



ΤΕΙ Κρήτης
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**“ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
ΟΙΝΟΥ:
ΜΙΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ”**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ (ΑΜ.4521)

ΤΣΙΡΤΣΑΚΗ ΧΡΥΣΟΥΛΑ (ΑΜ.4393)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΟΥΡΓΙΑΝΤΑΚΗΣ ΜΑΡΚΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΜΑΪΟΣ 2019

Copyright © ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ & ΤΣΙΡΤΣΑΚΗ ΧΡΥΣΟΥΛΑ, 2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Σε αυτό το σημείο θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειες μας και τους φίλους μας, καθώς και όλους όσους συνέβαλαν στην εκπόνηση της πτυχιακής μας εργασίας.

Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μας κ.Μάρκο Κουργιαντάκη για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση του.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επιλογή του οίνου που θα αγοραστεί από έναν καταναλωτή θεωρείται μία αρκετά δύσκολη και περίπλοκη διαδικασία. Αυτό συμβαίνει διότι οι προτιμήσεις και η συμπεριφορά των καταναλωτών επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες.

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η διερεύνηση της ευρύτερης συμπεριφοράς των καταναλωτών στην αγορά του κρασιού.

Μεθοδολογικά, η παρούσα εργασία είναι βασισμένη σε πρωτογενή και δευτερογενή στοιχεία. Τα πρωτογενή στοιχεία προέρχονται από έρευνα αγοράς σε καταναλωτές από Χανιά και Νάουσα, τα οποία συλλέχθηκαν με τη μέθοδο των δομημένων ερωτηματολογίων.

Τα ερωτηματολόγια την έρευνας φανερώνουν σαφής καταναλωτικές τάσεις όσον αφορά τα αγοραστικά κριτήρια και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

ABSTRACT

Predicting which wine the consumer will choose to buy is a difficult and complex process. This is because the preferences and the habits of consumers are affected by many factors. The aim of this thesis is to examine the general behaviour of consumers in the wine market. As far as the methodology is concerned, this work is based on primary and secondary elements. The primary data comes from a market survey involving consumers both from Chania and Naoussa which was collected using the structured questionnaire method. The research questionnaires clearly reveal which are the purchasing criteria and the preferences of the consumers.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το κρασί είναι ιδιαίτερου ενδιαφέροντος για διάφορους λόγους. Είναι αφενός ένα δημοφιλές ποτό που συνοδεύει και ενισχύει ένα ευρύ φάσμα μεσογειακών γεύσεων, από τις πιο απλές και παραδοσιακές ως τις πιο σύνθετες και αφετέρου αποτελεί σημαντικό γεωργικό προϊόν, που αντικατοπτρίζει την ποικιλία του εδάφους και το κλίμα ενός τόπου. Το κρασί χρησιμοποιείται επίσης σε θρησκευτικές τελετές, σε πολλούς πολιτισμούς, ενώ το εμπόριο κρασιού είναι ιστορικής σπουδαιότητας για πολλές περιοχές, σε παγκόσμια και εγχώρια αγορά τυποποιημένου οίνου με μεγάλο ανταγωνισμό. Η ζήτηση, η προσφορά και οι καταναλωτικές προτιμήσεις του, επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες και αυτό δυσκολεύει την διαμόρφωση στρατηγικών και τακτικών προώθησης από τις επιχειρήσεις του κλάδου. Επίσης, ο ανταγωνισμός μεταξύ των οινοπαραγωγών επιχειρήσεων γίνεται μεγαλύτερος, με εταιρίες από χώρες που δεν είχαν μέχρι τώρα παράδοση στον κλάδο, να εισέρχονται δυναμικά στην παγκόσμια αγορά. Η παρούσα εργασία με θέμα «Καταναλωτικές Προτιμήσεις σε Προϊόντα Οίνου: Μια Συγκριτική Ανάλυση», ανιχνεύει την καταναλωτική προτίμηση του οίνου και αναλύει τον κλάδο της οινοποιίας στην χώρα μας. Χωρίζεται σε δύο μέρη, το «Θεωρητικό μέρος» και το «Ερευνητικό μέρος». Το «Θεωρητικό μέρος» περιλαμβάνει έξι Κεφάλαια με δευτερογενή στοιχεία. Αρχικά, στο Κεφάλαιο 1, παρουσιάζονται το κρασί ως προϊόν και τα στάδια οινοποίησής του και ιστορικά και μυθολογικά στοιχεία, καθώς είναι στενά συνδεδεμένο με την ιστορία και την κουλτούρα του Ελληνικού λαού. Στο Κεφάλαιο 2, γίνεται αναφορά στο βιολογικό κρασί και τόσο στις θετικές επιπτώσεις στο ανθρώπινο σώμα όσο και στις αρνητικές επιπτώσεις από υπερβολική κατανάλωση. Επίσης, αναλύονται οι διαφορές ανάμεσα σε βιολογικό και συμβατικό κρασί και τέλος στον οινοτουρισμό. Στο Κεφάλαιο 3, θα γίνει ανάλυση στους παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση και την προσφορά προϊόντων οινοποιίας και επίσης, παρουσιάζονται τα 7P του μίγματος Μάρκετινγκ. Στο Κεφάλαιο 4, γίνεται ανάλυση SWOT, με τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες το Ελληνικού κρασιού, όπως επίσης και οι ευκαιρίες και οι απειλές του. Στη συνέχεια, στο Κεφάλαιο 5, θα αναφερθούν στοιχεία για το κρασί στην Κρήτη (Χανιά), ποικιλίες που καλλιεργεί και παράγει η Κρήτη και τα Οινοποιία των Χανίων. Στο Κεφάλαιο 6, αναφέρονται στοιχεία για το κρασί στην Νάουσα Ημαθίας, ποικιλίες που καλλιεργεί και παράγει η Νάουσα και τα Οινοποιία της. Τέλος, το «Ερευνητικό μέρος», παρουσιάζει την πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας. Έτσι, το Κεφάλαιο 7, συγκεντρώνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με την μεθοδολογία της καταναλωτικής συμπεριφοράς και τα αποτελέσματά της. Επίσης, σε αυτό το κεφάλαιο, συνοψίζονται τα κυριότερα Συμπεράσματα.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΩΣ ΠΡΟΙΟΝ	10
1.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΑΜΠΕΛΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ	10
1.2 Η ΑΜΠΕΛΟΣ ΚΑΙ Ο ΟΙΝΟΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ.....	11
1.3 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ	13
1.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟΙ ΟΙΝΟΥ	14
1.5 ΠΑΛΑΙΩΣΗ – ΩΡΙΜΑΝΣΗ	18
1.6 ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ	19
1.7 ΤΡΥΓΟΣ Κ ΑΛΚΟΟΛΙΚΗ ΖΥΜΩΣΗ.....	19
1.8 ΠΩΣ ΔΙΑΒΑΖΕΤΑΙ Η ΕΤΙΚΕΤΑ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ.....	20
1.9 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΒΑΣ	21
1.10 ΟΙΝΟΓΕΥΣΤΙΚΗ Κ ΓΛΩΣΣΑΡΙ.....	22
1.11 ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑ	24
1.12 ΑΡΜΟΝΙΑ ΚΡΑΣΙΩΝ ΓΕΥΜΑΤΩΝ.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	26
2.1 ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΡΑΣΙ	26
2.1.2 ΚΡΑΣΙ ΓΙΑ ΒΙΓΚΑΝ	26
2.2 ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΣΩΜΑ	27
2.3 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΥΠΕΡΒΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	28
2.4 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΚΡΑΣΙ	29
2.5 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑΣ	32
3.1. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑΣ	32
3.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	33
3.3 ΤΑ 8P's ΤΟΥ ΜΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ	35
4. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT	37
4.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	37
4.2 ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ.....	38
4.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	39
4.4 ΑΠΕΙΛΕΣ.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ (ΧΑΝΙΑ).....	41
5.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	41

5.2 ΚΡΗΤΙΚΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ	42
5.3 ΧΑΝΙΩΤΙΚΑ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΣΤΗΝ ΝΑΟΥΣΑ.....	46
6.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	46
6.2 ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΝΑΟΥΣΑΣ.....	49
6.3 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΝΑΟΥΣΑΣ	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	59
7.1 ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	59
7.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	60
7.3 ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	60
7.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΧΑΝΙΩΝ	61
7.8 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΝΑΟΥΣΑΣ.....	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	107
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	111
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	114

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΩΣ ΠΡΟΙΟΝ

1.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΑΜΠΕΛΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ

Ο ιστορικός χρησιμοποιεί συνήθως σαν πυξίδα μέσα στο χρόνο μια μακριά σειρά από γεγονότα συνταρακτικά, ένδοξους ήρωες και λίγο ως πολύ συγκεκριμένες ημερομηνίες για να διακρίνει τις τάσεις, τις ιδέες, το «κλίμα» των διαφόρων εποχών. Η μεθοδολογική αυτή προσέγγιση όμως, αχρηστεύεται στην περίπτωση που το ζητούμενο είναι η ιστορία ενός φυτού, της αμπέλου, και του προϊόντος της μεταποίησης του καρπού του, του οίνου.

Ποιό είναι τότε λοιπόν το οπλοστάσιο του ερευνητή της ιστορίας της αμπέλου και του οίνου;

Ευρήματα αρχαιολογικά, γίγαρτα σταφυλής σε νεολιθικούς οικισμούς, τοιχογραφίες σε αιγυπτιακούς τάφους, θραύσματα αμφορέων και άλλες ενδείξεις οινεμπορίου στους εμπορικούς δρόμους του παρελθόντος, απλά αντικείμενα καθημερινής χρήσης, εργαλεία αμπελουργικά και σκεύη οινοποίησης, έργα κοσμικής και θρησκευτικής τέχνης, αλλά και πληροφορίες, σπασμένες μέσα στα κείμενα της αρχαίας γραμματείας, ποίηση, δράμα, ιστορία, σε καταλόγους αποθηκών, σε εγχειρίδια με συμβουλές αμπελοκομικής τεχνικής, στην Παλαιά και την Καινή Διαθήκη, σε ιδιωτικά συμφωνητικά, σε κώδικες βυζαντινούς και μεσαιωνικά χειρόγραφα, σε άλλα κείμενα, νεώτερα, λογοτεχνικά, νομοθετικά, τεχνολογικά, καθώς και στο θησαυρό της προφορικής παράδοσης, εθιμική λατρεία, παραδοσιακή τεχνολογία, δημόδης ιατρική, παραδόσεις και δεισιδαίμονες συνήθειες.

Οι διηγήσεις οι μικρές, αλλά και οι μεγάλες ιστορίες, τα ανέκδοτα και οι απλές ενδείξεις όπου μπλέκονται αξεδιάλυτα τα γεγονότα με τους μύθους και οι αρχαίες θεότητες (Διόνυσος) με τους αγίους του χριστιανικού εορτολογίου (Άγιος Τρύφωνας, Saint Vincent) βοηθούν στην κατανόηση των συνηθειών και της νοοτροπίας όλων των ανώνυμων και επώνυμων αμπελουργών, οινοποιών και οινοποτών που συνέχισαν ακούραστα και με τα μέσα που μπορούσαν να διαθέσουν στην εποχή του ο καθένας, να φτιάχνουν και να πίνουν κρασί σε όλον τον ρου της ιστορίας.

Και πού οδηγεί η γνώση της ιστορίας αυτής; Οδηγεί στο να αγαπηθεί το αμπέλι και το κρασί του σήμερα, μέσα από τη γνώση του παρελθόντος του και αφού τοποθετηθεί στη θέση που έχει πραγματικά στη ζωή του ανθρώπου, στην τροφή, στο μέσο βιοπορισμού, στην τεχνολογία, στο εμπόρευμα, στην γιορτή, στην χαρά, σαν φάρμακο,

σαν έμπνευση, σαν υπέρβαση, σαν σύμβολο, σαν θεότητα και δημιουργό πολιτισμού. Κι αυτό γιατί σε τελική ανάλυση, η ιστορία της αμπέλου και του οίνου, είναι μια μεγάλη περιπλάνηση μέσα στην ιστορία και τον πολιτισμό του ανθρώπου. (Ι. Μπουτάρης,1993)

1.2 Η ΑΜΠΕΛΟΣ ΚΑΙ Ο ΟΙΝΟΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ

Οι ευνοϊκές για την αμπελοκαλλιέργεια κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες, επέτρεψαν την ευρεία διάδοση της σε όλον τον ελληνικό χώρο από πολύ νωρίς. Έτσι, η άμπελος και ο οίνος που θεοποιήθηκαν στο πρόσωπο του Διονύσου, μπόρεσαν να ασκήσουν τη γόνιμη επίδραση τους στο ελληνικό πνεύμα και τον πολιτισμό.

Στον χώρο αυτόν λοιπόν, παρήχθησαν πολλοί ξακουστοί για την ποιότητά τους, (Χίος, Λέσβιος και Θάσιος μεταξύ άλλων) των οποίων μάλιστα την αυθεντικότητα προστάτευαν ειδικά νομοθετικά κείμενα. Οι βασικές αρχές της αμπελοοινικής πολιτικής που ακολουθήθηκε για την παραγωγή τους, συνεχίζουν ακόμη και σήμερα να αποτελούν προϋποθέσεις, όπως επιλογή εκλεκτής ποικιλίας, χαμηλά συστήματα διαμόρφωσης, πρέμνα μη υποστηριζόμενα από δέντρα, πυκνότητα φύτευσης, αυστηρό κλάδεμα, αποφυγή φορτώματος, για την δημιουργία κρασιού ποιότητας. Οι επικερδείς εξαγωγές των οίνων αυτών, άφησαν ως μνημεία του εκτεταμένου ελληνικού οινεμπορίου, σφραγισμένους με τον τόπο της προέλευσής τους αμφορείς κατεστραμμένους σε όλον τον τότε γνωστό κόσμο.

Καλλιτέχνες, εμπνευσμένοι από τους μύθους και τη λατρεία του Διονύσου, δημιούργησαν έργα τέχνης αθάνατα, δοχεία του πότου μετάλλινα (αγγεία από τον «τάφο του Φιλίππου» στην Βεργίνα) ή κεραμικά (κρατήρες του Εξηκία), σκεύη (σουρωτήρια, αναδευτήρες) και νομίσματα (στατήρες της Θάσου, τετράδραχμο της Μένδης και της Τορώνης) όλα στολισμένα με μοναδικές παραστάσεις. Από τα δώρα του Διονύσου άντλησαν έμπνευση ή σε αυτά αναφέρονται πάμπολλα κείμενα. Πρόκειται κυρίως, για έργα ποιητικά (ομηρικά έπη, λυρική ποίηση), καθώς και για φιλοσοφικούς διαλόγους (τα Συμπόσια του Πλάτωνα και του Ξενοφώντα, οι Δειπνοσοφιστές του Αθήναιου κ.α.) όπου υπάρχει και πλήθος χρήσιμων πληροφοριών για τους οίνους της αρχαιότητας. Το δράμα, κορυφαία έκφραση της εποχής, γεννήθηκε από τον διονυσιακό διθύραμβο. Έντονο διονυσιακό χαρακτήρα είχαν οι πολυάριθμες γιορτές και κυρίως τα αφιερώματα στον Διόνυσο, Μικρά και Μεγάλα Διονύσια, όπου γίνονταν και οι θεατρικοί αγώνες. Αλλά και τα συμπόσια, κοινωνικός θεσμός της αρχαιότητας, ευκαιρία για πνευματικές συζητήσεις και ανταλλαγή ιδεών, είχαν ως άξονα την εθιμοτυπικά καθορισμένη οινοποσία.

Από την αρχαιότητα ως τις μέρες μας, η άμπελος και ο οίνος κρατούν σταθερά τη μεγάλη συμβολική τους δύναμη στον ελληνικό χώρο. Έργα της βυζαντινής εικονογραφίας και αργυροχοΐας, αλλά και μερικά από τα ωραιότερα δημοτικά τραγούδια, καθώς και αριστουργήματα της λαϊκής χειροτεχνίας (κεντήματα, ξυλόγλυπτα) αποτελούν αδιάψευστους μάρτυρες της δημιουργικής αυτής πνοής μαζί βέβαια με τον πλούτο της προφορικής παράδοσης. Και αν ο Διόνυσος έδωσε τη θέση του στον Άγιο Τρύφωνα και σε μια σειρά άλλων αγίων που σχετίζονται με το αμπέλι και το κρασί, η άμπελος και ο οίνος δεν έπαψαν ποτέ να αποτελούν πηγή έμπνευσης και τρόπος ζωής για τους Έλληνες. (Ι. Μπουτάρης,1993)

1.2.1 ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ

Το αμπέλι υπήρχε από τους προϊστορικούς χρόνους. Χρειάστηκε όμως πείρα αιώνων για να κατανοήσουμε και να εκμεταλλευτούμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα του σταφυλιού και κατά συνέπεια του κρασιού.

Έτσι σήμερα, όταν εξετάζουμε έναν αμπελώνα, προσέχουμε την θέση του, τον τύπο του εδάφους, τις ποικιλίες οιναμπέλου, το κλίμα, ακόμα και το μικροκλίμα που φυσιολογικά συνδέεται με κάθε κομμάτι γης.

Το αμπέλι, είναι πολυετές φυτό με ετήσιο βιολογικό κύκλο. Μπορεί να καλλιεργηθεί στις εύκρατες ζώνες. Βόρεια και νότια των τροπικών. Όμως, οι «ευγενείς» ποικιλίες οιναμπέλου, δίνουν τα καλύτερα αποτελέσματα μόνο στις περιοχές όπου οι κλιματικές συνθήκες είναι ιδιαίτερα ευνοϊκές.

Το χειμώνα δηλαδή, όταν το αμπέλι αναπαύεται, μπορεί να αντέξει σε πολύ χαμηλές θερμοκρασίες. Στην συνέχεια όμως, στην αρχή τη άνοιξης, απαιτεί σχετικά υψηλές θερμοκρασίες για το «άνοιγμα» των ματιών και την ανάπτυξη των πρώτων φύλλων. Τον Μάιο ανθίζει, τα άνθη γονιμοποιούνται και «δένει» ο καρπός, το σταφύλι.

Αυτήν την εποχή, δυνατοί άνεμοι, βροχές ή πολύ υψηλές θερμοκρασίες μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τη μελλοντική παραγωγή. Τέλος, το καλοκαίρι, το σταφύλι ωριμάζει. Σταθερές ημερήσιες θερμοκρασίες συνδυασμένες με δροσερές νύχτες μας προετοιμάζουν για έναν καλό τρύγο.

Παρ' όλα αυτά, τα γενικά κλιματικά χαρακτηριστικά, οι εποχιακές διαφορές στις βροχοπτώσεις, στους καύσωνες, στις περιόδους κρύου και ομίχλης διαφοροποιούν κάθε τρύγο, καθώς και το κρασί που προκύπτει.

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι μεγαλύτεροι αμπελώνες στον κόσμο, βρίσκονται κοντά σε μεγάλες μάζες νερού (θάλασσα ή ποτάμια), δίπλα σε οροσειρές και δάση, προστατευμένοι από τους ανέμους. Αυτά τα ειδικά στοιχεία μικροκλίματος, παίζουν διορθωτικό ρόλο, αποτρέποντας τις ακραίες θερμοκρασίες.

Είναι φανερό, ότι το **κλίμα** καθορίζει τις περιοχές όπου οι ποικιλίες της οιναμπέλου μπορούν να καλλιεργηθούν. Όμως γιατί μέσα σε ειδικές περιοχές, ένας αμπελουργός παράγει πάντα καλύτερο κρασί από κάποιον άλλον, ακόμα και εάν έχουν και οι δύο το ίδιο μικροκλίμα και παρόμοιες καλλιεργητικές και οινοποιητικές τεχνικές;

Η απάντηση βρίσκεται στο **έδαφος**. Στα πλούσια εδάφη, το αμπέλι μπορεί να απλώσει τις ρίζες του και να βρει αρκετή υγρασία ώστε να αναπτύξει υπερβολικά πυκνό φύλλωμα. Αντίθετα, στα εδάφη που δεν συγκρατούν το νερό, το αμπέλι πρέπει να παλέψει για να το βρει. Σ' αυτά τα φτωχά εδάφη, τα φυτά υποφέρουν σε σημαντικές

εποχές του ετήσιου κύκλου ζωής τους. Η έλλειψη όμως στοιχείων διατροφής του φυτού είναι παράγοντας που συντελεί στην παραγωγή κρασιών ποιότητας. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο ορισμένοι αμπελώνες παράγουν φημισμένα κρασιά για ολόκληρες γενιές, ενώ οι γειτονικοί τους αμπελώνες δεν κέρδισαν την ίδια διάκριση.

Τέλος, ο πιο σημαντικός παράγοντας που καθορίζει τη γεύση και την ιδιαιτερότητα του κρασιού, είναι η ίδια η **ποικιλία της οινάμπελου**. (I. Μπουτάρης, 1993)

1.3 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ

Οι πιο σημαντικοί παράγοντες για τη διαμόρφωση του οίνου είναι τέσσερις, ο άνθρωπος, το κλίμα της περιοχής, η ποικιλία του αμπελιού και το έδαφος. Για την παραγωγή ενός γευστικού κρασιού θα πρέπει ο κάθε παράγοντας από τους παραπάνω να προσθέσει το κατάλληλο στοιχείο. Τον πιο σημαντικό ρόλο τον έχει η ποικιλία του σταφυλιού και μετά το έδαφος στο οποίο θα καλλιεργηθεί το αμπέλι και το κλίμα της περιοχής, καθώς η κάθε ποικιλία χρειάζεται διαφορετικές συνθήκες για να μπορέσει να βγάλει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Ο τελευταίος παράγοντας είναι ο άνθρωπος, ο οποίος έχει εξίσου σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του ποιοτικού κρασιού.

Ποικιλία: η ποικιλία του σταφυλιού παίζει πολύ σημαντικό ρόλο. Η διασταύρωση των ποικιλιών έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων ποικιλιών πιο ανθεκτικές και με αυξημένες πιθανότητες παραγωγής.

Έδαφος: επηρεάζει την ανάπτυξη αλλά και την ποιότητα του καρπού του φυτού διότι καθορίζει την ποσότητα νερού που κατακρατείται, τη θερμοκρασία και τα θρεπτικά συστατικά που χρειάζονται για την ανάπτυξη του αμπελιού.

Κλίμα: παίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του αμπελιού και στην παραγωγή οίνου. Αυτό συμβαίνει διότι η παραγωγή σακχάρων που είναι ικανά να επιτρέψουν την οινοποίηση, δεν ευνοείται ούτε από το πολύ ψυχρό ούτε από το πολύ ζεστό κλίμα. Οι περισσότερες ποικιλίες σταφυλιών για να δώσουν τα καλύτερα γευστικά και αρωματικά χαρακτηριστικά τους, χρειάζονται συγκεκριμένο κλίμα. Κάποιες άλλες πάλι δείχνουν προσαρμοστικότητα, και μπορούν σε διαφορετικά κλίματα να δώσουν πολύ καλά χαρακτηριστικά.

Άνθρωπος: πολλές φορές θα ακούσουμε έμπειρους ανθρώπους στο “κόσμο” του κρασιού να λένε ότι “η ζωή των ανθρώπων είναι όμοια με τη ζωή του οίνου” και έχουν δίκιο εάν σκεφτούμε ότι ο οίνος είναι αποτέλεσμα μιας διαδικασίας ζύμωσης όπως ο χαρακτήρας των ανθρώπων και έχει χρώμα όπως το δέρμα μας και σώμα όπως η σωματική μας διάπλαση! (I. Μπουτάρης, 1993)

1.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟΙ ΟΙΝΟΥ

Κατηγορίες Οίνου

Οίνοι ΠΟΠ: Τα «προϊόντα ΠΟΠ» είναι αυτά με «Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης».

Οίνοι ΠΓΕ: Τα προϊόντα ΠΓΕ είναι αυτά με «Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη». Σε αυτή την **κατηγορία οίνων** εντάσσονται όλοι οι Τοπικοί Οίνοι και όσοι από τους οίνους με «Ονομασία κατά Παράδοση» έχουν ταυτοχρόνως και θεσπισμένη γεωγραφική ένδειξη.

Ποικιλιακοί οίνοι: Οι ποικιλιακοί οίνοι είναι μια νέα **κατηγορία οίνων**, στην οποία θα εντάσσονται όσοι επιτραπέζιοι οίνοι πληρούν τις προϋποθέσεις και τους ελέγχους που ορίζονται στο άρθρο 63 του Κανονισμού 607/2009. Οι οίνοι αυτοί αποκτούν το δικαίωμα αναγραφής της χρονιάς εσοδείας και της ποικιλιακής τους σύνθεσης (αλλά όχι της γεωγραφικής τους ένδειξης), σε αντίθεση με τους απλούς επιτραπέζιους οίνους.

Επιτραπέζιοι οίνοι: Οι «απλοί» επιτραπέζιοι οίνοι είναι μια **κατηγορία οίνων** όπου εντάσσονται όλα τα κρασιά που δεν ανήκουν φυσικά στις κατηγορίες ΠΟΠ και ΠΓΕ, αλλά ούτε και στην κατηγορία των ποικιλιακών οίνων. Οι επιτραπέζιοι οίνοι εξακολουθούν να μην έχουν το δικαίωμα αναγραφής ούτε της χρονιάς εσοδείας, ούτε των ποικιλιών που συμμετέχουν στη σύνθεσή τους.

Τύποι Οίνου

Οι τύποι των κρασιών προέρχονται από 3 βασικά τους χαρακτηριστικά:

Το Χρώμα: βάσει του χρώματος, τα κρασιά κατατάσσονται σε:

α) Λευκά,

β) Ροζέ

γ) Ερυθρά.

Το χρώμα του κρασιού προέρχεται τόσο από το χρώμα των σταφυλιών όσο και από τις μεθόδους οινοποίησης. Είναι δυνατόν, όμως, να έχουμε λευκά κρασιά από κόκκινα σταφύλια.

Την Περιεκτικότητα σε Σάκχαρα: ανάλογα με την περιεκτικότητά τους σε σάκχαρα, τα κρασιά διακρίνονται σε:

α) ξηρά

β) ημίξηρα

γ) ημίγλυκα

δ) γλυκά.

Η νομοθεσία ορίζει επακριβώς την απαιτούμενη περιεκτικότητα σε σάκχαρα, για να χαρακτηριστεί ένα κρασί ξηρό ή ημίξηρο κλπ.

Την Περιεκτικότητα σε Διοξείδιο του Άνθρακα:

Ανάλογα με την περιεκτικότητά τους σε διοξείδιο του άνθρακα, τα κρασιά χαρακτηρίζονται σε:

α) ήσυχα (απλά)

β) ημιαφρώδη

γ) αφρώδη.

Ανάλογα με την προέλευση του διοξειδίου του άνθρακα διακρίνουμε τα Φυσικά αφρώδη κρασιά, στα οποία το διοξείδιο του άνθρακα προέρχεται από την αλκοολική ζύμωση και έχει διατηρηθεί στο κρασί, και τα Ανθρακούχα, στα οποία έχει προστεθεί εκ των υστέρων. (e-georpoi.gr, 2015)

1.4.1 ΛΕΥΚΑ ΚΡΑΣΙΑ

Τα σταφύλια, μόλις φτάσουν στο οινοποιείο, μεταφέρονται μέσω των σταφυλοδόχων στο εκραγιστήριο, όπου διαχωρίζονται οι ράγες με τα κοτσάνια. Στην συνέχεια, οι ράγες περνούν ανάμεσα από τους στρεφόμενους κυλίνδρους του θλιπτηρίου, όπου σπάζουν οι φλοιοί και ελευθερώνουν ένα μέρος του χυμού τους. Η σταφυλομάζα που παράγεται με αυτόν τον τρόπο οδηγείται στο πιεστήριο. Μερικές φορές, η παραπάνω διαδικασία αλλάζει και τα σταφύλια μεταφέρονται στο πιεστήριο απ' ευθείας ή μέσω του θλιπτηρίου.

Ο χυμός που εκρέει από το πιεστήριο ψύχεται και παραμένει σε δεξαμενή μια ολόκληρη νύχτα. Είναι η διαδικασία της «απολάσπωσης». Κατά τη διάρκειά της, τα αιωρούμενα στερεά σωματίδια καταβυθίζονται, το δε διαυγές γλεύκος διαχωρίζεται. Ο καθαρός πλέον χυμός, μεταγγίζεται σε δεξαμενή όπου πραγματοποιείται η αλκοολική ζύμωση. Εφαρμόζεται ψύξη, έτσι ώστε η θερμοκρασία να μην ξεπερνά τους 18°C. Η σχετικά χαμηλή θερμοκρασία προκαλώντας την αργή ζύμωση βοηθά στην απόκτηση φίνων, ποιοτικών αρωμάτων.

Όταν ολοκληρωθεί η αλκοολική ζύμωση, το κρασί μεταγγίζεται σε δεξαμενές αποθήκευσης. (Ι. Μπουτάρης, 1993)

1.4.2 ΕΡΥΘΡΑ ΚΡΑΣΙΑ

Όπως στην παραγωγή των λευκών κρασιών, έτσι και στην ερυθρών, τα σταφύλια μεταφέρονται αρχικά στο εκραγιστήριο- θλιπτήριο. Οι βόστρυχοι απομακρύνονται και οι ράγες σπάζουν.

Έπειτα, σε αντίθεση με την λευκή οινοποίηση, η σταφυλομάζα μεταφέρεται κατευθείαν στις δεξαμενές της αλκοολικής ζύμωσης. Η θερμοκρασία των 30°C μας επιτρέπει να παραλάβουμε το χρώμα και τις υπόλοιπες ουσίες που διαφοροποιούν τη γεύση των ερυθρών κρασιών.

Το διοξείδιο του άνθρακα που εκλύεται από την αλκοολική ζύμωση ανεβάζει τους φλοιούς των σταφυλιών στην επιφάνεια της δεξαμενής, όπου αυτοί σχηματίζουν πυκνό «κύπελλο». Το κρασί λοιπόν, «τραβιέται» από τον πυθμένα της δεξαμενής και μέσω αντλίας ανακυκλώνεται από την κορυφή της καταβρέχοντας το «καπέλο». Η διαδικασία αυτή επιτρέπει την καλύτερη παραλαβή του χρώματος, των ταννινών και των αρωμάτων από τους φλοιούς.

Μόλις το γλεύκος που ζυμώνεται αποκτήσει το επιθυμητό χρώμα, απομακρύνεται, κατά το μεγαλύτερο δυνατό μέρος, από τους φλοιούς και μεταφέρεται σε άλλες δεξαμενές.

Οι φλοιοί, με την σειρά τους, μεταφέρονται στο πιεστήριο όπου εξάγεται το υπόλοιπο του χυμού.

Η αλκοολική ζύμωση θα ολοκληρωθεί σε άλλες δεξαμενές και εκεί ίσως εκδηλωθεί μια δεύτερη ζύμωση, η μηλογαλακτική. Αυτή προκαλείται από βακτήρια του κρασιού, σε αντίθεση με την πρώτη, την αλκοολική, που πραγματοποιείται από τις ζύμες. Είναι δε τόσο σημαντική η δεύτερη αυτή ζύμωση, για την εξέλιξη των ερυθρών κρασιών, ώστε αν δεν εκδηλωθεί μόνη της, ο οινοποιός προσπαθεί να την προκαλέσει. Σ' αυτήν την ζύμωση το μηλικό οξύ μετατρέπεται σε γαλακτικό, μία αλλαγή η οποία «μαλακώνει» το κρασί, μειώνει δηλαδή τον άγριο χαρακτήρα του και βοηθά στην ωρίμανσή του. (I. Μπουτάρης, 1993)

1.4.3 ΑΦΡΩΔΗ ΚΡΑΣΙΑ

Αφρώδη είναι τα κρασιά που περιέχουν διαλυμένο διοξείδιο του άνθρακα. Έτσι, μόλις σερβιριστούν ελευθερώνουν μερικές φυσαλίδες αερίου, οι οποίες ξεκινώντας από τον πυθμένα του ποτηριού σχηματίζουν μακριά, λεπτά κορδόνια.

Ανάλογα με την προέλευση αυτού του αερίου ,τα κρασιά διακρίνονται σε:

- ΦΥΣΙΚΟΥΣ ΑΦΡΩΔΗ, όταν το αέριο προέρχεται από μια δεύτερη αλκοολική ζύμωση και
- ΤΕΧΝΗΤΩΣ ΑΦΡΩΔΗ, όταν το αέριο έχει προστεθεί εκ των υστέρων.

Τα Φυσικώς Αφρώδη Κρασιά, ανάλογα με τη μέθοδο παρασκευής τους, διακρίνονται σε:

- ΜΕΘΟΔΟΥ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ (METHODECHAMPANOISE), σύμφωνα μ' αυτήν τη μέθοδο, παράγεται αρχικά ένα κρασί βάσης ξηρό, πολύ όξινο που δεν είναι αφρώδες. Το μυστικό των φυσαλίδων, βρίσκεται σε μια δεύτερη αλκοολική ζύμωση που πραγματοποιείται μέσα στην ίδια τη φιάλη με την οποία το κρασί θα φτάσει στο τραπέζι μας. Το διοξείδιο του άνθρακα που παράγεται, μένει φυλακισμένο εκεί, μέχρι τη στιγμή της απομάκρυνσης του φελλού. Με αυτήν τη μέθοδο, παράγεται στην Καμπανία η champagne, ο περίφημος Καμπανίτης οίνος, το μόνο αφρώδες κρασί που μπορεί να φέρει αυτό το διάσημο όνομα.
- ΜΕΘΟΔΟΥ ΚΛΕΙΣΤΗΣ ΔΕΞΑΜΕΝΗΣ (METHODECUVECLOSE) σύμφωνα με αυτή τη μέθοδο η ζύμωση πραγματοποιείται μέσα σε κλειστές δεξαμενές, κάτω από συνθήκες ψύξης και πίεσης για τη διατήρηση των φυσαλίδων και ακολουθεί η εμφιάλωση. Είναι η περίπτωση των ιταλικών Astispumante και των γερμανικών Sekt. (I. Μπουτάρης, 1993)

1.4.4 ΓΛΥΚΑ ΚΡΑΣΙΑ

Η ευχάριστη γλυκιά γεύση αυτών των κρασιών οφείλεται στα αζύμωτα σάκχαρα που περιέχουν. Τα διακρίνουμε ανάλογα με τη μέθοδο παραγωγής τους σε:

- ΦΥΣΙΚΩΣ ΓΛΥΚΑ (VINSNATURELLEMENTDOUX), Η πρώτη ύλη αυτών των κρασιών είναι γλεύκη και υψηλή συγκέντρωση σακχάρων που παρασκευάζονται με φυσική ή τεχνητή συμπύκνωση. Σε ορισμένες περιοχές η φυσική συμπύκνωση πραγματοποιείται από ένα κύκητα, τον *Botrytis cinerea* παραδείγματος χάρη, Sauternes, Jura, Tokay. Σε άλλες «λιάζουν» τα σταφύλια για μερικές ημέρες μετά από τον τρύγο π.χ. στην Σαντορίνη, στην Πάρο ή τα αποθηκεύουν σε σκοτεινούς χώρους για αρκετούς μήνες, όπως π.χ. στην Τοσκάνη. Η αλκοολική ζύμωση διακόπτεται από μόνη της και τα κρασιά παραμένουν γλυκά λόγω των περιεχομένων αζύμωτων σακχάρων.
- VINSDELIQUEUR. Προέρχονται από γλεύκη σταφυλιών με την προσθήκη αλκοόλης πριν, κατά ή μετά την αλκοολική ζύμωση. (I. Μπουτάρης, 1993)

1.5 ΠΑΛΑΙΩΣΗ – ΩΡΙΜΑΝΣΗ

Το φρέσκο κρασί που μόλις παρασκευάστηκε δεν είναι ακόμα έτοιμο για κατανάλωση. Η οξύτητά του είναι πολύ τονισμένη και οι ταννίνες του «επιθετικές». Με την πάροδο του χρόνου όμως, ωριμάζοντας, θα αποκτήσει την ισορροπία των γευστικών του χαρακτηριστικών.

Σε γενικές γραμμές, τα λευκά, τα ροζέ και τα ελαφρά ερυθρά κρασιά, καταναλώνονται σε νεαρή ηλικία, γιατί η ευχαρίστηση που μας προσφέρουν σχετίζεται με την φρεσκάδα των αρωμάτων και της γεύσης τους. Αντίθετα, πολλά από τα «μεγάλα» λευκά κρασιά και το μεγαλύτερο μέρος των ερυθρών, κυρίως όταν εμφανίζουν ισχυρά τανικό και όξινο χαρακτήρα, απαιτούν παλαίωση για την ανάδειξη του γευστικού τους πλούτου.

Κατά την παλαίωση του κρασιού συμβαίνουν εξαιρετικά πολύπλοκες αλλαγές. Όσο αυτό παραμένει μέσα στα βαρέλια, κατά τη διάρκεια της ονομαζόμενης «οξειδωτικής παλαίωσης», διαλύει ορισμένα συστατικά του ξύλου που λαμβάνουν έτσι μέρος στην αρωματική του σύνθεση. Παρουσία του οξυγόνου που εισέρχεται από τους πόρους του ξύλου των βαρελιών, οι ταννίνες, τα οξέα, τα ανόργανα συστατικά, καθώς και άλλες ουσίες του κρασιού λαμβάνουν μέρος σε αντιδράσεις οι οποίες μειώνουν σταδιακά τον άγριο και άγουρο χαρακτήρα του.

Συνήθως ακολουθεί η «αναγωγική παλαίωση», την οποία υφίσταται το κρασί μετά την εμφιάλωση του, μέσα στη φιάλη. Η εξέλιξη του χαρακτήρα του συνεχίζεται, με πιο αργό όμως ρυθμό και με διαφορετικές διεργασίες λόγω της έλλειψης οξυγόνου. Είναι η φάση της παλαίωσης, η υπεύθυνη για την ανάπτυξη του «μπουκέτου» του κρασιού. (I. Μπουτάρης, 1993)

1.6 ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ

Αν και η κατεργασία του γυαλιού ήταν γνωστή από το 1500π.Χ., μόνο κατά τον 17^ο αιώνα άρχισε να χρησιμοποιείται η φιάλη για τη μεταφορά, τη διατήρηση και την αποθήκευση του κρασιού. Είναι η εποχή κατά την οποία ανακαλύφθηκε ο φελλός και οι ιδιαίτερες ιδιότητες του. Σταδιακά το σχήμα της φιάλης άλλαξε. Από την καράφα μετατράπηκε στην σημερινή φιάλη με το στενό λαιμό, ο οποίος συγκρατά σταθερά το φελλό.

Η εμφιάλωση είναι μια σχετικά απλή, μηχανική διαδικασία. Επειδή όμως αποτελεί το τελευταίο κρίσιμο βήμα στην ακολουθία της παρασκευής του κρασιού, υποβάλλεται σε αυστηρούς ελέγχους.

Το κρασί μετά από τη διαύγασή του, που σκοπό έχει την απομάκρυνση τυχών αιωρημάτων, είναι πλέον έτοιμο να εμφιαλωθεί. Όλα τα τμήματα της εμφιαλωτής γραμμής αποστειρώνονται. Το κρασί ρέει στο γεμιστικό τμήμα, οι φιάλες γεμίζουν, ο φελλός συμπιέζεται και εισάγεται στο λαιμό τους. Ένα λεπτό καψύλιο και οι ετικέτες τοποθετούνται, οι φιάλες πακετάρονται σε χαρτοκιβώτια και μεταφέρονται σε κλιματιζόμενες αποθήκες. (Ι. Μπουτάρης, 1993)

1.7 ΤΡΥΓΟΣ Κ ΑΛΚΟΟΛΙΚΗ ΖΥΜΩΣΗ

Τα σταφύλια, κατά την ωρίμανση τους, αποκτούν σταδιακά χρώμα και γλυκύτητα. Ταυτόχρονα, μειώνεται η ξινή, άγουρη γεύση τους. Όταν αποκτήσουν το επιθυμητό χρώμα και άρωμα και όταν η σχέση σακχάρων και οξέων που περιέχουν είναι η κατάλληλη, έχει φτάσει η εποχή του τρύγου. Αυτή η εποχή, είναι συνήθως ο Σεπτέμβριος, ο γνωστός μήνας τρύγησης.

Τα σταφύλια μαζεύονται προσεκτικά με τα χέρια και μεταφέρονται στο οινοποιείο χωρίς χρονοτριβή. Πρέπει να φτάσουν άθικτα για να διαφυλαχθεί η ποιότητα του κρασιού που θα παραχθεί.

Στη συνέχεια, αρχίζει μια αλυσίδα ενεργειών που σκοπό έχουν τη μετατροπή του χυμού των σταφυλιών σε κρασί. Πρόκειται για την οινοποίηση, της οποίας κύρια φάση είναι η Αλκοολική Ζύμωση.

Το κρασί είναι γνωστό από το 4000π.Χ., όμως μόλις το 1869 ο Παστέρ ανακάλυψε την αλκοολική ζύμωση. Υποστήριξε ότι στο φλοιό των σταφυλιών βρίσκονται επικολλημένοι μικροοργανισμοί, γνωστοί με το όνομα ζύμες. Αυτοί μετατρέπουν τα σάκχαρα του σταφυλιού σε αλκοόλη και διοξείδιο του άνθρακα, ενώ με την ανάπτυξη και τον πολλαπλασιασμό τους παράγουν ενέργεια (θερμότητα).

Πράγματι, αυτός είναι ο μηχανισμός της αλκοολικής ζύμωσης. Κατά τη διάρκεια της, συμβαίνουν και άλλες πολύπλοκες αντιδράσεις, οι οποίες επηρεάζουν το άρωμα και τη γεύση του κρασιού. (Ι. Μπουτάρης, 1993)

1.8 ΠΩΣ ΔΙΑΒΑΖΕΤΑΙ Η ΕΤΙΚΕΤΑ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ

Η ανάγνωση μιας ετικέτας κρασιού πρέπει να επιτρέπει στον καταναλωτή την αναγνώριση της προέλευσης, του τύπου και των χαρακτηριστικών του περιεχομένου της συγκεκριμένης φιάλης.

Γι' αυτό τον λόγο, ο νομοθέτης έχει προβλέψει για τα ελληνικά κρασιά, ανάλογα με την κατηγορία του καθενός, την παρουσία ορισμένων υποχρεωτικών ενδείξεων πάνω σε κάθε ετικέτα .

Για τους **Οίνους Ποιότητας Παραγόμενοι σε Καθορισμένη Περιοχή** οι υποχρεωτικές ενδείξεις είναι :

- Το τοπωνύμιο της Ονομασίας Προέλευσης π.χ. Γουμένισσα(1)
- Η ένδειξη : Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας ή Ονομασία Προέλευσης Ελεγχόμενη(2)
- Το όνομα και η διεύθυνση του εμφιαλωτή (3)
- Ο ονομαστικός όγκος της φιάλης (4)
- Ο αλκοολικός τίτλος του περιεχομένου κρασιού (5)

Προαιρετικά, ο κάθε οινοποιός μπορεί να αναγράφει τον τύπο του κρασιού, τη χρονιά της εσοδείας (6), το εμπορικό του σήμα (7) , συστάσεις για την κατανάλωση του κρασιού κ.λ.π.

Αντίστοιχες διατάξεις με τις παραπάνω ισχύουν και για τους Τοπικούς Οίνους.

Όσον αφορά τα υπόλοιπα **Επιτραπέζια** κρασιά οι ενδείξεις είναι:

- Η ένδειξη :Επιτραπέζιος Οίνος
- Το όνομα και η διεύθυνση του εμφιαλωτή
- Ο ονομαστικός όγκος της φιάλης
- Ο αλκοολικός τίτλος του περιεχομένου κρασιού

Οι προαιρετικές ενδείξεις σ' αυτήν την περίπτωση μπορούν να είναι το εμπορικό όνομα του προϊόντος (brandname) , ο τύπος του κρασιού, συστάσεις προς τους καταναλωτές κ.λ.π. (Ι. Μπουτάρης,1993)



Εικόνα 1.1 από Οινοποιείο Καστανιώτη

1.9 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΒΑΣ

Η κάβα είναι ο χώρος όπου το κρασί, εμφιαλωμένο πια, αποθηκεύεται και παραμένει σε ιδανικές συνθήκες θερμοκρασίας και υγρασίας περιμένοντας τη στιγμή της κατανάλωσής του.

Τα χαρακτηριστικά που πρέπει να συγκεντρώνει μια καλή κάβα είναι τα εξής:

1. **Ο προσανατολισμός της** να είναι βόρειος για την αποφυγή των υπέρμετρων μεταβολών της θερμοκρασίας και τη θερμοκρασία που προκαλεί η έκθεση προς νότον.
2. **Η θερμοκρασία.** Είναι σημαντικό να έχει αρκετά χαμηλή θερμοκρασία από 10°-14°C (ιδανική 11° C)
3. **Η υγρασία και ο αερισμός.** Μια ελαφρά υγρασία είναι απαραίτητη για την αποφυγή της ξήρανσης των πωμάτων, αλλά η υπερβολική αλλοιώνει τα καψύλλια και τις ετικέτες. Η ιδανική υγρασία είναι 70-75%. Ο αερισμός είναι απαραίτητος για την αποφυγή των οσμών που μπορεί να εισχωρήσει στο κρασί.
4. **Η ηρεμία.** Πρέπει να αποφεύγονται οι κραδασμοί που προέρχεται από εξωτερικά αίτια, όπως ασανσέρ, καμιόνια κ.λ.π. γιατί εμποδίζουν την αρμονική παλαίωση του κρασιού.
5. **Ο φωτισμός.** Η κάβα πρέπει να είναι σκοτεινή. Το φως εμποδίζει την καλή συντήρηση του κρασιού και μεταβάλλει το χρώμα του.
6. **Οι οσμές.** Η κάβα δεν πρέπει να περιέχει προϊόντα με έντονη οσμή (κυρίως μαζούτ, πετρέλαιο, κρεμμύδια κ.λ.π.)
7. **Η οργάνωση.** Τα μπουκάλια πρέπει να είναι τοποθετημένα στα ράφια, σε οριζόντια θέση. Έτσι αποφεύγεται η ξήρανση του φελλού που μπορεί να οδηγήσει σε οξείδωση του κρασιού. Τα λευκά κρασιά τα οποία ωριμάζουν γρηγορότερα από τα ερυθρά τοποθετούνται χαμηλά για την καλύτερη προστασία τους από το φως. Αμέσως πιο πάνω τοποθετούνται τα ροζέ και τα αφρώδη. Τελευταία τοποθετούνται τα ερυθρά. Τα αλκοολούχα ποτά διατηρούνται όρθια για να μη προσβάλλει η αλκοόλη το πώμα τους.

Η λίστα των κρασιών που παλαιώνουν στην κάβα εξαρτώνται ουσιαστικά από τις προσωπικές προτιμήσεις του καθενός. Παρ' όλα αυτά είναι χρήσιμο, οι κάβες να περιέχουν μερικά μπουκάλια αφρώδους, λευκού ξηρού κρασιού, λευκού γλυκού, ελαφρού ερυθρού, ερυθρού παλαίωσης και γλυκού κρασιού. Κάθε κρασί πρέπει να καταναλώνεται μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα στο οποίο παρουσιάζει το «βέλτιστο» των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών του. Το διάστημα αυτό για τα περισσότερα λευκά, ροζέ και για τα ελαφρά ερυθρά κρασιά είναι ένα έως δύο χρόνια. Τα υπόλοιπα ερυθρά είναι λίγο έως πολύ επιδεκτικά παλαίωσης. (I. Μπουτάρης, 1993)

1.10 ΟΙΝΟΓΕΥΣΤΙΚΗ Κ ΓΛΩΣΣΑΡΙ

ΟΙΝΟΓΕΥΣΤΙΚΗ

Οινογευστική είναι η τέχνη να «δοκιμάζουμε» , να «γευόμαστε» ένα κρασί. Να το προσεγγίζουμε με τις αισθήσεις μας, να το εκτιμούμε με βοηθό τη μνήμη και να εκφραζόμαστε με «δόκιμα» λεξιλόγιο για την ποιότητά του, περιγράφοντας τα χαρακτηριστικά του που εκτιμήσαμε.

Χωρίς να λάβουμε υπ' όψη τα υποκειμενικά κριτήρια του καθενός μας, η τελική μας κρίση βασίζεται στην ευχαρίστηση που μας προκαλεί το κρασί που δοκιμάζουμε. Και αυτή η ευχαρίστηση είναι το μίγμα των εντυπώσεων που αποκομίζουμε από το χρώμα, το άρωμα και τη γεύση του. Πρέπει λοιπόν να εξετάσουμε αυτά τα τρία χαρακτηριστικά του.

Αρχικά το **χρώμα** του κρασιού. Γέρνοντας το ποτήρι μας μπροστά από ένα λευκό φόντο παρατηρούμε την *ένταση* και τις *αποχρώσεις* του κρασιού, που μας δίνουν μία ένδειξη για την γεύση του και συχνά μαρτυρούν την ηλικία του. Έτσι , τα «νεαρά» λευκά κρασιά έχουν φωτεινό λαμπερό λευκοκίτρινο χρώμα. Όσο όμως περνά ο χρόνος, το χρώμα μεταβάλλεται σε εντονότερο κίτρινο ή χρυσαφί, για να φτάσει στην καστανή απόχρωση, σημάδι γήρανσης. Από την άλλη, σ' ένα ερυθρό κρασί, το έντονο πορφυρό χρώμα φανερώνει νεότητα. Εάν όμως, στα χείλη του ποτηριού, παρατηρήσουμε πορτοκαλιές και καστανές ανταύγειες, συμπεραίνουμε τη γήρανση του που είναι πιο προχωρημένη, όσο πιο μεγάλο είναι το ποσοστό του.

Το **άρωμα** είναι το δεύτερο χαρακτηριστικό που εξετάζουμε σ' ένα κρασί. Ο καλύτερος τρόπος για να το αντιληφθούμε είναι περιστρέφοντας προσεκτικά το ποτήρι και στη συνέχεια εισπνέοντας τον αέρα που βρίσκεται στον επάνω χώρο του. Προσπαθούμε να προσδιορίσουμε την *ένταση* του αρώματος: είναι έντονο, μέτριο ή ασθενές; Την *ποιότητα* του: είναι φίνο ή κοινό; *Το χαρακτήρα* του: μας φέρνει στο μυαλό λουλούδια, φρούτα, ξηρούς καρπούς ή μήπως μπαχαρικά, κακάο καπνό; Το άρωμα άλλωστε του κρασιού, χαρακτηρίζεται από μια πολυπλοκότητα, που οφείλεται στην παρουσία μεγάλου αριθμού αρωματικών συστατικών.

Το τελευταίο χαρακτηριστικό είναι η **γεύση**. Βάζουμε μια μικρή ποσότητα κρασιού στο στόμα μας, την περιστρέφουμε γύρω από την γλώσσα μας και τελικά την καταπίνουμε. Σ' όλη την διάρκεια της τελευταίας αυτής φάσης, παρατηρούμε το πώς διαφοροποιείται η αρχική εντύπωση καθώς κυλάει το κρασί μέσα στο στόμα μας και προσπαθούμε να περιγράψουμε την «αίσθηση» που μας προκαλεί. Είναι ζεστό, λεπτό; Έχει ευχάριστη γεύση; Έχει μαλακό «τέλος» στον ουρανίσκο ή είναι νευρικό και τραχύ;

Αυτοί είναι κάποιοι από τους όρους της «οινογευστικής» που περιγράφονται στο γλωσσάρι που ακολουθεί. (Ι. Μπουτάρης, 1993)

ΓΛΩΣΣΑΡΙ ΟΙΝΟΓΕΥΣΤΙΚΗΣ

- + Πρωτογενές άρωμα: οφείλεται σε αρωματικές ουσίες που περιέχονται στο ίδιο το σταφύλι.
- + Δευτερογενές άρωμα: σχηματίζεται κατά την αλκοολική ζύμωση.
- + Τριτογενές άρωμα(μπουκέτο): αναπτύσσεται κατά την παλαίωση του κρασιού.
- + Φίνο άρωμα: λεπτό, ευγενικό άρωμα συνήθως λουλουδιών και φρούτων, αλλά και μπαχαρικών και αποξηραμένων φρούτων.
- + Κοινό άρωμα: χωρίς ιδιαίτερο χαρακτήρα.
- + Βαρύ άρωμα: στερείται λεπτότητας, φινέτσας.
- + Άρωμα ράτσας: ιδιαίτερο άρωμα, το οποίο αναγνωρίζεται εύκολα. Συνήθως προέρχεται από την ποικιλία σταφυλιού.
- + Άγουρο: κρασί πολύ νεαρό, με μεγάλη περιεκτικότητα οξέων.
- + Άδειο: κρασί λεπτό, υδαρές.
- + Βελούδινο: κρασί μαλακό, ευχάριστο στον ουρανίσκο.
- + Bouchoonne: κρασί με εμφανές ελάττωμα στην οσμή και τη γεύση που οφείλεται στον φελλό του πώματός του.
- + Γενναιόδωρο: κρασί υψηλόβαθμο, πλούσιο σε γεύση και σε άρωμα
- + Ελαφρύ: κρασί χαμηλόβαθμο, ευκολόπιτο.
- + Ζωηρό: κρασί με ευχάριστη οξύτητα και φρεσκάδα.
- + Ισορροπημένο: κρασί με αρμονία στις επιμέρους γεύσεις.
- + Λιπαρό: κρασί με πλούσια υφή που γεμίζει το στόμα χωρίς να είναι επιθετικό.
- + Μαλακό: κρασί που δεν έχει ενοχλητική όξινη και στυφή γεύση.
- + Νευρικό: κρασί με έκδηλη οξύτητα.
- + Σκληρό, ταννικό: κρασί με έντονη τη στυφή γεύση των ταννινών.
- + Στρογγυλό: κρασί με σώμα και με βελούδινη γεύση. Καμία γεύση δεν υστερεί και καμιά δεν υπερέχει.
- + Κρασί με σώμα: κρασί πλούσιο σε συστατικά που αφήνει το στόμα μας γεμάτο από γευστικές εντυπώσεις. (I. Μπουτάρης, 1993)

1.11 ΣΕΡΒΙΡΙΣΜΑ

Για την πλήρη απόλαυση του κρασιού δεν αρκεί η σωστή επιλογή και η προσεκτική συντήρησή του. Υπάρχουν ορισμένοι τεχνικοί κανόνες και παραδόσεις που πρέπει να ακολουθούνται κυρίως κατά τη διάρκεια ενός γεύματος .

Κατ' αρχήν το κρασί πρέπει να αφήνεται σε ηρεμία μετά από κάθε μετακίνησή του για 2-4 εβδομάδες ώστε να ξαναβρεί τη λαμπερότητα και την ισορροπία του.

Στη συνέχεια, δίνεται προσοχή στην επιλογή του ποτηριού: να είναι διάφανο με λεπτό πόδι που επιτρέπει το εύκολο πιάσιμο χωρίς να κρύβει τη θέα του κρασιού, να έχει αρκετό άνοιγμα.

Το κρασί πρέπει να βρίσκεται στην ιδεώδη θερμοκρασία σερβιρίσματος. Αυτή είναι :

- ❖ Για τα λευκά ξηρά και τα ροζέ κρασιά 8-12°C (ποτέ παγωμένα).
- ❖ Για τα λευκά γλυκά και τα αφρώδη κρασιά 8-9° C.
- ❖ Για τα ελαφρά φρουτώδη ερυθρά κρασιά 12-16° C.
- ❖ Για τα υπόλοιπα ερυθρά κρασιά παλαίωσης 16-18°C (θερμοκρασία δωματίου).

Σερβίρουμε το κρασί μόνο στα (2/3) δύο τρίτα του ποτηριού, γιατί στον επάνω κενό χώρο θα οσμίσουμε τα αρώματα του κρασιού.

Εάν κατά τη διάρκεια του γεύματος θα σερβιριστούν περισσότερα από ένα κρασιά, η σειρά που ακολουθείται είναι :

- ❖ Τα λευκά κρασιά πριν από τα ερυθρά
- ❖ Τα ξηρά πριν από τα γλυκά
- ❖ Τα νεαρά και τα φρέσκα πριν από τα παλαίωσης.

Στο εστιατόριο το μπουκάλι ανοίγεται στο τραπέζι του πελάτη, αλλά ο καθένας στο σπίτι του μπορεί να το ανοίξει πριν από το γεύμα (περίπου μία ώρα), κυρίως αν πρόκειται για ερυθρό κρασί με πολλές ταννίνες γιατί το οξυγόνο του αέρα υποβοηθά την ανάπτυξη του μπουκέτου.

Στην περίπτωση κόκκινων κρασιών παλαίωσης τα οποία παρουσιάζουν ίζημα, το κρασί μπορεί να μεταγγισθεί σε μία καράφα. (I. Μπουτάρης,1993)

1.12 ΑΡΜΟΝΙΑ ΚΡΑΣΙΩΝ ΓΕΥΜΑΤΩΝ

Η αρμονία μεταξύ ενός γεύματος και των κρασιών που το συνοδεύουν στηρίζεται στην επιθυμία του «bienfaître» και του «bienvivre». Ως βασικό αξίωμα δεχόμαστε ότι τα γεύματα και τα κρασιά δεν πρέπει να βρίσκονται ποτέ σε γευστική ασυμφωνία. Έτσι, ένα γεύμα πλούσιο σε αρώματα αποζητά την παρέα κρασιών με έντονη προσωπικότητα. Αντίθετα, η ελαφριά κουζίνα είναι πιστός φίλος των φίνων κρασιών. Μερικές τροφές συνδυάζονται τόσο ταιριαστά και ευχάριστα με συγκεκριμένα κρασιά που το «πάντρεμά» τους μας έρχεται αυτόματα στο μυαλό. Είναι οι περιπτώσεις :

- Των λευκών ξηρών, φρέσκων και ζυηρών κρασιών με τα οστρακοειδή και τα ψητά ψάρια.
- Των λευκών λιπαρών κρασιών, δίπλα σε ψάρια μαγειρεμένα με άσπρες σάλτσες.
- Των ξηρών ροζέ με τα αλλαντικά και τα φρούτα.
- Των ελαφρών ερυθρών κρασιών με βραστά κρέατα και πουλερικά.
- Των μαλακών ερυθρών κρασιών με ψητά χοιρινά κρέατα.
- Των ερυθρών παλαίωσης με το κυνήγι και τα λευκά, πικάντικα τυριά.
- Τα γλυκά κρασιά μπορούν να αποτελέσουν ένα εξαιρετο απεριτίφ και ακόμα να συνοδεύουν τυριά, φρούτα και γλυκά επιδόρπια.

Τέλος, τα αφρώδη εκτιμώνται κυρίως ως απεριτίφ, μπορούν όμως να συνοδεύσουν και ένα ολόκληρο γεύμα. (I. Μπουτάρης,1993)

N:τέλεια αρμονία, **X:** περιορισμένη αρμονία, ανάλογα με το συγκεκριμένο συνδυασμό

Πίνακας 1.1 Αρμονία φαγητού-κρασιού

ΚΡΑΣΙΑ	Ορεκτικά	Σαλάτες	Θαλασσινά Οστρακοειδή	Ψάρια	Πουλερικά	Κόκκινα Κρέατα	Κυνήγι	Τυριά	Γλυκά	Φρούτα
Λευκά Φρέσκα	N	N	X	N	X				X	N
Λευκά παλαίωσης	X	X	N	N	X					
Ροζέ	N	N	X	X	N	X		X	X	N
Ερυθρά Φρέσκα		X			N	N		N		
Ερυθρά Παλαίωσης						N	N	N		X
Γλυκά	X							X	N	N
Αφρώδη	X								N	N

Πηγή: I. Μπουτάρης,1993

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΡΑΣΙ

Το βιολογικό κρασί είναι φτιαγμένο από σταφύλια που έχουν παραχθεί χωρίς τη χρήση τεχνητών ή συνθετικών χημικών ουσιών, όπως ζιζανιοκτόνα και φυτοφάρμακα. Οι βιοκαλλιεργητές εργάζονται με τη φύση, και όχι εναντίον της, για την ενίσχυση της βιοποικιλότητας του αμπελώνα τους. Για παράδειγμα, προωθούν την τεχνική των καλυπτόμενων αμπελιών-καλύπτουν δηλαδή τα αμπέλια ώστε να αποτελούν ενδιαίτημα για τα ωφέλιμα έντομα που είναι ο φυσικός εχθρός των προβληματικών ειδών.

Ακόμα έχουν ένα μικρό κοπάδι πρόβατα να βόσκουν μεταξύ των σειρών αμπέλου, και να τρώνε τη χλόη και τα ζιζάνια. Με τον τρόπο αυτό, το αμπέλι γίνεται ένα αυτο-ρυθμιζόμενο, φυσικό οικοσύστημα, το οποίο είναι ικανό να καταπολεμήσει μόνο του τα προβλήματα στη καλλιέργεια και δεν χρειάζεται τεχνητές, δυνητικά τοξικές χημικές ουσίες.

Σήμερα, σήμερα οι ετικέτες βιολογικών κρασιών υπάρχουν σε αφθονία σε πολλά σημεία πώλησης. Αλλά αυτό που πρέπει οπωσδήποτε να προσέξετε είναι το βιολογικό κρασί να είναι **πιστοποιημένο**. Η πιστοποίηση δίνεται από ανεξάρτητο τρίτο φορέα, ο οποίος διενεργεί ετήσιους ελέγχους στους αμπελώνες που έχουν υποβάλει αίτηση για τη βιολογική πιστοποίηση, ώστε να εξασφαλιστεί ότι τα σταφύλια που αναπτύσσονται συμμορφώνονται με τις αυστηρές προδιαγραφές τόσο του συγκεκριμένου φορέα πιστοποίησης και του υπουργείου Γεωργίας. Είναι παράνομο ο οινοποιός να πουλήσει ή να προωθήσει το κρασί τους ως βιολογικό, εφόσον δεν έχει πιστοποιηθεί. (krasia.gr, 2015)

2.1.2 ΚΡΑΣΙ ΓΙΑ ΒΪΓΚΑΝ

Βίγκαν κρασί: το κρασί παράγεται κυρίως από σταφύλια (και όπως όλοι ξέρουμε τα σταφύλια είναι vegan). Ωστόσο, ο τρόπος με τον οποίο φιλτράρονται τα κρασιά δεν είναι και τόσο vegan. Με λίγα λόγια το κρασί στην αρχική του μορφή είναι ελαφρώς θαμπό και για να γίνει “καθαρό” και να φτάσει στην τελική του μορφή θα πρέπει να φιλτραριστεί. Αυτό πραγματοποιείται με συστατικά, τα οποία καθαρίζουν και

σταθεροποιούν το κρασί, τα λεγόμενα «μέσα διαύγασης». Αυτά μπορεί να είναι *πρωτεΐνη γάλακτος, ασπράδια αυγών, ζελατίνη ή πρωτεΐνη κύστης ψαριών (ιχθυόκολλα)*. Αν θέλει κάποιος να είναι σίγουρος πως το κρασί που πίνεις είναι vegan θα πρέπει να αναγράφεται στην ετικέτα, ο όρος vegan ή οι όροι un-fined ή/και un-filtered. (city.sigmalive.com,2018).

2.2 ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΣΩΜΑ

Το κρασί μπορεί να κάνει πολύ καλό στην υγεία μας, αλλά πάντα πρέπει να υπάρχει ισορροπία και μέτρο. Ένα ποτήρι από αυτό το φυσικό και γευστικό ελιξίριο καθημερινά συμπληρώνει τη φαγητό μας ενώ παράλληλα βελτιώνει σημαντικά την ευεξία μας. (krasiagr.com,2015)

Τα οφέλη που μας παρέχει είναι πολλά και εξαρτώνται από το χρώμα. Το λευκό κρασί είναι ελαφρύ και έχει διουρητικές, θερμαντικές και χωνευτικές ιδιότητες. Το κόκκινο κρασί είναι πολύ θρεπτικό και συτυπτικό, ενώ το υπόγλυκο προσβάλλει λιγότερο το κεφάλι.

Μελέτη των ερευνητών του West Virginia University, διαπίστωσε ότι τόσο το λευκό όσο και το κόκκινο κρασί εξουδετερώνουν κάποιους τύπους βακτηρίων που μπορούν να προκαλέσουν τροφική δηλητηρίαση, και άλλες ενοχλήσεις που σχετίζονται με τη διατροφή.

Μελέτη της ιατρικής σχολής του Harvard κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η μέτρια κατανάλωση κρασιού μειώνει κατά 20 έως 40% την πιθανότητα προσβολής από στεφανιαία νόσο, επειδή αυξάνει τα επίπεδα της HDL (καλή χοληστερίνη) και ταυτόχρονα μειώνει την LDL (κακή χοληστερίνη).

Η δράση του αυτή οφείλεται στους ισχυρούς αντιοξειδωτικούς παράγοντες του κόκκινου κρασιού και συγκεκριμένα στις φαινόλες που απορροφώνται με την κυκλοφορία του αίματος. Τα στοιχεία αυτά εντοπίζονται στην επιδερμίδα των σταφυλιών.

Ερευνητές από το Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια υποστηρίζουν ότι το κρασί πιθανόν να περιέχει περισσότερες αντιοξειδωτικές ιδιότητες από τη βιταμίνη E.

Πάντως, στο κόκκινο κρασί υπάρχουν περισσότερες φαινόλες από ότι στο λευκό.

Έρευνα που δημοσιεύθηκε στην British Medical Journal υποστηρίζει ότι σε όσους καταναλώνουν τακτικά κρασί σημειώνονται λιγότερα περιστατικά οστεοπόρωσης από ότι σε εκείνους που απέχουν από την οινοποσία.

Ιταλοί ερευνητές ισχυρίζονται ότι όσοι αγαπούν το κρασί έχουν κατά 20% μειωμένες πιθανότητες να αναπτύξουν χολολιθίαση.

Τέλος, σε έρευνες της τελευταίας δεκαετίας υποστηρίζεται ότι τα αντιοξειδωτικά που περιέχονται στο κρασί προστατεύουν από ορισμένες μορφές καρκίνου. (*Onmed.gr*, 2017)

2.3 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΥΠΕΡΒΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Γενικός κανόνας για την υπερκατανάλωση αλκοόλ είναι ότι θέτουμε την υγεία μας σε μεγάλο κίνδυνο. Ο κίνδυνος αυξάνεται ανάλογα με την ποσότητα του αλκοόλ που καταναλώνεται. Γι αυτό το λόγο, είναι εξαιρετικά σημαντική η πρόληψη της κατάχρησης και ο οινικός τομέας έχει δεσμευτεί προς την κατεύθυνση αυτή.

Οι βλάβες που σχετίζονται με την υπερβολική κατανάλωση και την κατάχρηση αλκοόλ συνιστούν σοβαρή αιτία ανησυχίας. Επιβλαβής και επικίνδυνη κατανάλωση αλκοολούχων ποτών είναι μια από τις κυριότερες αιτίες πρόωρων θανάτων και νόσων που θα μπορούσαν να είχαν αποφευχθεί. Ένας στους τέσσερις θανάτους νέων ανδρών (ηλικίας 15-29) και ένας στους δέκα θανάτους νέων γυναικών συνδέονται με την επιβλαβή χρήση οινοπνευματωδών ποτών. Στις αιτίες θανάτου συγκαταλέγονται τροχαία ατυχήματα, τραυματισμοί, βία και ηπατική νόσος. Είναι η αιτία του 7,4% του συνόλου των ασθενειών και των πρόωρων θανάτων στην ΕΕ, ενώ έχει αρνητικές επιπτώσεις στην εργασία και την παραγωγικότητα.

Η κατάχρηση αλκοόλ έχει συσχετιστεί επίσης με μια σειρά χρόνιων παθήσεων που επιδεινώνουν την ποιότητα ζωής. Σε αυτές περιλαμβάνονται η υπέρταση, τα καρδιαγγειακά προβλήματα, η κίρρωση του ήπατος, η εξάρτηση από το αλκοόλ, διάφορες μορφές καρκίνου, βλάβες στον εγκέφαλο που σχετίζονται με το αλκοόλ και μια σειρά άλλων προβλημάτων.

Εκτός από τα θέματα υγείας που προκύπτουν από την υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ, υπάρχουν και κοινωνικές συνέπειες, τόσο για τον ίδιο τον καταναλωτή όσο και για τον κοινωνικό του περίγυρο. Οι συνέπειες περιλαμβάνουν βλάβες σε μέλη της οικογένειας (συμπεριλαμβανομένων των παιδιών), σε φίλους και συναδέλφους, καθώς και σε περαστικούς και αγνώστους που παρενοχλούνται από άτομα σε κατάσταση μέθης. Η κατάχρηση αλκοόλ επηρεάζει επίσης την επαγγελματική ζωή, με σχεδόν το 5% των ανδρών και το 2% των γυναικών στην ΕΕ-15 να αναφέρουν αρνητικές συνέπειες του αλκοόλ στην εργασία ή τις σπουδές τους. (*wineinmoderation.eu*, 2017)

2.4 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΚΡΑΣΙ

Η βιολογική καλλιέργεια έχει κάνει την εμφάνιση της από το 1972, όμως, μόλις το 2012 κατορθώθηκε να οριστεί σχετικός κανονισμός.

Οι διαφωνίες σχετικά με τα θειώδη δεν είχαν καταστήσει δυνατόν να προκύψει κάποιος σχετικός κανονισμός, με αποτέλεσμα να απαγορεύεται να χρησιμοποιείται ο όρος **βιολογικό κρασί** αλλά ο χαρακτηρισμός κρασί από βιολογικά σταφύλια.

Δηλαδή η νομοθεσία, ίσχυε μόνο για την καλλιέργεια, σύμφωνα με τους κανόνες της βιολογικής γεωργίας και όχι για την οινοποίηση. Σήμερα πλέον το πρόβλημα αυτό ξεπεράστηκε, έτσι λοιπόν μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τον όρο βιολογικό κρασί. (krasiagr.com , 2017)

ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΚΡΑΣΙ Vs ΣΥΜΒΑΤΙΚΟ

Η κυριότερη διαφορά, βρίσκεται στην καλλιέργεια. Στη βιολογική αμπελουργία, όπως και στα υπόλοιπα οργανικά προϊόντα, αποκλείεται η χρήση χημικών ή συνθετικών λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων, τόσο για την ανάπτυξη του φυτού, όσο για την καταπολέμηση των ασθενειών.

Για τις πιο διαδεδομένες ασθένειες, όπως ο περονόσπορος, ο αμπελουργός - βιοκαλλιεργητής, επιτρέπεται να κάνει χρήση **μόνο** ήπιων συστατικών, όπως το θειάφι και ο θειικός χαλκός.

Για τη λίπανση, χρησιμοποιείται κυρίως **βιολογικό κομπόστ** (κομποστοποίηση είναι μια φυσική διαδικασία η οποία μετατρέπει τα οργανικά υλικά σε μια πλούσια σκούρα ουσία. Αυτή η ουσία λέγεται κομπόστ ή χούμους ή εδαφοβελτιωτικό) και κοπριά από ζώα βιολογικής κτηνοτροφίας.

Για να μετατραπεί ένα συμβατικό αμπέλι σε βιολογικό, απαιτούνται να περάσουν τρία χρόνια καλλιέργειας με βιολογικές μεθόδους, πριν να μπορέσει να πιστοποιηθεί πλέον ως βιολογικό.

Με αυτό τον τρόπο, δίνεται ο απαιτούμενος χρόνος τόσο στο έδαφος όσο και στο φυτό να αποβάλει τις επιβλαβείς τοξικές ουσίες, από τις προηγούμενες καλλιεργητικές μεθόδους.

Στο μεσοδιάστημα αυτό, το κρασί μπορεί να κυκλοφορήσει, στην αγορά, με τη σημείωση πως βρίσκεται σε μεταβατικό στάδιο. Η βιολογική γεωργία είναι ένα αγροτικό σύστημα διαχείρισης, το οποίο σέβεται την ισορροπία των οικοσυστημάτων. Ενισχύει τη βιοποικιλότητα και προστατεύει τον υδροφόρο ορίζοντα από επικίνδυνες ουσίες.

Τα κλήματα μεγαλώνουν σε απόλυτα φυσικό περιβάλλον διατηρώντας τους μικροοργανισμούς του εδάφους, όπως για παράδειγμα οι γεωσκόληκες, οι οποίοι συμβάλουν τα μέγιστα στην ανάπτυξη των φυτών.

Στη συμβατική καλλιέργεια, κυριαρχεί η πρακτική της χρήση παρασιτοκτόνων, για την προστασία των καλλιεργειών από τα βλαβερά έντομα. Από τη μια επιτυγχάνεται εύκολα και γρήγορα η απαλλαγή από βλαβερούς οργανισμούς, αλλά από την άλλη, καταστρέφονται και οι μικροοργανισμοί που βρίσκονται στο χώμα.

Με την αλληπάλληλη συγκομιδή λοιπόν, και τη χρήση παρασιτοκτόνων, το έδαφος εξαντλείται γρήγορα, μειώνεται η παραγωγικότητα του, με αποτέλεσμα να αναγκάζεται ο καλλιεργητής να χορηγήσει λιπάσματα και βελτιωτικά.

Τα υπολείμματα όπως των παραπάνω σκευασμάτων, με την κατανάλωση του τελικού προϊόντος, απορροφούνται από τον ανθρώπινο οργανισμό, με δυσμενή αποτελέσματα για την υγεία του.

Αντίθετα στη βιολογική αμπελουργία, εφαρμόζονται φυσικοί μέθοδοι, όπως η αμειψισπορά, η χρήση όπως αναφέραμε και παραπάνω, ήπιων φυσικών ουσιών, όπως το θειάφι, ενώ τέλος για την καταπολέμηση των εντόμων, επικαλούνται οι φυσικοί τους εχθροί. (Παναγιώτης Μερεντίτης, organiclife.gr, 2019)

2.5 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο οινoturισμός είναι το είδος του τουρισμού που ο σκοπός του περιλαμβάνει τη γεύση, την κατανάλωση ή την αγορά του κρασιού από το μέρος παραγωγής του ή κοντά σε κείνο το μέρος. Η διαφορά του οινoturισμού με τα άλλα είδη του εναλλακτικού τουρισμού και του αγροτουρισμού, είναι πως ο οινoturισμός αποτελείται από επισκέψεις σε αμπελώνες, οινοποιείες, όπου ο τουρίστας μπορεί να γευθεί κρασιά, ή και ακόμη να πάρει μέρος στη συγκομιδή των σταφυλιών. (Οινoturισμός - Βικιπαίδεια, 2016)

Ο οινoturισμός αποτελεί ένα μεγάλο κεφάλαιο του τουριστικού κλάδου και μια δυναμική ταξιδιωτική τάση, η οποία δημιουργεί επιπρόσθετο ενδιαφέρον προς τη χώρα μας για επισκέπτες από όλο τον κόσμο, αλλά και για Έλληνες. Τα ελληνικά κρασιά είναι διεθνώς αναγνωρισμένα, με διακρίσεις και βραβεία σε πολλές ετικέτες, ενώ πολλά ελληνικά οινοποιεία παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον οινόφιλο επισκέπτη.

Οι περισσότερες επισκέψεις στα οινοποιεία πραγματοποιούνται είτε στο μέρος όπου παράγεται το κρασί ή κοντά στο χώρο αυτό. Οι επισκέπτες μαθαίνουν συνήθως την ιστορία του οινοποιείου, βλέπουν πώς φτιάχνεται το κρασί και στη συνέχεια δοκιμάζουν τα κρασιά. Σε ορισμένες περιοχές, διαμένουν σε ένα μικρό ξενώνα που παρέχεται από το οινοποιείο. Όμως, το πιο σημαντικό είναι ότι οι επισκέπτες αγοράζουν τα κρασιά από τις εγκαταστάσεις του οινοποιείου και έτσι συνεισφέρουν έως και στο 33% των ετήσιων πωλήσεών τους.

Οι πιο περίτεχνες διαδικασίες γευσιγνωσίας οίνου περιλαμβάνουν τεχνικές, όπως είναι οι οριζόντιες και κάθετες δοκιμές οίνου, καθώς και πλήρη γεύματα με στόχο την προβολή των κρασιών.

Καθώς αναπτύσσεται η βιομηχανία του οινoturισμού, έχουν προστεθεί επιπλέον δραστηριότητες κατά τις επισκέψεις, όπως είναι η βόλτα στον αμπελώνα με ηλεκτρικά υποβοηθούμενα ποδήλατα που ονομάζεται "burricleta". (Βασιλική Θεοδωρίδου, *magazine.trivago.gr*, 2015)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑΣ

Στο κεφάλαιο αυτό, θα αναλύσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά και την ζήτηση των προϊόντων οίνου.

3.1. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑΣ

Ένας βασικός παράγοντας που επηρεάζει τη ζήτηση του κρασιού, είναι η τιμή του προϊόντος, σε συνδυασμό με το εισόδημα. Το κρασί είναι ευρέως διαδεδομένο σε όλα τα κοινωνικά στρώματα, αν και δεν θεωρείται είδος πρώτης ανάγκης, το μέγεθος της κατανάλωσης του δεν μεταβάλλεται ιδιαίτερα, αλλά παρουσιάζεται μια μετακίνηση σε προϊόντα διαφορετικών κατηγοριών και τιμών, όπως η στροφή του καταναλωτή, από εμφιαλωμένο κρασί σε χύμα, στις οικονομικές αυτές συνθήκες και το μειωμένο διαθέσιμο εισόδημα του σήμερα, η κατανάλωσή του, συνήθως μειώνεται σε χώρους εστίασης και ψυχαγωγίας. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

Το κρασί έχει πολλά υποκατάστατα προϊόντα, όπως τα αναψυκτικά και τα αλκοολούχα ποτά και συγκεκριμένα τη μπύρα, τα οποία αποτελούν σημαντικό παράγοντα στον επηρεασμό της ζήτησης του, καθώς διατίθενται σε χαμηλότερες τιμές. Τα υποκατάστατα προϊόντα του κρασιού, ευνοούνται στους γρήγορους ρυθμούς ζωής και ανάγκης των καταναλωτών στην εστίαση, καθώς οι καταναλωτές θέλουν μια γρήγορη εξυπηρέτηση και κατανάλωση, χωρίς να χαθεί κάτι από την γευστική τους ιδιότητα. Από την άλλη όμως, οι καταναλωτικές προτιμήσεις σε συνδυασμό με τον τρόπο διατροφής που ακολουθούν πολλοί καταναλωτές, έχουν ως βασικό χαρακτηριστικό το κρασί, σε υγιεινές διατροφές και μεσογειακές δίαιτες, αφού έχει θετικές επιδράσεις στην υγεία, όπως επίσης και θετικές επιδράσεις στην ζήτηση του κρασιού. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

Επίσης, χαρακτηριστικό της ζήτησης του κρασιού, είναι η εποχικότητα, με τους χειμερινούς μήνες από Οκτώβριο μέχρι και Μάιο, να αντιπροσωπεύουν την περίοδο υψηλής κατανάλωσης. Αυτό συμβαίνει διότι τον Σεπτέμβριο ξεκινά ο τρύγος της αμπέλου, γίνονται πολλά καζάνια και είναι το επίκεντρο συζητήσεων. Ακόμη, οι καταναλωτές προσφέρουν σαν δώρο το κρασί, για τις γιορτινές περιόδους. Τέλος, άλλος ένας παράγοντας που επηρεάζει την ζήτηση του κρασιού, είναι η διαφήμιση. Το σημαντικότερο μέσο προβολής είναι τα περιοδικά, με μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων να δαπανούν σημαντικά ποσά για την προβολή των προϊόντων οινοποιίας τους. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

3.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Στην συνέχεια, αναφέρονται σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά του κλάδου της οινοποίησης.

Δίκτυο Διανομής:

Ο ανταγωνισμός στον κλάδο της οινοποίησης, λόγω του μεγάλου αριθμού των επιχειρήσεων, καθιστά το δίκτυο διανομής έναν σημαντικό παράγοντα απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι εταιρείες προσπαθούν να διευρύνουν το δίκτυο διανομής τους, επιδιώκοντας να κάνουν έντονη την παρουσία τους σε νέα σημεία πώλησης. Η δημιουργία ενός δικτύου διανομής μεταβάλλεται ανάλογα με το μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, έχουν αναπτύξει δικά τους δίκτυα και προμηθεύουν απευθείας τα σημαντικότερα σημεία της αγοράς και μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Οι χονδρέμποροι θεωρούνται το σημαντικότερο κανάλι διανομής, ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς σε περιοχές εκτός των αστικών κέντρων και ιδίως στα νησιά. Τέλος, στον κλάδο υπάρχουν και επιχειρήσεις που εξειδικεύονται στην διακίνηση ποιοτικών ελληνικών κρασιών από το χώρο των μικροπαραγωγών, διαδίδοντας με αυτόν τον τρόπο και αυτή την κατηγορία προϊόντων. (Δριδάκη Γεωργία & Ευαγγελία, 2015)

Δαπάνες

Έξοδα για την παραγωγή κρασιού:

Το κόστος παραγωγής κρασιού και η σύνθεση του μεταβάλλονται συνέχεια και εξαρτώνται από το μέγεθος της επιχείρησης, το βαθμό οργάνωσης και εκσυγχρονισμού της επιχείρησης και τη κατηγορία κρασιού που παράγει. Κοινό σημείο αποτελεί η διαδικασία συλλογής των σταφυλιών που απορροφά το μεγαλύτερο τμήμα του κόστους παραγωγής, φτάνοντας περίπου το 50%. Για το υψηλό αυτό επίπεδο ευθύνεται η αδυναμία εκμηχάνισης του συγκεκριμένου σταδίου παραγωγής, εξαιτίας του περιορισμένου μεγέθους των αμπελώνων, των ακανόνιστων φυτεύσεων, του σχηματισμού των φυτών και της κλίσης του εδάφους. Ένα άλλο σημαντικό σημείο του κόστους παραγωγής είναι τα υλικά συσκευασίας (φιάλες, φελλοί, χαρτοκιβώτια κ.α.), η συμμετοχή των οποίων κυμαίνεται γύρω στο 30%- 40%. Τα εργατικά έξοδα με την σειρά τους διατηρούν ένα 10%, ενώ τα έξοδα διάθεσης και μεταφοράς ανέρχονται στο 5%. Οι επιχειρήσεις δίνουν αρκετά μεγάλη σημασία στην εμφάνιση του προϊόντος τους, καθώς η εικόνα είναι αυτή που αρχικά πουλάει. Τα συμπληρωματικά στοιχεία της συσκευασίας, όπως τα καψύλλια είναι κατά κύριο λόγο από το εξωτερικό, ενώ οι ετικέτες προέρχονται από την εσωτερική αγορά. Τα παραπάνω μερίδια είναι ενδεικτικά και αφορούν τις μεγάλες οινοποιητικές μονάδες, με μεγάλη δυναμικότητα και οργανωτική δομή. (Δριδάκη Γεωργία & Ευαγγελία, 2015)

Τεχνολογία

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει σημαντική βελτίωση στον τομέα της τεχνολογίας στην βιομηχανία του οίνου. Τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας έχουν μια κλασική πορεία που πρέπει να ακολουθείται, ενώ ταυτόχρονα έχει σημειωθεί και σημαντική αυτοματοποίηση σε πολλά επιμέρους στάδια. Οι μεγάλες επιχειρήσεις με συνεχείς επενδύσεις εκσυγχρονισμού έχουν υιοθετήσει πολλά αυτοματοποιημένα συστήματα, τα οποία περιλαμβάνουν τα στάδια παραλαβής της πρώτης ύλης έως και την έξοδο της από την αποθήκη των τελικώς μεταποιημένων προϊόντων. Οι αυτόματες ανοξειδωτες σταφυλοδόχοι ελέγχουν ηλεκτρονικά διάφορα χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης, οι μόνιμες ανοξειδωτες σωληνώσεις μεταφέρουν το προϊόν από το ένα στάδιο στο άλλο, τα πιεστήρια έχουν τη δυνατότητα διαχωρισμού κλασμάτων, τα ψυκτικά μηχανήματα ελέγχουν τις θερμοκρασίες ζύμωσης και τέλος οι ανοξειδωτες δεξαμενές αντικατέστησαν τις τσιμεντένιες. Σήμερα, οι ανοξειδωτες δεξαμενές καλύπτουν κατά μέσο όρο το 60%- 70% περίπου των αναγκών της οινοβιομηχανίας και οι χώροι της παραγωγής είναι στις περισσότερες περιπτώσεις ελεγχόμενης θερμοκρασίας, όπως και οι χώροι παλαίωσης. Ειδικότερα, για τα κρασιά παλαίωσης χρησιμοποιούνται βαρέλια δρύινα τα οποία αντικαθίστανται από τις επιχειρήσεις. Η παραγωγική διαδικασία ολοκληρώνεται με τις εγκαταστάσεις αυτόματης εμφιάλωσης, προσθήκη ετικετών και τελικής συσκευασίας. Στα επόμενα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας απαιτείται υψηλή δυναμικότητα σε δεξαμενές και χώρους παλαίωσης. Σχετικά με τους χώρους παλαίωσης επιδιώκεται από τις επιχειρήσεις η επέκταση και η ανανέωση των βαρελιών και η διαμόρφωση ειδικών χώρων υποδοχής, όπου δίνεται η δυνατότητα γευστικών δοκιμών και ξενάγησης. Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί, ότι όλες οι επιχειρήσεις διαθέτουν δικό τους χημικό εργαστήριο, στο οποίο λειτουργούν δικοί τους χημικοί για τον έλεγχο των κρασιών. (Δριδάκη Γεωργία & Ευαγγελία, 2015)

3.3 ΤΑ 8P's ΤΟΥ ΜΕΙΓΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ

Το μείγμα Μάρκετινγκ είναι επιχειρηματικό εργαλείο που χρησιμοποιείται στο Μάρκετινγκ από τους εμπόρους. Το μείγμα Μάρκετινγκ είναι συχνά ζωτικής σημασίας για τον προσδιορισμό ενός προϊόντος και συνδέεται συχνά με τα τέσσερα P: **τιμή, προϊόν, προώθηση και τόπο(διανομή)**. Στα κύρια αυτά συστατικά, έχουν προστεθεί και: **οι δημόσιες σχέσεις, η συσκευασία, οι άνθρωποι, και η διαδικασία**, όταν το σχετικό προϊόν είναι μία υπηρεσία και όχι όταν είναι απλώς ένα φυσικό αγαθό.

Η **τιμή**, πρέπει να δικαιολογείται στα μάτια των πελατών σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα την ποιότητα του κρασιού και τις τιμές των ανταγωνιστών. Πρέπει να παίρνεται υπ' όψιν τα σταθερά και τα μεταβλητά έξοδα της επιχείρησης, τον ανταγωνισμό, την ζήτηση.

Το **προϊόν**, πρέπει να υπηρετεί τις ανάγκες όλων των κοινωνικών στρωμάτων, προσφέροντάς τους, τέτοια ικανοποίηση ώστε να εκείνος που αγοράζει, να διατίθεται να πληρώσει την τιμή που του ζητείται. Να καταστεί ελκυστικό μέσω πρωτότυπης διακόσμησης, με προσφοράς νέων πακέτων, με ποιοτικό κρασί και διάφορες ποικιλίες, ώστε να αναπτύσσει το κάθε προϊόν την δική του προσωπικότητα.

Η **προώθηση**, οδηγεί το προϊόν στον δυνητικό καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις αναζητούν, δημιουργούν και εφαρμόζουν ιδέες που αναδεικνύουν τα προϊόντα οίνου και αναπτύσσουν τις πωλήσεις τους. Η προώθηση μπορεί να είναι εσωτερική ή εξωτερική. Στην εσωτερική προώθηση, διοργανώνονται διάφορες εκδηλώσεις με προσφορές, εκπτώσεις, δώρα, οινογευστική. Στην εξωτερική προώθηση, εφόσον εξυπηρετούνται οι στόχοι της επιχείρησης, υπάρχει συμμετοχή σε εξωτερικές εκδηλώσεις, όπως «Οι δρόμοι του κρασιού» στην Βόρεια Ελλάδα, στην μεγαλύτερη έκθεση κρασιών στον κόσμο το «Οινόραμα», σε διαγωνισμούς κρασιού, με ετικέτες βράβευσης "wine Olymp Awards" όπου προβάλλονται και προωθούνται τα κρασιά, καθώς υπάρχει και ανάδειξη καλύτερων προϊόντων με βραβεία.

Ο **τόπος (διανομή)**, αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην παραγωγή, κατανάλωση και εμπορία του κρασιού. Αναφέρεται στην παροχή του προϊόντος σε μια θέση η οποία είναι βολική και προσβάσιμη για τους καταναλωτές, όπως κάβες, σούπερ μάρκετ, επισκέψιμα οινοποιεία.

Οι **άνθρωποι**, είναι το πιο σημαντικό στοιχείο οποιασδήποτε υπηρεσίας ή εμπειρίας, είναι οι εργαζόμενοι που εκτελούν την υπηρεσία και πρωτίστως φροντίζουν τον τρόπο και τις δεξιότητες με τις οποίες τις εκτελούν.

Η **διαδικασία**, πρόκειται για την διεπαφή πελάτη μεταξύ της επιχείρησης και του καταναλωτή και τον τρόπο με τον οποίο χειρίζονται ο ένας τον άλλον σε μια σειρά βημάτων σε στάδια, δηλαδή σε όλη τη διαδικασία.

Συσκευασία: η συσκευασία ενός προϊόντος οίνου πρέπει να είναι ελκυστική στα μάτια του καταναλωτή, κυρίως, λόγω του έντονου ανταγωνισμού. Η συσκευασία πρέπει να ξεχωρίζει διότι αποτελεί την "πρώτη εικόνα" που σχηματίζει ο καταναλωτής για το προϊόν.

Δημόσιες Σχέσεις: Οι Δημόσιες Σχέσεις στην εποχή μας αποτελούν ένα σύγχρονο και δυναμικό εργαλείο για τα άτομα και τις ομάδες που επιδιώκουν να δημιουργήσουν αμοιβαία εμπιστοσύνη και κατανόηση με το κοινό, βασική προϋπόθεση επιτυχίας και προόδου.

(Βανασάκη Γεωργία- Λιβάνου Ισμήνη, 2014)

4. ANALΥΣΗ SWOT

4.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

I. Η ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΙΣΤΟΡΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΑΣΙ

Η Ελλάδα είναι από τις πρώτες χώρες που ασχολήθηκαν με την τέχνη της οινοποίησης. Αναφορές για τον οίνο υπάρχουν την Αγία Γραφή και σε έπη του Ομήρου που πολλές περιοχές χαρακτηρίζονται με επίθετα που μαρτυρούν την παράδοση της οινοποίησης. Οι αρχαίοι Έλληνες θεωρούσαν το κρασί πολύ σημαντικό γι αυτό το λόγο λάτρευαν και τον Διόνυσο. Επίσης, στα συμπόσια το κρασί υπήρχε σε αφθονία δημιουργώντας ατμόσφαιρα πρόσφορη για την ανάπτυξη φιλοσοφικών συζητήσεων. Κατ' αυτόν τρόπο η ασχολία των Ελλήνων με τον οίνο διατηρήθηκε και εξελίχθη και με την πάροδο των χρόνων. (Αργύρης Τσακίρης "Ελληνική Οινογνωσία" Εκδόσεις Ψυχάλου. 2010, *Η ιστορία του οίνου – allwinestories.com*)

II. ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Οι περισσότερες παράκτιες περιοχές της Ελλάδας έχουν ηλιόλουστο μεσογειακό κλίμα και είναι πατρίδα πολλών ντόπιων ποικιλιών σταφυλιού. Το κλίμα της Ελλάδας θεωρείται ιδανικό για την καλλιέργεια πολλών ποικιλιών τις οποίες όλο και περισσότεροι οινοπαραγωγοί αρχίζουν να εξαγάγουν, με τα περισσότερα κρασιά να είναι ξηρά και όξινα έτσι ώστε να είναι ταιριαστά με την δημοφιλή μεσογειακή κουζίνα. Τα καλύτερα ξηρά κρασιά της Ελλάδας είναι το ασύρτικο, το μοσχοφίλερο, το ξινόμαυρο και το αγιοργίτικο. (Marnie old, 2014, "WINE. A TASTING COURSE", σελίδα 225)

III. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Δεδομένης της ποιότητας του ελληνικού κρασιού προβλέπεται και η συμμετοχή σε διαγωνισμούς. Σε αυτήν την περίπτωση το προϊόν αν καταφέρει να εντυπωσιάσει αποκτά πλεονεκτήματα απέναντι στα ανταγωνιστικά προϊόντα ενώ παράλληλα η αναγνωσιμότητα του ελληνικού κρασιού αυξάνεται συστηματικά. (*liberal.gr-οινόγραμμα*, 2019)

4.2 ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

I. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Με την οικονομία της Ελλάδας να βρίσκεται σε δυσμενή φάση, καθιστά ιδιαίτερα δύσκολη την εξεύρεση του απαραίτητου κεφαλαίου για την έναρξη οποιασδήποτε επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι ιδιώτες επενδυτές είναι ιδιαίτερα επιφυλακτικοί στην τοποθέτηση των κεφαλαίων τους και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα παρέχουν δανεισμό θέτοντας πολύ αυστηρά κριτήρια και όρους επιβαρυντικούς για τις επιχειρήσεις. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

II. ΕΛΛΕΙΨΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

Η επιχείρηση σκοπεύει να ελέγξει και να συνυπολογίσει όλους τους παράγοντες και τους δυνητικούς κινδύνους που είναι πιθανό να προκύψουν κατά την υλοποίηση των σχεδίων της. Παρόλα αυτά δεδομένου ότι εισέρχεται σε έναν κλάδο για τον οποίο δεν διαθέτει προηγούμενη εμπειρία είναι πιθανό να εμφανιστούν δυσκολίες, παραλήψεις ή και λάθος επιλογές. Η σωστή προετοιμασία θα αμβλύνει την ένταση των επιπτώσεων από ένα τέτοιο ενδεχόμενο. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

4.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

I. Αναγνώριση της αξίας του ελληνικού κρασιού και αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στροφή των καταναλωτών στο κρασί λόγω της ευαισθητοποίησής τους σε θέματα διατροφής και γενικότερης υγείας και ευεξίας. Το ελληνικό κρασί έχει αρχίσει να κατακτά αγορές που δεν αποτελούσαν παραδοσιακούς στόχους. Ειδικότερα για το ελληνικό κρασί έχει αναγνωριστεί η ποιοτική υπεροχή του έναντι σε ανταγωνιστικά προϊόντα από άλλες χώρες. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

II. Περιθώρια ανάπτυξης σε ξένες αγορές

Αφενός υπάρχουν παραδοσιακές αγορές κρασιού κυρίως στην Ευρώπη και την Β. Αμερική, με εδραιωμένα δίκτυα διανομής, που όμως με κατάλληλες στρατηγικές είναι δυνατή η διείσδυση σε αυτά. Αφετέρου στην αγορά κρασιού εισέρχονται δυναμικά νέες χώρες που δείχνουν ενδιαφέρον για την κατανάλωση του προϊόντος και μάλιστα σε πολλές περιπτώσεις ως gourmet προϊόν, γεγονός που προσθέτει υπεραξία, όπως είναι η Κίνα, η Ρωσία και η Ινδία. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

III. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός – οινοτουρισμός)

Η Ελλάδα αποτελεί έναν δημοφιλή παραδοσιακό προορισμό με πλήθος τουριστών. Αυτό δίνει τη δυνατότητα για συντονισμένες δράσεις σε συνεργασία με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού π.χ. αγροτουρισμού και οινοτουρισμού. ώστε να γνωρίσουν το ελληνικό κρασί, καταναλωτές από κάθε μεριά του πλανήτη. Επιπλέον το στοιχείο της ελληνικής διασποράς βρίσκεται έντονο σε διάφορα σημεία του κόσμου και αποτελεί ένα σίγουρο κανάλι επικοινωνίας για το ελληνικό αυτό προϊόν. (Σεχρεμέλη Παναγιώτα, πανεπιστήμιο Πειραιώς 2018)

4.4 ΑΠΕΙΛΕΣ

I. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Με δεδομένο τον εντονότατο ανταγωνισμό στην παγκόσμια αγορά κρασιού και την δυνατότητα οινοπαραγωγών χωρών όπως η Χιλή, Αργεντινή και Νότιος Αφρική να ανταγωνιστούν βάσει κόστους, η στρατηγική διαφοροποίησης επιλέχθηκε ως η πλέον αποτελεσματική για το ελληνικό κρασί. Πεδία διαφοροποίησης αποτελούν:

- **Η αυθεντικότητα**
- **Η καινοτομία**, μέσα από τη δημιουργία νέων οινικών προϊόντων που απαντούν στις ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών για βιώσιμες, οργανικές και υπεύθυνες πρακτικές.
- **Ο οινοτουρισμός**, μέσα από ολοκληρωμένες, υψηλής ποιότητας οινικές εμπειρίες στις κύριες οινοπαραγωγικές και τουριστικές περιοχές

Ως άμεσοι ανταγωνιστές της ελληνικής οινικής προσφοράς στις διεθνείς αγορές καθορίστηκαν όλοι όσοι με κύριο όπλο τη διαφοροποίηση προσπαθούν να πάρουν μερίδιο από τους εδραιωμένους μεγάλους παραγωγούς (Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία). Αυτές οι ανταγωνίστριες χώρες είναι η Αυστρία, η Γερμανία, η Πορτογαλία και η Νέα Ζηλανδία.

(Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων - ΚΕΟΣΟΕ - Εθνική Στρατηγική Marketing-keosoe.gr, 2010)

II. ΕΙΔΙΚΟΣ ΦΟΡΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Η επιβολή του φόρου ξεσήκωσε από την πρώτη στιγμή έντονες αντιδράσεις από τον κλάδο της οινοποιίας. Μάλιστα, σχεδόν όλα από τα επιχειρήματα που ακούστηκαν τότε, ουσιαστικά επαληθεύτηκαν. Μερικά από αυτά ήταν τα εξής: ο φόρος δεν υπήρχε περίπτωση να φέρει τα έσοδα τα οποία προέβλεπε από κυβέρνηση, θα παρατηρούνταν έξαρση της λαθραίας διακίνησης και χύμα κρασιού και τελικά ο φόρος θα καταργούνταν. Πράγματι από τα 55 εκατ. ευρώ που προβλέπονταν ότι θα εισπραχθούν εισπράχθηκαν τον πρώτο χρόνο μόλις 16 εκατ. Η λαθραία διακίνηση κρασιού έκανε θραύση και συνολικά ο κλάδος βρέθηκε σε πολύ μεγάλη πίεση και αναστάτωση. Ο κλάδος προσέφυγε στο Συμβούλιο της Επικρατείας σε μια προσπάθεια να ακυρώσει τον φόρο ενώ από το 2017 ξεκίνησαν οι δηλώσεις κυβερνητικών παραγόντων για επικείμενη κατάργηση του φόρου λόγω της παταγώδους αποτυχίας του. Τελικά με απόφασή του το Συμβούλιο της Επικρατείας έκρινε ως αντισυνταγματική την υπουργική απόφαση για την εφαρμογή του φόρου ανοίγοντας τον δρόμο για την πλήρη κατάργησή του. (capital.gr, 2018)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ (ΧΑΝΙΑ)

5.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Κρήτη. «Η γη στη μέση της θάλασσας που έχει το χρώμα του κρασιού...», κατά τον Όμηρο. 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 τετράωροφα 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 εκθίαζε 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.

Οι Μινωίτες καλλιεργούσαν τη γη τους και γεύονταν αυτά που απλόχερα τους προσέφερε. Στις εκατοντάδες πινακίδες που έφερε στο φως η αρχαιολογική σκαπάνη βλέπουμε μια ακμάζουσα οικονομία με γεωργικές, κτηνοτροφικές και εμπορικές δραστηριότητες. 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. (winesofcrete.gr,2015)

5.2 ΚΡΗΤΙΚΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

ΛΕΥΚΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

Βηλάνα: Αν και είναι η πλέον φυτεμένη λευκή ποικιλία του νησιού, η Βηλάνα μόλις τα τελευταία χρόνια μπόρεσε να αποκαλύψει όλες της πτυχές της γοητείας της, αφού οι σύγχρονοι μέθοδοι οινοποίησης τη βοήθησαν να διατηρήσει όλη τη φρεσκάδα του χαρακτήρα της. Και να μας χαρίσει –μέσα από τα ΠΟΠ κρασιά των Πεζών και της Σητείας αλλά και μέσα από άλλα ενδιαφέροντα χαρμάνια και μονοποικιλιακές εμφιαλώσεις- το λεπτό άρωμα και τη λεμονάτη, δροσιστική της γεύση.

Θρασαθήρι: Το Θρασαθήρι καλλιεργείται σε όλη την Κρήτη δίνοντας κρασιά γεμάτα γευστικό πλούτο και ισορροπία, ενώ το έντονο, βαρύ βοτανικό του άρωμα δίνει μια ιδιαίτερη προσωπικότητα στα λευκά κρασιά ΠΟΠ Σητεία. Δυστυχώς η τάση του προς την οξείδωση το είχε θέσει τις τελευταίες δεκαετίες στο περιθώριο, όμως ο υπερσύγχρονος εξοπλισμός που διαθέτουν τα ποιοτικά οινοποιεία επιτρέπει πλέον σε κάθε οινόφιλο να απολαύσει πεντακάθαρες και φρεσκότατες τις χάρες της ποικιλίας!

Βιδιανό: Το να βρει κανείς κρασιά από την ποικιλία Βιδιανό είναι ακόμα δύσκολο, ωστόσο σίγουρο είναι ότι σε λίγα χρόνια το χαρισματικό αυτό σταφύλι θα γίνει η λευκή «ντίβα» της Κρήτης. Και αυτό γιατί διαθέτει μοναδικό βερικοκένιο άρωμα, φοβερό γευστικό πλούτο και εύρωστη, κρεμώδη γεύση. Στοιχεία που δικαιολογούν τον χαρακτηρισμό του ως *Vioignier* της Ελλάδας και παράλληλα επιτρέπουν λίαν ενδιαφέροντες πειραματισμούς των παραγωγών στη χρήση του βαρελιού.

Δαφνί: Ο αμπελώνας της Κρήτης είναι τυχερός που χάρη στην επιμονή μεμονωμένων παραγωγών, ποικιλίες υπό εξαφάνιση όπως το Δαφνί κατάφεραν τελικά να διασωθούν. Και αυτό γιατί η μοναδική προσωπικότητα του –που εκφράζεται με αρώματα που θυμίζουν το φυτό Δάφνη, μέτριο σώμα και μαλακή γεύση- εμπλουτίζει το κρητικό μωσαϊκό των οινικών γεύσεων με σπάνιες ψηφίδες. Οι φίλοι της ποικιλίας μάλιστα περιμένουν ακόμα περισσότερες συγκινήσεις από το Δαφνί στο μέλλον.

Κοτσιφάλι: Εξαιρετική ερυθρή ποικιλία που διαθέτει μαλακό, γλυκόπιστο και φορτωμένο με αρώματα δαμάσκηνο χαρακτήρα. Το σαρκώδες Κοτσιφάλι -που μπορεί και να χαρακτηριστεί και ως το Merlot της Κρήτης- βρίσκει όλο και συχνότερα το δρόμο του σε μονοποικιλιακές εμφιαλώσεις. Συμμετέχει ωστόσο και σε χαρμάνια, για να τιθασεύσει πιο στυφές ποικιλίες όπως το Μανδηλάρι –υπέροχα τα ΠΟΠ Πεζά και Αρχάνες που προκύπτουν από αυτό το συνδυασμό- αλλά και το Syrah.

Λιάτικο: Όπως όλες οι ερυθρές ποικιλίες που διαθέτουν λεπτή φλούδα, το Λιάτικο είναι ιδιαίτερα απαιτητικό στην καλλιέργεια και ευαίσθητο στις καιρικές συνθήκες. Όταν όμως οι στρεμματικές αποδόσεις κρατηθούν χαμηλά και τα σταφύλια ωριμάσουν σωστά στα τέλη Ιουλίου (εξ ου και το όνομά του) το Λιάτικο αποζημιώνει με λεπτότητα, μαλακό

χαρακτήρα και μοναδικά αρώματα αποξηραμένων φρούτων, βοτάνων και λουλουδιών. Είναι πραγματική εμπειρία να απολαμβάνεις τα ξηρά και γλυκά ΠΟΠ Σητεία και Δαφνές.

Μανδηλάρι: Το Μανδηλάρι θεωρείται ο βασιλιάς των γηγενών ποικιλιών του νησιού. Αυτή την κυριαρχία του το σπουδαίο ερυθρό σταφύλι δεν την οφείλει στην πλούσια γεύση του, αλλά στην αγκιάδα και τη δύναμη, απόρροια της καλής οξύτητας και των γεροδεμένων του τανινών. Αυτός είναι και ο λόγος που πολλές φορές αναμιγνύεται με πιο μαλακές ή εύσωμες ποικιλίες όπως το Κοτσιφάλι -από αυτό το χαρμάνι προέρχονται τα ΠΟΠ κρασιά Πεζά και Αρχάνες- και το Syrah.

Ρωμέικο: Δίνει στην περιοχή των Χανίων ζωηρά ερυθρά κρασιά, με υψηλό αλκοόλ, μέτρια οξύτητα και ασταθές χρώμα – λόγω της ιδιότυπης πολυχρωμίας των σταφυλιών στους πολυάριθμους κλώνους του φυτού. Από αυτό παράγεται και το παραδοσιακό κρασί «Μαρουβάς».

(Κρασια-Ποικιλίες- winesofcrete.gr,2015)

5.3 ΧΑΝΙΩΤΙΚΑ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ

5.3.1 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΝΤΟΥΡΑΚΗΣ

Το οινοποιείο Ντουράκη βρίσκεται στο ορεινό χωριό του Αλικάμπου, στην περιοχή του Αποκόρωνα στο Χανιά της Κρήτης. Άνοιξε τις πόρτες του το 1988, με πρωτοβουλία του καταξιωμένου οινολόγου Ανδρέα Ντουράκη. Το οινοποιείο από τη δεκαετία του '90 είναι ανοιχτό καθημερινά και μπει τους επισκέπτες του στον μαγικό κόσμο της παραγωγής οίνου και της οινογνωσίας. Πρωταρχικός στόχος είναι η δημιουργία εκλεκτών οίνων υψηλής ποιότητας, σεβόμενοι την παράδοση του νησιού, ενσωματώνοντας την μοναδικότητα των ποικιλιών της κρητικής γης, τη βιολογική καλλιέργεια των αμπελώνων, τις μυρωδιές από τα άγρια βότανα των Λευκών Ορέων και τους απέραντους ελαιώνες μαζί με την αύρα της κρητικής θάλασσας. Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να δοκιμάσουν τα κρασιά του οινοποιείου κατόπιν ραντεβού.
(dourakiswinery.gr,2018)

6.3.2 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΜΑΝΟΥΣΑΚΗΣ

Η Οινοποιία Μανουσάκη είναι η πραγματοποίηση ενός ονείρου που άρχισε το 1984 όταν οι λόφοι γύρω από το χωριό Βατόλακκος. Η φιλοσοφία του Οινοποιείου Μανουσάκης είναι απλή, πιστεύουν στην προσεκτική και οργανική καλλιέργεια των αμπέλων για να απορροφήσουν αυτό το άρωμα γεμάτο terroir. Οι γεύσεις των σταφυλιών συνδυάζονται με τα βότανα για μια πραγματικά μοναδική γεύση. Κάθε φιάλη του Νόστου καταγράφει το χαρακτήρα αυτού του καταπράσινου νησιού και τις πλαγιές των Λευκών Ορέων. Το οινοποιείο Μανουσάκης είναι το αποκορύφωμα του ενός ανθρώπου, του ιδρυτή του Θεόδωρου Μανουσάκη.
(manousakiswinery.com)

6.3.3 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΚΑΡΑΒΙΤΑΚΗΣ

Το κτήμα αποτελείται από 150 στρέμματα αμπελώνων με προσεκτικά επιλεγμένα αμπελοτόπια για κάθε ποικιλία. Παράγουν κρασιά από ποικιλίες σταφυλιών της Κρήτης, καθώς και διεθνείς ποικιλίες. Επίσης, πειραματίζονται με σπάνιες ποικιλίες από όλο τον κόσμο. Το οινοποιείο διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό και δύο χώρους οινογνωσίας. Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να το επισκεφθούν οποιαδήποτε στιγμή και να δοκιμάσουν τα κρασιά, που παράγονται αποκλειστικά από τα μέλη της οικογένειας με ή χωρίς ραντεβού. (karavitakiswines.com)

5.3.4 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑΚΗΣ

Το Οινοποιείο ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑΚΗ βρίσκεται στην επαρχία Κισάμου, περιοχή με μακρόχρονη ιστορία στην Αμπελουργία και στην Οινοποιεία.

Ιδιοκτήτες είναι τα αδέρφια Μιχάλης και Αντώνης Πνευματικάκη του Ιωάννου και η ενασχόληση της οικογένειας με το αμπέλι και το κρασί διαιωνίζεται από πάππου προς πάππου.

Οι σύγχρονες εγκαταστάσεις, οι επιλεγμένες ποικιλίες, ο ποιοτικός έλεγχος και το μεράκι για το κρητικό κρασί είναι τα στοιχεία που κάνουν διαφορετικό το οινοποιείο ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑΚΗ.

Αν θελήσετε να το επισκεφτείτε και να δείτε τόσο το κελάρι όσο και τους αμπελώνες αλλά και ολόκληρο το συγκρότημα, βρίσκεται πολύ κοντά στον εθνικό δρόμο Χανίων – Κισάμου τέσσερα (4) μόλις χιλιόμετρα πριν την πόλη της Κισάμου και συγκεκριμένα στο δημοτικό διαμέρισμα Δραπανιά του Δήμου Μηθύμνης.

(Οινοποιεία-winesofcrete.gr,2015)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΣΤΗΝ ΝΑΟΥΣΑ

6.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ ΣΤΗ ΝΑΟΥΣΑ

Στους πρόποδες του Βερμίου, σ' ένα υψόμετρο 330 μέτρα από τη θάλασσα είναι χτισμένη η Νάουσα. Η ίδρυση της παλιάς πόλης τοποθετείται στα τέλη του 14-15ου,αιώνα μ.Χ.

Σύμφωνα με την αρχαία ελληνική μυθολογία, η μητέρα του θεού Διόνυσου, Σεμέλη ζούσε στις πλαγιές του Βερμίου. Επίσης, ο έξοχος χορευτής Σειληνός, πιστός ακόλουθος του θεού του κρασιού και της αμπέλου γεννήθηκε στην περιοχή της Νάουσας.

Σημαντικά ερείπια στην περιοχή ενισχύουν την υπόθεση, ότι η Νάουσα διαδέχθηκε μία σημαντική πόλη της αρχαιότητας, που βρισκόταν μεταξύ της Βέροιας και της Έδεσσας. Το όνομα της πόλης, υποστηρίζουν αρχαιολόγοι, ήταν Μίεζα ή Μύεζα ή επίσης Μέστα ή Νέστα.

Η Νάουσα έχει να επιδείξει πλήθος αρχαιολογικά ευρήματα, που δείχνουν πόσο σημαντικό ρόλο έπαιξε στην ανάπτυξη του Μακεδονικού Πολιτισμού. Ανάμεσά τους οι περίφημοι, μοναδικοί Μακεδονικοί Τάφοι των Λευκαδίων.

Επίσης, η Σχολή του Αριστοτέλη, στα Ισβόρια, πολύ κοντά στη Νάουσα, όπου δίπλα στο μεγάλο Έλληνα φιλόσοφο μαθήτευσε ο Μέγας Αλέξανδρος.

Η σύγχρονη Νάουσα, πέρα από το προνόμιο μιας αυθεντικής φυσικής ομορφιάς, διατηρεί με σεβασμό στοιχεία της πολιτιστικής της κληρονομιάς. Συγχρόνως σημειώνει σημαντική οικονομική ανάπτυξη, εξελίσσοντας κυρίως την αμπελοκαλλιέργεια.

Γεννημένη μέσα σε μία φυσική αγκαλιά, που σχηματίζουν καταπράσινες πλαγιές και λόφοι, με την ήρεμη ομορφιά της να διακόπτεται από ζωγόνα ποτάμια και καταρράκτες, η Νάουσα ήταν προορισμένη θαρρείς να παράγει το καλύτερο κρασί.

Σε αυτές τις πλαγιές βρίσκεται εγκατεστημένος και ο αμπελώνας της Νάουσας, ηλιόλουστος και προφυλαγμένος από τους βοριάδες. Έτσι ωριμάζει η πιο εκλεκτή ερυθρή ποικιλία του βορειοελλαδικού χώρου, το **Ξινόμαυρο**, για την παραγωγή του βαθυκόκκινου, πλούσιου σε σώμα και επιδεκτικού στην παλαίωση κρασιού **Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας ΝΑΟΥΣΑ**.

Το εξαιρετο κρασί της ταξιδεύει σε όλο τον πολιτισμένο κόσμο. Είναι μεστό, και πολύτιμο. Η φήμη του δικαιώνει αυτό που παλαιότερα και μέχρι σήμερα λένε, «κρασί ωςάν της Νιάουσσας το φέρνουν στο μαντήλι».

Αργότερα, στη νεότερη ιστορία (1800 - 1900 μ. Χ.) ο οίνος της Νάουσας γίνεται γνωστός ανά τον κόσμο. Χαρακτηριστικά είναι τα γραπτά κείμενα των Rouqueville (1826) και Cousinery (1831), ταξιδευτών που επιβεβαιώνουν την φήμη και την ποιότητα του Ναουσαϊκού οίνου. Στις αρχές του εικοστού αιώνα ο οίνος της Νάουσας είναι πλέον γνωστός και εξάγεται στην κεντρική και ανατολική Ευρώπη, και φτάνει ως την Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου. Ωστόσο, πριν το τέλος του αιώνα αυτού, φτάνει η φυλλοξήρα και στην Ελλάδα με αποτέλεσμα πολλοί αμπελώνες να καταστραφούν ολοκληρωτικά. Στα τέλη του '60 αντιμετωπίζεται το πρόβλημα με τη χρήση υποκειμένων, τα οποία είναι ανθεκτικά στο έντομο και μάλιστα στη ριζόβια μορφή που προκαλούσε την μεγαλύτερη ζημιά και ξαναστήνονται οι αμπελώνες της Νάουσας.

Η Νάουσα ανακηρύχθηκε, τον Οκτώβριο του 1987 στη Ρώμη, Διεθνής Πόλη Αμπέλου και Οίνου.

Στην σύγχρονη παράδοση, η Νάουσα δεν σταμάτησε ποτέ να παράγει το φημισμένο κρασί της. Καθώς η προτίμηση του κοινού εστράφη στα εμφιαλωμένα κρασιά, μεγάλωσε και το ενδιαφέρον των αμπελοκαλλιεργητών της Νάουσας για την ανάπτυξη της αμπελοκαλλιέργειας.

Έτσι, από το 1970 η καλλιέργεια βελτιώνεται. Τα αμπέλια αναπτύσσονται σε γραμμικά σχήματα. Υιοθετούνται σύγχρονες μέθοδοι οινοποίησης, ωρίμανσης και εμφιάλωσης. Η ποιότητα του κρασιού διασφαλίζεται με συνεχή αυστηρό έλεγχο. Η Νάουσα συνεχίζει να επιβεβαιώνει τη φήμη και την πρωτοπορία της στο καλό κρασί. Στο πολύτιμο κρασί. (vaeni-naoussa.com,2019)

Οι αμπελώνες της, συνολικής έκτασης περίπου 8.000 στρεμμάτων, έχουν προνομιούχα θέση, αφού είναι εγκατεστημένοι στις νοτιοανατολικές πλαγιές του Βερμίου κι έτσι προφυλάσσονται από τους ψυχρούς βορινούς ανέμους και παράλληλα επωφελούνται από τον δυνατό μεσημεριανό ήλιο. Αποτέλεσμα, το κρασί Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης Νάουσα, που φτιάχνεται αποκλειστικά από το Ξινόμαυρο, να αντιπροσωπεύει ίσως τον εκλεκτότερο ερυθρό οίνο της χώρας μας. Καλά εγκλιματισμένο στα ηπειρωτικά κλίματα καλλιεργείται σε περισσότερες περιοχές από οποιαδήποτε άλλη ποικιλία στην Ελλάδα. Η κυριαρχία του απλώνεται από τις πλαγιές των βουνών της Κεντρικής Μακεδονίας μέχρι την Πίνδο. Στο βορρά φτάνει μέχρι τα σύνορα της Γιουγκοσλαβίας και στο νότο εισέρχεται στη Θεσσαλία. Όμως το Ξινόμαυρο στη Νάουσα φτάνει εύκολα στην τέλεια ωρίμανση, ενώ επίσης εμφανίζεται με αξιόλογο δυναμικό σε αρώματα ζύμωσης και παλαίωσης αλλά επίσης και με

ισορροπία στις περιεκτικότητες σακχάρων - οξέων – τανινών. Σήμερα πάντως συζητιέται έντονα, η αναγκαιότητα δημιουργίας αμπελουργικών υποζωνών ιδιαίτερης ποιότητας, εντός της ζώνης της Νάουσας. (greeceandgrapes.com, 2019)

6.2 ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΝΑΟΥΣΑΣ

Χρώμα: Ερυθρό

ΞΙΝΟΜΑΥΡΟ: Πρόκειται ίσως για τη σημαντικότερη και δυναμικότερη ελληνική, ερυθρή ποικιλία. Καλλιεργείται κατά κύριο λόγο στη Βόρεια Ελλάδα, με έδρα τη Νάουσα και το Αμύνταιο. Παράγει εκλεκτά ερυθρά κρασιά παλαιώσης, με ξεχωριστό στυλ, με ερυθρό χρώμα μεσαίας έντασης, αρώματα που παραπέμπουν σε ντομάτα, ελιά και ώριμα κόκκινα φρούτα, με χαρακτηριστική οξύτητα και στυφάδα που οφείλεται στο ότι είναι πλούσια σε τανίνες. Σε μεγαλύτερα υψόμετρα, τα σταφύλια του Ξινόμαυρου δίνουν πολύ ιδιαίτερα ροζέ και θαυμάσια αφρώδη κρασιά. Η πολυδύναμη αυτή ποικιλία μπορεί να δώσει διαφορετικούς τύπους οίνων, ερυθρού, λευκού και ροζέ. Το όνομα ξινόμαυρο, είναι σύνθετο και αποτελείται από δύο λέξεις, τη λέξη μαύρο και τη λέξη ξινό, που περιγράφουν την οξύτητα και τα έντονα ερυθρά χρώμα της ποικιλίας. Αυτά τα χαρακτηριστικά, σε συνδυασμό με τον τρόπο οινοποίησης και παλαιώσης, αναδεικνύουν χαρακτηριστικούς οίνους με πολύπλοκη προσωπικότητα. Πιο παλιά ήταν γνωστό με διάφορα ονόματα, όπως Μαύρο Ναούσης, Μαύρο Νιαουσινό, Μαύρο Γουμένισσας, Μαύρο Ξινό, Ποπλόκα, Ξινόμαυρο Κοζάνης, και φυσικά Ξινόμαυρο, το οποίο και έχει επικρατήσει. (greeceandgrapes.com, 2019)

ΝΕΓΚΟΣΚΑ: Ποικιλία του βορειοελλαδικού χώρου, η **νεγκόσκα** –ή ποπλόκα Ναούσης, όπως είναι επίσης γνωστή– αποτελεί άλλη μια ψηφίδα στο μοναδικό μωσαϊκό των γηγενών ποικιλιών. Η ετυμολογία της λέξης –από τη σλάβικη ονομασία της πόλης Νάουσα (Νεγκούς)– μαρτυρά και την προέλευσή της. Ωστόσο, σήμερα η καλλιέργειά της περιορίζεται στις πλαγιές του όρους Πάικου. Ο όγκος της παραγωγής της **νεγκόσκας** είναι τόσο μικρός, που σπάνια συναντάται οινοποιημένη μόνη της. Παρ' όλα αυτά, αν δεν είναι πρωταγωνιστής στον ελληνικό αμπελώνα, είναι ένας άξιος υποψήφιος για Όσκαρ 2^ο ερυθρού ρόλου! Έτσι, συμπληρώνοντας το ξινόμαυρο, δίνει μοναδικού χαρακτήρα ερυθρά και ροζέ κρασιά (σε ελάχιστα ροζέ συναντάται και ως η μόνη υπεύθυνη ποικιλία). Συμμετέχει στα ερυθρά κρασιά ΠΟΠ Γουμένισσα, όπου αναλαμβάνει να συμπληρώσει, αλλά και να ιθασεύσει την άλλη ερυθρή ποικιλία της περιοχής, που πρωταγωνιστεί το ξινόμαυρο. Ούσα σκουρόχρωμη, φρουτώδης και μέτρια σε οξύτητα και ταννίνες, η **νεγκόσκα** ολοκληρώνει το χαρμάνι, προσδίδοντας στα κρασιά της Γουμένισσας μια πιο ήπια, στρογγυλή και σοκολατένια γεύση, σε σχέση με αυτά της Νάουσας. Μέρος του μοναδικού terroir της Γουμένισσας, η στρογγυλή **νεγκόσκα** βάζει τη δική της πινελιά σε ένα κρασί που εκφράζει με εξαιρετικό τρόπο τις αξίες του παλαιού οινικού κόσμου, αγγίζοντας τις ευαίσθητες χορδές κάθε οινόφιλου, που θέλει να αποκτήσει πραγματική γνώση για το καλό κρασί. (newwinesofgreece.com, 2019)

ΚΡΑΣΑΤΟ: Το **κρασάτο** μπορεί να δώσει κρασιά με βαθύ ρουμπινί χρώμα και μύτη με ισχυρό χαρακτήρα, με νότες δέρματος και μαύρων γλυκών φρούτων. Στο στόμα τα κρασιά είναι πλούσια, με υψηλή περιεκτικότητα σε εκχύλισμα, πυκνή δομή, μέτριες ταννίνες και σχετικά υψηλή αλκοόλη. Το **κρασάτο** ενδείκνυται για ωρίμαση σε βαρέλι και με βάση τη νομοθεσία πρέπει να αποτελεί το ένα τρίτο του χαρμανιού στον οίνο ΠΟΠ Ραψάνη. Το ξινόμαυρο, που προσθέτει αρωματική πολυπλοκότητα, οξύτητα και ταννίνες, πρέπει να αποτελεί επίσης το ένα τρίτο, ενώ το τελευταίο τρίτο ανήκει στο σταυρωτό, ένα σταφύλι με μάλλον λιγότερο ενδιαφέρον. Έτσι, στην πράξη, οι

παραγωγοί διατηρούν το σταυρωτό σε μικρότερα επίπεδα και δημιουργούν ένα κρασί που τείνει στο 50/50 **κρασάτο-ξινόμαυρο**. (newwinesofgreece.com, 2019)

MERLOT: Πρόκειται για γαλλική ποικιλία. Μια από τις πιο δημοφιλείς ερυθρές ποικιλίες διεθνώς, που δίνει μαλακά κι ευγενικά κρασιά, με καλές δυνατότητες παλαίωσης. χαρακτηρίζονται από βαθύ ερυθρό χρώμα και χαρακτηριστικά αρώματα μικρών κόκκινων φρούτων όπως μούρα, δαμάσκηνα, αλλά και σταφίδα, που εξελίσσονται σε ώριμους χαρακτήρες μπαχαρικών καθώς παλαιώνουν. (greeceandgrapes.com,2019)

SYRAH: Στην χώρα καταγωγής του την Γαλλία, λέγεται Syrah, ονομασία που διατηρεί και στην υπόλοιπη Ευρώπη. Το σταφύλι Syrah φτιάχνει μερικά από τα πιο σκούρα κόκκινα κρασιά στο κόσμο, με πλούσιο σώμα. Έχει γεύση σκούρων καρπών (από μαύρα μούρα, ώριμο βατόμουρο, δαμάσκηνο, cassis κ.α.) μέχρι την αλμυρή γεύση μαύρης ελιάς. Όταν το δοκιμάζουμε ερχόμαστε στην αρχή αντιμέτωποι με μια γευστική γροθιά, η οποία όμως σιγά σιγά μαλακώνει και στο τέλος καταλήγει να αφήνει μια πικάντικη πιπεράτη νότα στην επίγευση. Λόγω λοιπόν του εμπροσθοβαρούς στυλ, το Syrah συχνά αναμιγνύεται με σταφύλια όπως το Cabernet Sauvignon (προσφιλές χαρμάνι στην Αυστραλία). Έτσι το κρασί αποκτά πιο πλήρη δομή. (itrofi.gr, 2019)

ΣΤΑΥΡΩΤΟ: Άλλη μια σπάνια, γηγενής ποικιλία, το σταυρωτό, χρησιμοποιείται για την παραγωγή ερυθρών ξηρών κρασιών. Όπως και στην περίπτωση της νεγκόσκας, δεν θα το βρούμε μόνο του, αλλά σα μέρος χαρμανιών, ως ποικιλία που για άλλη μια φορά αναλαμβάνει να τιθασεύσει το ξινόμαυρο.

Η καλλιέργειά του περιορίζεται στην κεντρική Ελλάδα, όπου μαζί με το κρασάτο και το ξινόμαυρο δίνει τα κρασιά ΠΟΠ. Ο τρύγος του σταυρωτού λαμβάνει χώρα στα τέλη του Σεπτεμβρίου, γεγονός που σε συνδυασμό με την ευαισθησία του στις βροχές, αυξάνει τις απαιτήσεις για μια καλή εσοδεία. Το πλούσιο χρώμα του είναι υπεύθυνο για την πορφύρα όψη των κρασιών της Ραψάνης, ενώ οι φαινομενικά σκληρές ταννίνες του μαλακώνουν γρήγορα, παραδίδοντας τη σκυτάλη σε αυτές του ξινόμαυρου* αφήνει όμως παρακαταθήκη τα μπαχαρένια αρώματά του και μία γλυκόπιστη γεύση. (newwinesofgreece.com, 2019)

Χρώμα: Λευκό

ΡΟΔΙΤΗΣ: Ο Ροδίτης είναι μια ποικιλία που καλλιεργείται από πολύ παλιά στη χώρα μας. Είναι ζυθή και αρκετά παραγωγική ποικιλία. Απαντάται σε πολλές κλωνικές παραλλαγές με ράγες λευκές έως βαθιά ερυθρωπές. Είναι ευαίσθητη στον περονόσπορο και τον μολυσματικό εκφυλισμό. Εμφανίζει τάση ανθόρροιας σε συνθήκες μεγάλης ζυθότητας. Τα σχήματα διαμόρφωσης πλέον είναι γραμμικά και εφαρμόζεται βραχύ κλάδεμα καρποφορίας. Παράγει οίνους λεπτούς, εκλεκτούς, δροσιστικούς με καλή γευστική ισορροπία και διακριτικό άρωμα. (newwinesofgreece.com, 2019)

ΠΡΙΚΝΑΔΙ: Η ποικιλία Πρεκνιάρικο (Πρικνάδι, Πρεκνάδι ή Πρέκνα) είναι μία γηγενής ποικιλία της ζώνης **Π.Ο.Π ΝΑΟΥΣΑ** και κατέχει ξεχωριστή θέση στην ιστορία του Ναουσαϊκού αμπελώνα ως το αντίπαλο δέος του βασιλιά Ξινόμαυρου. Το σταφύλι της

διακρίνεται από τα πολλά μικρά στίγματα που φέρει στο φλοιό της ράγας και η στρεμματική του απόδοση είναι κοντά στα 800 κιλά ανά στρέμμα. Ξανθοκίτρινος χρωματισμός που συνάδει με την ηλικία και το φλοιό του σταφυλιού. Συμπαγή και ευδιάκριτα αρώματα κίτρινων φρούτων, μπανάνας, αχλαδιού και μήλου τα οποία τονίζονται στο στόμα από την ισορροπημένη οξύτητα. Η αλκοόλη είναι υψηλή, αλλά δεν καλύπτει τα αρώματα και αφήνει τη μεθυστική νότα της στην επίγευση μαζί με λεπτές στρώσεις γλυκών τανινών. Πίνεται φρέσκο και νεανικό στα πρώτα δύο χρόνια της ζωής του και συνδυάζεται αρμονικά με ελαφριά γεύματα ολοκληρώνοντας τη 'Νάουσα' από την πλευρά της ποικιλότητας. (wineroadgr.wordpress.com,2011)

Sauvignon Blanc: Γαλλικής προέλευσης ποικιλία, από τις πιο διαδεδομένες παγκοσμίως, η οποία δίνει εξαιρετικής ποιότητας κρασιά, αν καλλιεργηθεί με φροντίδα και οινοποιηθεί σωστά. Στη χώρα μας καλλιεργήθηκε για πρώτη φορά στις αρχές της δεκαετίας του '90 και σήμερα βρίσκουμε αμπελώνες με Sauvignon σχεδόν σε ολόκληρη την επικράτεια. Το αρωματικό προφίλ της που χαρακτηρίζεται από αρώματα άγριων τροπικών φρούτων και «ripi de chat» είναι εκείνο που την κάνει τόσο γοητευτική, σημαντικό ρόλο όμως παίζουν επίσης το ισορροπημένο στόμα της, με τις καλές οξύτητες και το στρογγυλό σώμα. (greeceandgrapes.com,2019)

ΜΑΛΑΓΟΥΖΙΑ: Η Μαλαγουζιά είναι μια ανερχόμενη λευκή ποικιλία, που κερδίζει έδαφος τα τελευταία χρόνια, καθώς δίνει εξαιρετικά ενδιαφέροντα λευκά κρασιά, με χαρακτήρα και πολλές αρετές. Έτσι, ενώ αρχικά καλλιεργούνταν κυρίως στη Μακεδονία και στη Στερεά Ελλάδα, πλέον η καλλιέργειά της έχει πάρει έκταση, με αποτέλεσμα να καλλιεργείται σε πολύ περισσότερες περιοχές τη χώρας μας. Τα αχνοκίτρινα κρασιά που δίνει έχουν έντονο αρωματικό περιεχόμενο που παραπέμπει σε λευκόσαρκα φρούτα, όπως ροδάκινο, γιαρμά, φρέσκα αρωματικά βότανα, πράσινο πιπέρι κι εσπεριδοειδή, ενώ ξεχωρίζουν και κάποιες μοσχατίζουσες νότες. Έχουν συνήθως καλό σώμα και ικανοποιητικές οξύτητες. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν κάποιες οινοποιήσεις σε βαρέλι, κι από ότι φαίνεται, αν οινοποιηθεί κατάλληλα θα μπορούσε ακόμα και να εξελιχθεί θετικά συν τω χρόνο. (greeceandgrapes.com,2019)

ΜΟΣΧΟΦΙΛΕΡΟ: Είναι μια ποικιλία ζυηρή και παραγωγική. Η διαμόρφωση γίνεται σε κυπελλοειδή σχήματα και σε γραμμοειδή σχήματα. Παρουσιάζει αξιοσημείωτη αντοχή στον περονόσπορο, αλλά είναι ευαίσθητη στον βοτρυτή. Η ποικιλία Μοσχοφίλερο είναι μία από τις πιο διαδεδομένες ποικιλίες στην αμπελοκαλλιέργεια. Η ποικιλία αυτή έχει υποστεί την επίδραση πολλών μεταλλαξιγόνων παραγόντων, ώστε να παρουσιάζει σήμερα μεγάλη γενετική παραλλακτικότητα σε πολλά μορφολογικά και τεχνολογικά χαρακτηριστικά, όπως το χρώμα των ραγών, ο χρόνος ωρίμανσης, η αρωματική γεύση, η περιεκτικότητα σε διάφορα συστατικά κ.α. Γνωστοί κλώνοι που καλλιεργούνται σήμερα είναι το Μαυροφίλερο, το Ξανθοφίλερο, το Ασπροφίλερο και το Κοκκινοφίλερο. (el.wikipedia.org, 2016)

ΑΣΥΡΤΙΚΟ: Το βαρύ πυροβολικό του ελληνικού αμπελώνα, κρύβει μέσα του σπάνιες αρετές, δίνοντας κρασιά με μοναδικές δυνατότητες. Η πολυδύναμη αυτή ποικιλία καλλιεργείται κυρίως στις Κυκλάδες, με έδρα τη Σαντορίνη, και δευτερευόντως, αλλά με σπουδαία αποτελέσματα, στη Βόρεια Ελλάδα. Δίνει κρασιά αυστηρά και σικάτα, που χαρακτηρίζονται από τον ήπιων τόνων αρωματικό χαρακτήρα τους, όπου, αναλόγως με τα εδάφη και την περιοχή που καλλιεργείται, μπορούμε να διακρίνουμε εκτός από αρώματα φρέσκων κίτρινων φρούτων και εσπεριδοειδών, νύξεις από φύλλα τσαγιού, ορυκτώδεις και μεταλλικές χροιές. Πλούσιο και γεμάτο είναι στο στόμα, με

μεταλλικότητα και αλαβάστρινη οξύτητα, χαρακτηριστικά που του χαρίζουν ανθεκτικότητα στο χρόνο. Αυτό καθιστά το Ασύρτικο, μια από τις λίγες ελληνικές λευκές ποικιλίες που έχουν την δυνατότητα να εξελίσσονται και να αναδεικνύονται και μέσω της παλαίωσης. Το Ασύρτικο είναι η κύρια ποικιλία που χρησιμοποιείται στην παραγωγή των σαντορινιών Vinsanto, που θεωρούνται παγκοσμίως, από τα εκλεκτότερα επιδόρπια κρασιά. (www.greeceandgrapes.com,2016)

CHARDONNAY: Μια από τις πιο κοσμογυρισμένες ποικιλίες, με γαλλική προέλευση, εκ Βουργουνδίας. Εγκλιματίζεται εύκολα και γι' αυτό στην Ελλάδα καλλιεργείται σε αρκετές περιοχές, κατά προτίμηση ορεινές και δροσερές. Δίνει κρασιά με βαθύ κίτρινο χρώμα, πολύ ξεχωριστό κι εύκολα ταυτοποιήσιμο χαρακτήρα, λιπαρά, με πλούσιο στόμα, καλές οξύτητες και χαρακτηριστικά, φρουτώδη αρώματα, αλλά και δυνατότητες παλαίωσης. (greeceandgrapes.com, 2016)

6.3 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΝΑΟΥΣΑΣ

ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ: Η εταιρεία Μπουτάρη Οινοποιητική ιδρύθηκε το 1879 από τον Ιωάννη Μπουτάρη και σήμερα διοικείται από τον εγγονό του Κωνσταντίνο Μπουτάρη. Η εταιρεία σφράγισε το ξεκίνημα της με ένα ιδιαίτερα καινοτόμο εγχείρημα, την δημιουργία της «ΝΑΟΥΣΣΑΣ ΜΠΟΥΤΑΡΗ», του πρώτου ερυθρό εμφιαλωμένο κρασιού που κυκλοφόρησε στην Ελλάδα. Το 1906 κτίστηκε και το πρώτο ιδιόκτητο οινοποιείο & κάβα λιανικής στη Νάουσα, το οποίο σήμερα έχει μετατραπεί σε Μουσείο Κρασιού.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1930 ο γιος του Ιωάννη, Στέλιος αναλαμβάνει τα ηνία και ανοίγεται και προς μεγάλες αγορές του εξωτερικού ξεκινώντας από την Αυστρία, την Ουγγαρία και την Αίγυπτο. Τη μεταπολεμική περίοδο, επεκτείνει τις δραστηριότητές της εταιρίας στην Αθήνα και σε πολλές άλλες Ευρωπαϊκές χώρες.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1970 οι δύο γιοί του Στέλιου, Γιάννης & Κωνσταντίνος παραλαμβάνουν την σκυτάλη ο πρώτος στον Οινολογικό και ο δεύτερος στο Εμπορικό & Οικονομικό τομέα. Επενδύουν στην παραγωγή και το 1978 εγκαινιάζεται το υπερσύγχρονο οινοποιείο-εμφιαλωτήριο στην Νάουσα, όπου είναι και σήμερα η κύρια παραγωγική μονάδα της εταιρίας. Η δεύτερη και καθοριστική στροφή της εταιρίας προς την δημιουργία κρασιών υψηλής ποιότητας είναι η στροφή της προς την αμπελουργία και η επιστημονική ενασχόληση της με όλα τα στάδια της δημιουργία του προϊόντος με εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Το 1995 εντάσσεται στο δυναμικό της εταιρίας η κόρη του Κωνσταντίνου, η Μαρίνα που σήμερα έχει την ευθύνη του Marketing και το 2004, η Χριστίνα που σήμερα έχει την ευθύνη των εξαγωγών στην Αμερική & στην Αυστραλία. (Ι. Μπουτάρης, 1993)

ΚΥΡ ΓΙΑΝΝΗ : Η Κυρ-Γιάννη ιδρύθηκε το 1997 από το Γιάννη Μπουτάρη, μια από τις ξεχωριστές μορφές της ελληνικής οινοποιίας, όταν εκείνος αποχώρησε από την οικογενειακή οινοποιητική εταιρία που είχε δημιουργήσει ο παππούς του το 1879. Σήμερα, ο Στέλιος Μπουτάρης, οινοποιός τέταρτης γενιάς, καθοδηγεί την ομάδα της Κυρ-Γιάννη στην επόμενη φάση της εξελικτικής πορείας του Κτήματος, αξιοποιώντας δυναμικά τους βασικούς πυλώνες της φιλοσοφίας Κυρ-Γιάννη: καινοτομία, σεβασμός στην παράδοση και εξειδικευμένη γνώση για το κρασί, από το αμπέλι ως τον τελικό καταναλωτή.

1970: Ο Γιάννης Μπουτάρης φυτεύει 400 στρέμματα Ξινόμαυρου στους ανατολικούς πρόποδες του όρους Βέρμιο, στο Γιαννακοχώρι, κοντά στην πόλη της Νάουσας. Ο αμπελώνας αυτός στη συνέχεια θα γίνει το Κτήμα Κυρ-Γιάννη.

1985-1990: Ο Γιάννης Μπουτάρης φυτεύει 200 στρέμματα λευκών ποικιλιών στα υψίπεδα του βορείου τμήματος του όρους Βέρμιο, στην περιοχή του Αμυνταίου. Τα αμπέλια των διεθνών ποικιλιών Merlot και Syrah που φυτεύονται σε επιλεγμένα τμήματα των αμπελώνων του Κτήματος Κυρ-Γιάννη προσαρμόζονται τέλεια στο μικροκλίμα της περιοχής και δίνουν εξαιρετικά αποτελέσματα.

1996: Ένα παλαιό οινοποιείο αγοράζεται στο χωριό Άγιος Παντελεήμυνας. Το κτήριο αυτό, η «Παράγκα», γίνεται το οινοποιείο του Κτήματος Κυρ-Γιάννη στο Αμύνταιο. 1997: Η χρονιά που δημιουργείται η εταιρία Κυρ-Γιάννη και η πρώτη σοδειά που οινοποιείται εξολοκλήρου στο νέο οινοποιείο στο Κτήμα.

1999-2000: Ο Μιχάλης Μπουτάρης επιστρέφει από τις σπουδές του στο UC Davies. Μια περίοδος εντατικού πειραματισμού και έρευνας πάνω στο Ξινόμαυρο ξεκινά. 2003: Η χρονιά που ξεκινάει η νέα γενιά κρασιών της ποικιλίας Ξινόμαυρο, βάσει των αποτελεσμάτων των πειραμάτων που έγιναν την περίοδο που προηγήθηκε. 2004: Ο Στέλλιος Μπουτάρης, γιός του Γιάννη, αναλαμβάνει την διοίκηση της Κυρ-Γιάννη.

2004-2006: Διακόσια ογδόντα στρέμματα αμπελώνων φυτεύονται ξανά με Ξινόμαυρο και άλλες ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες, δίνοντας έμφαση στον εντοπισμό του ιδανικότερου σημείου στο αμπέλι και των πιο κατάλληλων κλώνων Ξινόμαυρου. 2009: Εκατό ακόμη στρέμματα προστίθενται από τον Στέλλιο Μπουτάρη, που κάνουν το Κτήμα Κυρ-Γιάννη έναν από τους μεγαλύτερους αμπελώνες στην Ελλάδα. (kiryianni.gr, 2019)

ΔΑΛΑΜΑΡΑΣ: Το **Οινοποιείο Δαλαμάρα** είναι συνέχεια μιας παράδοσης που ξεκινά πριν από τα μέσα του προηγούμενου αιώνα. Η πείρα της οικογένειας στο χώρο του κρασιού είναι μεγάλη, καθώς στα 1840 ο Ιωάννης Γεωργίου Δαλαμάρας δημιούργησε τον πρώτο του αμπελώνα στη Νάουσα (σώζεται συμβόλαιο αγοράς αμπελοτεμαχίου αυτής της χρονιάς). Από τότε μέχρι σήμερα η οικογένεια είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την αμπελοκαλλιέργεια, την παραγωγή και την πώληση κρασιού. Σήμερα, τη σκυτάλη του Οινοποιείου Δαλαμάρα έχουν πάρει ο Γιάννης Κων/νου Δαλαμάρας, με τη σύζυγό του Κατερίνα, η πέμπτη πλέον γενιά, που συνεχίζει την παράδοση. Ο δε υιός τους, Κωστής Δαλαμάρας, ολοκλήρωσε τις σπουδές αμπελοργίας-οιολογίας στη Μπον της Βουργουνδίας και αφού εργάστηκε σε οινοποιεία που παράγουν κρασιά από σταφύλι βιοδυναμικής γεωργίας, σε Γαλλία και Ισπανία, επέστρεψε για να ενταχθεί στο δυναμικό της επιχείρησης. Ο αμπελώνας του **Οινοποιείου Δαλαμάρα** βρίσκεται σε βιολογική καλλιέργεια από το 1996, με πιστοποίηση της ΒιοΕλλάς. Από το 2008 γίνεται προσπάθεια χρήσης βιοδυναμικών πρακτικών, καθώς και του ημερολογίου της Maria Thun. Ο αμπελώνας βρίσκεται σε υψόμετρο 250-350 μέτρων και το μεγαλύτερο μέρος του είναι φυτεμένο σε αργιλοασβεστώδες έδαφος. Τα υποκείμενα έχουν επιλεγεί μετά από προσεκτική αναζήτηση και ανάλογα με τις εδαφικές ιδιαιτερότητες του κάθε αμπελοτεμαχίου. Το Ξινόμαυρο είναι η κυρίαρχη ποικιλία του αμπελώνα, ενώ καλλιεργείται επίσης μερλό και

νεγκόσκα και από λευκές ποικιλίες μαλαγουζιά, ασύρτικο και ροδίτης. Η συνολική έκταση δεν ξεπερνά τα 50 στρέμματα. Στο πλαίσιο της βιολογικής καλλιέργειας, το μικρό μέγεθος καθιστά σε μεγάλο βαθμό εφικτή τη χειρωνακτική εργασία και την ελαχιστοποίηση της χρήσης τρακτέρ και άλλων μηχανημάτων. Το οικογενειακό **Οινοποιείο Δαλαμάρα** δέχεται κόσμο από το 1998. Βρίσκεται λίγο έξω από τη Νάουσα (1ο χλμ. Νάουσας-Βέροιας), περιτριγυρισμένο από τον αμπελώνα. Στον ίδιο χώρο λειτουργεί και το παραδοσιακό αποστακτήριο. Στην οινοποίηση, η τακτική του οινοποιείου είναι αυτή της ελάχιστης παρέμβασης, αφού στόχος είναι η παραγωγή κρασιών που πρεσβεύουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το τερούαρ όπου καλλιεργείται το σταφύλι παραγωγής τους. [_ \(newwinesofgreece.com, 2019\)](http://newwinesofgreece.com)

ΔΙΑΜΑΝΤΑΚΟΥ :Το Οινοποιείο του Κτήματος Διαμαντάκου βρίσκεται στην καρδιά του Αμπελώνα. Περιλαμβάνει χώρους παραγωγής, εμφιάλωσης και φύλαξης των οίνων, εξοπλισμένων με σύγχρονα τεχνολογικά μηχανήματα, διασφαλίζοντας τις ευνοϊκότερες συνθήκες για την παραγωγή του οίνου σε όλα τα στάδια του.

Οι απαραίτητες συνθήκες της κάβας για τη φύλαξη, ωρίμανση των οίνων, όπως ελεγχόμενα επίπεδα θερμοκρασίας και υγρασίας, ανακύκλωσης του αέρα, ήσυχη ατμόσφαιρα, καθώς και χαμηλός φωτισμός, όταν είναι απαραίτητος, διαμορφώνουν ένα ιδανικό περιβάλλον για τη ζωή του οίνου. Εδώ γίνεται η ωρίμανση της «Νάουσας» μέσα στα δρύινα βαρέλια αμερικανικής και γαλλικής προέλευσης.

Στο φιλικό χώρο του Κτήματος ο επισκέπτης μπορεί να γευτεί όλα τα προϊόντα, απολαμβάνοντας αρώματα, γεύσεις, πανέμορφη θέα και ζεστή φιλοξενία από την οικογένεια Διαμαντάκου. (diamantakos.gr,2019)

BAENI :Το 1983, 330 αμπελουργοί - παραγωγοί της ζώνης ΟΠΑΠ Νάουσα, αποφάσισαν την ίδρυση του συνεταιρισμού που θα αξιοποιούσε την παραγωγή τους, και θα λειτουργούσε ως αντίβαρο, απέναντι στις ιδιωτικές εταιρίες. Η φήμη του Συνεταιρισμού BAENI ΝΑΟΥΣΑ βασίζεται στην ικανότητά του να παράγει οίνους ποιότητας σε ανταγωνιστικές τιμές, και στη συνεχή βελτίωση των προϊόντων χάρη της τεχνογνωσίας που διαθέτει και του συστηματικού έλεγχου ποιότητας. Η Πολιτική του Συνεταιρισμού BAENI ΝΑΟΥΣΑ είναι να επιτύχει την εφαρμογή και την διατήρηση προδιαγραφών που θα του εξασφαλίζουν την παραγωγή των προϊόντων, τα οποία να ικανοποιούν τις αναμενόμενες και δεδηλωμένες απαιτήσεις των πελατών του, καθώς επίσης την ισχύουσα ελληνική και κοινοτική νομοθεσία. Στόχοι της επιχείρησης είναι η συνεχής βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών, η αποδοτικότητα και η αποτελεσματικότητα των διεργασιών. Επιτυγχάνοντας τους παραπάνω στόχους, οι πελάτες προμηθεύονται προϊόντα με υψηλά στάνταρντς και με εμπιστοσύνη. Η Διοίκηση του Συνεταιρισμού BAENI ΝΑΟΥΣΑ για να υποστηρίξει την επιτυχία των παραπάνω στόχων και για να αποδείξει έμπρακτα τη δέσμευση της για την ποιότητα, αποφάσισε να εφαρμόσει ένα σύστημα ποιότητας σύμφωνο με το παγκοσμίως αποδεκτό Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001: 2000 σε συνδυασμό με το HACCP Ανάλυση Επικινδυνότητας των Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου. Ο Συνεταιρισμός BAENI ΝΑΟΥΣΑ διατηρεί τον έλεγχο και τη σταθερή ποιότητα με την παραγωγική δομή του, με την προσεκτική επιλογή πρώτων υλών, με τους σχολαστικά επιλεγμένους προμηθευτές και συνεργάτες, αλλά και με τη συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού της. Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την ποιότητα του παραγόμενου οίνου, είναι η άριστη ποιότητα των σταφυλιών. Οι παραγωγοί - μέλη, με την καθοδήγηση των στελεχών του συνεταιρισμού, παράγουν την καλύτερη δυνατή ποιότητα, συμβάλλοντας

καθοριστικά στο εξάισιο αποτέλεσμα των κρασιών του ΒΑΕΝΙ ΝΑΟΥΣΑ. Για να επιτευχθεί η συνεχής βελτίωση των επιδόσεων, θα πρέπει ο καθένας στην επιχείρηση να στοχεύει συνεχώς να κάνει όσο το δυνατόν καλύτερα την εργασία του, στα πλαίσια των δυνατοτήτων του, και να συμμορφώνεται με τις προκαθορισμένες διαδικασίες. Το ενδιαφέρον της επιχείρησης για την συνεχή βελτίωση απαιτεί να ενθαρρύνονται οι εργαζόμενοι για να υποβάλουν υποδείξεις βελτιώσεων, απευθύνοντας αυτές στους άμεσους προϊστάμενους. Κάθε εργαζόμενος αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της αλυσίδας ποιότητας και είναι απαραίτητος για να διασφαλιστεί η εφαρμογή του προτύπου ποιότητας. (vaeni-naoussa.com, 2019)

ΚΑΡΑΝΑΤΣΙΟΥ: Το οινοποιείο Κτήμα Καρανάτσιου, βρίσκεται στο 1^ο χλμ. επί της επαρχιακής οδού Νάουσας 3-5 Πηγάδια. Είναι εξοπλισμένο με σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό και είναι επισκέψιμο σε όλους τους χώρους του. Στην υπόγεια κάβα «Οινοφυλάκιο», ο επισκέπτης μπορεί να δοκιμάσει τα κρασιά του κτήματος ανάμεσα στα δρύινα βαρέλια ωρίμανσης του κρασιού. Καλλιεργούνται οι λευκές ποικιλίες Μοσχοφίλερο, Ροδίτης, Μαλαγουζιά, Sauvignon Blanc, Chardonnay και οι ερυθρές, Ξινόμαυρο, Merlot, Syrah, Cabernet Sauvignon. (exploring-greece.gr, 2019)

ΚΤΗΜΑ ΚΑΡΥΔΑ: Το Κτήμα Καρυδά, βρίσκεται μόλις 2,5 χλμ. έξω από τη Νάουσα, στην περιοχή «Άνω Γάστρα», με υψόμετρο 205 μέτρων. Έχει έκταση 26 στρεμμάτων και το έδαφός του είναι επικλινές με πολύ καλή στράγγιση, αμμοαργιλώδες ασβεστόχο, κάτι που συντελεί στην ποιότητα της πρώτης ύλης και των παραγόμενων κρασιών.

Η δημιουργία του αμπελώνα, οποίο περιποιούνται με ιδιαίτερη προσωπική φροντίδα ο Κωνσταντίνος Καρυδάς με το γιο του Πέτρο, στον οποίο κυριαρχεί ολοκληρωτικά η ποικιλία ξινόμαυρο Νάουσας, έγινε το 1980 και η στρεμματική απόδοση κυμαίνεται στα 750-800 κιλά.

Η παραγωγή κρασιού άρχισε το 1994, όταν δημιουργήθηκε και το οινοποιείου, μέσα στο κτήμα.

Ο τρύγος γίνεται με ενδιαφέρον, πολλή δουλειά και αγάπη, προς το τέλος του Σεπτεμβρίου, σε 3 διαδοχικά στάδια, για την καλύτερη δυνατή ποιότητα σταφυλιών. Μετά την οινοποίηση, η παραμονή και η ωρίμανση για 18-20 μήνες σε δρύινα γαλλικά βαρέλια ηρεμεί, μαλακώνει και ισορροπεί τον πληθωρικό χαρακτήρα της ποικιλίας αυτής.

Μετά από το πέρασμα από βαρέλι και την εμφιάλωση το κρασί παραμένει για αναγωγική παλαίωση στο μπουκάλι, για 4-5 μήνες. Το Κτήμα Καρυδά κυκλοφορεί την παραγωγή κρασιών του στην ελληνική αγορά και εξάγεται στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και στην Ευρωπαϊκή αγορά (ιδιαίτερα σε Αγγλία και Γερμανία). (newwinesofgreece.com, 2019)

ΘΥΜΙΟΠΟΥΛΟΣ: Οι Αμπελώνες Θυμιόπουλου βρίσκονται στον Τρίλοφο Ημαθίας, στο νοτιοανατολικό άκρο της ζώνης ΠΟΠ Νάουσα. Η καλλιέργεια των αμπελώνων επικεντρώνεται στην μοναδική ερυθρή ποικιλία του Ξινόμαυρου, χαρακτηριστικό της οποίας είναι το φαινολικό δυναμικό της. Τα αμπέλια καλλιεργούνται με τα πρότυπα της

βιοδυναμικής καλλιέργειας. (<https://www.greeceandgrapes.com/thymiopoulos-vineyards>) Το Οινοποιείο Θυμιόπουλος Νάουσα Ερυθρός είναι ένα κόκκινο κρασί από αμπελώνες 100% βιολογικής καλλιέργειας στην περιοχή της Νάουσας. Και όταν λέμε βιολογικής καλλιέργειας εννοούμε ότι τα αμπέλια προσαρμόζονται μόνο τους στο περιβάλλον χωρίς της ανθρώπινη βοήθεια. Το συγκεκριμένο κρασί συνολικά είναι ένα δυναμικό κρασί με ωραία επίγευση. Μια εξαιρετική επιλογή για τους λάτρεις των ερυθρών οίνων. (wineoutlet.gr, 2019)

ΚΟΚΚΙΝΟΣ :Το **Οινοποιείο Κόκκινος** βρίσκεται στην περιοχή Δαλαμάρι, σε υψόμετρο 450 μ., περίπου 1,5 χιλ. έξω από την πόλη της Νάουσας, πάνω στον δρόμο για τον παραδοσιακό οικισμό του Αρκοχωρίου. Οι εγκαταστάσεις περιλαμβάνουν τον κύριο χώρο οινοποίησης και εμφιάλωσης, υπόγεια κάβα καθώς και παραδοσιακή αίθουσα απόσταξης και γευσιγνωσίας. Η πρώτη εμφιάλωση έγινε το 2009. Ο " νεαρότερος " οινοποιός της Νάουσας, Σταύρος Κόκκινος, επέλεξε να παρουσιάσει μέχρι σήμερα δύο ερυθρά κρασιά: το "**kokkinos**" ένα καθαρόαιμο ξινόμαυρο και το "**black rooster**" ένα περίτεχο πάντρεμα ξινόμαυρου με καμπερνέ. Η ποικιλία που υπάρχει φυτεμένη είναι το **ΞΙΝΟΜΑΥΡΟ**. Το οινοποιείο εκμεταλλεύεται αμπελώνες ιδιόκτητους αλλά και αμπελώνες που βρίσκονται στην ιδιοκτησία αμπελουργών με τους οποίους συνεργάζεται.

Όλα τα αμπελοτόπια βρίσκονται εντός της **Ζώνης ΠΟΠ**. Η στρεμματική απόδοση είναι 750-800kg. ανά στρέμμα. Η παλαίωση γίνεται σε δρύινα γαλλικά βαρέλια 225lit. και διαρκεί από 1 χρόνο έως 18 μήνες. Σήμερα η δυναμική παραγωγής του οινοποιείου ανέρχεται στις 50.000 φιάλες ετησίως. Το οινοποιείο είναι επισκέψιμο εφόσον προηγηθεί συνεννόηση με τον υπεύθυνο. (newwinesofgreece.com,2019)

ΜΕΛΙΤΖΑΝΗ :Το όνομα της οικογένειας του Δημητρώ Μελιτζανή συνδέεται με το αμπέλι και το Ναουσαίικο ξινόμαυρο κρασί (1882-1961). Από το 1918, συμπληρώθηκαν 101 χρόνια που η οικογένεια Μελιτζανή οινοποιεί αδιάκοπα το ξινόμαυρο και μας δίνει 'μεγάλες' Νάουσες. Σήμερα η τρίτη γενιά της οικογένειας, οι τρεις γιοί του Δημητρώ, Γρηγόρης, Αντώνης και Αγαμέμνων, έμπειροι από τα παιδικά τους χρόνια στην αμπελουργία και την οινοποιία, συνέχισαν επάξια την οικογενειακή παράδοση, διατηρώντας στην πόλη της Νάουσας κάβα από το 1952. Καλλιεργούν 50 στρέμματα στη θέση Γάστρα, σε ένα χαρισματικό αμπελοτόπι της ζώνης της Νάουσας, από τα οποία στα 35 εφαρμόζεται από το 2000 βιολογική καλλιέργεια. Το οινοποιείο, κλασικό παράδειγμα οικογενειακής επιχείρησης, βρίσκεται μέσα στη Νάουσα και έχει συνολική παραγωγική δυναμικότητα 30.000 φιαλών. Ο κύριος όγκος της παραγωγής τους κατευθύνεται στην ετικέτα ΟΠΑΠ Νάουσα που κυκλοφορεί στην εσωτερική αγορά. Χαρακτηριστική είναι η σφραγίδα της προσωπικής εργασίας σε όλα τα στάδια της καλλιέργειας του αμπελιού, της παραγωγής και της διάθεσης στην αγορά. (greeceandgrapes.com, 2019)

ΜΑΡΚΟΒΙΤΗΣ:Το Οινοποιείο Μαρκοβίτη βρίσκεται στην κεντρική Μακεδονία, δίπλα στο χωριό 'Πολλά Νερά', εντός της ΠΟΠ ζώνης της Νάουσας. Εδώ η οικογένεια Μαρκοβίτη καλλιεργεί από το 1972 το θρυλικό ξινόμαυρο, μια ερυθρή ποικιλία με μεγάλο δυναμικό παλαίωσης.

Στους πρόποδες της οροσειράς του Βερμίου περιοχή που χαρακτηρίζεται από υγρούς και κρύους χειμώνες και σχετικά θερμά και ξηρά καλοκαίρια. Το Οινοποιείο Μαρκοβίτη είναι αφοσιωμένο κατά κύριο λόγο στο ξινόμαυρο και στην δημιουργία κορυφαίων κρασιών παλαίωσης χαρακτηριστικά της ζώνης της Νάουσας. Σε αυτό συνεισφέρει και το επιφανειακά αργιλώδες έδαφος, το οποίο λόγω της μεγάλης του συνεκτικότητας καθιστά σχετικά δύσκολη την ανάπτυξη του φυτού πάνω από το έδαφος, με

αποτέλεσμα την σε βάθος ανάπτυξη του ριζικού συστήματος. Τέλος, η ελάφρυνση του φορτίου τον Αύγουστο και οι μειωμένες στρεμματικές αποδόσεις, δημιουργούν σταφύλια με μεγάλη αρωματική και γευστική συμπύκνωση.


Σήμερα το οινοποιείο και την παραγωγή διευθύνει ο εγγονός του Ιδρυτή, ο αμπελουργός-οινολόγος Μάρκος Μαρκοβίτης, με σπουδές στο Weinsberg της Γερμανίας. Φιλοσοφία της οικογένειας είναι το κρασί να μην υπόκειται σε καμία επεξεργασία και όλες οι απαραίτητες παρεμβάσεις να γίνονται αποκλειστικά και μόνο στο αμπέλι, με σκοπό την ανάδειξη των ιδιοτήτων κάθε χρονιάς και την δημιουργία αυθεντικών κρασιών terroir. (orizontes.com.gr, 2019)

ΚΕΛΕΣΙΔΗ: Στην καρδιά της οινοποιητικής ζώνης του Ξινόμαυρου, στο Γιαννακοχώρι Ημαθίας το «Κτήμα Κελεσίδη» παράγει ΠΓΕ Ημαθία και ΠΟΠ Νάουσα κρασιά με ιδιαίτερο μεράκι και προσωπική φροντίδα. Στο παραδοσιακό οινοποιείο, δημιουργούν κρασιά από δικούς τους αμπελώνες, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας σεβόμενοι έτσι και τον πιο απαιτητικό καταναλωτή. Φιλοδοξία της οικογενειακής επιχείρησης «Κτήμα Κελεσίδη» είναι η παραγωγή οίνων υψηλής ποιότητας από βιολογικά σταφύλια που θα ξεχωρίζουν για τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά τους και την ιδιαίτερη γεύση τους.

Χαρακτηριστικό του κτήματος Κελεσίδη είναι η έμφαση στην ποιότητα, το μεράκι στην διαδικασία παραγωγής και η προσωπική φροντίδα των ανθρώπων τους. (ktimakelesidi.gr,2019)

ΤΣΑΝΤΑΛΗ: Η οικογένεια Τσάνταλη είναι μια από τις παλαιότερες οικογένειες οινοποιών της Ελλάδας. Αυτή η μοναδική ιστορία 125 χρόνων εκτυλίσσεται παράλληλα με σημαντικά γεγονότα της νεότερης ιστορίας της χώρας: ξεκινώντας από μια προσφυγική διαδρομή που οδηγεί αρχικά στις Σέρρες και μετά στη Θεσσαλονίκη, σήμερα η οικογένεια Τσάνταλη με σεβασμό στην πολύτιμη κληρονομιά της αποτελεί τον πλέον σημαντικό πρεσβευτή της ελληνικής οινοποιίας και αποσταγματοποιίας εκτός συνόρων με παρουσία σε 55 χώρες. (<https://www.tsantali.com/aboutus/?lang=el>) Ήταν το 1890 στη Βορειοανατολική Ελλάδα όπου η οικογένεια Τσάνταλη ξεκίνησε να καλλιεργεί αμπέλια, να οινοποιεί σταφύλια και να κάνει αποστάξεις ούζου και τσίπουρου. Ο Ευάγγελος Τσάνταλης, αν και ουσιαστικά ήταν η δεύτερη γενιά της οικογένειας που ασχολήθηκε με την οικογενειακή επιχείρηση, ήταν αυτός που ουσιαστικά έβαλε τα θεμέλια, ενέπνευσε το όραμα και τη φιλοσοφία της μπράντας «ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ». Η διορατικότητα και το ένστικτό του οδήγησε στο στήσιμο από την αρχή όλων των υποδομών με έναν εξωστρεφή προσανατολισμό, μια κίνηση πρωτοφανής για την εποχή (δεκαετία του 40). Το Α και το Ω για τον Ευάγγελο Τσάνταλη ήταν η ποιότητα του αμπελώνα: με αυτό ως γνώμονα, προχώρησε σε τεράστιες επενδύσεις για την αναβίωση αμπελώνων, στήριζε τους αμπελουργούς και τους παρότρυνε στην καλλιέργεια γηγενών ποικιλιών. Ως μια από τις πλέον χαρισματικές προσωπικότητες της ελληνικής οινοποιίας και αποσταγματοποιίας, ο Ευάγγελος Τσάνταλης ήταν από τους πρωτεργάτες που έβαλαν το εμφιαλωμένο κρασί στο ελληνικό τραπέζι και συνέβαλλε τα μέγιστα στην ανάπτυξη της ελληνικής οινοποιίας εντός και εκτός συνόρων. (tsantali.com,2019)

ΦΟΥΝΤΗ: Η οικογένεια Φουντή κατάγεται από την Στράντζα της Ανατολικής Θράκης. Το 1914 παίρνει το δρόμο της προσφυγιάς και έπειτα από περιπλάνηση 10 ετών εγκαθίσταται τελικά στην περιοχή της Νάουσας, όπου μαζί με άλλες προσφυγικές οικογένειες ιδρύουν τον οικισμό της Νέας Στράντζας. Εδώ ο Γεώργιος Φουντής και ο γιός του Θεόδωρος γνωρίζουν την αμπελοκαλλιέργεια και φυτεύουν τον πρώτο τους αμπελώνα με Ξινόμαυρο, το 1930. Την παράδοση συνεχίζει ο Νικόλαος Θεοδ.

Φουντής, ο οποίος επεκτείνει τα αμπέλια της οικογένειας κατά την δεκαετία του 1970. Κατά την δεκαετία του 1980 γνωρίζει διεθνείς προσωπικότητες του κρασιού, από τις ιδέες των οποίων γοητεύεται και έτσι ιδρύει το δικό του οινοποιείο, το 1992. Το 1996 επιστρέφει από την Γαλλία ο ανηψιός του Δημήτριος Ζιάννης, χημικός οινολόγος και αναλαμβάνει την παραγωγή του κτήματος.  Οι αρχικώς υποτυπώδεις εγκαταστάσεις έχουν δώσει την θέση τους σ' ένα μικρό οινοποιείο, το οποίο βρίσκεται στο μαγευτικό φυσικό περιβάλλον της Νέας Στράντζας. (ktimafoundi.gr,2019)

ΧΡΥΣΟΧΟΟΥ: Στο κέντρο της ζώνης «ΠΟΠ Νάουσα» και σε υψόμετρο 250 μέτρων εκτείνονται οι αμπελώνες συνολικής έκτασης 180 στρεμμάτων και το οινοποιείο του κτήματος Χρυσοχόου. Η ιστορία για το κτήμα Χρυσοχόου ξεκινά το 1948 από την ομώνυμη οικογένεια, που δραστηριοποιείται στην παραγωγή και εμφιάλωση κρασιού, ούζου, μπράντι, λικέρ και βερμούτ. Η αρχή της ραγδαίας ανοδικής πορείας γίνεται την περίοδο 1977 – 1978 όταν επιλέγεται και φυτεύεται μια έκταση 100 στρεμμάτων στη Στράντζα Νάουσας και όλο το βάρος της επιχείρησης πέφτει στην παραγωγή και εμφιάλωση κρασιού. Περίπου 16 χρόνια μετά γίνεται πραγματικότητα το πρώτο μικρό οινοποιείο του κτήματος, το οποίο διαθέτει πλέον όλα τα απαραίτητα μηχανήματα παραγωγής κρασιού. Τέσσερα χρόνια αργότερα, το 1998, το οινοποιείο ολοκληρώνεται και αποκτά αίθουσα γευσιγνωσίας, χώρο παραγωγής και παλαίωσης καθώς και ένα μικρό μουσείο με διάφορα αμπελουργικά και οινολογικά αντικείμενα. Το 2007 οι άνθρωποι του κτήματος Χρυσοχόου ολοκληρώνουν τη νέα πτέρυγα με τον χώρο παλαίωσης, προβολής και προώθησης του κρασιού. Το κτήμα Χρυσοχόου αποτελεί πρότυπο οικογενειακής επιχείρησης που έχει ως βασικό της γνώμονα το μεράκι για το κρασί και την καλή και ποιοτική οινοποίηση. Στους αμπελώνες του κτήματος Χρυσοχόου συναντά κανείς τόσο λευκές όσο και ερυθρές ποικιλίες. Περίοπτη θέση κατέχει το παραδοσιακό «Ξινόμαυρο Νάουσας» από το οποίο το Κτήμα Χρυσοχόου παράγει έναν λευκό οίνο με τη μέθοδο «Blanc De Noirs». Μεταξύ των ποικιλιών που καλλιεργούνται είναι οι γαλλικές Merlot, Syrah, Chardonnay και Sauvignon Blanc αλλά και η παλιά τοπική λευκή ποικιλία Πρικνάδι, από την οποία παράγεται το κρασί «Πρικνιαρίκο». (greekcellar.gr,2019)

ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ: Το οινοποιείο Καστανιώτη, ιδρύθηκε το 1976 από τον Γεώργιο Καστανιώτη και από 1986 ως και σήμερα διοικείται από τον γιο του, τον Δημήτριο. Βρίσκεται 1 χιλιόμετρο έξω από την Νάουσα. Οι ποικιλίες που καλλιεργεί είναι είναι το Ξινόμαυρο κατά 80% και οι: Merlot, Ασύρτικο και Chardonnay. Ο κύριος όγκος της παραγωγής του κατευθύνεται σε ετικέτες ΠΟΠ Νάουσας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

7.1 ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της έρευνας Στην παρούσα εργασία με τίτλο «Έρευνα καταναλωτικών προτιμήσεων στα προϊόντα οίνου στο Νομό Χανίων και Νάουσας» έγινε μια έρευνα με στόχο να αποκτηθεί μια εικόνα για τις καταναλωτικές προτιμήσεις του οίνου. Η επίτευξη του σκοπού και των στοιχείων της εργασίας έγινε μέσω έρευνας αγοράς με δομημένα ερωτηματολόγια σε καταναλωτές του Νομού Χανίων και Νάουσας. Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποικίλες ερωτήσεις οι οποίες αποτυπώνουν τις καταναλωτικές τους τάσεις. Κατά το σχεδιασμό της έρευνας τέθηκαν ποικίλα ερευνητικά ερωτήματα που αφορούσαν τη γενικότερη σχέση που έχουν οι Κρητικοί Χανιώτες και οι Ναουσσαίοι καταναλωτές με το κρασί αλλά και ειδικότερα με τα προϊόντα του Νομού τους. Πιο αναλυτικά, τέθηκαν ευρύτερα ερευνητικά ερωτήματα όπως:

- Πόσο προτιμούν οι καταναλωτές το κρασί σε σχέση με άλλα αλκοολούχα ποτά;
- Πόσο ενημερωμένοι είναι για το κρασί; • Πόσο συχνά καταναλώνουν κρασί και ποια είδη κρασιού προτιμούν;
- Πού καταναλώνουν συνήθως το εμφιαλωμένο κρασί;
- Κατά πόσο επηρεάζονται από τον τόπο προέλευσης, την τιμή, την επωνυμία, την συσκευασία και την ποικιλία, όταν πρόκειται να αγοράσουν εμφιαλωμένο κρασί;
- Από πού προμηθεύονται συνήθως το εμφιαλωμένο κρασί και πόσα χρήματα ξοδεύουν συνήθως στην αγορά μιας φιάλης κρασιού;
- Κατά πόσο γνωρίζουν / αναγνωρίζουν τα προϊόντα του Νομού τους;
- Τι γνώμη έχουν για τα κρασιά των Χανίων σχετικά με παραμέτρους όπως η τιμή και η ποιότητα τους;

7.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Μεθοδολογία έρευνας Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή, σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παρουσιαστεί η σχέση των πολιτών Χανίων και της Νάουσας με τα προϊόντα οινοποιίας του Νομού τους. Για να εξεταστεί αυτό το ερευνητικό θέμα ,πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα .Πληθυσμός της παρούσας εργασίας ήταν το σύνολο των πολιτών Χανίων ,οι οποίοι είτε σπουδάζουν, είτε εργάζονται, είτε είναι συνταξιούχοι. Για να εξασφαλισθεί ότι τα αποτελέσματα της έρευνας θα είναι όμοια ή τουλάχιστον παρόμοια αυτών που θα προκύψουν από τη μελέτη του συνόλου του πληθυσμού χρησιμοποιήθηκε τυχαία δειγματοληψία 150 πολιτών . Σαν εργαλείο συλλογής ερευνητικών δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο .Τα πλεονεκτήματα της έρευνας με ερωτηματολόγιο είναι ότι σε σύντομο χρονικό διάστημα μπορεί να ληφθεί μεγάλος αριθμός απαντήσεων. Χρησιμοποιήθηκαν περιεκτικές ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών οι οποίες να μην κουράζουν τον ερωτηθέντα και να δίνουν σαφείς και ξεκάθαρες απαντήσεις ώστε να μην χρειαστεί να δίδονται περαιτέρω διευκρινήσεις για το λόγω του ότι έπρεπε να υπάρξει όσο το δυνατόν καλύτερη εκμετάλλευση του χρόνου ώστε να απαντήσουν όσο περισσότερα άτομα καθίσταται εφικτό και δυνατό. Μετά τη συλλογή των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων ακολούθησε κωδικοποίηση των στοιχείων στο Microsoft Excel ώστε να επεξεργαστούν και να αξιολογηθούν ανάλογα. Επίσης με τη βοήθεια του Excel πραγματοποιήθηκαν κατανομές συχνοτήτων για τις μελετώμενες μεταβλητές. Παράλληλα διατέθηκαν διαγράμματα με τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα των μεταβλητών όπου και σχολιάστηκαν στα πλαίσια της περιγραφικής στατιστικής.

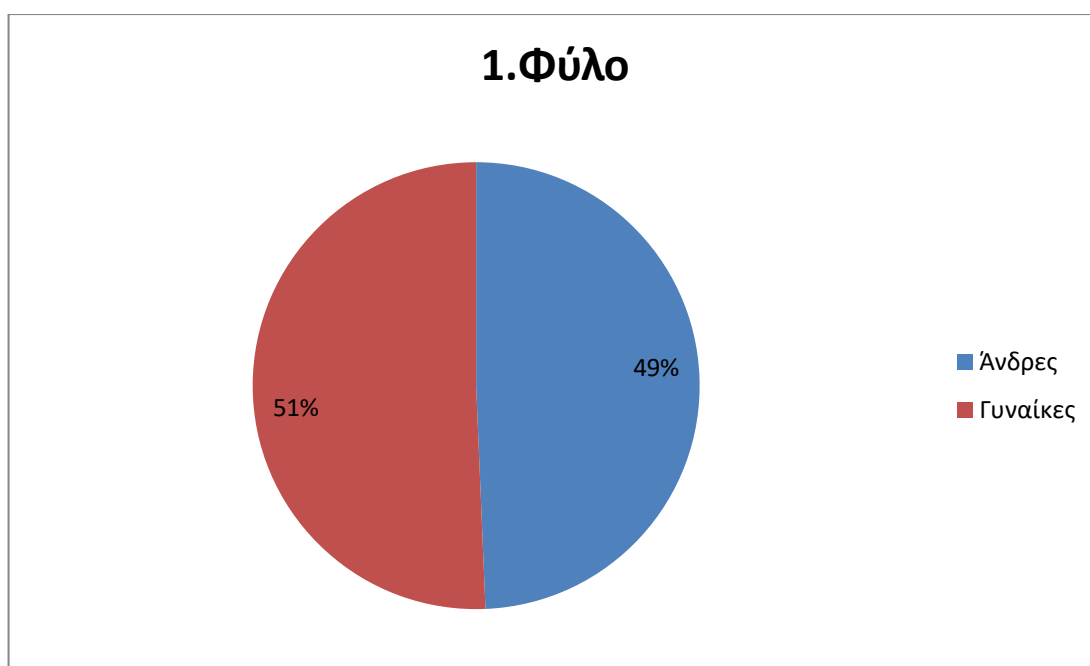
7.3 ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Μετά τη συλλογή των ερωτηματολογίων δημιουργήθηκε ειδικό αρχείο στο πρόγραμμα Microsoft Excel, με τη χρήση του οποίου έγινε η κωδικοποίηση και η στατιστική επεξεργασία και ανάλυση των αποτελεσμάτων (διαγράμματα, υπολογισμοί, κ.λπ.).Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι δόθηκε ένα μεγάλο μέρος του χρόνου ώστε να γίνει εφικτό να καθοριστούν τα ποσοστά της κάθε απάντησης ανάλογα με τους παράγοντες που είχαν επιλεγεί για ανάλυση στην συγκεκριμένη έρευνα. Παράλληλα, το εύρος των απαντήσεων θα μπορούσαμε να πούμε ότι σε ένα μεγάλο μέρος του ότι είναι ομοιογενές, χωρίς ιδιαίτερα μεγάλες αποκλίσεις στις περισσότερες των περιπτώσεων και αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι έχει διατυπωθεί όλα αυτά τα χρόνια στην αγορά του οίνου μια συγκεκριμένη στάση ζωής, μια συνήθεια πολλών γενιών και μία κοινή κουλτούρα από την οποία απορρέουν και οι περισσότερες απαντήσεις των ερωτηθέντων.

7.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΧΑΝΙΩΝ

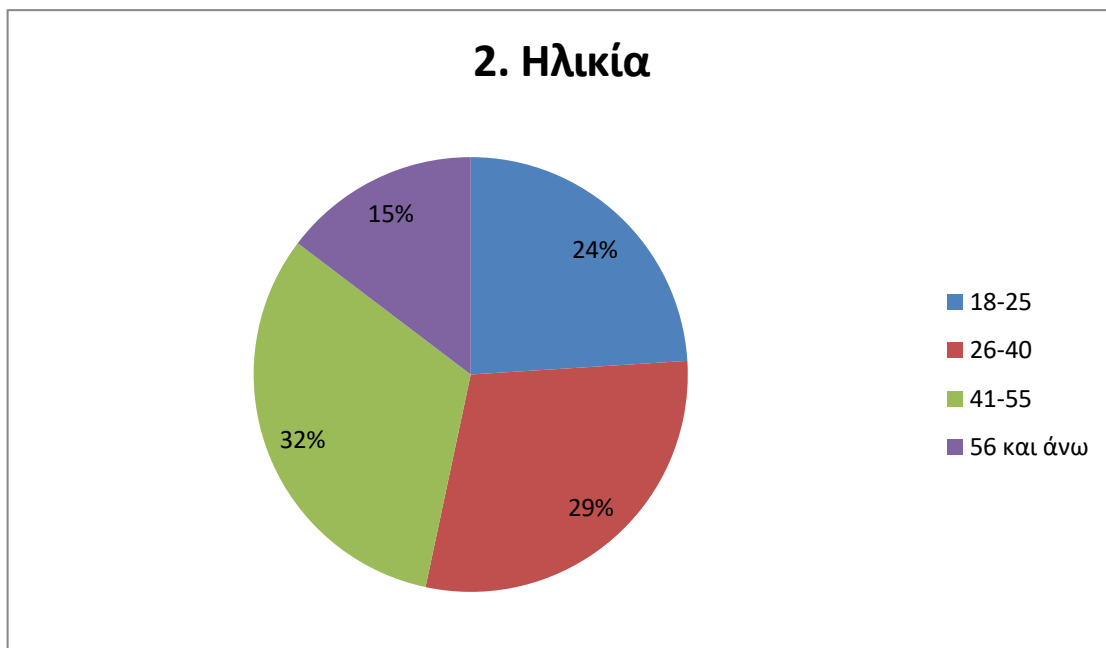
A. Δημογραφικά Στοιχεία

Τα αποτελέσματα της έρευνας όπως αναλύονται από τα δεδομένα που συλλέχθηκαν μας οδηγούν στα εξής συμπεράσματα: Το δείγμα μας με βάση το φύλο θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι σχεδόν ομοιογενές με ποσοστό συμμετεχόντων αντρών να αγγίζει το 49% και με ποσοστό των γυναικών να αγγίζει το 51%.



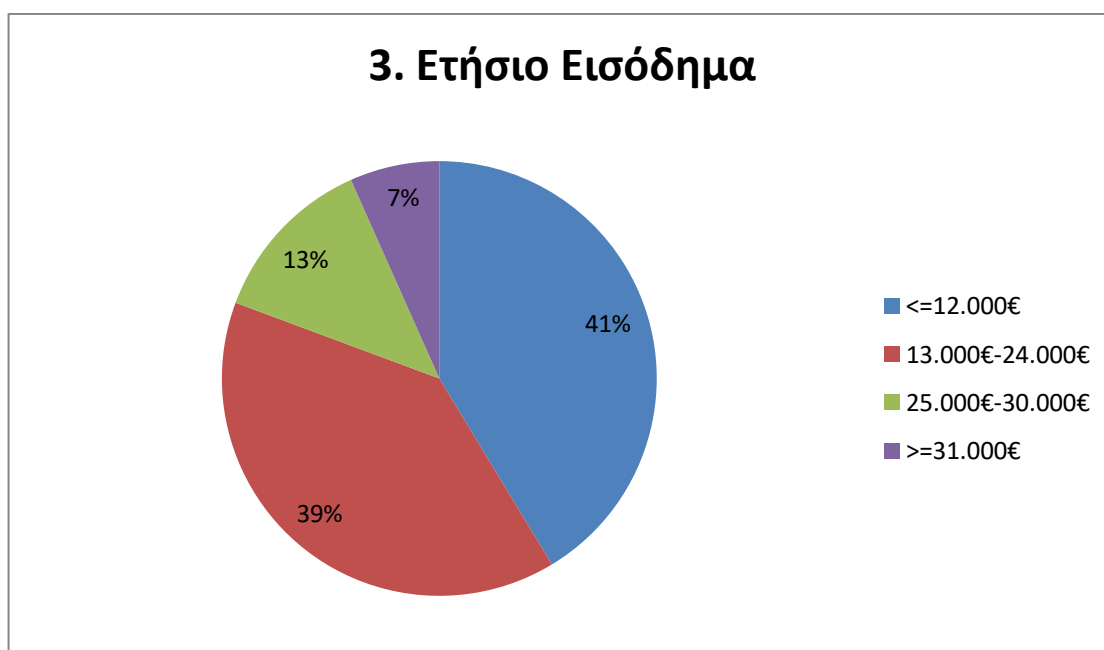
Γράφημα1 Κατανομή Φύλου στο δείγμα

Όσον αφορά τα ηλικιακά κριτήρια που λάβαμε υπ' όψιν μας, το ποσοστό των ατόμων που απάντησαν στην έρευνα από 18-25 ετών ήταν 24%, το από 26-40 ήταν το 29% , το οποίο μαζί με το 32% που αποτελούνταν από την ηλικιακή ομάδα των 41-45 ήταν θα μπορούσαμε να αναφέρουμε και το μεγαλύτερο δείγμα μας. Με λίγα λόγια η ηλικία των κυρίως ενεργών πολιτών. Στη συνέχεια ακολουθεί και ένα 15% που αναφέρεται στη συμμετοχή των ηλικιών από 56 ετών και άνω.



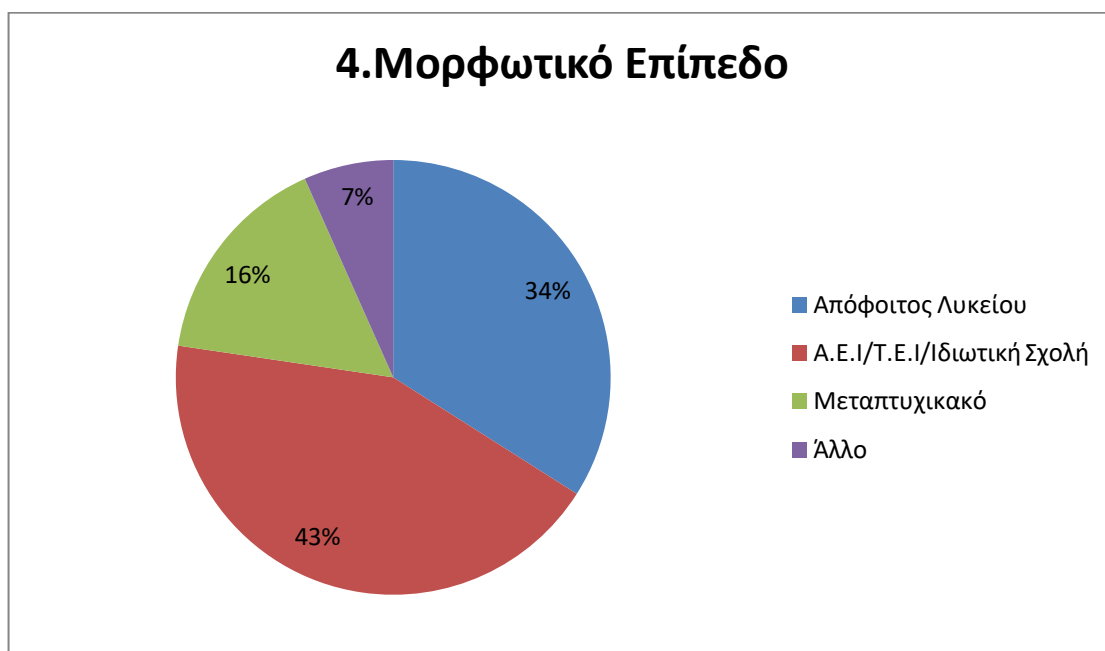
Γράφημα2: Κλίμακα ηλικιών σε ποσοστά, των ατόμων του δείγματος

Στη συνέχεια , όσον αφορά το εισόδημα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετεχόντων στην έρευνα το οποίο πλησιάζει το 41% διαθέτει ετήσιο εισόδημα έως 12.000 ευρώ. Στη συνέχεια ακολουθεί ένα ποσοστό 39% το οποίο κατέχει ετήσιο εισόδημα το οποίο κυμαίνεται από 13-24.000 ευρώ και ακολουθεί με 13% το κοινό το οποίο αναφέρει ότι διαθέτει ετήσιο εισόδημα 25-30.000 ευρώ και τέλος ένα 7% από 31.000 ευρώ και πάνω.



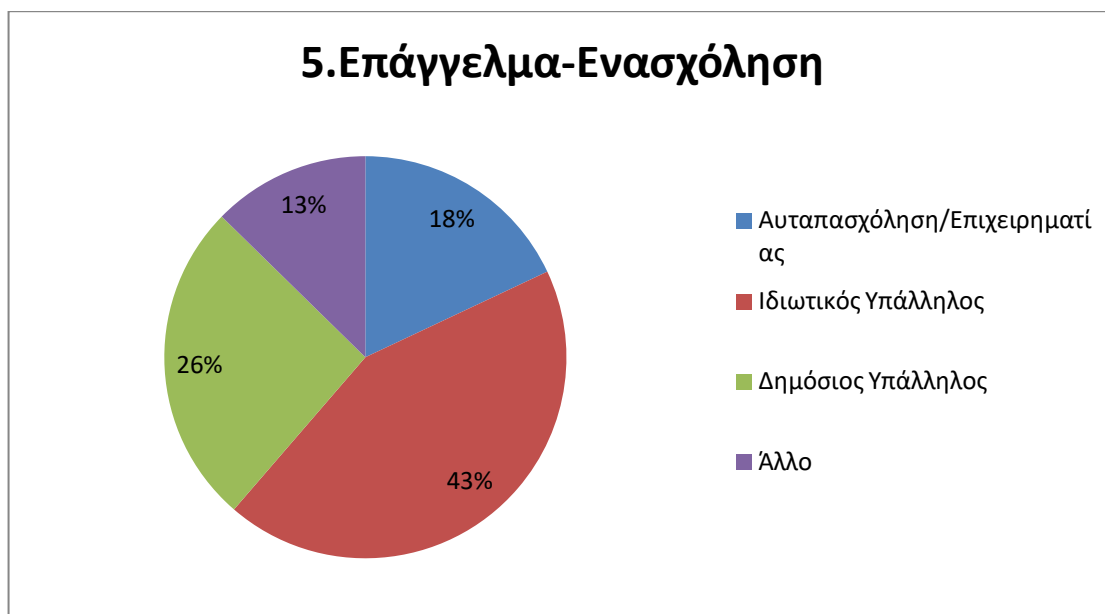
Γράφημα 3: Κλίμακες εισοδήματος των ατόμων του δείγματος σε ποσοστά%

Παρατηρούμε ότι το μορφωτικό επίπεδο που κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό στην ερευνά μας είναι των ΑΕΙ-ΤΕΙ με 43% και ακολουθεί ένα ποσοστό της τάξεως του 34% το οποίο δηλώνει ότι είναι απόφοιτος λυκείου αμέσως μετά ακολουθεί το ποσοστό 16% το οποίο δηλώνει ότι διαθέτει μεταπτυχιακό τίτλο ενώ ένα 7% δεν κατατάσσεται στις παρακάτω επιλογές μορφωτικού επιπέδου.



Γράφημα4: Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων του δείγματος

Η επαγγελματική κατηγορία των περισσότερων ατόμων στην έρευνα παρατηρούμε ότι είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι σε ποσοστό 43% , αυτοαπασχολούμενοι σε ποσοστό 18%, δημόσιοι υπάλληλοι σε ποσοστό 26% και με ένα ποσοστό 13% να δηλώνει «άλλο».



Γράφημα5: Το Επάγγελμα/Ενασχόληση των ατόμων του δείγματος

Β. Στάση καταναλωτών στην αγορά του κρασιού

Όσον αφορά τις απαντήσεις που δόθηκαν στην συγκεκριμένη έρευνα μπορούμε να παραθέσουμε τα εξής συμπεράσματα. Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος μας με αριθμό 47% προτιμάει να καταναλώνει κρασί σε σχέση με όλα τα υπόλοιπα ποτά. Συγκεκριμένα οι καταναλωτές απάντησαν ότι προτιμούν σε ποσοστό 3% το ούζο, σε 7% τη ρετσίνα, σε 7% ρακί και σε 31% να καταναλώνουν μπύρα, ενώ το 5% προτιμάει άλλο ποτό

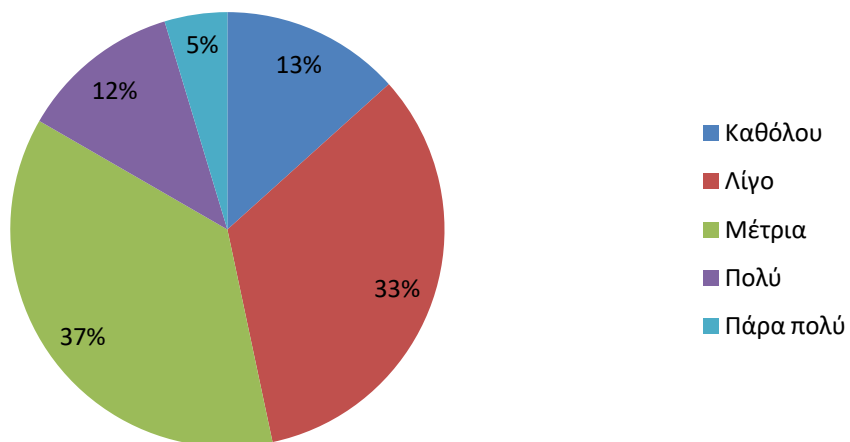


Γράφημα 6: Ποιο από τα παραπάνω αλκοολούχα ποτά προτιμάνε οι καταναλωτές περισσότερο

Άρα συμπεραίνουμε ότι η προτίμηση κατανάλωσης κρασιού σε σχέση με τα υπόλοιπα ποτά είναι σε πολύ υψηλό επίπεδο.

Στην ερώτηση πόσο ενημερωμένο είναι το κοινό για το κρασί το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι είναι μέτρια ενημερωμένο, το 37 % ότι είναι λίγο ενημερωμένο 33% ότι είναι πολύ ενημερωμένο, το 13% αντιθέτως απάντησε ότι δεν έχει λάβει καμία ενημέρωση και το 5% απάντησε ότι έχει λάβει πάρα πολύ ενημέρωση.

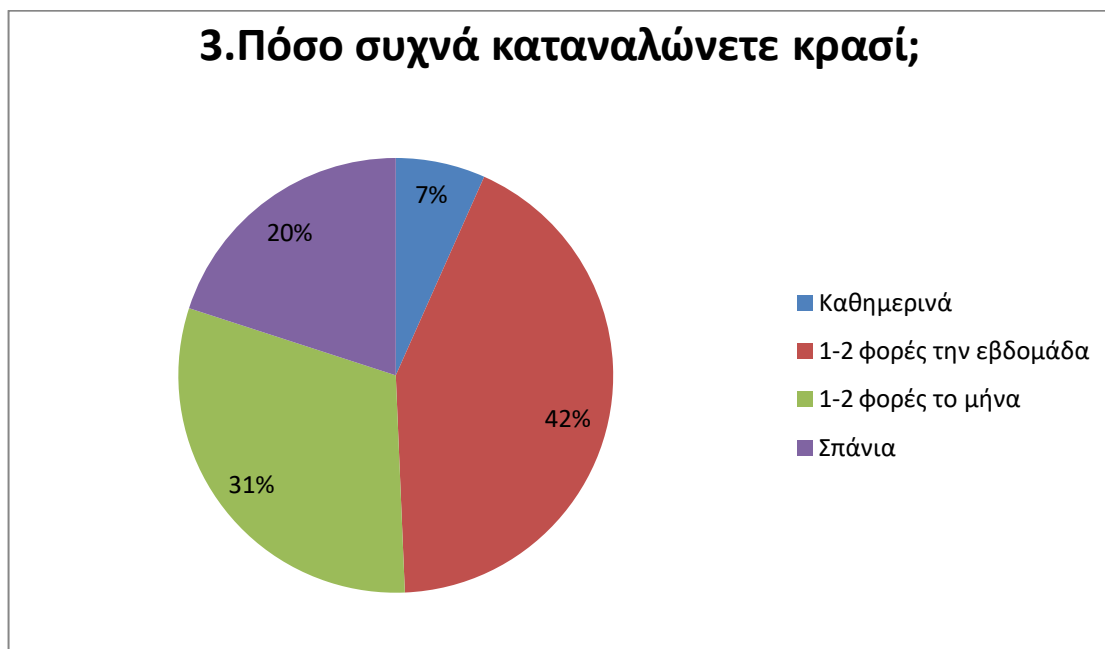
2.Πόσο ενημερωμένοι είστε για το κρασί;



Γράφημα 7: Πόσο ενημερωμένοι είναι για το κρασί

Αρά σε αυτό το ερώτημα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του κοινού είναι μέτρια έως λίγο ενημερωμένο όσον αφορά το κρασί.

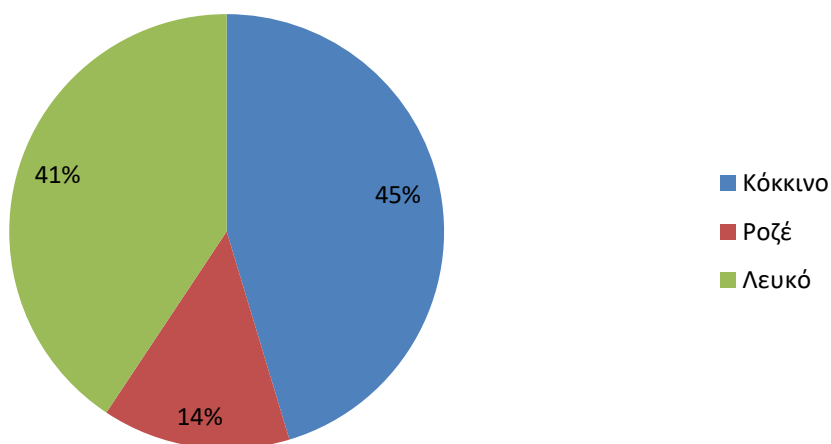
Στην ερώτηση πόσο συχνά καταναλώνουν κρασί το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε με 42% 1-2 φορές την εβδομάδα , με το ποσοστό 31% να ακολουθεί και να δηλώνει ότι καταναλώνει κρασί 1-2 φορές μηνιαίως. Στη συνέχεια ακολουθούν τα ποσοστά των ατόμων 20% που καταναλώνει κρασί σπάνια και του 7% που καταναλώνει κρασί σε καθημερινή βάση.



Γράφημα8: Πόσο συχνά καταναλώνουν κρασί οι ερωτώμενοι

Στο επόμενο ερώτημα για την προτίμηση του χρώματος του κρασιού το 45% δήλωσε ότι προτιμάει το κόκκινο, το 41% προτιμάει το λευκό και μόλις ένα 14% ότι προτιμάει το ροζέ.

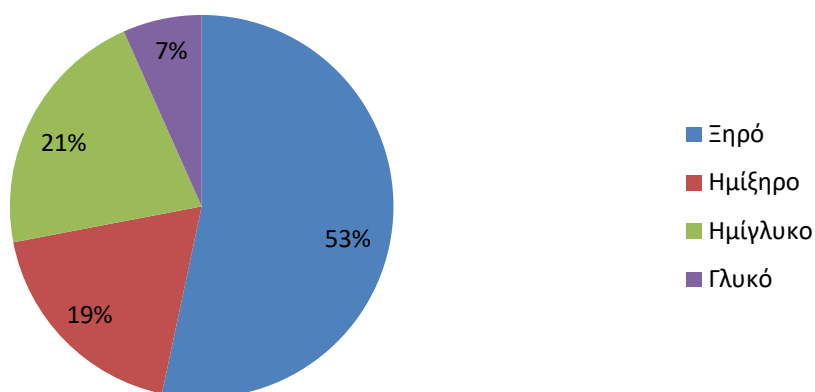
4.Τι χρώμα κρασιού προτιμάτε;



Γράφημα9: Τι χρώμα κρασιού προτιμούν οι καταναλωτές

Όσον αφορά την ξηρότητα του κρασιού το μεγαλύτερο ποσοστό με αριθμό 53% προτιμάει ξηρό, με το 21% να ακολουθεί και να δηλώνει ότι προτιμάει ημίγλυκο. Στη συνέχεια ακολουθεί το 19% που προτιμάει ημίξηρο και ένα 7% που προτιμάει γλυκό.

5.Τι ξηρότητας προτιμάτε να είναι το κρασί;



Γράφημα10: Η ξηρότητα που προτιμούν να είναι το κρασί

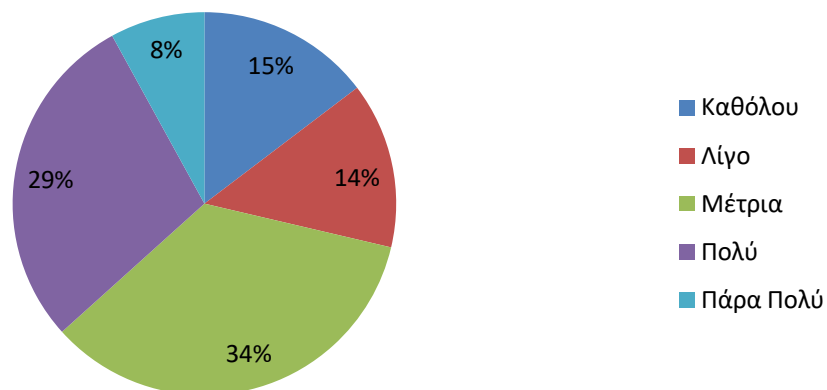
Στο ερώτημα εάν αρέσουν τα αφρώδη κρασιά ή όχι, το κοινό απάντησε με 39% όχι, 36% ναι και με 25% έτσι κι έτσι.



Γράφημα11: Είναι θετικοί οι καταναλωτές στα αφρώδη κρασιά

Η βιολογική καλλιέργεια του κρασιού παρατηρούμε ότι επηρεάζει σε ένα βαθμό το δείγμα μας με ποσοστό 29% να απαντάει πολύ ,με 34 % να απαντάει μέτρια, με 8% να απαντάει πάρα πολύ. Το ποσοστό που δεν το ενδιαφέρει τόσο εάν το κρασί είναι βιολογικής καλλιέργειας ανέρχεται στο 15% με απάντηση λίγο και σε 14% με απάντηση καθόλου.

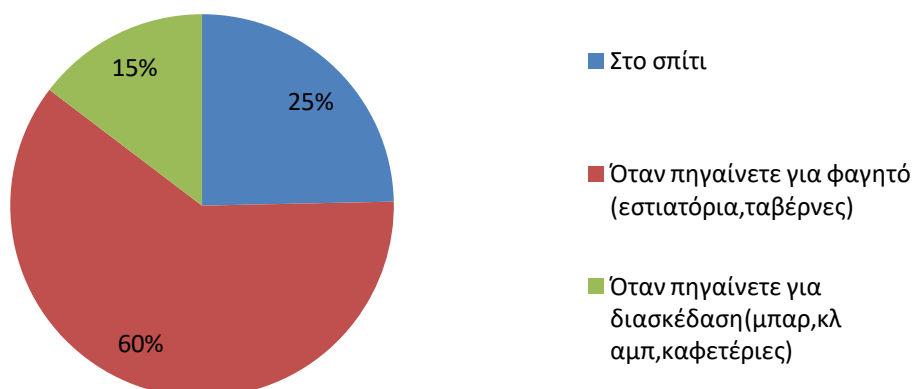
7. Πόσο σημαντικό είναι για σας να είναι το κρασί βιολογικής παραγωγής;



Γράφημα 12: Πόσο σημαντικό είναι για τους καταναλωτές το κρασί να είναι βιολογικής παραγωγής

Ακόμα βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό σε τιμή 60% καταναλώνει κρασί όταν πηγαίνει για φαγητό σε εστιατόριο, το 15% όταν πηγαίνει για διασκέδαση και το 25% στο σπίτι.

8. Συνήθως που καταναλώνετε εμφιαλωμένο κρασί;



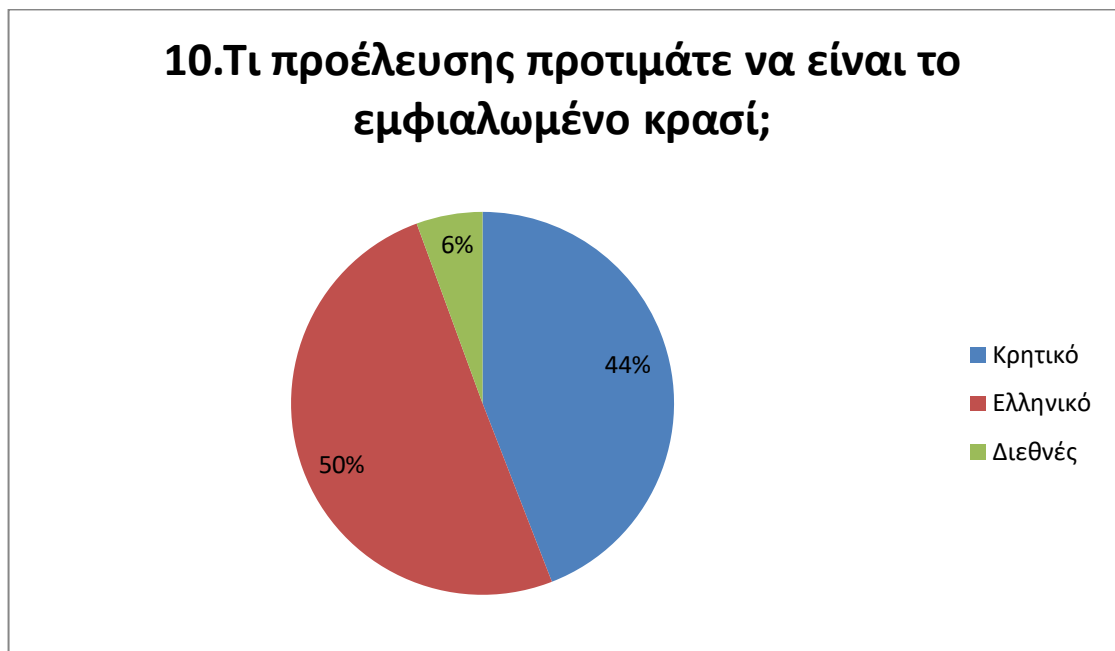
Γράφημα 13: Που συνηθίζουν να καταναλώνουν κρασί

Στην ερώτηση εάν προτιμούν να αγοράζουν εμφιαλωμένο ή χύμα κρασί, η απάντηση ήταν κατά 58% για την επιλογή του εμφιαλωμένου κρασιού και κατά 31% χύμα κρασί. Το υπόλοιπο 11% αναφέρει ότι δεν αγοράζει κρασί γιατί το αυτοπαράγει



Γράφημα14: Προτιμήσεις καταναλωτών για την αγορά εμφιαλωμένο, χύμα κρασί και αυτοπαραγόμενου

Παρατηρούμε επίσης, ότι το 44% των ερωτηθέντων προτιμάει κρασί κρητικής προέλευσης, το 50% ελληνικό και μόλις ένα 6% προτιμάει διεθνές κρασί.



Γράφημα15: Προτιμήσεις καταναλωτών όσον αφορά την προέλευση του κρασιού

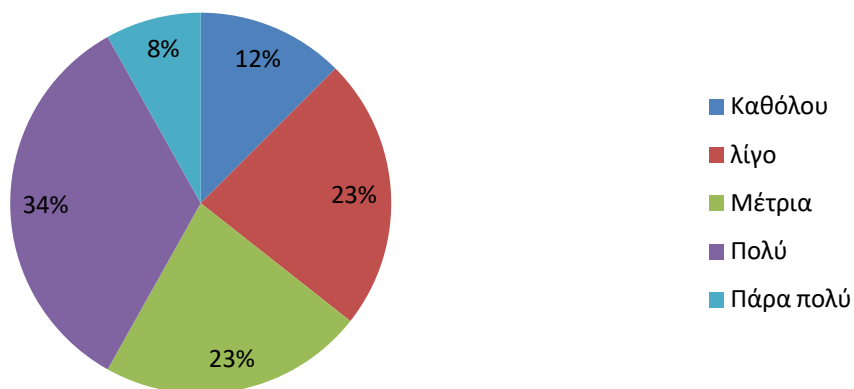
Στην παρακάτω ερώτηση ποιούς Κρητικούς παραγωγούς γνωρίζουν απάντησαν 105 άτομα ότι γνωρίζουν σημαντικούς παραγωγούς της Κρήτης ενώ οι υπόλοιποι 45 ότι δε γνωρίζουν κάποιο παραγωγό. 56 άτομα γνώριζαν το οινοποιείο Ντουράκη, 48 άτομα γνώριζαν το οινοποιείο Μανουσάκη και 13 άτομα το οινοποιείο Δουλουφάκη, μόλις 19 άτομα μας απάντησαν ότι γνώριζαν το οινοποιείο Καραβιτάκη ενώ 8 άτομα απάντησαν ότι γνώριζαν τους αμπελώνες Πνευματικάκη και 21 άτομα του Λυραράκη. Ένας μικρός αριθμός 6 και 9 ατόμων γνώριζε το οινοποιείο Ταμιωλάκη και Γαβαλά αντίστοιχα και μόλις 24 άτομα γνώριζαν διάφορους μικρούς παραγωγούς.



Γράφημα 16: Ποιούς παραγωγούς των Χανίων γνωρίζουν

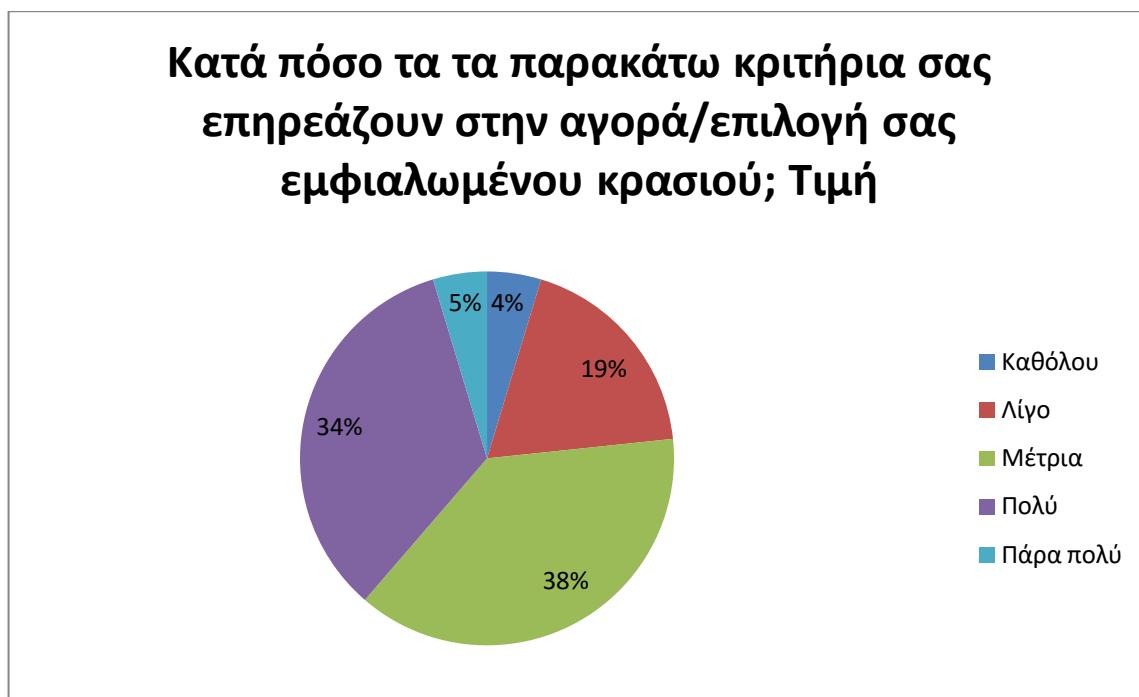
Όσον αφορά την επιλογή κρασιού με βάση τον τόπο προέλευσης απαντούν ότι τους επηρεάζει αυτό στην αγορά τους κατά 34% πολύ, κατά 23% μέτρια, κατά 8% πάρα πολύ, κατά 23% λίγο και κατά 12% καθόλου.

πόσο τα παρακάτω κριτήρια σας επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή σας εμφιαλωμένου κρασιού; Τόπος προέλευσης



Γράφημα 17.α Κατά πόσο τα παραπάνω κριτήρια επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή εμφιαλωμένου κρασιού τους καταναλωτές

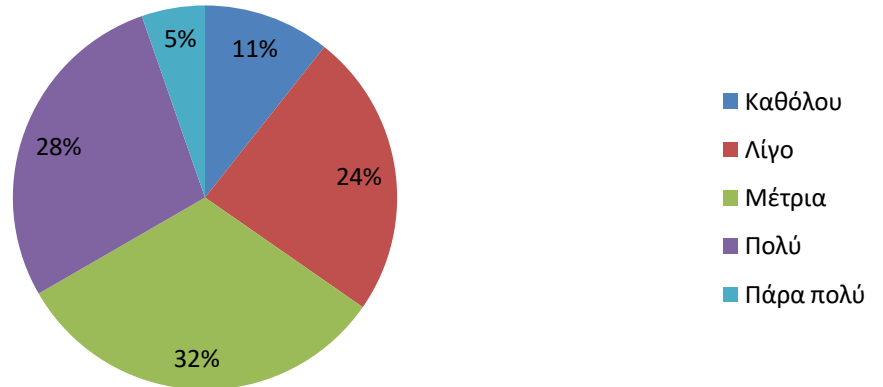
Όσον αφορά την επιλογή κρασιού με βάση την τιμή απαντούν ότι τους επηρεάζει αυτό στην αγορά τους κατά 38% μέτρια, κατά 34% πολύ, κατά 19% λίγο, κατά 5% πάρα πολύ και κατά 4% καθόλου.



Γράφημα 17.β Κατά πόσο τα παραπάνω κριτήρια επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή εμφιαλωμένου κρασιού τους καταναλωτές

Όσον αφορά την επιλογή κρασιού με βάση την επωνυμία απαντούν ότι τους επηρεάζει αυτό στην αγορά τους κατά 32% μέτρια, κατά 28% πολύ, κατά 24% λίγο, κατά 11% καθόλου και κατά 5% πάρα πολύ.

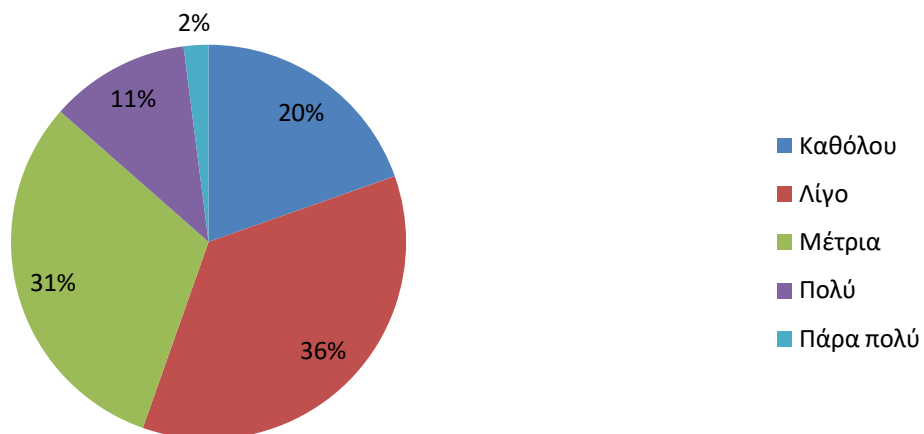
Κατά πόσο τα παρακάτω κριτήρια σας επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή σας εμφιαλωμένου κρασιού; Επωνυμία



Γράφημα 17.γ Κατά πόσο τα παραπάνω κριτήρια επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή εμφιαλωμένου κρασιού τους καταναλωτές

Όσον αφορά την επιλογή κρασιού με βάση τη συσκευασία απαντά το 36% τους επηρεάζει λίγο, κατά 31% επηρεάζονται μέτρια, κατά 20% καθόλου, ένα 11% επηρεάζεται πολύ, και τέλος ένα ποσοστό 2% φαίνεται να επηρεάζεται πάρα πολύ από την συσκευασία.

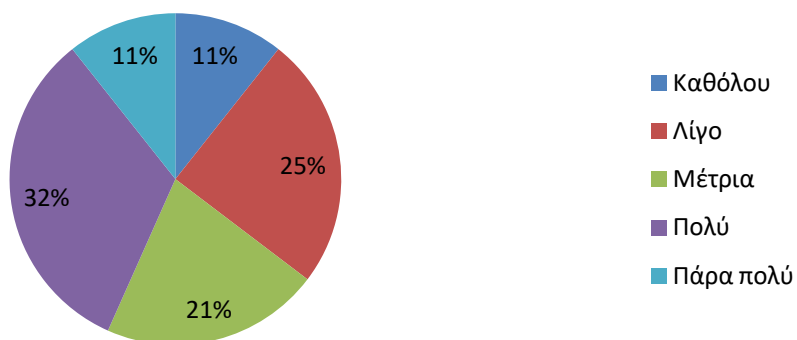
Κατά πόσο τα παρακάτω κριτήρια σας επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή σας εμφιαλωμένου κρασιού; Συσκευασία



Γράφημα 17.6 Κατά πόσο τα παραπάνω κριτήρια επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή εμφιαλωμένου κρασιού τους καταναλωτές

Όσον αφορά την επιλογή κρασιού με βάση την ποικιλία απαντά το 32% ότι επηρεάζεται πολύ, το 11% του δείγματος δείχνει να επηρεάζεται πάρα πολύ, ένα 21% δείχνει να επηρεάζεται μέτρια ενώ ένα 25% και ένα 11% φαίνεται να επηρεάζεται λίγο έως και καθόλου από την ποικιλία αντίστοιχα.

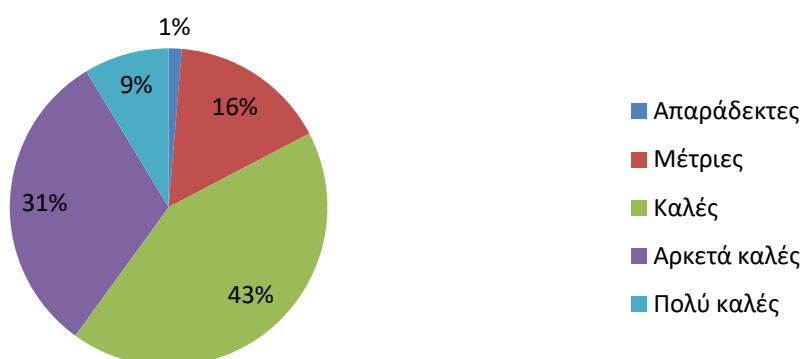
Κατά πόσο τα παρακάτω κριτήρια σας επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή σας εμφιαλωμένου κρασιού; Ποικιλία



Γράφημα 17.στ Κατά πόσο τα παραπάνω κριτήρια επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή εμφιαλωμένου κρασιού τους καταναλωτές

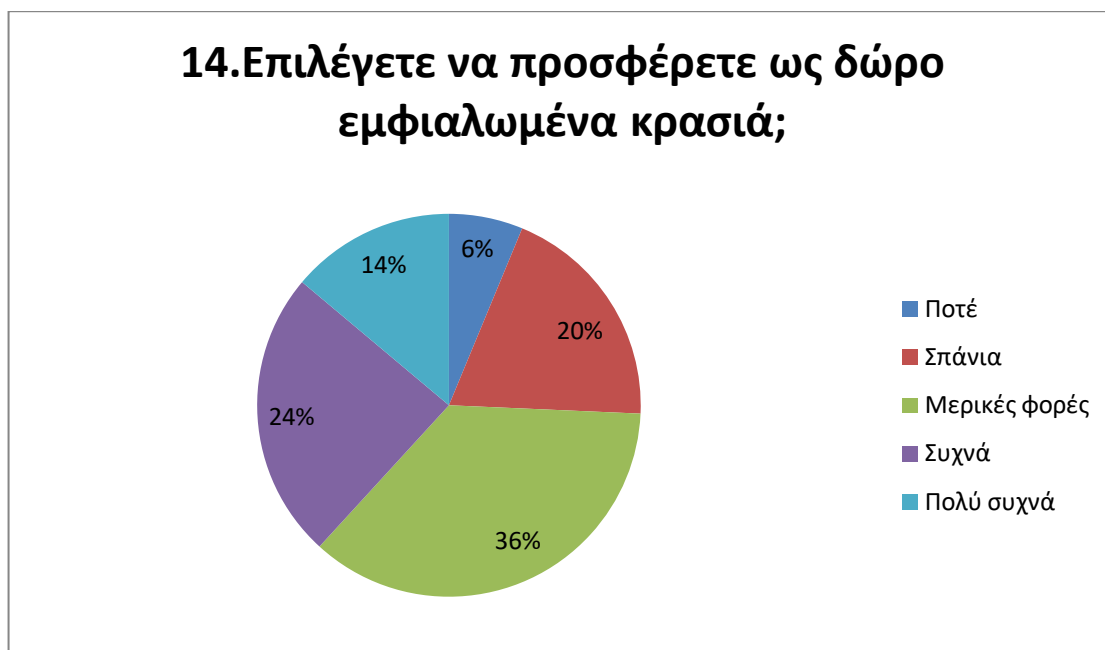
Όταν ερωτήθηκε το δείγμα μας για το αν θεωρεί τις τιμές των ελληνικών κρασιών φυσιολογικές, το 43% απάντησε καλές, το 16% μέτριες, το 31% αρκετά καλές και το 1% μόλις απαράδεκτες ενώ ένα ποσοστό 9% απάντησε ότι τις θεωρεί πολύ καλές.

13. Τις τιμές των ελληνικών κρασιών τις θεωρείτε:



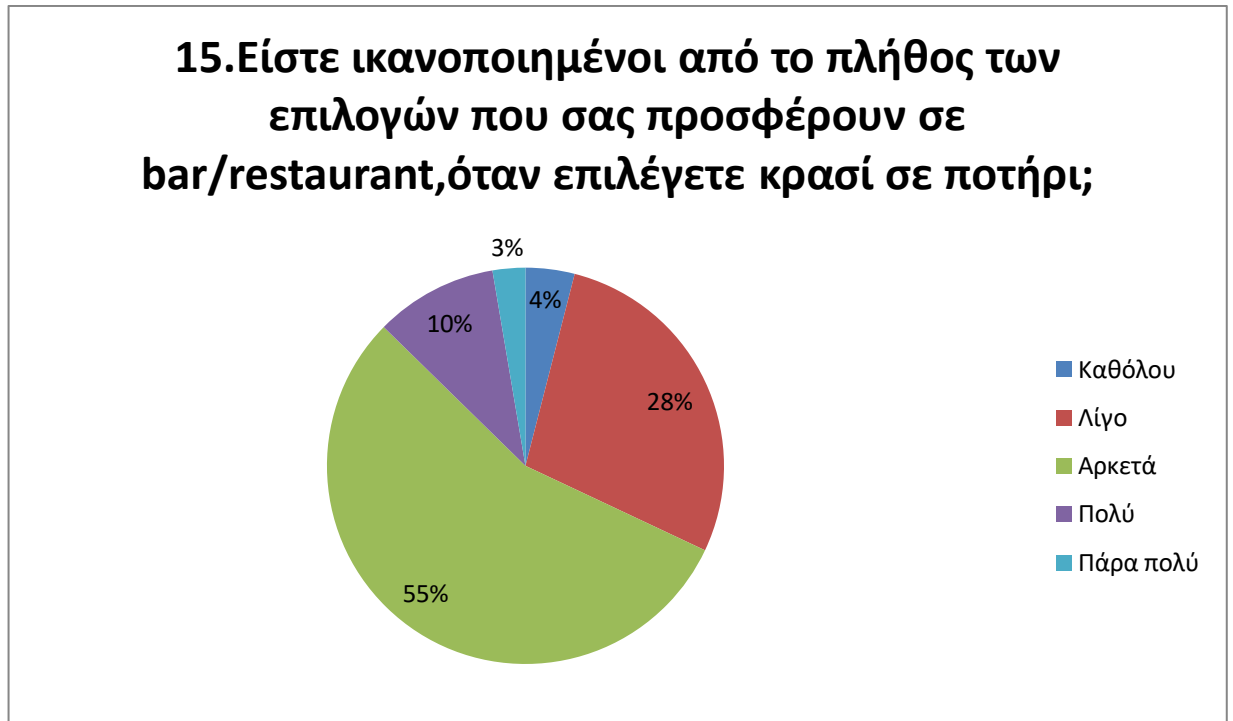
Γράφημα 18: Πως χαρακτηρίζουν τις τιμές των ελληνικών κρασιών οι καταναλωτές

Σαν δώρο ένα εμφιαλωμένο κρασί θα προτιμούμε να χαρίσει το 36% μερικές φορές, το 24% συχνά, το 20% σπάνια και το 6% ποτέ και το 14% προτιμάει να το χαρίζει ως δώρο πολύ συχνά.



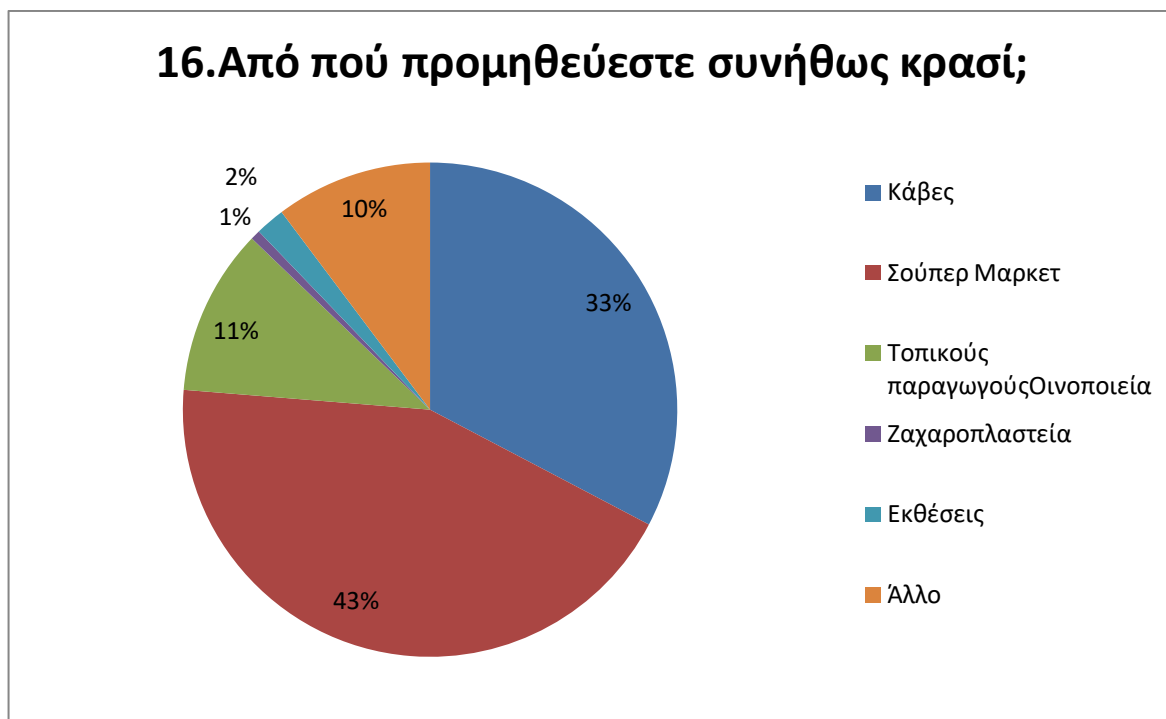
Γράφημα19: Επιλέγουν οι καταναλωτές ως δώρο εμφιαλωμένα κρασιά

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών είναι αρκετά 55% και λίγο 28% ικανοποιημένο από την ποιότητα του κρασιού σε μπαρ και εστιατόρια ενώ μικρότερα ποσοστά 4% δεν είναι καθόλου, 10% είναι πολύ και 3% πάρα πολύ ικανοποιημένοι.



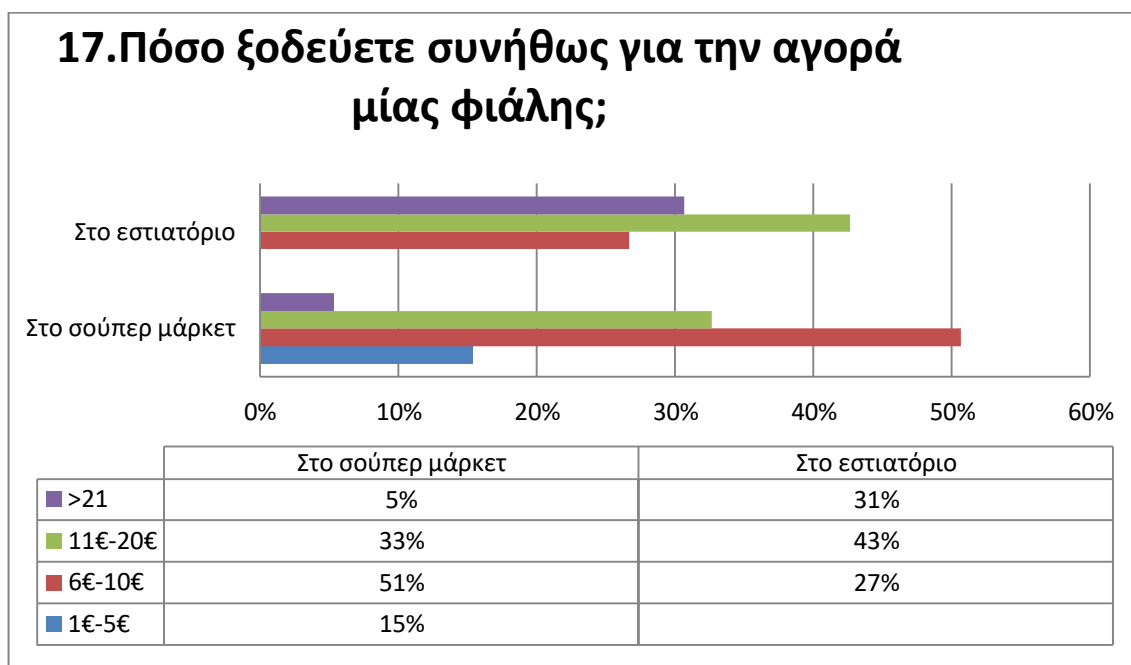
Γράφημα 20: Ποσοστό ικανοποίησης των καταναλωτών όσον αφορά τις επιλογές κρασιού σε ποτήρι που έχουν, όταν βρίσκονται σε εστιατόριο ή κάποιο bar

Το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών 43% προμηθεύεται κρασί από το Σούπερ μάρκετ, το 33% από τις κάβες και το 11% από τοπικούς παραγωγούς ενώ ένα 2% και 1% προμηθεύονται από εκθέσεις και ζαχαροπλαστεία. Τέλος ένα 10% προμηθεύεται κρασί από γνωστούς ή φίλους που παράγουν κρασί μόνο για το σπίτι τους.



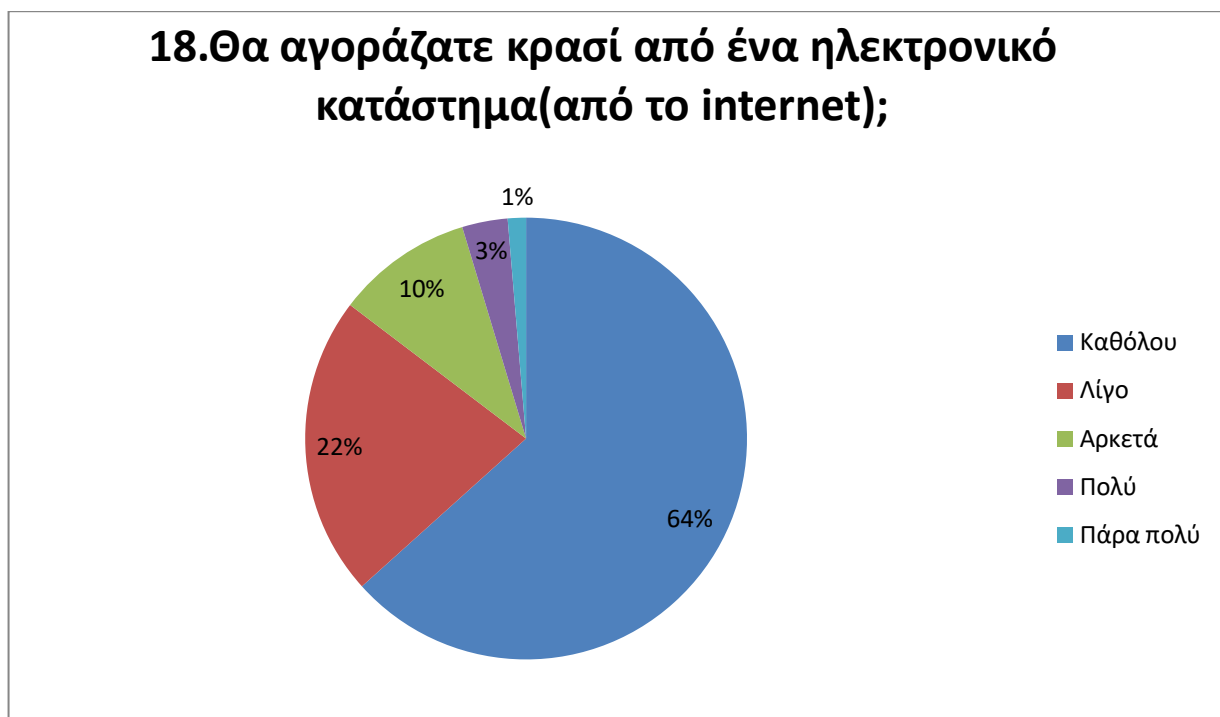
Γράφημα 21: Μέρη απ όπου προμηθεύονται συνήθως κρασί οι καταναλωτές

Ωστόσο συμπεραίνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό 51% δεν ξοδεύει παραπάνω από 10 ευρώ για την αγορά κρασιού στο σουπερ μάρκετ, το 33% ξοδεύει από 11-20 ευρώ, το 15% ξοδεύει από 1-5 ευρώ και μόλις 5% πάνω από 21€, ενώ σε εστιατόριο οι περισσότεροι καταναλωτές με 43% ξοδεύουν από 11-20€, το 31% από 21 και πάνω και μόλις ένα 27% ξοδεύει 6-10€.



Γράφημα 22: Πόσο ξοδεύουν συνήθως για την αγορά μιας φιάλης εμφιαλωμένου κρασιού οι καταναλωτές

Παρακάτω παρατηρούμε την πιο απόλυτη άποψη που συναντήσαμε μέχρι τώρα όσον αφορά την αγορά κρασιού από κάποιο ηλεκτρονικό κατάστημα με 64% του ποσοστού να συμφωνεί πως δεν προτίθεται να κάνει ηλεκτρονικά κάποια αγορά κρασιού.

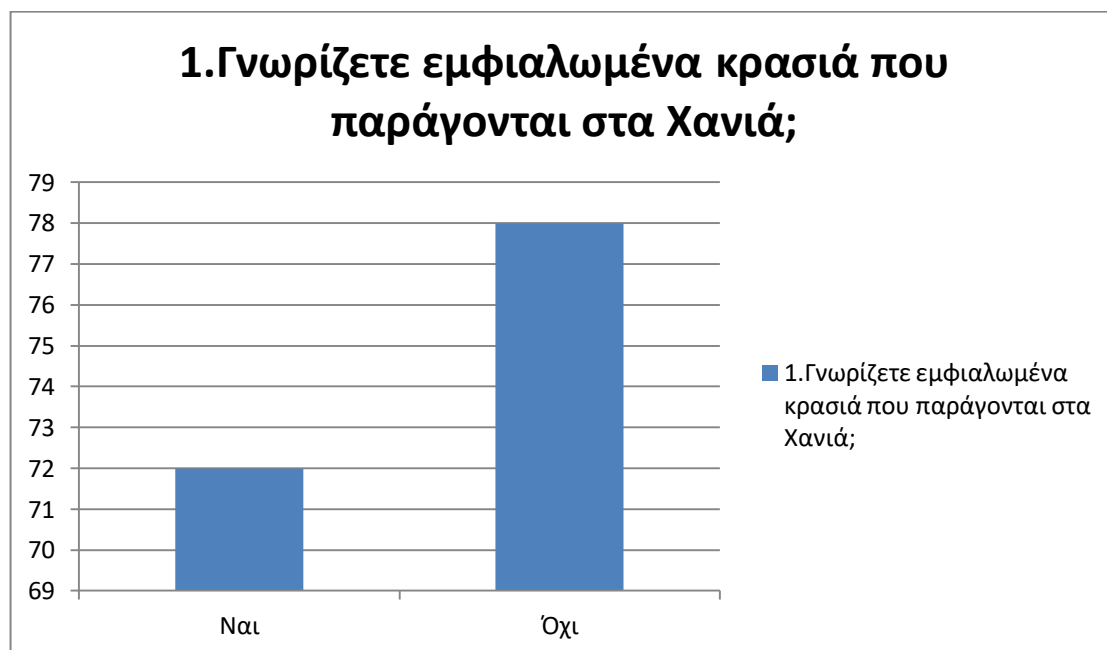


Γράφημα 23: Ποσοστό καταναλωτών που θα αγόραζαν κρασί από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα(internet)

Γ. Στάση καταναλωτών στα προϊόντα οίνου που παράγονται στο Νομό Χανίων

Στην ερώτηση ένα γνωρίζουν εμφιαλωμένα κρασιά που παράγονται στα Χανιά οι περισσότεροι μας απάντησαν τους παρακάτω:

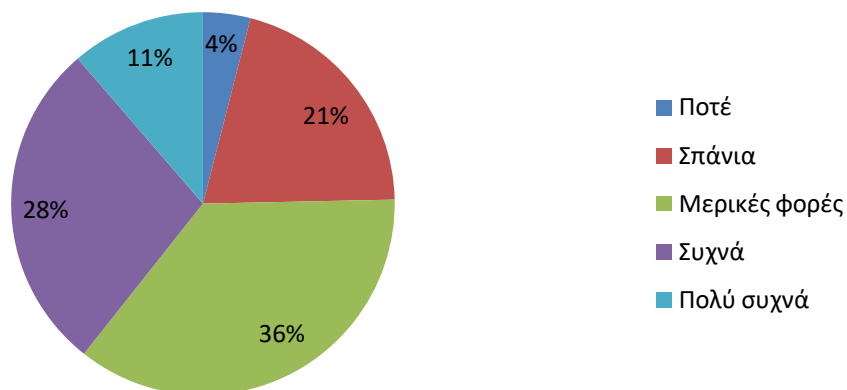
Ντουράκης, Μανουσάκης, Καραβιτάκης, Ανώσκελη.



Γράφημα 24: Ποσοστό καταναλωτών που γνωρίζουν εμφιαλωμένα κρασιά των Χανίων

Επίσης όσον αφορά την αγορά χανιώτικου κρασιού θα μπορούσαμε να βγάλουμε ένα γενικό συμπέρασμα ότι αγοράζουν μερικές φορές με ποσοστό να ανέρχεται στο 36% , αγοράζουν σπανίως το 21% ενώ ένα 4% δεν αγοράζει καθόλου το 28% και το 11% του υπόλοιπου δείγματος αγοράζει συχνά και πολύ συχνά Χανιώτικο κρασί.

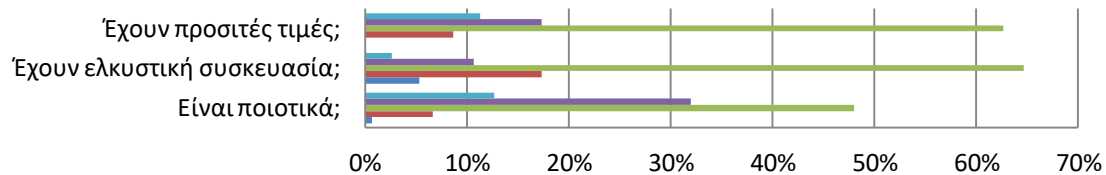
2.Αγοράζετε εμφιαλωμένο Χανιώτικο κρασί;



Γράφημα 25: Ποσοστό καταναλωτών που αγοράζουν εμφιαλωμένα κρασιά που παράγονται στα Χανιά

Επιπροσθέτως δίνεται να παρατηρήσουμε ότι υπάρχει μεγάλη εμπιστοσύνη όσον αφορά την ποιότητα στην επιλογή εμφιαλωμένου χανιώτικου κρασιού. Επίσης οι προσιτές τιμές είναι ένα σημαντικό κριτήριο στην επιλογή εμφιαλωμένου Χανιώτικου κρασιού με ποσοστό 63% να απασχολείται αρκετά από την τιμή, όπως επίσης ένα ποσοστό 65% υποστηρίζει ότι η συσκευασία των εμφιαλωμένων κρασιών είναι αρκετά καλή.

3. Κατά πόσο θεωρείτε ότι τα Χανιώτικα κρασιά:

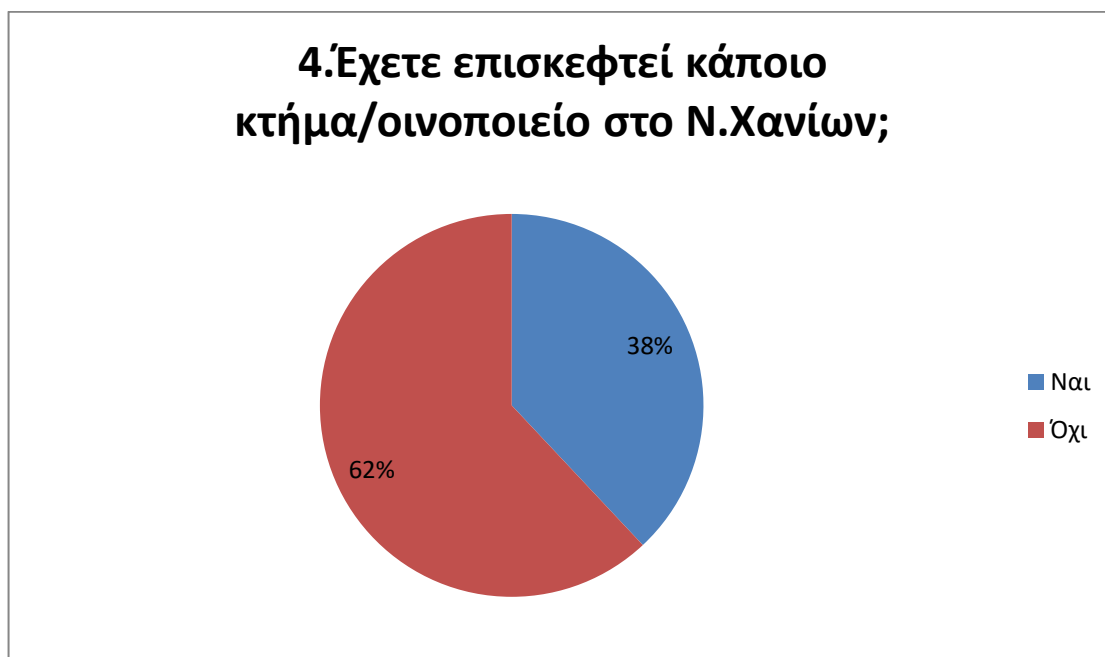


	Είναι ποιοτικά;	Έχουν ελκυστική συσκευασία;	Έχουν προσιτές τιμές;
■ Πάρα πολύ	13%	3%	11%
■ Πολύ	32%	11%	17%
■ Αρκετά	48%	65%	63%
■ Λίγο	7%	17%	9%
■ Καθόλου	1%	5%	0%

Γράφημα 26: Κατά πόσο θεωρούν οι καταναλωτές ότι τα εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας έχουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά

Στην ερώτηση εάν το δείγμα μας έχει επισκεφτεί κάποιο κτήμα- οινοποιείο στο Χανίων το 62% απάντησε πως όχι, ενώ μόλις το 38% απάντησε πως έχει επισκεφτεί τα παρακάτω οινοποιεία:

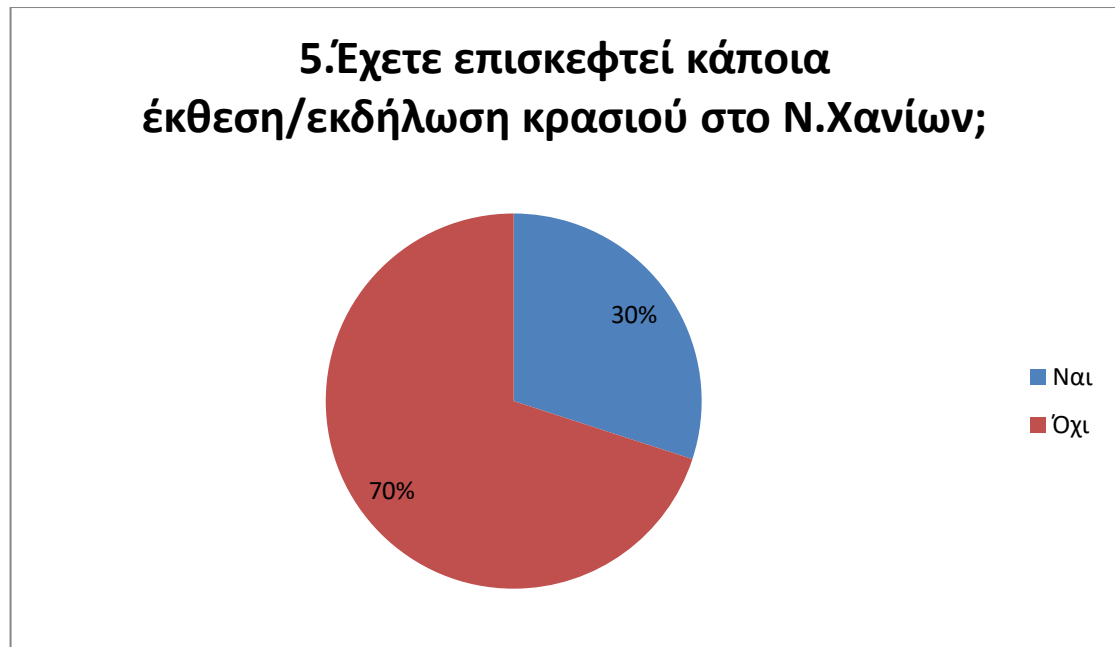
Ντουράκη, Μανουσάκη, Πνευματικάκη, Καραβιτάκη.



Γράφημα 27: Το ποσοστό των καταναλωτών που έχουν επισκεφτεί κάποιο κτήμα/οινοποιείο των Χανίων

Όσον αφορά τυχόν επίσκεψη σε εκδήλωση – έκθεση κρασιού στο Ν.Χανίων το 70% απαντά πως δεν έχει επισκεφτεί και το 30% απαντάει ότι έχει επισκεφθεί τα παρακάτω:

Οινοτικά, Οινοκρητικά, Αγροτικός Αύγουστος, Έκθεση Αγιάς, Μηδέν Άγαν.



Γράφημα 28: Το ποσοστό των καταναλωτών που έχουν επισκεφτεί κάποια έκθεση/εκδήλωση κρασιού στα Χανιά

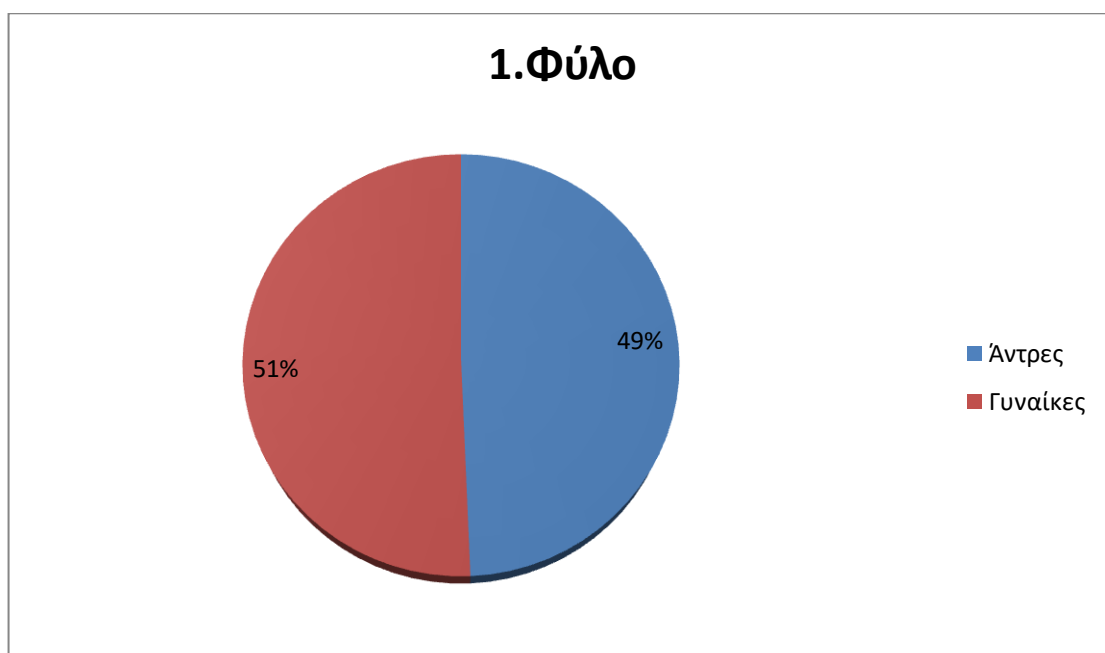
7.8 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΝΑΟΥΣΑΣ

Τα αποτελέσματα έρευνας καταναλωτικής συμπεριφοράς για τα προϊόντα οίνου για την Νάουσα, ολοκληρώθηκαν στα τέλη του Δεκέμβρη 2018. Παρακάτω, παρουσιάζονται οι ενότητες του κεφαλαίου με την δομή του ερωτηματολογίου, και αναλύονται με την βοήθεια της περιγραφικής στατιστικής τα αποτελέσματα σε κάθε ερώτημα του.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

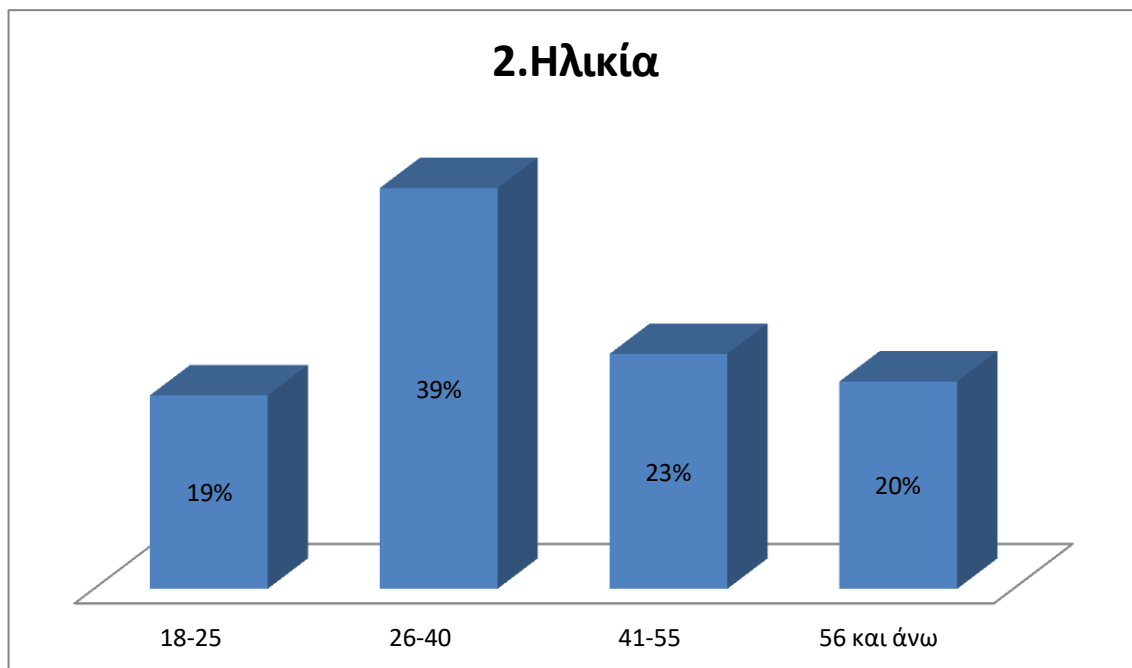
Η έρευνα καταναλωτικής συμπεριφοράς, πραγματοποιήθηκε με την μέθοδο της δημοσκοπήσης με δομημένα ερωτηματολόγια. Η συλλογή των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε με τυχαίο μοίρασμα σε κατοίκους της Νάουσας και των Χανίων. Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 300 καταναλωτές, εκ των οποίων οι 150 είναι κάτοικοι Ναούσης και οι υπόλοιποι 150 είναι κάτοικοι Χανίων. Τα κύρια χαρακτηριστικά του δείγματος, δίνονται στα ακόλουθα γραφήματα. Αξίζει να σημειωθεί, ότι η έρευνα πέτυχε την επιθυμητή διαστρωμάτωση του δείγματος, στο χαρακτηριστικό «Φύλο».

Από το σύνολο των καταναλωτών που συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια, το 51% των ερωτηθέντων είναι «γυναίκες» και το 49% είναι «άνδρες».



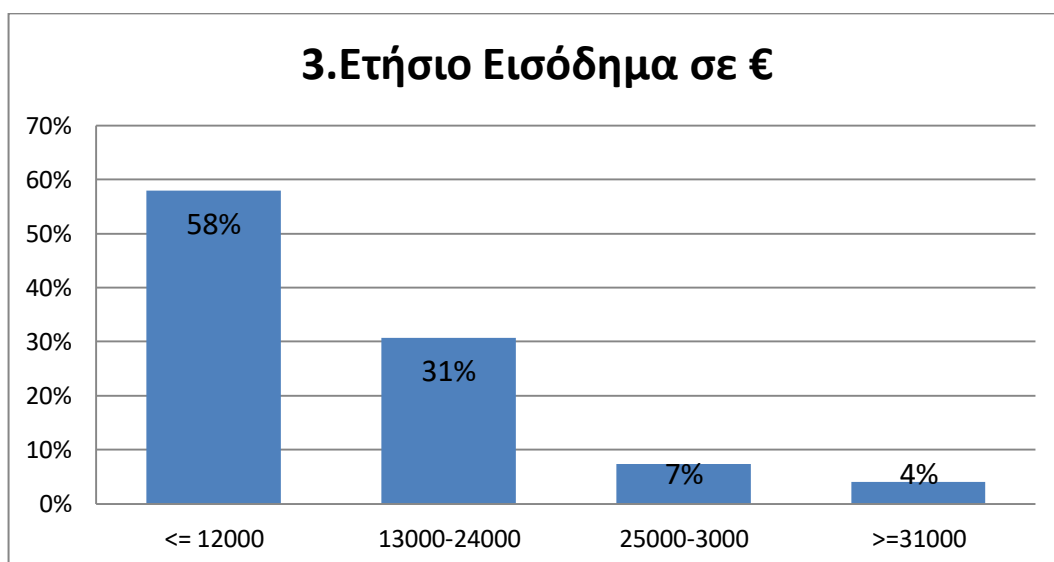
Γράφημα1 Κατανομή Φύλου στο δείγμα

Ηλικιακά, το δείγμα αποτελείται κατά 39% από άτομα ηλικίας 26-40 ετών και κατά 23% από άτομα σε ηλικία 41-55 ετών. Είκοσι τοις εκατό (20%), του δείγματος είναι ηλικίας 56 και άνω και 19% είναι ηλικίας 18-25 ετών .



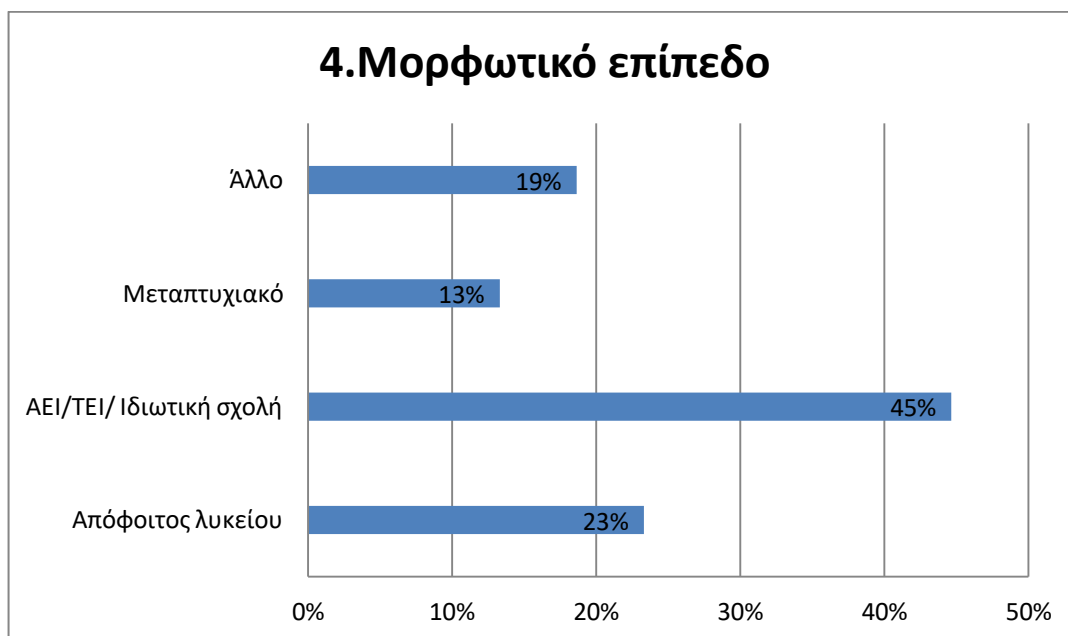
Γράφημα2: Κλίμακα ηλικιών σε ποσοστά, των ατόμων του δείγματος

Το 58% των καταναλωτών που απάντησαν στην έρευνα έχουν ετήσιο εισόδημα μικρότερο ή ίσο με 12000ευρώ (≤ 12000) , το 31% έχουν ετήσιο εισόδημα 13-24000ευρώ, ενώ το 7% του δείγματος δήλωσε ότι διαθέτει ετήσιο εισόδημα από 25-30000ευρώ, και το 4% άνω των 31000ευρώ.



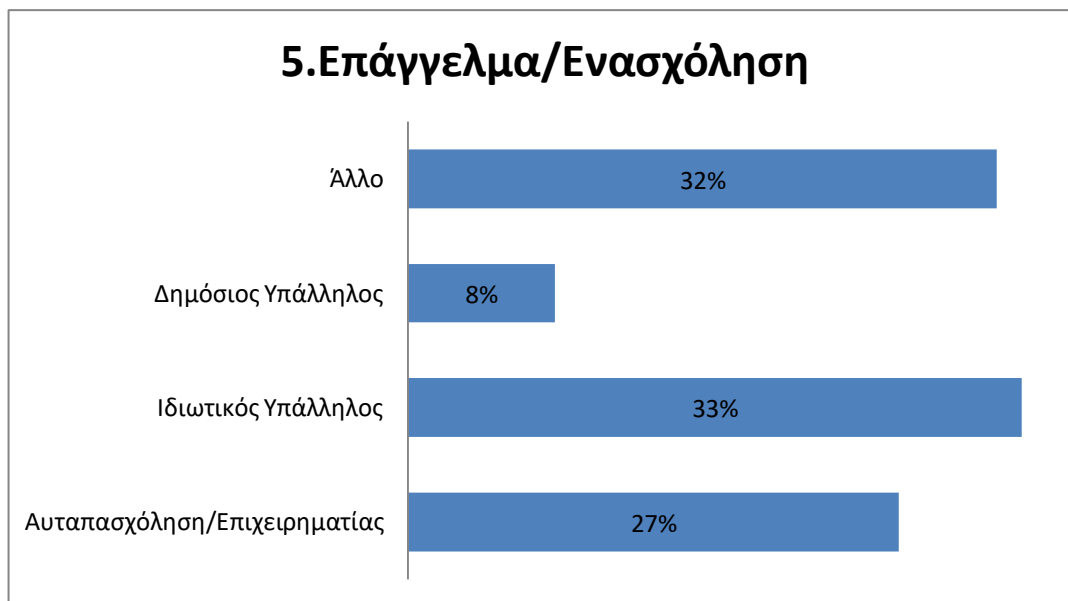
Γράφημα 3: Κλίμακες εισοδήματος των ατόμων του δείγματος σε ποσοστά%

Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο, το 45% είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ/ Ιδιωτικής σχολής, το 23%, είναι Απόφοιτοι Λυκείου , το 19% έχουν άλλο μορφωτικό επίπεδο και μόλις το 13% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος.



Γράφημα4: Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων του δείγματος

Τέλος, η σύνθεση του δείγματος με βάση το επάγγελμα/ενασχόληση των ερωτώμενων, αποτελείται από 33% από ιδιωτικούς υπαλλήλους, το 32% από κάποιο άλλο επάγγελμα ή ενασχόληση, το 27% των ερωτώμενων δηλώνουν αυτοαπασχολούμενοι/ επαγγελματίες και το 8% εργάζονται στο δημόσιο τομέα.



Γράφημα5: Το Επάγγελμα/Ενασχόληση των ατόμων του δείγματος

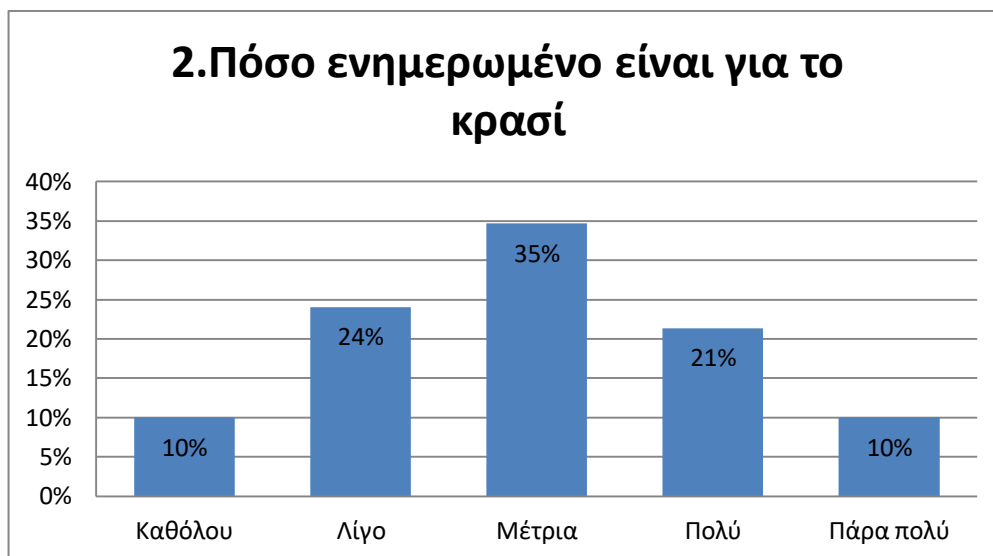
Β. Γενική στάση καταναλωτών στην αγορά του κρασιού

Το 53% των ερωτώμενων, φέρονται ως φίλοι του κρασιού, καθώς δήλωσαν ότι καταναλώνουν περισσότερο κρασί σε σχέση με άλλα ποτά. Ακολουθούν εκείνοι που προτιμούν περισσότερο μπύρα, με 19%, ενώ το 12% προτιμούν ρακί. Τέλος, το 7% προτιμεί κάτι άλλο, το 5% προτιμεί ρετσίνα και μόλις το 4% των καταναλωτών προτιμεί ούζο.



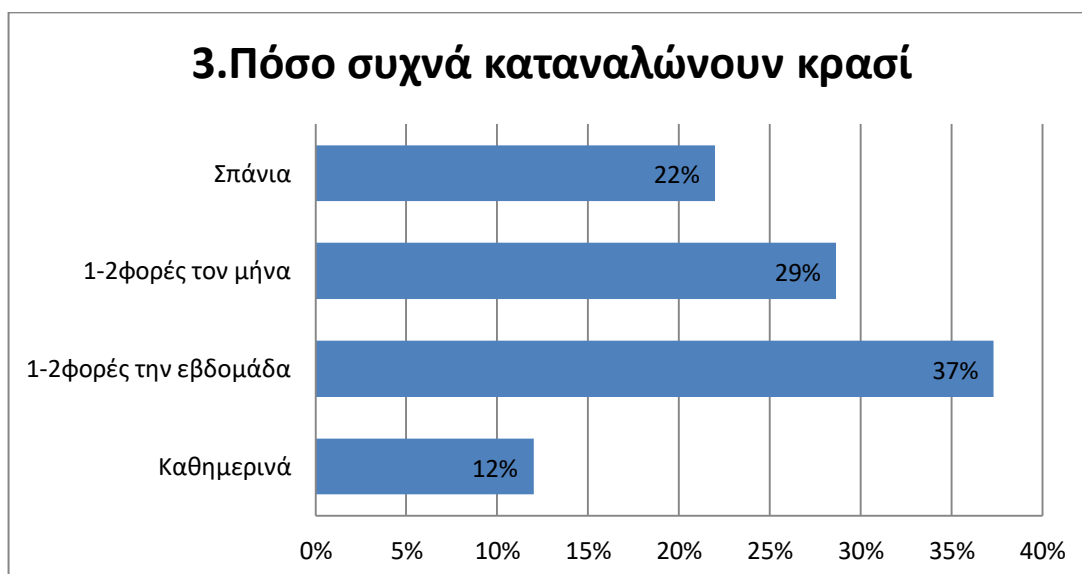
Γράφημα 6: Ποιο από τα παραπάνω αλκοολούχα ποτά προτιμάνε οι καταναλωτές περισσότερο

Το 35% των ερωτώμενων, δήλωσαν ότι είναι «μέτρια» ενημερωμένοι για το κρασί, και το 24% «λίγο» ενημερωμένοι. Ακολουθεί με 21% εκείνοι που είναι «πολύ» ενημερωμένοι και τέλος, με 10% οι ερωτώμενοι δεν είναι «καθόλου» ενημερωμένοι, όπως επίσης και οι «πάρα πολύ» ενημερωμένοι με 10%.



Γράφημα 7: Πόσο ενημερωμένοι είναι για το κρασί

Στην συχνότητα κατανάλωσης οίνου του δείγματος, δηλώνει ότι καταναλώνει κρασί 1-2 φορές την εβδομάδα με 37%, 29% με 1-2 φορές τον μήνα, ενώ 22% του δείγματος καταναλώνει σπάνια κρασί. Μόνο το 12% του δείγματος καταναλώνει κρασί καθημερινά.



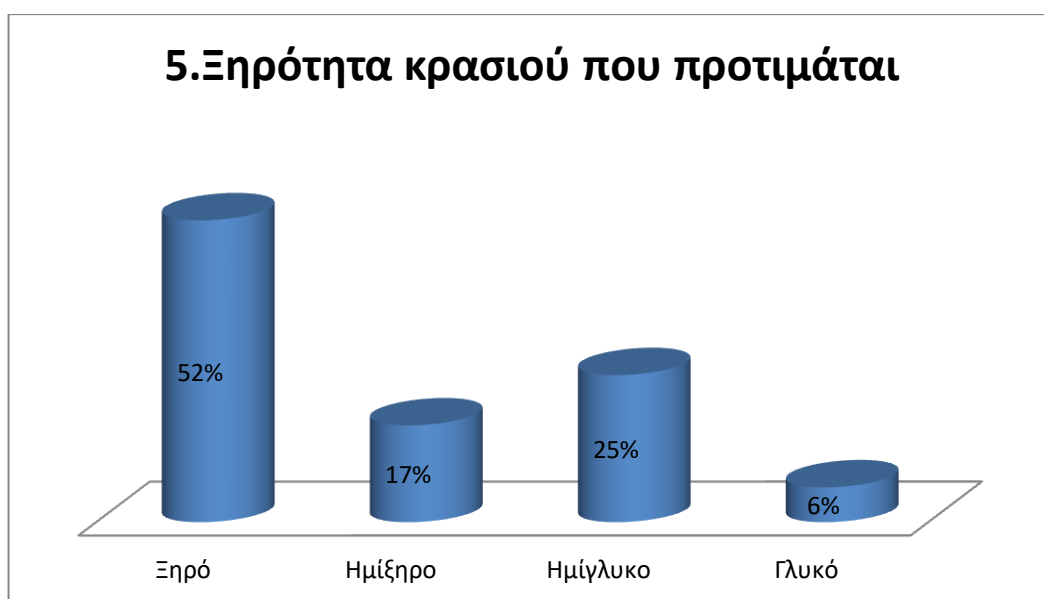
Γράφημα8: Πόσο συχνά καταναλώνουν κρασί οι ερωτώμενοι

Το κόκκινο κρασί, προτιμάται από το 53% των καταναλωτών. Ακολουθεί το λευκό με 32% και το ροζέ έρχεται τελευταίο με μόλις 15% στις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού.



Γράφημα9: Τι χρώμα κρασιού προτιμούν οι καταναλωτές

Αναφορικά με την ξηρότητα, το ξηρό ξεχωρίζει στις προτιμήσεις των καταναλωτών, με 52%. Ακολουθεί το ημίγλυκο με 25%, ενώ το ημίξηρο με 17% και το γλυκό με μόλις 6%.



Γράφημα10: Η ξηρότητα που προτιμούν να είναι το κρασί

Τα Αφρώδη κρασιά, φαίνεται ότι δεν βρίσκονται στις προτιμήσεις των καταναλωτών με 42%, καθώς μόνο το 33% του δείγματος δηλώνει ότι του αρέσει αυτό το είδος οίνου. Τέλος, το 25% του δείγματος δηλώνει ότι είναι έτσι κι έτσι στις προτιμήσεις του.



Γράφημα11: Είναι θετικοί οι καταναλωτές στα αφρώδη κρασιά

Το 29% του δείγματος δηλώνει πολύ σημαντικό το κρασί να είναι βιολογικής παραγωγής και ακολουθεί με 27% με μέτρια. Με λίγο σημαντικό, μόλις στο 19% και πάρα πολύ με 14%. Τέλος το 11% δεν ενδιαφέρεται αν το κρασί είναι βιολογικής παραγωγής.



Γράφημα 12: Πόσο σημαντικό είναι για τους καταναλωτές το κρασί να είναι βιολογικής παραγωγής

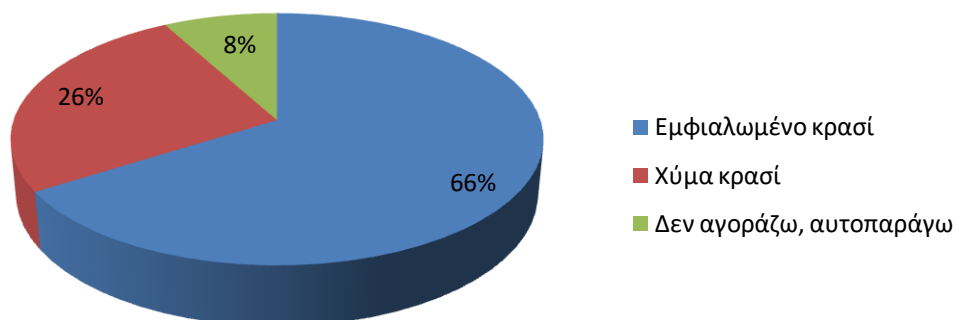
Το 47% των ερωτηθέντων καταναλώνει συνήθως κρασί κατά την έξοδο τους για φαγητό σε εστιατόρια. Το 29% δήλωσαν ότι καταναλώνουν κρασί στο σπίτι τους, ενώ μόνο το 24% των καταναλωτών παραγγέλνει κρασί σε άλλους χώρους διασκέδασης (cafe, bar κλπ).



Γράφημα 13: Που συνηθίζουν να καταναλώνουν κρασί

Η πλειοψηφία των καταναλωτών (66%) προτιμούν να αγοράζουν εμφιαλωμένο κρασί. Το 26% εμπιστεύεται το χύμα κρασί, ενώ το 8% των ερωτώμενων, παράγουν και καταναλώνουν το δικό τους κρασί.

9.Τι προτιμούν να αγοράζουν

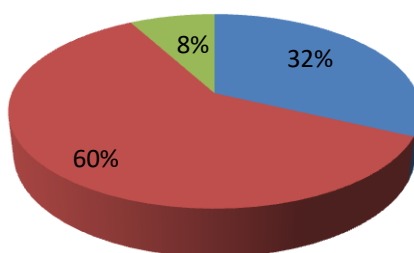


Γράφημα14: Προτιμήσεις καταναλωτών για την αγορά εμφιαλωμένο, χύμα κρασί και αυτοπαραγώμενου

Αναφορικά με την προέλευση του οίνου, το 60% των ερωτώμενων, προτιμούν το εμφιαλωμένο κρασί να είναι ελληνικό, το 32% προτιμά να είναι από παραγωγό Ναούσης, και μόνο το 8% των καταναλωτών προτιμά τα διεθνή κρασιά.

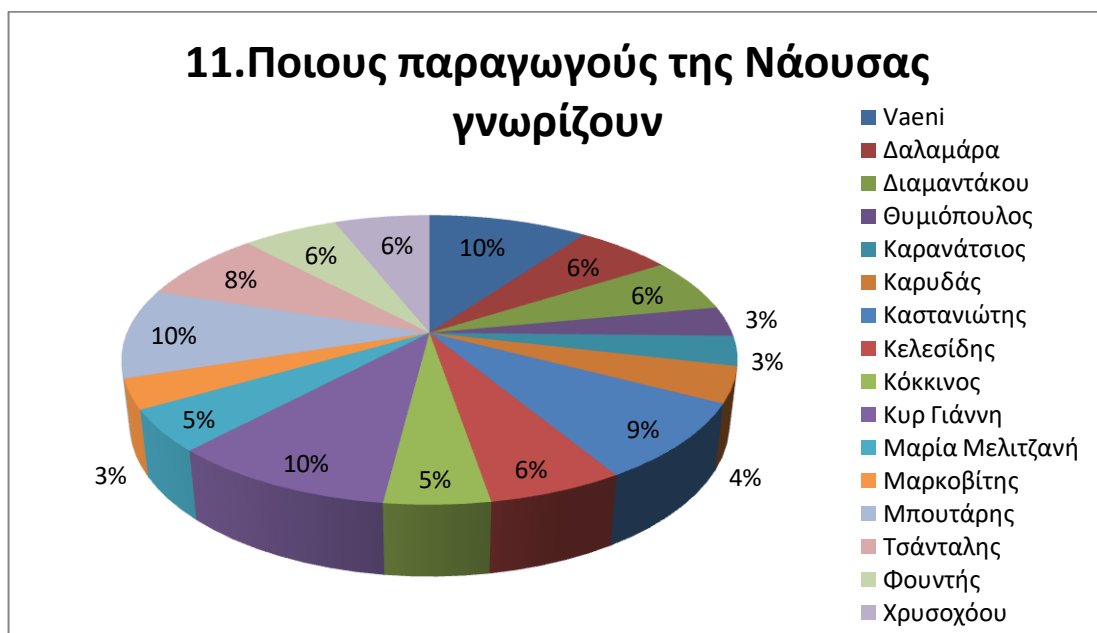
10.Τι προέλευσης προτιμούν να είναι το κρασί

■ Τοπικό Ναούσης ■ Ελληνικό ■ Διεθνές



Γράφημα15: Προτιμήσεις καταναλωτών όσον αφορά την προέλευση του κρασιού

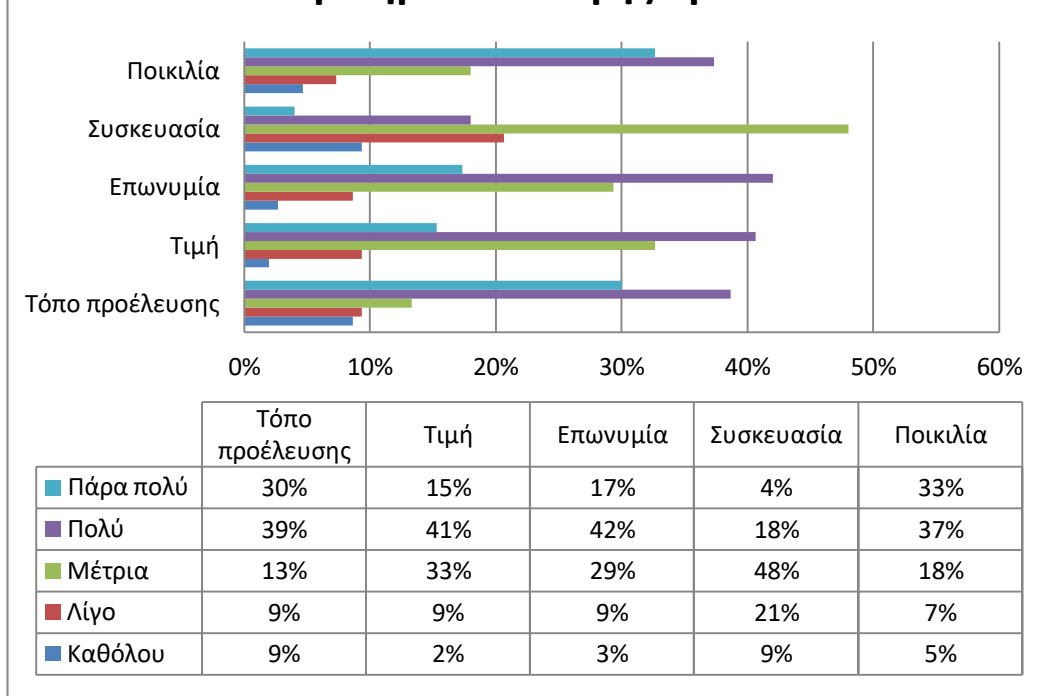
Το δείγμα των καταναλωτών μας, δήλωσαν όλους τους παραγωγούς της Νάουσας.



Γράφημα 16: Ποιούς παραγωγούς της Νάουσας γνωρίζουν

Σύμφωνα με τους καταναλωτές, η «Επωνυμία» (42%), η «Τιμή» (41%), ο «Τόπος Προέλευσης» (39%) και η «Ποικιλία» (37%) είναι οι σημαντικότεροι παράμετροι/κριτήρια για την επιλογή εμφιαλωμένου οίνου, με το «Πολύ» να πρωταγωνιστεί. Η «συσκευασία» με 48% έχει «μέτριο» κριτήριο επιλογής.

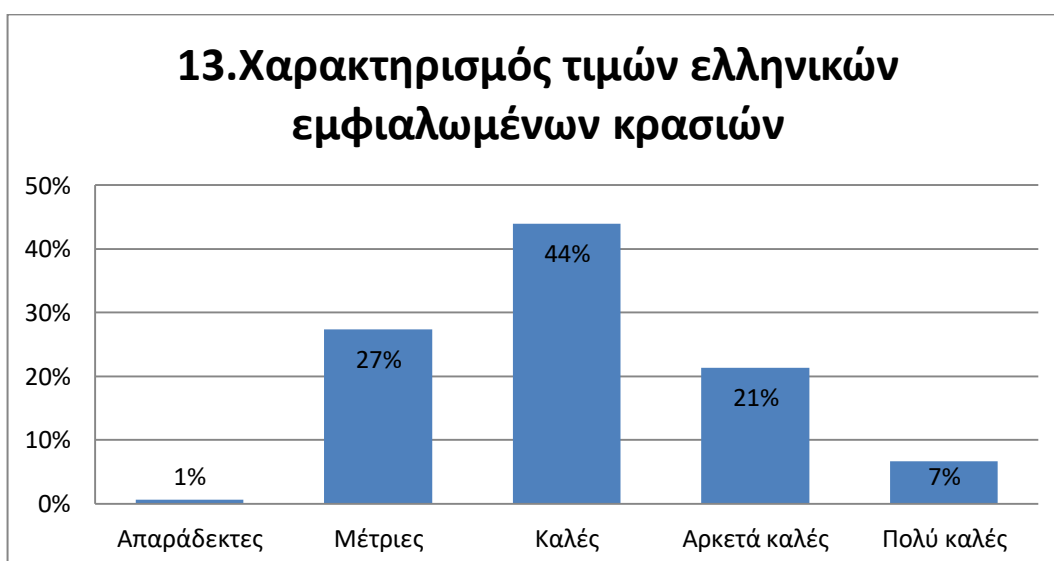
12.Κριτήρια επιλογής κρασιού



Γράφημα 17: Κατά πόσο τα παραπάνω κριτήρια επηρεάζουν στην αγορά/επιλογή εμφιαλωμένου κρασιού τους καταναλωτές

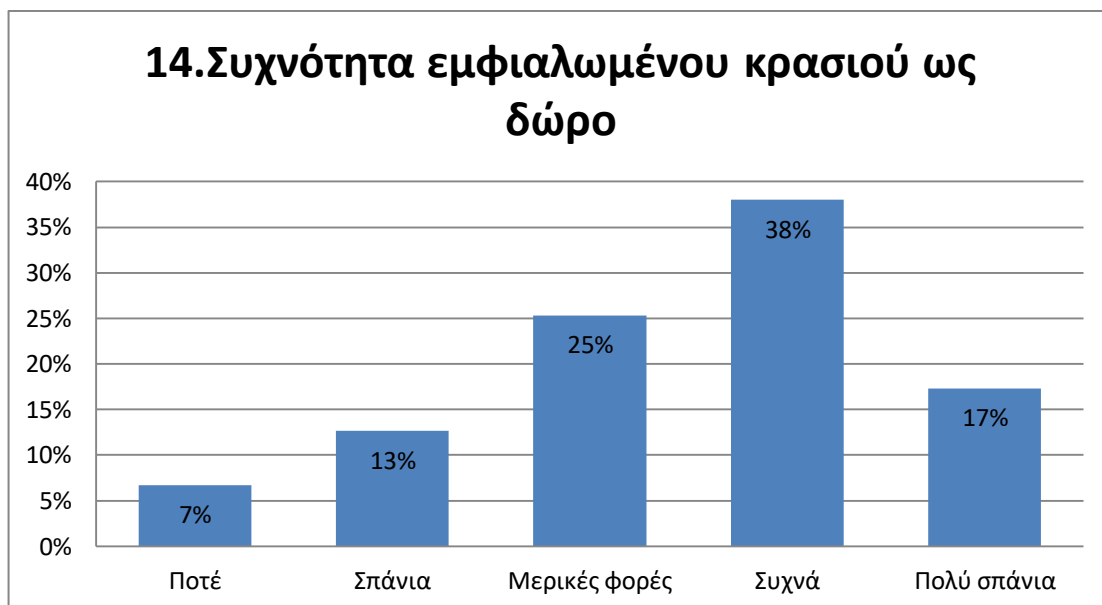
Οι καταναλωτές, χαρακτηρίζουν τις τιμές των ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών ως «Καλές» με 44%, ακολουθεί το «Μέτριες» με 27%, οι «Αρκετά καλές» με 21% και οι «Πολύ καλές» με μόλις 7%. Τέλος, το 1% χαρακτηρίζει τις τιμές των ελληνικών κρασιών ως «Απαραδέκτες».

13.Χαρακτηρισμός τιμών ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών



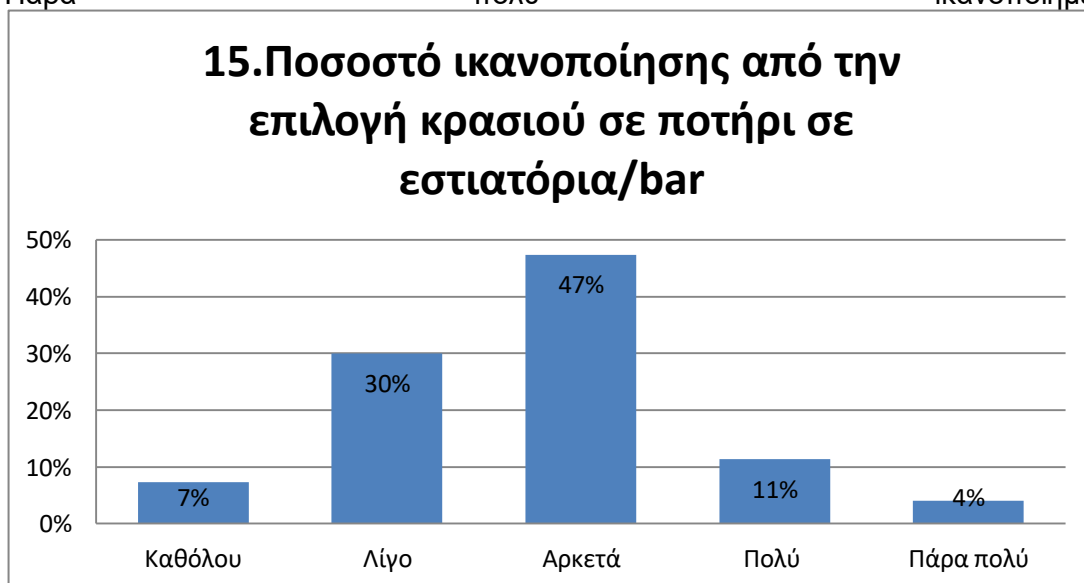
Γράφημα 18: Πως χαρακτηρίζουν τις τιμές των ελληνικών κρασιών οι καταναλωτές

Το εμφιαλωμένο κρασί επιλέγεται Συχνά ως δώρο από το αγοραστικό κοινό με 38%, περίπου τέσσερις στους δέκα. Ακολουθούν εκείνοι που το επιλέγουν Μερικές φορές, με 25%, ενώ εκείνοι που το επιλέγουν Πολύ συχνά, είναι μόνο 17%. Τέλος, με 20% είναι εκείνοι που επιλέγουν Σπάνια και Ποτέ το εμφιαλωμένο κρασί ως δώρο.



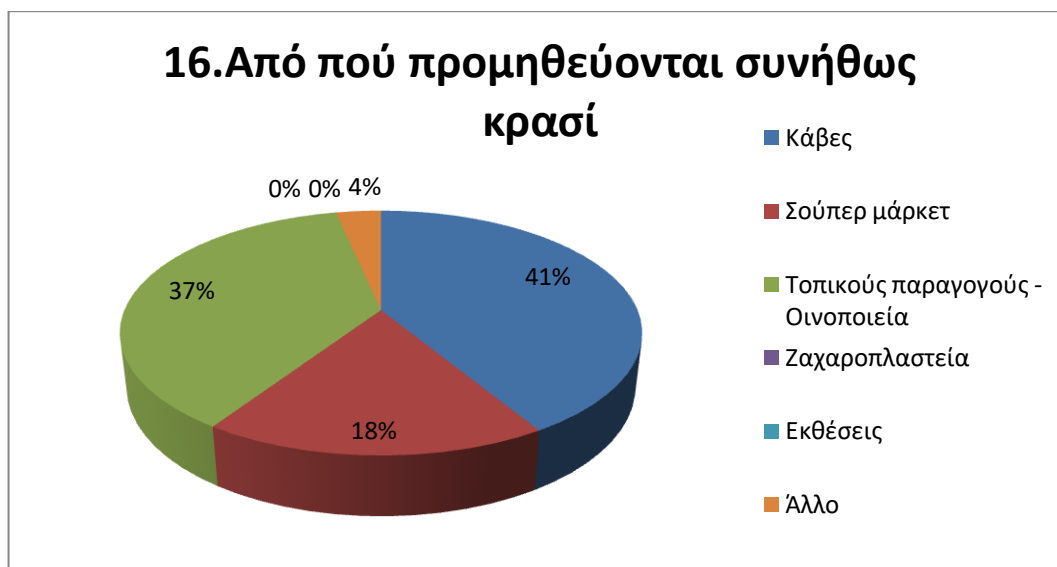
Γράφημα 19: Επιλέγουν οι καταναλωτές ως δώρο εμφιαλωμένα κρασιά

Αναφορικά με την κατανάλωση οίνου σε ποτήρι σε εστιατόρια/bar, οι καταναλωτές είναι Αρκετά ικανοποιημένοι με το ποσοστό να φτάνει το 47%. Ακολουθούν εκείνοι που είναι Λίγο και Καθόλου ικανοποιημένοι με 37% και με μόνο 15% εκείνοι που είναι Πολύ και Πάρα πολύ ικανοποιημένοι.



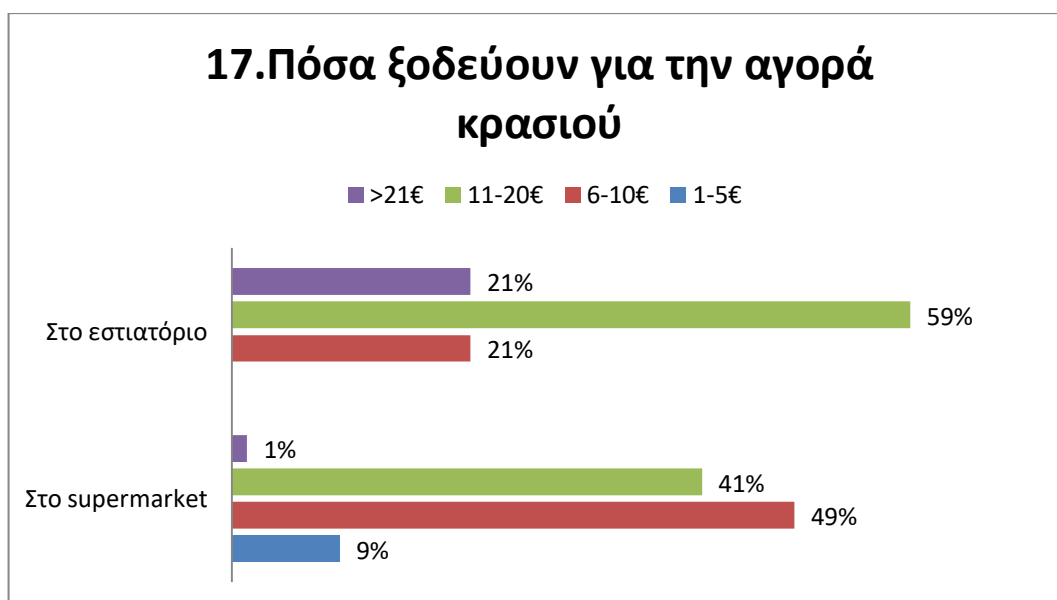
Γράφημα 20: Ποσοστό ικανοποίησης των καταναλωτών όσον αφορά τις επιλογές κρασιού σε ποτήρι που έχουν, όταν βρίσκονται σε εστιατόριο ή κάποιο bar

Για την αγορά εμφιαλωμένου κρασιού, οι καταναλωτές φαίνεται ότι εμπιστεύονται τα παραδοσιακά σημεία πώλησης, δηλαδή τις κάβες (42%) και τους τοπικούς παραγωγούς(37%). Ενώ τα σούπερ μάρκετ με 18% και άλλη επιλογή με 3%.



Γράφημα 21: Μέρη απ' όπου προμηθεύονται συνήθως κρασί οι καταναλωτές

Περίπου έξι στους δέκα καταναλωτές (59%), ξοδεύουν 11-20€ στο εστιατόριο, ενώ περίπου πέντε στους δέκα, ξοδεύουν 6-10€ στο σούπερ μάρκετ.



Γράφημα 22: Πόσο ξοδεύουν συνήθως για την αγορά μιας φιάλης εμφιαλωμένου κρασιού οι καταναλωτές

Οι καταναλωτές του δείγματος μας, δεν αγοράζουν κρασί από ηλεκτρονικό κατάστημα με ποσοστό 49%, ενώ εκείνοι που αγοράζουν Πολύ και Πάρα Πολύ είναι μόνο 15%

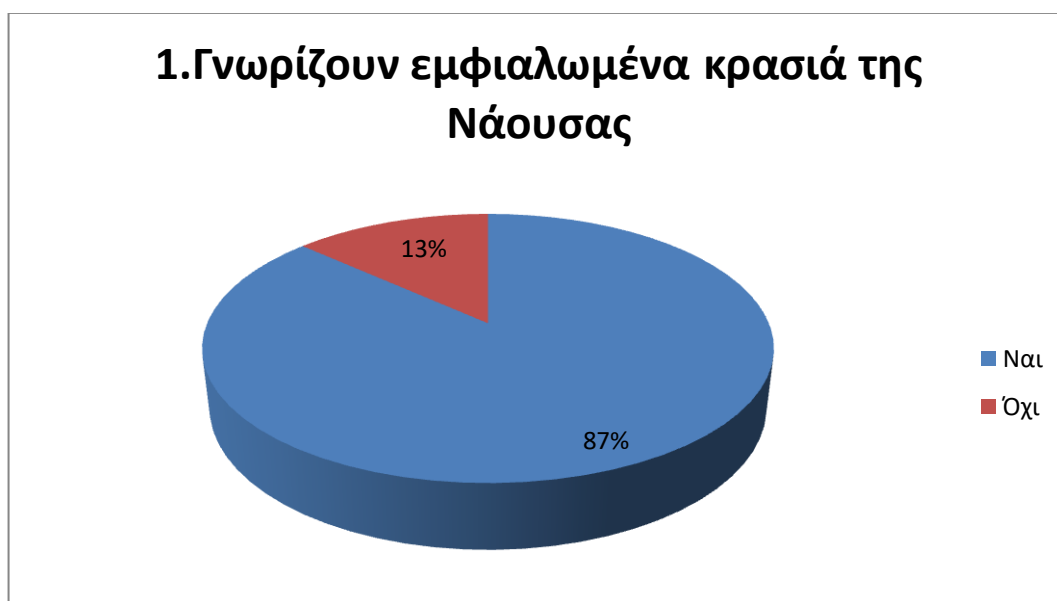


Γράφημα 23: Ποσοστό καταναλωτών που θα αγόραζαν κρασί από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα(internet)

7.4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΝΑΟΥΣΑΣ

Γ. ΣΤΑΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΟΙΝΟΥ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΝΑΟΥΣΑ

Περίπου εννέα στους δέκα καταναλωτές (87%), γνωρίζουν εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας.



Γράφημα 24: Ποσοστό καταναλωτών που γνωρίζουν εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας

Ενδεικτικά εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας:

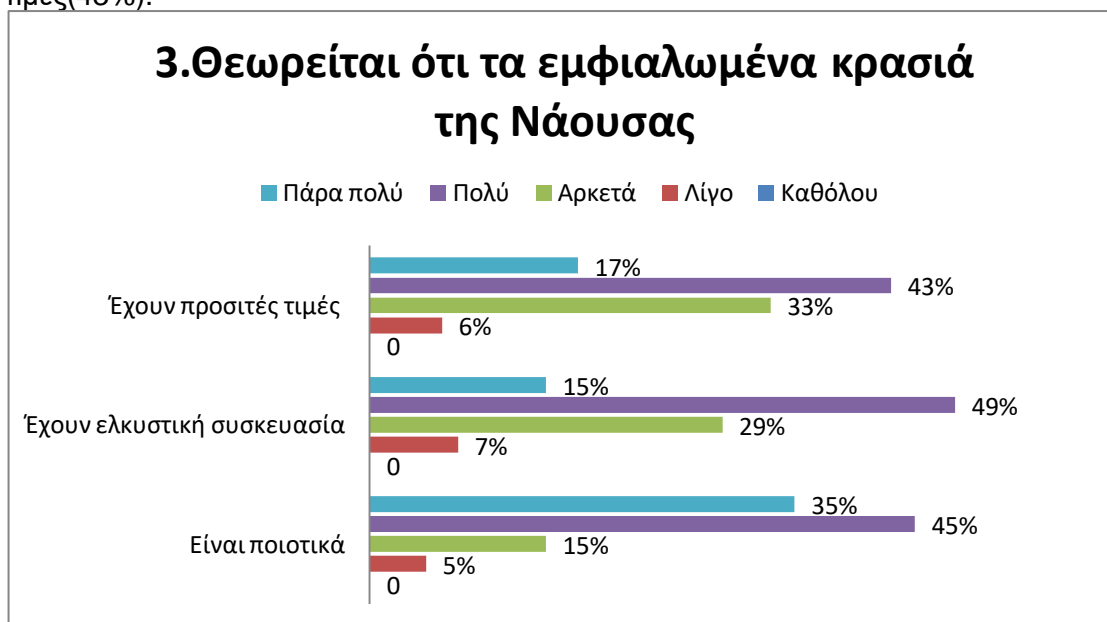
Syrah - Merlot Κυρ Γιάννη, Διο ελιές Κυρ Γιάννη, Μαύρο χρυσοχόου, Syrah Χρυσοχόου, Βίος Ελλήνων Vaeni, Αγέχορος Δαλαμάρας, Ξινόμαυρο Reserve Μπουτάρης, Grande Reserve Μπουτάρης, Νάουσα Διαμαντάκος, Μελιτζανή Νάουσα, Γη και Ουρανός Θυμιόπουλος, Ξινόμαυρο Κόκκινος, Νάουσα Μαρκοβίτης, Ερυθρός Κτήμα Φουντή, Παράγκα Κυρ Γιάννη, Rose Boutari, Ξινόμαυρο Καρυδάς, Νάουσα Δαλαμάρας, Ξινόμαυρο Καστανιώτη, Λευκό Καστανιώτη, Νάουσα Καστανιώτη, Μπλε Αλεπού Κυρ Γιάννη, Ράμνιστα Κυρ Γιάννη, Ραψάνη Τσάνταλης, Νάουσα Καρανάτσιος

Οι καταναλωτές αγοράζουν Συχνά και Πολύ συχνά εμφιαλωμένα κρασιά που παράγονται στην Νάουσα με ποσοστό 68%, ενώ Σπάνια και Ποτέ με 16%.



Γράφημα 25: Ποσοστό καταναλωτών που αγοράζουν εμφιαλωμένα κρασιά που παράγονται στην Νάουσα

Οι καταναλωτές θεωρούν πως τα εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας, είναι Πολύ ποιοτικά(45%), με Πολύ ελκυστική συσκευασία(49%) και έχουν Πολύ προσιτές τιμές(43%).



Γράφημα 26: Κατά πόσο θεωρούν οι καταναλωτές ότι τα εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας έχουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά

Περίπου οχτώ στους δέκα ερωτώμενους(78%), έχουν επισκεφτεί κάποιο οινοποιείο /κτήμα στην Νάουσα.

Ενδεικτικά οινοποιεία:

Χρυσοχόου, Κτήμα Φουντής, Τσάνταλης, Μπουτάρης, Μαρκοβίτης, Μαρία Μελιτζανή, Κτήμα Κυρ Γιάννη, Κόκκινος, Κελεσίδης, Καστανιώτης, Κελεσίδης, Καρυδάς, Καρανάτσιος, Θυμιόπουλος, Διαμαντάκου, Δαλαμάρα, Βαένι.

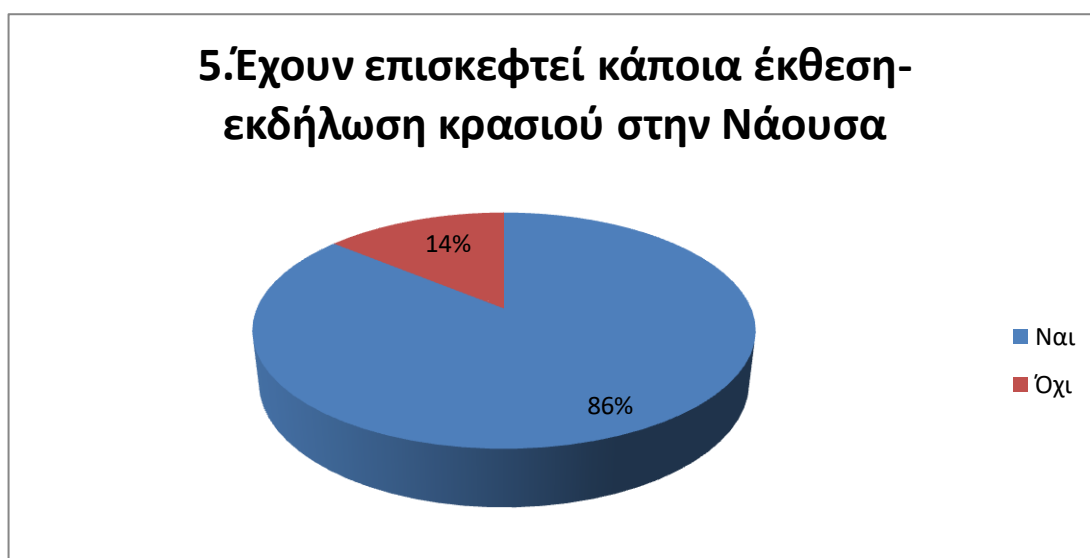


Γράφημα 27: Το ποσοστό των καταναλωτών που έχουν επισκεφτεί κάποιο κτήμα/οινοποιείο της Νάουσας

Περίπου εννέα στους δέκα ερωτώμενους(86%), έχουν επισκεφτεί κάποια έκθεση-εκδήλωση κρασιού στην Νάουσα.

Ενδεικτικά:

Οι δρόμοι του κρασιού, Γευσιγνωσίες, Νάουσα, Πόλη του Οίνου, Αποκριά στην Νάουσα, Οίνος και Πολιτισμός, Οινοτέλεια, Ανοιχτά Οινοποιεία, Χάρτης των γεύσεων.



Γράφημα 28: Το ποσοστό των καταναλωτών που έχουν επισκεφτεί κάποια έκθεση/εκδήλωση κρασιού στην Νάουσα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από το «θεωρητικό μέρος», την δευτερογενή έρευνα, προκύπτει ότι το κρασί είναι ένα προϊόν το οποίο παράγεται και εμπορεύεται από τα αρχαία χρόνια. Τον κλάδο της οινοποίησης θα μπορούσαμε να τον χαρακτηρίσουμε ευμετάβλητο, αφού συνεχώς αναπτύσσεται και εξελίσσεται τόσο στον τρόπο παραγωγής, όσο και στις ενέργειες marketing που γίνονται για το κρασί.

Στο «ερευνητικό μέρος», την πρωτογενή έρευνα, που παρουσιάστηκε σε αυτήν την πτυχιακή εργασία, απορρέουν συμπεράσματα σχετικά με τις προτιμήσεις που έχουν οι καταναλωτές στα Χανιά και την Νάουσα, απέναντι στο κρασί .

Γενικά, η έρευνα έδειξε ότι καταναλωτές συνεχίζουν να έχουν ψηλά στις προτιμήσεις τους, το κρασί και μάλιστα το Ελληνικό και εγχώριο κρασί. Τα γενικά συμπεράσματα από τα επιμέρους στοιχεία της έρευνας παρουσιάζονται παρακάτω.

- Το κρασί φαίνεται να είναι στις προτιμήσεις της πλειοψηφίας των καταναλωτών .
- Παρόλα αυτά, το καταναλωτικό κοινό θεωρεί ότι έχει έλλειμμα ενημέρωσης σχετικά με τα προϊόντα οίνου.
- Το ποσοστό της τάξης των 12% φαίνεται ότι καταναλώνει κρασί καθημερινά, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό με 37%, καταναλώνει πολύ συχνά κρασί, 1με 2 φορές την εβδομάδα για τη Νάουσα, ενώ στα Χανιά η καθημερινή κατανάλωση είναι στο 7% και η εβδομαδιαία το 42%.
- Περίπου οι μισοί καταναλωτές, προτιμούν κόκκινο κρασί, 53% στη Νάουσα και 45% στα Χανιά, ακολουθεί το λευκό, ενώ το ροζέ υπολείπεται στις προτιμήσεις τους.

- Αναφορικά με την ξηρότητα, το ξηρό ξεχωρίζει στις προτιμήσεις των καταναλωτών με ένα ποσοστό 52% στη Νάουσα και 53% στα Χανιά, ενώ ακολουθεί το ημίγλυκο με 25% για τη Νάουσα και 21% στα Χανιά.
- Τα αφρώδη κρασιά φαίνεται πως δεν βρίσκονται στις προτιμήσεις των καταναλωτών.
- Οι καταναλωτές θεωρούν, με το μεγαλύτερο ποσοστό, να είναι πολύ σημαντικό το κρασί να είναι βιολογικής παραγωγής στη Νάουσα ενώ για τους Χανιώτες δε είναι και τόσο σημαντικό με την πλειοψηφία να απαντούν μέτρια ε αυτή την ερώτηση.
- Η πλειοψηφία των καταναλωτών καταναλώνει συνήθως κρασί κατά της έξοδο του για φαγητό σε εστιατόρια και στις δύο πόλεις, ενώ μόλις το 24%(Νάουσα) και 15% (Χανιά) των καταναλωτών παραγγέλνει κρασί σε άλλους χώρους διασκέδασης(bar,cafe).
- Με ποσοστό μεγαλύτερο των 66% οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν εμφιαλωμένο κρασί και μάλιστα ελληνικής προέλευσης. Ενώ το 8%, αυτοπαράγουν και οι καταναλωτές το προτιμούν ,Τοπικό Ναούσης με 32%. Οι Χανιώτες καταναλωτές προτιμούν και εκείνοι το εμφιαλωμένο κρασί με ποσοστό 58%, ενώ το 50% των ερωτηθέντων προτιμάει το ελληνικό κρασί και με ποσοστό 44% το κρητικό κρασί.
- Το δείγμα των καταναλωτών της Νάουσας, γνωρίζει όλους τους παραγωγούς της Νάουσας ενώ οι καταναλωτές των Χανίων γνωρίζουν μονάχα τους πιο γνωστούς.
- Για τα κριτήρια που επηρεάζουν την επιλογή ενός κρασιού, οι Ναουσαίοι απάντησαν ότι δίνουν μεγαλύτερη προσοχή στη συσκευασία και την επωνυμία του κρασιού και σε δεύτερη φάση παρατηρούν την τιμή και την ποικιλία ενώ το τελευταίο που θα παρατηρήσουν είναι ο τόπος προέλευσης. Για τα Χανιά οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι τα πρώτα χαρακτηριστικά που παρατηρούν σε ένα κρασί είναι η τιμή και η συσκευασία μετά θα δουν τον τόπο προέλευσης και στο τέλος τον τόπο παραγωγής και την ποικιλία.
- Περίπου 4 στους 10 Ναουσαίους, χαρακτηρίζουν τις τιμές των Ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών Καλές, ενώ μόλο το 7% Πολύ καλές. Ομοίως και οι Χανιώτες καταναλωτές με ποσοστό να αγγίζει το 43% θεωρεί τις τιμές καλές.
- Παρόλα αυτά, οι καταναλωτές συχνά προσφέρουν εμφιαλωμένο κρασί ως δώρο.

- Η ικανοποίηση των καταναλωτών από την επιλογή κρασιού σε ποτήρι σε εστιατόρια, είναι Αρκετά καλή.
- Για την αγορά εμφιαλωμένου κρασιού στη Νάουσα, οι καταναλωτές φαίνεται ότι εμπιστεύονται τα παραδοσιακά σημεία πώλησης, δηλαδή τις κάβες και τους τοπικούς παραγωγούς ενώ στα Χανιά η πλειοψηφία αγοράζει από σούπερ μάρκετ καθώς πλέον υπάρχει αρκετά μεγάλη ποικιλία στην επιλογή του κρασιού.
- Ο μέσος καταναλωτής ξοδεύει περίπου 11-20 € στο εστιατόριο, ενώ στο σούπερ μάρκετ 6-10€.
- Το διαδίκτυο δεν φαίνεται να είναι προτιμητέο σημείο πώλησης των προϊόντων οίνου.

Όσον αφορά την στάση στα προϊόντα οίνου που παράγονται στην Νάουσα, προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- Περίπου 9 στους 10 καταναλωτές γνωρίζουν εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας και Συχνά αγοράζουν από αυτά.
- Οι καταναλωτές θεωρούν ότι τα εμφιαλωμένα κρασιά της Νάουσας, έχουν Πολύ προσιτές τιμές, Πολύ ελκυστική συσκευασία και είναι Πολύ ποιοτικά.
- Η πλειοψηφία έχει επισκεφτεί κάποιο κτήμα/ οινοποιείο στην Νάουσα και κάποια έκθεση/ εκδήλωση κρασιού.

Όσον αφορά την στάση στα προϊόντα οίνου που παράγονται στα Χανιά, προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- Περίπου οι μισοί ερωτηθέντες γνωρίζουν εμφιαλωμένα κρασιά των Χανίων και μερικές φορές αγοράζουν από αυτά.
- Οι καταναλωτές θεωρούν ότι τα εμφιαλωμένα κρασιά των χανίων, έχουν Αρκετά προσιτές τιμές, Αρκετά ελκυστική συσκευασία και είναι Αρκετά ποιοτικά.

- Η πλειοψηφία δεν έχει επισκεφτεί κάποιο κτήμα/ οينوποιείο στα Χανιά κάποια έκθεση/ εκδήλωση κρασιού.

Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα είναι ότι οι καταναλωτές της Νάουσας είναι πιο ενημερωμένοι και έχουν πιο πολλές γνώσεις σε ότι αφορά το κρασί συγκριτικά με τους καταναλωτές στα Χανιά. Επίσης, οι περισσότεροι καταναλωτές της Νάουσας έχουν επισκεφθεί κάποιο κτήμα/οينوποιείο και έχουν παραβρεθεί σε κάποια εκδήλωση κρασιού, ενώ για τα Χανιά ισχύει το ακριβώς αντίθετο. Το γεγονός ότι στη Νάουσα υπάρχουν περισσότερα οينوποιεία και το ότι δημιουργούνται περισσότερες εκδηλώσεις με θέμα το κρασί είναι το άλφα και το ωμέγα για την επιμόρφωση των καταναλωτών σε προϊόντα οίνου ενώ στα Χανιά τα τελευταία χρόνια έχει ξεκινήσει ο κόσμος να πηγαίνει σε εκδηλώσεις που αφορούν το κρασί και έτσι τα επόμενα χρόνια προβλέπεται να είναι πιο ενημερωμένοι.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το παρόν ερωτηματολόγιο διερευνά αφενός τη γενική συμπεριφορά των καταναλωτών στην αγορά του κρασιού. Η έρευνα πραγματοποιείται στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας με τίτλο «Καταναλωτικές Προτιμήσεις σε Προϊόντα Οίνου: Μια Συγκριτική Ανάλυση».

Όλες οι απαντήσεις θα παραμείνουν εμπιστευτικές. Παρακαλώ απαντήστε με ειλικρίνεια.

A. Δημογραφικά στοιχεία

1. Φύλο

Άνδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία

18 – 25

26 – 40

41 – 55

56 και άνω

3. Ετήσιο Εισόδημα

≤ 12.000€

13.000€-24.000€

25.000€-30.000€

≥31.000€

4. Μορφωτικό επίπεδο

Απόφοιτος λυκείου

Α.Ε.Ι./ Τ.Ε.Ι./ Ιδιωτική Σχολή

Μεταπτυχιακό

Άλλο

5. Επάγγελμα/ Ενασχόληση

Αυταπασχόληση/ Επιχειρηματίας

Ιδιωτικός υπάλληλος

Δημόσιος υπάλληλος

Άλλο

B. Στάση καταναλωτών στην αγορά του κρασιού

1. Ποιά από τα παρακάτω αλκοολούχα ποτά προτιμάτε να καταναλώνετε περισσότερο;

Μπίρα

Κρασί

Ρακί

Ούζο

Ρετσίνα

Άλλα

2. Πόσο ενημερωμένοι είστε για το κρασί;

Καθόλου

Λίγο

Μέτρια

Πολύ

Πάρα πολύ

3. Πόσο συχνά καταναλώνετε κρασί;

Καθημερινά 1-2 φορές την εβδομάδα 1-2 φορές τον μήνα Σπάνια

4. Τι χρώμα κρασιού προτιμάτε;

Κόκκινο Ροζέ Λευκό

5. Τι ξηρότητας προτιμάτε να είναι το κρασί:

Ξηρό Ημίξηρο Ημίγλυκο Γλυκό

6. Σας αρέσουν τα αφρώδη κρασιά;

Ναι Όχι Έτσι και έτσι

7. Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι το κρασί βιολογικής παραγωγής;

Καθόλου Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ

8. Συνήθως που καταναλώνετε εμφιαλωμένο κρασί;

Στο σπίτι Όταν πηγαίνετε για φαγητό (εστιατόρια, ταβέρνες, κλπ.) Όταν πηγαίνετε για διασκέδαση (μπαρ, κλαμπ, καφετέριες)

9. Προτιμάτε να αγοράζετε;

Εμφιαλωμένο κρασί Χύμα κρασί Δεν αγοράζω, αυτοπαράγω

10. Τι προέλευσης προτιμάτε να είναι το εμφιαλωμένο κρασί ;

Τοπικό (Αττικής) Ελληνικό Διεθνές

11. Ποιούς παραγωγούς της Αττικής γνωρίζετε;

_____ (παρακαλώ αναφέρετε)

12. Κατά πόσο τα παρακάτω κριτήρια σας επηρεάζουν στην αγορά/ επιλογή σας εμφιαλωμένου κρασιού:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολυ
Τόπο Προέλευσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τιμή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επωνυμία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συσκευασία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ποικιλία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Τις τιμές των ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών τις θεωρείτε:

Απαράδεκτες Μέτριες Καλές Αρκετά Καλές Πολύ καλές

14. Επιλέγετε να προσφέρετε ως δώρο εμφιαλωμένα κρασιά;

Ποτέ Σπάνια Μερικές φορές Συχνά Πολύ Συχνά

15. Είστε ικανοποιημένοι από το πλήθος των επιλογών που σας προσφέρουν σε bar/ restaurant, όταν επιλέγετε κρασί σε ποτήρι;

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

16. Από πού προμηθεύεστε συνήθως κρασί;

Κάβες Ζαχαροπλαστεία
 Σούπερ Μάρκετ Εκθέσεις
 Τοπικούς Παραγωγούς- Οινοποιεία Άλλο(προσδιορίστε)

17. Πόσο ξοδεύετε συνήθως για την αγορά μιας φιάλης εμφιαλωμένου κρασιού

Στο supermarket; 1€ - 5€ 6€ - 10€ 11€ - 20€ > 21€
Στο εστιατόριο; 6€ - 10€ 11€ - 20€ > 21€

18. Θα αγοράζατε κρασί από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα (από το internet);

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

Γ. Στάση καταναλωτών στα προϊόντα οίνου που παράγονται στην Αττική

1. Γνωρίζετε εμφιαλωμένα κρασιά που παράγονται στην Αττική; Ναι Όχι

Αν ναι, παρακαλώ αναφέρετε ενδεικτικά _____

2. Αγοράζετε εμφιαλωμένο κρασί που παράγεται στην Αττική;

Ποτέ Σπάνια Μερικές φορές Συχνά Πολύ Συχνά

3. Κατά πόσο θεωρείτε ότι τα εμφιαλωμένα κρασιά της Αττικής:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολυ
Είναι <u>ποιοτικά</u> ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έχουν <u>ελκυστική συσκευασία</u> ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έχουν <u>προσιτές τιμές</u> ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Έχετε επισκεφτεί κάποιο κτήμα/ οινοποιείο στην Αττική;

Ναι Όχι

Αν ναι, παρακαλώ αναφέρετε _____

5. Έχετε επισκεφτεί κάποια έκθεση / εκδήλωση κρασιού στην Αττική;

Ναι Όχι

Αν ναι, παρακαλώ αναφέρετε _____

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

allwinestories.com, (2010), Αργύρης Τσακίρης "Ελληνική Οινογνωσία" Εκδόσεις Ψυχάλου 2010, διαθέσιμο στο: <https://www.allwinestories.com/istoria-tou-oinou/>

capital.gr, (2018), το φιάσκο με το ειδικό φόρο κατανάλωσης στο κρασί, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.capital.gr/tax/3314420/to-fiasko-me-ton-foro-sto-krasi>

city.sigmalive.com, (2018), Τι να προσέξεις στο αλκοόλ αν είσαι vegan, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://city.sigmalive.com/article/2018/7/20/ti-na-prosexeis-sto-alkool-eisai-vegan/>

diamantakos.gr, (2019), οινοποιείο, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.diamantakos.gr/%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CE%AF%CE%BF/>

e-geoponoi.gr, (2015), κατηγορίες και τύποι οίνων, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.e-geoponoi.gr/index.php/2015-10-07-11-20-43/item/76-nomothesia-katigories-kai-typoi-oinon>

exploring-greece.gr, (2019), Κτήμα Καρανάτσιου, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.exploring-greece.gr/el/show/44159/:ttd/KTIMA-KARANATSIU#.XM07rugza01>

el.wikipedia.org, (2016), Μοσχοφίλερο, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%BF%CF%83%CF%87%CE%BF%CF%86%CE%AF%CE%BB%CE%B5%CF%81%CE%BF>

greeceandgrapes.com, (2019), Κτήμα Μελιτζανή, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.greeceandgrapes.com/estate-melitzani>

greeceandgrapes.com, (2019), Κρασιά Νάουσας, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.greeceandgrapes.com/naoussa-naoussa-macedonia-greece>

greeceandgrapes.com, (2019), Κρασιά Νάουσας, (ξινόμαυρο-κρασάτο-νεγκόσκα-merlot, sauvignon blanc, Μαλαγουζιά, ασύρτικο, chardonnay), διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.greeceandgrapes.com/naoussa-naoussa-macedonia-greece>

greeceandgrapes.com, (2019), Οινοποιείο Θυμιόπουλος, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.greeceandgrapes.com/thymiopoulos-vineyards>

greekcellar.gr , (2019), Κτήμα χρυσοχόου, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.greekcellar.gr/kthma-xrusoxoou-sxedon-70-xronia-oinopoihtikhs-paradoshs/>

itrofi.gr, (2019), Γωριμία με το Syrah, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.itrofi.gr/pota/krasi/article/503/gnorimia-me-syrah>

Krasiagr.com, (2015), τι είναι το βιολογικό κρασί και γιατί έγινε της μόδας; διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.krasiagr.com/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%BF-%CE%B2%CE%B9%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%AF-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B3%CE%B9%CE%B1%CF%84%CE%AF-%CE%AD/>

Krasiagr.com (2016),14 οφέλη για την υγεία από το κρασί, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.krasiagr.com/14-ofeli-gia-tin-ygeia-apo-to-krasi/>

kiriyanni.gr , (2019), ιστορία και άνθρωποι, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://kiriyanni.gr/el/heritage/history-people/>

ktimakelesidi.gr, (2019), οινοποιείο Κελεσίδη, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.ktimakelesidi.gr/el/winery.htm>

ktimafoundi.gr, (2019), Ιστορία διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.ktimafoundi.gr/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1/>

liberal.gr- οινόραμα (2019), διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.liberal.gr/news/oinorama-2019---10-imeres-mechri-tin-enarxi-tis-megaluteris-ekthesis-ellinikou-krasiou-ston-kosmo/241361>

magazine.trivago.gr, (2015), Βασιλική Θεοδωρίδου,Οινοτουρισμός στην Ελλάδα, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://magazine.trivago.gr/355-gnorimia-oinotourismos-ellada-tourismos/>

newwinesofgreece.com, (2019), Γιγενείς πικιλίες αμπέλου, Σταυρωτό, διαθέσιμο στη διεύθυνση: http://www.newwinesofgreece.com/lista_me_gigeneis_poikilies_ampelou/el_stauroto.html

newwinesofgreece.com, (2019), οινοποιείο Δαλαμάρα, διαθέσιμο στη διεύθυνση: http://www.newwinesofgreece.com/ellinika_oinopoieia/en_oinopoieio_dalamara.html

newwinesofgreece.com, (2019) , Κτήμα Καρυδά, διαθέσιμο στη διεύθυνση: http://www.ellinika_oinopoieia/el_ktima_karuda.html

newwinesofgreece.com, (2019), οινοποιείο Κόκκινος, διαθέσιμο στη διεύθυνση: http://www.newwinesofgreece.com/ellinika_oinopoieia/en_oinopoieio_kokkinos.html

onmed.gr, (2017), Κρασί: Ποια είναι τα οφέλη του ανάλογα με το χρώμα του, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.onmed.gr/ygeia/story/352701/krasi-poia-einai-ta-ofeli-toy-analoga-me-to-xroma-toy>

organiclife.gr, (2019), Παναγιώτης Μερεντίνης, *Βιολογικά κρασιά VS συμβατικών*, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.organiclife.gr/el/organic-biologika/2719-biologika-krasia-diafores.html>

orizontes.com.gr , (2019), Οινοποιείο Μαρκοβίτης, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://orizontes.com.gr/%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CE%B9%CE%BF-%CE%BC%CE%B1%CF%81%CE%BA%CE%BF%CE%B2%CE%B9%CF%84%CE%B7/>

tsantali.com, (2019), Λίγα λόγια για εμάς- προσωπικότητα, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.tsantali.com/aboutus/?lang=el>

vaeni-naoussa.com, (2019), Η ιστορία του οίνου στη Νάουσα, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.vaeni-naoussa.com/naoussa/history.htm>

wineinmoderation.eu, (2017), Αλόγιστη κατανάλωση, κατάχρηση οίνου , διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.wineinmoderation.eu/el/content/Misuse-and-Abuse-of-Wine-Binge-Drinking.13/>

winesofcrete.gr, (2015), *Η Ιστορία του κρασιού στην Κρήτη*, διαθέσιμο στη διεύθυνση: http://www.winesofcrete.gr/cretewines/el/Article/%CE%A4%CE%BF%CE%9D%CE%B7%CF%83%CE%AF/%CE%97%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1%CF%84%CE%B7%CF%82%CE%9A%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7%CF%82/%CE%86%CE%BD%CE%B8%CF%81%CF%89%CF%80%CE%BF%CE%B9_1043.html

winesofcrete.gr, (2015), Κρασιά- Ποικιλίες, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://www.winesofcrete.gr/cretewines/el/Article/%CE%A4%CE%B1%CE%9A%CF%81>

https://wineroadgr.wordpress.com/category/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%AF%CE%B5%CF%82_687.html

wineroadgr.wordpress.com (2011), ο δρόμος του κρασιού διαθέσιμο στη διεύθυνση, ποικιλία Πρεκνιάρικο :

<https://wineroadgr.wordpress.com/category/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE-%CF%83%CF%8D%CE%BD%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7/%CF%80%CF%81%CE%B5%CE%BA%CE%BD%CE%B9%CE%AC%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%BF-%CE%AE-%CF%80%CF%81%CE%B5%CE%BA%CE%BD%CE%AC%CE%B4%CE%B9/>

wineoutlet.gr , (2019), Θυμιόπουλος, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://wineoutlet.gr/shop/oinopoieio-thumiopoulos-naousa-eruthros/>

Βικιπέδια, (2016), οινoturισμός, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9F%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>

Δριδάκη Γεωργία & Δριδάκη Ευαγγελία (2015), «Έρευνα καταναλωτικής συμπεριφοράς προϊόντων οينوποιίας στο Νομό Χανίων», διαθέσιμο στη διεύθυνση: http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/bah/2015/DridakiGeorgia,DridakiEvangelia/attached-document-1436347814-449125-3983/DridakiGeorgia_DridakiEvangelia2015.pdf

Βανασάκη Γεωργία–Λιβάνου Ισμήνη (2014), διαθέσιμο στη διεύθυνση: http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/bah/2014/BanasakiGeorgia,Livanoulsmeni/attached-document-1422879955-859234-2073/BanasakiGeorgia_Livanoulsmeni2014.pdf

Σέχρεμελη Παναγιώτα, Καθηγήτρια Πέκκα -Οικονόμου, σελίδα 58-59, πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2018, διαθέσιμη στη διεύθυνση: http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/11389/SECHREMELI_EMBA1040.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων - ΚΕΟΣΟΕ - Εθνική Στρατηγική Marketing-keosoe.gr, 2010

Βικιπέδια, (2016), οινoturισμός, διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9F%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>

Οينوποιείο Καραβιτάκης, (2019), διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://www.karavitakiswines.com/el/>

Οινοποιείο Μανουσάκης, (2019), History, διαθέσιμο στη διεύθυνση:
<https://www.manousakiswinery.com/history>

Οινοποιείο Ντουράκης Ανδρέας, (2018), Η φιλοσοφία μας, διαθέσιμο στη διεύθυνση:
<https://dourakiswinery.gr/our-winery/?lang=gr>

Οινοποιείο Πνευματικάκης, (2015), Γενικά Στοιχεία, διαθέσιμο στη διεύθυνση:
http://www.winesofcrete.gr/cretewines/el/Wineries/%CE%A4%CE%B1%CE%9A%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%AC/%CE%9F%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CE%9F%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CE%A0%CE%BD%CE%B5%CF%85%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC%CE%BA%CE%B7_822.html

Marnie old (2014). Μετάφραση Α. Αργυρίου. Κρασί, ένα ταξίδι γευσιγνωσίας. Α' Έκδοση, Κίνα: Εκδόσεις Ψυχογιός Α.Ε, σ. 225

Ι. Μπουτάρης (1993), Γνωριμία με τον κόσμο του κρασιού. Δ' Έκδοση, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ι. Μπουτάρης & Υίος Α.Ε, σ. 11- 45.