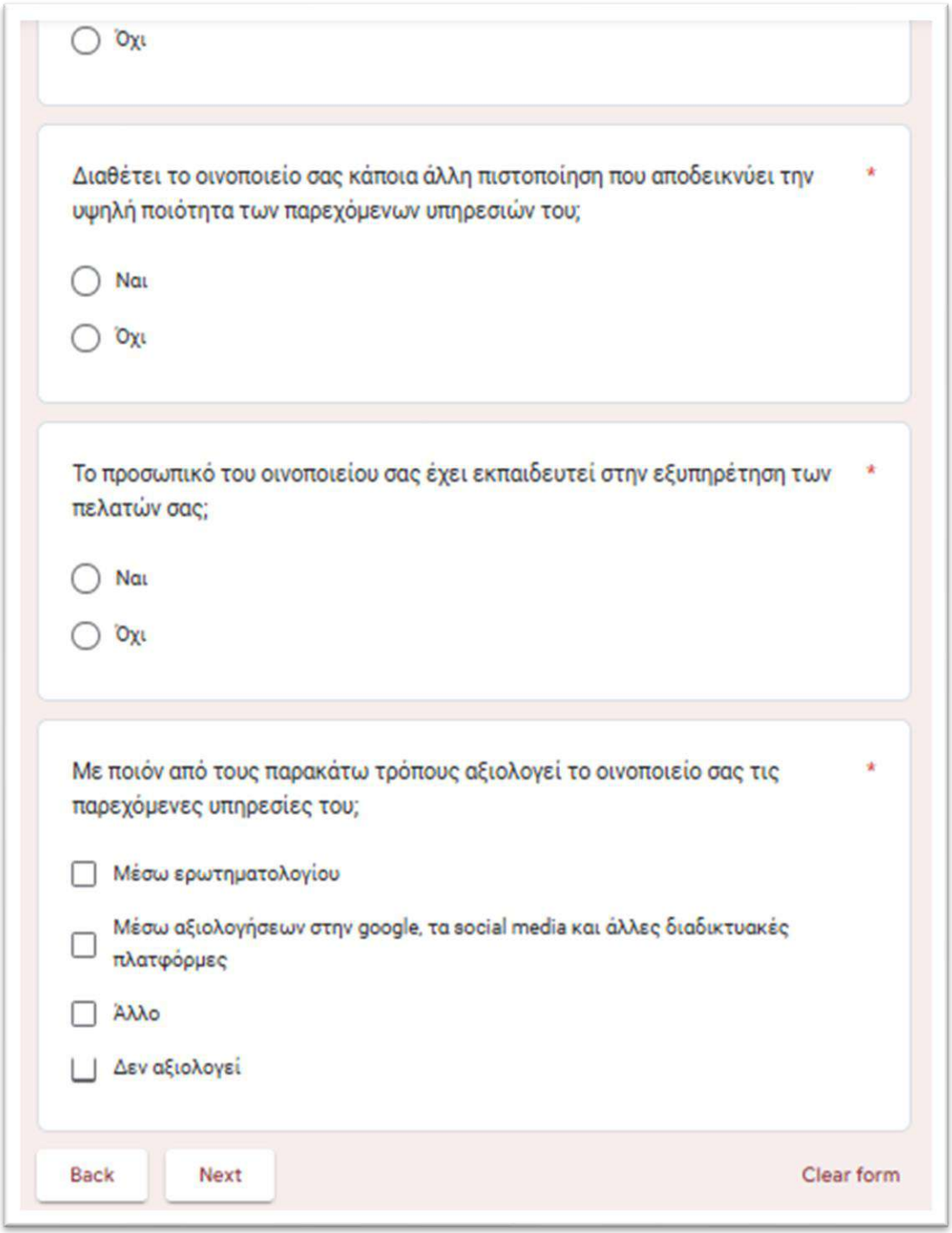
- Ναι
- Όχι

Διαθέτει σήμα επισκέψιμου οινοποιείου; *

- Ναι
- Όχι

Είναι το οινοποιείο σας ενταγμένο σε κάποια οινική διαδρομή; *

- Ναι


Όχι

Διαθέτει το οινοποιείο σας κάποια άλλη πιστοποίηση που αποδεικνύει την υψηλή ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών του; *

Ναι

Όχι

Το προσωπικό του οινοποιείου σας έχει εκπαιδευτεί στην εξυπηρέτηση των πελατών σας; *

Ναι

Όχι

Με ποιόν από τους παρακάτω τρόπους αξιολογεί το οινοποιείο σας τις παρεχόμενες υπηρεσίες του; *

Μέσω ερωτηματολογίου

Μέσω αξιολογήσεων στην google, τα social media και άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες

Άλλο

Δεν αξιολογεί

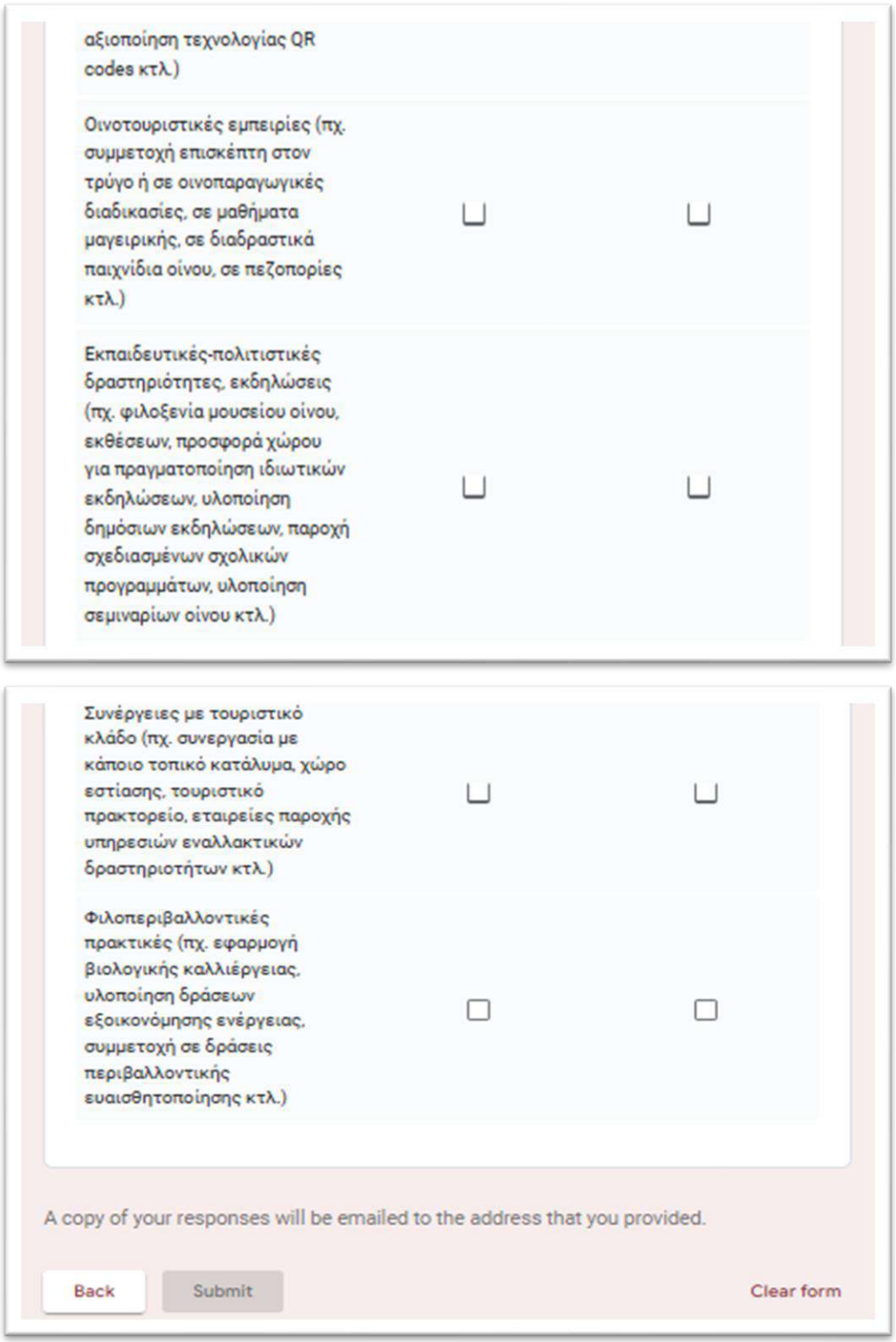
Back Next Clear form

Ενότητα: Αξιολόγηση οινοτουριστικών υπηρεσιών

Η ενότητα περιλαμβάνει τις οινοτουριστικές υπηρεσίες βάσει των οποίων θα αξιολογηθεί το οινοποιείο σας.

Ποιες από τις παρακάτω οινοτουριστικές υπηρεσίες παρέχει το οινοποιείο σας; * 10 points

	Ναι	Όχι
Ξενάγηση (απλή)	☐	☐
Οινογευσία (απλή)	☐	☐
Γευσιγνωσίες με τοπικά εδέσματα (οινογευσία συνοδευόμενη από τοπικά εδέσματα)	☐	☐
Θεματικές ξεναγήσεις	☐	☐
Διαιδικτυακές κρατήσεις (ειδικά σχεδιασμένη φόρμα κρατήσεων και όχι απλή φόρμα επικοινωνίας)	☐	☐
Χρήση νέων τεχνολογιών (πχ. αξιοποίηση οπτικοακουστικού εξοπλισμού για την προβολή οινικών διαδικασιών, αξιοποίηση τεχνολογίας QR codes κτλ.)	☐	☐

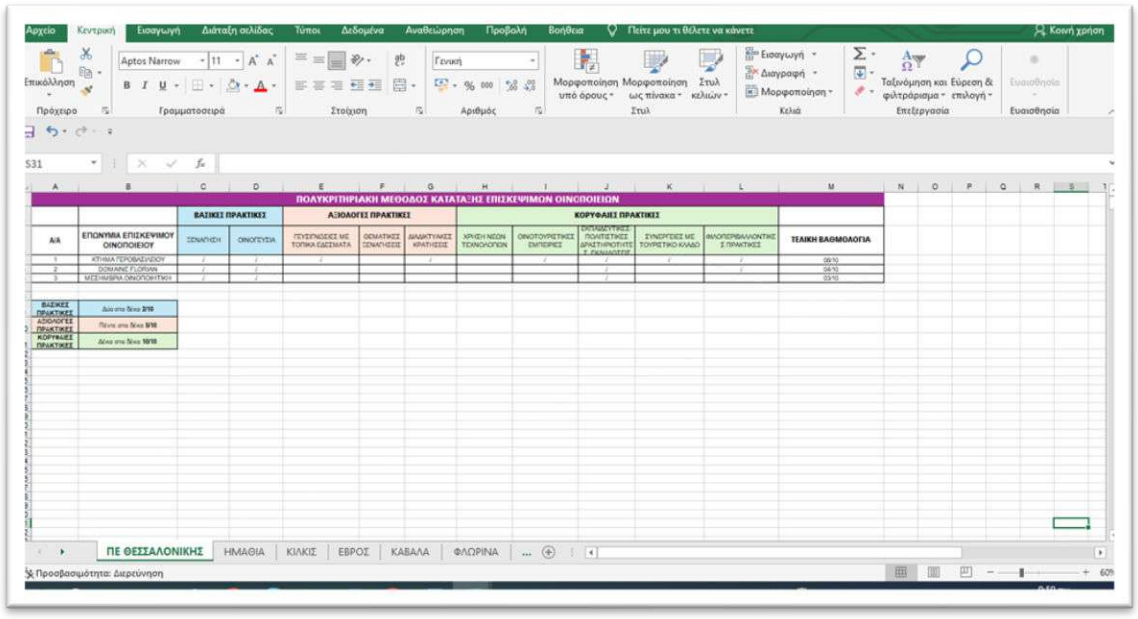


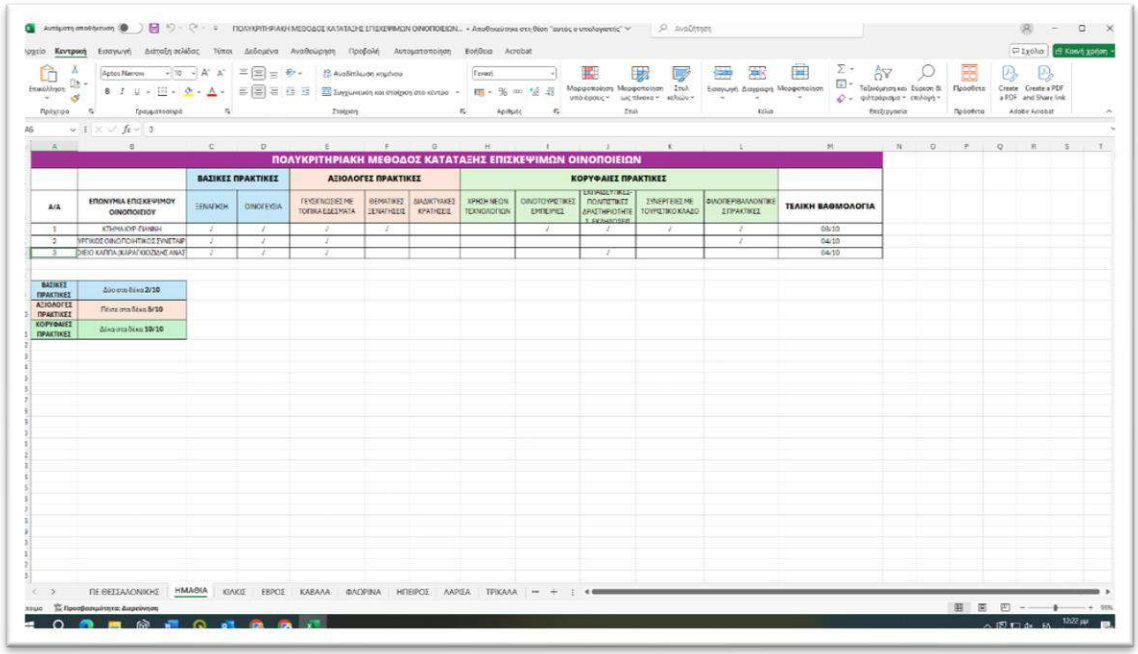
αξιοποίηση τεχνολογίας QR codes κτλ.)		
Οινοτουριστικές εμπειρίες (πχ. συμμετοχή επισκέπτη στον τρύγο ή σε οινοπαραγωγικές διαδικασίες, σε μαθήματα μαγειρικής, σε διαδραστικά παιχνίδια οίνου, σε πεζοπορίες κτλ.)	☐	☐
Εκπαιδευτικές-πολιτιστικές δραστηριότητες, εκδηλώσεις (πχ. φιλοξενία μουσείου οίνου, εκθέσεων, προσφορά χώρου για πραγματοποίηση ιδιωτικών εκδηλώσεων, υλοποίηση δημόσιων εκδηλώσεων, παροχή σχεδιασμένων σχολικών προγραμμάτων, υλοποίηση σεμιναρίων οίνου κτλ.)	☐	☐
Συνέργειες με τουριστικό κλάδο (πχ. συνεργασία με κάποιο τοπικό κατάλυμα, χώρο εστίασης, τουριστικό πρακτορείο, εταιρείες παροχής υπηρεσιών εναλλακτικών δραστηριοτήτων κτλ.)	☐	☐
Φιλοπεριβαλλοντικές πρακτικές (πχ. εφαρμογή βιολογικής καλλιέργειας, υλοποίηση δράσεων εξοικονόμησης ενέργειας, συμμετοχή σε δράσεις περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης κτλ.)	☐	☐

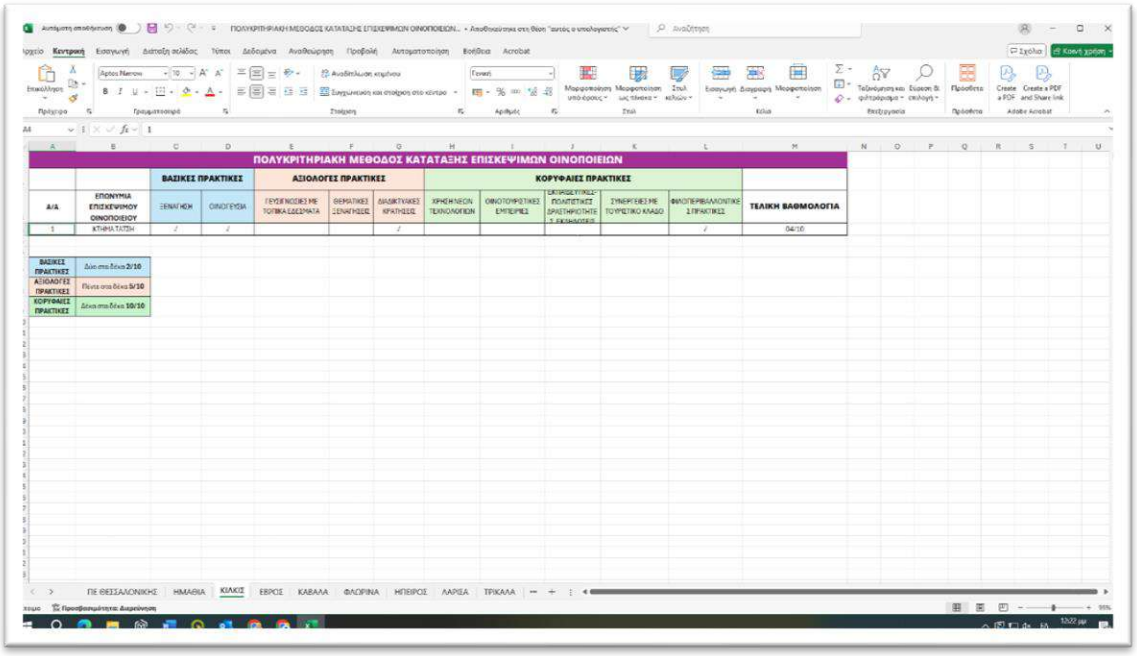
A copy of your responses will be emailed to the address that you provided.

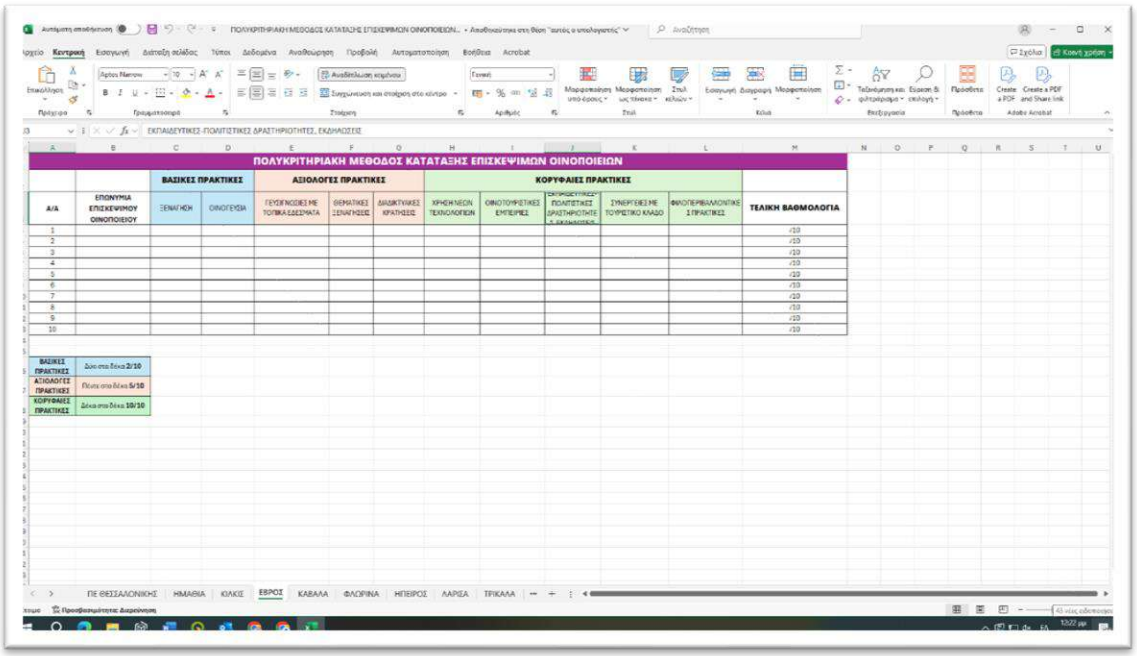
Back Submit Clear form

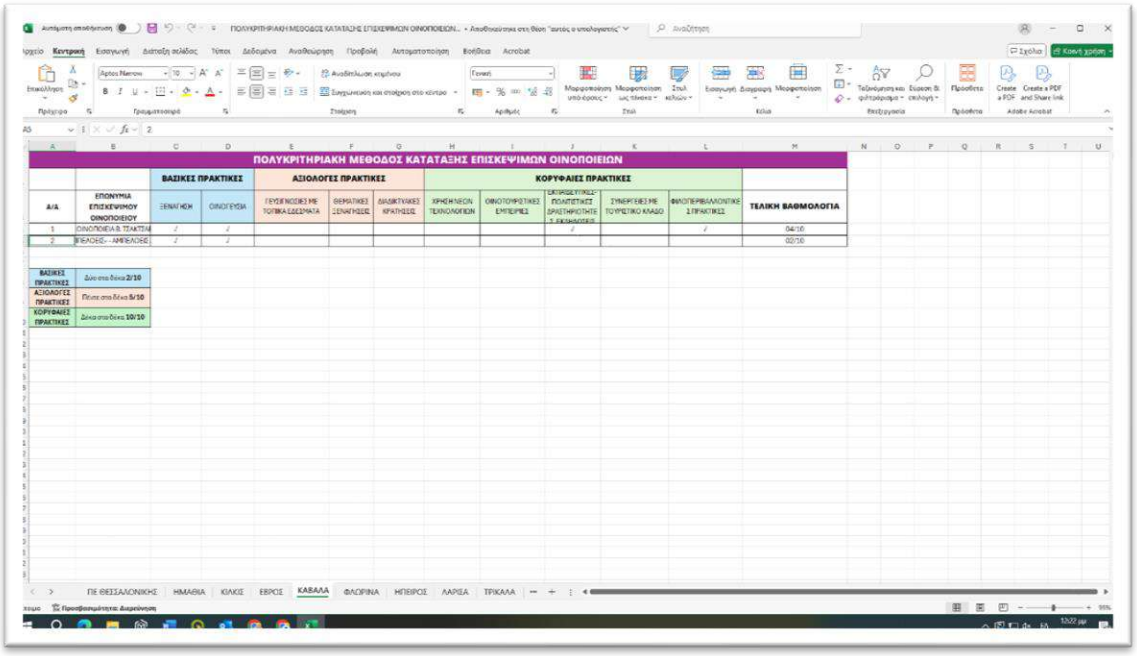
Π7.2 ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ

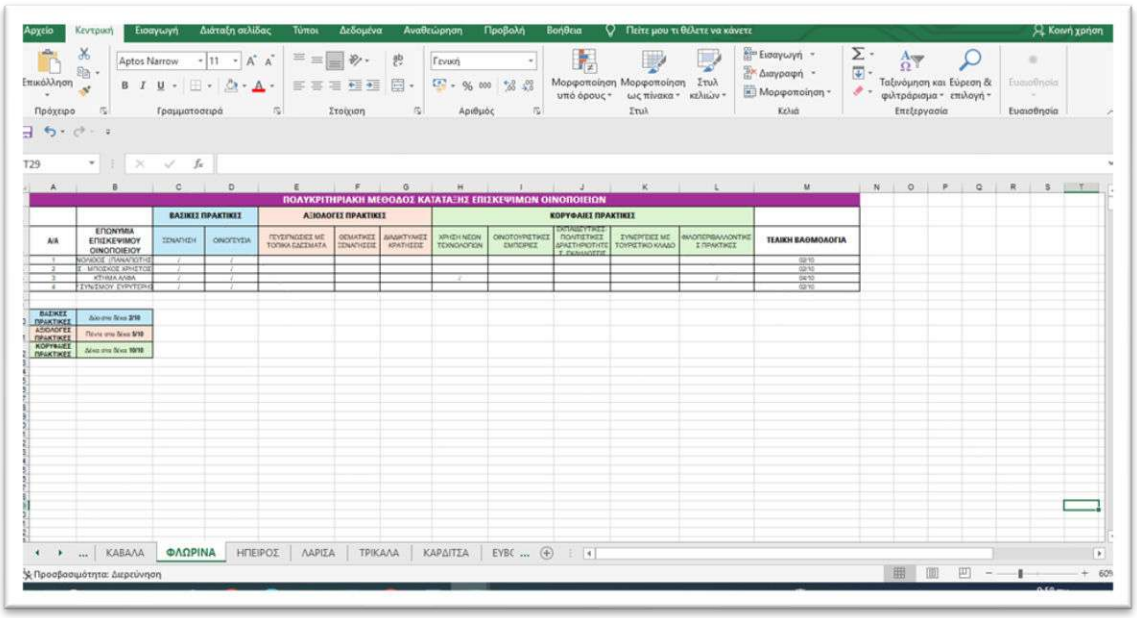


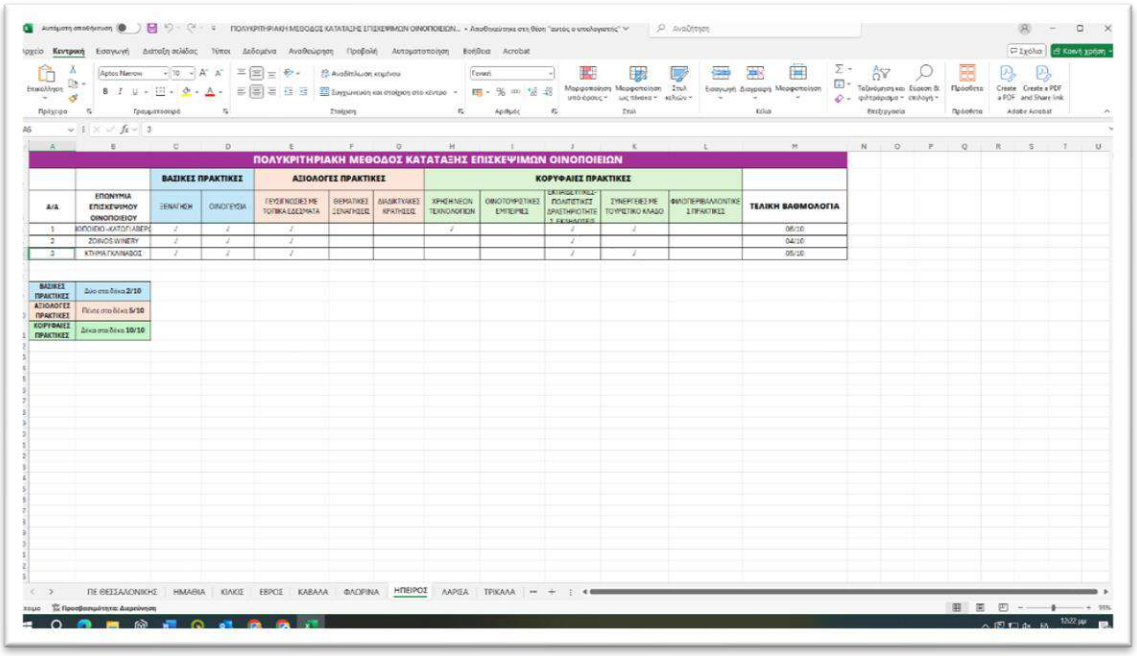


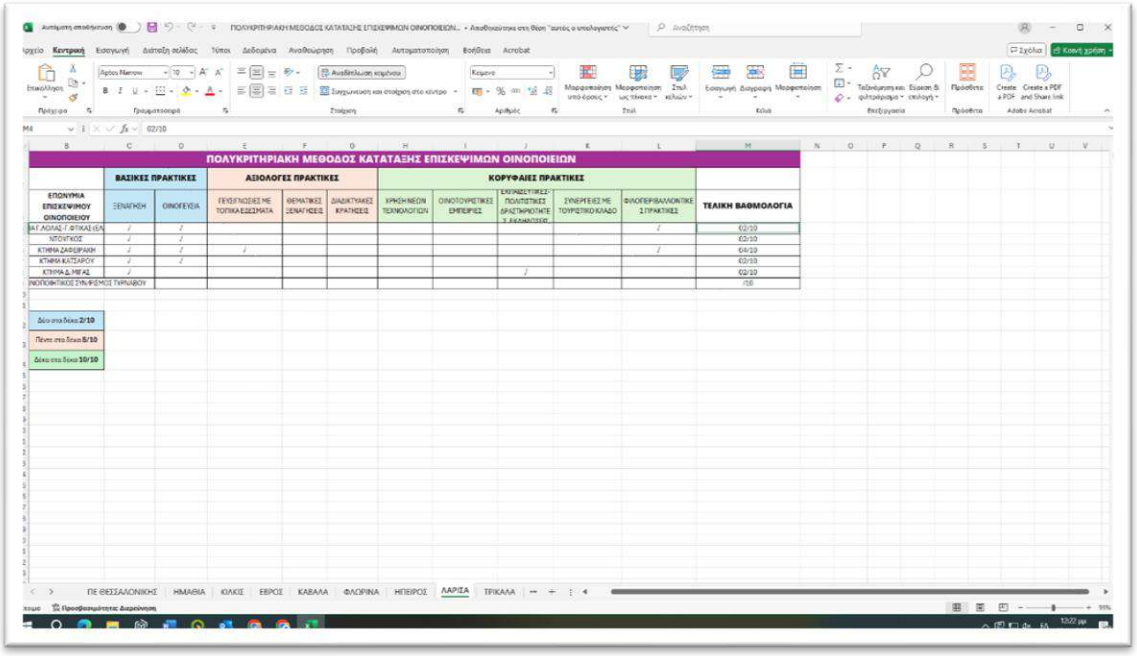

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ, ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΚΤΗΜΑ ΤΑΤΣΗ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Δέκα στα δέκα 10/10
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΗΜΑΘΕΙΑ
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ

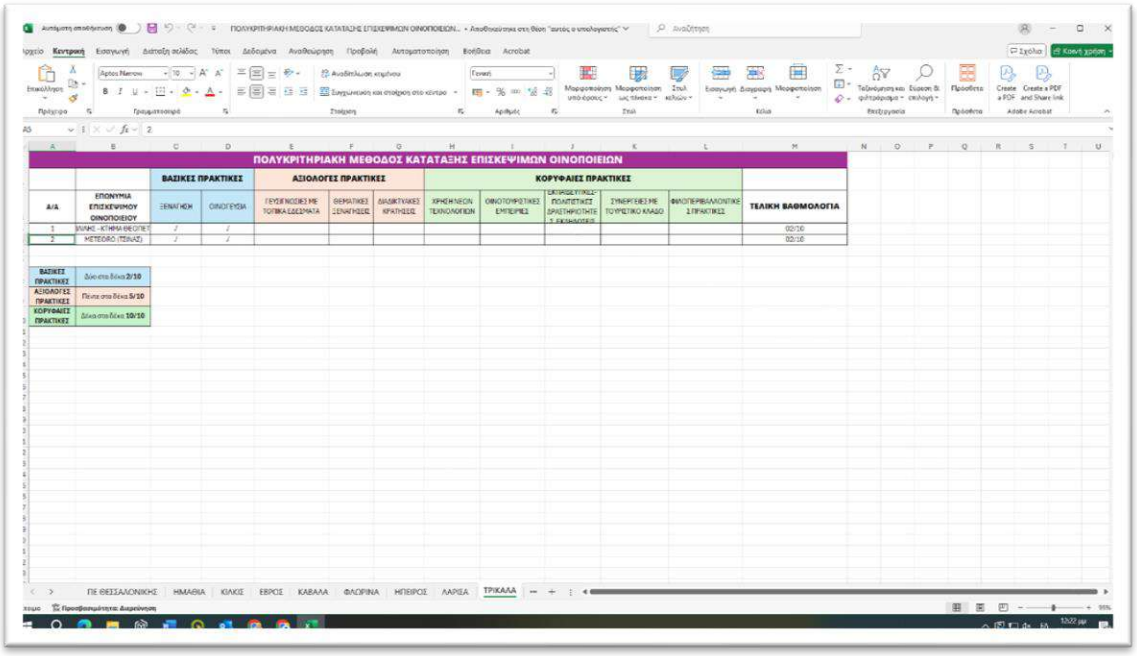

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ, ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Δέκα στα δέκα 10/10
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΗΜΑΘΕΙΑ
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ

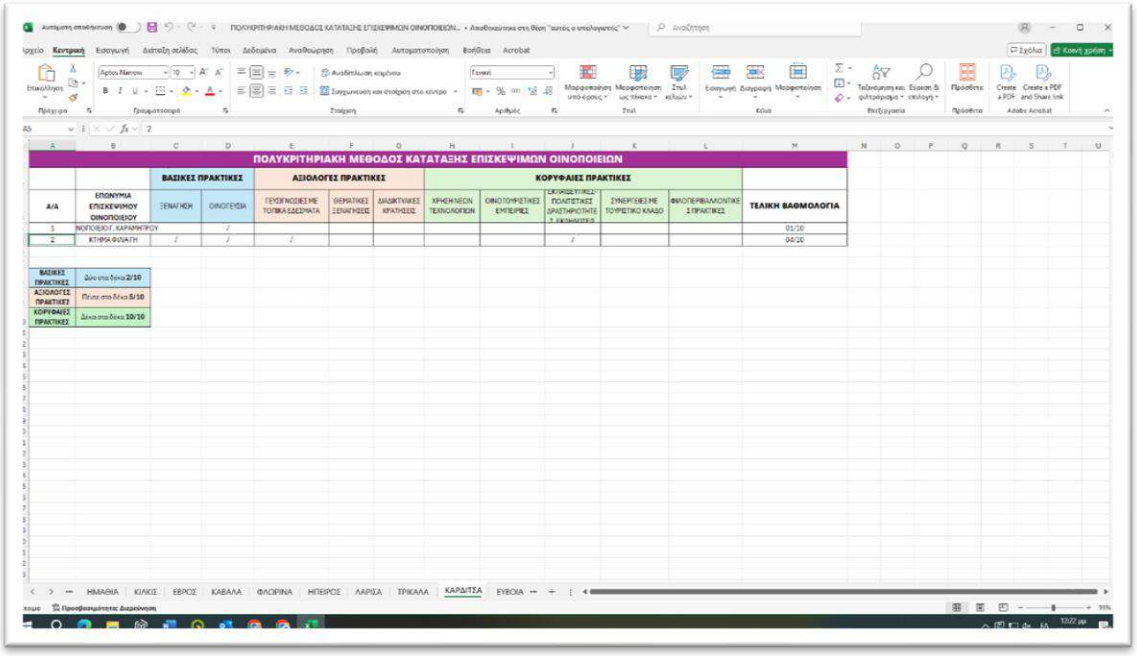

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΣΕΝΑΤΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΝΟΔΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΣΕΝΑΤΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΗΜΑΘΙΑ
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ

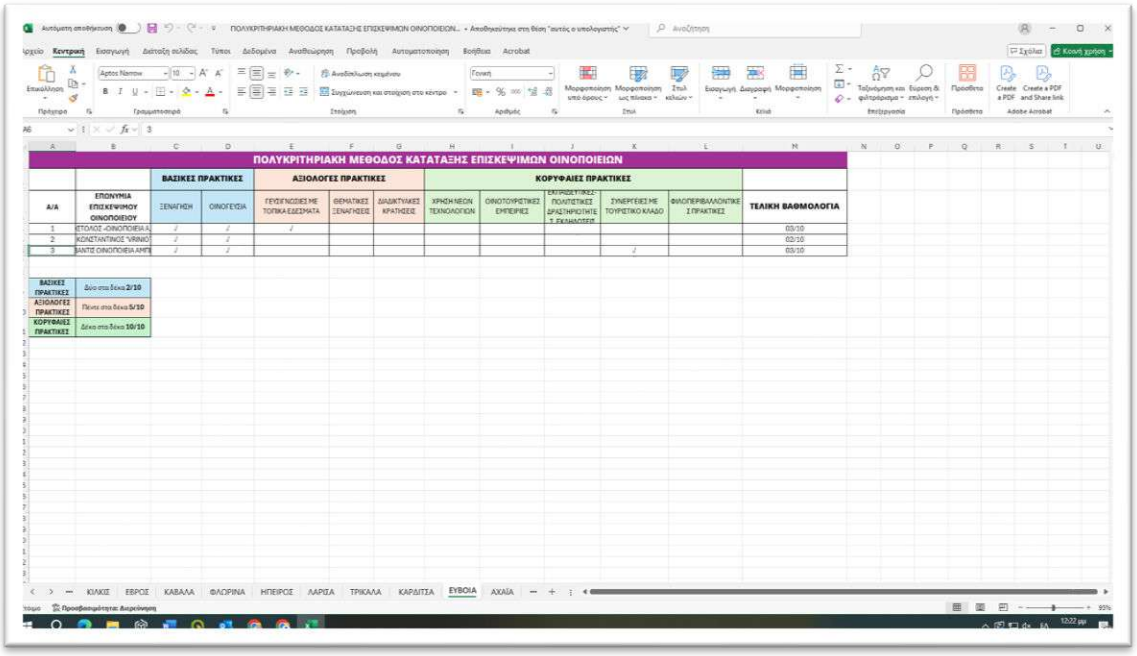

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ
ΚΑΡΔΙΤΣΑ

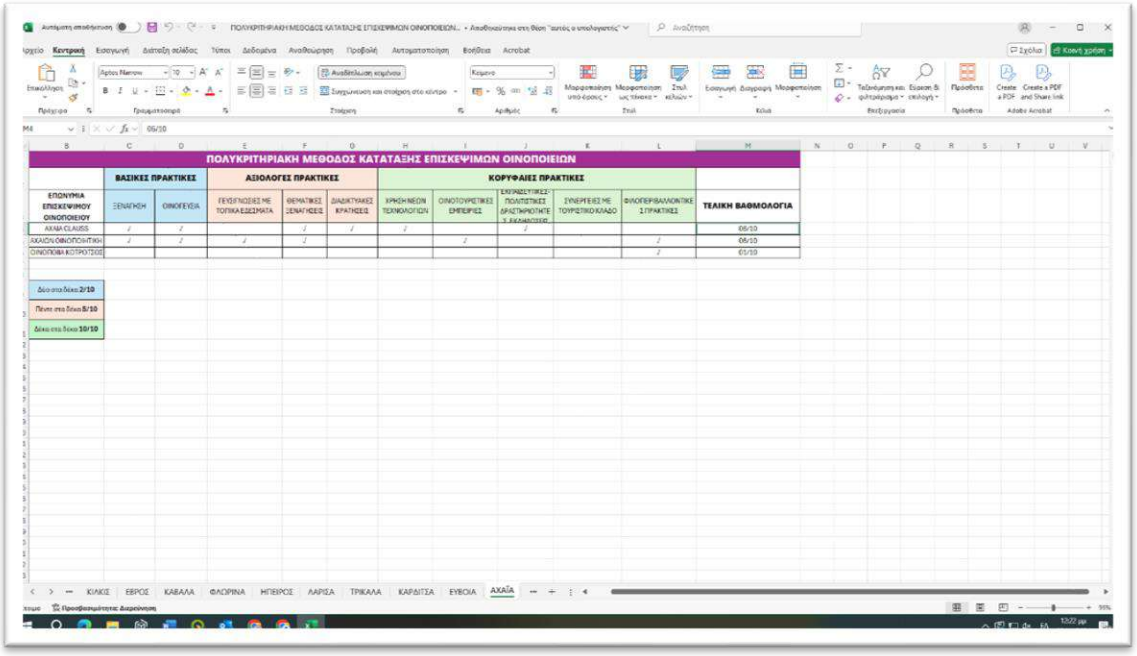

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΕΔΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
1 ΚΟΠΟΥΛΟ -ΚΑΤΟΓΙ ΑΒΕΡΣ 08/10
2 ZORROS WINERY 04/10
3 ΚΤΗΜΑ ΓΛΑΝΙΔΟΣ 05/10
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δέκα στα δέκα 10/10
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΗΜΑΘΙΑ
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ

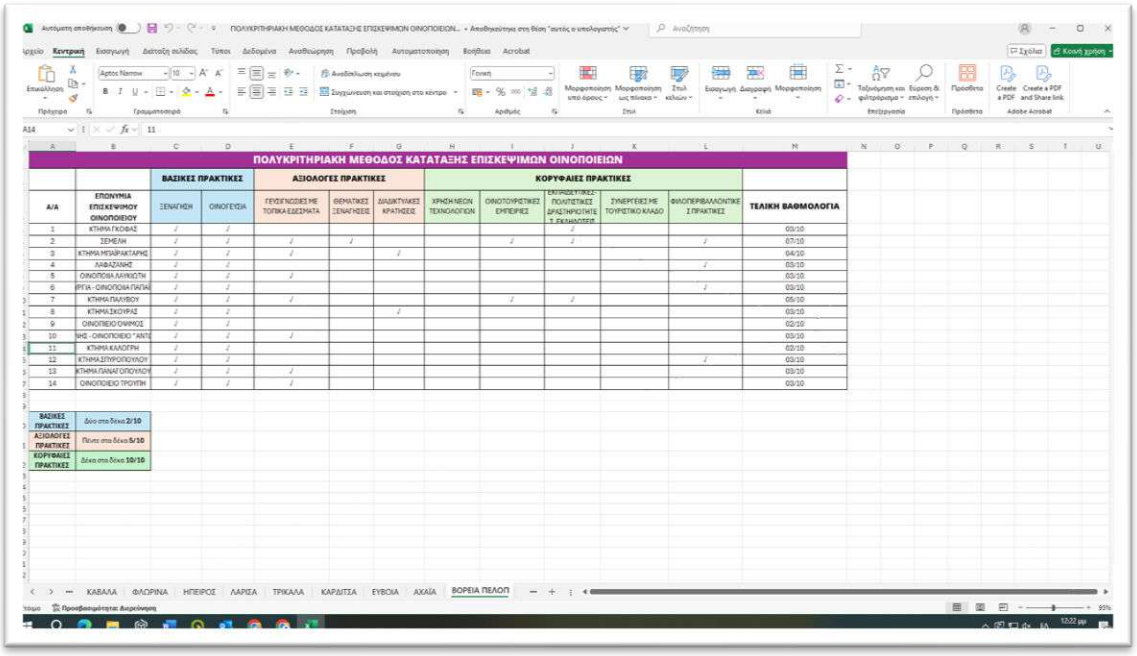

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΕΔΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΑΓ ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΦΙΤΙΚΑΣ (ΚΑ 02/10
ΝΤΟΥΤΣΟΣ 02/10
ΚΤΗΜΑ ΔΑΦΝΙΩΝΑΚΗ 04/10
ΚΤΗΜΑ ΚΑΤΣΑΡΟΥ 02/10
ΚΤΗΜΑ Δ. ΜΕΓΑΣ 02/10
ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΜΟΣ ΤΥΡΝΑΒΟΥ /10
Δύο στα δέκα 2/10
Πέντε στα δέκα 5/10
Δέκα στα δέκα 10/10
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΗΜΑΘΙΑ
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ


ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
1 ΚΤΗΜΑ ΘΕΟΠΙΤΣ 02/10
2 ΜΠΕΖΟΒΟ (ΤΣΙΛΑΣ) 02/10
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δέκα στα δέκα 10/10
ΠΕ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΗΜΑΘΙΑ
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ


ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
1 01/10
2 ΚΤΗΜΑ ΦΩΛΙΑΓΗ 04/10
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δέκα στα δέκα 10/10
ΗΜΑΘΙΑ
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ
ΚΑΡΔΙΤΣΑ
ΕΥΒΟΙΑ


ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΕΤΟΛΟΣ -ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Α.Ε.
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΨΙΛΙΝΑΚΗΣ
ΑΝΤΕ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΜΠΕΛ
05/10
02/10
03/10
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δέκα στα δέκα 10/10
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ
ΚΑΡΔΙΤΣΑ
ΕΥΒΟΙΑ
ΑΧΑΪΑ

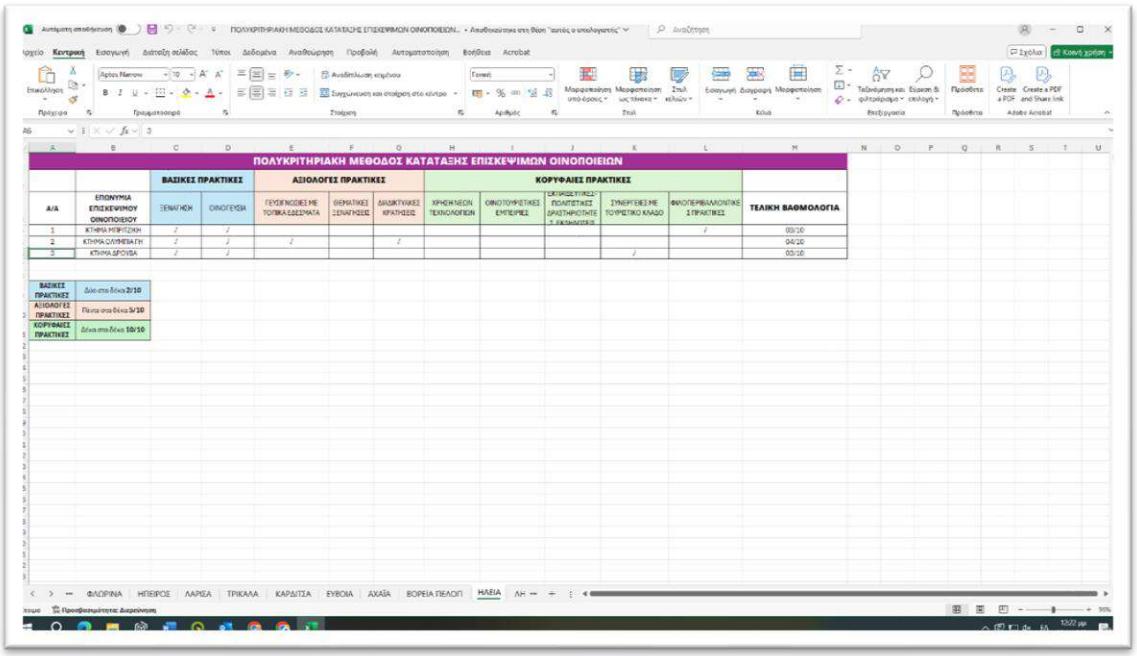

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΑΚΑΙΑ CLAUSS
ΑΚΑΔΗ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ
ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΚΟΤΡΟΥΤΣΟΣ
05/10
06/10
01/10
Δύο στα δέκα 2/10
Πέντε στα δέκα 5/10
Δέκα στα δέκα 10/10
ΚΙΛΚΙΣ
ΕΒΡΟΣ
ΚΑΒΑΛΑ
ΦΛΩΡΙΝΑ
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ
ΚΑΡΔΙΤΣΑ
ΕΥΒΟΙΑ
ΑΧΑΪΑ



ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ

Α/Α	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΞΕΝΑΓΗΣΗ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ	ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ	ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
1	ΚΤΗΜΑ ΓΚΟΦΑΣ	✓	✓										03/10
2	ΣΕΜΕΛΗ	✓	✓	✓	✓			✓	✓		✓		07/10
3	ΚΤΗΜΑ ΜΠΑΡΜΑΚΑΡΗΣ	✓	✓	✓		✓							04/10
4	ΛΑΦΑΖΑΝΗΣ	✓	✓								✓		03/10
5	ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΛΑΥΚΙΩΤΗ	✓	✓	✓									03/10
6	ΙΡΓΙΑ - ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΠΑΠΑ	✓	✓								✓		03/10
7	ΚΤΗΜΑ ΠΑΛΥΒΟΥ	✓	✓	✓				✓	✓				05/10
8	ΚΤΗΜΑ ΣΚΟΥΡΑΣ	✓	✓			✓							03/10
9	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΛΥΜΠΟΣ	✓	✓										02/10
10	ΜΟ - ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ " ΑΝΤΙ	✓	✓	✓									03/10
11	ΚΤΗΜΑ ΚΑΛΟΓΡΗ	✓	✓										03/10
12	ΚΤΗΜΑ ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΥ	✓	✓								✓		03/10
13	ΚΤΗΜΑ ΠΑΝΑΓ ΟΠΟΥΛΟΥ	✓	✓	✓									03/10
14	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΤΡΟΥΠΗ	✓	✓	✓									03/10

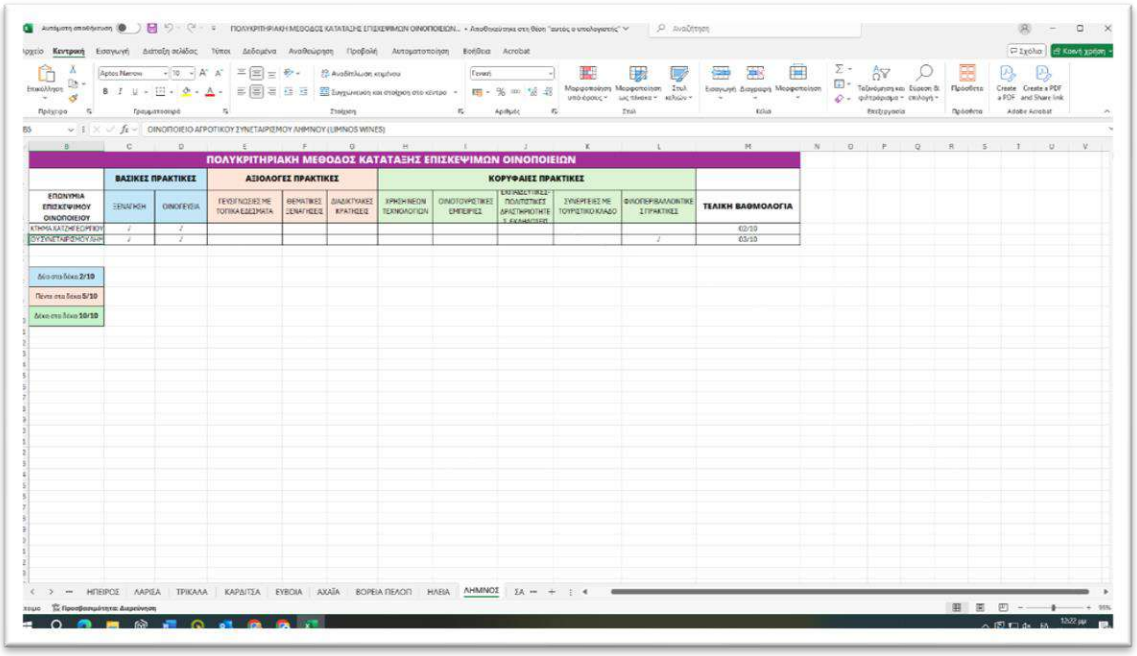
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δέκα στα δέκα 10/10

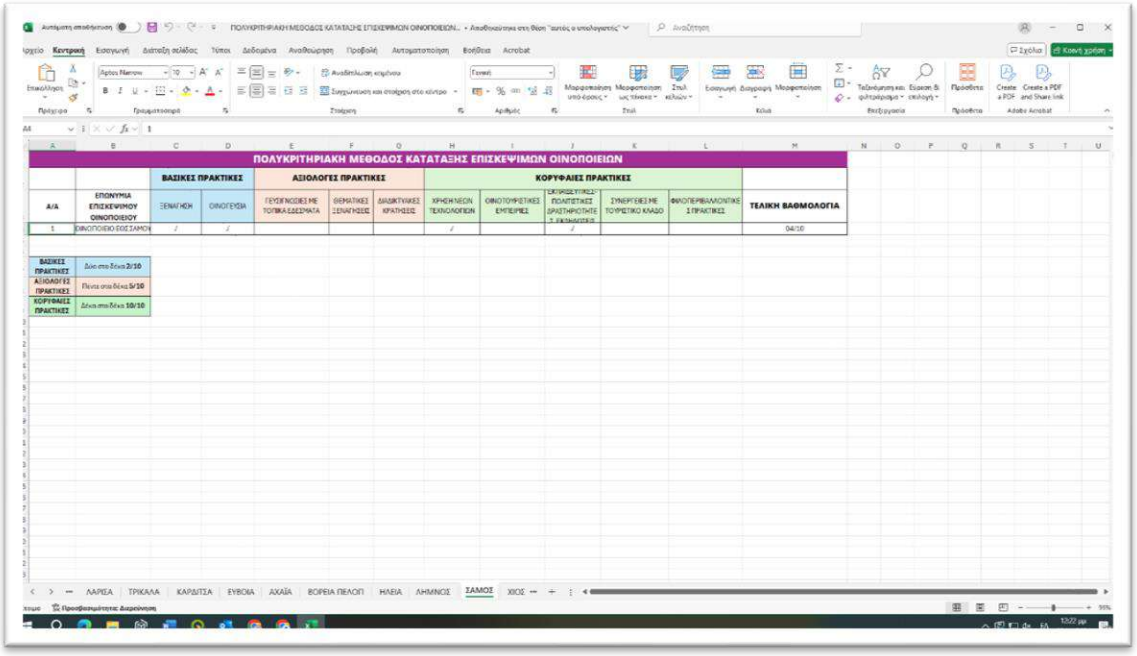


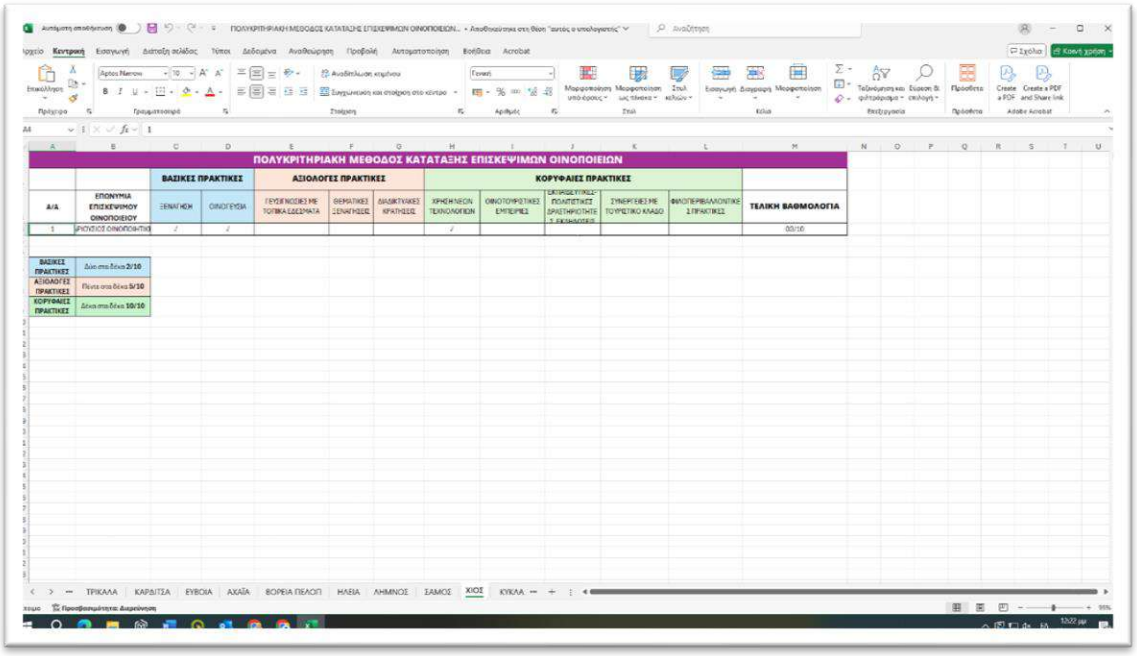
ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ

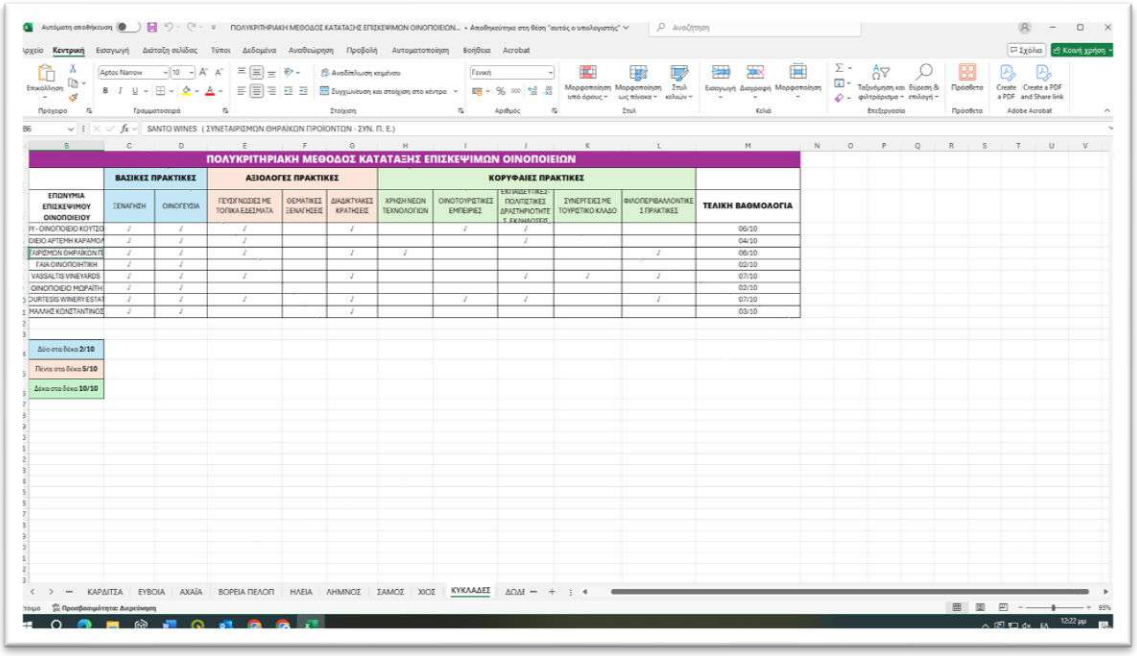
Α/Α	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΞΕΝΑΓΗΣΗ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ	ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ	ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ	ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ: ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
1	ΚΤΗΜΑ ΜΠΡΙΤΖΙΚΗ	✓	✓								✓		03/10
2	ΚΤΗΜΑ ΟΛΥΜΠΙΑΤΗ	✓	✓	✓		✓							04/10
3	ΚΤΗΜΑ ΔΡΟΥΒΑ	✓	✓							✓			03/10

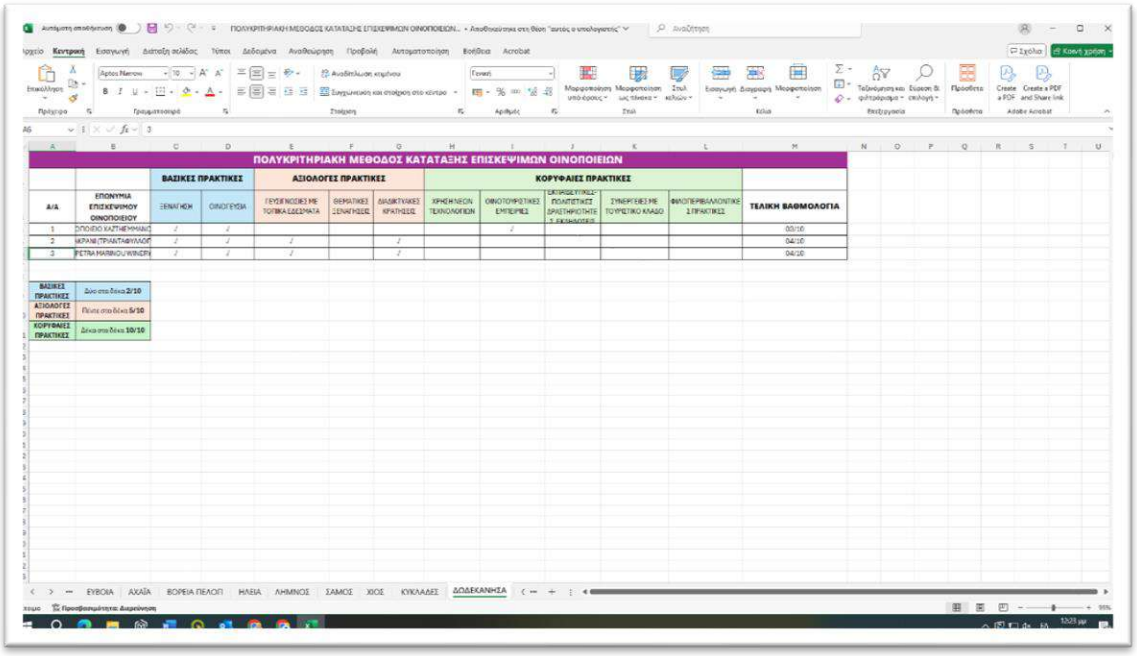
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δέκα στα δέκα 10/10


ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΤΙΚΟΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΚΤΗΜΑ ΚΑΤΖΗΦΩΤΟΥ
ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΛΗΜΝΟΥ (LIMNOS WINES)
ΗΠΕΙΡΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ
ΚΑΡΔΙΤΣΑ
ΕΥΒΟΙΑ
ΑΧΑΪΑ
ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ
ΗΛΕΙΑ
ΛΗΜΝΟΣ


ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΤΙΚΟΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ - ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΘΕΟΣ ΣΑΜΟΣ
ΛΑΡΙΣΑ
ΤΡΙΚΑΛΑ
ΚΑΡΔΙΤΣΑ
ΕΥΒΟΙΑ
ΑΧΑΪΑ
ΒΟΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠ
ΗΛΕΙΑ
ΛΗΜΝΟΣ
ΣΑΜΟΣ
ΧΙΟΣ


ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Δέκα στα δέκα 10/10

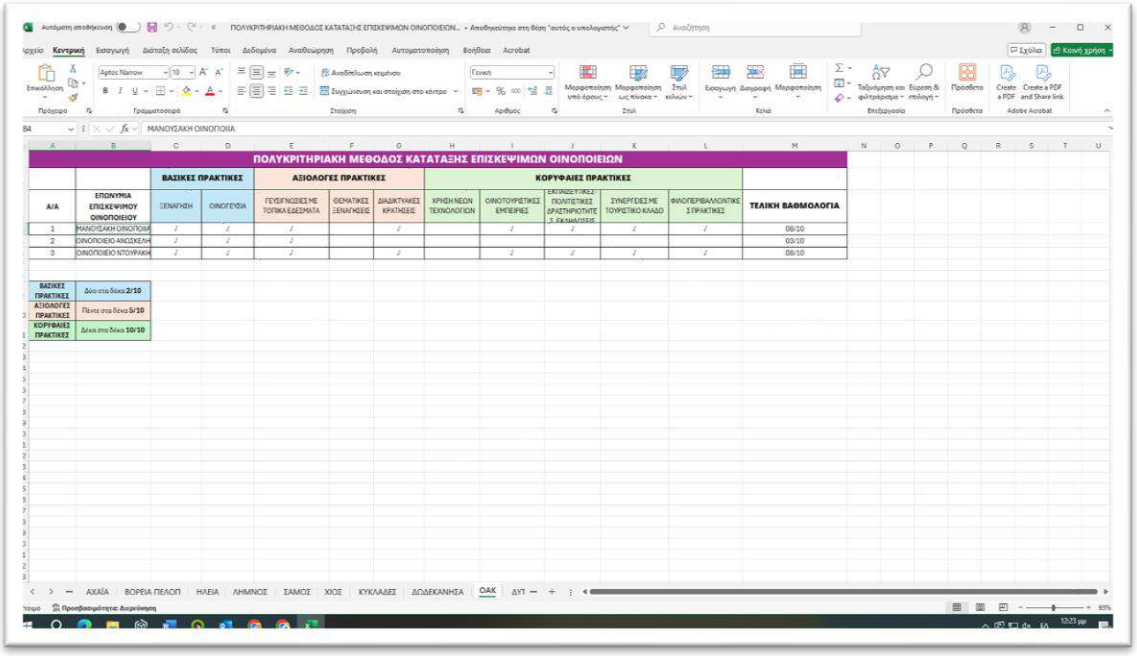

ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
Δύο στα δέκα 2/10
Πέντε στα δέκα 5/10
Δέκα στα δέκα 10/10



ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ

Α/Α	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ		ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ			ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ					ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
		ΞΕΝΑΓΗΣΗ	ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ	ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ	ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ Σ. ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ	ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ Σ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	
1	ΣΠΟΛΙΟ ΚΑΣΤΕΛΛΑΝΟΥ	/	/					/				03/10
2	ΜΟΡΑΛΗ ΠΡΑΣΤΑΦΥΛΛΟΣ	/	/	/		/						04/10
3	ΠΕΤΡΑ ΜΑΝΝΟΥ ΚΑΜΠΡΗ	/	/	/		/						04/10

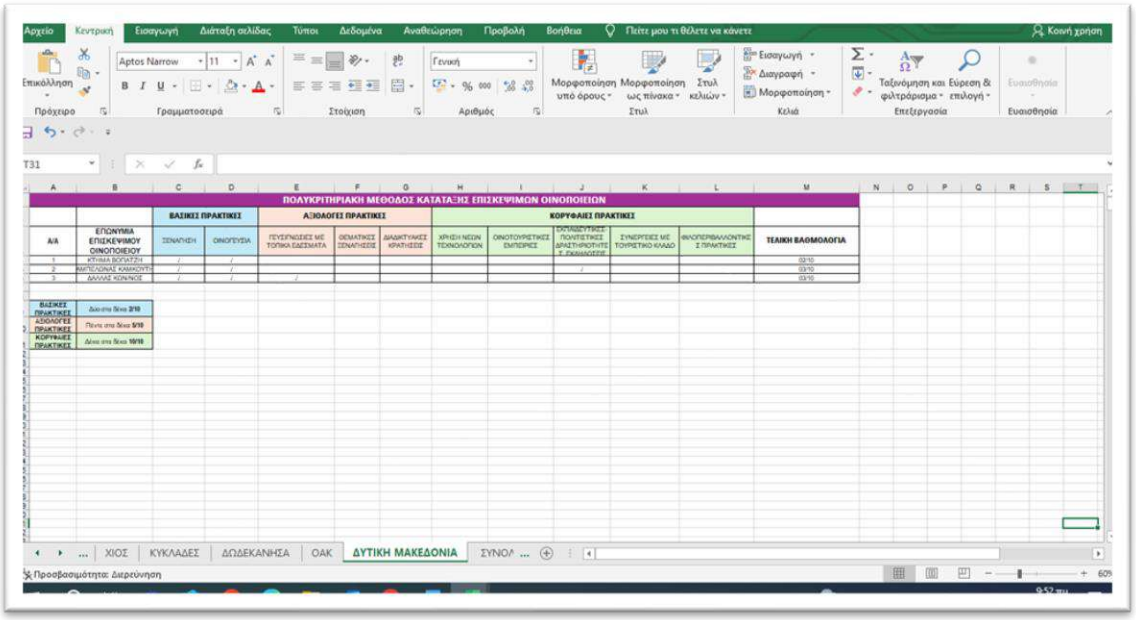
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δέκα στα δέκα 10/10



ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ

Α/Α	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ		ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ			ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ					ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
		ΞΕΝΑΓΗΣΗ	ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ	ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΕΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ	ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ	ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΕΣ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ Σ. ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ	ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ Σ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	
1	ΜΑΝΟΥΣΑΚΗ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ	/	/	/		/		/	/	/	/	08/10
2	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΑΝΩΣΚΕΛΗ	/	/	/		/		/	/	/	/	03/10
3	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΝΤΟΥΡΑΚΗ	/	/	/		/		/	/	/	/	08/10

ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δύο στα δέκα 2/10
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Πέντε στα δέκα 5/10
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ	Δέκα στα δέκα 10/10


ΠΟΛΥΚΡΙΤΗΡΙΑΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΩΝ
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΑΞΙΟΛΟΓΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
Α/Α
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟΥ
ΣΕΝΑΓΗΣΗ
ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑ
ΤΕΥΞΕΙΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΔΕΣΜΑΤΑ
ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ
ΔΙΔΑΚΤΥΛΙΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ
ΧΡΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
ΣΥΜΠΛΗΡΩΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ Σ. ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ
ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ
ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ Σ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
ΚΤΗΜΑ ΒΟΓΙΑΤΖΗ
ΧΑΡΤΟΔΟΥΛΑΣ ΚΑΚΚΟΥΡΗΣ
ΔΟΥΛΑΣ ΚΩΝΝΟΣ
ΧΙΟΣ
ΚΥΚΛΑΔΕΣ
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ
ΟΑΚ
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ
ΣΥΝΟΛ

Π8.1 ΑΠΟΦΑΣΗ ΥΠ ΑΡΙΘΜ. 1746

περί «Καθορισμού των προδιαγραφών για τις υπηρεσίες του άρθρου 25 του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/30-07-2014), των τεχνικών, λειτουργικών και ειδικών προδιαγραφών των εγκαταστάσεων των οινοτουριστικών επιχειρήσεων»

«ΟΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ -ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έχοντας υπόψη:

1. Το άρθρο 90 του «Κώδικα για την Κυβέρνηση και τα Κυβερνητικά όργανα» που κυρώθηκε με το άρθρο πρώτο του Π.δ. 63/2005 (Α'/98).

2. Τον Ν. 3861/2010 «Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών, διοικητικών και αυτοδιοικητικών οργάνων στο διαδίκτυο «Πρόγραμμα Διαύγεια» (Α'/112).

3. Τον Ν. 3270/2004 «Αρμοδιότητες του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και θέματα τουρισμού» (Α'/187).

4. Το Π.δ. 85/2012 (Α'/141) «ίδρυση και μετονομασία Υπουργείων, μεταφορά και κατάργηση υπηρεσιών».

5. Το Π.δ. 86/2012 (Λ'/141) «Διορισμός Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών και Υφυπουργών».

6. Το άρθρο 4 του Π.δ. 98/2012 (Α'/160) «Τροποποίηση του Π.δ. 85/2012 (Α'/141) «Ίδρυση και μετονομασία Υπουργείων, μεταφορά και κατάργηση υπηρεσιών».

7. Το Π.δ. 112/2014 (Α'/179) «Οργανισμός Υπουργείου Τουρισμού».

8. Το άρθρο 25 του Ν. 4276/2014 (Α'/155), «Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών δομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες διατάξεις».

9. Την με αριθμ. 21185/13-10-2014 (Β'/2840) Απόφαση Υπουργού Τουρισμού «Κατάταξη σε κατηγορίες με σύστημα κλειδιών και καθορισμός τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών των ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων - διαμερισμάτων».

10. Το γεγονός ότι από την απόφαση αυτή δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού, αποφασίζουμε:

Άρθρο 1

Ως ελάχιστες απαιτούμενες προδιαγραφές για τις προσφερόμενες -στις οινοποιητικές/οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις- υπηρεσίες υποδοχής και ξενάγησης ορίζονται οι ακόλουθες:

α) Μεμονωμένα ή συνδυαστικά, χώρος επισκεπτών, αίθουσα πολλαπλών χρήσεων, χώρος γευσιγνωσίας διαμορφωμένος για γευστική δοκιμή, χώρος τοποθέτησης, παρουσίασης και πώλησης προϊόντων.

β) Ειδικότερα ο χώρος γευσιγνωσίας είναι κατ' ελάχιστο εξοπλισμένος με:

- *ποτήρια γευσιγνωσίας (γυάλινα, κολωνάτα, ανεξαρτήτως διαστάσεων)*
- *πτυελοδοχεία*
- *ψυγεία ή/και συντηρητές που διασφαλίζουν την απαιτούμενη θερμοκρασία των κρασιών (θερμοκρασία σερβιρίσματος).*

γ) Σήμανση (πινακίδα) στην είσοδο του οινοποιείου με χρηστικές πληροφορίες που αφορούν κατ' ελάχιστο τις ώρες λειτουργίας και ημέρες επίσκεψης του οινοποιείου και τηλέφωνα επικοινωνίας.

δ) Ανάρτηση σε εμφανές σημείο του χώρου υποδοχής τιμοκαταλόγου οίνων και κόστους (αν υπάρχει) της γευστικής δοκιμής.

ε) Ανάρτηση σε εμφανές σημείο του χώρου υποδοχής τιμοκαταλόγου λοιπών παρεχόμενων υπηρεσιών.

στ) Υποχρεωτική γνωστοποίηση -με κάθε πρόσφορο τρόπο και ειδικότερα με σήμανση και με διαδικτυακή ή τηλεφωνική ή έντυπη ενημέρωση- για την δυνατότητα του οινοποιείου να δεχθεί την επίσκεψη και φιλοξενία ΑΜΕΑ.

ζ) Ευδιάκριτη σήμανση των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων της οινοποιητικής ή οινοπαραγωγικής εγκατάστασης.

η) Τουαλέτες (WC) για άνδρες γυναίκες και τουαλέτες (WC) για γυναίκες.

ι) Πυρασφάλεια και ασφάλεια των χώρων. Κατ' ελάχιστο πυροσβεστήρες (των οποίων ελέγχεται η ημερομηνία λήξης), σήμανση και περίφραξη επικίνδυνων χώρων και προστασία φρεατίων.

ια) Ορισμός υπευθύνου για την υποδοχή και ξενάγηση των επισκεπτών.

ιβ) Τοποθέτηση του «Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου» στην είσοδο της εγκατάστασης της παραγράφου 3 του άρθρου 25 του Ν. 4276/2014.

Άρθρο 2

Ως ελάχιστες απαιτούμενες προδιαγραφές για τα -εντός οινοποιητικών/ οινοπαραγωγικών εγκαταστάσεων- ιδρυόμενα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα και χώρους εστίασης ορίζονται οι ακόλουθες: α) Σε ό,τι αφορά τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια - διαμερίσματα της παρ. 2 υποπαρ. β στοιχείο γγ του άρθρου 1 του Ν. 4276/2014, οι τεχνικές και λειτουργικές τους προδιαγραφές ορίζονται λεπτομερώς στην με αριθμ. 21185/13-10-2014 απόφαση Υπουργού Τουρισμού (Β'/2840).

β) Σε ό,τι αφορά τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες της παρ. 2 υποπαρ. β στοιχείο ββ του άρθρου 1 του Ν. 4276/2014 οι τεχνικές και λειτουργικές τους προδιαγραφές ορίζονται λεπτομερώς στην με αριθμ. 27715/201 απόφαση Υπουργού Τουρισμού (Β'/3118).

γ) Σε ό,τι αφορά τους -εντός οινοποιητικών/οινοπαραγωγικών εγκαταστάσεων-χώρους εστίασης (όπου αυτή παρέχεται) ισχύουν οι προϋποθέσεις λειτουργίας που ορίζονται στην Υ1γ/ΓΠ/οικ.96967/2012 απόφαση Υπουργού Υγείας (Β'/2718).

Άρθρο 3

1. Αρμόδια για την έκδοση του Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου είναι η Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού (ΠΥΤ), στην χωρική αρμοδιότητα της οποίας βρίσκεται η οινοποι- ητική/ οινοπαραγωγική εγκατάσταση για την οποία υποβάλλεται η αίτηση χαρακτηρισμού της ως οινοτουριστικής.

2. Η αρμόδια ΠΥΤ εντός τριάντα (30) ημερών από την ημερομηνία υποβολής της σχετικής αίτησης και του συνόλου των προβλεπόμενων παραστατικών/ δικαιολογη- τικών διαπιστώνει την συνδρομή των περιγραφόμενων στα άρθρα 1 και 2 της απόφασης αυτής προϋποθέσεων και χαρακτηρίζει την εγκατάσταση ως οινοτουριστική χορηγώντας ταυτόχρονα και το Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου ή σχετική βεβαίωση.

Άρθρο 4

Το Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου ή η σχετική βεβαίωση ισχύει για πέντε (5) έτη από την ημερομηνία έκδοσης του.

Κατά την λήξη της πενταετίας η επιχείρηση υποβάλλει στην αρμόδια ΠΥΤ αίτηση ανανέωσης του σήματος συνοδευόμενη από όσα από τα προβλεπόμενα παραστατικά/ δικαιολογητικά χρήζουν ανανέωσης.

Στην περίπτωση αυτή η αρμόδια ΠΥΤ προβαίνει στην ανανέωση του Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου ή της σχετικής βεβαίωσης.

Αθήνα, 21 Ιανουαρίου 2015

ΟΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΑΡΑΣΜΑΝΗΣ, ΟΛΓΑ ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗ»

Π8.2 ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗ ΦΥΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ. ΣΗΜΑΝΣΗ

«Σήμανση» ονομάζεται το σύνολο των μηνυμάτων και της πληροφορίας που τοποθετούνται σε ένα περιβάλλον για να διευκολύνουν τον προσανατολισμό, την ανεύρεση διαδρομής, την ενημέρωση και την ασφαλή μετακίνηση των χρηστών του, όπως πινακίδες, χάρτες, φωτεινά και ηχητικά σήματα, διαφοροποιήσεις υλικών μέσω χρώματος ή/και υφής, προπλάσματα κ.λπ. Ανάλογα με τη θέση και τη μορφή της, διακρίνεται σε επιστήλια, επιδαπέδια, επιτοίχια, κρεμάμενη κ.λπ. και σε γραπτή, φωτεινή, ανάγλυφη, ηχητική κ.λπ.

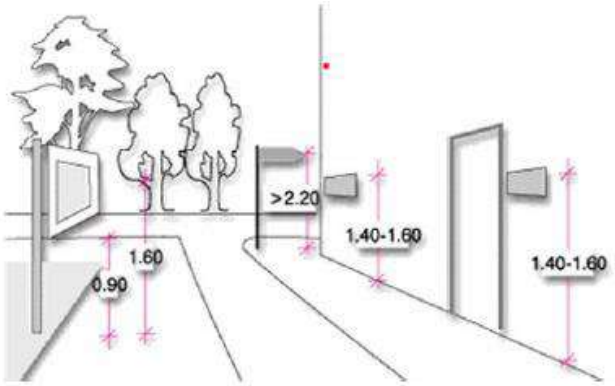
Ανάλογα με τη λειτουργία της (κυρίως σε πινακίδες) είναι:

- *κατευθυντήρια: βέλη που δείχνουν προς συγκεκριμένη εξυπηρέτηση,*
- *ονομασίας: για την αναγνώριση μιας τοποθεσίας/διαδρομής,*
- *χαρακτηρισμού: ενημερώνει για τον χαρακτήρα μιας εξυπηρέτησης (προσβάσιμη είσοδος, WC γυναικών, χώρος στάθμευσης κ.λπ.*
- *προσανατολισμού: σχέδιο ή σκαρίφημα σε κάτοψη ή σε πρόπλασμα,*
- *πληροφόρησης/καθοδήγησης: προσφέρει πληροφορίες ή/και οδηγίες για μια τοποθεσία/ εξυπηρέτηση,*
- *προειδοποίησης/ρύθμισης: ενημερώνει για την προσέγγιση σε επικίνδυνα σημεία ή λειτουργία για απαγορευμένους ή ιδιωτικούς χώρους κ.λπ.*

Δ1 Γενικά

Γενικά, επισημαίνεται ότι μια επαναλαμβανόμενη σήμανση που αφορά μια συγκεκριμένη πληροφορία πρέπει να εμφανίζεται πάντα με τον ίδιο τρόπο, ώστε να είναι εύκολα αγνωρίσιμη. Η πολυσήμανση, τα εκτενή κείμενα, ο συνδυασμός ή η παράθεση διαφημιστικών πινακίδων/πινακίδων σήμανσης πρέπει να αποφεύγονται, γιατί προκαλούν σύγχυση.

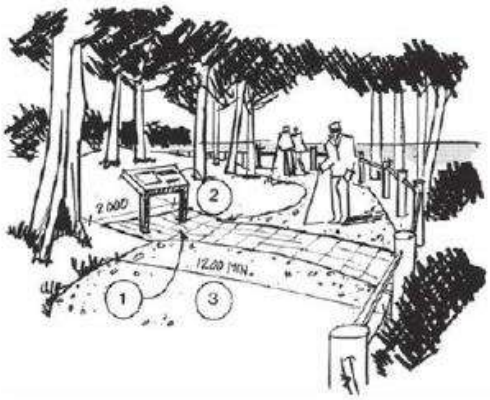
Προσοχή πρέπει να δίνεται στον τρόπο τοποθέτησης και στην επιλογή της θέσης των πινακίδων σήμανσης, ώστε αυτές να μην αποτελούν εμπόδιο ή κίνδυνο για ορισμένες κατηγορίες ατόμων, όπως εμπόδιο για τα άτομα σε αναπηρικό αμαξίδιο ή/και κίνδυνο για τα άτομα με προβλήματα στην όραση (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας - Ελλάδα, 1997:κεφ6).



Εικόνα 31. Θέση σήμανσης (διαστάσεις σε μέτρα)
Πηγή: Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας -ΕΛΛΑΔΑ (1997)

Παράλληλα, όμως, θα πρέπει να γίνονται αντιληπτές από το σύνολο των χρηστών και να διασφαλίζεται η πρόσβαση/προσέγγιση αυτών στις πινακίδες (π.χ. σύνδεση με την κυρίως διαδρομή με προσβάσιμα

μονοπάτια, σε επιφάνειες παρόμοιες με αυτές των μονοπατιών κ.λπ.). Η πρόβλεψη ελεύθερου χώρου μπροστά από τις πινακίδες, διαμέτρου τουλάχιστον 1,50 μ. ή διαστάσεων 1,50x1,50 μ., όπου αυτό απαιτείται, διευκολύνει την προσέγγιση χρήστη αναπηρικού αμαξιδίου (βλ. Εικόνα 32).



(1) = επιφάνεια διαφορετικής υφής που υποδηλώνει την ύπαρξη πινακίδας ή στοιχείου ενδιαφέροντος

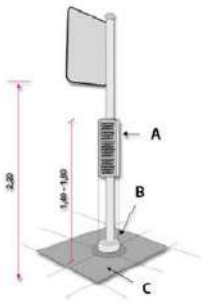
(2) = πινακίδα

(3) = ελάχιστο πλάτος μονοπατιού *(Σημείωση: στο πλαίσιο του παρόντος οδηγού συνιστάται ελάχιστο πλάτος 1,50 μ. αντί του 1,20 μ. που φαίνεται στην εικόνα)*

Εικόνα 32. Παράδειγμα τοποθέτησης πινακίδων (σε χιλιοστά)
Πηγή: Commission de la Capitale Nationale, Canada (2010)

Για να είναι αντιληπτή η σήμανση από άτομα με προβλήματα όρασης, θα πρέπει να είναι απτική, δηλαδή ανάγλυφη ή σε γραφή Braille, ώστε να εξυπηρετεί τα τυφλά άτομα, ή/και με μεγάλους χαρακτήρες, κατάλληλα χρώματα και έντονη χρωματική αντίθεση, για να εξυπηρετεί τα άτομα με μερική απώλεια όρασης (βλ. παραγράφους Α2.3β Οξύτητα της όρασης, Α2.3γ Αντίληψη της φωτεινότητας - αντίθεση χρωμάτων και Α2.3δ Αντίληψη των χρωμάτων). Οι επιφάνειες των πινακίδων πρέπει να είναι μη ανακλαστικές (ματ), σε αδιαφανές υλικό και σε έντονη χρωματική αντίθεση με τον περιβάλλοντα χώρο. Πρέπει να φωτίζονται καλά, χωρίς όμως φωτεινές πηγές πίσω από αυτές.

Ειδικότερα, δε, στην περίπτωση απτικών πινακίδων, ιδιαίτερη μέριμνα πρέπει να λαμβάνεται, ώστε η επιφάνεια της πινακίδας να είναι λεία, χωρίς προεξοχές. Για παράδειγμα, οι βίδες, τα περικόχλια, τα καρφιά κ.λπ. που στερεώνουν την πινακίδα στον ορθοστάτη δεν πρέπει να προεξέχουν και να προκαλούν τραυματισμό κατά την ψηλάφηση. Οι επιτοίχιες ή επιστύλιες απτικές πινακίδες συνιστάται να τοποθετούνται σε ύψος που να διευκολύνει την ψηλάφησή τους (συνιστώμενο ύψος τοποθέτησης πινακίδας 1,40-1,60 μ. από το έδαφος) και να φέρουν χαρακτήρες και σύμβολα ανάγλυφα, με πάχος έξαρσης 1,00-1,50 χλστ. (βλ. Εικόνα 33).



(A) = Επιγραφή (σε Braille ή ανάγλυφη)
(B) = Προβολή στο έδαφος της βάσης των πληροφοριών
(C) = Προειδοποίηση για εμπόδιο

Εικόνα 33. Τοποθέτηση απτικών πινακίδων (σε μέτρα)
Πηγή: Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας -ΕΛΛΑΔΑ (1997)

Συνιστάται η επιλογή τυποποιημένων γραμματοσειρών με ευανάγνωστους χαρακτήρες με κεφαλαία και πεζούς χαρακτήρες, χωρίς πατούρες (αγγλ. sans serif). Οι Arial, Verdana, Helvetica είναι καλές επιλογές. Να μη χρησιμοποιούνται πολύπλοκες ή διακοσμητικές γραμματοσειρές, γραμματοσειρές με πατούρες, όπως Times New Roman, ούτε γραμματοσειρές τύπου χειρογράφου (European Blind Union, 2016:6). Το ύψος

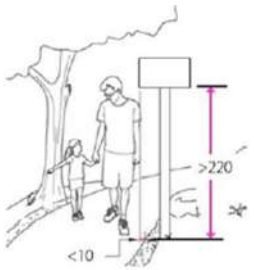
των γραμμάτων σε πινακίδες σε εσωτερικούς χώρους δεν πρέπει να είναι μικρότερο από 15 χλστ. Σε πινακίδες σε εξωτερικούς χώρους να μην είναι μικρότερο των 100 χλστ. (δυνατότητα ανάγνωσης από απόσταση 3 μ.). Γενικά, το μέγεθος των γραμμάτων και συμβόλων καθορίζεται από την απόσταση που απαιτείται για να είναι αναγνώσιμα και κατανοητά (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας-Ελλάδα, 1997:κεφ6 - βλ. Εικόνα 12).

Συνιστάται πάντα η χρήση απτικού κειμένου ταυτόχρονα με τη χρήση εικονιδίων, δεδομένου ότι η αναγνώριση απτικών εικονιδίων δεν είναι πάντα εύληπτη από άτομα με προβλήματα όρασης. Επισημαίνεται ότι η ηχητική σήμανση/πληροφόρηση πρέπει πάντα να συνδυάζεται και με αντίστοιχη οπτική, για να είναι αντιληπτή και από κωφά άτομα. Άτομα με γνωστική/νοητική αναπηρία διευκολύνονται από σήμανση που χρησιμοποιεί απλά και εύληπτα εικονίδια και έντονα χρώματα, τα οποία όμως -όπως προαναφέρθηκε- πρέπει πάντα να συνοδεύονται από απλό, συνοπτικό και εύληπτο κείμενο, για την ικανοποίηση των αναγκών άλλων ομάδων χρηστών της διαδρομής (π.χ. άτομα με προβλήματα όρασης).

Δ2 Κατευθυντήρια σήμανση

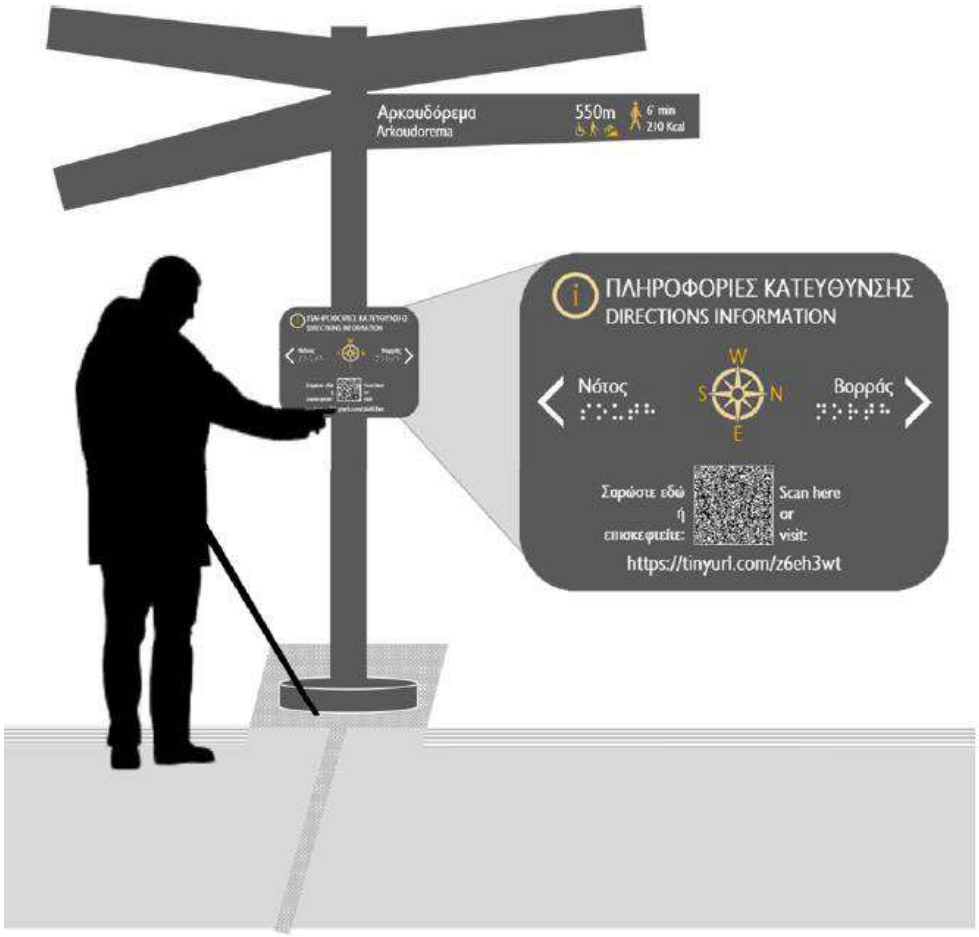
Η κατευθυντήρια σήμανση μπορεί να δηλώνει την κατεύθυνση, θέση ή και επισήμανση (μόνιμη ή προσωρινή) και περιλαμβάνει κυρίως πινακίδες που τοποθετούνται σε διασταυρώσεις δρόμων, μονοπατιών, διαδρομών, με σκοπό να προσανατολίζουν και να καθοδηγούν εύκολα και απλά τον επισκέπτη στα επιμέρους στοιχεία της περιοχής και να διευκολύνουν την περιήγησή του σε αυτή. Η κατευθυντήρια σήμανση θα είναι από υλικά και θα ακολουθεί τους χρωματισμούς που επιβάλλει η εθνική νομοθεσία κάθε χώρας. Προσοχή θα δίνεται στην πρόβλεψη έντονης χρωματικής αντίθεσης κειμένου/συμβόλων/εικόνας με το φόντο.

Η τοποθέτηση των πινακίδων κατευθυντήριας σήμανσης θα πρέπει να γίνεται εκτός του καθαρού πλάτους του μονοπατιού, αλλά σε θέσεις εύκολα ανιχνεύσιμες από άτομα με προβλήματα όρασης. Γενικά κατευθυντήριες πινακίδες πρέπει να τοποθετούνται κάθετα ως προς τον άξονα πορείας του μονοπατιού και να εξυπηρετούν και τις δύο κατευθύνσεις. Μία ενδεικτική απόσταση των πινακίδων μεταξύ τους είναι τα 70 μ., αλλά η μεγαλύτερη ή μικρότερη απόσταση κρίνεται βεβαίως στο πεδίο, ανάλογα με την πορεία της διαδρομής, την πυκνότητα της βλάστησης, τη διασταύρωση περισσότερων μονοπατιών κ.ά. (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας-Ελλάδα, 2017:5).



Εικόνα 34. Τοποθέτηση κατευθυντήριας σήμανσης (σε μέτρα)
Προσαρμογή από την πηγή: United States Department of Agriculture (2012: Fig. 45)

Απτικές πινακίδες πρέπει να επαναλαμβάνονται, οπωσδήποτε, όπου υπάρχει αλλαγή κατεύθυνσης ή όπου μπορεί να προκληθεί αμφιβολία ως προς την επιλογή της επιθυμητής διαδρομής. Ενίοτε επί της επιφάνειας του μονοπατιού, μπροστά από την πινακίδα σήμανσης, τοποθετείται πλάκα εύκολα ανιχνεύσιμη με το λευκό μπαστούνι τυφλών ατόμων, για να δηλώσει στο τυφλό άτομο την ύπαρξη της σήμανσης. Άλλες τεχνικές προβλέπουν τη διακοπή του "περιζώματος" του μονοπατιού εκατέρωθεν της θέσης της απτικής πινακίδας σήμανσης (π.χ. 0,50 μ. πριν και 0,50 μ. μετά από αυτή) ή τη διαφοροποίηση του "περιζώματος" στη θέση της απτικής πινακίδας (π.χ. με χρήση διαφορετικής διατομής του ίδιου υλικού με το "περίζωμα", όπως διατομή ίδιου πλάτους/βάθους, αλλά μεγαλύτερου ύψους).



Εικόνα 35. Παράδειγμα προσβάσιμης κατευθυντήριας σήμανσης, με απτική πινακίδα και επιπλέον προβλέψεις για τυφλά άτομα[12]

Δ3 Σήμανση προσβασιμότητας

Σε οικοδιαδρομές που χαρακτηρίζονται ως προσβάσιμες, θα πρέπει να τοποθετείται σήμανση, τόσο κατευθυντήρια όσο και πληροφοριακή, κατά μήκος των μονοπατιών αλλά και στα σημεία εξυπηρετήσεων και σε τυχόν εσωτερικούς χώρους (π.χ. κέντρο πληροφόρησης), η οποία θα ικανοποιεί τις ανάγκες και θα είναι προσβάσιμη από όλους τους πιθανούς χρήστες, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία. Επισημαίνεται ότι, αν για τους υπόλοιπους πολίτες η ύπαρξη σήμανσης και παροχής πληροφοριών συμβάλλει στην καλύτερη ενημέρωση, προσανατολισμό και ασφάλειά τους, για τα άτομα με αναπηρία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη δυνατότητα πρόσβασης, κίνησης και παραμονής στους δημόσιους χώρους και ιδιαίτερα στο φυσικό περιβάλλον.

Επισημαίνεται ότι ως "μέτρο" για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση προσβάσιμης σήμανσης -κατ' αντιστοιχία με τα άτομα σε αναπηρικό αμαξίδιο που λαμβάνονται ως "μέτρο" για τη διαστασιολόγηση χώρων και εξοπλισμών- λαμβάνονται τα άτομα με αισθητηριακές (όρασης και ακοής) και γνωστικές/νοητικές αναπηρίες, λόγω των ιδιαίτερων αναγκών επικοινωνίας και πληροφόρησης που τα διακρίνουν.

Υπενθυμίζεται ότι, όταν προβλέπεται σήμανση που αφορά εξυπηρετήσεις που απευθύνονται σε άτομα με αναπηρία, συνοδεύεται από το Διεθνές Σύμβολο Προσβασιμότητας (ΔΣΠ, αγγλ. Intenterional Symbol of Access - ISA). Το Διεθνές Σύμβολο Προσβασιμότητας σχεδιάζεται με εικονίδιο ατόμου καθήμενου σε

αναπηρικό αμαξίδιο, συνήθως είτε με λευκό σχήμα σε μαύρο/μπλε φόντο είτε μαύρο/μπλε σχήμα σε λευκό φόντο, όπως αυτό προσδιορίζεται στο διεθνές πρότυπο ISO 7001:2007 της Διεθνούς Επιτροπής Τεχνολογίας και Προσβασιμότητας (ICTA), επιτροπή Διεθνών Αποκαταστάσεων (RI). Το πρότυπο αυτό καθορίζει μια σειρά από γραφικά σύμβολα για τους σκοπούς της ενημέρωσης του κοινού και είναι γενικά εφαρμόσιμο στα σύμβολα δημόσιας πληροφόρησης σε όλες τις τοποθεσίες και όλους τους τομείς στους οποίους έχει πρόσβαση το κοινό.



Εικόνα 36. Διεθνές Σύμβολο Προσβασιμότητας

Πολλοί άνθρωποι θεωρούν ότι το Διεθνές Σύμβολο Προσβασιμότητας είναι ένα σύμβολο γενικής χρήσεως που πρέπει να χρησιμοποιείται οποτεδήποτε είναι διαθέσιμο ένα προσβάσιμο χαρακτηριστικό γνώρισμα, το οποίο, όμως, δεν είναι ορθό.

Το εν λόγω σύμβολο δύναται να χρησιμοποιηθεί μόνο στις εξής περιπτώσεις:

- *σε χώρους στάθμευσης οχημάτων ΑμεΑ,*
- *σε WC ΑμεΑ,*
- *σε προσβάσιμα σημεία/εγκαταστάσεις κολύμβησης,*
- *στην προσβάσιμη είσοδο ενός κτιρίου/χώρου,*
- *σε προσβάσιμες διαδρομές διαφυγής/εκκένωσης.*

Στο ίδιο πρότυπο, επιπλέον του Διεθνούς Συμβόλου Προσβασιμότητας, υπάρχουν και άλλα διεθνή σύμβολα που αφορούν σε διευκολύνσεις προσβασιμότητας για άτομα με αναπηρία, τα οποία θα πρέπει να χρησιμοποιούνται (ει δυνατόν συνοδευόμενα από επεξηγηματικό κείμενο), όταν υφίστανται οι ανάλογες διευκολύνσεις.



Εικόνα 37. Διεθνές σύμβολο για πληροφορίες



Εικόνα 38. Διεθνές σύμβολο για κρυφές λεζάντες (αγγλ. *closed captions*) σε βίντεο



Εικόνα 39. Διεθνές σύμβολο για τη σήμανση διάθεσης διερμηνείας στη νοηματική γλώσσα



Εικόνα 40. Διεθνές σύμβολο για τηλεγραφομηχανή (αγγλ. teletypewriter), γνωστή και ως "TTY")



Εικόνα 41. Διεθνές σύμβολο για τη σήμανση διάθεσης ακουστικής περιγραφής



Εικόνα 42. Διεθνές σύμβολο για τη σήμανση διάθεσης εκτυπώσεων για αμβλύωπες (18 στ.)



Εικόνα 43. Διεθνές σύμβολο για τηλέφωνο με έλεγχο έντασης



Εικόνα 44. Διεθνές σύμβολο για τη σήμανση διάθεσης βοηθητικού συστήματος ακοής



Εικόνα 45. Διεθνές σύμβολο για τη σήμανση διάθεσης υλικού σε Braille

Δ4 Σήμανση ενημέρωσης επισκεπτών

Όλοι οι πεζοπόροι, συμπεριλαμβανομένων των πεζοπόρων με αναπηρία, χρειάζονται πληροφορίες για την περιοχή και τις διαδρομές σε αυτήν, ώστε να μπορούν να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις. Γ ια παράδειγμα, θέλουν να ξέρουν ποιο μονοπάτι είναι το πιο κατάλληλο για το χρονικό διάστημα που έχουν στη διάθεσή τους, τους ανθρώπους της ομάδας τους και τον τύπο της πεζοπορίας που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες ή τις επιθυμίες τους.

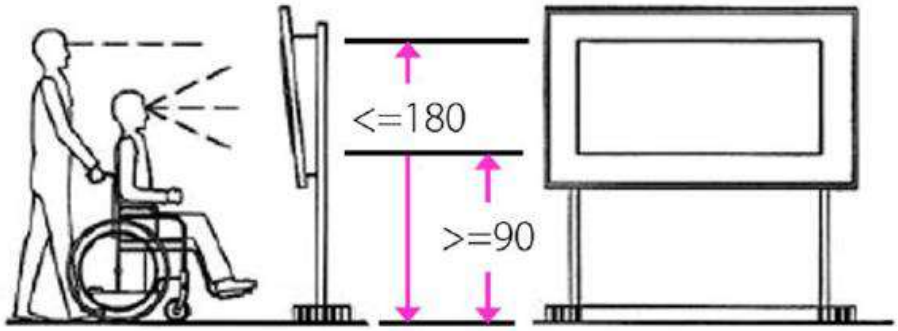
Οι πληροφορίες σχετικά με την προσβασιμότητα ενός μονοπατιού επιτρέπουν στα άτομα με αναπηρία να αποφασίσουν εάν τα χαρακτηριστικά του μονοπατιού είναι προσαρμοσμένα στις ανάγκες τους. Όταν οι πληροφορίες αυτές είναι διαθέσιμες σε ιστότοπους και έντυπα σε προσβάσιμη μορφή, επιτρέπουν σε όλους τους πεζοπόρους, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρία, να κατανοήσουν τις πιθανές προκλήσεις της διαδρομής πριν φτάσουν στο μονοπάτι. Αυτές, όμως, οι πληροφορίες θα πρέπει να ελέγχονται τακτικά, ώστε να ανταποκρίνονται στις πραγματικές συνθήκες.

Ως εκ τούτου, συνιστάται η πληροφοριακή σήμανση να περιλαμβάνει -εκτός από τις τυπικές πληροφορίες, όπως η ονομασία και το μήκος της διαδρομής- και πληροφορίες σχετικές με την προσβασιμότητα της διαδρομής, όπως η τυπική και μέγιστη κατά μήκος και εγκάρσια κλίση του μονοπατιού, το τυπικό και ελάχιστο πλάτος, το είδος της επιφάνειας του μονοπατιού, η θέση και η απόσταση των χώρων ανάπαυσης, ελιγμών, θέασης, αναψυχής κ.λπ.

Με δεδομένο ότι η πληροφοριακή σήμανση στοχεύει μεν στην παροχή γενικών πληροφοριών για τη διαδρομή, αλλά παράλληλα παρέχει πληροφορίες (όπως μεταξύ άλλων και για σημεία ενδιαφέροντος και τα πάσης φύσεως αξιοθέατα που αυτή περιλαμβάνει, ώστε να προκαλέσει το ενδιαφέρον των χρηστών της), συνιστάται η πρόβλεψη προσβάσιμου σε όλους "σταθμού" πληροφόρησης: (α) στις κύριες εισόδους της περιοχής (π.χ. του πάρκου), (β) στην αρχή/τέλος κάθε ολοκληρωμένου μονοπατιού και (γ) στα σημεία εισόδου σε ξεχωριστές ζώνες προστατευόμενων περιοχών (για την ενημέρωση του επισκέπτη για το ιδιαίτερο καθεστώς προστασίας, τις χρήσεις και τις δραστηριότητες που επιτρέπονται σε κάθε ζώνη).

Οι "σταθμοί" αυτοί συνιστάται να περιλαμβάνουν τουλάχιστον τα παρακάτω:

- *Πινακίδα υποδοχής με πληροφορίες σε συμβατική αλλά και προσβάσιμη μορφή (π.χ. γραφή Braille). Συνιστάται η πινακίδα υποδοχής να κατασκευάζεται κάθετη προς το έδαφος ή -καλύτερα- κεκλιμένη υπό γωνία τουλάχιστον 45ο από την κατακόρυφο. Ο ταυτόχρονος συνδυασμός απλών και εύληπτων κειμένων σε συμβατική και προσβάσιμη μορφή, εικονιδίων και ηχητικής πληροφόρησης καλύπτει το σύνολο των χρηστών με αναπηρία και συνιστάται να περιέχεται στην πινακίδα υποδοχής.*
- *Χάρτες που θα περιέχουν απλοποιημένο γενικό σχέδιο (σε συμβατική μορφή και ανάγλυφη) ή απλοποιημένη ανάγλυφη μακέτα της οικοδιαδρομής, ώστε ο χρήστης να αποκτά μια γενική εικόνα της περιοχής. Σε αυτά θα επισημαίνονται οι χώροι ανάπαυσης, ελιγμών, θέασης, αναψυχής, σημεία ενδιαφέροντος, εξυπηρετήσεις κ.λπ.*
- *Στέγαστρο ικανών διαστάσεων για την κάλυψη και ατόμου σε αναπηρικό αμαξίδιο και συνοδού.*



Εικόνα 46. Ανάγνωση χαρτών και πληροφοριακών πινακίδων από άτομα σε αναπηρικό αμαξίδιο (σε εκατοστά)
Πηγή: Ηνωμένα Έθνη, SOLIDERE, ESCWA (2004)

Οι πινακίδες υποδοχής, οι χάρτες και οι μακέτες, εφόσον τοποθετούνται επί πάγκου (οριζόντιου ή υπό κλίση), πρέπει να έχουν κάτω από τον πάγκο ελεύθερο χώρο διαστάσεων τουλάχιστον 0,80x0,75x0,50 μ. (πλάτος x ύψος x βάθος), για να διασφαλίζεται η προσέγγιση και η ανάγνωσή τους από χρήστη αναπηρικού αμαξιδίου.

Δ5 Σήμανση ερμηνείας περιβάλλοντος

Η σήμανση ερμηνείας περιβάλλοντος αφορά πινακίδες τουριστικού ενδιαφέροντος, οι οποίες τοποθετούνται σε επιλεγμένες θέσεις (θέσεις θέας, παρατηρητήρια, σημεία ενδιαφέροντος, μπροστά σε ιδιαίτερα είδη δέντρων, φυτών, πετρωμάτων κ.ά.) και αποσκοπούν στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του επισκέπτη για αξιόλογα στοιχεία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, ώστε να αντιληφθεί την πολύπλευρη σπουδαιότητα της περιοχής στην οποία βρίσκεται. Επίσης, πολλές φορές σκοπό έχουν την ανάδειξη των ιδιαίτερων γνωρισμάτων ενός μονοπατιού ή της προστατευόμενης περιοχής γενικότερα.

Γ ια τους περισσότερους επισκέπτες, τέτοιου είδους πινακίδες και πληροφορίες παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και θα πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες προβλέψεις, ώστε να μην αποκλείεται η πρόσβαση σε αυτές για διάφορες κατηγορίες επισκεπτών με αναπηρία, όπως άτομα με αναπηρικό αμαξίδιο, άτομα τυφλά κ.λπ. Ιδανικά, δεδομένου ότι συνήθως είναι αδύνατον η παρεχόμενη πληροφορία σε μια πινακίδα να προσφέρεται εξ ολοκλήρου και σε Braille (αφού η γραφή Braille απαιτεί περίπου τριπλάσιο χώρο/ εμβαδόν σε σχέση με την κανονική γραφή), συνιστάται η χρήση σύγχρονων τεχνικών και τεχνολογιών, όπως εικονικών ξεναγών, ηχητικών συστημάτων κ.λπ.



Εικόνα 47. Παράδειγμα προσβάσιμης για όλους σήμανσης πληροφόρησης και προσανατολισμού

Μια τεχνική, η οποία δεν είναι ιδιαίτερα παρεμβατική για το περιβάλλον (δεν απαιτεί παροχή ρεύματος, ειδικούς εξοπλισμούς κ.λπ.), είναι η διασύνδεση των πινακίδων με πληροφορίες που είναι (α) κωδικοποιημένες σε Κωδικούς QR απλού κειμένου ή/και (β) διαθέσιμες επιγραμμικά (online).

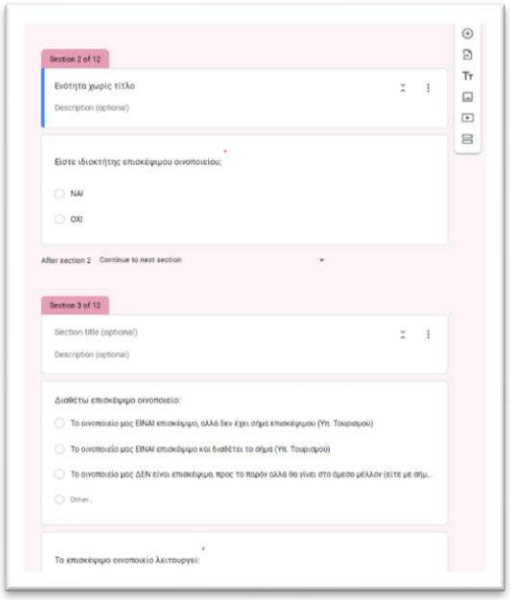
Στην πρώτη περίπτωση, ο χρήστης με την κινητή του συσκευή (κινητό ή tablet), αφού σαρώσει τον Κωδικό QR (ο οποίος θα πρέπει στις γωνίες του ή/και στο κέντρο του να έχει ανάγλυφη μορφή προς ψηλάφηση) μπορεί, χωρίς να απαιτείται σύνδεση στο Internet, να ακούσει την εκφώνηση του κωδικοποιημένου κειμένου (με δυνατότητα κωδικοποίησης έως 4296 αλφαριθμητικούς χαρακτήρες, δηλαδή περίπου 800 λέξεις - βλ. Εικόνα 35).

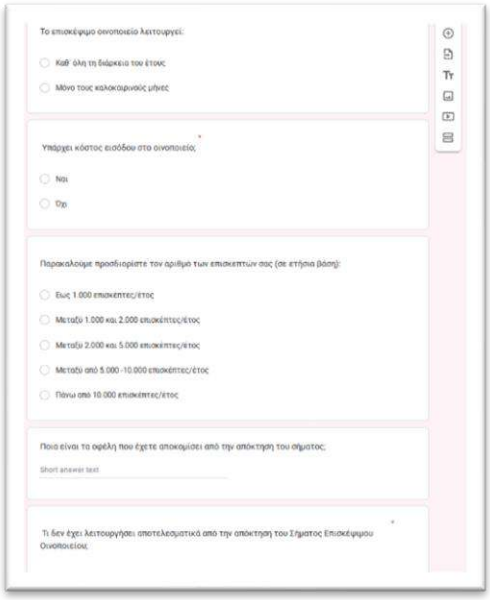
Στη δεύτερη περίπτωση, απαιτείται η περιοχή να έχει κάλυψη ασύρματου δικτύου (Wi-Fi) ή mobile Internet, ώστε ο χρήστης με τον φυλλομετρητή της συσκευής του να μεταφερθεί σε ιστοσελίδα, η οποία περιλαμβάνει το περιεχόμενο της πινακίδας σε εναλλακτικές μορφές (η διεύθυνση URL αναγράφεται στην πινακίδα ή/και είναι κωδικοποιημένη σε Κωδικό QR). Σε αυτήν την περίπτωση, βέβαια, δεν υπάρχει ουσιαστικά περιορισμός ως προς το μέγεθος της πληροφορίας, ενώ υπάρχουν περισσότερες δυνατότητες ως προς τη μορφή της. Γ ια παράδειγμα, δύναται η επιπλέον διάθεση της πληροφορίας σε βίντεο στη νοηματική και με κλειστές λεζάντες/υπότιτλους, μορφή κατάλληλη για κωφά και βαρήκοα άτομα, σε μορφή easy-to-read κ.λπ.

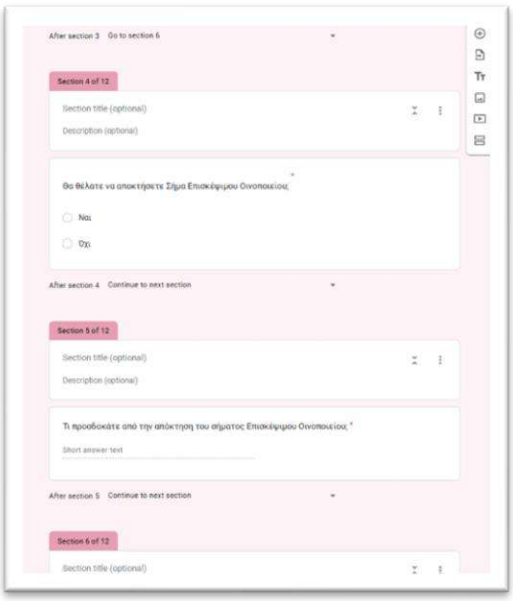
Η σήμανση τουριστικής πληροφόρησης και η σήμανση προσανατολισμού και πληροφόρησης για άτομα με αναπηρία δύνανται να συγκεντρώνονται και σε ενιαίες πινακίδες (βλ. Εικόνα 47).

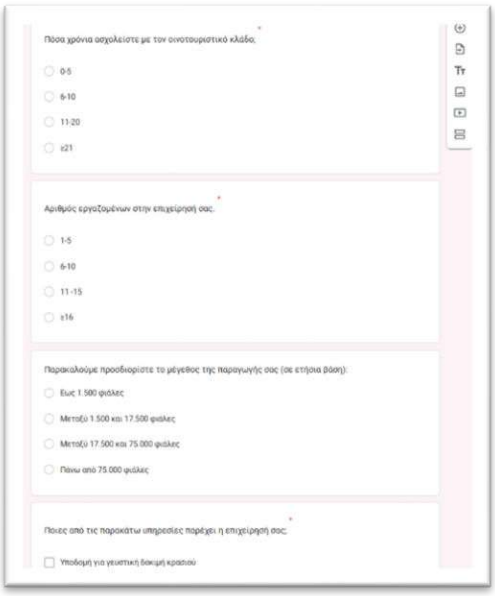
Π9.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΟΥΣ

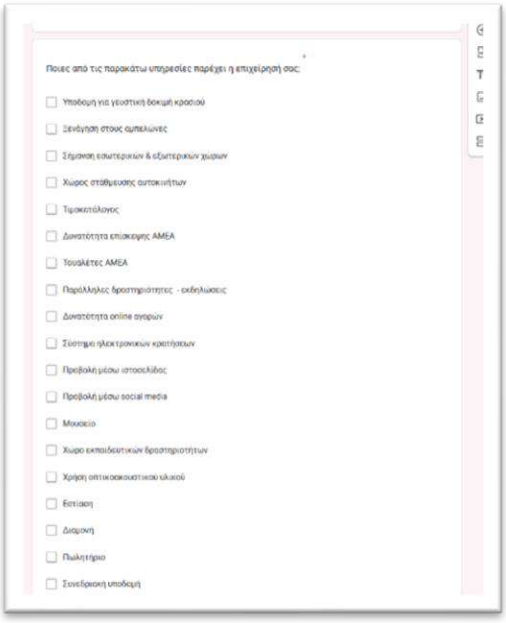


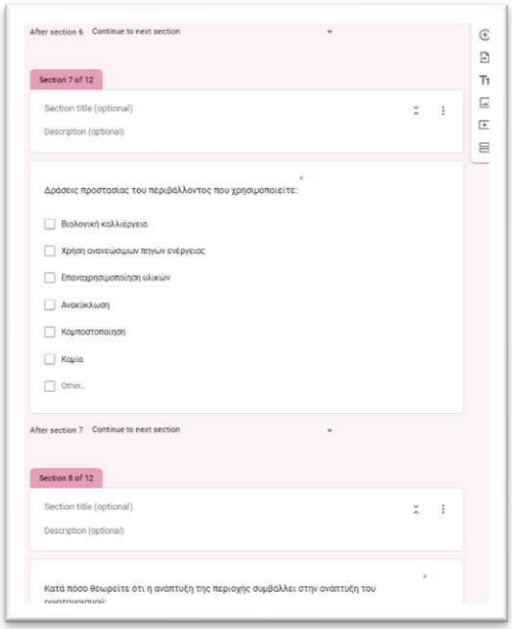

Section 2 of 12
Ενότητα χωρίς τίτλο
Description (optional)
Είστε ιδιοκτήτης επισκέψιμου οινοποιείου;
ΝΑΙ
ΟΧΙ
After section 2 Continue to next section
Section 3 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Διαθέτω επισκέψιμο οινοποιείο:
Το οινοποιείο μας ΕΙΝΑΙ επισκέψιμο, αλλά δεν έχει σήμα επισκεψιμότητας (Υπ. Τουρισμού)
Το οινοποιείο μας ΕΙΝΑΙ επισκέψιμο και διαθέτει το σήμα (Υπ. Τουρισμού)
Το οινοποιείο μας ΔΕΝ είναι επισκέψιμο, προς το παρόν αλλά θα γίνει στο άμεσο μέλλον (είτε με σήμ...
Other...
Το επισκέψιμο οινοποιείο λειτουργεί:

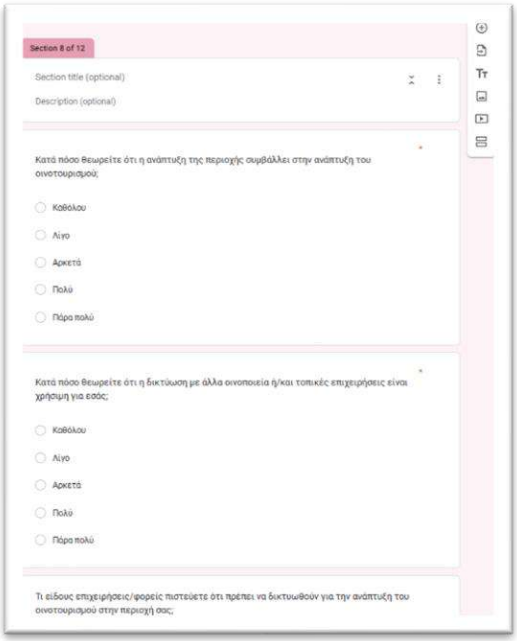

Το επισκέψιμο οινοποιείο λειτουργεί:
Καθ' όλη τη διάρκεια του έτους
Μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες
Υπάρχει κόστος εισόδου στο οινοποιείο;
Ναι
Όχι
Παρακαλούμε προσδιορίστε τον αριθμό των επισκεπτών σας (σε ετήσια βάση):
Εως 1.000 επισκέπτες/έτος
Μεταξύ 1.000 και 2.000 επισκέπτες/έτος
Μεταξύ 2.000 και 5.000 επισκέπτες/έτος
Μεταξύ από 5.000 -10.000 επισκέπτες/έτος
Πάνω από 10.000 επισκέπτες/έτος
Ποια είναι τα οφέλη που έχετε αποκομίσει από την απόκτηση του σήματος;
Short answer text
Τι δεν έχει λειτουργήσει αποτελεσματικά από την απόκτηση του Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου;

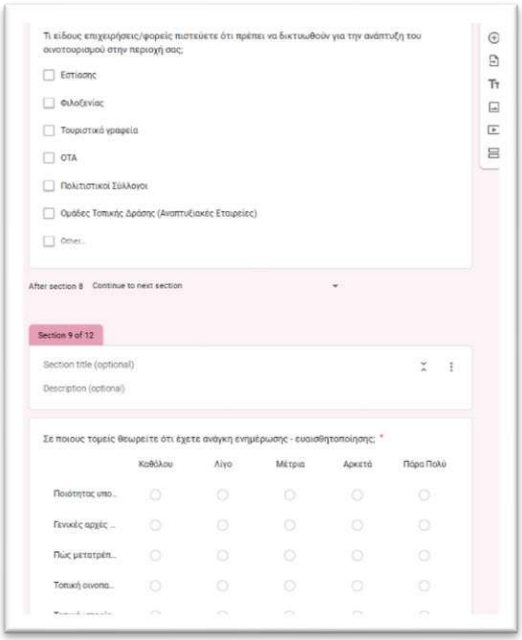

After section 3 Go to section 6
Section 4 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Θα θέλατε να αποκτήσετε Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου;
Ναι
Όχι
After section 4 Continue to next section
Section 5 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Τι προσδοκάτε από την απόκτηση του σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου;
Short answer text
After section 5 Continue to next section
Section 6 of 12
Section title (optional)


Πόσα χρόνια ασχολείστε με τον οινοτουριστικό κλάδο;
0-5
6-10
11-20
≥21
Αριθμός εργαζομένων στην επιχείρησή σας;
1-5
6-10
11-15
≥16
Παρακαλούμε προσδιορίστε το μέγεθος της παραγωγής σας (σε ετήσια βάση):
Εως 1.500 φιάλες
Μεταξύ 1.500 και 17.500 φιάλες
Μεταξύ 17.500 και 75.000 φιάλες
Πάνω από 75.000 φιάλες
Ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες παρέχει η επιχείρησή σας;
Υποδομή για γευστική δοκιμή κρασιού

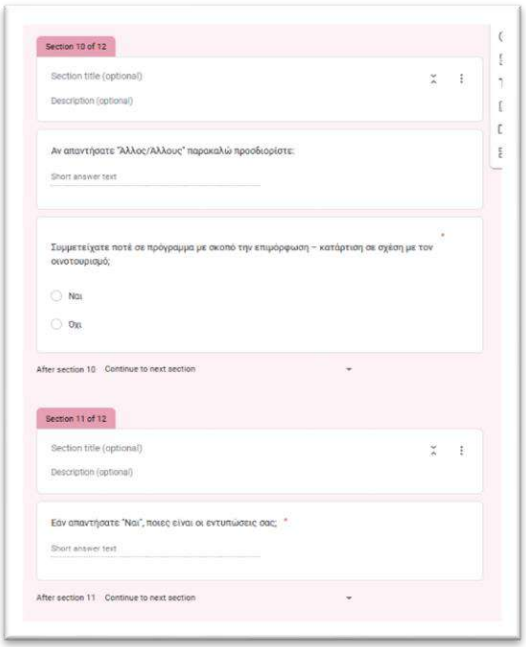

Ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες παρέχει η επιχείρησή σας:
Υποδομή για γευστική δοκιμή κρασιού
Ξενάγηση στους αμπελώνες
Σήμανση εσωτερικών & εξωτερικών χώρων
Χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων
Τηλεκτάλογος
Δυνατότητα επίσκεψης ΑΜΕΑ
Τουαλέτες ΑΜΕΑ
Παράλληλες δραστηριότητες - εκδηλώσεις
Δυνατότητα online αγορών
Σύστημα ηλεκτρονικών κρατήσεων
Προβολή μέσω ιστοσελίδας
Προβολή μέσω social media
Μουσείο
Χώρο εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων
Χρήση οπτικοακουστικού υλικού
Εστίαση
Διαμονή
Πωλητήριο
Συνεδριακή υποδομή

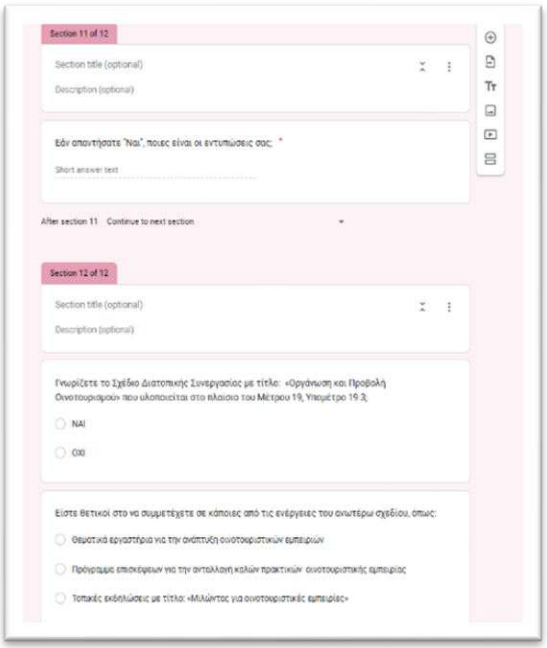

After section 6 Continue to next section
Section 7 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος που χρησιμοποιείτε:
Βιολογική καλλιέργεια
Χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
Επαναχρησιμοποίηση υλικών
Ανακύκλωση
Κομποστοποίηση
Καμία
Other..
After section 7 Continue to next section
Section 8 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Κατά πόσο θεωρείτε ότι η ανάπτυξη της περιοχής συμβάλλει στην ανάπτυξη του


Section 8 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Κατά πόσο θεωρείτε ότι η ανάπτυξη της περιοχής συμβάλλει στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού;
Καθόλου
Λίγο
Αρκετά
Πολύ
Πάρα πολύ
Κατά πόσο θεωρείτε ότι η δικτύωση με άλλα οινοποιεία ή/και τοπικές επιχειρήσεις είναι χρήσιμη για εσάς;
Καθόλου
Λίγο
Αρκετά
Πολύ
Πάρα πολύ
Τι είδους επιχειρήσεις/φορείς πιστεύετε ότι πρέπει να δικτυωθούν για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στην περιοχή σας;


Τι είδους επιχειρήσεις/φορείς πιστεύετε ότι πρέπει να δικτυωθούν για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στην περιοχή σας;
Εστίασης
Φιλοξενίας
Τουριστικά γραφεία
ΟΤΑ
Πολιτιστικοί Σύλλογοι
Ομάδες Τοπικής Δράσης (Αναπτυξιακές Εταιρείες)
Other..
After section 8 Continue to next section
Section 9 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Σε ποιους τομείς θεωρείτε ότι έχετε ανάγκη ενημέρωσης - ευαισθητοποίησης:
Καθόλου
Λίγο
Μέτρια
Αρκετά
Πάρα Πολύ
Ποιότητας υπο...
Γενικές αρχές ...
Πώς μετατρέπ...
Τοπική οινοπα...


After section 9 Continue to next section
Section 10 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Αν απαντήσατε "Άλλος/Άλλους" παρακαλώ προσδιορίστε:
Short answer text


Section 10 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Αν απαντήσατε "Άλλος/Άλλους" παρακαλώ προσδιορίστε:
Short answer text
Συμμετείχατε ποτέ σε πρόγραμμα με σκοπό την επιμόρφωση – κατάρτιση σε σχέση με τον οινοτουρισμό;
Ναι
Όχι
After section 10 Continue to next section
Section 11 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Εάν απαντήσατε "Ναι", ποιες είναι οι εντυπώσεις σας;
Short answer text
After section 11 Continue to next section


Section 11 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Εάν απαντήσατε "Ναι", ποιες είναι οι εντυπώσεις σας;
Short answer text
After section 11 Continue to next section
Section 12 of 12
Section title (optional)
Description (optional)
Γνωρίζετε το Σχέδιο Διατομικής Συνεργασίας με τίτλο: «Οργάνωση και Προβολή Οινοτουρισμού» που υλοποιείται στο πλαίσιο του Μέτρου 19, Υπομέτρο 19.3;
ΝΑΙ
ΟΧΙ
Είστε θετικοί στο να συμμετέχετε σε κάποιες από τις ενέργειες του ανωτέρω σχεδίου, όπως:
Θεματικά εργαστήρια για την ανάπτυξη ουνοτουριστικών εμπειριών
Προγράμμα επισκέψεων για την ανταλλαγή καλών πρακτικών οινοτουριστικής εμπειρίας
Τοπικές εκδηλώσεις με τίτλο: «Μιλώντας για οινοτουριστικές εμπειρίες»

Π.9.3. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ





WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ποιοι είναι οινικοί προορισμοί και ποιοι οι οινοτουρίστες;

Οινικοί προορισμοί είναι μέρη ή περιοχές που αποτελούν τον κύριο σκοπό των τουριστικών ταξιδιών και παίζουν αποφασιστικό ρόλο για την απόφαση πραγματοποίησης ενός οινικού ταξιδιού. Το οινικό ταξίδι αυτό καθ' αυτό περιλαμβάνει τουλάχιστον επισκέψεις σε οινοποιεία ή αμπελώνες. Καθώς οι αμπελώνες βρίσκονται στην ύπαιθρο, ο οινοτουρισμός εμπεριέχει στοιχεία αγροτουρισμού.



Οινοτουρίστες μπορεί να είναι αμπελουργοί, οινογνώστες, προμηθευτές προϊόντων οίνου σε εστιατόρια – για αυτούς ο οινοτουρισμός είναι επιχειρηματικός τουρισμός, διότι ο σκοπός του, για παράδειγμα, είναι η εξεύρεση καλύτερων συνθηκών για την αμπελοκαλλιέργεια, η υιοθέτηση εμπειριών για την παραγωγή ή στοιχείων φιλοξενίας που παρουσιάζουν ενδιαφέρον, η κοστολόγηση της αγορά προϊόντων κ.λπ.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

3

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ποιοι είναι οινικοί προορισμοί και ποιοι οι οινοτουρίστες;

Ο μέγιστος αριθμός περιοχών προς επίσκεψη και κατανάλωση τουριστικών υπηρεσιών είναι δύσκολο να προβλεφθεί, καθώς στις τουριστικές δραστηριότητες ενυπάρχει πάντα ο απρόβλεπτος παράγοντας του αυθορμητισμού κατά τη λήψη των τουριστικών αποφάσεων: παράταση παραμονής με διανυκτέρευση, αγορά όχι μόνο κρασιού αλλά και άλλων γαστρονομικών προϊόντων, συμμετοχή σε φωτογράφιση, βόλτες στους αμπελώνες.

Ως εκ τούτου, ο ορισμός του **«οινικού προορισμού»** σχετίζεται πρωτίστως με τις περιοχές του οινοτουρισμού, το πώς προσεγγίζουν τους τουρίστες και πόσο δημοφιλείς είναι, αναλόγως των τουριστικών επιθυμιών, ευκαιριών και αφοσίωσης. Η ελκυστικότητα ή η θελκτικότητα του προορισμού, ενισχύει το κοινωνικοοικονομικό καθεστώς των περιοχών και των χωρών.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του οινοτουρισμού μπορεί να είναι δημογραφικοί, κοινωνικοί, πολιτιστικοί, επιστημονικοί και τεχνικοί κ.λπ. αλλά μπορεί και να εξαρτώνται από τη φύση ή τις κλιματολογικές συνθήκες (συμπεριλαμβανομένου του εδάφους), τη νομοθεσία (όσον αφορά τον εντοπισμό και τον έλεγχο της προέλευσης του οίνου και τον προσδιορισμό της ποιότητάς του) κ.λπ.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πως αναπτύχθηκε ο οινοτουρισμός σε διεθνές επίπεδο;

Η **διαχείριση του προορισμού** στον οινοτουρισμό έχει επιτυχημένη ιστορική εμπειρία.

Στις περισσότερες χώρες του κόσμου, η διαχειριστική λειτουργία εκτελείται από ενώσεις (συμπεριλαμβανομένων των ενώσεων οινοπαραγωγών ή τουριστικών εκπροσώπων), από εθνικούς και από τοπικούς οργανισμούς διαχείρισης τουριστικών προορισμών.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

5

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πως αναπτύχθηκε ο οινοτουρισμός σε διεθνές επίπεδο;

Ο **γερμανικός οινοτουρισμός**, εκτός από μια πλούσια ιστορία και αφηγήσεις για τον οίνο, την οινική κουλτούρα, τα τοπία και τη φιλοξενία, προσφέρει στους τουρίστες καστροτουρισμό (συνοδεία οινογευσίας), ποδηλασία, πεζοπορία και βόλτες στους αμπελώνες, θαλάσσιο σκι, πέταγμα χαρταετού, θεραπείες ευεξίας, εκδρομές με περιηγήσεις στα αξιοθέατα. Σε κάθε γερμανική οινική περιοχή υπάρχουν πολλές ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις, φεστιβάλ κρασιού, ιστορικά μνημεία και καταφύγια στη φύση.

Η χώρα που ίδρυσε τον πρώτο συνεταιρισμό αμπελουργών (1868) παγκοσμίως αντιπροσωπεύει σήμερα μια μεγάλη ποικιλία raccoon, μουσεία, κέντρα παραγωγής οίνου, σύγχρονες εγκαταστάσεις διαδραστικές και ιστορικές.

Επίσης διοργανώνει διάφορες εκδηλώσεων και θεάματα, όπως την «Εβδομάδα Riesling». Σήμερα, ο γερμανικός οινοτουρισμός υπάρχει σε ένα υψηλό επίπεδο χάρη στη σκληρή δουλειά των ενώσεων και των συνεταιρισμών και παρέχει άνεση και προσβασιμότητα, δεν καλύπτει μόνο τα ταξίδια σε αγροτικές περιοχές, αλλά και επισκέψεις σε εστιατόρια, bar, club κλπ.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

6

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πως αναπτύχθηκε ο οινοτουρισμός σε διεθνές επίπεδο;

Ο **γαλλικός οινοτουρισμός** είναι σίγουρα μια ελκυστική δραστηριότητα τόσο για τους καταναλωτές όσο και τους διοργανωτές. Οι ιστορικές συνθήκες που οδήγησαν στην ανάπτυξή του έχουν εξελιχθεί με τέτοιον τρόπο ώστε όλο και περισσότεροι Γάλλοι οινοποιοί να καλούνται να αντιμετωπίσουν τους οινοποιούς του Νέου Κόσμου, αλλά και να διατηρήσουν τα ηνία που ήδη κατέχουν.

Το «γαλλικό παράδοξο» κατέστησε αποτελεσματική τη μετριοπαθή κατανάλωση κρασιού, απέδειξε την ποιότητα και την επιτήδευση της γαλλικής γαστρονομίας, ενώ οι οινικές περιοχές άνοιξαν τις πόρτες τους σε όλους τους επισκέπτες (1991). Έτσι, στα τέλη του 20ου αιώνα, οι περισσότερες αίθουσες οινογευσίας και οι κάβες δέχονταν επισκέπτες και πραγματοποιούσαν δωρεάν οινογευσίες, ενώ ήταν ανοιχτοί και οι υπαίθριοι χώροι για κατανάλωση κρασιού όλο το εικοσιτετράωρο. Μαζί με κρασί, οι οινοποιοί πρόσφεραν τυριά, οινοπνευματώδη και κοκτέιλ, ενώ η διαμόρφωση πρόσθετων υπηρεσιών που προσφέρονται από άλλα είδη τουρισμού ενίσχυσε την οικονομική αποδοτικότητα του οινοτουριστικού κλάδου στη Γαλλία: τα οινοτουριστικά αξιοθέατα συνέδεσαν καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (επισκέψεις σε γκαλερί, ζωγραφική στην ύπαιθρο), αθλήματα (αγώνες ποδηλασίας βουνού, γκολφ, λεμβοδρομίες).

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

7

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πως αναπτύχθηκε ο οινοτουρισμός σε διεθνές επίπεδο;

Η ανάπτυξη του οινοτουρισμού σε πολλές **αμπελουργικές χώρες του κόσμου** συνδέεται με την ανάπτυξη των οινικών διαδρομών.

Οι **οινικές διαδρομές** ως τουριστικό προϊόν δεν βασίζεται αποκλειστικά και μόνο στο ενδιαφέρον για το κρασί. Η κατάκτησή τους βασίζεται στην αναζήτηση ελκυστικών τερέν, τοπίων αμπελώνων, αρχιτεκτονικών μνημείων, ειδυλλιακών χωριών, κάστρων, πύργων, οινοποιείων, πολλών νέων γεύσεων και αισθήσεων κατά την οινογευσία και την απόλαυση άλλων τοπικών προϊόντων.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

8

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τι είναι οι οινικές διαδρομές;

Οι **οινικές διαδρομές** είναι μία σειρά από σημάνσεις σε οινικούς προορισμούς. Ο σκοπός αυτών των σημάνσεων είναι να υποδείξουν την κατεύθυνση και την ασφαλή διάνυση της απόστασης από τοποθεσία σε τοποθεσία. Οι σημάνσεις τοποθετούνται κατά μήκος της διαδρομής, ενώ εκτός από αυτές οι διαδρομές μπορεί να διαθέτουν περίπτερα πληροφοριών, οδικά σήματα και βοηθητικές πινακίδες (χώροι διαμονής, νερό, πρατήριο καυσίμων, κατασκήνωση με τα αντίσκηνα, κ.λπ.). Οι διαδρομές αποτυπώνονται συνήθως σε έντυπα ή ηλεκτρονικά μέσα και κάθε χώρα ή περιοχή όταν αναπτύσσει τουριστικές διαδρομές καθορίζει τους δικούς της κανόνες σήμανσης.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

9

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ποια είναι τα αποτελέσματα της ανάπτυξης του οινοτουρισμού;

- **συνεργειακό αποτέλεσμα** της ανάπτυξης άλλων ειδών τουρισμού: πολιτιστικός και μορφωτικός ή γνωστικός, ψυχαγωγία και υγεία, αγροτικός, οικολογικός και αγροτουρισμός, αθλητικός, φωτογραφικός, ψυχαγωγία και φεστιβάλ, επιχειρηματικός και επιστημονικός,
- **ενίσχυση της επικοινωνίας** μεταξύ όσων ενδιαφέρονται για τον οινοτουρισμό, συγκερασμός συμφερόντων για λόγους ενότητας προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της παραγωγικής ανάπτυξης,
- **ενίσχυση της φήμης περιοχών**, εντατικοποίηση των τουριστικών ροών,
- **αύξηση των πωλήσεων** κρασιού και άλλων γαστρονομικών προϊόντων,
- **αύξηση της απασχόλησης**, του εισοδήματος ιδιοκτητών και εργαζομένων,
- **πρόοδος στην εκπαίδευση** και την κατάρτιση, ανάδυση νέων ειδών απασχόλησης και επαγγελμάτων σε μια δεδομένη περιοχή, βελτίωση των οικονομικών συνθηκών,
- **βελτίωση της ποιότητας** των υπηρεσιών, του κρασιού και συναφών προϊόντων.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

10

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τι είναι η οινοτουριστική διαχείριση;

Οινοτουριστική διαχείριση: είναι ένα σύστημα διαχείρισης των κλάδων του οίνου και του τουρισμού, η ικανότητα επίτευξης του στόχου (κέρδους), χρησιμοποιώντας την εργασία, την ευφυΐα, τον χαρακτήρα, τα κίνητρα των εργαζομένων σε αυτούς τους κλάδους, την τέχνη της λήψης διαχειριστικών αποφάσεων, καθώς και την κοινωνικο-οικονομική και τεχνική διαδικασία, κατά την οποία χρησιμοποιούνται ορθολογικά οι πόροι, με έμφαση στην αποτελεσματική ανάπτυξη του οινοτουρισμού.

Κάθε επιχείρηση μπορεί να αποφασίσει να διατηρήσει και να αυξήσει το υπάρχον τουριστικό δυναμικό, να παρέχει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την οργάνωση των τουριστικών υπηρεσιών. Ωστόσο, η εντατικοποίηση της βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών σε μεγάλη κλίμακα και η επίτευξη ενός συνεργειακού αποτελέσματος μπορεί να επιτευχθεί μόνο με τον συντονισμό των ενεργειών άλλων συμμετεχόντων στην ανάπτυξη προορισμών.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

11

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ποιος ο ρόλος των τοπικών /περιφερειακών οργανισμών στη διαχείριση του οινοτουρισμού;

Οι **τοπικοί/περιφερειακοί οργανισμοί** διαχείρισης και συντονισμού έχουν την δυνατότητα να μετατρέψουν τις ιδέες μεμονωμένων επιχειρηματιών σε ανταγωνιστικές υπηρεσίες ή προϊόντα ποιότητας. Η τροχιά της οινοποιητικής ανάπτυξης ενός συγκεκριμένου προορισμού και η μετατροπή του από παραγωγό σε τουριστική περιοχή απλοποιούνται σε σημαντικό βαθμό από τις ενοποιημένες δράσεις άλλων οινοποιείων. Συνέδρια, φόρουμ, εκθέσεις κ.λπ. αποτελούν ένα ισχυρό εργαλείο για τον σκοπό αυτό.

Μαζί με τη διαχείριση προορισμών, ο σημαντικός ρόλος των οργανισμών διαχείρισης αναδεικνύεται στον τομέα του μάρκετινγκ. Οι οργανισμοί μάρκετινγκ προορισμού διαφημίζουν τον προορισμό ως ελκυστικό μέρος για ταξίδια. Η διαχείριση και το μάρκετινγκ προορισμού είναι οι διαδικασίες συγκερασμού των αναγκών του επισκέπτη ή του καταναλωτή (ζήτηση) με τα προϊόντα ή την εμπειρία (προσφορά).

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

12

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πως αναπτύσσουμε τον οινοτουρισμό;

Στο πλαίσιο ανάπτυξης του οινοτουρισμού **αναρωτηθείτε**:

- **ποιος είναι ο πελάτης σας**, έχει την επιθυμία και τη δυνατότητα, εκτός από την αγορά κρασιού, να διανυκτερεύσει, για οινογευσία, για ένα φεστιβάλ κτλ;
- **πώς έφτασε σε αυτόν τον προορισμό**, γιατί επέλεξε αυτήν την περιοχή, τι εμπειρία αναζητούσε;
- **ποιος είναι ο βασικός ενδιαφερόμενος** εκτός από εσάς για την ανάπτυξη αυτού του προορισμού;
- **είναι έτοιμοι άλλοι επιχειρηματίες να γίνουν συνεργάτες σας**;
- **γιατί ο προορισμός σας να αποκαλείται «οινοτουριστικός προορισμός»;**
- **είστε εσείς και οι συνεργάτες σας έτοιμοι** να προσαρμόσετε τις αξίες σας στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των τουριστών;
- **έχετε αρκετές γνώσεις** σχετικά με τη βιωσιμότητα του προορισμού;
- **είστε έτοιμοι να προβλέψετε την εποχικότητα** στον οινοτουρισμό και να προσφέρετε στους εργαζομένους άλλες θέσεις εργασίας κατά τη διάρκεια του έτους, του μήνα, της εβδομάδας;

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

13

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ποιοι είναι οι τύποι οινοτουριστικής διαχείρισης;

Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει τους εξής τύπους οινοτουριστικής διαχείρισης:

- **η κατανομή πόρων** συνδυάζει την κατανομή περιορισμένων και σπάνιων πόρων του οργανισμού (κεφάλαια, τεχνολογική εμπειρία, εξειδικευμένο προσωπικό οινοτουρισμού).
- **η προσαρμογή** στο εξωτερικό περιβάλλον καλύπτει όλες τις στρατηγικές δράσεις που βελτιώνουν τις σχέσεις των οινοποιείων και των τουριστικών οργανισμών με το εξωτερικό περιβάλλον.
- **ο εσωτερικός συντονισμός** είναι ο συντονισμός των δραστηριοτήτων των οινοτουριστικών οργανισμών προκειμένου να επιτευχθεί αποτελεσματική ενοποίηση των εσωτερικών λειτουργιών.
- **η οργανωτική στρατηγική πρόβλεψη** στοχεύει στη συστηματική ανάπτυξη του τρόπου σκέψης των υπεύθυνων οινοτουρισμού,

Η αξιολόγηση της οικονομικής αποδοτικότητας της διαχείρισης του κλάδου του οίνου και του τουρισμού γίνεται με τη χρήση δεικτών όπως της κερδοφορίας και της σταθερότητας.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

14


WINE TOURISM
in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ & ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οινοτουρισμός και εμπειρία

Ο οινοτουρισμός δεν περιλαμβάνει απλώς την επίσκεψη σε οινοποιεία και την αγορά κρασιού, αλλά **είναι το αποκορύφωμα μιας σειράς μοναδικών εμπειριών** που αποτελούνται από: το περιβάλλον, τον τοπικό πολιτισμό, την αρχιτεκτονική, τις τοπικές εκδηλώσεις, την τοπική κουζίνα και το κρασί.

Αυτό το πακέτο πολιτιστικών, γαστρονομικών και πρόσθετων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, με το κρασί ως βασικό θέμα της επίσκεψης, μπορεί να αποτελέσει την ιδανική αλυσίδα αξίας προϊόντων/υπηρεσιών οινοτουρισμού.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

2

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οινοτουρισμός και εμπειρία

Ως μέρος των τοπικών τουριστικών δραστηριοτήτων, υπάρχει μια ποικιλία επιλογών που σχετίζονται με το κρασί για τους επισκέπτες (συμπεριλαμβάνοντας το φαγητό, τα τοπία και τις πολιτιστικές δραστηριότητες) όπως:

- η επίσκεψη σε αμπελώνες και αμπελώνες
- οι επισκέψεις σε οινοποιεία
- η γευσιγνωσία κρασιού
- η απόλαυση του κρασιού στον τόπο προέλευσής του
- η επίσκεψη σε φεστιβάλ κρασιού και αγορές κρασιού
- η αναβίωση των χαρακτηριστικών μιας αμπελουργικής περιοχής



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

3

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οινοτουρισμός και εμπειρία

Από την πλευρά των παρόχων (επιχειρήσεων), ο οινοτουρισμός είναι κάτι πολύ περισσότερο από αυτό.

Από οικονομικής άποψης, δύο είναι οι βασικοί λόγοι για τους οποίους οι αμπελουργικές επιχειρήσεις ασχολούνται με τον οινοτουρισμό:

- Μέσο άμεσου μάρκετινγκ για την αύξηση της προστιθέμενης αξίας του αμπελοοινικού προϊόντος μέσω απευθείας πωλήσεων.
- Μέσο έμμεσου μάρκετινγκ για την αύξηση της ευαισθητοποίησης του οινοποιείου και την υποστήριξη των έμμεσων πωλήσεων.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4

Οινοτουρισμός και εμπειρία

Μία συνολική οινική εμπειρία περιλαμβάνει 10 χαρακτηριστικά ως εξής:

- γευσιγνωσία και αγορά κρασιού
- κοινωνικοποίηση με φίλους
- απόλαυση σε εξωτερικούς χώρους
- απόλαυση του αγροτικού περιβάλλοντος και των αμπελώνων
- εξοικείωση με την παραγωγή κρασιού
- μάθηση για το κρασί
- γευσιγνωσία κρασιού σε εστιατόρια
- ξενάγηση στο οινοποιείο
- εμπειρία επισκεπτών από άλλα αξιοθέατα και δραστηριότητες
- χαλάρωση



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

5

Οινοτουρισμός και εμπειρία

Η εμπειρία του οινοτουρισμού είναι μια πλήρης αισθητηριακή εμπειρία, όπου μπορούμε να βρούμε τις πέντε αισθήσεις ως εξής:

- **Γεύση:** κρασιά, τοπική κουζίνα, φρέσκα σταφύλια και άλλα τοπικά προϊόντα.
- **Μυρωδιά:** η γη και τα σταφύλια, ο καθαρός αέρας της υπαίθρου, η ζύμωση κρασιού, τα κελάρια όπου παλαιώνει το κρασί, το μαγείρεμα, τα βότανα από τον κήπο.
- **Άγγιγμα:** από την ερμηνεία των διαδικασιών παραγωγής κρασιού, το μπουκάλι και το ποτήρι, το μαγείρεμα με κρασί και μάζεμα σταφυλιών.
- **Όραση:** οι αμπελώνες, η τοπική αρχιτεκτονική, οι άνθρωποι που διασκεδάζουν, παραδοσιακά φεστιβάλ και χρώματα κρασιού.
- **Ακρόαση:** εμφιάλωση, άνοιγμα μπουκαλιού κρασιού, εορταστική μουσική, εξοπλισμός παραγωγής κρασιού και μαγείρεμα και κουζίνα

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

6

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Ξεναγήσεις σε οινοποιεία και αμπελώνες

- Περιηγήσεις στους αμπελώνες με οδηγό που εξηγεί τη διαδικασία καλλιέργειας, το terroir και την ιστορία της περιοχής.
- Ξεναγήσεις στους χώρους παραγωγής, όπου οι επισκέπτες παρακολουθούν ή ενημερώνονται για τα στάδια παραγωγής του κρασιού (από τη συγκομιδή μέχρι την εμφιάλωση).
- Περιηγήσεις σε οινοποιεία ή αρχιτεκτονικά σημαντικούς χώρους που συνδέονται με την ιστορία του κρασιού.





ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

7

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Γευσιγνωσία κρασιών (Wine Tasting)

- Δοκιμές κρασιού με την καθοδήγηση έμπειρων σομελιέ, οι οποίοι εκπαιδεύουν τους επισκέπτες στη σωστή διαδικασία γευσιγνωσίας και τους βοηθούν να αναγνωρίσουν αρώματα και γεύσεις, αλλά και τους συστήνουν ποικιλίες κρασιού, ενισχύοντας τη διάδοση της οινικής ταυτότητας του τόπου.
- Θεματικές γευσιγνωσίες (π.χ. γευσιγνωσία συγκεκριμένης ποικιλίας, κάθετες γευσιγνωσίες κ.ο.κ.).



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

8

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Γαστρονομικές εμπειρίες

- Συνδυασμός κρασιού και φαγητού (wine and food pairing), όπου τοπικά εδέσματα σερβίρονται μαζί με τα κατάλληλα κρασιά, εξιστορώντας ταυτόχρονα πληροφορίες και ιστορίες για το κρασί και το φαγητό.
- Μαθήματα μαγειρικής που βασίζονται σε τοπικά προϊόντα, δίδοντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να μάθουν τρόπους παρασκευής και να τις συνδυάσουν με τοπικά κρασιά.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

9

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Εκπαίδευση και σεμινάρια οινογνωσίας

- Σεμινάρια γευσιγνωσίας και κατανόησης του κρασιού, τα οποία απευθύνονται τόσο σε αρχάριους όσο και σε πιο έμπειρους καταναλωτές.
- Workshops και εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με την οινοποίηση, τη βιολογική ή βιοδυναμική καλλιέργεια αμπέλων και τη δημιουργία των δικών τους blends (μίξεις κρασιών).



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

10

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Προϊόντα ευεξίας και χαλάρωσης

- Υπηρεσίες οινοθεραπείας (wine spa), όπου χρησιμοποιούνται προϊόντα που προέρχονται από σταφύλια και κρασί, με σκοπό την περιποίηση ή/και χαλάρωση των επισκεπτών.
- Χώροι διαμονής σε αμπελώνες ή οινοποιεία (wine resorts), που προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες χαλάρωσης σε ένα περιβάλλον που σχετίζεται με το κρασί (θέα σε αμπελώνες κ.ο.κ.).



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

11

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Εκδηλώσεις στο πλαίσιο του τρύγου

(Harvesting Fests)

- Δραστηριότητες που επιτρέπουν στους επισκέπτες να συμμετέχουν στη διαδικασία συγκομιδής σταφυλιών, δίνοντάς τους την ευκαιρία να βιώσουν την εμπειρία του τρύγου.
- Εκδηλώσεις εορτασμού της συγκομιδής (τρύγου), όπου οι επισκέπτες μπορούν να συμμετάσχουν στη διαδικασία του τρύγου, αλλά και σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

12

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Θεματικές διαδρομές κρασιού (Wine Routes)

- Οργάνωση περιηγήσεων που συνδέουν οινοποιεία και αμπελώνες με σημεία πολιτιστικού, ιστορικού, φυσικού ενδιαφέροντος της περιοχής.
- Διαδρομές με επίκεντρο την οινοτουριστική εμπειρία, που προσφέρουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα να ανακαλύψουν διαφορετικά οινοποιεία, αλλά και τις τοπικές ποικιλίες.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

13

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Πολιτιστικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις

- Φεστιβάλ κρασιού, συναυλίες και καλλιτεχνικές εκθέσεις που διοργανώνονται σε οινοποιεία και αμπελώνες, συνδυάζοντας τον πολιτισμό με την οινοτουριστική εμπειρία.
- Εκδηλώσεις που αναδεικνύουν την τοπική παράδοση και τη σύνδεσή της με την παραγωγή κρασιού, όπως θεματικά δείπνα, εκθέσεις τέχνης, τοπικά πανηγύρια κ.α.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

14

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Αγορές τοπικών προϊόντων και αναμνηστικά

- Wine shops ή boutiques μέσα στα οινοποιεία, όπου οι επισκέπτες μπορούν να αγοράσουν κρασιά, τοπικά προϊόντα (π.χ., ελαιόλαδο, τυριά) και αναμνηστικά που αφορούν τον οίνο.
- Παροχή της δυνατότητας αγοράς κρασιού σε ειδικές συσκευασίες ή συλλεκτικές εκδόσεις.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

15

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών

Ειδικές προσφορές και προγράμματα για επισκέπτες

- Πακέτα διαμονής που περιλαμβάνουν διανυκτερεύσεις σε καταλύματα οινοποιείων σε συνδυασμό με γευσιγνωσίες και άλλες δραστηριότητες.
- Οργάνωση ιδιωτικών ή VIP ξεναγήσεων, προσφέροντας στους επισκέπτες εξατομικευμένες υπηρεσίες για μια προσωπική εμπειρία.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

16


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Τύποι οινοτουριστικών εμπειριών
Στον κλάδο του κρασιού, πολλές επιχειρήσεις έχουν διαφοροποιηθεί στον τουρισμό εκτός από την κύρια δραστηριότητά τους.
Προσφορές υπηρεσιών όπως υλοποίηση ή φιλοξενία εκδηλώσεων (συνεδρίων, εκθέσεων, κοινωνικών, εταιρικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων κτλ.) έχουν μετατρέψει τα οινοποιεία σε μια επιχειρηματική μονάδα.
Το κρασί χρησιμεύει ως μέσο για την προσέλκυση πελατών στις εκδηλώσεις με σκοπό τη δημιουργία πρόσθετου εισοδήματος.
Αυτά τα στοιχεία τουρισμού αποτελούν μια στρατηγική επιχειρηματική μονάδα εντός της εταιρείας με ξεχωριστούς στόχους πωλήσεων και κέρδους που μπορούν να καθοριστούν ανεξάρτητα από τις άλλες επιχειρηματικές μονάδες της εταιρείας.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
17


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ - ΟΦΕΛΗ

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Επισκέψιμο οινοποιείο και πελάτης

Ένα επισκέψιμο οινοποιείο οφείλει να προσφέρει μία **θετική εμπειρία** στον επισκέπτη κερδίζοντας με αυτό τον τρόπο την αφοσίωσή του.

Η αφοσίωση των οινοτουριστών και η αύξηση του αριθμού τους οδηγεί στην αύξηση των εισοδημάτων των οινοπαραγωγών, των τουριστικών επιχειρήσεων και όσων περιβάλλουν τον οινοτουρισμό. Από αυτή την αφοσίωση (σε επίπεδο συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας) εξαρτάται:

- η πιθανότητα ο τουρίστας να πραγματοποιήσει επαναλαμβανόμενες επισκέψεις
- αν θα αυξηθούν οι ημέρες παραμονής στην τοποθεσία,
- η ένταση της διάδοσης των εμπειριών που βίωσε ο τουρίστας κατά την παραμονή του.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

2

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Επισκέψιμο οινοποιείο και πελάτης

Η διαχείριση των σχέσεων με τους καταναλωτές (τουρίστες) διασφαλίζει ότι τα οινοποιεία είναι πλήρως προσανατολισμένα στον πελάτη (επισκέπτη), ότι υιοθετείται εξατομικευμένη προσέγγιση στην εξυπηρέτηση, ακόμη και όταν διοργανώνονται ομαδικές περιηγήσεις.

Επειδή ο οινοτουρισμός είναι εν μέρει ένα εργαλείο μάρκετινγκ για τα οινοποιεία, οι οινοπαραγωγοί θέλουν να επιτύχουν το υψηλότερο επίπεδο αφοσίωσης:

Ο «πλήρως» ικανοποιημένος τουρίστας ενδιαφέρεται για τα κρασιά συγκεκριμένου οινοποιείου, κάνει αγορές που περιλαμβάνουν παραγγελίες με παράδοση κατ' οίκον, κάνει προτάσεις στα μέλη της οικογένειας και σε οικείους, και αντιδρά ελάχιστα στις δραστηριότητες μάρκετινγκ άλλων οινοποιών.

Αλλά μια τέτοια αιτιολόγηση του «ιδανικού» τουρίστα είναι περισσότερο θεωρητική. Στην πράξη, ένας πιστός τουρίστας βρίσκεται σε διαδικασία αναζήτησης. Μέσα από αυτήν τη διαδικασία αναζήτησης, αναπτύσσονται οινικές διαδρομές και προορισμοί.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

3

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οινοξεναγός

Οινοξεναγός; Αυτό το επάγγελμα αποκτά τη δυναμική του παράλληλα με την ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Οι δεξιότητες ενός επαγγελματία διακρίνονται σε διάφορες ομάδες:

- δεξιότητες **προετοιμασίας** για τη διεξαγωγή εκδρομών,
- δεξιότητες **επίδειξης** αντικειμένων οινοποίησης και αμπελουργίας,
- δεξιότητες **αφήγησης** ιστοριών στις εκδρομές, τεχνικές εκδρομής, δεξιότητες γλωσσικής εθιμοτυπίας, δεξιότητες αλληλεπίδρασης με το κοινό,
- δεξιότητες **μετά την εκδρομή**, κ.λπ.





ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4

Οινοξεναγός

Αυτές τις δεξιότητες μπορεί να τις κατέχει ένας υπάλληλος, ένας εκπρόσωπος μιας οικογενειακής οινοπαραγωγικής επιχείρησης, ένας εκπρόσωπος τουριστικού ή εκδρομικού πρακτορείου.

Το κυριότερο είναι ότι πρέπει να είναι **λάτρης του οίνου και του τουρισμού**.

Η δουλειά ενός οινοξεναγού είναι **δημιουργική**.

Ωστόσο, η δημιουργικότητα μαζί με τη μέριμνα για την άνεση των τουριστών είναι αυτές που κάνουν τη διαφορά και ενισχύουν την αφοσίωση των τουριστών.

Με αυτόν τον τρόπο η εμπειρία γίνεται αξιομνημόνευτη και οι προσφερόμενες πληροφορίες μετατρέπονται σε «μηνύματα» για τους επόμενους επισκέπτες (τουρίστες, πελάτες).

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

5

Καταρτισμένο προσωπικό

Κατάρτιση: Η κατάρτιση σε τόσο ευρείς τομείς όπως η «οινοποίηση» και ο «τουρισμός» δεν σταματά ποτέ. Οι επισκέπτες αισθάνονται ότι οι πιο έμπειροι και οι ικανοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, οι οικογένειες οινοπαραγωγών, οι επαγγελματίες ξεναγοί υψηλού επιπέδου διαθέτουν αυτή την ιδιαίτερη επικοινωνιακή ικανότητα, η οποία αποδίδει κέρδη.

Επιπλέον, **η «κατάρτιση» αποτελεί σήμερα μία από τις κύριες τάσεις στον τομέα της παροχής υπηρεσιών - το άνοιγμα σχολών οινολογίας, γαστρονομίας, μαγειρικής σε ελκυστικές τουριστικές περιοχές.**

Οι εν λόγω πρόσθετες υπηρεσίες προσφέρονται σε μια ελκυστική ατμόσφαιρα οινοτουριστικών περιοχών (συνήθως σε αρχαία κάστρα ή σε σύγχρονα εργοστάσια υψηλής τεχνολογίας) όπου καλούνται να διδάξουν μαθήματα και master class διάσημοι και επιτυχημένοι οινοποιοί, σομελιέ, οινογνώστες, ιδρυτές οινοποιείων, ταξιδιώτες κ.λπ.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

6

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παροχή ασφάλειας

Ασφάλεια: Εκτός από το καταρτισμένο προσωπικό και τις ποικίλες παρεχόμενες υπηρεσίες, σημαντική θεωρείται και η ασφάλεια που παρέχεται στον οινοτουρίστα.

Ο έλεγχος των κινδύνων για τον τουρίστα **δεν αποτελεί μόνο δουλειά των επιθεωρητών και των ελεγκτών.**

Ο εσωτερικός έλεγχος κινδύνων **βελτιώνει πάντα την ποιότητα των υπηρεσιών**, προσεγγίζοντας τα πρότυπα ποιότητας που εφαρμόζονται σε εθνικό και τοπικό επίπεδο.

Η αυτοεξέταση είναι εποικοδομητική και ζωτικής σημασίας.

Όσο περισσότερα οργανωτικά στοιχεία υπάρχουν στην περιοχή του οινοτουρισμού, τόσο πιο συχνά και πιο εις βάθος θα πρέπει να γίνεται.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

7

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παροχή ασφάλειας

Τα κύρια ζητήματα αυτού του ελέγχου θα πρέπει να είναι τα εξής:

- **σε επίπεδο παραγωγής** - αν η βιομηχανική ζώνη είναι ασφαλής για τους επισκέπτες, πού ακριβώς υπάρχουν επικίνδυνα σημεία, τι πρέπει να γίνει σε περίπτωση ατυχήματος;
- **σε επίπεδο εξυπηρέτησης** ξενοδοχείου και εστιατορίου - υπάρχουν ασφαλείς χώροι για ξεκούραση, διαμονή, γεύματα, διαλείμματα ξεκούρασης, μετακίνηση επισκεπτών, ποιος θα είναι σε θέση να αντιδράσει γρήγορα και επαγγελματικά σε περίπτωση που ο επισκέπτης χρειαστεί βοήθεια, πόσο μακριά είναι τα σημεία ιατρικής, πυροσβεστικής και άλλης βοήθειας; πόσες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στους επισκέπτες σχετικά με τη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια του ατυχήματος;
- **σε επίπεδο όλων των στοιχείων του χώρου της τουριστικής περιοχής** (αμπελώνες, μουσεία, κάβες, πολιτιστικά κέντρα, εργαστήρια κ.λπ.) - είναι όλες οι οινοτουριστικές εγκαταστάσεις κοινωνικά κατάλληλες, είναι το προσωπικό ικανό να εξυπηρετήσει τουρίστες χωρίς αποκλεισμούς, να κάνει όλους τους επισκέπτες να νιώθουν ισότιμοι;

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

8

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αξιολόγηση υπηρεσιών

Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών πρέπει να είναι κύριο μέλημα των επιχειρηματιών.

Κρίσιμο ρόλο σε αυτό έχει η **δύναμη των κριτικών και των σχολίων** που αποτυπώνονται από τους επισκέπτες. Κάθε σχόλιο είναι θετικό, ακόμα κι αν περιγράφει μια αρνητική κατάσταση.

- Τα **αρνητικά σχόλια** υποδηλώνουν επείγουσες αλλαγές που πρέπει να γίνουν στην οινοπαραγωγική επιχείρηση.
- Τα **θετικά σχόλια** αποτελούν πηγή έμπνευσης και κίνητρο για ποιοτική εργασία.

Πώς θα λάβετε σχόλια από τους επισκέπτες σας;



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

9

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αξιολόγηση υπηρεσιών

Οι έρευνες οποιασδήποτε μορφής (έντυπη, ηλεκτρονική, τηλεφωνική) **δεν θα πρέπει να κουράζουν.**

Ακόμη και η υπηρεσία μετά την εκδρομή ή μετά την τουριστική εξυπηρέτηση έχει τα δικά της πρότυπα ποιότητας **χωρίς να ασκείται πίεση στον επισκέπτη**, σε κατάλληλη στιγμή, σε φιλική ατμόσφαιρα ή μέσω πρακτικών μεθόδων μετάδοσης πληροφοριών.



Η μορφή της έρευνας δεν είναι το ζητούμενο. **Η πρόθεση είναι να δει κανείς τις αδυναμίες της δουλειάς του από έξω.**

Τα σχόλια δίνουν ώθηση στην ανάπτυξη και επιτρέπουν επίσης την τμηματοποίηση των υπηρεσιών και τον προσδιορισμό του προφίλ των τουριστών (πελάτες, επισκέπτες). Είναι γνωστό ότι τα καλώς διαρθρωμένα σχόλια αυξάνουν την εμπιστοσύνη στην επιχείρηση, και η φιλοξενία γίνεται πιο ζεστή ως προς τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

10


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Ελκυστικό οινοποιείο
Επομένως, να πώς μπορείτε να κάνετε το οινοποιείο σας προσβάσιμο και ελκυστικό για τους τουρίστες:
• κατανοήστε το ζήτημα της υπεύθυνης επιχειρηματικής συμπεριφοράς,
• κάντε τη νομική προεργασία για την επιχειρηματική σας δραστηριότητα, για παράδειγμα βεβαιωθείτε ότι τα κτίρια, οι κατασκευές, η τοποθέτηση πινακίδων κατά μήκος των δρόμων, προσόψεων, αρχιτεκτονικών, εξωτερικών έργων πληρούν τις νομικές απαιτήσεις,
• διαφοροποιηθείτε από τα άλλα οινοποιεία, αλλά να έχετε την αίσθηση του μέτρου,
• κάντε την έρευνά σας για τους τουρίστες και τους επισκέπτες, προσπαθήστε να τοποθετήσετε τον πελάτη στο κέντρο της προσοχής,
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
11


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Ελκυστικό οινοποιείο
• επικεντρωθείτε σε επιλεκτικούς τουρίστες, υιοθετήστε από εξατομικευμένες υπηρεσίες έως γενική εξυπηρέτηση,
• συλλέξτε πληροφορίες σχετικά με την εξυπηρέτηση, μην φοβάστε την κριτική - θα σας δώσει την ευκαιρία να εξελιχθείτε,
• προβείτε σε αυτοέλεγχο, δείτε το οινοποιείο από την οπτική του τουρίστα, αναρωτηθείτε αν είναι ασφαλές για διαμονή,
• μαθαίνετε συνεχώς την τέχνη της φιλοξενίας, παρακινείτε και ενθαρρύνετε την κατάρτιση του προσωπικού, διευρύνετε την εμπειρία του και μοιραστείτε την,
• δημιουργήστε νέες ευκαιρίες για πρόσθετες υπηρεσίες οινοτουρισμού,
• να είστε φιλικοί, ευγενικοί, φιλόξενοι με όλους τους τουρίστες και τους επισκέπτες.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
12


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδος και της Ευρωπαϊκής Ένωσης


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ - ΔΙΚΤΥΩΣΗ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Οινοτουρισμός και συμπράξεις επιχειρηματιών
Η σύμπραξη αποτελεί το πιο ισχυρό εργαλείο για τη μεγιστοποίηση των εσόδων και την ελαχιστοποίηση των κινδύνων στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Η πολυπλοκότητα αυτού του επιχειρηματικού περιβάλλοντος οδηγεί στη διεύρυνση των επιχειρηματικών συνεργατών.
Παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρηματικών σχέσεων στον οινοτουρισμό είναι τα εξής:
• ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ + ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ = ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ
• ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ + ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ = ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑ
• ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑ + ΑΙΘΟΥΣΑ ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑΣ + ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ + ... = ΟΙΝΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
2

Οινοτουρισμός και συμπράξεις επιχειρηματιών

Κατά τη διαδρομή από τον αμπελώνα προς τον οινικό προορισμό, σίγουρα υπάρχουν επιχειρηματικές σχέσεις με παραγωγούς βαρελιών, φιαλών, προσθετικών τροφίμων, επιθεωρήσεις, τράπεζες, μεταφορικές εταιρείες, εταιρείες ανακύκλωσης, επεξεργασίας, αποκομιδής απορριμμάτων κ.λπ.

Το αποτέλεσμα των εν λόγω σχέσεων είναι:

- **η ενισχυμένη εμπιστοσύνη και αφοσίωση των τουριστών**
- **η αύξηση του εισοδήματος όλων των συνεργατών**
- **η βιωσιμότητα κατά την ανάπτυξη του προορισμού**

Έτσι, ο κύριος στόχος και σκοπός μιας τέτοιας σύμπραξης είναι η βελτίωση της ποιότητας (με την ευρεία έννοια) με την εξής βασική «συνταγή»:

ΠΟΙΟΤΗΤΑ (ΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ) + ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΙΣΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ = ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

3

Οινοτουρισμός και συμπράξεις επιχειρηματιών

Οι βασικοί συνεργάτες, όπως ορίζονται στη θεωρία (για παράδειγμα, στον Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου), είναι οι κύριοι προμηθευτές καθορισμού πόρων και οι κύριοι «σύνδεσμοι» μεταξύ των επιχειρηματικών αποτελεσμάτων και των καταναλωτών.

Για τους εκπροσώπους οινοποιείων, βασικοί συνεργάτες στον οινοτουριστικό κλάδο είναι οι εξής:

- **προμηθευτές πόρων για την οινοπαραγωγή,**
- **ιδιοκτήτες αμπελώνων,**
- **τουριστικές επιχειρήσεις (ταξιδιωτικά γραφεία, πρακτορεία),**
- **ιδιοκτήτες (εκπρόσωποι) ξενοδοχείων, εστιατορίων, οινογευσίας, ψυχαγωγίας κ.λπ.**

Σε συνθήκες ανεπτυγμένων σχέσεων εντός του προορισμού και διασφάλισης της βιώσιμης ανάπτυξής του, διευρύνεται ο κύκλος των βασικών συνεργατών. Για παράδειγμα, η περιβαλλοντική δραστηριότητα οδηγεί σε αύξηση του αριθμού των ενδιαφερόμενων συνεργατών για τη βιωσιμότητά τους.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4

Οινοτουρισμός και συμπράξεις επιχειρηματιών

Η γεωγραφική τοποθεσία (εγγύτητα) – είναι ένα από τα σημαντικά σημεία απομόνωσης (επιλογής) των βασικών συνεργατών. Αυτό οφείλεται κυρίως στη βελτιστοποίηση του κόστους.

Για παράδειγμα:

- **το κόστος του παραγωγού μειώνεται εάν το οινοποιείο βρίσκεται κοντά σε αμπελώνες,**
- **ο χρόνος που αφιερώνουν οι τουρίστες στην αναζήτηση ξενοδοχείου μειώνεται εάν το ξενοδοχείο βρίσκεται επίσης πλησίον με θέα στους αμπελώνες,**
- **το έμμεσο κόστος μειώνεται και οι ταξιδιωτικές πληροφορίες (τουριστική αφοσίωση) αυξάνονται εάν το εστιατόριο προσφέρει διανυκτέρευση σε οινοξενοδοχείο και ένα δείπνο οινογευσίας.**

Φυσικά, τα τουριστικά και ψυχαγωγικά συγκροτήματα μπορούν να ενώσουν όλες αυτές τις σχέσεις, αλλά και να έχουν τους δικούς τους βασικούς συνεργάτες.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

5

Οινοτουρισμός και συμπράξεις επιχειρηματιών

Η σύμπραξη πραγματοποιείται εκτός του προορισμού ανά γεωγραφική περιοχή.

Μερικές φορές μια τέτοια συνεργασία γίνεται συνώνυμη και πλησιάζει τον ορισμό της **«ομάδας επιχειρήσεων (cluster)».**

Η **συσχέτιση κόστους-αποτελεσματικότητας** στη θεωρία χρονολογείται από τις αρχές του 20ου αιώνα και η αποτελεσματικότητα των επιτυχημένων ομάδων επιχειρήσεων (clusters) στη βιομηχανία χρονολογείται από τα τέλη του 20ουαιώνα – απλά η πιο δημοφιλής θεωρία των ομάδων επιχειρήσεων είναι η θεωρία του Michael Porter που παρουσιάστηκε το 1998 «Ομάδες επιχειρήσεων και ανταγωνισμός: Νέα ημερήσια διάταξη για κυβερνήσεις, εταιρείες και ιδρύματα».

Έτσι, θεωρείται ότι οι ομάδες επιχειρήσεων στον τουρισμό έχουν μελετηθεί όχι τόσο πολύ καιρό πριν: περίπου στις αρχές του 21ου αιώνα.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

6


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Οινοτουρισμός και συμπράξεις επιχειρηματιών
Το φαινόμενο του τουρισμού είναι αυτό που οδηγεί σε αύξηση της αξιακής αλυσίδας ταυτόχρονα από τη δραστηριότητα διάφορων τύπων επιχειρήσεων:
ΚΟΣΤΟΣ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ = ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ + ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ + ΜΕΤΑΦΟΡΕΑ + ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ + ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ + ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ (ΜΟΥΣΕΙΟ, ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ, ΚΛΠ.) + ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΗΡΙΟ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ+ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΑΝΑΜΝΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ + ...
και στον οινοτουρισμό επιπλέον: + ΚΟΣΤΟΣ ΟΙΝΟΥ + ΚΟΣΤΟΣ ΟΙΝΟΓΕΥΣΙΑΣ + ...
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
7


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Οινοτουρισμός και συμπράξεις επιχειρηματιών
Αποτελεσματικό επιχειρηματικό μοντέλο, για παράδειγμα, η επιχείρηση σε ομάδα (επιχειρήσεων), οδηγεί σε αυξημένη προστιθέμενη αξία και αυξημένο εισόδημα των ιδιοκτητών επιχειρήσεων.
Και οι τουρίστες (καταναλωτές υπηρεσιών και προϊόντων) λαμβάνουν μπόνους και προτιμήσεις από τέτοιες ενώσεις και συνεργασίες;
Φυσικά και ναι!
Η ικανοποίηση από τις υπηρεσίες σε μια περιοχή θα αυξήσει την αφοσίωση σε μια άλλη περιοχή, σε περίπτωση που αυτές οι περιοχές ανήκουν στην ίδια ομάδα επιχειρήσεων.
Και δεν είναι μόνο η διαφήμιση ή η δημοτικότητα μέσω μιας ή άλλης εμπορικής επωνυμίας (και η εμπορική επωνυμία είναι χαρακτηριστικό ενός συγκεκριμένου προορισμού και ομάδας επιχειρήσεων) σημαντικές εδώ.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
8

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τουριστική εμπορική επωνυμία

Δεν μπορεί να υπάρξει τουριστική εμπορική επωνυμία ή μεμονωμένη περιοχή χωρίς ευνοϊκό περιβάλλον:

- **με την οικολογική έννοια -** χωρίς ευχάριστο περιβάλλον,
- **στον οικονομικό τομέα -** χωρίς προμήθειες,
- **στον κοινωνικό τομέα -** χωρίς θετική περιγραφή των κατοίκων του προορισμού.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

9

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ρόλος των κατοίκων του προορισμού

Οι κάτοικοι στον προορισμό, αφενός, είναι ένας παράγοντας ανάπτυξής του, αφετέρου, ένας πόρος (είτε εργασιακός, είτε ιδεολογικός, είτε επενδυτικός).

Εάν το μέλλον του προορισμού θεωρείται ενθαρρυντικό από τους κατοίκους, έχουν ευνοϊκή στάση απέναντι στην ανάπτυξη του τουρισμού, ενδιαφέρονται πλήρως, βρίσκονται μέσα σε όλες τις διαδικασίες. Αυτή είναι η δραστηριότητα των φεστιβάλ και των εκθέσεων, και η αδιαφορία για τον αυθόρμητο τουρίστα, η φιλοξενία με την ευρεία έννοια.



Αλλά εάν ο τουρισμός θεωρείται μια άβολη και αναπόφευκτη ενέργεια, απειλεί την ειρήνη ή την παραδοσιακή πορεία της ζωής, αφήνει πρόσθετο κόστος παρά εισόδημα στους κατοίκους - ένας τέτοιος παράγοντας είναι ανασταλτικός του τουρισμού.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

10

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ρόλος των κατοίκων του προορισμού

Από τη σκοπιά της κοινωνιολογίας, ως επιστήμη των συνθηκών και των διαδικασιών στην κοινωνία, **ο τουρισμός βασίζεται στη μεσαία τάξη (εισοδηματικό επίπεδο).** Οι φτωχοί δεν έχουν την ευκαιρία για αναψυχή και ταξίδια, και το μερίδιο των πλουσίων δεν είναι αρκετά μεγάλο για να διαμορφώσει τη βάση του κλάδου της φιλοξενίας.



Εάν: η μεσαία τάξη αναμένει αύξηση της απασχόλησης στον τουρισμό και αύξηση του εισοδήματος της, εάν η μεσαία τάξη ενεργήσει ως τουρίστας, εάν οι περισσότερες από τις υπηρεσίες στη λίστα που προσφέρει ο προορισμός είναι οικονομικά βιώσιμες, εάν καταναλώνει εφόσον τα συμφέροντα κατοίκων και τουριστών ως προς τη βιώσιμη ανάπτυξη συμπίπτουν, **η διασύνδεση εντός της ομάδας επιχειρήσεων ή με τον προορισμό είναι επιτυχής.**

Το χαρακτηριστικό στοιχείο είναι ότι στον οινοτουρισμό, οι κάτοικοι των τουριστικών προορισμών μπορούν να είναι τουρίστες άλλων περιοχών, και να ενδιαφέρονται για την οινοποίηση, τις εκθέσεις και τα φεστιβάλ.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

11

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η κοινωνία του μέλλοντος

Η κοινωνία του μέλλοντος περιγράφεται από πολλούς μελλοντολόγους.

Προβλέπει την αυξημένη προσοχή στη **«Θεωρία της Κοινωνικής Ανταλλαγής»**.

Η διαδικασία της κοινωνικής ανταλλαγής είναι διασκεδαστική όταν λαμβάνεται δίκαιη απόδοση για τα χρήματα που επενδύονται.

Πώς αυτό μεταφράζεται στη «γλώσσα του οινοτουρισμού»; ?

Η ανάπτυξη ενός οινοτουριστικού προορισμού, που μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερες τιμές στέγασης, μεταφοράς, εις βάρος του οικοσυστήματος, φέρνει ικανοποίηση όταν το εισόδημα των οινοπαραγωγών, όλων όσων απασχολούνται στον τουρισμό, των ιδιοκτητών ή επενδυτών είναι δίκαιο, και το κόστος και οι κίνδυνοι των κατοίκων είναι πολύ χαμηλότεροι από τα συμφέροντά τους.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

12


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Η κοινωνία του μέλλοντος
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ =
ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ - ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ ΚΑΤΟΙΚΩΝ
Δεδομένου ότι η προέλευση και η διαμόρφωση ενός οινικού προορισμού δεν ξεκινά πάντα με επαληθευμένα γεγονότα σχετικά με τα ιστορικά χαρακτηριστικά μιας συγκεκριμένης περιοχής (για όσα οινοποιεία και εταιρείες φιλοξενίας εξακολουθούν να έχουν καινοτόμες λύσεις), οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού (ειδικά στα αξιοθέατα και τα μουσεία) δεν προχωρούν σε τέτοιες λεπτομέρειες.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
13


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Βιώσιμος τουρισμός

Η έννοια του βιώσιμου τουρισμού περιλαμβάνει την ικανοποίηση των υφιστάμενων και μελλοντικών τουριστών και όσων εμπλέκονται στους τουριστικούς προορισμούς ως προς τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές.

Η δημιουργία ή η αναζωογόνηση ενός τουριστικού προορισμού έχει συνέπειες, επομένως επηρεάζει το μέλλον.



Αφενός είναι θετικές, καθώς πρωτίστως ο τουρισμός δίνει στους ανθρώπους ικανοποίηση από τη ζωή, καθώς και την ευκαιρία να οργανώσουν επιπλέον θέσεις εργασίας, που σημαίνει αύξηση της απασχόλησης και του εισοδήματος. Αφετέρου τα περιβαλλοντικά προβλήματα μπορούν να αποφευχθούν μόνο υπό συνθήκες τυποποίησης και ενδελεχούς μελέτης όλων των παραγόντων κινδύνου, καθώς η παρέμβαση σε οποιαδήποτε φυσικά φαινόμενα και διαδικασίες στην ανθρώπινη εμπειρία είχε πολλά αρνητικά παραδείγματα.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

2

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οικολογική βιωσιμότητα προορισμού

Μία από τις κύριες προκλήσεις της τουριστικής ανάπτυξης είναι η **οικολογική βιωσιμότητα του προορισμού**. Οποιαδήποτε ομάδα επιχειρηματιών, ενώσεων και μεμονωμένων οινοποιείων θα πρέπει να έχει καλή κατανόηση του περιβαλλοντικού κινδύνου:

- πόσο ενεργή είναι αυτή τη στιγμή η χρήση φυσικών πόρων και αντικειμένων ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την κατάστασή τους στο μέλλον;
- ποια είναι η αναμενόμενη επιβάρυνση για το περιβάλλον και τη ρύπανση του;
- υπάρχουν εργαλεία για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων από την αύξηση της κινητικότητας και την επιβάρυνση των υποδομών μεταφορών;
- ο προορισμός θα εξαρτώνται εξ ολοκλήρου από τις τουριστικές ροές;



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

3

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης και οινοτουρισμός

Καταπολέμηση της φτώχειας σε όλες τις μορφές της παντού: Η αμπελουργία, η παραγωγή οίνου, η προώθησή του μέσω του τουρισμού, η φιλοξενία με όλες τις πιθανές συνοδευτικές υπηρεσίες, οι οινογευσίες και άλλα δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και νέους τομείς ευθύνης για τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων.

Μηδενική Πείνα: Η καταπολέμηση της πείνας μέσω του οινοτουρισμού μπορεί να γίνει υποστηρίζοντας την ανταγωνιστικότητα των μικροκαλλιεργητών με στόχο την αύξηση της παραγωγής τροφίμων. Όχι μόνο των σταφυλιών, του κρασιού, αλλά και άλλων προϊόντων που μπορούν να συνδυαστούν γαστρονομικά με το κρασί, όπως το τυρί, το μέλι, τα προϊόντα κρέατος, το ψωμί.

Εξασφάλιση υγιούς ζωής και προαγωγή της ευημερίας για όλους ανεξαιρέτως ηλικίας: Η τήρηση των υγειονομικών κανόνων, οι δείκτες ασφάλειας ανάπαυσης στις επιχειρήσεις φιλοξενίας, η ασφάλεια των τροφίμων, η ασφάλεια των διατροφικών προϊόντων και ποτών, η ασφάλεια της κοινωνικής επικοινωνίας των τουριστών.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4

Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης και οινοτουρισμός

Ποιοτική εκπαίδευση: Ο οινοτουρισμός ανοίγει ευκαιρίες για την επίτευξη του τέταρτου στόχου της βιώσιμης ανάπτυξης, διότι εδώ έχουμε την προσφορά ενός ποιοτικού προϊόντος μέσα στο ποτήρι κρασιού, το οποίο θα απολαύσει ο οινοτουρίστας, σε συνδυασμό με ποιοτικές και απολαυστικές ατραξιόν που υποστηρίζονται και κατά τις περιόδους εκτός σεζόν. Όλα αυτά δεν θα ήταν εφικτά χωρίς εξειδικευμένο προσωπικό.

Επίτευξη της ισότητας των φύλων και ενδυνάμωση της θέσης των γυναικών και των κοριτσιών: Μπορεί κάποιος να διαφωνήσει ότι στον οινοτουρισμό σήμερα απασχολούνται και αυτοαπασχολούνται μόνο άνδρες, είναι όμως γεγονός ότι στον τομέα της αμπελουργίας και της οινοποίησης αυτό είναι το καθεστώς.

Καθαρό νερό και αποχέτευση: Οι οινοτουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση του «μεριδίου ασφαλούς επεξεργασίας οικιακών και βιομηχανικών λυμάτων» και την «αποτελεσματικότητα της χρήσης του νερού».

Οικονομικά προσιτό και καθαρό: Τα οινοποιεία και οι τουριστικοί προορισμοί μπορούν να επωφεληθούν από την αξιοποίηση πηγών καθαρής ενέργειας όπως η βιομάζα και η ηλιακή, αιολική και υδραυλική ενέργεια.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

5

Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης και οινοτουρισμός

Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη: Ο οινοτουρισμός σε όλα τα στάδια της διαμόρφωσης του τουριστικού προϊόντος και των οινικών προορισμών είναι ένας πόρος για την ευημερία των εργαζομένων, των αυτοαπασχολούμενων και του συνολικού εισοδήματος.

Βιομηχανίες, Καινοτομία και Υποδομές: Στον οινοτουρισμό, αυτός ο στόχος μετουσιώνεται στην παρακάτω λίστα εργασιών:

- ανακαίνιση των συστημάτων ύδρευσης, αποχέτευσης και άρδευσης αμπελώνων και οινοποιείων,
- εγκατάσταση και θέση σε λειτουργία εξοπλισμού καθαρής ενέργειας για την παραγωγή και τη φιλοξενία,
- ενίσχυση των συμπράξεων με εταιρείες που εφαρμόζουν ενεργά μεθόδους απαλλαγής από τις εκπομπές άνθρακα στη βιομηχανία και τις μεταφορές, εντείνοντας τις δραστηριότητες για μείωση των εκπομπών CO2,
- υιοθέτηση μέτρων προσβασιμότητας σε αγροτικές περιοχές όπου βρίσκονται οι οινοτουριστικές εγκαταστάσεις.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

6

Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης και οινοτουρισμός

Μειωμένη ανισότητα: Η «Μειωμένη ανισότητα» επιτυγχάνεται με την προώθηση της κοινωνικής, οικονομικής και πολιτικής συμμετοχής όλων, ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, αναπηρίας, φυλής, εθνότητας, καταγωγής, θρησκείας, οικονομικής ή άλλης κατάστασης και την διεξαγωγή κοινωνικών δράσεων για την υποστήριξη των ανωτέρω ομάδων.

Δημιουργία ασφαλών, ανθεκτικών και βιώσιμων πόλεων χωρίς αποκλεισμούς: Η ανάπτυξη πόλεων και κοινοτήτων που συμμετέχουν στις οινικές διαδρομές είναι αδιαμφισβήτητη, καθώς οι τουριστικές ροές παράγουν προστιθέμενη αξία, φόρους και κοινωνικά έσοδα. Η βιωσιμότητα αυτής της ανάπτυξης απαιτεί τη διαθεσιμότητα πληροφοριών τόσο για αυτή όσο και για άλλες δράσεις.

Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή: Ο στόχος αυτός αφορά την υπεύθυνη (χωρίς να απειλούνται οι ανάγκες των μελλοντικών γενεών) κατανάλωση (χωρίς την απειλή της περιβαλλοντικής υποβάθμισης) παραγωγή (η μετάβαση σε μια χαμηλών εκπομπών άνθρακα και πράσινη οικονομία).

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

7

Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης και οινοτουρισμός

Ανάληψη επείγουσας δράσης για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεών της: Χάρη στις νέες προσεγγίσεις στην αμπελοκαλλιέργεια, τις καινοτομίες στη συγκομιδή και την αποθήκευση, την εισαγωγή σύγχρονων τεχνολογιών στην παραγωγή κρασιού και την αξιοποίηση της άρδευσης, οι αρνητικές επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής μπορούν να μετριαστούν.

Διατήρηση και βιώσιμη χρήση των ωκεανών, των θαλασσών και των θαλάσσιων πόρων: Οι φορείς του οινοτουρισμού και οι ίδιοι οι τουρίστες μπορούν να βοηθήσουν στην επίβλεψη της θαλάσσιας φύσης μέσα από δράσεις όπως η οικονομική βοήθεια, η υποστήριξη επενδύσεων και πληροφοριών για δραστηριότητες εξειδικευμένων εργαστηρίων και η αποτροπή πλαστικών στο νερό.

Βιώσιμη διαχείριση των δασών, καταπολέμηση της απερήμωσης, ανάσχεση και αντιστροφή της υποβάθμισης του εδάφους, ανάσχεση της απώλειας βιοποικιλότητας: Οι οινοτουριστικές επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στις οινικές διαδρομές μπορούν να ενδιαφερθούν για περιπτώσεις λαθροθηρίας και παράνομου εμπορίου άγριων ζώων στον τουριστικό προορισμό και για τον κίνδυνο εξαφάνισης ζώων, φυτών, μικροοργανισμών.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

8

Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης και οινοτουρισμός

Προώθηση δίκαιων, ειρηνικών και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνιών: Ενδεικτικές ερωτήσεις που αφορούν τον στόχο αυτόν είναι: οι επισκέπτες και οι φιλοξενούμενοί γνωρίζουν σε ποιον να απευθυνθούν σε περίπτωση παραβάσεων; Προωθούνται από τις οινοτουριστικές επιχειρήσεις διαφανείς σχέσεις στην ομάδα, τη συλλογικότητα και τον προορισμό;

Ανανέωση της παγκόσμιας εταιρικής σχέσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη: Υπάρχουν πολλά παραδείγματα που θα μπορούσε να ακολουθήσει η οινοτουριστική επιχείρησή όπως εγγραφή σε μια ένωση, ομάδα, φορέα διαχείρισης προορισμού, παρά να ξεκινήσει μια τέτοια ένωση, αξιολόγηση μη χρηματοοικονομικών δεικτών - δεικτών βιωσιμότητας, δεικτών ευθύνης, εξέταση του εισοδήματος μαζί με την κοινωνική και περιβαλλοντική αποτελεσματικότητα, απόκτηση γνώσεων και ανταλλαγή ιδεών βιώσιμης ανάπτυξης κτλ.

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

9

Κυκλικοί οικονομία και οινοτουρισμός

Επί του παρόντος, οι περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες απομακρύνονται από την έννοια της γραμμικής οικονομίας και κατευθύνονται προς την **κυκλική οικονομία**. Στη γραμμική οικονομία, το προϊόν παράγεται, χρησιμοποιείται και απορρίπτεται. Το βασικό πλαίσιο της κυκλικής οικονομίας αποτελείται από τις τρεις συνιστώσες, γνωστές ως **«3R»**:

- **R1 (Reduce-Μείωση)** — προωθεί την ελάχιστη χρήση πρώτων υλών, η οποία μειώνει τους πόρους και παρέχει προτίμηση στις ανανεώσιμες πρώτες ύλες,
- **R2 (Reuse-Επαναχρησιμοποίηση)** — επιτρέπει τη μείωση της ροής των πόρων στο σύστημα παραγωγής (η πιο αποτελεσματική χρήση των προϊόντων),
- **R3 (Recycle-Ανακύκλωση)** — παρέχει την πλήρη ανάκτηση υποπροϊόντων και αποβλήτων για περαιτέρω χρήση στην οικονομία.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

10


WINE TOURISM
in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

DIGITAL MARKETING & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ψηφιακό μάρκετινγκ

Η αναζήτηση για οινοτουριστικές περιοχές δεν περιορίζεται πλέον στα κλασικά έντυπα ή στα διαφημιστικά φυλλάδια που διατίθενται ελεύθερα σε τουριστικά κέντρα ή ταξιδιωτικά πρακτορεία (αν και αυτή η μέθοδος προώθησης των οινικών περιηγήσεων λειτουργεί αρκετά αποτελεσματικά). Ένα πολύ σημαντικό εργαλείο επικοινωνίας σήμερα είναι το **ψηφιακό μάρκετινγκ (digital marketing)**.

Ψηφιακό μάρκετινγκ είναι ο τομέας του μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί διαδικτυακές ψηφιακές τεχνολογίες όπως επιτραπέζιους υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα και άλλα ψηφιακά μέσα και πλατφόρμες για την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών. Με λίγα λόγια, το ψηφιακό μάρκετινγκ είναι η προώθηση brands, αξιοποιώντας όλες τις μορφές ψηφιακών διαφημιστικών μέσων για να φτάσουν στο τμήμα-στόχο. Αυτό περιλαμβάνει πλέον το ραδιόφωνο, το κινητό, το διαδίκτυο, την τηλεόραση, το μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλες λιγότερο δημοφιλείς μορφές ψηφιακών μέσων.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

2

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ψηφιακό μάρκετινγκ

- Η ανάπτυξη του ψηφιακού μάρκετινγκ από τις δεκαετίες του 1990 και του 2000 άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο οι επωνυμίες και οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την τεχνολογία για το μάρκετινγκ.
- Καθώς οι ψηφιακές πλατφόρμες ενσωματώνονται όλο και περισσότερο στα σχέδια μάρκετινγκ και στην καθημερινή ζωή, και καθώς οι άνθρωποι χρησιμοποιούν ψηφιακές συσκευές αντί να επισκέπτονται φυσικά καταστήματα, οι καμπάνιες ψηφιακού μάρκετινγκ γίνονται πιο διαδεδομένες και αποτελεσματικές.
- **Σήμερα, το φάσμα του ψηφιακού μάρκετινγκ διευρύνεται για να υποστηρίξει την «εξυπηρέτηση» και την «δέσμευση» των πελατών, καλύπτοντας έτσι όχι μόνο την απόκτηση πελατών αλλά και τη διατήρηση τους.**



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

3

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τεχνικές ψηφιακού μάρκετινγκ

Τεχνικές ψηφιακού μάρκετινγκ όπως βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO), μάρκετινγκ μηχανών αναζήτησης (SEM), μάρκετινγκ περιεχομένου, μάρκετινγκ επηρεασμού, αυτοματοποίηση περιεχομένου, μάρκετινγκ καμπάνιας, μάρκετινγκ βάσει δεδομένων και μάρκετινγκ ηλεκτρονικού εμπορίου, μάρκετινγκ μέσων κοινωνικής δικτύωσης, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το άμεσο μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι διαφημίσεις προβολής, τα ηλεκτρονικά βιβλία και τα παιχνίδια, γίνονται όλο και πιο συνηθισμένα.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

4

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης

Βελτιστοποίηση Μηχανών Αναζήτησης (SEO):

Όταν δημιουργείτε τον ιστότοπό σας, πιθανότατα τον δημιουργείτε έχοντας κατά νου τους χρήστες σας, προσπαθώντας να τους διευκολύνετε να βρουν και να εξερευνήσουν το περιεχόμενό σας. Ένας από αυτούς τους χρήστες είναι μια μηχανή αναζήτησης, η οποία βοηθά τους χρήστες να ανακαλύψουν το περιεχόμενό σας. Το SEO έχει να κάνει με το να βοηθάτε τις μηχανές αναζήτησης να κατανοήσουν το περιεχόμενό σας και να βοηθήσετε τους χρήστες να βρουν τον ιστότοπό σας και να αποφασίσουν εάν θα πρέπει να επισκεφτούν τον ιστότοπό σας μέσω μιας μηχανής αναζήτησης.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

5

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης

Μάρκετινγκ Μηχανών Αναζήτησης (SEM):

είναι μια μορφή μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο που περιλαμβάνει την προώθηση ιστότοπων αυξάνοντας την προβολή τους στις σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης κυρίως μέσω πληρωμένης διαφήμισης. Το SEM μπορεί να ενσωματώνει βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (SEO), το οποίο προσαρμόζει ή ξαναγράφει το περιεχόμενο και την αρχιτεκτονική του ιστότοπου για να επιτύχει υψηλότερη κατάταξη στις σελίδες αποτελεσμάτων μηχανών αναζήτησης για να βελτιώσει τις καταχωρίσεις πληρωμής ανά κλικ και να αυξήσει το «Call to action» στον ιστότοπο.



ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

6

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πλεονεκτήματα χρήσης ψηφιακού μάρκετινγκ

✓ **Ευκολία πρόσβασης:** Η πρόσβαση στις πληροφορίες είναι εύκολη και με γρήγορο ρυθμό μέσω της χρήσης ψηφιακών επικοινωνιών. Οι χρήστες με πρόσβαση στο Διαδίκτυο μπορούν να χρησιμοποιήσουν πολλά ψηφιακά μέσα, όπως Facebook, YouTube, φόρουμ και email κ.λπ.

✓ **Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα:** Χρησιμοποιώντας πλατφόρμες Διαδικτύου, οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με διάφορα μέσα. Για να επιτύχουν το μέγιστο δυναμικό του ψηφιακού μάρκετινγκ, οι εταιρείες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως κύριο εργαλείο για τη δημιουργία ενός καναλιού πληροφοριών. Μέσω αυτού, μια επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει ένα σύστημα στο οποίο είναι σε θέση να εντοπίσει τα πρότυπα συμπεριφοράς των πελατών και να σχολιάσει τις ανάγκες τους. Αυτός ο τρόπος περιεχομένου έχει αποδειχθεί ότι έχει μεγαλύτερη πρόσκρουση σε όσους έχουν μακροχρόνια σχέση με την εταιρεία και με καταναλωτές που είναι σχετικά ενεργοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

7

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ψηφιακό περιεχόμενο μάρκετινγκ

Το **περιεχόμενο μάρκετινγκ** αποτελεί το επίκεντρο της εποχής του ψηφιακού μάρκετινγκ. Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επαγγελματίες του μάρκετινγκ περιεχομένου είναι πολλαπλές:

- **Πώς δημιουργείτε** περιεχόμενο, έτσι ώστε όχι μόνο να ανταποκρίνεται στις ενημερωτικές ανάγκες ενός ατόμου, αλλά και να αγγίζει τις μάζες;
- **Πώς παρουσιάζετε** περιεχόμενο, ώστε το κοινό-στόχος σας να μην χάνει το ενδιαφέρον του;
- **Ποια γλώσσα, στυλ και μέσο μάρκετινγκ θα υιοθετήσετε** για να προσεγγίσετε τους υποψήφιους πελάτες και τους πελάτες σας;
- **Πώς θα συνδέσετε τους υπαλλήλους, τους πωλητές, τους συνεργάτες και τους πελάτες** και πώς θα τους βοηθήσετε να λάβουν καλύτερες και ταχύτερες αποφάσεις;
- **Πώς θα χτίσετε ανταγωνιστική δύναμη** και θα ενισχύσετε την ικανοποίηση των πελατών;
- **Πώς μπορείτε να αξιοποιήσετε τις επενδύσεις στην τεχνολογία** και να βελτιώσετε τις προσφορές εκπαίδευσης για να αυξήσετε την επιτυχία των πελατών σας;

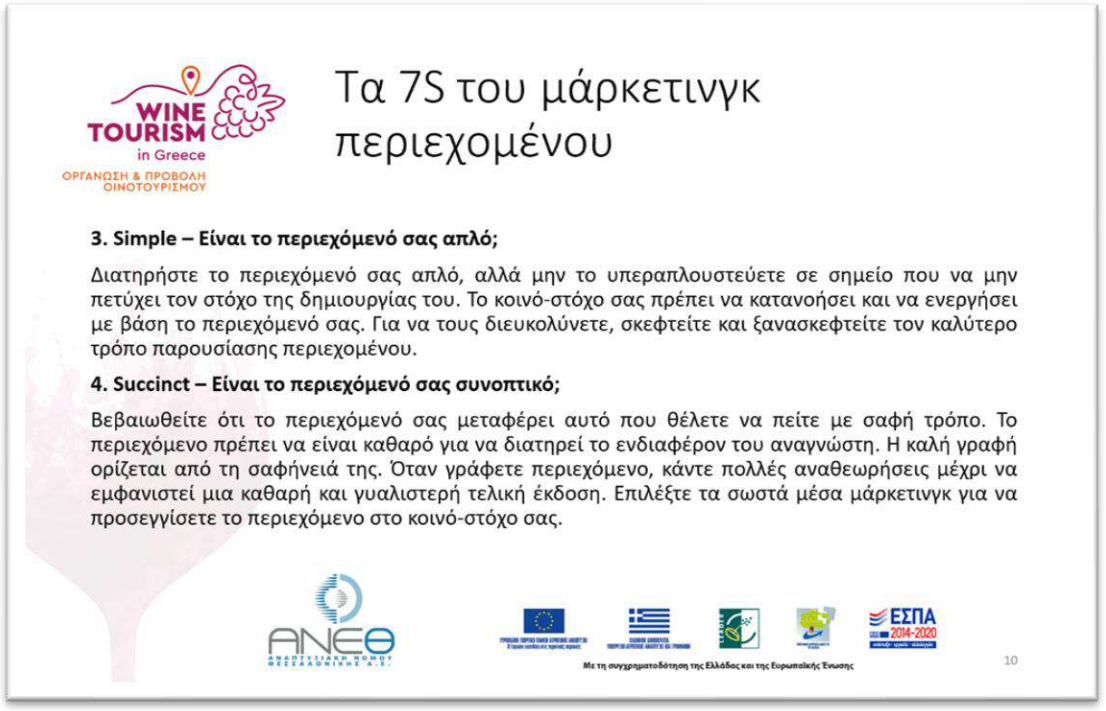
ΑΝΕΘ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

ΕΣΠΑ 2014-2020

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

8


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Τα 7S του μάρκετινγκ περιεχομένου
Τα 7S του μάρκετινγκ περιεχομένου αναφέρονται στον τρόπο με τον οποίο μια στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ θα πρέπει να χρησιμοποιείται:
1. Strategy – Έχετε στρατηγική μάρκετινγκ περιεχομένου;
Προσδιορίστε τους στόχους για τους οποίους θέλετε να δημιουργήσετε και να προωθήσετε περιεχόμενο. Για παράδειγμα, ο στόχος σας μπορεί να είναι να αναπτύξετε την επιχείρησή σας εκπαιδεύοντας τους υποψήφιους πελάτες σας και εκπαιδεύοντας τους πελάτες σας.
2. Segment – Πώς χρησιμοποιείτε το περιεχόμενο για να αλληλεπιδράσετε με διαφορετικά τμήματα της αγοράς;
Διαχωρίστε τους διαφορετικούς τύπους του κοινού-στόχου σας και πώς καταναλώνουν περιεχόμενο. Αυτό, με τη σειρά του, θα οδηγήσει στην παροχή σχετικών και χρήσιμων πληροφοριών για τη μετατροπή των υποψήφιων πελατών σε πελάτες, την αύξηση της δέσμευσης με το περιεχόμενό σας και επίσης θα ενθαρρύνει επαναλαμβανόμενες πωλήσεις.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
9

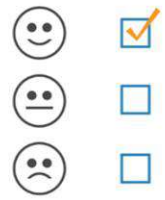

WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Τα 7S του μάρκετινγκ περιεχομένου
3. Simple – Είναι το περιεχόμενό σας απλό;
Διατηρήστε το περιεχόμενό σας απλό, αλλά μην το υπεραπλουστεύετε σε σημείο που να μην πετύχει τον στόχο της δημιουργίας του. Το κοινό-στόχο σας πρέπει να κατανοήσει και να ενεργήσει με βάση το περιεχόμενό σας. Για να τους διευκολύνετε, σκεφτείτε και ξανασκεφτείτε τον καλύτερο τρόπο παρουσίασης περιεχομένου.
4. Succinct – Είναι το περιεχόμενό σας συνοπτικό;
Βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενό σας μεταφέρει αυτό που θέλετε να πείτε με σαφή τρόπο. Το περιεχόμενο πρέπει να είναι καθαρό για να διατηρεί το ενδιαφέρον του αναγνώστη. Η καλή γραφή ορίζεται από τη σαφήνειά της. Όταν γράφετε περιεχόμενο, κάντε πολλές αναθεωρήσεις μέχρι να εμφανιστεί μια καθαρή και γυαλιστερή τελική έκδοση. Επιλέξτε τα σωστά μέσα μάρκετινγκ για να προσεγγίσετε το περιεχόμενο στο κοινό-στόχο σας.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
10


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Τα 7S του μάρκετινγκ περιεχομένου
5. Scannable – Υπάρχει δυνατότητα σάρωσης του περιεχομένου σας;
Οι πελάτες σας βομβαρδίζονται με πληροφορίες σε αυτήν την ψηφιακή εποχή. Βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενό σας μπορεί να σαρωθεί, ώστε το κοινό-στόχος σας να επωφεληθεί από την τεράστια επένδυση που έχετε ήδη κάνει για τη δημιουργία και την προώθηση του περιεχομένου σας. Αξιοποιήστε μια ποικιλία διαθέσιμων επιλογών μέσων για να μεταδώσετε το μήνυμά σας στους αναγνώστες σας. Οι φωτογραφίες και τα βίντεο είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να εμπλουτίσετε την εμπειρία του πελάτη και του υποψήφιου πελάτη σας.
6. Steak and Sizzle – Το περιεχόμενό σας προωθεί μία ιδέα (σκοπός είναι να μην προωθείται μόνο ένα προϊόν αλλά η ιδέα πίσω από αυτό;
Ο στόχος ενός μηνύματος μάρκετινγκ είναι να ενθουσιάσει τον πελάτη. Σήμερα, οι πελάτες και οι υποψήφιοι είναι πολύ γνώστες της πληροφόρησης. Δεν έχει σημασία πόσο καλό είναι το περιεχόμενό σας. Πρέπει να το ντύσετε, ώστε να ακούγεται, να αισθάνεται και να φαίνεται ελκυστικό στο κοινό-στόχο σας. Συμπεριλάβετε γραφικά ώστε να είναι ελκυστικό στο μάτι.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
11


WINE TOURISM in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Τα 7S του μάρκετινγκ περιεχομένου
7. Social Media – Είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέρος του σχεδίου μάρκετινγκ περιεχομένου σας;
Μην παραμερίζετε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως άχρηστη διαφημιστική εκστρατεία. Υπάρχουν πολλοί πόροι για να ξεκινήσετε. Μάθετε ποιους τύπους μέσων κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να χρησιμοποιήσετε για να προσεγγίσετε το κοινό-στόχο σας. Αξιοποιήστε τα εργαλεία κοινωνικών μέσων για να ακούσετε, να συνομιλήσετε, να συλλέξετε πληροφορίες και να αναπτύξετε την επιχείρησή σας.
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης
12

Αξιολόγηση

- Η χρήση της αλληλεπίδρασης μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπει στις επιχειρήσεις να λαμβάνουν τόσο θετικά όσο και αρνητικά σχόλια από τους πελάτες τους, καθώς και να προσδιορίζουν ποιες πλατφόρμες μέσων λειτουργούν καλά για αυτές.
- Είναι πλέον σύνηθες για τους καταναλωτές να δημοσιεύουν σχόλια στο διαδίκτυο μέσω πηγών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ιστολογίων και ιστότοπων σχετικά με την εμπειρία τους με ένα προϊόν ή ένα brand.
- Έχει γίνει όλο και πιο δημοφιλές για τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν και να ενθαρρύνουν αυτές τις συνομιλίες μέσω των καναλιών τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να έχουν άμεση επαφή με τους πελάτες και να διαχειρίζονται κατάλληλα τα σχόλια που λαμβάνουν.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

13

Αξιολόγηση

- **Μάλιστα, η επικοινωνία από στόμα σε στόμα έχει συχνά μεγαλύτερη επίδραση στους πελάτες.** Οι πελάτες είναι πιο πιθανό να εμπιστεύονται τις εμπειρίες άλλων πελατών.
- Είναι όλο και πιο πλεονεκτικό για τις εταιρείες να χρησιμοποιούν πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να συνδεθούν με τους πελάτες τους και να δημιουργήσουν αυτούς τους διαλόγους και τις συζητήσεις.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

14


WINE TOURISM
in Greece
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!
ΑΝΕΘ
ΕΣΠΑ 2014-2020
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΤΑΙΡΟΙ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΝΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΚΑΒΑΛΑΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΦΛΩΡΙΝΑΣ Α.Ε.
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΗΠΕΙΡΟΥ Α.Ε.
ΑΧΑΪΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΒΟΡΕΙΟΥ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ Α.Ε. Α.Α.Ε. ΟΤΑ
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΟΛΥΜΠΙΑΣ Α.Α.Ε. ΟΤΑ
Αναπτυξιακή Λήμνου Α.Ε.
Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων Α.Ε.
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ Α.Ε.
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΓΕΩΡΓΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
Η Ευρώπη επενδύει στις αγροτικές περιοχές
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
LEADER
ΕΣΠΑ 2014-2020
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης