

**Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης
Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης
Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων**

Πτυχιακή Εργασία



**Θέμα: Ο οινοτουρισμός ως μοχλός ανάπτυξης του
εναλλακτικού τουρισμού στο Νομού Ηρακλείου.**

**Εισηγητές : Φανουράκη Μαρία (Α.Μ. 3879)
Σφακιανάκη Χρυσούλα (Α.Μ.)**

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια : Γιαννουλίδου Παρασκευή

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, 2013

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Πρόλογος	4
1. Εισαγωγή	5
1.1 Ορισμός του τουρισμού	5
1.2 Ιστορική Αναδρομή στον Τουρισμό	7
1.3 Επιπτώσεις του τουρισμού στις κοινωνίες υποδοχής	10
1.3.1 Κοινωνικές Επιπτώσεις	10
1.3.2 Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις	11
1.3.3 Οικονομικές Επιπτώσεις	12
1.3.4 Πολιτιστικές Επιπτώσεις	12
2. Εναλλακτικός Τουρισμός	14
2.1 Ορισμός Εναλλακτικού Τουρισμού	15
2.2 Εναλλακτικός έναντι Μαζικού Τουρισμού	16
2.3 Επιπτώσεις Εναλλακτικού Τουρισμού	16
2.4 Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού	17
3. Οινοτουρισμός	19
3.1 Η ιστορία του Οίνου	19
3.2 Σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση	21
3.3 Ο ορισμός του Οινοτουρισμού	24
3.4 Τι είναι, τελικά, ο Οινοτουρισμός;	26
3.5 Ο Οινοτουρισμός στον Κόσμο	27
3.5.1 Γαλλία – η χώρα ορόσημο στον Οινοτουρισμό ...	29
3.6 Ο Οινοτουρισμός στην Ελλάδα ως επιχειρηματική δραστηριότητα.....	33
3.7 Οινοτουρισμός και Τοπική Αυτοδιοίκηση	35

4. Ο Οινοτουρισμός στο Νομό Ηρακλείου	36
4.1 Γνωριμία με το Νησί	36
4.2 Η ιστορία του κρασιού στην Κρήτη	39
4.2.1 Το κρητικό κρασί σήμερα	47
4.3 Η οινοτουριστική ανάπτυξη στο Νομό Ηρακλείου	48
4.3.1 Τι είναι οι «Δρόμοι του Κρασιού»	48
4.3.2 Οι Δρόμοι του Κρασιού Νομού Ηρακλείου	52
4.3.3 Ο Οινοτουρισμός ως μοχλός ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στο Νομό Ηρακλείου	55
4.3.4 Γιορτές Κρασιού	57
4.3.5 «Οινοτικά», η έκθεση για το κρητικό κρασί	60
4.3.6 «Ανοιχτές Πόρτες» και άλλες εκδηλώσεις	61
5. Συμπεράσματα	57
5.1 Επιπτώσεις της οικονομική κρίσης στον τουρισμό	63
5.2 Αποτελέσματα Έρευνας	64
5.3 Η ανάγκη για αλλαγή	68
Παράρτημα «Α»	72
Παράρτημα «Β»	76
Παράρτημα «Γ»	78
Παράρτημα «Δ»	79

Πρόλογος

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα αναφερθούμε στην νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού, τον οινοτουρισμό, που αποκτά μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα μέρα με τη μέρα στην χώρα μας και υπόσχεται μια ήπια και βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στην ύπαιθρο.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναφερόμαστε στο τουρισμό και στις επιπτώσεις που επιφέρει στις περιοχές που συντελείται ενώ στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύουμε το εναλλακτικό τουρισμό, τα οφέλη του έναντι του μαζικού τουρισμού και τις μορφές του. Στο τρίτο κεφάλαιο μιλάμε για τον οινοτουρισμό, γνωρίζουμε το κρασί και την ιστορία του. Στο τέταρτο κεφάλαιο γνωρίζουμε την Κρήτη και την ιστορία του κρασιού στο νησί. Επίσης αναλύουμε την υφιστάμενη κατάσταση στο Νομό Ηρακλείου σε σχέση με τον οινοτουρισμό, μιλάμε για τους «Δρόμους του Κρασιού» και για άλλες πρωτοβουλίες που έχουν σχέση με τον οινοτουρισμό.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο αναλύουμε την οικονομική κατάσταση της χώρας και πως αυτή έχει επηρεάσει τον τουρισμό εν γένει, αναλύουμε τα αποτελέσματα της έρευνας μας και επισημαίνουμε την ανάγκη για αλλαγή και πως αυτή θα επιτευχθεί.

Ο οινοτουρισμός, τον οποίο μελετάμε, κέρδισε πολύ γρήγορα την αγάπη μας. Ήρθαμε σε επαφή με τη φύση, εξερευνήσαμε άγνωστες περιοχές, γνωρίσαμε νέους ανθρώπους που αγαπούν την δουλειά τους και σέβονται το περιβάλλον, δοκιμάσαμε νέες «μεθυστικές» γεύσεις και αρώματα. Όλα όσο προαναφέραμε μας έδωσαν δύναμη και έμπνευση για να ολοκληρώσουμε αυτή τη μελέτη.

Ευχαριστούμε μέσα από την καρδιά μας τη δασκάλα μας που μας μετέδωσε την αγάπη για τον τουρισμό και φυσικά τις απαραίτητες γνώσεις για να ασχοληθούμε με αυτόν.

1. Εισαγωγή

1.1 Ορισμός του Τουρισμού

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του Τουρισμού και έχουμε καταλήξει στα εξής πέντε χαρακτηριστικά που τον προσδιορίζουν:

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.
- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του.

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομώνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα.



Δυόμιση δεκαετίες αργότερα, το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία περιοχή διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτό καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- Τους *τουρίστες*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.
- Τους *εκδρομείς*: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιου, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ. (*Πηγή Wikipedia)

1.2 Ιστορική Αναδρομή στον Τουρισμό

Ο τουρισμός και γενικά τα ταξίδια δεν αποτελούν μια πρόσφατη δραστηριότητα. Έχουν τις ρίζες τους στα βάθη των αιώνων, όταν οι άνθρωποι ταξίδευαν με προορισμό το άγνωστο, υποκινούμενοι από την περιέργεια και το ενδιαφέρον για γνωρίσουν νέους τόπους και ανθρώπους.

Η ιστορία της περιήγησης και του ταξιδιού ξεκινάει γύρω στο 4000π.Χ. από τους Σουμέριους και συνεχίζει το 3000π.Χ. με τους ταξιδιώτες της Μεσοποταμίας. Ο ελεύθερος χρόνος είναι από την αρχαιότητα έως και σήμερα βασικός παράγοντας στον οποίο στηρίζεται το φαινόμενο του τουρισμού. Στη αρχαία Ελλάδα και στη Ρώμη όσοι διέθεταν ελεύθερο χρόνο, δηλαδή εκείνοι που ανήκαν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα και οικονομικά εύποροι, είχαν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διαφόρων τύπων ταξιδιωτικές μετακινήσεις.

Συνήθης προορισμός των αρχαίων Ελλήνων και Ρωμαίων στο εξωτερικό ήταν η Αίγυπτος. Όμως και οι μετακινήσεις στο εσωτερικό για μεγάλες θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές διοργανώσεις (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες) και θεατρικά δρώμενα, ήταν ιδιαίτερα δημοφιλείς.

Η μακρόχρονη ιστορία του τουρισμού επιβεβαιώνεται από τα αρχαιολογικά ευρήματα ενός από τους πρώτους ξενώνες στη βόρεια Κρήτη, σε κοντινή απόσταση από το παλάτι της Κνωσού που χρονολογείται το 1500π.Χ. καθώς και από αρχαία κείμενα. Κατά την αρχαιότητα η φιλοξενία είχε την ισχύ νόμου.

Στο Μεσαίωνα, οι δύο μορφές τουρισμού που επικράτησαν κατά κύριο λόγο ήταν ο εκπαιδευτικός-πανεπιστημιακός τουρισμός και ο τουρισμός μεγάλων θρησκευτικών γεγονότων. Κατά τη διάρκεια της Αναγέννησης κυρίαρχοι λόγοι για την μετακίνηση ήταν το εμπόριο, η εκπαίδευση, η ψυχαγωγία, η αναζήτηση νέων πολιτιστικών προτύπων, καθώς και η περιέργεια των διανοούμενων.

Ο 19ο αιώνας αποτελεί τη χρονική περίοδο – σταθμό για την εξέλιξη του τουρισμού. Η βιομηχανική επανάσταση άλλαξε ουσιαστικά τα δεδομένα. Η μεσαία κοινωνική τάξη διευρύνθηκε ενώ αυξήθηκε σημαντικά το μέσο εισόδημα. Όλες αυτές οι κοινωνικές, οικονομικές και τεχνολογικές αλλαγές συνέβαλλαν στην εμφάνιση των πρώτων τάσεων μαζικοποίησης του τουρισμού.

Το 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά η λέξη «tourist» για να χαρακτηρίσει τα άτομα που συμμετείχαν στην «μακρά περιήγηση» (grand tour), ενώ το 1811 πρωτοεμφανίζεται η λέξη «tourism» για να δηλώσει κατά επεξηγηματικό τρόπο την πρακτική του να ταξιδεύει κανείς από ευχαρίστηση.

Το 1839 εκδόθηκε η πρώτη έκδοση τουριστικού οδηγού από τον Beadecker, ο οποίος έδινε πληροφορίες για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού στο Ρήνο. Την ίδια περίοδο εκδόθηκε και στην Αγγλία από τον J. Murray ένα εγχειρίδιο για ταξιδιώτες στην Ελβετία. Το 1841 ο άγγλος Thomas Cook οργάνωσε το πρώτο ταξίδι και 1845 δημιούργησε το ταξιδιωτικό γραφείο «Thomas Cook & Son». Μετέπειτα ίδρυσε αλυσίδα τουριστικών γραφείων σε 68 χώρες σε όλο τον κόσμο.

Με αφετηρία τον 19ο αιώνα και κατά τη διάρκεια του 20ου συντελούνται κοσμογονικές αλλαγές σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη. Την εμφάνιση και επικράτηση του μαζικού τουρισμού, ειδικά μετά από τον Β΄ παγκόσμιο πόλεμο επηρέασαν οι εξής παράγοντες:

- **Η βιομηχανική ανάπτυξη** από τον 19ο αιώνα συντέλεσε στην τεχνολογική εξέλιξη των μέσων μεταφοράς (σιδηρόδρομος, αυτοκινητοβιομηχανία, ναυτιλία, αερομεταφορές), δίνοντας στον ταξιδιώτη τη δυνατότητα εύκολης πρόσβασης ακόμα και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές, εκμηδενίζοντας της αποστάσεις.
- **Οι κατακτήσεις των εργαζομένων** για καλύτερους μισθούς, ασφάλεια και πληρωμένες διακοπές, βελτίωσαν το βιοτικό

επίπεδο, κάλυψαν σημαντικές ανάγκες των ανθρώπων και δημιούργησαν νέα καταναλωτικά πρότυπα.

- **Η ποιοτική υποβάθμιση της ζωής.** Η συσσώρευση του πληθυσμού στα μεγάλα βιομηχανικά και αστικά κέντρα είχε ως αποτέλεσμα την επιβάρυνση της σωματικής και ψυχικής υγείας των ανθρώπων. Το άγχος, η κακή διατροφή, η μόλυνση του περιβάλλοντος, καρδιοαναπνευστικά προβλήματα, η καθιστική ζωή, ο αλκοολισμός, η χρήση τοξικών ουσιών κ.α. ήταν μερικές από τις αρνητικές επιπτώσεις που συνέβαλλαν στην υποβάθμιση της ποιότητας της ζωής. Οι συνθήκες αυτές κατέστησαν τον τουρισμό πρακτική απαραίτητη και με ιδιαίτερη σημασία για τους ανθρώπους.



Σήμερα ο τουρισμός είναι συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου. Παρουσιάζει ταχύτερη ανάπτυξη και εξάπλωση σε παγκόσμιο επίπεδο και θεωρείται αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης ζωής. Αναμφισβήτητα είναι ένας από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς παγκοσμίως καθώς αντιπροσωπεύει το 10-12% του παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος και έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην κοινωνία, στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. (Πηγή: Βαρβαρέσος, 1998 - Τουρισμός Έννοιες, μεγέθη, δομές)

1.3 Επιπτώσεις του τουρισμού στις κοινωνίες υποδοχής

Η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής επιφέρει σημαντικές αλλαγές και συντελείται σε τρία στάδια :

1. Την αρχική ανακάλυψη ενός προορισμού από μεμονωμένους επισκέπτες.
2. Το πέρασμα στην ομαδοποίηση των επισκεπτών, τη δραστηριοποίηση των τουριστικών οργανισμών και τη δημιουργία εγκαταστάσεων υποδομής.
3. Το τελικό στάδιο της πλήρους τουριστικής οργάνωσης και τη διακίνηση τουριστών μέσω τουριστικών πακέτων.

1.3.1 Κοινωνικές επιπτώσεις

Στη διάρκεια των τριών σταδίων τουριστική ανάπτυξης συντελούνται ορισμένες κοινωνικές αλλαγές που δεν θα είχαν προκύψει αν δεν μεσολαβούσε ο τουρισμός. Οι κυριότερες από αυτές είναι οι ακόλουθες:

- **Αλλαγές στα ήθη και τα έθιμα** που επηρεάζουν τα κοινωνικά δεδομένα, τους θεσμούς, την οικογένεια και γενικά την κοινωνία.
- **Αλλαγές στις εργασιακές σχέσεις** με την αύξηση των θέσεων εργασίας, την αναζήτηση απασχόλησης στον τουρισμό σαν πρωτεύον ή και δευτερεύον επάγγελμα, και τη σταδιακή εγκατάλειψη των παραδοσιακών επαγγελμάτων.
- **Αλλαγές στη δομή διοίκησης και οργάνωσης** των τοπικών κοινωνιών που οδηγούν στη λήψη πρωτοβουλιών για θέματα περιβάλλοντος, προβολής και εκπαίδευσης.

1.3.2 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Η τουριστική ανάπτυξη σε όλο τον πλανήτη και ο ολοένα αυξανόμενος αριθμός τουριστών προκαλούν τις ακόλουθες παρενέργειες :

- Ζήτηση συνεχώς νέων χώρων για τη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων.
- Ρύπανση των υδάτινων πόρων (θάλασσες – ποτάμια – λίμνες) εξαιτίας των αποβλήτων των τουριστικών μονάδων και της διακίνησης τουριστών.
- Ρύπανση της ατμόσφαιρας λόγω της αυξημένης αεροπορικής μετακίνησης.
- Κάθε είδους ρύπανση και μόλυνση του περιβάλλοντος από τη μαζική χρήση χώρων τουριστικού ενδιαφέροντος και κάθε είδους φθορά και καταστροφή αρχαιολογικών χώρων.

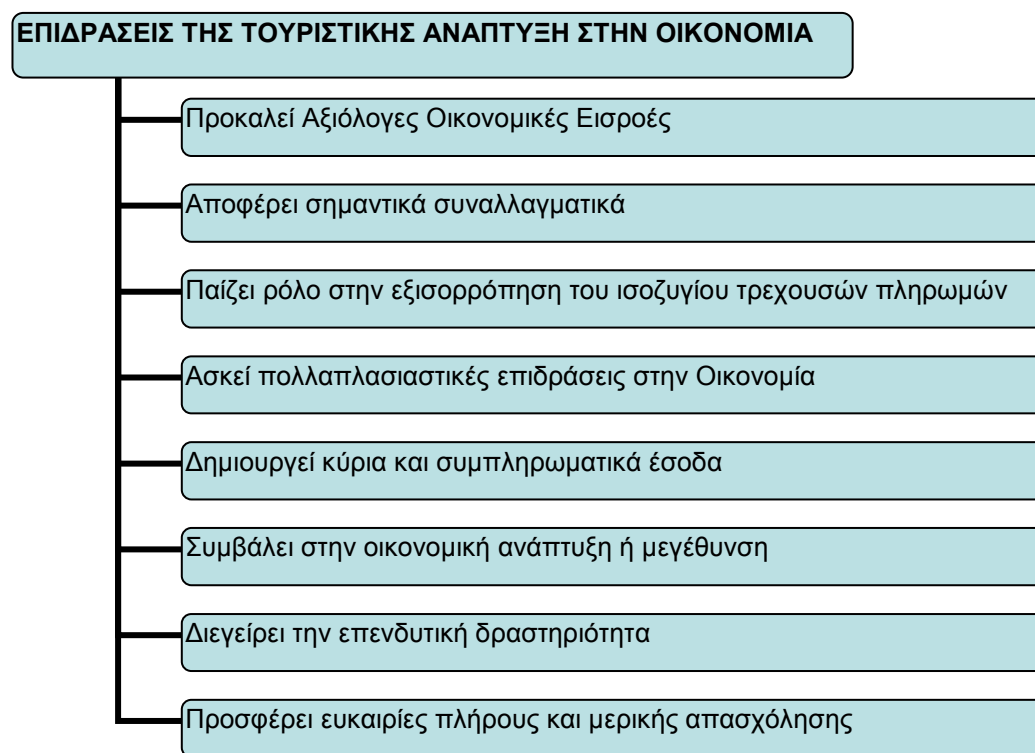


Όλα τα παραπάνω βέβαια ισχύουν σε κοινωνίες στις οποίες δεν έχει γίνει σωστός τουριστικός και περιβαλλοντικός σχεδιασμός και δεν τηρούνται βασικές διατάξεις προστασίας του περιβάλλοντος. Είναι λοιπόν φανερό ότι η τουριστική ανάπτυξη και η στάση των τουριστών μιας περιοχής οδηγούν σε

πρόσθετα περιβαλλοντικά προβλήματα και καταστούν απαραίτητη την εκπαίδευση για τη διαμόρφωση «τουριστικής συνείδησης».

1.3.3 Οικονομικές επιπτώσεις

Οι οικονομικές επιπτώσεις από την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής, παρουσιάζονται επιγραμματικά στο παρακάτω διάγραμμα.



1.3.4 Πολιτιστικές επιπτώσεις

Ο πολιτισμός αποτελεί από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα ένα από τα κίνητρα μεγάλου μέρους ταξιδιωτών με αποτέλεσμα στις μέρες μας την μετατροπή του πολιτισμού ως έναν από τους κυριότερους τουριστικούς πόρους.

Εκτός από τις κοινωνικές επιπτώσεις, όπως προαναφέραμε, ο τουρισμός επιδρά και στον πολιτισμό και σε κάθε μορφή εκδήλωσης του. Οι κυριότερες επιδράσεις εντοπίζονται στα παρακάτω :

1. Μετατροπή του πολιτισμού σε εμπόρευμα, καθώς αξιοθέατα πολιτιστικού ενδιαφέροντος αξιοποιούνται και εντάσσονται στα προγράμματα ξενάγησης των τουριστικών επιχειρήσεων.
2. Ευαισθητοποίηση των πολιτών, η οποία επέρχεται μετά την άφιξη των πρώτων επισκεπτών, καθώς η παρουσία τους σημαίνει την σπουδαιότητα του μνημείου. Η ευαισθητοποίηση αυτή μετατρέπεται σε πραγματική αγάπη και υπερηφάνεια για τον πολιτισμό της χώρας τους.
3. Η κρατική αξιοποίηση μνημείων και χώρων πολιτισμού, η οποία επέρχεται δυστυχώς αφού εκδηλωθεί ενδιαφέρον από επισκέπτες για κάποιο μνημείο. Η ολιγωρία της πολιτείας επιβεβαιώνεται από περιπτώσεις εγκατάλειψης πολιτιστικών μνημείων σε μη τουριστικούς προορισμούς.
4. Τα πολιτιστικά εθνικά ή διακρατικά προγράμματα. Κατά την διάρκεια της τουριστικής περιόδου διοργανώνονται διάφορες εκδηλώσεις με σκοπό την άμεση προβολή του πολιτισμού μιας περιοχής ή ακόμα και ολόκληρης της χώρας. Ακόμα ειδικά πολιτιστικά προγράμματα, όπως επιδοτήσεις για αναπαλαίωση αρχιτεκτονικών κτηρίων, ανακαίνιση παραδοσιακών οικισμών, επαναλειτουργία αρχαίων θεάτρων, επιμορφωτικά σεμινάρια κ.α., συμβάλουν στην ανάδειξη του πολιτισμού κάθε περιοχής.
5. Οι φθορές αρχαιολογικών χώρων και θρησκευτικών μνημείων. Το φαινόμενο αυτό απασχολεί ιδιαίτερα τις ανεπτυγμένες χώρες καθώς διαπιστώνεται ότι η μαζική και αδιάκοπη ροή επισκεπτών σε πολιτιστικά μνημεία προκαλεί σημαντικές φθορές. Το γεγονός αυτό οδήγησε στη λήψη μέτρων προστασίας όπως η απαγόρευση φωτογράφισης με φλας, η δημιουργία ιδανικών συνθηκών θερμοκρασίας, υγρασίας και φωτισμού, η διαμόρφωση ειδικών χώρων προσπέλασης επισκεπτών στα αξιοθέατα κ.α. (πηγή: Τσάρτας

1992, Κοινωνιολογία του Τουρισμού)

2. Εναλλακτικός Τουρισμός

Η εξάπλωση του μαζικού τουρισμού είχε αρνητικές επιπτώσεις στις περισσότερες τουριστικές περιοχές κατά τη δεκαετία του '80, οι οποίες οδήγησαν στην αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης που θα εξασφάλιζαν την ορθολογική χρήση των διαθέσιμων πόρων και όχι την κατασπατάληση τους.

Παράλληλα ολοένα και περισσότεροι τουρίστες εξέφραζαν τον κορεσμό τους από το συμβατικό πρότυπο του μαζικού τουρισμού και επιζητούσαν κάτι διαφορετικό για τις διακοπές τους. Τα παραπάνω οδήγησαν στη δημιουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού, λιγότερο επιβλαβών για τον προορισμό αφού δίνουν την ευκαιρία στις χώρες να διατηρήσουν τα φυσικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά τους.

Η διαμόρφωση αυτού του νέου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης απέκτησε φανατικούς οπαδούς και υποστηρικτές σε ευρύ φάσμα κοινωνικών ομάδων, που υποστηρίζουν με διαφορετικούς τρόπους την αναζήτηση της ποιότητας στο ταξίδι αλλά και τη σύνδεση της διαμονής σ' ένα τόπο με την προστασία του περιβάλλοντος και της ντόπιας κουλτούρας καθώς και με την αναζήτηση ενός διαφορετικού προτύπου τοπικής ανάπτυξης.



Συχνά στη βιβλιογραφία συναντάμε τον τουρισμό χωρισμένο σε δύο κατηγορίες, το μαζικό και τον εναλλακτικό τουρισμό. Πολλοί θεωρούν το

μαζικό τουρισμό ως μια παλιομοδίτικη μορφή τουρισμού και το εναλλακτικό τουρισμό ως μια νέα μορφή. Πολλοί επίσης αναφέρουν τον εναλλακτικό ως τον «καλό» και τον μαζικό ως τον «κακό» τουρισμό, αφού η πλειοψηφία των αρνητικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτουν από το μαζικό τουρισμό, λόγω της μεγάλης συγκέντρωσης τουριστών.

Ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλει :

1. στην προστασία της φύσης
2. στην προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς
3. στην αειφόρο ανάπτυξη
4. στην ευημερία της τοπικής κοινωνίας
5. στην δυνατότητα να παρέχει απόλαυση και συμμετοχή σε δραστηριότητες σε φυσικά τοπία
6. στην προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης

Συνεπώς ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού φιλική προς το περιβάλλον, επιτρέποντας θετικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ μελών διαφορετικών κοινωνιών.

2.1 Ορισμός Εναλλακτικού Τουρισμού

Εναλλακτικός τουρισμός ονομάζεται μία μικρής κλίμακας και μη μαζικής μορφής ανάπτυξη τουριστικών προορισμών που προωθεί μια ενεργητική μορφή διακοπών φιλική για το περιβάλλον, τις κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες. Η ήπια αυτή ανάπτυξη κάνει δυνατή την αλληλεπίδραση και την κοινή συμβίωση μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνικών ομάδων (των τουριστών και των κοινωνιών υποδοχής τους) και αναπτύσσεται με τη σύμφωνη γνώμη και συμμετοχή του ντόπιου κοινωνικού συνόλου.

2.2 Εναλλακτικός έναντι Μαζικού Τουρισμού

Το τουριστικό φαινόμενο ξεκίνησε με θετικές αρχικά επιδράσεις στο πολιτισμικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο όμως έχει μεταλλαχθεί σε μια απρόσωπη βιομηχανία.

Μαζικός τουρισμός μπορεί να ονομαστεί η συγκέντρωση μεγάλου αριθμού τουριστών σε μια περιοχή και στα πλαίσια μια συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση ή ακόμα και την καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, την υποβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών καθώς και την επιβάρυνση του ντόπιου πληθυσμού.

Πολλά είναι τα παραδείγματα των καταστροφικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού που έχουν κινητοποιήσει τους φορείς των τουριστικών προορισμών αλλά και τους ίδιους τουρίστες οι οποίοι δείχνουν ολοένα και μεγαλύτερη ευαισθησία για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Το γεγονός αυτό έχει συντελέσει στην ανάδειξη του εναλλακτικού τουρισμού.

2.3 Επιπτώσεις Εναλλακτικού Τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός παρόλο που θεωρείται μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης με πολλά οφέλη για ένα τουριστικό προορισμό, δε σημαίνει ότι δεν έχει και αρνητικές επιπτώσεις. Κάθε μορφή τουριστικής ανάπτυξης επιφέρει επιπτώσεις στις περιοχές που ακολουθείται και η δριμύτητα τους ποικίλει λόγω των διαφορετικών τρόπων χρήσης των εκάστοτε πόρων.

Το εναλλακτικό ταξίδι μπορεί να θεωρηθεί σαν μία αντίδραση των τουριστών στη μαζικοποίηση και εμπορευματοποίηση των διακοπών τους μεγάλους τουριστικούς πράκτορες. Συνεπώς οι εναλλακτικές διακοπές δεν είναι πια απλά μία προσπάθεια διαφυγής από την καθημερινότητα αλλά η αναζήτηση ουσιαστικής επαφής με το φυσικό περιβάλλον δίνοντας έτσι στο

ταξίδι νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές, περιβαλλοντικές και εκπαιδευτικές προεκτάσεις.

2.4 Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού

Οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού παρουσιάζονται παρακάτω ομαδοποιημένες με βάση το γενικότερο κίνητρο των τουριστών.

- Φυσικό περιβάλλον : τουρισμό στην ύπαιθρο, οικολογικός τουρισμός, φυσιολατρικός τουρισμός, αγροτουρισμός, οικοτουρισμός, γαιοτουρισμός, σπηλαιολογικός τουρισμός.
- Πολιτισμός : αρχαιολογικός τουρισμός, ιστορικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός κληρονομιάς, θρησκευτικός τουρισμός, προσκυνηματικός τουρισμός, κινηματογραφικός τουρισμός, μουσικός τουρισμός.
- Ενδιαφέρον – ενασχόληση με παραγωγικούς τομείς : τουρισμός αλιείας ή ιχθυοτουρισμός, αγροτουρισμός, τουρισμός σε φάρμες, οινοτουρισμός, τουρισμός καφέ (coffee tourism), τουρισμός τσαγιού (tea tourism), βιομηχανικός τουρισμός.
- Ενεργητικές δραστηριότητες : αθλητικός τουρισμός, προπονητικός τουρισμός, περιηγητικός τουρισμός, αναρριχητικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας, ποδηλατικός τουρισμός, καταδυτικός τουρισμός, τουρισμός σκι, ορεινός τουρισμός.
- Θαλάσσιο στοιχείο : θαλάσσιος τουρισμός, τουρισμός κρουαζιέρας, yachting.
- Υγεία – ευεξία : τουρισμός υγείας, ιαματικός τουρισμός, θερμαλιστικός τουρισμός, θεραπευτικός τουρισμός, τουρισμός φυσικοθεραπείας, τουρισμός υγιεινής διαβίωσης, τουρισμός ομορφιάς.
- Εκπαίδευση – επάγγελμα : επαγγελματικός τουρισμός, εκπαιδευτικός τουρισμός, μαθητικός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, εκθεσιακός τουρισμός, τουρισμός κινήτρων.

- Λοιπές μορφές : κοινωνικός τουρισμός, εθελοντικός τουρισμός, τουρισμός τρίτης ηλικίας, τουρισμός αναπήρων, αστικός τουρισμός, χειμερινός τουρισμός, παραθεριστικός τουρισμός, τουρισμός σε θεματικά πάρκα, τουρισμός σε χωριά, τουρισμός ομοφυλοφίλων, σεξοτουρισμός, τουρισμός γευσίγνωσίας, τουρισμός κυνηγιού κ.α.

(πηγή: Ανδριώτης 2008, Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός)



3. Οινοτουρισμός

3.1 Η ιστορία του Οίνου

Το αμπέλι, από το οποίο προέρχεται το κρασί έχει σύμφωνα με τους παλαιοντολόγους, προϊστορία πολλών εκατομμυρίων ετών. Απολιθωμένα κλήματα ηλικίας 60 εκατομμυρίων ετών αποτελούν την αρχαιότερη επιστημονική απόδειξη της ηλικίας της αμπέλου.

Πριν ακόμα από την εποχή των παγετώνων ευδοκίμωσε στην πολική ζώνη, κυρίως στην Ισλανδία, στη Βόρεια Ευρώπη αλλά και τη βορειοδυτική Ασία. Οι παγετώνες περιόρισαν σημαντικά την εξάπλωσή του και επέβαλαν κατά κάποιο τρόπο τη γεωγραφική απομόνωση πολλών ποικιλιών, μέρος των οποίων εξελίχθηκαν και σε διαφορετικά είδη.

Στην πορεία των χρόνων, διάφοροι πληθυσμοί άγριων αμπέλων μετακινήθηκαν προς θερμότερες ζώνες, κυρίως προς την ευρύτερη περιοχή του νοτίου Καυκάσου. Στην περιοχή αυτή, μεταξύ Ευξείνου Πόντου, Κασπίας θάλασσας και Μεσοποταμίας, γεννήθηκε το είδος Άμπελος η οиноφόρος (λατ. *Vitis vinifera*). Οι διαφορετικές ποικιλίες αυτού του είδους καλλιεργούνται και σήμερα.

Η διαδικασία της αμπελουργίας εικάζεται πως έχει τις ρίζες της στην αγροτική επανάσταση και τη μόνιμη εγκατάσταση πληθυσμών με σκοπό την καλλιέργεια, χρονολογείται δηλαδή γύρω στο 5.000 π.Χ.

Από τους πρώτους γνωστούς αμπελοκαλλιεργητές θεωρούνται οι αρχαίοι Πέρσες, οι Σημιτικοί λαοί και οι Ασσύριοι. Μεταγενέστερα οι γνώσεις αμπελουργίας και οινοποιίας μεταφέρθηκαν στους Αιγύπτιους, τους λαούς της Φοινίκης και τους πληθυσμούς της Μ. Ασίας και του Ελλαδικού χώρου.

Οι Αρχαίοι Έλληνες έπιναν το κρασί αναμειγνύοντάς το με νερό, σε αναλογία συνήθως 1:3 (ένα μέρος οίνου προς τρία μέρη νερού). Η λέξη "κρασί" υποδηλώνει ακριβώς τον αναμειγμένο με νερό οίνο, ενώ "άκρατος" λεγόταν ο ανόθευτος οίνος. Διέθεταν ειδικά σκεύη τόσο για την ανάμειξη (κρατήρες) όσο και για τη ψύξη του. Η πόση κρασιού που δεν είχε αναμειχθεί με νερό ("άκρατος οίνος") θεωρείτο βαρβαρότητα και συνηθιζόταν μόνο από αρρώστους ή κατά τη διάρκεια ταξιδιών ως τονωτικό.

Διαδεδομένη ήταν ακόμα η κατανάλωση κρασιού με μέλι καθώς και η χρήση μυρωδικών. Η προσθήκη αφίνθου στο κρασί ήταν επίσης γνωστή μέθοδος (αποδίδεται στον Ιπποκράτη και αναφέρεται ως "Ιπποκράτειος Οίνος") όπως και η προσθήκη ρητίνης.

Ο τρόπος παραγωγής του κρασιού σε παλαιότερες εποχές δε διέφερε ουσιαστικά από τις σύγχρονες πρακτικές. Είναι αξιοσημείωτο πως σώζονται ως τις μέρες μας κείμενα του Θεόφραστου, τα οποία περιέχουν πληροφορίες γύρω από τους τρόπους καλλιέργειας.

Οι Έλληνες γνώριζαν την παλαίωση του κρασιού, την οποία επιτύγχαναν μέσα σε θαμμένα πιθάρια, σφραγισμένα με γύψο και ρετσίνι. Το κρασί εμφιαλωνόταν σε ασκούς ή σε σφραγισμένους πήλινους αμφορείς, αλειμμένους με πίσσα για να μένουν στεγανοί.

Το εμπόριο των ελληνικών κρασιών απλωνόταν σε ολόκληρη τη Μεσόγειο μέχρι την ιβηρική χερσόνησο και τον Εύξεινο πόντο και αποτελούσε μία από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες.

Σε αρκετές πόλεις υπήρχαν ειδικοί νόμοι ώστε να εξασφαλίζεται η ποιότητα του κρασιού, αλλά και ενάντια στον ανταγωνισμό και τις εισαγωγές. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα αποτελεί η νομοθεσία της Θάσου, σύμφωνα με την οποία πλοία με ξένο κρασί που πλησίαζαν το νησί θα έπρεπε να δημεύονται.

Οι Ρωμαίοι ήρθαν σε επαφή με το κρασί από τους Έλληνες αποίκους και επιδόθηκαν επίσης στην αμπελοκαλλιέργεια. Με την κατάρρευση της Ρώμης και τις μεταναστεύσεις των λαών η αμπελουργία γνώρισε περίοδο ύφεσης. Σε κάποιες περιοχές η αμπελουργία εγκαταλείφθηκε για αιώνες.

Σημαντικό ρόλο στην διάσωση της οινοποιίας είχαν οι κληρικοί και μοναχοί, που χρειάζονταν το κρασί για τελετουργικούς σκοπούς. Την εποχή του Καρλομάγνου και του Μεσαίωνα, η τέχνη του κρασιού γνώρισε ξανά άνθιση.

Στο Βυζάντιο, οι μεγαλύτερες εκτάσεις γης ανήκαν στην εκκλησιαστική περιουσία και οι μοναχοί επωμίστηκαν την καλλιέργεια των αμπελιών καθώς και την παραγωγή του κρασιού. Αυτή την περίοδο μάλιστα πρέπει να εγκαταλείφθηκε και η πρακτική της ανάμειξης του κρασιού με νερό.

Στη Δύση, την ίδια περίοδο, η τέχνη του κρασιού γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη. Το 16ο αιώνα είχε εξαπλωθεί στην Ισπανία αλλά και στη Γαλλία. Την εποχή αυτή προωθούνται και αρκετές τεχνικές καινοτομίες, όπως η χρήση γυάλινης φιάλης και φελλού. Επιπλέον γίνεται γνωστή η παρασκευή αφρώδους οίνου.

Οποιαδήποτε προσπάθεια να καταγραφεί η ιστορία του ελληνικού κρασιού, παρότι αποτελεί ένα συναρπαστικό ταξίδι στο χρόνο, είναι ένα εξαιρετικά πολυσύνθετο και περίπλοκο εγχείρημα, σαν να επρόκειτο για την καταγραφή της ίδιας της ελληνικής ιστορίας!

3.2 Σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση

Αυτό που πολλοί αποκαλούν σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση συντελέστηκε στις τελευταίες δεκαετίες του 20ου αι., και σηματοδεύτηκε από

διάφορα γεγονότα, σχετικά τόσο με την αμπελουργία, όσο και με την οινοποίηση.

Στην ελληνική αγορά, εκτός των μεγάλων οινοποιητικών εταιρειών, δημιουργούνται σταδιακά μικρές και μεσαίες, καθετοποιημένες αμπελουργικές εκμεταλλεύσεις, που παράγουν κρασιά περιορισμένης παραγωγής, χρησιμοποιώντας τόσο ελληνικές όσο και διεθνείς ποικιλίες αμπέλου.

Ενθουσιώδεις οινοποιοί, αρκετοί από αυτούς και οινολόγοι, καλλιεργούν με πάθος και οινοποιούν με εξωστρέφεια, πότε συνεχίζοντας, πότε αναβιώνοντας ιστορικούς ελληνικούς αμπελώνες και πότε δημιουργώντας νέους.



Στο μεταξύ, οι εκατοντάδες έλληνες οινολόγοι, με σπουδές κυρίως στη Γαλλία, αλλά και σε άλλες ευρωπαϊκές και όχι μόνο χώρες, η ίδρυση σχολής Οινολογίας και Τεχνολογίας Ποτών στην Αθήνα, αλλά και οι απόφοιτοι ελληνικών πανεπιστημίων που εξειδικεύονται στην Αμπελουργία και στην Οινολογία, θα δυναμώσουν επιστημονικά τη χώρα, κατευθύνοντας την παραγωγή στην αξιοποίηση του μοναδικού ποικιλιακού δυναμικού της Ελλάδας, με τη χρήση σύγχρονης τεχνολογίας και μεθόδων οινοποίησης.

Την ίδια περίοδο εμφανίζονται και άλλα επαγγέλματα του οινικού κλάδου, όπως οι έλληνες δημοσιογράφοι οίνου και οι έλληνες οινοχόοι, ενώ διοργανώνονται οι μεγάλες ελληνικές εκθέσεις οίνου (Οινόγραμμα και Διονύσια), καθώς και ο ελληνικός διαγωνισμός οίνου, ο Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου Θεσσαλονίκης.

Το αποτέλεσμα αρχίζει να φαίνεται στην ελληνική αγορά, όπου Έλληνες και επισκέπτες από όλο τον κόσμο ανακαλύπτουν τα σύγχρονα ελληνικά κρασιά. Έτσι, η σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση συνεχίστηκε, με ένα νέο κύμα μικρών οινοποιείων, προς το τέλος του 20ου αι., που κορυφώθηκε κατά την πρώτη δεκαετία του 21ου. Αρκετά από αυτά ανήκουν σε παραδοσιακούς αμπελουργούς, που επενδύουν στο κρασί, ενώ παράλληλα, παλιότερα και νέα οινοποιεία ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο και για την οινοτουριστική δραστηριότητα.

Την πρώτη δεκαετία του 21ου, αι. η σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση έχει πια φέρει αποτελέσματα και οι διακρίσεις για τα σύγχρονα ελληνικά κρασιά (οι οποίες δεν έλειπαν και παλαιότερα), είναι πλέον συνεχείς και αναρίθμητες. Έτσι, άρτια εξοπλισμένα, υπερσύγχρονα οινοποιεία, ενθουσιώδεις οινοποιοί και καταρτισμένοι οινολόγοι, αξιοποιούν το σταφύλι των αμπελώνων της Ελλάδας και βέβαια, από μοναδικές γηγενείς ποικιλίες αμπέλου (και όχι μόνο), παράγοντας εξαιρετικά και παγκοσμίως διακεκριμένα κρασιά.

Είναι φανερό πως η αναβάθμιση της ποιότητας των σύγχρονων κρασιών της Ελλάδας, κάθε άλλο παρά τυχαία και πρόσκαιρη μπορεί να θεωρηθεί. Άλλωστε, για την ακόμα πιο στέρεα εδραίωσή της, τα μάτια όλο και περισσότερων στρέφονται σήμερα στο αμπέλι, δηλαδή στη βελτιστοποίηση της καλλιέργειάς του με κάθε σύγχρονο και εγκεκριμένο τρόπο και στην ανάδειξη των γηγενών ποικιλιών, καθιστώντας βέβαιο πως τα όποια «σκοτεινά χρόνια» του ελληνικού κρασιού έχουν περάσει ανεπιστρεπτί, δίνοντας τη θέση

τους στα σύγχρονα κρασιά της Ελλάδας. Στο Παράρτημα «Α» μπορούμε να δούμε αναλυτικά τον οινοπαραγωγικό χάρτη της Ελλάδας

Σήμερα, οι οινόφιλοι όλου του κόσμου μπορούν να απολαμβάνουν τα εξαιρετικά, σύγχρονα ελληνικά κρασιά, από ποικιλίες και αμπελώνες που για χιλιάδες χρόνια παρήγαγαν τα διασημότερα κρασιά της εποχής τους, αλλά και της παγκόσμιας ιστορίας του κρασιού. Αυτά, άλλωστε, τα σύγχρονα κρασιά της Ελλάδας, κουβαλούν την ιστορία του ελληνικού κρασιού και αποτελούν το καλύτερο όχημα για ένα ταξίδι σε αυτήν. Μια ιστορία που είναι δύσκολο να κατανοηθεί, αποσπασμένη από την ελληνική ιστορία και ακόμα πιο δύσκολο να περιγραφεί.

Όλα όμως γίνονται πιο απλά και πιο κατανοητά, απολαμβάνοντας με σύνεση και υπευθυνότητα ένα ποτήρι από τα σύγχρονα ελληνικά κρασιά. «Ευοί ευάν», ήταν η πρόποση στις διονυσιακές γιορτές, «ας ευθυμήσουμε, χωρίς να μεθύσουμε», έλεγε ο Σωκράτης στα συμπόσια και «οίνος ευφραίνει καρδίαν», παραδέχθηκε η χριστιανική θρησκεία. **«Στην υγεία μας!»** λένε σήμερα στην Ελλάδα, πίνοντας κρασί και το εννοούν!

3.3 Ο ορισμός του Οινοτουρισμού

Ο όρος αφορά μία κατηγορία θεματικού τουρισμού, στο πλαίσιο της οποίας η επαφή με το κρασί είναι το επίκεντρο, όχι όμως ο αυτοσκοπός. Για να έχουμε ολοκληρωμένο οινοτουρισμό, ένας τουρίστας πρέπει να επισκεφθεί μία οινοπαραγωγική περιοχή προκειμένου να μάθει περισσότερα για τα κρασιά της και να τα δοκιμάσει.

Ωστόσο, για να είναι ολοκληρωμένη η εμπειρία του, η περιοχή πρέπει να του προσφέρει επιπλέον δραστηριότητες πολιτιστικού, λαογραφικού ή ακόμα και ψυχαγωγικού ενδιαφέροντος. Ο οινοτουρίστας πρέπει να έχει στη διάθεσή του βασικές υποδομές υψηλού επιπέδου, όπως διαμονή, σίτιση και διασκέδαση, οι οποίες όμως να σχετίζονται με κάποιο έξυπνο τρόπο με το

κρασί της περιοχής, προκειμένου να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά το μήνυμα ότι η συγκεκριμένη περιοχή έχει υψηλό οινοτουριστικό ενδιαφέρον.

Για παράδειγμα, ένα ξενοδοχείο πρέπει να παρέχει οινοτουριστικές δραστηριότητες και πληροφορίες που να οδηγούν σε αυτές, ενώ ένα εστιατόριο πρέπει να αναδεικνύει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την τοπική οينو-γαστρονομία. Τέλος, εννοείται ότι στον οινοτουρίστα πρέπει να παρέχονται στοιχειώδεις ευκολίες όπως σήμανση προς τους χώρους που τον ενδιαφέρουν, εύκολη πρόσβαση σε αυτούς και επικοινωνιακό υλικό στη γλώσσα του ή τουλάχιστον σε μία ή παραπάνω διεθνείς γλώσσες.



Μόνο όταν όλα αυτά τα στοιχεία διασφαλιστούν και λειτουργήσουν σωστά και συμπληρωματικά έχουμε οργανωμένο οινοτουρισμό, ο οποίος θα αποτελέσει πηγή έλξης τουριστικού ενδιαφέροντος από την Ελλάδα και το εξωτερικό όλες τις εποχές του χρόνου, και κατ' επέκταση πηγή εισοδήματος και ανάπτυξης. Και για να γίνει αυτό, θα πρέπει να υπάρχει σύμπνοια απόψεων και σωστή συνεργασία ανάμεσα στην κυβέρνηση, την Τοπική Αυτοδιοίκηση, τον αμπελοοινικό κλάδο, τους κλάδους της φιλοξενίας και της εστίασης, καθώς και τους τουριστικούς πράκτορες. (Πηγή: Καθημερινή).

3.4 Τι είναι, τελικά, ο οινoturισμός;

Ο οινοποιητικός τουρισμός ή οινoturισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία γοητεύει τον ταξιδιώτη με επισκέψεις σε αμπελώνες και οινοποιεία παράλληλα με την απόλαυση όλων των ανέσεων που προσφέρει ο τουρισμός όπως εξαιρετικά εστιατόρια, ωραία ξενοδοχεία, πολιτιστικές εκδηλώσεις, υπαίθριες δραστηριότητες κλπ.

Οι όμορφοι αμπελώνες είναι μια ελκυστική επιλογή για τους λάτρεις του κρασιού προκειμένου να γνωρίσουν από κοντά τη διαδικασία παραγωγής, τις ιδιαιτερότητες κάθε κρασιού και πως οι ιδιότητες του εδάφους, το κλίμα και η ποικιλία των σταφυλιών επιδρούν στο κρασί.

Ο οινoturισμός δεν δημιουργήθηκε μόνο για τους λάτρεις του κρασιού αλλά και για όλους εκείνους που είναι λάτρεις της φύσης και επιθυμούν να χαλαρώσουν απολαμβάνοντας το ήσυχο περιβάλλον των οινοποιείων της υπαίθρου.

Στις μέρες μας οι σύγχρονοι οινοποιοί δίνουν μεγάλη έμφαση στο στυλ και έχουν μετατρέψει τα οινοποιεία τους σε αρχιτεκτονικά έργα τέχνης. Δεν πρέπει λοιπόν να φανταζόμαστε το οινοποιείο σαν ένα ζοφερό κτήριο μέσα στο οποίο παράγεται και διατηρείται το κρασί. Το σύγχρονο οινοποιείο είναι ένα ιδιαίτερα ελκυστικό μέρος το οποίο αξίζει κάποιος να το επισκεφτεί.

Πολλές χώρες βλέπουν τον οινoturισμό ως μια ενδιαφέρουσα ευκαιρία για ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών αλλά και ως ένα μοντέλο για τη βελτίωση της οικονομίας της υπαίθρου. Για την επίτευξη αυτού του στόχου έχουν δημιουργήσει σχέδια για την ανάπτυξη και την προώθηση του οινoturισμού. Σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση των στόχων έχει παίξει επίσης η βελτίωση των διαύλων επικοινωνίας αλλά και η ιδιωτική πρωτοβουλία.

Στην Ελλάδα η ανάπτυξη του οινoturισμού μπορεί να μην βρίσκεται σε ώριμο σημείο αλλά αποτελεί ένα εξαιρετικής δυναμικής τουριστικό προϊόν. Σε αυτό έχει συμβάλει η δημιουργία του δικτύου των «Δρόμων του Κρασιού» που αποτελεί ένα πρωτοπόρο πρόγραμμα μέσα από το οποίο φάνηκε ότι ο κόσμος έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για αυτή τη νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού.

Οι «Δρόμοι του Κρασιού» μπορούν να οδηγήσουν σε επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην ανάδειξη εναλλακτικών τουριστικών προορισμών, έχοντας ως τελικό στόχο ο επισκέπτης να γνωρίσει όλες τις γαστρονομικές και φυσικές ομορφιές κάθε περιοχής, όλες τις εποχές του χρόνου.

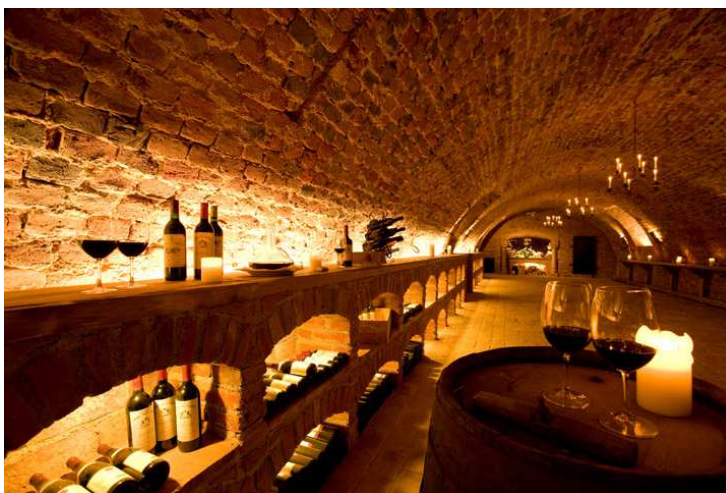
3.5 Ο οινoturισμός στον Κόσμο

Φροντισμένοι αμπελώνες, ιστορικές επαύλεις, παραμυθένια κάστρα και ατμοσφαιρικά κελάρια, συνθέτουν τον ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του κρασιού που αγαπούν την καλή ζωή. Η περιοχή της Ευρώπης χαρακτηρίζεται από ποικιλομορφία τοπίων, με μεσαιωνικά ή μεσογειακά γραφικά χωριουδάκια, επαύλεις και εκατοντάδες οινοποιεία με εκτενείς αμπελώνες.

Ο επισκέπτης στους ευρωπαϊκούς αμπελώνες μπορεί να γνωρίσει τους φιλικούς και φιλόξενους ιδιοκτήτες και να μάθει κάθε λεπτομέρεια για την ιστορία της κάθε περιοχής και των κρασιών της. Οι περίπατοι στους αμπελώνες συνδυάζονται με δοκιμές οίνου, ξεναγήσεις από ιστορικούς τέχνης και οινολόγους, γευσιγνωσία σε υπέροχα πιάτα από διάσημους βραβευμένους Σεφ και διαμονή σε κάστρα και επαύλεις.

Η Ισπανία είναι η χώρα με τη μεγαλύτερη έκταση σε αμπελώνες στον κόσμο. Οι διαδρομές του κρασιού στην Ισπανία παρουσιάζουν ένα πλήρες οινoturιστικό προϊόν με υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και γεύσεων σε συνδυασμό με τις τοπικές ομορφιές.

Τα πιο φημισμένα κρασιά στον κόσμο είναι εκείνα της Γαλλίας. Η Γαλλία παράγει όλους τους τύπους κρασιών , από τα φθηνότερα έως τα ακριβότερα και πολυβραβευμένα. Σε ποσότητα παραγωγής συναγωνίζεται κάθε χρόνο με την Ιταλία για την πρώτη θέση παγκοσμίως. Η οινοπαραγωγική παράδοση στην Γαλλία μετράει αιώνες, ο οινικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος και κάθε χρόνο υποδέχεται οινόφιλους από όλο τον κόσμο αναδεικνύοντας την τον αγαπημένο τους προορισμό.



Στην Ιταλία ο οινοτουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται σχετικά πρόσφατα, αρχές τις δεκαετίας του '90. Μόνο ορισμένες περιοχές της χώρας ανέπτυξαν το νέο για την εποχή εκείνη τουριστικό προϊόν. Όμως η αυξημένη ζήτηση οδήγησε με το πέρασμα των χρόνων στην πλήρη οινοτουριστική ανάπτυξη και τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου δικτύου οινικών διαδρομών που καλύπτει όλες τις οινοπαραγωγικές περιοχές.

Η Ευρώπη ή αλλιώς επονομαζόμενη και «Παλιός Κόσμος», έχει παράδοση πολλών αιώνων στο Κρασί και τον τουρισμό που συνδέεται με αυτό. Υπάρχουν όμως και οι «Νέες Χώρες», χώρες τις Λατινικής Αμερικής (π.χ. Χιλή ή Αργεντινή) όπως επίσης η Αυστραλία και η Νέα Ζηλανδία, που τα τελευταία χρόνια έχουν μπει δυναμικά στη διεθνή αγορά, παράγοντας ανταγωνιστικά κρασιά και σε ποιότητα και σε τιμή και παράλληλα προωθούν

ένα πρόγραμμα οινικής τουριστικής ανάπτυξης που μπορεί να βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο αλλά δείχνει να έχει πολύ καλές προοπτικές εξέλιξης.

3.5.1 Γαλλία – η χώρα ορόσημο στον οινοτουρισμό

Είναι η χώρα ορόσημο για την παγκόσμια οινοποιία και το μόνιμο σημείο αναφοράς κάθε σοβαρού επαγγελματία και κάθε σωστά ενημερωμένου οινόφιλου. Ταυτισμένη με τις υλικές απολαύσεις της ζωής και μάλιστα τις γευστικές, η θέση του κρασιού ως πρωταγωνιστή αυτών των απολαύσεων είναι τελείως φυσική και αναμενόμενη.

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι η οινική ιστορία της Γαλλίας είναι οδηγός για τους οινοποιούς όλου του κόσμου, δεν θα ήταν δυνατό να μην αναφερθούμε στο γαλλικό αμπελώνα και την ιστορία του.

Τα καλά κρασιά της Γαλλίας κατόρθωσαν να είναι σοβαρά και ποιοτικά, πέτυχαν να διατηρούν άμεση σχέση με τον τόπο παραγωγής τους και αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας ακόμα και απλών ανθρώπων. Κατόρθωσαν να γίνουν και να παραμένουν status symbol.

Κρασί παράγεται σχεδόν παντού στη Γαλλία, σε ποσότητα 7 με 8 δισεκατομμυρίων φιαλών ετησίως. Η Γαλλία έχει τη δεύτερη μεγαλύτερη έκταση αμπελώνων στον κόσμο μετά την Ισπανία, αλλά και συναγωνίζεται με την Ιταλία για το μέγεθος και τον όγκο της ετήσιας οιοπαραγωγής, όπως αναφέραμε και παραπάνω.

Καθοριστικά στοιχεία για τα ποιοτικά κρασιά της Γαλλίας είναι η έννοια του terroir και το σύστημα των Ονομασιών Προελεύσεως. Τα πρώτα ίχνη της ιστορίας του Γαλλικού κρασιού χάνονται στον 6ο π.Χ αιώνα.

Στην εξέλιξη, η Γαλλική Επανάσταση αφενός και η επέλαση της φυλλοξήρας αφετέρου επέφεραν ανάσχεση. Η αποκατάσταση και η ανόρθωση επανήλθαν την εποχή περίπου της καθιέρωσης του συστήματος των Ονομασιών Προελεύσεως (1935) και μετά και την λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου η Γαλλία διαμόρφωσε την αμπελοοινική φυσιογνωμία που γνωρίζουμε σήμερα.

Στη χώρα υπάρχει και χρησιμοποιείται πλήθος ποικιλιών σταφυλιού, από τις σημαντικές και “διάσημες” που έχουν γίνει εδώ και πολλές δεκαετίες, διεθνείς μέχρι και αρκετές τοπικές που δεν είναι γνωστές έξω από τα όρια της περιοχής τους αλλά παρουσιάζουν ενδιαφέρον δυναμικό. Και στις δύο περιπτώσεις οι ποικιλίες εκφράζουν τη σχέση τους με το σύνολο των κλιματολογικών και γεωγραφικών συνθηκών του τόπου όπου καλλιεργούνται.

Η Αλσατία είναι περιφέρεια παραγωγής κατεξοχήν λευκών κρασιών, ξηρών και γλυκών. Βρίσκεται στην Ανατολική πλευρά της Γαλλίας, δίπλα σχεδόν στον ποταμό Ρήνο και συνορεύει με την Γερμανία με την οποία μοιράζεται τις ίδιες σχεδόν κλιματολογικές συνθήκες και ποικιλίες σταφυλιού.

Τα κρασιά των δύο χωρών έχουν διαφορετικό χαρακτήρα και προσωπικότητα με τα Γερμανικά να είναι πιο φινετσάτα και κομψά, να διαθέτουν υψηλότερη οξύτητα ενώ τα Αλσατικά είναι στην πλειοψηφία τους γεμάτα και εύσωμα.

Το Bordeaux είναι-για τον μέσο οινόφιλο-η κατεξοχήν περιφέρεια παραγωγής μεγάλων κρασιών. Η περιοχή βρίσκεται στην Νοτιοδυτική Γαλλία, πολύ κοντά στον Ατλαντικό ωκεανό του οποίου την επιρροή υφίστανται οι αμπελώνες. Οφείλει επίσης πολλά στην ύπαρξη των δύο ποταμών (Dordogne και Garonne) που το διατρέχουν και επηρεάζουν, τη σύσταση των εδαφών, και συνακόλουθα την φυσιογνωμία των κρασιών.

Τα μεγάλα κρασιά του Bordeaux έχουν δημιουργήσει ένα απίστευτα μεγάλο μύθο και έχουν αγγίξει πλέον υπερβολικά μεγάλες τιμές απόκτησης. Η απόκτηση αυτών των κρασιών είναι πλέον δύσκολη υπόθεση για τις οικονομικές δυνατότητες του μέσου οινόφιλου.

Περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη οινοποιητική περιοχή του κόσμου, η Βουργουνδία είναι αφοσιωμένη στην έννοια του *terroir*. Στην πραγματικότητα, η Βουργουνδία και τα κρασιά της αποτελούν την επιτομή και το αποκορύφωμα της έννοιας “κρασί *terroir*”. Αυτό συμβαίνει όχι απλώς για επιφανειακούς λόγους (π.χ το πολύ μικρό μέγεθος της έκτασης των Βουργουνδικών αμπελώνων) αλλά κυρίως διότι τα Βουργουνδικά κρασιά αποτελούν κατευθείαν προϊόν προνομιούχου και αποκλειστικής σχέσης με το αμπέλι απ'όπου προέρχονται.

Ακόμα και κρασιά φτιαγμένα από τον ίδιο οινοποιό αλλά από διαφορετικά αμπέλια παρουσιάζουν τρομερές διαφορές προσωπικότητας μεταξύ τους. Αυτό οφείλεται ότι τα αμπελοτεμάχια, έχουν συχνά εντέλως διαφορετική σύνθεση εδαφών και διαφορά μικροκλιμάτων και κυρίως επειδή ο οινοποιός γνωρίζοντας και αποδεχόμενος τις διαφορές θέλει να τις περάσει και να τις κάνει να εκφραστούν μέσα από τα κρασιά.

Η Βουργουνδία είναι περιοχή όπου η παραγωγή λευκών και κόκκινων κρασιών έχει την ίδια σημασία, τόσο από άποψη ποσότητας όσο και από την άποψη της σοβαρότητας που αποδίδεται και στους δύο τύπους. Τόσο στα κόκκινα όσο και στα λευκά, συμμετέχει μόνο μία ποικιλία σταφυλιού: το Chardonnay για τα λευκά και το ντελικάτο και ευαίσθητο Pinot Noir για τα κόκκινα. Και τα δύο, υπό κατάλληλες συνθήκες και στα καλύτερα *terroirs*, μπορούν να δώσουν μεγάλα και αριστουργηματικά κρασιά πολύ μεγάλης παλαιώσης.

Οι παραγόμενες ποσότητες κρασιών Βουργουνδίας είναι πολύ μικρές γι'αυτό σε συνδυασμό με το prestige, η ποιότητα μπορεί να ανεβάσει την τιμή

του κρασιού στα ύψη. Γεγονός είναι ότι η Βουργουνδία παράγει μερικά από τα πιο λεπτά κρασιά του κόσμου.



Μολονότι η Καμπανία είναι η πιο Βόρεια (για την ακρίβεια Βορειοανατολική) οινοποιητική περιοχή της Γαλλίας και συνεπώς κρύα, παράγει κρασιά με εξαιρετικό ενδιαφέρον. Το κλιματολογικό και γεωγραφικό “ελάττωμα” της περιοχής αναδεικνύει στην πραγματικότητα ακόμα καλύτερα την ποικιλομορφία των μικροκλιμάτων και των terroirs της Καμπανίας, καθώς το κρύο κλίμα - όταν δεν εμποδίζει την καλλιέργεια της αμπέλου - δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την παραγωγή σοβαρών και πολύπλοκων κρασιών.

Να θυμίσουμε ότι τα κρασιά των κρύων κλιμάτων, όταν καλύπτονται από την συγκυρία ενός συνόλου άλλων ευνοικών παραμέτρων, παρουσιάζουν βάθος και εκλεπτυσμένη φινέτσα που δεν τα βρίσκουμε στα “Κρασιά του Ήλιου” δηλαδή σε αυτά των Νοτίων περιοχών της Μεσογείου και όλων των θερμών οινοπαραγωγικών περιοχών του κόσμου.

Αν και με μικρότερες κλιματολογικές διαφορές απ’ότι σε άλλες οινοποιητικές περιοχές της Γαλλίας, οι διαφορές χαρακτηριστικών μεταξύ των terroirs της Καμπανίας είναι τόσο σημαντικές που πέρα από την ποιότητα το κρασί παίρνει και τελείως διαφορετικά χαρακτηριστικά ανά terroir.

Η πολύ μεγάλη οικογένεια των κρασιών του Γαλλικού Νότου αποτελεί τελείως ξεχωριστή περίπτωση. Δεν πρόκειται για ενιαία περιφέρεια η περιοχή αλλά για μία άτυπη μεγάλη οικογένεια πολλών Ονομασιών Προελεύσεως σκορπισμένων σε όλα τα σημεία του Νότου με κύριο κοινό στοιχείο, που διατρέχει σαν ραχοκοκκαλιά όλες σχεδόν τις Ονομασίες Προελεύσεως, τη “θερμή” ιδιοσυγκρασία των κρασιών, τον εξωστρεφή χαρακτήρα και σε μερικές περιπτώσεις την *rustique* ιδιοσυγκρασία τους. (πηγή: Αθηνόραμα)

3.6 Ο Οινοτουρισμός στην Ελλάδα ως επιχειρηματική δραστηριότητα

Οινοτουρισμός δεν είναι μόνο οι «Δρόμοι του Κρασιού» ούτε μόνο τα επισκέψιμα οινοποιεία, αλλά μια πολλαπλή επιχειρηματικότητα. Το οινοποιείο σαν επιχείρηση δεν πρέπει να είναι ξεκομμένη αλλά να συνδέεται με τον τουρισμό και τα τοπικά αξιοθέατα, καθώς και με την πολιτιστική κληρονομιά που έχει κάθε τόπος.

Σήμερα κάποιος επιχειρηματίας που θέλει να ασχοληθεί με μια επιχειρηματική δραστηριότητα που έχει να κάνει με τον οινοτουρισμό, πουλάει αυτό που έχει σαν καθημερινότητα ένας κάτοικος υπαίθρου. Πουλάει το αγροτικό περιβάλλον ως τόπο διαμονής σε καταλύματα τοπικής παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, την τοπική γαστρονομία, τα τοπικά και παραδοσιακά προϊόντα, τις παραδοσιακές ασχολίες και τις πολιτιστικές δραστηριότητες.

Όλα όσα αναφέρθηκαν συγκροτούν ένα ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο που μπορεί αρχικά να θεωρηθεί ανάλογο με τα τουριστικά πακέτα του μαζικού τουρισμού που περιλαμβάνουν διαμονή, εκδρομές, μεταφορές κλπ. Όμως το οινοτουριστικό πακέτο διαφέρει σε 3 πολύ βασικά σημεία.

Αρχικά στη διαμονή που πρέπει να είναι αποκλειστικά σε καταλύματα απόλυτα εναρμονισμένα με το αγροτικό περιβάλλον, στη συνέχεια ο επισκέπτης να πρέπει να γνωρίσει την τοπική γαστρονομία και τέλος να συμμετέχει σε δραστηριότητες που σκοπό έχουν να του γνωρίσουν την τοπική παράδοση και τον παραδοσιακό τρόπο ζωής της περιοχής.

Βλέπουμε λοιπόν ότι οι δραστηριότητες έχουν ένα πολύ ουσιαστικό ρόλο στον οινοτουρισμό κάθε περιοχής. Δίνουν την ευκαιρία στον επισκέπτη να διαλέξει την περιοχή που θέλει να επισκεφτεί γιατί ξέρει τι θέλει να δει, τι θέλει να βιώσει. Εστιάζουν έτσι σε συγκεκριμένη ομάδα επισκεπτών που έχουν ενδιαφέρον για το κρασί και δραστηριότητες που συνδέονται με αυτό.

Ο οινοτουρισμός σαν νέα επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης αλλά και αδυναμίες. Στον παρακάτω πίνακα θα δούμε επιγραμματικά τις δυνατότητες του οινοτουριστικού μας προϊόντος αλλά και τα κύρια σημεία που επιβραδύνουν το ρυθμό ανάπτυξης.

Δυνατότητες	Αδυναμίες	Ευκαιρίες	Απειλές
<ul style="list-style-type: none"> • Οινική εμπειρία που ξεπερνά τις προσδοκίες του επισκέπτη • Βούληση του κλάδου για συνολική αλλαγή • Η Ελλάδα είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός • Αξιόλογες γηγενείς ποικιλίες • Τεχνολογία στην οινοποίηση 	<ul style="list-style-type: none"> • Έλλειμμα εθνικού στρατηγικού σχεδιασμού • Μικρή αναγνωρισιμότητα του ελληνικού κρασιού στις διεθνείς αγορές • Απουσία συστήματος ελέγχου και πιστοποίησης • Περιορισμένες οινοτουριστικές εμπειρίες σε σχέση με τον ανταγωνισμό • Χαμηλού επιπέδου οινική εμπειρία 	<ul style="list-style-type: none"> • Αμφισβήτηση της τάσης της μαζικοποίησης • Ανάδειξη της γαστρονομίας σε στοιχείο δημιουργικής έκφρασης και lifestyle • Απαιτήση για πιστοποιημένη ποιότητα • Ευρεία αναγνώριση των ευεργετικών ιδιοτήτων του κρασιού • Αύξηση της επιρροής των ειδικών του κρασιού • Ανάδειξη του οινοτουρισμού σε δημοφιλή τουριστική δραστηριότητα 	<ul style="list-style-type: none"> • Παγκόσμια οικονομική κρίση • Μειονεκτική εθνική εικόνα της χώρας στον διεθνή χώρο • Είσοδος νέων οινοπαραγωγικών χωρών στον τομέα του οινοτουρισμού • Μετατροπή του κρασιού σε φθηνό προϊόν μαζικής κατανάλωσης

3.7 Οινoturισμός και Τοπική αυτοδιοίκηση

Ο οινoturισμός δεν είναι υπόθεση μόνο των οينوποιών ή των ιδιοκτητών παραδοσιακών ξενώνων. Είναι και υπόθεση του κράτους και ειδικά της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Η τοπική αυτοδιοίκηση είναι πολύ σημαντικός παράγοντας του οινoturισμού γιατί καλείται να διατηρήσει το περιβάλλον ελκυστικό και είναι υπεύθυνη για ένα μεγάλο μέρος των υποδομών που χρησιμοποιούν οι επισκέπτες της περιοχής όπως επίσης για την καθαριότητα και την αδιάκοπη παροχή βασικών αγαθών όπως πχ το νερό και η καθαριότητα του τόπου.



Ακόμα οφείλει να συνεργάζεται με τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων οινoturιστικού ενδιαφέροντος και να τους ελέγχει για τη σωστή λειτουργία των επιχειρήσεων σύμφωνα με το νομοθετικό και θεσμικό πλαίσιο του κράτους.

4. Ο οινοτουρισμός στο Νομό Ηρακλείου

4.1 Γνωριμία με το Νησί

Μια διαδρομή στο νησί της Κρήτης είναι η αύρα των αρωμάτων από τα ανοιξιάτικα λουλούδια που φυτρώνουν στις αυλές των σπιτιών. Εδώ έζησαν γενιές Μινωιτών, Ελλήνων, Ρωμαίων, Βυζαντινών, Ενετών, Τούρκων, Εβραίων, Αιγυπτίων.

Η ιστορία είναι ζωντανή στην Κρήτη, αναπνέει στις δοξαριές της λύρας και του βιολιού, στον ήχο του λαούτου και της ασκομαντούρας. Είναι τέλος οι γεύσεις μιας ιστορίας από μπαχαρικά της ανατολής, μοναδικών χόρτων και βοτάνων, ευλογημένου λαδιού και κρασιού. Εδώ στο σταυροδρόμι των πολιτισμών πολλές μνήμες είναι ζωντανές και πάρα πολλά στοιχεία άλλων πολιτισμών είναι ακόμη μέρος της καθημερινότητας των Κρητικών.



Στα βουνά της Κρήτης γεννήθηκε και μεγάλωσε ο Κρηταγενής Δίας. Ο Μίνωας αναφέρεται στην μυθολογία ως γιος του Δία και της Ευρώπης. Η μινωική Κρήτη με τις ενενήντα χώρες και τα παλικάριά τους αναφέρονται και από τον Όμηρο στην Ιλιάδα.

Στοιχεία αποδεικνύουν ότι το νησί κατοικούνταν ήδη κατά την νεολιθική εποχή. Την εποχή του Χαλκού αναπτύχθηκε ο μινωικός πολιτισμός μέχρι την ξαφνική εξαφάνιση του κάπου γύρω στα 1500 π.Χ. Η Κνωσός υπήρξε το κέντρο του.

Οι Μινωίτες είχαν υπό το έλεγχό τους το εμπόριο στην ανατολική λεκάνη της Μεσογείου και συγκέντρωναν μεγάλο πλούτο. Εκτός από την Κνωσό πολλές πόλεις υπήρξαν σημαντικές και τα ευρήματα των ανασκαφών δίνουν στοιχεία για έναν μεγάλο πολιτισμό.

Ελληνικά φύλλα, Αχαιοί και Δωριείς έφθασαν έπειτα στο νησί, τους ακολούθησαν το 67 π.Χ. οι Ρωμαίοι, έπειτα οι Βυζαντινοί, με ένα διάλειμμα κατά τον 7^ο αιώνα μ.Χ. όπου το νησί πέρασε στα χέρια Αράβων πειρατών.

Το 1204 κατέλαβαν την Κρήτη οι Ενετοί οι οποίοι εκδιώχθηκαν από τους Τούρκους το 1669. Από την περίοδο της Ενετοκρατίας σώζονται σήμερα σημαντικά οικοδομήματα όχι μόνο στις γνωστές πόλεις και στα λιμάνια των Χανίων, του Ρεθύμνου και του Ηρακλείου, αλλά και σε όλες τις γωνιές του νησιού, κάστρα, επαύλεις και οχυρωματικά έργα.

Μετά την πτώση της Κωνσταντινούπολης πολλοί λόγιοι και καλλιτέχνες από το Βυζάντιο βρήκαν καταφύγιο στην Κρήτη. Έτσι άνθισαν στο νησί οι τέχνες και τα γράμματα σε μια κρίσιμη περίοδο για την διατήρηση του ελληνικού πολιτισμού.

Έπειτα από προσπάθειες δυο σχεδόν αιώνων οι Τούρκοι κατάφεραν να κατακτήσουν το νησί το 1669. Οι Κρητικοί αντιστάθηκαν σθεναρά και στον Τούρκο κατακτητή πληρώνοντας με βαρύ φόρο αίματος την αγάπη τους για την ελευθερία.

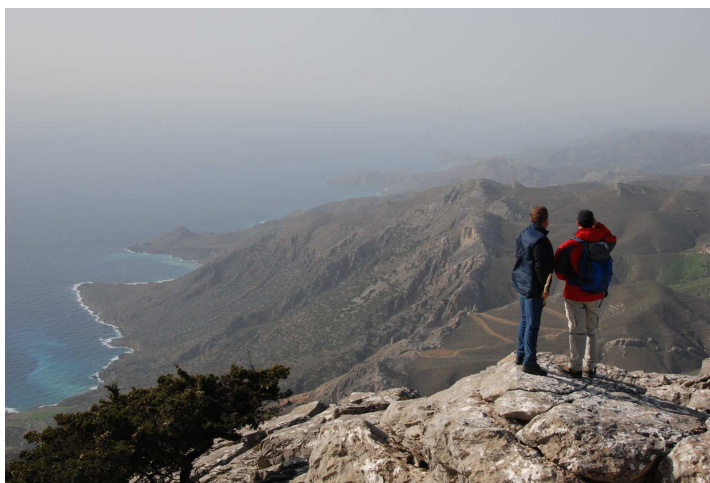
Στα τέλη του 19ου αιώνα οι τουρκικές στρατιωτικές δυνάμεις εγκατέλειψαν το νησί το οποίο μέχρι την Ένωσή του με την Ελλάδα, το 1913,

ήταν αυτόνομο. Σημαντικό ρόλο στην Ένωση της Κρήτης διαδραμάτισε ο μεγάλος πολιτικός, Ελευθέριος Βενιζέλος.

Η Κρήτη αντιστάθηκε σθεναρά και στον Γερμανό κατακτητή. Η Μάχη της Κρήτης αποτελεί λαμπρή σελίδα της παγκόσμιας ιστορίας, καθώς απλοί πολίτες, ηλικιωμένοι και παιδιά αντιστάθηκαν σε έναν πάνοπλο κατακτητή. Την γενναιότητα τους αυτή την πλήρωσαν οι Κρητικοί με εκτελέσεις βασανισμούς και καταστροφές ολόκληρων χωριών από το ναζιστικό καθεστώς.

Σήμερα η Κρήτη είναι μία από τις 13 περιφέρειες της Ελλάδας και αποτελείται από τέσσερις περιφερειακές ενότητες:

- Ηρακλείου (292.489 κάτοικοι)το 2001 (304.270 κάτοικοι) το 2011
- Λασιθίου (76.319 κάτοικοι)το 2001 (75.690 κάτοικοι) το 2011
- Ρεθύμνου (81.936 κάτοικοι)το 2001 (85.160 κάτοικοι) το 2011
- Χανίων (150.387 κάτοικοι)το 2001 (156.220 κάτοικοι) το 2011



Στον ισχυρότερο κλάδο της Κρητικής οικονομίας, «Εμπόριο και τουριστικές υπηρεσίες», οι ΠΕ Ηρακλείου και Χανίων παρουσιάζονται ισχυρότερες των υπολοίπων, με σημαντικές τουριστικές περιοχές του νησιού αλλά και τα δύο μεγαλύτερα αστικά κέντρα.

Ο Τουρισμός είναι ο πιο δυναμικά αναπτυσσόμενος τομέας και η ζήτηση έδωσε κίνητρα για σημαντικές επενδύσεις σε ξενοδοχειακές μονάδες, με αποτέλεσμα την ποσοτική και ποιοτική αναβάθμιση της ξενοδοχειακής υποδομής.

Την ίδια στιγμή αντιμετωπίζει διαρθρωτικά προβλήματα τα οποία εστιάζονται κυρίως στην έντονη εποχικότητα και την περιορισμένη διάχυση της τουριστικής κίνησης προς τους οικισμούς της ενδοχώρας δεδομένου ότι οι ξενοδοχειακές υποδομές συγκεντρώνονται κυρίως στα βόρεια παράλια και σε μικρές εστίες στο νότο, ενώ η πορεία του σε μεγάλο βαθμό επηρεάζεται από εξωγενείς, μη ελεγχόμενες συνθήκες, που συντελούν σε διακυμάνσεις των επιδόσεων του.

Σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον τουριστικό κλάδο αποτελεί το υψηλό ποσοστό ξενοδοχειακών υποδομών υψηλών προδιαγραφών. Η Κρήτη διαθέτει το 30,31% του συνόλου των κλινών 5 αστέρων στην Ελλάδα και το 24,57% κλινών 4 αστέρων αντίστοιχα. Οι διανυκτερεύσεις στην Κρήτη κατά το έτος 2010 ανήλθαν σε 16.449.065, αποτελώντας το 24,6 του συνόλου των διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα. (πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2012)

4.2 Η Ιστορία του κρασιού στην Κρήτη

Οι Έλληνες ανέπτυξαν ιδιαίτερα την οινοποιία, σχεδόν μονοπωλώντας την αγορά για αιώνες. Γνώρισαν το κρασί πιθανότατα από την αρχή της εγκατάστασής τους στο σημερινό τους τόπο. Δεν είμαστε ακόμη βέβαιοι από πού διδάχτηκαν την τέχνη της οινοποιίας, σύμφωνα όμως με μια από τις επικρατέστερες θεωρίες, την έμαθαν από τους ανατολικούς λαούς (Φοίνικες ή Αιγύπτιους) με τους οποίους είχαν ανεπτυγμένες εμπορικές σχέσεις, ιδίως οι Μινωίτες.

Όμως, η ιστορία του κρασιού στην Κρήτη και οι δεσμοί του με το νησί έχουν τις ρίζες τους πολύ πιο παλιά, πριν ακόμη και από τα ομηρικά έπη. Εδώ

και περίπου έναν αιώνα οι ανασκαφές στην Κρήτη του διεθνούς φήμης αρχαιολόγου sir Arthur Evans έφεραν στο φως το θαύμα του Μινωικού Πολιτισμού.



Στο παλάτι της Κνωσού, το αρχαιότερο αρχιτεκτονικό μνημείο στην Ευρώπη, ανακαλύφθηκαν πολυτελή τετραώροφα κτίρια με παροχές τέτοιες, που η υπόλοιπη Ευρώπη θα αποκτούσε αρκετές χιλιετίες αργότερα.

Ο Έβανς εντυπωσιάστηκε τόσο από το επίπεδο διαβίωσης των αρχαίων Κρητών, που τους εκθείαζε πολύ συχνά σε πρωτοσέλιδα άρθρα του στα δημοφιλέστερα έντυπα του κόσμου. Στις πολύχρωμες τοιχογραφίες των μινωικών παλατιών απεικονίζεται μια ζωή γεμάτη δημιουργικότητα, καλαισθησία, αλλά και σε απόλυτη αρμονία με το φυσικό περιβάλλον. Μεταξύ των προϊόντων που καλλιεργούσαν με επιτυχία και εμπορεύονταν οι αρχαίοι Κρήτες ξεχωρίζουμε το λάδι, τα σιτηρά, αλλά και το κρασί.

Το αμπέλι καλλιεργείται συστηματικά στην Κρήτη εδώ και περίπου 4.000 χρόνια! Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι το αρχαιότερο πατητήρι σταφυλιών, ηλικίας μεγαλύτερης των 3.500 ετών, έχει ανακαλυφθεί στην περιοχή του Βαθύπετρου. Από τον Όμηρο γνωρίζουμε πως τα κρητικά κρασιά ήταν ξακουστά σε όλο τον τότε γνωστό κόσμο.



Πέρα από το ηλικίας 3.500 ετών πατητήρι, εντυπωσιακοί αμφορείς, τεράστιοι υπόγειοι χώροι αποθήκευσης, σχετικές απεικονίσεις σε όλα τα μινωικά ανάκτορα, αλλά και αναρίθμητες καταχωρίσεις για μεγάλες ποσότητες κρασιού στα μινωικά αρχεία σηματοδοτούν όχι μόνο τον κεντρικό ρόλο που έπαιζε το κρασί στη ζωή του νησιού, αλλά και το υψηλό επίπεδο γνώσης των Μινωιτών για αυτό.

Όμως το κρητικό κρασί δεν μένει αυστηρά στο νησί. Ταξιδεύει. Οι Μινωίτες, με τα πλοία τους γεμάτα με τα προϊόντα της κρητικής γης, γυρίζουν όλη τη Μεσόγειο. Έτσι, φθάνουν στην αυλή του ισχυρότερου άνδρα του αρχαίου κόσμου, του Αιγύπτιου Φαραώ. Σε αιγυπτιακές τοιχογραφίες βλέπουμε Κρήτες να καταφθάνουν με τα πλοία τους στα αιγυπτιακά λιμάνια.



Ανάμεσα στα εμπορεύματα διακρίνονται και αμφορείς, που πιθανότατα ήταν γεμάτοι κρητικό κρασί. Στο ναυάγιο ενός τέτοιου πλοίου, το οποίο ανακάλυψαν οι αρχαιολόγοι στα ανοιχτά της Τουρκίας, βρέθηκε ένας τέτοιος αμφορέας, ακόμη σφραγισμένος και γεμάτος με κρασί, ηλικίας πάνω από 3.000 ετών.

Η καλλιέργεια του αμπελιού και η παραγωγή κρασιού στην Κρήτη συνεχίζονται ασταμάτητα στη διάρκεια των αιώνων. Στον «Κώδικα της Γόρτυνας», το αρχαιότερο νομικό κείμενο στην Ευρώπη, βλέπουμε πρώτη φορά μια σειρά από κανόνες για την καλλιέργεια του αμπελιού.

Όταν μερικούς αιώνες αργότερα η Κρήτη γίνεται επαρχία της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας, οι Ρωμαίοι συνειδητοποιούν ότι οι ανάγκες τους σε κρασί – το οποίο αγαπούν ιδιαίτερα – είναι τόσο μεγάλες, που δεν καλύπτονται από τα αμπέλια της ιταλικής χερσονήσου. Η λύση ακούει τελικά στο όνομα Κρήτη.

Οι πεδιάδες και οι λόφοι της μετατρέπονται σταδιακά σε τεράστιους αμπελώνες, ενώ οι Κρήτες οινοποιοί βελτιώνουν όλο και περισσότερο τις μεθόδους οινοποίησης και παράγουν άριστα γλυκά κρασιά, τα οποία, μέσω της Ρώμης, κατακτούν όλο τον τότε γνωστό κόσμο.

Πολλοί Έλληνες και Λατίνοι συγγραφείς της εποχής εκθειάζουν τον κρητικό οίνο, ο οποίος θεωρείται πως διαθέτει και φαρμακευτικές ιδιότητες. Οι πολυάριθμοι κρητικοί αμφορείς που έχουν βρεθεί είναι αδιαμφισβήτητοι μάρτυρες αυτής της αρχαίας εμπορικής επιτυχίας. Ένας μάλιστα από αυτούς, που ανακαλύφθηκε στην Πομπηία, γράφει ακόμη στο στόμιό του, στα Λατινικά, «CRET EXC», που, σύμφωνα με τους ειδικούς, σημαίνει «Εξαιρετικός Κρητικός Οίνος».

Η χριστιανική παράδοση αρχίζει σιγά σιγά να επιβάλλεται στον κόσμο. Το κρασί όμως διατηρεί τη σημαντική θέση που έχει στη ζωή των ανθρώπων. Η Ελλάδα, αλλά και όλος σχεδόν ο μεσογειακός κόσμος, ενσωματώνεται στη Βυζαντινή Αυτοκρατορία, την πρώτη χριστιανική υπερδύναμη η οποία αρχίζει να δημιουργείται.

Η Κρήτη εμπλέκεται σε μια σειρά από πολέμους και ταραχές που δεν ευνοούν την καλλιέργεια του αμπελιού και την οινοπαραγωγή. Τελικά κατακτάται από τους Βενετούς το 1204. Στη βυζαντινή Ελλάδα η παραγωγή και ιδιαίτερα η εξαγωγή του κρασιού γνωρίζουν κάμψη.

Η Κρήτη όμως, εκμεταλλευόμενη τόσο την ασφάλεια, όσο και τα εμπορικά δίκτυα που προσφέρουν οι Βενετοί, ξεκινά τη δεύτερη – και μεγαλύτερη – στη μακραίωνη ιστορία της επέλαση στις αγορές κρασιού της Ευρώπης.

Η κρητική οινοποιεία και οι εξαγωγές ανθούν υπό την κυριαρχία των Βενετών. Το 1415 εξάγονται περισσότερα από 20.000 βαρέλια οίνου εξαιρετικής ποιότητας κάθε χρόνο. Ενάμιση αιώνα αργότερα οι εξαγωγές φθάνουν τα 60.000 βαρέλια.

Το 1669 η Κρήτη κατακτάται από τους Οθωμανούς. Για τους επόμενους δύο αιώνες η εικόνα της παραγωγής κρασιού στην Κρήτη δεν είναι ξεκάθαρη, όμως η απαγόρευση της κατανάλωσης αλκοόλ από το Ισλάμ δεν μπορεί παρά να είχε αρνητικές συνέπειες. Η παραγωγή μειώνεται, ενώ η επαφή με τις αγορές της Δύσης γνωρίζει φθίνουσα πορεία.

Παρ' όλα αυτά, δεν είναι λίγες οι φορές που ακόμη και οι ανώτατοι θρησκευτικοί και πολιτικοί ηγέτες των Οθωμανών, οι σουλτάνοι, υποκύπτουν στα θέλητρα αυτού του εξαιρετικού ποτού.

Η Κρήτη απελευθερώνεται από τον οθωμανικό ζυγό στα τέλη του 19ου αιώνα. Η νέα και αρκετά προοδευτική, ανεξάρτητη διοίκηση του νησιού προωθεί με όλες τις δυνάμεις της την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό της αγροτικής παραγωγής. Έτσι, ξεκινά και η αναγέννηση της οινοπαραγωγής.

Στη διεθνή έκθεση που οργανώνεται στα Χανιά στις αρχές του 20ού αιώνα για να προβάλει τα νέα κρητικά προϊόντα στις αγορές της Δύσης βραβεύονται για την ποιότητα των κρασιών τους 18 οινοποιοί.

Το 1913 η Κρήτη προσαρτάται στο ελληνικό κράτος. Όμως η παραγμένη ιστορία της Ελλάδας τις επόμενες δεκαετίες, με τους αλλεπάλληλους

πολέμους, δεν ευνοεί τις εξαγωγές, γεγονός που επηρεάζει ιδιαίτερα το κρασί. Παρά τις δύσκολες συνθήκες όμως, η κρητική οινοποιητική παράδοση επιβιώνει στα δύσκολα αυτά χρόνια μέσα από τη βασική της μονάδα: την οικογένεια.



Ακόμη και σήμερα πολλές από τις σύγχρονες επιχειρήσεις που φτιάχνουν και εξάγουν τα κρασιά αυτά, που γίνονται ολοένα και πιο γνωστά στις ξένες αγορές και βραβεύονται σε διεθνείς διαγωνισμούς, προέρχονται από οικογένειες μεγάλων και μεσαίων γαιοκτημόνων που κράτησαν ζωντανή όλα αυτά τα χρόνια τόσο την παράδοση, όσο και την αγάπη για το κρασί.

Πριν από περίπου μία εικοσαετία, ξεκίνησε στην Ελλάδα μια μικρή επανάσταση στο χώρο του κρασιού. Μια επανάσταση που έφερε την Ελληνική οινική πραγματικότητα, στις αρχές του εικοστού πρώτου αιώνα, δυναμωμένη, με δημιουργικούς οινοπαραγωγούς, ποιοτικά κρασιά, φρέσκες ιδέες, προσεγμένους αμπελώνες, ελληνικές και ξένες ποικιλίες, πολλές φιάλες κρασί και κυρίως ένα ελπιδοφόρο μέλλον. Η εικόνα όμως αυτή έδειχνε να είναι αντιπροσωπευτική μόνο της ηπειρωτικής Ελλάδας και να μην αγγίζει το νοτιότερο κομμάτι του Ελληνικού οινικού χάρτη.

Η καθυστερημένη εισβολή της φυλλοξήρας στο νησί (ενός παρασίτου που καταστρέφει τις ρίζες του αμπελιού), μόλις το 1974, ήταν ένας σημαντικός λόγος που το Κρητικό κρασί δεν ακολούθησε την πορεία των άλλων ελληνικών οίνων.

Τα μέσα της δεκαετίας του '70 μπορεί βέβαια να φαντάζουν πολύ μακρινά σε όλους εμάς. Αν αναλογιστεί όμως κανείς, ότι για να παράγει ένα αμπέλι, σταφύλια ικανά να δώσουν έναν ποιοτικό οίνο, πρέπει να περάσουν πάνω από δέκα χρόνια, αμέσως καταλαβαίνει ότι τριάντα χρόνια δεν είναι πολλά για να προλάβει να ανασυγκροτηθεί μια αγροτική περιοχή.

Κυρίως έπειτα από το χτύπημα ενός δυνατού αντιπάλου, όπως η φυλλοξήρα. Ταυτόχρονα, οι διάφορες κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες των δεκαετιών που μεσολάβησαν, όπως η εγκατάλειψη της αγροτικής ζωής, η μετοίκηση σε μεγάλα αστικά κέντρα, η εξάπλωση των τουριστικών ζωνών σ' όλα τα σημεία του νησιού, συνέβαλαν και αυτά με τη σειρά τους, και μάλιστα σε μεγάλο βαθμό, στο να μπει το Κρητικό κρασί στο παρασκήνιο.

Όλα αυτά όμως αποτελούν ιστορίες του παρελθόντος. Το Κρητικό κρασί, ίσως δειλά αλλά σταθερά, διεκδικεί εδώ και μερικά χρόνια το μερίδιο που του ανήκει και αξιωματικά κερδίζει την προσοχή και την προτίμησή μας μέρα με τη μέρα.



Σ' αυτό συμβάλλει πολύ η ύπαρξη μιας νέας φουρνιάς ανθρώπων (οινοπαραγωγών, οινολόγων, αμπελουργών, εμπόρων, πωλητών, κλπ) που προσπαθούν να βελτιώσουν την εικόνα του Κρητικού κρασιού σ' όλες του τις συνιστώσες. Όταν λέμε βέβαια, νέα φουρνιά, δεν εννοούμε μόνο νέους σε ηλικία ανθρώπους ή νέους στο χώρο, αλλά όλους αυτούς που έχουν

αποφασίσει να αντιμετωπίσουν την μεγάλη πρόκληση που λέγεται “κρασί” με γνώσεις, όραμα και όρεξη.

Νέες ποικιλίες δοκιμάζονται, νέα αρώματα και γεύσεις αναδεικνύονται, προσφέροντας στον καταναλωτή εκλεκτά κρασιά που μπορούν να ικανοποιήσουν όλα τα γούστα και όλες τις απαιτήσεις. Αξιοποιώντας τις παραδοσιακές ποικιλίες του σταφυλιού και τη συσσωρευμένη εδώ και αιώνες πείρα, οι σημερινές οινοβιομηχανίες της Κρήτης έχουν καταφέρει να ανεβάσουν το κρητικό κρασί στη θέση που δικαιωματικά του ανήκει.

Στη σύγχρονη πραγματικότητα το κρητικό κρασί εδώ και χρόνια έχει κερδίσει και συνεχίζει να κερδίζει την προσοχή και την προτίμηση της ευρύτερης κοινής γνώμης. Τα κρητικά κρασιά αποτελούν πολύτιμη παρακαταθήκη παραδοσιακών ποικιλιών, εναρμονισμένων απολύτως στις κλιματολογικές συνθήκες του νησιού.

Το πλήθος των ντόπιων ποικιλιών, η ποικιλομορφία και η μοναδικότητα των διαφόρων οινοπεριοχών, αλλά και η μεγάλη παράδοση των Κρητικών στο κρασί είναι οι βάσεις για το σημερινό ποιοτικό πρόσωπο του κρασιού της Κρήτης και τη συνεχή ανοδική του πορεία. Στο **Παράρτημα «Β»** βλέπουμε τις ποικιλίες που καλλιεργούνται στη Κρήτη.

Η παράδοση αυτή όμως δεν θα μπορούσε να αποδώσει καρπούς χωρίς τη γνώση και την τεχνολογία. Οι Κρήτες οινοπαραγωγοί έλαβαν σοβαρά υπόψη τους τις νέες εξελίξεις, αλλά και τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Σε αυτό συνέβαλε πολύ η ύπαρξη μιας νέας γενιάς οινοπαραγωγών, οινολόγων, αμπελουργών κ.ά. που προσπαθούν να βελτιώσουν την εικόνα του κρητικού κρασιού σε όλες του τις συνιστώσες, με γνώσεις, όραμα και όρεξη. (πηγή: Περιοδικό ΣΤΙΓΜΕΣ)

4.2 .1 Το κρητικό κρασί σήμερα

Το κρασί είναι ένα από τα πιο γνωστά προϊόντα της Κρήτης. Τα τελευταία χρόνια ο Κρητικός αμπελώνας έχει κάνει συναρπαστικά βήματα όπως η αναβίωση και οινοποίηση εξαιρετικών τοπικών ποικιλιών, πειραματικές παλαιώσεις Λιάτικου, πάντρεμα δικών μας και ξένων ποικιλιών, παραγωγή αξιόλογων βαρελίσσιων λευκών.

Η Κρήτη σήμερα στέκεται περήφανα δίπλα στις μεγάλες οινικές περιοχές της Ελλάδας και διαμορφώνει την δική της ταυτότητα, την δική της ποιότητα. Καθώς νέοι μικροί παραγωγοί εμφανίζονται συνεχώς, ο κρητικός αμπελώνας εμπλουτίζεται τόσο γρήγορα, ώστε είναι δύσκολο για το κοινό να διατηρεί εικόνα των εξελίξεων.

Το ευχάριστο είναι ότι αποδίδουν καρπούς οι προσπάθειες των Κρητικών οινοποιών οι οποίοι πίστεψαν στην ποιότητα του Κρητικού αμπελώνα και πριν από αρκετά χρόνια ξεκίνησαν την προσπάθεια για να ξεφύγει το Κρητικό κρασί από την κατανάλωση του χύμα κρασιού με την αμφισβητούμενη ποιότητα και να περάσει στην εμφιάλωση με ετικέτες που τα τελευταία χρόνια διακρίνονται σε διεθνείς διαγωνισμούς.



Η εξαιρετική ποιότητα των κρασιών που παρουσιάζονται κάθε χρόνο σε διεθνείς διαγωνισμούς αποσπούν σημαντικά βραβεία και διθυραμβικά σχόλια από διακεκριμένους ειδικούς και παγκοσμίου φήμης περιοδικά που ασχολούνται με το κρασί.

Στόχος των οινοποιιών δεν είναι μόνο η παραγωγή ενός καλού κρασιού με σκοπό την συλλογή βραβείων αλλά είναι κυρίως η αναγνωρισιμότητα της εξαιρετικής δουλειάς τους και η προώθηση του κρητικού κρασιού εντός και εκτός των συνόρων της χώρας με σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών οινοτουριστικού ενδιαφέροντος καθόλη τη διάρκεια του χρόνου. Για το σκοπό αυτό οι οινοπαραγωγοί του Ν. Ηρακλείου, στα χνάρια των οινοπαραγωγών της βορείου Ελλάδος, δημιούργησαν ένα δίκτυο Δρόμων του Κρασιού του Ν.Ηρακλείου.

4.3 Η οινοτουριστική ανάπτυξη στο Νομό ηρακλείου

4.3.1 Τι είναι οι Δρόμοι του Κρασιού

Δυο ορισμοί για τους Δρόμους Κρασιού όπως αυτοί διατυπώθηκαν από τον Bruwer και τους Gatti and Incerti αντίστοιχα, είναι οι ακόλουθοι:

- Οι Δρόμοι Κρασιού είναι «τουριστική διαδρομή που συνδέει διάφορους αμπελώνες και οινοποιεία μιας συγκεκριμένης περιοχής. Η διαδρομή αυτή χαρακτηρίζεται από φυσικά θέλγητρα (βουνά και άλλα σκηνικά), υλικά θέλγητρα (εγκαταστάσεις όπως οινοποιεία και κτήματα), αμπελώνες, καθώς και δρόμους και δείκτες (πινακίδες) που κατευθύνουν τον τουρίστα στις επιχειρήσεις των Δρόμων Κρασιού».
- Οι Δρόμοι Κρασιού είναι «μια σηματοδοτημένη διαδρομή, μέσα από μια περιορισμένη περιοχή (περιφέρεια, επαρχία) στόχος της οποίας είναι η εξερεύνηση προϊόντων οίνου στην περιοχή και η ασχολία με δραστηριότητες που συνδέονται με αυτά. Αυτή η εξερεύνηση πραγματοποιείται απευθείας στις εκμεταλλεύσεις (που επιτρέπει στον ταξιδιώτη να συναντήσει τον παραγωγό) ή σε χώρους ειδικά οργανωμένους γύρω από το παραγόμενο κρασί (κέντρα γευσιγνωσίας κρασιού ή μουσεία κρασιού)».

Με άλλα λόγια, οι τουρίστες που ακολουθούν ένα Δρόμο Κρασιού έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν ένα ευρύ φάσμα εμπειριών, που περιλαμβάνει την επίσκεψη αμπελώνων, την ευκαιρία να δοκιμάσουν και να αγοράσουν κρασί, να επισκεφθούν έναν αμπελώνα ή ένα τοπικό μουσείο που τους δίνει πληροφορίες σχετικά με την παράδοση του κρασιού και την ιστορία της περιοχής. Συχνά υπάρχει η επιλογή να μείνουν σε αγροτουριστικά καταλύματα.

Μπορούν ακόμη να δοκιμάσουν τις γαστρονομικές σπεσιαλιτέ της περιοχής και να αγοράσουν προϊόντα που χαρακτηρίζουν την περιοχή απολαμβάνοντας τα τοπία. Ένας Δρόμος Κρασιού συνοδεύεται σχεδόν πάντα από ένα φυλλάδιο με ένα χάρτη που δείχνει τη διαδρομή και τα διάφορα στάδιά της. Αυτό είναι ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας, μια και συχνά είναι αυτό που παρακινεί αρχικά τον τουρίστα.

Οι δρόμοι του κρασιού μπορούν είτε να οργανωθούν από δημόσιους φορείς που εμπλέκονται στον τουρισμό, είτε από εμπορικούς ομίλους, όπως ενώσεις παραγωγών, επαγγελματικές ενώσεις, ή άλλες ενώσεις. Η δημιουργία ενός δρόμου κρασιού απαιτεί, πρώτα απ' όλα, τη συλλογική προσπάθεια διαφόρων φορέων, που δεν συνηθίζεται συχνά να συνεργάζονται και να βρεθεί μια ομοφωνία μεταξύ των διαφόρων αναγκών τους.

Οι Δρόμοι Κρασιού είναι ένα από τα πιο ενδιαφέροντα μέσα που εφαρμόζονται για την αξιοποίηση των τυπικών οίνων και των περιοχών που παράγονται, οι οποίοι εξαπλώνονται τα τελευταία χρόνια στις χώρες της Νότιας Ευρώπης και είναι ήδη εδραιωμένοι στις οινοπαραγωγικές περιοχές της Βόρειας Ευρώπης.

Το μεγαλύτερο μέρος της δομής του οινικού τουρισμού και της διάδοσης του βασίζεται στους Δρόμους Κρασιού. Η ανάπτυξη των Δρόμων Κρασιού αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας οίνου. Στην

ουσία «είναι ο “δρόμος” για τον πυρήνα έλξης του οινικού τουρισμού – της μονάδας παραγωγής κρασιού και του οινοποιείου».

Ο Δρόμος Κρασιού ως προϊόν πρέπει να αναπτυχθεί γύρω από μια βάση από τοπικά προϊόντα, ιστορικά, πολιτιστικά και φυσικά αξιοθέατα σε συνδυασμό με υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης. Τα κοινωνικά και οικονομικά οφέλη των Δρόμων Κρασιού για τα οινοποιεία της περιοχής είναι εντυπωσιακά. Όταν ένας δρόμος κρασιού έχει ιδρυθεί με επιτυχία, οι επιδράσεις του στην απασχόληση του αγροκτήματος είναι διπλάσιες.

Πρώτον, αυξάνει την αποδοτικότητα των υφιστάμενων δραστηριοτήτων, και δεύτερον, ανοίγει νέες ευκαιρίες για απασχόληση στο αγρόκτημα. Όλα τα οινοποιεία που συμμετέχουν στους δρόμους κρασιού λαμβάνουν οφέλη και αυτό δεν απαιτεί καμία ιδιαίτερη προσπάθεια εκ μέρους των παραγωγών. Απλά επωφελούνται από τη γενική ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας στην περιοχή που έρχεται με τη δημιουργία των Δρόμων Κρασιού. Τρίτον, συμβάλλουν στη βελτίωση του τοπίου, διότι μέσω της άμεσης επαφής με τους τουρίστες οι παραγωγοί συνειδητοποιούν πόσο σημαντική μπορεί να είναι η εμφάνιση του αγροκτήματός τους.

Οι Δρόμοι Κρασιού επηρεάζουν τον αριθμό των τουριστών που έρχονται στην περιοχή και τους βοηθάει να γνωρίζουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές επισκέπτονται την περιοχή, η ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες που μπορούν να πωληθούν άμεσα, όπως κρασί, ελαιόλαδο, μέλι, τυρί και οι αγροτουριστικές υπηρεσίες αυξάνονται.

Με αυτόν τον τρόπο η φήμη της περιοχής για την παραγωγή εδραιώνεται και έχει τη δυνατότητα να διαφοροποιηθεί από τις άλλες περιοχές. Αυτή η φήμη συμβάλλει στην ενδυνάμωση της ανάπτυξης συγκεκριμένων αγορών, όπως αυτές των εμφιαλωμένων οίνων και των οίνων που φέρουν στην ετικέτα τους το όνομα της περιοχής. Οι καταναλωτές θεωρούν την

εμφιάλωση του κρασιού στο αγρόκτημα «ασφάλεια ποιότητας» και συνδέουν καθαρά το κρασί με μια συγκεκριμένη περιοχή.

Οι Δρόμοι Κρασιού είναι από τη φύση τους ιδιαίτερα κατάλληλοι για την αγροτική ανάπτυξη. Περιλαμβάνουν τομείς που αντιμετωπίζουν δυσκολίες και απαιτούν μετατροπή, όπως είναι ο τομέας παραγωγής κρασιού και η γεωργία και τους συνδέει αποτελεσματικά με τομείς του τουρισμού που βρίσκονται σε αξιοσημείωτη ανάπτυξη, δηλαδή εκείνους του αγροτικού τουρισμού και του θεματικού τουρισμού.

Οι δεσμοί μεταξύ του τουρισμού και της γεωργίας συνεχίζουν να αυξάνονται και δημιουργούνται μεγαλύτερες δυνατότητες για την τόνωση της αγροτικής ανάπτυξης. Η επίδραση των Δρόμων Κρασιού μπορεί να θεωρηθεί θετική, αφού μία περιοχή στην οποία υπάρχει Δίκτυο Δρόμων του Κρασιού είχε τα εξής οφέλη:

- Την αύξηση των πολιτιστικών εκδηλώσεων.
- Την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών.
- Την αύξηση της απασχόλησης.
- Την προώθηση της περιοχής.

Για την ανάπτυξη των Δρόμων του Κρασιού σε μια περιοχή δεν είναι δυνατόν να αυτοσχεδιαστεί ένας Δρόμος Κρασιού. Όπου οι Δρόμοι Κρασιού είχαν επιτυχία στην Ευρώπη ήταν βασισμένοι στην ισόρροπη ανάπτυξη της επιχειρηματικής προσπάθειας στην παραγωγή κρασιού και του τουρισμού η οποία έχει αποδειχθεί ικανή στην αξιοποίηση της φυσική κλίσης της περιοχής για τουρισμό από τη μία πλευρά και στην υπεροχή του παραγόμενου οίνου μακράιωνης παράδοσης από την άλλη.

4.3.2 Οι Δρόμοι του Κρασιού Ν. Ηρακλείου

Οι Δρόμοι του Κρασιού Ηρακλείου δημιουργήθηκαν το 2007 από το Δίκτυο Οινοποιών που αποτελεί την κύρια συλλογική, συγκροτημένη και συντονισμένη έκφραση όλων των οινοποιών του Ν. Ηρακλείου.

Σκοπός του Δικτύου είναι η ανάπτυξη κάθε δραστηριότητας που θα συμβάλει στην ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης και των θεσμών σχετικά με την οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική σπουδαιότητα των προϊόντων αμπέλου και οίνου της Κρήτης.

Οι δραστηριότητες στις οποίες αποσκοπεί το Δίκτυο είναι η συμβολή, ο σχεδιασμός, η διαμόρφωση και η εφαρμογή της στρατηγικής και των πολιτικών ανάπτυξης όλων των δραστηριοτήτων που αφορούν στο αμπέλι και το κρασί και γενικότερα στην θεσμική στήριξη των προϊόντων αυτών στις αγορές.

Σκοπεύει στην υποστήριξη δράσεων προβολής και προώθησης των προϊόντων του Δικτύου, μέσω της συμμετοχής σε ερευνητικά προγράμματα, μέσω ερευνών αγοράς, επεξεργασίας στοιχείων, διοργάνωσης εκδηλώσεων, ημερίδων, διεθνών διαγωνισμών οίνων και αποσταγμάτων, κ.ά.

Βασικό μέλημα του Δικτύου αποτελεί η διαρκής βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων μέσω συνεχών ελέγχων που σκοπεύουν στην προστασία των καταναλωτών και των παραγωγών και στην ανάληψη πρωτοβουλιών και ενεργειών προκειμένου να αναδειχθεί, να διατηρηθεί, να υποστηριχθεί και να “κληροδοτηθεί” η πανάρχαια, πολύτιμη, ιστορική και πολιτιστική Κρητική παράδοση σχετικά με την άμπελο και τον οίνο.

Επιμέρους στόχοι της λειτουργίας του δικτύου θα είναι η ανάδειξη και αξιοποίηση της ταυτότητας του Κρητικού κρασιού παράλληλα με την αειφόρο

διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων της περιοχής και συγκεκριμένα:

- Να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων που συμμετέχουν και να διευκολύνει την πρόσβαση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους στις αγορές.
- Να διαμορφώνει ελάχιστες προδιαγραφές υψηλής ποιότητας σε ότι αφορά την επισκεψιμότητα των οινοποιείων, αλλά και της ποιότητας άλλων συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.
- Να υποστηρίξει τις επιχειρηματικές και διακλαδικές σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων της περιοχής και να προωθήσει το τοπικό επιχειρηματικό πνεύμα.
- Να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες του εθνικού και ευρωπαϊκού αναπτυξιακού σχεδιασμού, αλλά και τις δημόσιες και ιδιωτικές επενδύσεις που έχουν υλοποιηθεί στην ευρύτερη περιοχή και συμβάλουν στην οικονομική ανάπτυξη.
- Να ενισχύσει και να υποστηρίξει τον εκσυγχρονισμό και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων - μελών, παρέχοντας τεχνική στήριξη.

Οι Δρόμοι του Κρασιού Νομού Ηρακλείου μελλοντικά θα αποτελέσουν ένα ολοκληρωμένο Δίκτυο διαδρομών, που θα καλύπτει την οινοποιητική ζώνη του νομού και σε αυτό θα εντάσσεται το σύνολο των επισκέψιμων οινοποιείων. Σήμερα οι διαδρομές συγκροτούν μια ενιαία πιλοτική διαδρομή όπως φαίνεται στο **Παράρτημα «Γ»**.

Η πιλοτική διαδρομή έχει σχεδιαστεί κατά τέτοιο τρόπο ώστε ο επισκέπτης να έχει τη δυνατότητα και για άμεση και απρόσκοπτη πρόσβαση στο σημείο ή στην περιοχή και για σωστή ενημέρωση αναφορικά με τον προορισμό του. Επίσης μπορεί να επιλέγει ανά πάσα στιγμή να διαμορφώσει ο ίδιος τη διαδρομή που θα θέλει να ακολουθήσει.

(Πηγή: Νίκος Μηλιαράκης – Πρόεδρος Δικτύου Οινοποιών Ν. Ηρακλείου)

Ο Κρητικός Αμπελώνας, με την βοήθεια των Δικτύων Οινοποιών της Κρήτης – Νομού Ηρακλείου και Χανίων & Ρεθύμνου – έχει και επίσημα το δικό του ηλεκτρονικό portal, στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.winesofcrete.gr. τα Δίκτυα, σε έργο που τρέχει μέσω κοινοπραξίας με το επιμελητήριο Ηρακλείου στα πλαίσια του προγράμματος “Προώθηση οίνων σε τρίτες χώρες” που συγχρηματοδοτείται από την ΕΕ και την Ελλάδα, με την τεχνική υποστήριξη του «Κρητικού Συμφώνου Ποιότητας», «ανέβασαν» το δικό τους portal στο διαδίκτυο, για την ηλεκτρονική παρουσίαση του Κρητικού Οίνου στους πολλούς λάτρεις του καλού κρασιού εντός και εκτός Ελλάδας.



Στα πλαίσια του ίδιου προγράμματος για την ολοκληρωμένη προσπάθεια προώθησης του οινικού τουρισμού στο νησί και στην ανάδειξη των Κρητικών κρασιών, τα δίκτυα Οινοποιών της Κρήτης εξέδωσαν χάρτες με τις οινικές διαδρομές του νησιού και άλλα σημεία γαστρονομικού ενδιαφέροντος.

Στους χάρτες, υψηλής αισθητικής και ποιότητας, έκτος από όλα τα οινοποιεία της Κρήτης ανά νομό, υπάρχουν πληροφορίες για τους επισκέψιμους αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, και φυσικά προτάσεις για καλό παραδοσιακό φαγητό.

Στον οινοτουρίστα ή τον απλό επισκέπτη του νησιού παρέχονται και πληροφορίες για το κρητικό κρασί στο πέρασμα του χρόνου, πληροφορίες και

στοιχεία της ιστορίας και της παράδοσης της Κρήτης, καθώς και πληροφορίες για την περίφημη Κρητική Διατροφή.



Ακόμα το Δίκτυο Οινοποιιών (Wines of Crete), σε συνεργασία με τον Ο.Λ.Η. καλωσορίζει πλέον τους τουριστικούς επισκέπτες στο Λιμάνι του Ηρακλείου στην αποβάθρα των κρουαζιερόπλοιων. Το μήνυμα του Wines Of Crete προτρέπει τους οινόφιλους φιλοξενούμενους μας να επισκεφθούν τα Οινοποιεία του νησιού και παράλληλα να γνωρίσουν τις τοπικές μας ποικιλίες, δίνοντας τους την δυνατότητα να συλλέξουν πληροφορίες μέσα από το Νέο Application για Smart Phones που δημιούργησαν για το σκοπό αυτό.

Η Κρήτη εξελίσσεται πλέον σε έναν ολοκληρωμένο Οινικό προορισμό. Καλεί τους επισκέπτες να ζήσουν την εμπειρία της εξερεύνησης μέσα από αυτά τα σύγχρονα εργαλεία αναζήτησης των Wines of Crete από SmartPhone και να αποκτήσουν ολοκληρωμένες και άμεσες πληροφορίες για τους Οινοποιούς της Κρήτης και τον πολύχρονο ζήλο τους.

(πηγή: www.winesofcrete.gr)

4.3.3 Ο οινοτουρισμός ως μοχλός ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στο Νομού Ηρακλείου

Ο οινοτουρισμός είναι μια αναπτυξιακή ευκαιρία που πρέπει να αξιοποιηθεί, αφού διαθέτει όλα τα δυναμικά και ποιοτικά στοιχεία που επιτρέπουν τη διασύνδεση τουριστικής οικονομίας και πολιτισμού, με όρους πραγματικά αναπτυξιακούς, συμβατούς με τη φυσική και πολιτιστική ισορροπία των τόπων προορισμού.

Η καθιέρωση της 8ης Νοεμβρίου ως Ευρωπαϊκής Ημέρας Οινοτουρισμού, αποτελεί μια ακόμα θεσμική αναγνώριση της σημαντικότητας του αμπελουργικού τομέα αξιοποιώντας το κρασί ως οικονομικό και πολιτισμικό μοχλό ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας. (πηγή: www.aegeancuisine.gr)

Για να αναπτυχθεί ο οινικός τουρισμός χρειάζεται συνεργασία ανάμεσα στις οινοποιητικές μονάδες της περιοχής, τα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία και τα τουριστικά γραφεία. Όλοι ωφελούνται από αυτή τη συνεργασία. Για την τουριστική βιομηχανία του Νομού Ηρακλείου, το κρασί που παράγεται στην περιοχή είναι ένα ισχυρό στοιχείο που κάνει τον προορισμό πιο ελκυστικό.

Για τους οινοποιούς, ο οινοτουρισμός μπορεί να γίνει ένα μέσο για να ενισχυθούν οι σχέσεις ανάμεσα στα οινοποιεία και τους επισκέπτες. Οι οινοποιοί έχοντας ανοιχτά τα οινοποιεία τους στο κοινό δίνουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά την οινοποιητική διαδικασία και να δοκιμάσουν κρασιά, ενώ οι ίδιοι έχουν την ευκαιρία να πωλούν τα προϊόντα τους κατ' ευθείαν από το οινοποιείο. Σε αυτό βοήθα καταλυτικά το οργανωμένο Δίκτυο των δρόμων του κρασιού του Ν. Ηρακλείου αφού προσφέρει στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη οινική διαδρομή.

Τα επισκέψιμα οινοποιεία του δικτύου, για τη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων τους οργανώνουν διάφορες δράσεις προσελκύοντας πολλούς επισκέπτες. Η γευσιγνωσία του κρασιού είναι μια τέχνη που φέρνει σε επαφή τον χαρακτήρα του κρασιού με τις αισθήσεις του δοκιμαστή. Είναι μια είσοδος στον μυστικό κόσμο του κρασιού, μια διαδικασία που περιλαμβάνει μελέτη, ανάλυση, περιγραφή και προσδιορισμό των χαρακτηριστικών του κρασιού, επιτρέποντας στον δοκιμαστή να αποφανθεί για την ποιότητα του κρασιού.

4.3.4 Γιορτές Κρασιού

Σε πολλές περιοχές του Νομού πραγματοποιούνται πολιτιστικές και εορταστικές εκδηλώσεις οι οποίες είναι γνωστές με το όνομα Γιορτή Κρασιού. Στόχος ήταν και είναι πάντα, η ευρύτερη προβολή του κρασιού της κάθε περιοχής, η προβολή της Κρητικής παραδοσιακής διατροφής, η διαφύλαξη και διάδοση της μουσικής και παράδοσης, και γενικά η αναβάθμιση του πολιτιστικού επιπέδου της κάθε περιοχής. Τέτοιες γιορτές πραγματοποιούνται κάθε χρόνο και οι εκδηλώσεις διαρκούν από μία μέρα μέχρι μερικές εβδομάδες, προσελκύοντας πλήθος επισκεπτών.



Λαμβάνουν χώρα συνήθως στις πλατείες των χωριών όπου ο επισκέπτης μπορεί να διαλέξει και να απολαύσει δωρεάν καλό κρασί, να γευτεί τους παραδοσιακούς κρητικούς μεζέδες και φαγητά, να ενημερωθεί από τους ειδικούς για τα προϊόντα και παράλληλα να ψυχαγωγηθεί, με την γνήσια κρητική μουσική από ντόπιους καλλιτέχνες και απολαύσει παραδοσιακούς χορούς από χορευτικά συγκροτήματα αλλά και από τους ντόπιους που συμμετέχουν γιορτάζοντας για τα προϊόντα τους.

Σε χώρους που διοργανώνονται γιορτές κρασιού επίσης φιλοξενούνται και εκθέματα λαϊκής τέχνης (αγγειοπλαστική, αγιογραφία, ζωγραφική κ.α.), εκθέσεις βιβλίων καθώς επίσης και παρουσίαση και άλλων ντόπιων προϊόντων.

Οι γιορτές κρασιού, εκτός από την προώθηση του κρασιού, διακρίνονται και για την στήριξη της ντόπιας αγροτικής παραγωγής. Επίσης συμβάλλουν στη διατήρηση και διάδοση της πολιτιστικής ταυτότητας και κληρονομιάς και στην προστασία της παράδοσης. Συνήθως την ευθύνη διοργάνωσης μιας γιορτής κρασιού αναλαμβάνουν οι πολιτιστικοί σύλλογοι σε συνεργασία με τα οινοποιεία και τα παραδοσιακά καταλύματα της περιοχής.

Μία από της πιο φημισμένες γιορτές κρασιού στο νομό Ηρακλείου είναι εκείνη που διοργανώνει κάθε χρόνο με μεγάλη επιτυχία ο πολιτιστικός σύλλογος Δαφνών. Το 1976, το Κοινοτικό Συμβούλιο Δαφνών έχοντας και την συμπαράσταση όλων των κατοίκων, αξιοποιώντας το πλεονέκτημα της ποιότητας και της φήμης του τοπικού κρασιού ξεκίνησε τις πολιτιστικές - εορταστικές εκδηλώσεις, οι οποίες καταξιώθηκαν πλέον, με το όνομα ΓΙΟΡΤΗ ΚΡΑΣΙΟΥ ΔΑΦΝΩΝ.

Στόχος ήταν και είναι πάντα, η ευρύτερη προβολή του Δαφνιανού κρασιού, η καλλιέργεια ευνοϊκής καταναλωτικής συνείδησης γενικότερα για το κρασί, η προβολή της Κρητικής παραδοσιακής διατροφής, η διαφύλαξη και διάδοση της Κρητικής μουσικής και παράδοσης, και γενικά η αναβάθμιση του πολιτιστικού επιπέδου των κατοίκων της περιοχής μας.



Από το 1976 μέχρι σήμερα η γιορτή πραγματοποιείται ανελλιπώς. Οι εκδηλώσεις διαρκούν από 10 μέχρι 15 ημέρες και πραγματοποιούνται το 1ο δεκαπενθήμερο κάθε Ιουλίου, στην πλατεία του χωριού, όπου ο επισκέπτης

μπορεί να διαλέξει και να απολαύσει δωρεάν καλό Δαφνιανό κρασί, να γευτεί τους πλούσιους παραδοσιακούς μεζέδες και φαγητά, παρέα με την γνήσια Κρητική μουσική και χορούς από εκλεκτούς καλλιτέχνες με διαφορετικό συγκρότημα κάθε βράδυ.

Στο χώρο της γιορτής κατά καιρούς φιλοξενούνται εκθέματα της Κρητικής λαϊκής τέχνης (αγγειοπλαστική, αγιογραφία, ζωγραφική κλπ) καθώς και εκθέσεις βιβλίων, παραδοσιακών αγροτικών εργαλείων και ντόπιων κρασιών.

Πέρα από την προώθηση της Κρητικής παραδοσιακής διατροφής όλες τις ημέρες των εκδηλώσεων, αφιερώνεται ειδική βραδιά προβολής της Κρητικής διατροφής σε συνδυασμό με την προβολή των Δαφνιανών ερασιτεχνών οργανοπαιχτών οι οποίοι και πλαισιώσουν μουσικά την βραδιά αυτή. Η γιορτή κρασιού Δαφνών κατάφερε να καθιερωθεί σαν θεσμός πλέον και κάθε χρόνο προσελκύει χιλιάδες ντόπιους αλλά και ξένους επισκέπτες.

Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις «Γιορτή κρασιού Δαφνών», εκτός από την προσφορά ποιοτικής ψυχαγωγίας διακρίνονται για τον κοινωνικοοικονομικό τους ρόλο με την στήριξη της ντόπιας αγροτικής παραγωγής, - του κρασιού - το οποίο είναι αιτία και πραγματοποιούνται αυτές οι εκδηλώσεις και με το οποίο είναι άρρηκτα συνδεδεμένη η περιοχή μας.

Επίσης συμβάλλουν στη διατήρηση και διάδοση της πολιτιστικής μας ταυτότητας και κληρονομιάς, στη προστασία της παράδοσης μας από τα ισχυρά και αλληπάλληλα κτυπήματα που δέχεται μέσα σ' αυτό το συνεχώς μεταβαλλόμενο και σε μεγάλο βαθμό καθοδηγούμενο κόσμο.

Προσπαθούν, να αναδείξουν και να προβάλλουν την καλλιτεχνική δημιουργική ικανότητα των νέων, τα ήθη και έθιμα του τόπου, τις παραδοσιακές μορφές παραγωγής, τα οποία σιγά – σιγά σβήνουν μέσα στη

λαίλαπα της παγκοσμιοποίησης της εμπορευσιμότητας και του ανταγωνισμού που επικρατεί σ' όλους τους τομείς δραστηριότητας της κοινωνίας σήμερα.

Σήμερα την ευθύνη διοργάνωσης της γιορτής κρασιού, έχει ο Πολιτιστικός Σύλλογος Δαφνών ο οποίος έχει συστήσει οργανωτική επιτροπή αποτελούμενη από εκπροσώπους όλων των συλλογικών φορέων του χωριού.

(πηγή: www.winefest-dafnes.gr)

4.3.5 «Οινοτικά», η έκθεση για το κρητικό κρασί

Κάθε χρόνο για τα τελευταία 4 χρόνια, στην καρδιά του χειμώνα, το δίκτυο των Δρόμων του κρασιού Ν.Ηρακλείου σε συνεργασία και με οινοποιούς από όλη την Κρήτη διοργανώνουν την έκθεση κρητικού κρασιού «Οινοτικά». Συμμετέχουν όλα τα μεγάλα και μικρά οινοποιεία της Κρήτης με έναν μεγάλο αριθμό ετικετών που πολλά από αυτά είναι βραβευμένα σε διεθνείς διαγωνισμούς.



Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, κάθε χρόνο, διοργανώνονται και κάποιες άλλες παράλληλες δράσεις που έχουν σχέση με τον τουρισμό και την κρητική παράδοση, όπως δημιουργία συνταγών της κρητικής κουζίνας και διαλέξεις για θέματα που αφορούν διάφορα θέματα γύρω από τον τουρισμό και το κρασί.

Αυτό που κάνει ιδιαίτερη εντύπωση στον απλό επισκέπτη είναι η γευσιγνωσία όλων των κρασιών που παρουσιάζονται στην έκθεση. Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να περάσει από όλα τα περίπτερα των

οινοποιείων, να δοκιμάσει όλα τα κρασιά μαθαίνοντας από τους ίδιους τους οινοποιούς για τα χαρακτηριστικά των κρασιών τους. Φεύγοντας κάθε επισκέπτης από την έκθεση παίρνει μαζί του ένα συλλεκτικό ποτήρι κρασιού για να του θυμίζει πάντα το υπέροχο ταξίδι στη γευσίγνωσία του κρητικού κρασιού.

Η επισκεψιμότητα κάθε χρόνο είναι και μεγαλύτερη, γεγονός που χαροποιεί ιδιαίτερα τους διοργανωτές γιατί έτσι επιβεβαιώνεται πως το κρασί και οι δραστηριότητες που συνδέονται γύρω από αυτό έχουν ολοένα και μεγαλύτερη απήχηση στον κόσμο.

4.3.6 «Ανοιχτές Πόρτες» και άλλες εκδηλώσεις

Στα πλαίσια της προσπάθειας των οινοποιών της περιοχής αλλά και των ιδιοκτητών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αλλά και επιχειρήσεων γαστρονομικού ενδιαφέροντος διοργανώνονται συχνά βραδιές οινογευσίας και τοπικής γαστρονομίας με σκοπό να φέρουν τον κόσμο πιο κοντά στο προϊόν που λέγεται κρασί αλλά και σε άλλα τοπικά προϊόντα.



Τέτοιες εκδηλώσεις γίνονται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου σε παραδοσιακούς ξενώνες ή εστιατόρια με τοπική παραδοσιακή κουζίνα καθώς και σε οινοποιεία σε χώρους ειδικά διαμορφωμένους για αυτό το σκοπό.

Παρόμοιες πρωτοβουλίες ανάδειξης των τοπικών προϊόντων, των ηθών και εθίμων, της κουλτούρας και του πολιτισμού της περιοχής, διοργανώνουν και οι φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Διαγωνισμοί παραδοσιακής οινοποίησης και κρητικής γαστρονομίας, αναβίωση παλιών κρητικών χωρών και εθίμων, έκθεση ειδών λαϊκής τέχνης, φεστιβάλ κρητικής μουσική κ.α. είναι μερικές από τις πρωτοβουλίες των ΟΤΑ για την προσέλκυση επισκεπτών σε περιοχές εναλλακτικού τουριστικού ενδιαφέροντος.

Επίσης μια φορά το χρόνο σε όλη την Ευρώπη, συνεπώς και στη χώρα μας, ανοίγουν οι πόρτες των οινοποιείων για το κοινό. Οι «Ανοιχτές Πόρτες» αποτελούν μία πρωτοβουλία του Ευρωπαϊκού Δικτύου Πόλεων του Κρασιού με στόχο η κάθε πόλη που συμμετέχει στο δίκτυο να δημιουργήσει ένα γεγονός γύρω από το κρασί που θα φέρει τον καταναλωτή κοντά στο χώρο παραγωγής του.

Σκοπός της εκδήλωσης είναι η κάθε πόλη που συμμετέχει στο δίκτυο να δημιουργήσει ένα γεγονός γύρω από το κρασί προκειμένου να φέρει τον καταναλωτή κοντά στο χώρο παραγωγής του. Πιο συγκεκριμένα, για δύο ημέρες σε όλη την Ευρώπη όλα τα οινοποιεία διοργανώνουν πολυθεματικές εκδηλώσεις, ξενάγηση στο αμπέλι, στο χώρο παραγωγής, στην κάβα, γευστική δοκιμή των κρασιών και παρουσιάσεις κρασιών, θα πραγματοποιηθούν ανά οινοποιείο με σκοπό να έρθει ο καταναλωτής πιο κοντά στην παραγωγή του κρασιού και των ανθρώπων της.



5. Συμπεράσματα

5.1 Επιπτώσεις οικονομικής κρίσης στον τουρισμό

Η παγκόσμια οικονομική ύφεση του 2008 είναι το αποτέλεσμα που προκλήθηκε από τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση του 2007 σε τομείς της πραγματικής οικονομίας της διεθνούς κοινότητας.

Η πιστωτική κρίση από την έλλειψη ρευστότητας έγινε εμφανής στους χρηματιστηριακούς δείκτες των ανεπτυγμένων χωρών, ενώ πολλά χρηματιστήρια παρέμειναν κλειστά λόγω των μεγάλων απωλειών από τις πωλήσεις των επενδυτών.

Σημαντικοί κλάδοι της οικονομίας επλήγησαν, όπως ο τραπεζικός, ο ασφαλιστικός, ο κτηματομεσιτικός, οι αυτοκινητοβιομηχανίες, το εμπόριο και άλλοι, με άμεσα αποτελέσματα στα οικονομικά μεγέθη των οικονομιών, όπως αύξηση της ανεργίας, νέες πληθωριστικές πιέσεις, υποτίμηση νομισμάτων κ.α. Σύμφωνα με αναλυτές, η κατάσταση της οικονομικής ύφεσης προσομοιάζει με την παγκόσμια οικονομική ύφεση του 1929, με τους ρυθμούς ανάπτυξης να υποχωρούν και τα δημοσιονομικά των χωρών να εκτίθενται στο ενδεχόμενο εκτροπής.

Την λεγόμενη "Μαύρη Παρασκευή", στις 24 Οκτωβρίου 2008, σημειώθηκαν απώλειες 3,2τρς δολάρια, σε Ευρώπη και Ασία, ενώ ξένοι επενδυτές έσπευσαν σε μαζικές ρευστοποιήσεις στην Ελλάδα. Ο Γενικός Χρηματιστηριακός Δείκτης των Αθηνών έπεσε κάτω από τις 1.800 μονάδες, στα χαμηλότερα επίπεδα από το 1989, παρά τα πραγματικά κέρδη που εμφάνιζαν οι ελληνικές τράπεζες και επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα σημειώθηκαν απώλειες 24 δισ. ευρώ στο δεύτερο εξάμηνο του 2008, μέσα σε 24 μέρες.

Η κρίση έγινε σύντομα εμφανής σε μεγέθη της πραγματικής ελληνικής οικονομίας. Τα έσοδα του κράτους ανήλθαν στα 39,2 δισ. ευρώ, έναντι στόχου

41,6 δις. ευρώ, ενώ στην Ελλάδα σημειώθηκαν οι μεγαλύτερες απώλειες βιομηχανικών παραγγελιών στην Ευρωζώνη, ύψους 10%, τη στιγμή που εμφανίστηκαν απώλειες 7% στη Γαλλία. Αναλυτές προβλέπουν μείωση της κατανάλωσης, των εξαγωγών και της παραγωγικής δραστηριότητας, ενώ οι κατασκευές παραμένουν παγωμένες. Απαισιόδοξες ήταν οι προβλέψεις του οικονομικού Τύπου και για τα ποσοστά της ανεργίας στον κόσμο αλλά και στην χώρα μας που σήμερα φτάνει σε ποσοστά ρεκόρ από τη μεταπολίτευση και μετά. (πηγή: el.wikipedia.org)

Παρά το ότι η κρίση ήρθε μεταχρονολογημένα στην Ελλάδα σε σχέση με τις μεγάλες χώρες της Ευρώπης, τα έτη 2009 και 2010, έπληξε τον τουριστικό κλάδο προκαλώντας σημαντικές οικονομικές απώλειες. Εδώ μπορούμε να πούμε με βεβαιότητα ότι τα νούμερα σε αφίξεις και εισπράξεις έχουν πέσει και έχουν παραμείνει σε χαμηλά επίπεδα.

Τα προβλήματα που προκύπτουν από την οικονομική κρίση στον τουρισμό εν γένει είναι επιγραμματικά τα παρακάτω:

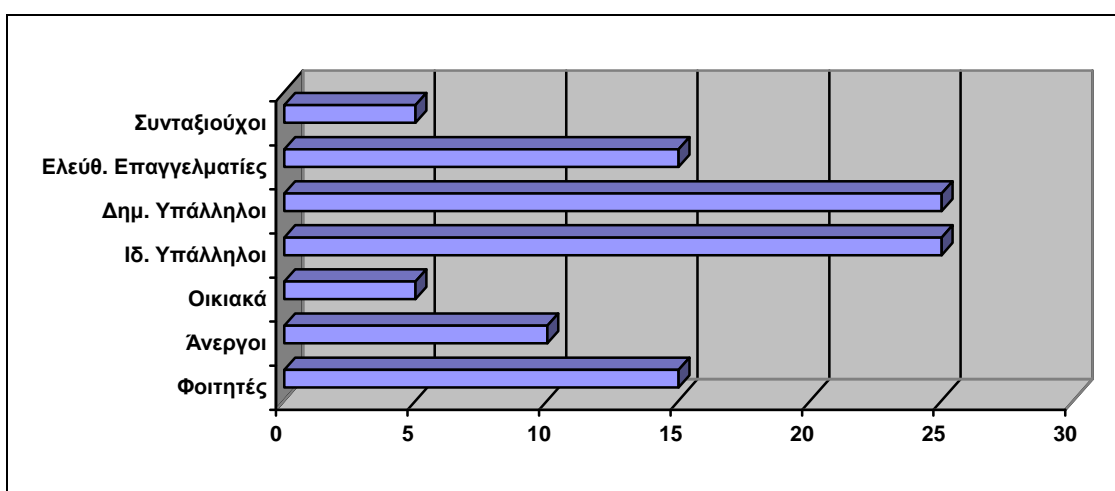
- μείωση του αριθμού των τουριστών
- πτώση της αγοραστικής δύναμης των τουριστών
- μείωση του τζίρου των τουριστικών επιχειρήσεων
- αδυναμία είσπραξης οφειλών
- αδυναμία εξόφλησης προμηθευτών
- αύξηση της ανεργίας στον κλάδο
- πτώση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών

5.2 Αποτελέσματα Έρευνας

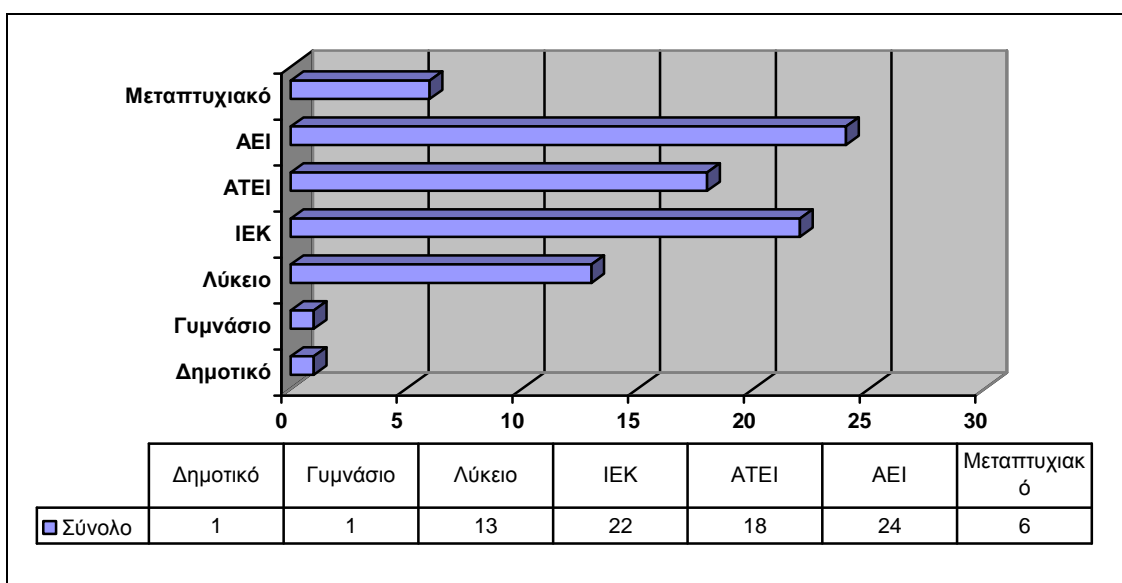
Για τις ανάγκες της παρούσας πτυχιακής εργασίας, συντάξαμε και διανείμαμε ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με το θέμα μας, με σκοπό να συλλέξουμε πληροφορίες για το πόσο είναι ευρέως γνωστός ο οινoturισμός

ως νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Τα ερωτηματολόγιο θα το δούμε αναλυτικά στο Παράρτημα «Δ».

Το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε δείγμα εκατό ατόμων (50 γυναίκες, 50 άντρες). Δέκα από τους ερωτηθέντες κατάγονται και διαμένουν μόνιμα στο εξωτερικό (2 Γαλλία, 2 Γερμανία, 1 Ισπανία, 2 Ιταλία, 1 Αυστραλία, 2 Λατινική Αμερική). Στα παρακάτω διαγράμματα θα δούμε το ποσοστό των ερωτηθέντων σύμφωνα με το επάγγελμα τους και το μορφωτικό τους επίπεδο αντίστοιχα.

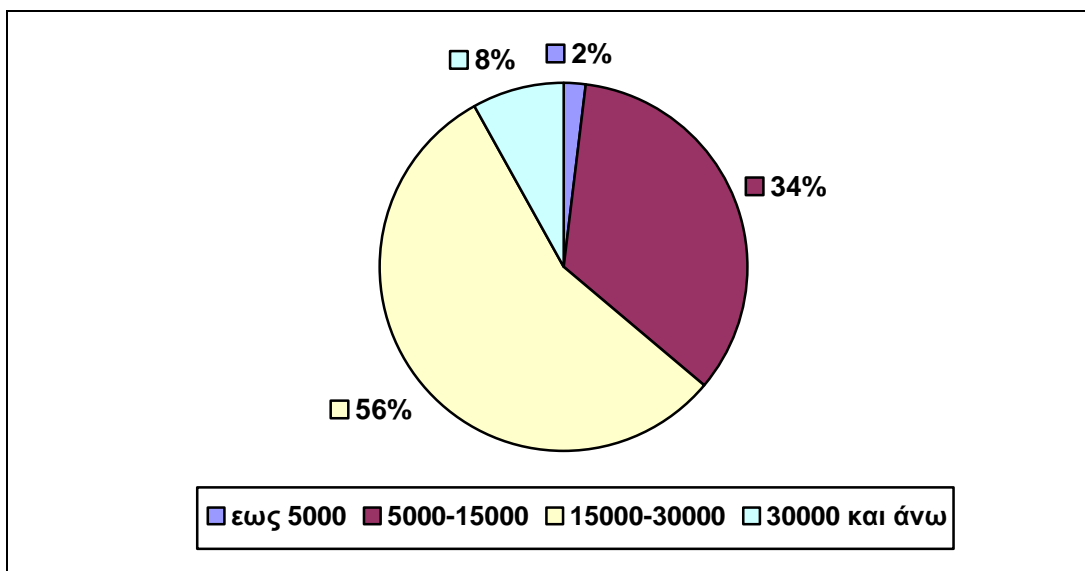


(Διάγραμμα 1, ποσοστό ερωτηθέντων με βάση το επάγγελμα)



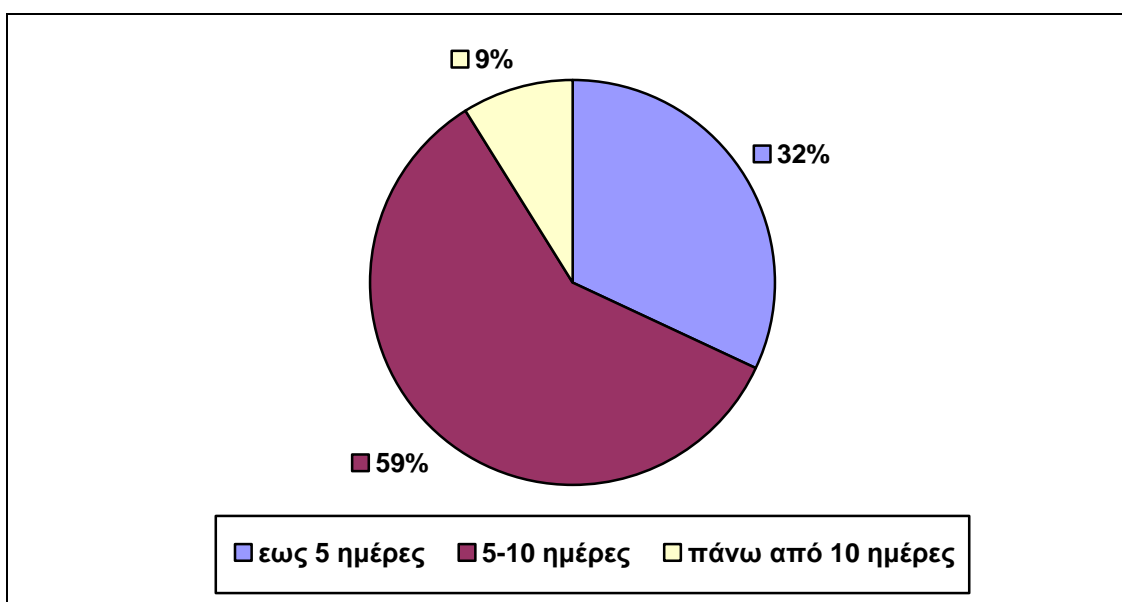
(Διάγραμμα 2, Μορφωτικό επίπεδο ερωτηθέντων)

Το οικονομικό status των ερωτηθέντων φαίνεται αναλυτικά στο παρακάτω διάγραμμα.



(Διάγραμμα 3, Εισόδημα ερωτηθέντων)

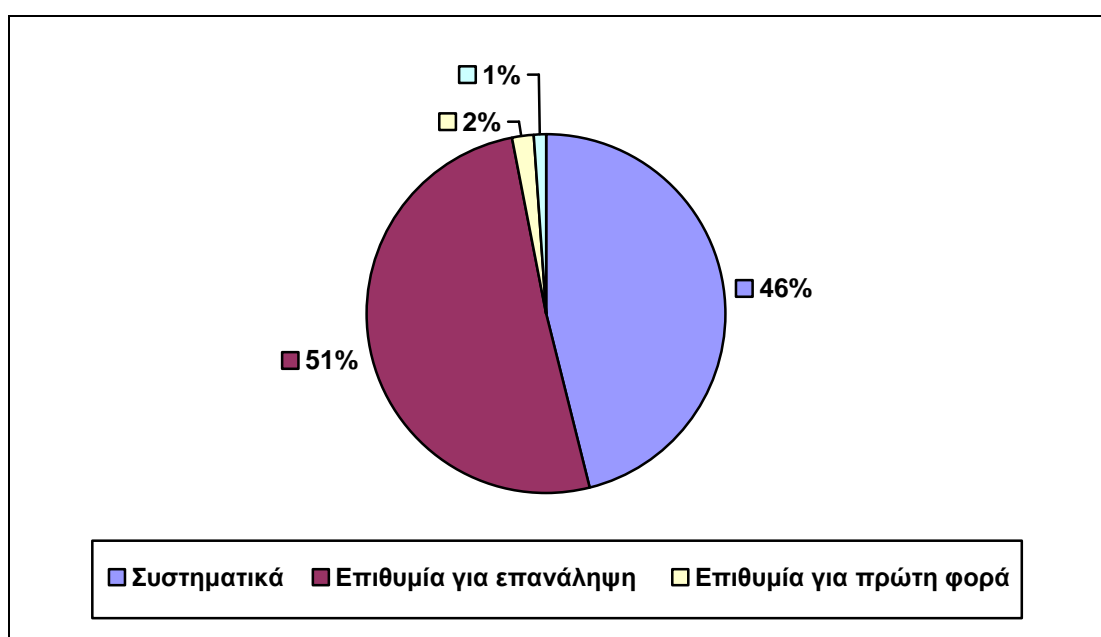
Η διάρκεια των διακοπών των ερωτηθέντων ανέρχεται σε 32% έως πέντε ημέρες, 59% μεταξύ πέντε και δέκα ημερών, και το 9% από δέκα μέρες και άνω.



(Διάγραμμα 4, Διάρκεια διακοπών ερωτηθέντων)

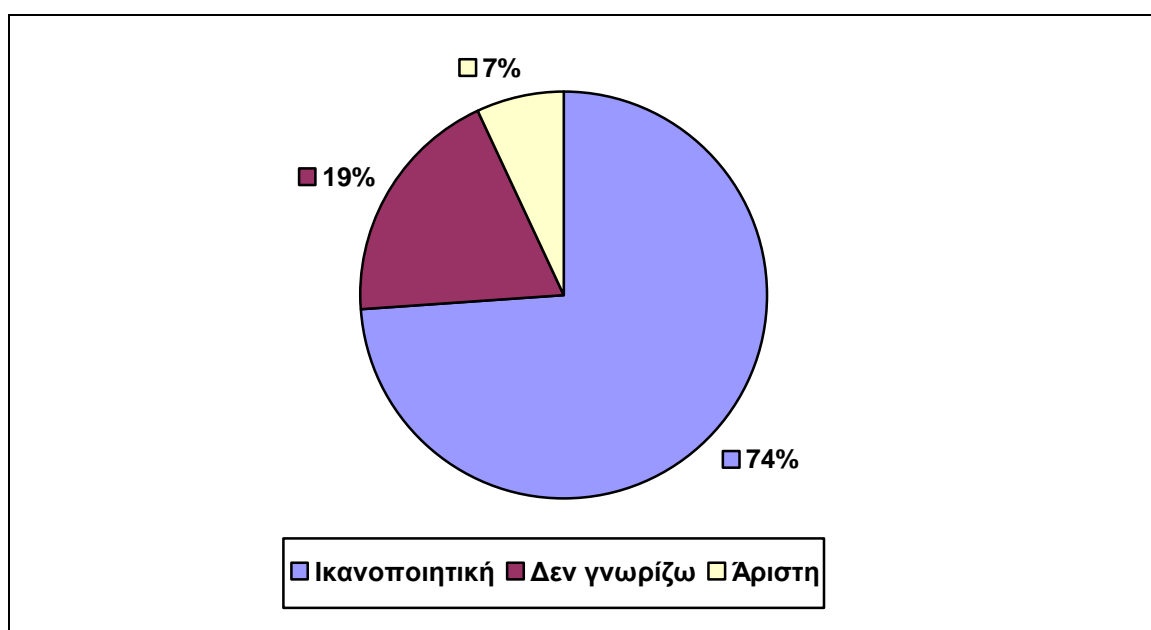
Το εντυπωσιακό στην έρευνα ήταν ότι το 97% των ερωτηθέντων γνώριζαν για τον οινοτουρισμό ενώ μόνο το 3% δεν είχαν ακούσει τίποτα σχετικά με το θέμα, δηλώνοντας χαρακτηριστικά ότι δεν υπάρχει επαρκής ενημέρωση για το θέμα. Επίσης το 72% έχει επισκεφτεί έστω ένα οινοποιείο στην περιοχή τους ενώ από αυτούς το 46% έχει επισκεφτεί οινοποιεία και σε άλλες περιοχές.

Στην ερώτηση εάν σε επόμενες διακοπές θα διάλεγαν κάποια οινοπαραγωγική περιοχή σαν προορισμό τους, το 46% δήλωσε ότι κάνει συστηματικά οινοτουρισμό, 51% ότι επιθυμεί στο μέλλον να ξανακάνει οινοτουρισμό, το 2% ότι επιθυμεί να βιώσει για πρώτη φορά αυτή την εμπειρία και το 1% ότι δεν έχει κανένα ενδιαφέρον για το θέμα.



Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο που συλλέξαμε είναι ότι το 10% των ερωτηθέντων προτιμά να καταναλώνει σπιτικό ή χύμα κρασί και το 90% δήλωσε ότι προτιμά το εμφιαλωμένο κρασί. Ο λόγος της προτίμησης είναι η σταθερή αλλά και καλή ποιότητα των εμφιαλωμένων κρασιών. Το γεγονός αυτό ενισχύει τις πωλήσεις των οινοποιείων και δίνει οικονομική ώθηση στις επιχειρήσεις που σχετίζονται με το κρασί.

Τέλος στην ερώτηση αν θεωρούν ποιοτικές τις προσφερόμενες υπηρεσίες στον οινoturισμό στην περιοχή του Ηρακλείου σε σχέση με άλλες οινουριστικές περιοχές απάντησαν το 19% ότι δεν γνωρίζει το επίπεδο των υπηρεσιών άλλων περιοχών, το 74% θεωρεί ότι οι προσφερόμενες υπηρεσίες βρίσκονται σε ικανοποιητικό επίπεδο διαβλέποντας τάση για βελτίωση και το 7% βρίσκει τις υπηρεσίες σε πολύ υψηλό επίπεδο.



(Διάγραμμα 5, Επίπεδο υπηρεσιών οινουρισμού στο Ηράκλειο)

5.3 Η ανάγκη για αλλαγή

Η κρίση όμως εκτός από αρνητικές επιπτώσεις, επέφερε και κάποιες θετικές σε ορισμένες περιπτώσεις. Πολλοί επιχειρηματίες του τουρισμού συνειδητοποίησαν ότι επιβάλλεται να στραφούν σε πιο ποιοτικές και εναλλακτικές υπηρεσίες με σκοπό να προσεγγίσουν περισσότερους επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Η στροφή στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ειδικά στην περίπτωση της μελέτης μας, στον οινουρισμό, έχει φέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη σε περιοχές όπου συντελείται. Ενθαρρυντικό είναι και το

γεγονός ότι και οι τοπικοί παράγοντες βοηθούν προς αυτή την κατεύθυνση, όσο το επιτρέπει η αυστηρή οικονομική πολιτική του κράτους.

Παρόλο που ο οινοτουρισμός βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης, έχουν ήδη γίνει φανερά τα οικονομικά οφέλη που προσφέρει, καθώς η νέα αυτή μορφή τουρισμού για τον τόπο μας, συνιστά ανερχόμενη τάση στην τουριστική αγορά και επισκιάζει το παλιό μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού.



Ο οινοτουρισμός γενικά μπορεί να συμβάλλει:

- στην ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος μέσω τουριστικών δραστηριοτήτων, με αποτέλεσμα την άνοδο του οικονομικού επιπέδου της περιοχής
- στη συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού στις περιοχές του
- στην αξιοποίηση αλλά και διαφύλαξη της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς
- στη διάδοση των τοπικών προϊόντων και πέρα από τα όρια του νομού.

Για να συμβούν όμως όλα αυτά θα πρέπει να υπάρχει συνεργασία των ΟΤΑ και των ιδιωτών με σκοπό τη σωστή οργάνωση και ανάπτυξη του

οινοτουρισμού στο νομό. Ακόμη είναι πολύ σημαντική η δημιουργία έργων υποδομής για να είναι δυνατή η πρόσβαση και η φιλοξενία των επισκεπτών στις διάφορες περιοχές του νομού όπου είναι απαραίτητη προϋπόθεση προκειμένου να προσελκύσει τον επισκέπτη.

Εκτός όμως από καλή τουριστική υποδομή, απαραίτητο είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες να διέπονται από κάποια ποιότητα καθώς θα πρέπει να προσαρμόζονται στις ανάγκες των επισκεπτών. Πολύ σημαντικό όμως είναι να προσφέρεται ένα πλούσιο προϊόν, δηλαδή να υπάρχει αυθεντικότητα και να προβάλλει το φυσικό κάλλος σε συνδυασμό με τα παραδοσιακά στοιχεία της τοπικής παραγωγής και τοπικής κοινωνίας.

Για να διατηρηθούν όμως οι ισορροπίες ανάμεσα στον τουρισμό και τον αγροτικό χώρο δεν αρκούν οι θεωρητικές αναλύσεις. Πρέπει να συνειδητοποιήσει ο πολίτης που ζει και δραστηριοποιείται σε μια τουριστική περιοχή, ότι η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί βασική προϋπόθεση όχι μόνο για να καλυτερεύσει η ποιότητα ζωής του αλλά και για να λύσει το πρόβλημα της οικονομικής του επιβίωσης. Δυστυχώς συχνά οι φορείς αλλά και οι πολίτες δεν αναγνωρίζουν την αλληλεξάρτηση του τουρισμού και του περιβάλλοντος και έχουν ως αποτέλεσμα τη μη βιώσιμη ανάπτυξη.

Σε θέματα τουριστικών υποδομών παρατηρείτε στο νομό μεγάλη ανομοιογένεια. Το μοντέλο ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού έχει πλήξει ανεπανόρθωτα κάποιες περιοχές που από μειονεκτική θέση πλέον, παρατηρούν την ήπια και βιώσιμη ανάπτυξη άλλων περιοχών, κυρίως στη νότια πλευρά αλλά και στην ενδοχώρα του νομού.

Τελικό συμπέρασμα από την έρευνα και τη μελέτη για την παρούσα εργασία είναι ότι αν και ο οινοτουρισμός στο νομό Ηρακλείου βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο, ήδη έχουν γίνει αξιόλογες κινήσεις και δράσεις για την ανάπτυξη αυτού του μοντέλου τουρισμού στην περιοχή.

Τοπικοί φορείς και ιδιώτες οφείλουν να εκμεταλλευτούν το γεγονός της τεράστιας προσέλευσης επισκεπτών στην περιοχή λόγω του μαζικού τουρισμού και από αρνητικό να το μετατρέψουν σε θετικό στοιχείο, προωθώντας το βιώσιμο και φιλικό μοντέλο οινoturισμού.

Απαραίτητη προϋπόθεση για τη συνέχιση και βελτίωση του προγράμματος είναι η καλή συνεργασία των τοπικών φορέων και των ιδιωτών με σκοπό την καθιέρωση της περιοχής σαν έναν από τους δημοφιλέστερους οινoturιστικούς προορισμούς της χώρας.

Παράρτημα «Α»

Οι Αμπελοοινικές περιοχές της Ελλάδας

Πελοπόννησος

1. Νεμέα

Ποικιλία: Αγιωργήτικο

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΝΕΜΕΑ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΚΟΣ ΟΙΝΟΣ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟΣ ΟΙΝΟΣ

Χωρίζεται σε 3 ζώνες:

1. Μία ημιορεινή με υψόμετρο 450-650 μ. Εδώ παράγονται κρασιά κατάλληλα για παλαίωση.

2. Μία με υψόμετρο 250 μ. όπου η ταχύτερη ωρίμανση και ο υψηλότερος αλκοολικός τίτλος επιτρέπουν την παραγωγή ημίγλυκων οίνων και

3. Μία μεγάλου υψομέτρου 750-800 μ. όπου παίρνουμε γλεύκη με μικρότερη περιεκτικότητα σε σάκχαρα, κατάλληλα για την παραγωγή ροζέ κρασιών.

2. Μαντινεία

Ποικιλία: Μοσχοφίλερο (Ξανθοφίλερο, Φιλέρι, Ασπροφίλερο, Γκριζοφίλερο)

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟΣ ΟΙΝΟΣ

Η ζώνη της Μαντινείας βρίσκεται στο οροπέδιο της Τρίπολης και αναπτύσσεται ΒΑ & ΝΑ της πόλης.

3. Αχαΐα

Ποικιλία: Ροδίτης, Μαυροδάφνη, Μοσχάτο

Προϊόντα: ΟΠΕ ΠΑΤΡΑ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟΣ ΟΙΝΟΣ, ΜΑΥΡΟΔΑΦΝΗ ΟΠΑΠ

4. Υπόλοιπο Πελοποννήσου

Τοπικός οίνος Τριφυλλίας & Τοπικός οίνος Μεσσηνίας

Ποικιλία: Λευκός (Ugni Blanc, Φιλέρι), Ερυθρός (Cabernet. Sauvignon, Merlot, Cabernet. Franc, Grenache, Carignan)

Τοπικός οίνος Πυλίας

Ποικιλία: Λευκός: Ροδίτης, Ugni Blanc, Chardonnay

Τοπικός Οίνος Ορεινής Κορινθίας

Ποικιλία: Ροζέ: Αγιωργήτικο

Τοπικός Πελοποννησιακός

Ποικιλία: Λευκός & Ερυθρός.

Στερεά Ελλάδα & Εύβοια

1. Βοιωτία

Ποικιλία: Σαββατιανό, Ροδίτης, Cab.Sauvignon, Merlot, Grenache Rouge

Προϊόντα: ΤΟΠΙΚΟΣ ΟΙΝΟΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΘΗΒΑΪΚΟΣ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΟΙΝΟΣ ΛΟΚΡΙΔΟΣ Λευκός, Ροζέ & Ερυθρός.

Θεσσαλία

1. Ραψάνη

Ποικιλία: Ξινόμαυρο, Σταυρωτό & Κρασάτο.

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΡΑΨΑΝΗ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΘΕΣΣΑΛΙΚΟΣ ΟΙΝΟΣ.

Η ζώνη της Ραψάνης βρίσκεται στην έξοδο της κοιλάδας των Τεμπών.

2. Αγχιάλος

Ποικιλία: Σαββατιανό, Ροδίτης.

Προϊόντα: ΟΠΕ ΑΓΧΙΑΛΟΣ.

3. Καρδίτσα

Ποικιλία: Μαύρο Μεσενικόλα, Λευκό Μπατίκι, Ροζακί, Μοσχάτο Αμβούργου.

4. Τύρναβος

Ποικιλία: Μπατίκι, Μοσχάτο Αμβούργου, Σαββατιανό, Ροδίτης.

Μακεδονία Θράκη

1. Νάουσα

Ποικιλία: Ξινόμαυρο

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΝΑΟΥΣΑ

2. Γουμένισσα

Ποικιλία: Ξινόμαυρο, Νεγκόσκα

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΓΟΥΜΕΝΝΙΣΑ

3. Αμύνταιο

Ποικιλία: Ξινόμαυρο

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΑΜΥΝΤΑΙΟ Ροζέ απλά & αφρώδη κρασιά.

4. Χαλκιδική

Ποικιλία: Cab. Sauvignon, Cab. Franc, Ροδίτης, Αθήρι

Προϊόντα: ΠΛΑΓΙΕΣ ΜΕΛΙΤΩΝΑ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΑΓΙΟΡΕΙΤΙΚΟΣ ΟΙΝΟΣ, ΤΟΠΙΚΟΣ ΟΙΝΟΣ ΕΠΑΝΩΜΗΤΙΚΟΣ, κλπ.

Ήπειρος

1. Ζίτσα

Ποικιλία: Ντεμπίνα, Cab. Sauvignon.

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΖΙΤΣΑ

Λεπτό δροσερό, με φρουτώδη γεύση και φυσικό αφρώδες.

2. Μέτσοβο

Πρότυπος αμπελώνας Αβέρωφ σε υψόμετρο 800 μ.

Νησιά Ιονίου

1. Κεφαλονιά

Ποικιλία: Ρομπόλα, Μοσχάτο, Μαυροδάφνη.

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ

Νησιά Αιγαίου

1. Σάμος

Ποικιλία: Μοσχάτο λευκό

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΣΑΜΟΣ

2. Λήμνος

Ποικιλία: Μοσχάτο Αλεξάνδρειας

Προϊόντα: ΟΠΕ ΛΗΜΝΟΣ

3. Πάρος

Ποικιλία: Μανδηλαριά

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΠΑΡΟΣ

4. Σαντορίνη

Ποικιλία: Ασύρτικο, Αθήρι, Αϊδάνι, Μανδηλαριά.

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ, VINSANTO

5. Ρόδος

Ποικιλία: Αθήρι, Μανδηλαριά, Μοσχάτο λευκό & Μοσχάτο Trani

Προϊόντα: ΟΠΑΠ ΡΟΔΟΣ, ΡΟΔΟΣ ΕΡΥΘΡΟΣ, ΜΟΣΧΑΤΟΣ ΡΟΔΟΥ, ΑΦΡΩΔΕΙΣ ΟΙΝΟΙ.

(πηγή: www.houseofwine.gr)

Παράρτημα «Β»

Ποικιλίες που καλλιεργούνται στην Κρήτη

Βηλάνα: Η κατ' εξοχήν λευκή κρητική ποικιλία, με ιδιαίτερα αρωματικό χαρακτήρα και καλή οξύτητα. Αναζητήστε την και «περασμένη» από βαρέλι.

Βιδιανό: Η κρητική ποικιλία που θα συζητηθεί στο άμεσο μέλλον. Πολλοί τη χαρακτηρίζουν ως το Chardonnay της Κρήτης! Έχει δώσει εξαιρετικά αποτελέσματα σε λευκά μονοποικιλιακά κρασιά, αλλά και ως συνδυασμός με άλλες τοπικές ποικιλίες, όπως Πλυτό, Θρασαθήρι και Βηλάνα.

Πλυτό: Ποικιλία εξαιρετικά ισορροπημένη και αυτοδύναμη. Τη διακρίνει μέτρια ισορροπημένη οξύτητα και λεπτά, φρουτώδη αρώματα.

Δαφνί: Πήρε το όνομά του από τη συγγένεια των αρωμάτων του με το φυτό της δάφνης. Είναι συγγενική ποικιλία με το Μοσχοφίλερο. Αν και λευκό κρασί, επιδέχεται παλαίωση με εντυπωσιακά αποτελέσματα.

Θρασαθήρι: Σπάνια ποικιλία, καλλιεργείται σε λίγα στρέμματα και έχει βασικά της χαρακτηριστικά τα ιδιαίτερα αρώματα, την καλή οξύτητα και τη σταθερότητα στο χρώμα.

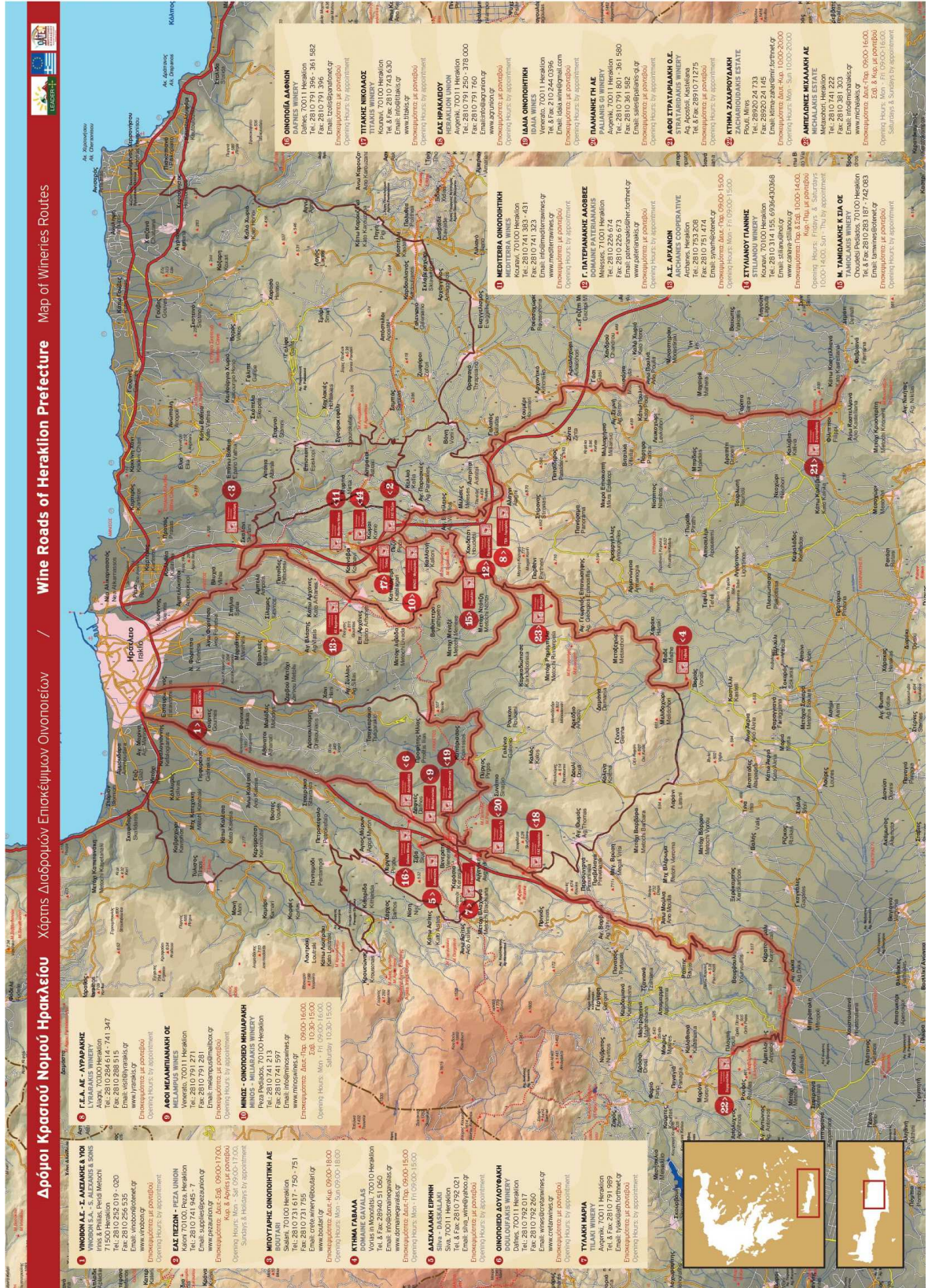
Κοτσιφάλι: Σε συνδυασμό με το Μανδηλάρι αποτελεί την πρώτη ύλη για τα ερυθρά κρητικά κρασιά. Το Κοτσιφάλι έχει χαρακτηριστικό αρωματικό δυναμικό και ισχυρό αλκοολικό τίτλο. Συνδυάζεται με το Μανδηλάρι λόγω της έλλειψής του σε τανίνες και χρωστικές ουσίες, τις οποίες διαθέτει απλόχερα το Μανδηλάρι.

Μανδηλάρι: Και όχι Μανδηλαριά, όπως την ονομάζουν στην υπόλοιπη Ελλάδα, ο «βαφειάς» για τους ντόπιους. Η ποικιλία που χαρίζει βαθύ κόκκινο χρώμα στο κρασί, προσδίδει όγκο στο σώμα του, αλλά θέλει ιδιαίτερη

καλλιεργητική προσπάθεια για να φτάσει τα απαραίτητα σάκχαρα και άρα την επιθυμητή αλκοόλη.

(πηγή: www.winesofcrete.gr)

Παράρτημα «Γ»



Παράρτημα «Δ»

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

**Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης
Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης
Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων**

Πτυχιακή Εργασία με Θέμα: «Ο οινοτουρισμός ως μοχλός ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στο Νομού Ηρακλείου».

1. Φύλλο : _____
2. Ηλικία : _____
3. Οικογενειακή Κατάσταση : _____
4. Τόπος Καταγωγής : _____
5. Τόπος Διαμονής : _____
6. Εκπαίδευση : ___ Δημοτικό
___ Γυμνάσιο
___ Λύκειο
___ ΙΕΚ
___ ΑΤΕΙ
___ ΑΕΙ
___ Μεταπτυχιακό
7. Επάγγελμα : _____

8. Μέσω Εισόδημα : ___ έως 5.000
___ από 5.000 έως 15.000
___ από 15.000 έως 30.000
___ από 30.000 και πάνω
9. Συχνότητα διακοπών την τελευταία 5ετία : ___ Ποτέ
___ από 1 έως 3 φορές
___ από 3 έως 5 φορές
___ από 5 φορές και πάνω.
10. Μέση Διάρκεια Διακοπών : ___ έως 5 ημέρες
___ από 5 έως 10 ημέρες
___ από 10 ημέρες και πάνω.
11. Προορισμός : ___ Εσωτερικό, ___ Εξωτερικό.
12. Είδος Διακοπών : ___ Αστικό περιβάλλον, ___ Επαφή με τη φύση.
13. Πόσα χρήματα διαθέτετε το χρόνο για διακοπές: _____
14. Τι γνωρίζετε για τον Οινοτουρισμό και τους Δρόμους του Κρασιού;

15. Θεωρείτε ενδιαφέρουσα μία επίσκεψη σε οινοποιείο; _____

16. Γνωρίζεται αν υπάρχουν επισκέψιμα οινοποιεία στην περιοχή σας;

(Ονομάστε) _____

17. (Αν ναι) Τα έχετε επισκεφθεί; (Ονομάστε ποιά) _____

18. Έχετε επισκεφθεί οινοποιείο σε άλλη περιοχή ή χώρα; (Ονομάστε)

19. (Αν ναι) Βρήκατε διαφορές στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και την οργάνωση σε σχέση με τη χώρα μας; _____

20. Γνωρίζετε αν είναι προσιτό οικονομικά ένα πακέτο διακοπών σε οινοπαραγωγική περιοχή; _____

21. Σε επόμενες διακοπές σας θα ήταν πιθανός προορισμός κάποια οινοπαραγωγική περιοχή; (Ναι ή Όχι και γιατί;) _____

22. Θεωρείτε υπάρχει επαρκής ενημέρωση – πληροφόρηση γύρω από το κρασί και τον τουρισμό που συνδέεται με αυτό; _____

23. Καταναλώνετε κρασί; _____

24. Αγοράζετε εμφιαλωμένο κρασί; (Ναι ή Όχι και γιατί) _____

25. Ποιόν από τους παρακάτω τύπους κρασιού προτιμάτε με το φαγητό σας;

___ Λευκό

___ Ροζέ

___ Κόκκινο

___ Αφρώδες

___ Γλυκό (επιδόρπιο)

___ Ανάλογα το φαγητό

26. Στο εστιατόριο προτιμάτε εμφιαλωμένο ή χύμα κρασί και γιατί; _____

27. Στο εστιατόριο ζητάτε από το σερβιτόρο να σας προτείνει κάποιο κρασί που να ταιριάζει με το φαγητό σας; (Ναι ή Όχι και γιατί) _____

28. Πως σας φάνηκε το ερωτηματολόγιο;

α) ___ εύκολο

β) ___ ελλιπές

___ κανονικό

___ πλήρες

___ δύσκολο

___ υπερβολικό

29. Υπάρχει κάποια ερώτηση που πιστεύετε ότι δεν έπρεπε να υπάρχει;

30. Θέλετε να συμπληρώσετε κάτι επιπλέον; _____

Σας ευχαριστούμε για το χρόνο σας!

Με εκτίμηση
Χρυσούλα Σφακιανάκη
Μαρία Φανουράκη

