

ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



Πτυχιακή εργασία

Ανάπτυξη Οινοτουρισμού στην περιφερειακή ενότητα
Ηρακλείου

Σακελλάρη Φωτεινή

Επιβλέπων: Λέκτορας Γεώργιος Απλαδάς

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, 2019

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο οινoturισμός αποτελεί μια νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως παρακλάδι του αγροτουρισμού αλλά με σημαντικές διαφοροποιήσεις. Εστιάζει σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα η οποία είναι η παραγωγή κρασιού. Πρόκειται δηλαδή για ένα ταξίδι στον κόσμο του κρασιού το οποίο το απολαμβάνουν οι επισκέπτες συνδυάζοντας το παράλληλα με τις διακοπές τους. Στην Ελλάδα έχουν αναπτυχθεί τουριστικές δραστηριότητες με επίκεντρο το κρασί σε περιοχές παραδοσιακής παραγωγής.

Στην Ελλάδα υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες και ευκαιρίες ανάπτυξης του οινoturισμού. Σε πολλά μέρη καλλιεργούνται αμπελώνες με σκοπό την παραγωγή κρασιού. Συνεχώς βλέπουμε να αξιοποιούνται κτήματα και να δημιουργούνται σύγχρονα οινοποιεία. Πολλά απ' αυτά είναι επισκέψιμα για την αποτελεσματικότερη προβολή της διαδικασίας παραγωγής του κρασιού στους οινόφιλους επισκέπτες του Ν.Ηρακλείου αλλά και της Κρήτης.

ABSTRACT

Wine tourism is a new form of alternative tourism that could be described as an offshoot of agrotourism but with significant differences. It focuses on a specific activity which is wine production. It is a journey into the wine world that visitors enjoy by combining it with their vacations. In Greece, wine-based tourism activities have been developed in traditional production areas.

In Greece there are significant opportunities and opportunities for the development of wine tourism. Vineyards are cultivated in many places to produce wine. We constantly see real estate being utilized and modern wineries being created. Many of them are visitable for the more effective promotion of the wine production process to the wine-loving visitors of Heraklion county and Crete.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ABSTRACT.....	3
1.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
1.1 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	6
1.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	9
1.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ.....	11
1.4 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	13
1.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ..ΕΛΛΑΔΑ.....	14
1.5.1 ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	15
1.5.2 ΟΙ ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΣΠΑ	16
1.5.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	16
1.5.4 Η ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	17
1.5.5 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	17
2.0 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ.....	20
2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	22
2.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	22
2.4 ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	24
2.5 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ.....	25
3.0 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	
3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	27

3.2 ΣΤΟΧΟΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	28
3.3 ΚΙΝΗΤΡΑ	29
3.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΧΩΡΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ	31
4.0 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ	
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	33
4.1.2 ΟΙΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ.....	33
4.2 ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΟΙΝΟΠΟΙΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.....	35
4.2.1 Ο ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ	37
4.2.2 ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΙΜΩΝ ΣΤΑΦΥΛΛΙΩΝ	39
4.2.3 ΟΙ ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ.....	42
4.2.4 Ο ΕΤΗΣΙΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΙΟΥ.....	44
4.2.5 Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ.....	45
4.3 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Ν.ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	46
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	80

1.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμφωνα με τη Διεθνή Ένωση Επιστημόνων Τουρισμού, (International Association of Scientific Experts on Tourism - AIAEST) τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή στον προορισμό και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα. Ο όρος τουρισμός έχει αγγλική προέλευση από τον αντίστοιχο αγγλικό όρο «touring» που προέρχεται από την γαλλική λέξη «tour» που σημαίνει γύρος περιοδεία, ταξίδι.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι, ο περιηγητής (τουρίστας) της παλιάς εποχής ήταν άνθρωπος που διέθετε χρόνο και χρήμα για μεγάλες διακοπές και περιηγήσεις. Ο σύγχρονος περιηγητής στη γενικότερη μορφή του είναι ο εργαζόμενος άνθρωπος με μετρημένα εισοδήματα, που επιδιώκει σε μικρό σχετικά χρονικό διάστημα, να πετύχει το μεγαλύτερο αποτέλεσμα τουριστικής απόλαυσης. Οι σημερινές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες και η προέλευση τουριστών, καθιέρωσαν το νέο είδος τουρισμού που υπάρχει σήμερα, το οποίο όχι μόνο έχει κατακτήσει τον κόσμο αλλά έχει γίνει πια μια ανάγκη. Μέχρι πριν λίγο καιρό, το μόνο κίνητρο για την περιήγηση ήταν η επιθυμία, τώρα πλέον είναι και η ανάγκη. Έτσι λοιπόν δεν αποκλείουμε το ενδεχόμενο στο μέλλον να προστεθούν και άλλα κίνητρα ώστε να μεταβληθεί ανάλογα και το περιεχόμενο του όρου «τουρισμός»

1.1 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το τουριστικό φαινόμενο, ως ανάγκη του ανθρώπου να ανακαλύψει καινούργιους κόσμους, και να αποκτήσει νέες εμπειρίες, και να φύγει από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, είναι πολύ παλιό. Ξεκινά από την αρχαιότητα, συνεχίζεται στο μεσαίωνα και την αναγέννηση και φτάνει μέχρι σήμερα, με διαφορετική μορφή. Σε όλα τα στάδια της εξελικτικής του πορείας συνδέεται με την εξέλιξη των μέσων μεταφοράς και προϋποθέτει συνθήκες ειρήνης, δυνατότητα επικοινωνίας και οργανωμένη κοινωνία. Το τουριστικό φαινόμενο κατά την αρχαιότητα συνδέθηκε με την επιθυμία των ανθρώπων να ανακαλύψουν καινούργια εδάφη, να ασκήσουν εμπορικές δραστηριότητες, καθώς και να παρακολουθήσουν κάποιες θρησκευτικές τελετές. Τα πρώτα ταξίδια πραγματοποιήθηκαν στα μέσα της τέταρτης χιλιετίας από τους Σουμέριους και ακολούθησαν ο Ι Ασσύριοι, οι

Αιγύπτιοι, οι Κρήτες της μινωικής περιόδου, οι Αχαιοί της μυκηναϊκής περιόδου, οι Πέρσες, οι Έλληνες της κλασικής περιόδου και της περιόδου του Μέγα Αλεξάνδρου, οι Ρωμαίοι και οι Βυζάντιοι. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν έμποροι και επιστήμονες που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους. Η εφεύρεση της σφηνοειδούς γραφής του χρήματος από τους Σουμέριους καθώς και της ρόδας, τους δίνει τον τίτλο των ιδρυτών του τουρισμού. Η ανάπτυξη των πρώτων μεγάλων πόλεων στη Μεσοποταμία οδηγεί και στην ανάγκη επαφών για εμπορικούς, πολιτικούς ή μορφωτικούς λόγους. Οι Αρχαίοι Έλληνες και οι Ρωμαίοι ταξίδευαν τόσο για ιδιωτικούς όσο και για εμπορικούς λόγους και ήταν συνήθως άτομα της άρχουσας τάξης. Τον Μεσαίωνα οι μετακινήσεις των ανθρώπων παρόλο που τα ταξίδια δεν ήταν ασφαλείς λόγω της πειρατείας και των ληστειών, αυξάνονται. Γίνεται μια εντυπωσιακή ανάπτυξη των ταξιδιών για εκπαιδευτικούς λόγους. Αυτή την περίοδο πραγματοποιήθηκαν τα μεγάλα ταξίδια ανακαλύψεων και εξερευνήσεων. Τα περισσότερα όμως ταξίδια κατά τον μεσαίωνα γίνονταν για εμπορικούς και θρησκευτικούς λόγους. Οι πόλεις που είχαν την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ήταν οι Άγιοι Τόποι και η Ιερουσαλήμ. Την περίοδο της Αναγέννησης υπήρξε ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών στην Ευρώπη. Οι γόνιμοι των αριστοκρατικών οικογενειών ενθαρρύνονται να ταξιδέψουν στην Ευρώπη για να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες και να γίνουν δεκτοί στις βασιλικές αυλές. Αυτό βοήθησε στην ανάπτυξη όλων των υποδομών που έχουν σχέση με τον τουρισμό όπως ξενοδοχεία, μεταφορικά μέσα, δρόμοι και οδήγησε κατά κάποιον τρόπο στη μαζικοποίηση του τουρισμού και στη δημιουργία «τουριστικών πακέτων» με ιδιαίτερες παροχές όπως αυτή του ξεναγού. Η ανάπτυξη αυτών των ταξιδιών οδήγησε κατά κάποιον τρόπο στη μαζικοποίηση του τουρισμού και στη δημιουργία «τουριστικών πακέτων» με ιδιαίτερες παροχές όπως αυτή του ξεναγού. Επίσης βοήθησε στην ανάπτυξη όλων των υποδομών που έχουν σχέση με τον τουρισμό όπως ξενοδοχεία, μεταφορικά μέσα, δρόμοι. Παράλληλα με την ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών στην Ευρώπη, άρχισαν οι μεγάλες εξερευνήσεις στην Αμερική, Αφρική, Ασία, Αυστραλία και Ωκεανία. Οι λαοί της Ευρώπης διαπιστώνουν μετά την ανακάλυψη των νέων χωρών πως ο ορίζοντας των ταξιδιών τους διευρύνεται. Επιστήμονες, έμποροι, ιεραπόστολοι ακολουθούν τους θαλασσοπόρους στους νέους προορισμούς, μεταφέροντας την ιστορία, τον πολιτισμό, την επιστήμη και τις ιδέες των χωρών προέλευσής τους. Το 1811 πρωτοεμφανίζεται η λέξη *tourism* (τουρισμός), για να δηλώσει με επεξηγηματικό τρόπο την πρακτική του να ταξιδεύει κανείς από ευχαρίστηση. Ο ορισμός του όρου *tourist* καθορίστηκε στη διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών που έγινε στη Ρώμη από 21/08 έως 05/09 του 1963. Ο 19^{ος} αιώνας υπήρξε σταθμός για την ανάπτυξη του τουρισμού και την μεταγενέστερη εξέλιξη του που οδήγησε στην μαζικοποίησή του. Πόλυ σημαντικό ρόλο σε αυτό έπαιξαν η εμφάνιση του σιδηρόδρομου και η να. Το 1841 στην Αγγλία, ο Thomas Cook οργανώνει το πρώτο ταξίδι με οδηγούς, ενώ το 1845 δημιουργεί στο Λέισεστερ το γραφείο ταξιδιών

“Thomas Cook & Son” υπήγηση των ποταμόπλοιων, ενώ 1855 οργάνωσε το «Circular Club». Στη συνέχεια θα ιδρύσει υποκαταστήματα σε 68 χώρες του κόσμου. Ήταν ο πρώτος επαγγελματίας τουριστικός παραγωγός και πράκτορας. Οργάνωνε ταξίδια με μαζικές μεταφορές στα οποία παρείχε επιπλέον υπηρεσίες όπως συναλλαγματικές διευκολύνσεις, κουπόνια για ξενοδοχεία, τουριστικούς οδηγούς, σε προσιτές τιμές και απευθύνονταν κυρίως στην μεσαία τάξη.

Τον μιμήθηκαν στην συνέχεια και άλλοι επιχειρηματίες στην Αμερική και στην Ευρώπη πράγμα που είχε ως αποτέλεσμα τα οργανωμένα ταξίδια να γίνουν πολύ δημοφιλείς. Το 1890 ιδρύεται το Touring Club στη Γαλλία, ενώ παράλληλα εκείνη την εποχή κτίστηκαν μερικά από τα πιο δημοφιλή ξενοδοχεία των ημερών μας όπως το Ritz στο Παρίσι, το GrandHotel στη Ρώμη, η Μεγάλη Βρετανία στην Ελλάδα, το Carlton στο Λονδίνο. Στις αρχές του 20ου αι., το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται. Σ’ αυτό συμβάλλουν οι ακόλουθοι λόγοι:

Η οικονομική συγκυρία της περιόδου. (1905-1914). Ο Α΄ Παγκόσμιος πόλεμος (1914-1918) όπου οι αριστοκράτες και οι μονάρχες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης ουσιαστικά εξαφανίζονται. Οι πληθωριστικές τάσεις, που αφανίζουν ολοκληρωτικά τους εισοδηματίες, που αποτελούσαν την τουριστική κοινωνία του 19^{ου} αιώνα. Η οικονομική κρίση του 1929, η οποία καταστρέφει οριστικά τον αριστοκρατικό τουρισμό του 19ου αιώνα. Μετά τον Α Παγκόσμιο πόλεμο οι τρόποι πραγματοποίησης των ταξιδιών άλλαξαν. Λόγο της εισόδου του αεροπλάνου και του αυτοκινήτου οι μετακινήσεις που ως τότε γίνονταν με τρένα και ατμόπλοια φθίνουν μαζική παραγωγή του αυτοκινήτου οδηγεί στην δημιουργία οδικών δικτύων που είχε ως αποτέλεσμα την μεγάλη ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού. Η ανακάλυψη και η κατοπινή εξέλιξη των αεροπλάνων αποτέλεσε τη βάση στην οποία στηρίχθηκε η μαζικοποίηση του διεθνούς τουρισμού στη μεταπολεμική περίοδο. Στις πρώτες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα υπήρξε μια δυναμική εξάπλωση μεγάλων τουριστικών πρακτορείων και ξενοδοχειακών αλυσίδων. Πολλές περιοχές αναπτύχθηκαν τουριστικά και ο τουρισμός έγινε μια αναπτυξιακή δραστηριότητα που παρήγαγε εισόδημα και διαμόρφωνε νέες μορφές απασχόλησης παγκοσμίως. Τα αναπτυγμένα κράτη προωθούν τον τουρισμό ως οικονομική δραστηριότητα με θετικά αποτελέσματα για τις οικονομίες τους και διαμορφώνουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα ενισχύσει, οργανώσει και θα ελέγξει αυτή την ταχύτατα αναπτυσσόμενη «βιομηχανία». Μετά το 1950 η ανάπτυξη του τουρισμού είναι αλματώδης και αποτελεί πλέον ένα οικονομικό τομέα που επηρεάζει άμεσα τις χώρες όπου αναπτύσσεται. Η τεράστια αυτή ανάπτυξη του τουρισμού οφείλεται σε κάποιους παράγοντες που είναι οι εξής:

Η πολιτική και οικονομική σταθερότητα στις αναπτυγμένες χώρες.

Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και η παράλληλη ανάπτυξη του «κοινωνικού κράτους» στις αναπτυγμένες χώρες.

Δημογραφικοί και οικονομικοί παράγοντες.

Η ανάπτυξη των μαζικών μεταφορικών μέσων.

Οργανωμένος τουρισμός: «δημοκρατικοποίηση» του δικαιώματος στον τουρισμό. Η μετατροπή του τουρισμού σε καταναλωτικό προϊόν: διαφοροποίηση τιμών και εξειδίκευση υπηρεσιών. Ο τουρισμός γίνεται ένα «σύγχρονο» κοινωνικό αγαθό. Ο τουρισμός προωθείται από την πολιτική των εταιριών τουρισμού, των κρατών και των οργανώσεων του κλάδου. Ο τουρισμός ως κοινωνικό φαινόμενο που ανταποκρίνεται στα καταναλωτικά πρότυπα που αναπτύσσονται στη μεταπολεμική περίοδο.

1.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Λόγω του ότι το εύρος της τουριστικής αγοράς είναι μεγάλο μετά από μακροχρόνιες παρατηρήσεις τμηματοποιήθηκε η τουριστική αγορά με βάση τα γεωγραφικά, κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και την τουριστική συμπεριφορά για να διευκολυνθεί η ανάλυση της και για να επιτευχθεί ένας καλός συνδυασμός τουριστικής αγοράς-τουριστικού προϊόντος και της προώθησης του. Για αυτό ο τουρισμός χωρίστηκε σε έξι βασικές κατηγορίες. Συγκεκριμένα, είναι οι παρακάτω:

α) Ο ατομικός τουρισμός. Χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών και συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό, με ατομικά-ιδιωτικά μέσα μετακίνησης, όπως είναι τα αυτοκίνητα, τα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, τα σκάφη κ.λπ., τόσο κατά τη μετάβαση όσο και κατά διάρκεια της παραμονής του τουρίστα στη χώρα του τουριστικού του προορισμού (Ηγουμενάκης,2004). Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια βασίζεται ολοένα και περισσότερο στο σύστημα IIT (individual inclusive tours), όπως και στην περίπτωση του συστήματος GIT (group inclusive tours), το οποίο προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν, τον προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα και το πρόγευμα. Η διαφορά μεταξύ των δύο αυτών συστημάτων βρίσκεται στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό που επιθυμεί να επισκεφτεί. Συγκεκριμένα, με το σύστημα GIT ο τουρίστας ταξιδεύει στον τουριστικό προορισμό της επιλογής του ομαδικά, ενώ με το σύστημα IIT μεμονωμένα (Ηγουμενάκης, 2004).

β) Ο μαζικός τουρισμός. Είναι η κατηγορία εκείνη του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Σε καμιά περίπτωση δεν συνδέεται αποκλειστικά με τον τύπο τουρισμού διακοπών-αναψυχής μακράς διαμονής. Ο συλλογικός-ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αναφέρεται στον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης της τουριστικής μετακίνησης, καθώς επίσης και στην συγκέντρωση των τουριστών στους τόπους της πρόσκαιρης βραχυχρόνιας διαμονής τους. Ο τουρίστας εντάσσεται σε ομάδες περισσότερο ή λιγότερο ομοειδών τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών και συμμορφώνεται προς ορισμένα σχήματα συμπεριφοράς, εξασφαλίζοντας έτσι ταυτόχρονα ένα μίνιμουμ ικανοποίησης που προσφέρει η καλή οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των tour operators. Τη βάση ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού αποτελεί σήμερα το σύστημα GIT (group inclusive tours), που προσφέρει αλληλεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες, δηλαδή τουριστικά πακέτα, που στην απλούστερη τους μορφή περιλαμβάνουν τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα, κ.α. (Ηγουμενάκης, 2004).

γ) Ο εσωτερικός τουρισμός. Αυτό το είδος τουρισμού πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της. Συνήθως, ο εσωτερικός τουρισμός αναπτύσσεται περισσότερο κατά την διάρκεια των κοινών διακοπών και αργιών, όπως την περίοδο των Χριστουγέννων, του Πάσχα και μέσα καλοκαιριού. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι ιδιαίτερα ωφέλιμη για την χώρα διότι συγκρατείται η εκροή συναλλάγματος εγχώρια λόγω του ότι ο ντόπιος πληθυσμός δεν πραγματοποιεί διακοπές έξω από την χώρα. Επίσης για να αναπτυχθεί ο εσωτερικός τουρισμός, απαιτούνται κυρίως προσιτές τιμές στα καταλύματα και μέσα μεταφοράς (Ηγουμενάκης, κ.α. 1998).

δ) Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός. Πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεφτούν κάποια άλλη ή άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους και με αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες τους. Εξωτερικό τουρισμό έχει οποιαδήποτε χώρα, όταν οι μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών την επισκέπτονται ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους. Όταν οι μόνιμοι κάτοικοι μια ξένης χώρας επισκέπτονται μια χώρα για τουριστικούς λόγους, τότε ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται ως ενεργητικός, γιατί κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισροή συναλλάγματος, για την οποία ενδιαφέρονται λίγο-πολύ όλες οι χώρες, κυρίως όμως εκείνες των οποίων οι οικονομίες βρίσκονται ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης. Αντίθετα, όταν οι μόνιμοι κάτοικοι μιας χώρας επισκέπτονται μια άλλη χώρα για τουριστικούς λόγους, ο εξωτερικός τουρισμός που κάνουν χαρακτηρίζεται ως παθητικός και αυτό γιατί χαρακτηριστικό της είναι εκροή.

πολύτιμου συναλλάγματος (Ηγουμενάκης, 2004).

ε) Ο συνεχής τουρισμός. Ο συνεχής τουρισμός διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμιά περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν όλες τις εποχές. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, 2004).

στ) Ο εποχικός τουρισμός. Χαρακτηριστική διάκριση του εποχικού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο. Οι δραστηριότητες του επηρεάζονται σημαντικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές γι' αυτό το λόγο και αναστέλλονται για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα κάθε έτος. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικός τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης και ο τουρισμός χειμερινών σπορ.

1.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ.

Παλαιότερα και μέχρι το πρώτο μισό του 20ού αιώνα, ο τουρισμός αποτελούσε ένα οικονομικό φαινόμενο περιορισμένης έκτασης και σημασίας, που υπήρχε λίγο-πολύ σε λανθάνουσα κατάσταση. Η παραγωγική του δραστηριότητα, ως κλάδου της οικονομίας, ήταν κυριολεκτικά ασήμαντη, η δε ανάπτυξη του απρογραμμάτιστη. Για να φτάσει όμως ο τουρισμός στα σημερινά του επίπεδα ανάπτυξης ή μεγέθυνσης και να αποκαλυφθεί η οικονομική του σημασία, χρειάστηκε να περάσουν πολλά χρόνια. Η εξέλιξή του πάντως η οποία σε πολλές περιπτώσεις υπήρξε εντυπωσιακή, του εξασφάλισε δίκαια μια καίρια θέση ανάμεσα στις διάφορες οικονομικές δραστηριότητες του ανθρώπου.

Σε πολλές χώρες και ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες, ο τουρισμός αποτελεί, όπως είναι γνωστό, αν όχι την αξιολογότερη συναλλαγατοφόρα πηγή τους, τουλάχιστον μια από τις σημαντικότερες. Όπως είναι γνωστό, τα χρήματα που ξοδεύουν οι ξένοι και οι ντόπιοι τουρίστες σε έναν τουριστικό προορισμό διοχετεύονται μέσω των τουριστικών επιχειρήσεων σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας για την αγορά των προϊόντων που παράγουν, όπως για παράδειγμα αγροτικά, βιομηχανικά κ.λπ., καθώς επίσης άυλα προϊόντα, δηλαδή υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να τονώνεται σημαντικά η εγχώρια παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα.

Πέρα από σημαντικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, ο τουρισμός είναι και

σημαντικός εργοδότης, αυτό γιατί η ανάπτυξη ή μεγέθυνση του σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο είναι στενά συνυφασμένη και με τη δημιουργία ικανοποιητικού αριθμού θέσεων εργασίας, έστω και αν αυτές έχουν τις περισσότερες φορές εποχικό χαρακτήρα. Έτσι, δημιουργώντας θέσεις εργασίας, ο τουρισμός δημιουργεί έσοδα για τους πληθυσμούς των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται. Με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει και στην εξομάλυνση του εισοδήματος τόσο σε προσωπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, ιδιαίτερα δε σε περιοχές που διακρίνονται για το χαμηλό δείκτη της οικονομικής τους δραστηριότητας και το χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα των πληθυσμών τους. Η ανάπτυξη του τουρισμού στις περιοχές αυτές προκαλεί αξιόλογες εισροές, συγκεκριμένα προσφέρει χρήματα τους τόπους που πραγματοποιείται, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων κυκλοφορεί μέσα σε αυτούς, καθώς επίσης φέρνει έσοδα στην τοπική αυτοδιοίκηση και γενικότερα στο κράτος. Αναμφίβολα ο τουρισμός αποτελεί παράγοντα οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των χωρών του πλανήτη μας. Αυτό όμως σε καμιά περίπτωση δε σημαίνει ότι ο τουρισμός αποτελεί πανάκεια για τα οικονομικά προβλήματα τόσο των αναπτυσσόμενων όσο και των αναπτυσσομένων χωρών. Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού στις οικονομίες των χωρών για τις οποίες γίνεται λόγος, γίνονται αισθητές μόνο όταν η επιχειρούμενη ανάπτυξη ή μεγέθυνση του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως όταν ελέγχεται, αλλά παράλληλα και όταν συνοδεύεται από μια προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της οικονομίας τους. Με αυτόν τον τρόπο περιορίζονται και οι οποίες αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού. Ο τουρισμός με την σημερινή του έκταση αποτελεί πια φαινόμενο. Ο σύγχρονος άνθρωπος έκανε πια ανάγκη του την πρόσκαιρη μετακίνηση του από την μόνιμη κατοικία του σε άλλους τόπους της χώρας του ή άλλης χώρας. Η σημερινή σύγχρονη ζωή των πόλεων κουράζει τον άνθρωπο και αυτός επιδιώκει την ανακούφιση και την χαλάρωση. Η άφθονη παροχή σύγχρονων απολαύσεων οδηγεί τον πολιτισμένο άνθρωπο σε μια φυγή, η οποία ικανοποιείται με το τουριστικό ταξίδι. Έτσι φθάνουμε στην εποχή στην οποία δικαιολογούνται η σπατάλη χρημάτων για άτομα και οικογένειες με περιορισμένους οικονομικούς πόρους όταν γίνεται για χάρη της ψυχαγωγίας του τουρισμού.

Πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του τουρισμού. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής:

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.

- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες εβδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Έτσι όπως σε κάθε μεγάλη εκδήλωση κοινωνικού φαινομένου βλέπουμε να ξεπηδούν τα διαφορά καινούργια επαγγέλματα για την ικανοποίηση των αναγκών που δημιουργούνται, αλλά και το κέρδος, έτσι στην κοινωνική εκδήλωση του φαινομένου του τουρισμού, δημιουργήθηκαν καινούργια επαγγέλματα, που αυξάνονται διαρκώς σε ειδικότητες και απασχόληση.

1.4 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.

Με τον όρο «εναλλακτικές μορφές τουρισμού», αναφερόμαστε στον τουρισμό που σχετίζεται με εναλλακτικές μορφές, αφενός σε οργανωτικό επίπεδο και αφετέρου όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των τουριστικών δραστηριοτήτων που ζητούν οι επισκέπτες. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει κίνητρα τα οποία συνδέονται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητικές δραστηριότητες, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση, απόλαυση της θέας ενός τοπίου σε περιοχές με μη μολυσμένο περιβάλλον ή πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, κτλ. Διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν και το κάνει μοναδικό και ελκυστικό. Ο εναλλακτικός τουρισμός θέλει να κάνει τον καθένα να «αισθάνεται σαν το σπίτι του» και να νιώθει οικεία με τα τοπία, τις τροφές, τα τραγούδια, το χορό, την ζωγραφική, την οδοιπορία, τον αθλητισμό, κτλ. Επίσης πρέπει να αναφέρουμε ότι στις εναλλακτικές μορφές ο τουρίστας συχνά επιλέγει ένα τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού και η δημιουργία μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί το συγκεκριμένο τουρίστα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στόχος του εναλλακτικού τουρισμού είναι η επιμήκυνση της τουριστικής δραστηριότητας σε 12 μήνες και η εκμετάλλευση των περιοχών οι οποίες δεν

συνδέονται στενά με δραστηριότητες παραδοσιακών μορφών τουρισμού. Ωστόσο δεν υπάρχει ένας ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού αποδεκτός σε διεθνές επίπεδο από όλους, δηλαδή όσους με τον έναν ή με τον άλλο τρόπο εμπλέκονται στην υπόθεση της «βιομηχανίας» του τουρισμού. Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που διαφοροποιείται από τις συνηθισμένες σκληρές μορφές τουρισμού (μαζικός τουρισμός).

1.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα αποτελεί ελκυστικό προορισμό ιδιαίτερα τους μήνες του καλοκαιριού λόγω των πλούσιων φυσικών της πόρων και του μεσογειακού της κλίματος. Διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλίας, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Οι επισκέπτες ανακαλύπτουν ποικίλες επιλογές σε τομείς όπως η ιστιοπλοΐα και οι κρουαζιέρες, τα ταξίδια κινήτρων που παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες σε εξειδικευμένες και ελκυστικές αγορές. Οι καθαρές παραλίες, τα επιβλητικά βουνά, τα πλούσια σε ιστορία και παραδόσεις τοπία και φυσικά η φημισμένη φιλοξενία είναι αυτά που αποτελούν πόλο έλξης για τους επισκέπτες από όλο τον κόσμο στον τόπο όπου γεννήθηκε η δημοκρατία. Σύμφωνα με έρευνες που πραγματοποιήθηκαν ποσοστό άνω του 25% τω Ευρωπαίων ταξιδιωτών με υψηλό μορφωτικό επίπεδο αναζητούν εμπειρίες και τουριστικές υπηρεσίες πέρα από ήλιο, θάλασσα και φιλοξενία. Η Ελλάδα μπορεί να προσφέρει τέτοιου είδους εμπειρίες, διότι αν συνδυάσει τα όμορφα τοπία της, τους φυσικούς της πόρους, τον πολιτισμικό και ιστορικό της πλούτο με την νεωτεριστική επιχειρηματικότητα, μπορούν να αναδείξουν με αυτόν τον τρόπο πρωτότυπες κερδοφόρες επενδυτικές ευκαιρίες.

Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, πάνω από 3 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Ελλάδα κατά την περίοδο Ιανουάριος – Μάιος 2013. Το Ταξιδιωτικό Ισοζύγιο την περίοδο Ιανουαρίου - Μαΐου 2013 παρουσίασε πλεόνασμα 1.070 εκατ. ευρώ, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 306 εκατ. ευρώ σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2012 (Ιανουάριος - Μάιος 2012: 764 εκατ. ευρώ). Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων κατά 232 εκατ. ευρώ ή 15,4% σε σχέση με την περίοδο Ιανουαρίου - Μαΐου 2012, καθώς και στη μείωση των ταξιδιωτικών πληρωμών κατά 75 εκατ. ευρώ ή 10,1%. Η αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων οφείλεται στην αύξηση των αφίξεων κατά 9,5% και ταυτόχρονα στην αύξηση της μέσης ανά ταξίδι δαπάνης κατά 5,4%. Σημειώνεται τέλος ότι οι καθαρές εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών συνέβαλαν με ποσοστό 31,6% στο σύνολο των καθαρών εισπράξεων από υπηρεσίες και αντιστάθμισαν το 15,4% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου..

1.5.1 ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Η Ελλάδα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες έγινε το επίκεντρο της τουριστικής αγοράς, όπου σημείωσε αύξηση στις επισκέψεις τουριστών. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη υποδομών. Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών έχει αναγνωριστεί ως ένα από τα καλύτερα αεροδρόμια του κόσμου. Επίσης, τα προγράμματα marketing που υλοποίησε προσέλκυσαν 12 νέες αεροπορικές εταιρείες στην Αθήνα. Τα αεροδρόμια της Ελλάδας, 40 στο σύνολο, εκ των οποίων τα 15 είναι διεθνή, αναβαθμίζονται για να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες και τις πτήσεις τσάρτερ που έχουν πλέον αυξηθεί σημαντικά. Επίσης, το εθνικό οδικό σύστημα συνδέει το Βορρά με το Νότο, την Ανατολή και τη Δύση με ένα ενιαίο και άρτια σχεδιασμένο δίκτυο. Η Εγνατία Οδός, που συνδέει την Ηγουμενίτσα με τα Τουρκικά σύνορα, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα έργα μεταφοράς στην Ευρωπαϊκή Ένωση την τελευταία δεκαετία. Επίσης η Ιόνια Οδός που συνδέει την Πάτρα με την Ηγουμενίτσα, συμπληρώνει την αναβάθμιση του συστήματος. Η Αττική Οδός, άλλαξε τον τρόπο μεταφοράς στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας και αποτελεί μια σημαντική οδική αρτηρία για την εφοδιαστική αλυσίδα (logistics) που συνδέει το αεροδρόμιο με λιμάνια και σιδηροδρομικούς σταθμούς.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι, το μετρό της Αθήνας παρουσιάζει ιδιαίτερη επιτυχία και συνέβαλε σημαντικά στη βελτίωση των αστικών μεταφορών, επεκτείνει τις γραμμές του καθώς και το ωράριο λειτουργίας του, προκειμένου να εξυπηρετεί όσο το δυνατόν καλύτερα τους επιβάτες του. Επιπλέον, το ανεπτυγμένο δίκτυο των ταχύπλοων πλοίων της Ελλάδας συμπληρώνει τη μεταφορική υποδομή της χώρας. Επιπλέον, μία νέα υπηρεσία υδροπλάνων ξεκίνησε να λειτουργεί στην Ελλάδα, ενώνοντας τα αναρίθμητα Ελληνικά νησιά. Όπως παρατηρούμε τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα ως προς την υποδομή της έχει σημειώσει μεγάλη πρόοδο και έχει αποτελέσει καταλυτικό παράγοντα στις επισκέψεις τουριστών που ολοένα και αυξάνονται.

1.5.2 ΟΙ ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΣΠΑ

Ο στόχος του ΕΣΠΑ, για την περίοδο 2007 έως 2013, είναι να επιτύχει μία ισορροπημένη ανάπτυξη της χώρας, αποδίδοντας το 82% του προϋπολογισμού σε έργα ανάπτυξης της Περιφέρειας. Το ΕΣΠΑ θα προωθήσει έργα που σχετίζονται άμεσα και έμμεσα με την τουριστική ανάπτυξη και θα προσφέρει πλήθος ευκαιριών σε επενδυτές να συμμετάσχουν σε διάφορα έργα με συνολικό προϋπολογισμό 40 δισεκατομμυρίων ευρώ. Συγκεκριμένα για τον τομέα του τουρισμού, το ΕΣΠΑ παρέχει σημαντική οικονομική υποστήριξη, με προϋπολογισμό μεγαλύτερο από 500 εκατομμύρια ευρώ μέχρι το 2013. Το ΕΣΠΑ αποβλέπει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε όλη την Ελλάδα και στη μείωση της εποχικότητας, στη προβολή της χώρας σε παγκόσμιο επίπεδο ως ασφαλή και ελκυστικό τουριστικό προορισμό, επίσης στην αύξηση του αριθμού των διεθνών επισκεπτών και φυσικά της ενίσχυσης του εγχώριου τουρισμού. Οι επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, σύμφωνα με το νέο Επενδυτικό Νόμο θα συμπεριλαμβάνουν την αναβάθμιση μαρίνων, την προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού, την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού, την αναβάθμιση υποδομών χειμερινού τουρισμού και την επιδότηση ιδιωτικών επενδύσεων.

1.5.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί τον δυναμικότερα αναπτυσσόμενο τομέα της ελληνικής οικονομίας ο οποίος καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Γι'αυτό το λόγο η προσπάθεια διατήρησης της Ελλάδας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας πρέπει να αποτελεί έναν από τους βασικότερους στόχους της πολιτείας και της επιχειρηματικής κοινότητας. Η συμμετοχή του τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Α.Ε.Π) είναι σταθερά πάνω από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%. Τα τελευταία περίπου 30 χρόνια ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες ανάπτυξης δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης. Αξίζει να σημειώσουμε ότι 1 στους 5 κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα. Επίσης ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου (Στο εμπορικό ισοζύγιο καταγράφονται οι χρηματικές ροές που αφορούν σε συναλλαγές σε αγαθά (πληρωμές/εισαγωγές και εισπράξεις/εξαγωγές)) που παρόλο την διόγκωση που είχε σημειώσει τα τελευταία 3 χρόνια, οι τουριστικές εισπράξεις καλύπτουν σχεδόν το 1/3 αυτού. Επιπλέον η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας και αξίζει να

αναφερθεί ότι κάθε ευρώ που καταναλώνεται στο τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία. Ο παρακάτω πίνακας μας δείχνει τη συμμετοχή της τουριστικής οικονομίας στο Α.Ε.Π και τις άμεσες τουριστικές εισπράξεις κατά τη περίοδο 2007-2012.

1.5.4 Η ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.

Η ανταγωνιστικότητα είναι η ικανότητα να επιχειρούμε καλύτερα και αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές μας. Οι ανταγωνιστές μας είναι οι χώρες- τουριστικοί προορισμοί που είτε παράγουν ίδιο ή παρεμφερές τουριστικό προϊόν με το δικό μας, είτε / και απευθύνονται στις ίδιες αγορές για άντληση πελατείας. Η Ισπανία, Τουρκία, Κύπρος, Αίγυπτος είναι οι κυριότεροι ανταγωνιστές μας . Επίσης η Πορτογαλία, Κροατία με ελλιπή όμως στοιχεία. Το ζητούμενο της τουριστικής οικονομίας είναι η μεγιστοποίηση των μεγεθών έσοδα και θέσεις απασχόλησης. Τα έσοδα εκφράζονται από το γινόμενο αφίξεις επί κατά κεφαλή δαπάνη. Το γινόμενο παίρνει τόσο μεγαλύτερη τιμή όσο μεγαλύτερη είναι η τουριστική περίοδος και επηρεάζει αντίστοιχα τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

1.5.5 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, λόγω της διεθνούς τάσης για διεύρυνση και διαφοροποίηση του τουριστικού της προϊόντος, προσφέρει διάφορα ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς το σημαντικότερο πλεονέκτημα που προσφέρουν είναι η δυνατότητά τους να προσελκύουν τουρίστες καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια σταθερή πηγή εσόδων και απασχόλησης. Να αναφέρουμε ότι η Ελλάδα προσελκύει ετησίως περισσότερους από 17 εκατομμύρια επισκέπτες. Οι επιχειρηματίες με την βοήθεια κρατικών επενδυτικών κινήτρων δημιουργούν υποδομές και υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό υγείας, τον θρησκευτικό, τον γαστρονομικό, τον αθλητικό τουρισμό καθώς και τον οικοτουρισμό και τον αγροτουρισμό.

Όσον αφορά τον τουρισμό υγείας, η Ελλάδα φημίζεται για τους άριστους γιατρούς της και τους επαγγελματίες υγείας, που σπουδάζουν και εξειδικεύονται σε μερικά από τα καλύτερα πανεπιστήμια της Ευρώπης και της Βορείου Αμερικής. Η πλαστική χειρουργική, τα κέντρα

αποτοξίνωσης, οι κλινικές γονιμότητας και η αιμοκάθαρση σε ευχάριστο περιβάλλον είναι από τους τομείς που γνωρίζουν επιτυχία στον τομέα του τουρισμού υγείας. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο Οργανισμός Παγκόσμιας Υγείας κατατάσσει το σύστημα υγείας της Ελλάδας στη 14η θέση μεταξύ 191 χωρών παγκοσμίως.

Ως προς τον θρησκευτικό τουρισμό, η θρησκευτική κληρονομιά της Ελλάδας προσελκύει επισκέπτες από όλο τον κόσμο, οι οποίοι επισκέπτονται εκκλησίες και μοναστήρια σε όλη τη χώρα. Ο θρησκευτικός τουρισμός συνδυάζει πνευματικά, πολιτισμικά και ιστορικά θέματα και παράλληλα αναδεικνύει την εθνική ταυτότητα της Ελλάδας. Εκτός από τα ταξίδια σε Χριστιανικά Ορθόδοξα μοναστήρια, οι επισκέπτες έρχονται στην Ελλάδα για να θαυμάσουν και να μελετήσουν τα μοναδικά Βυζαντινά και μετά-Βυζαντινά αριστουργήματα, όπως εικονογραφίες, μωσαϊκά και τοιχογραφίες.

Για τον αθλητικό τουρισμό της Ελλάδας έχουμε να πούμε ότι η χώρα είναι ο τόπος που έφερε στον κόσμο τους Ολυμπιακούς Αγώνες και το 2004 διοργάνωσε από τους πιο επιτυχημένους Ολυμπιακούς Αγώνες στα χρονικά. Αυτός ο τόπος είναι ιδανικός για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, από ιστιοπλοΐα και εξερεύνηση σπηλαίων, μέχρι οδοιπορία και αλεξίπτωτο πλαγιάς. Η Ελλάδα είναι σε θέση να προσελκύσει λάτρεις των σπορ από όλο τον κόσμο, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να ασχοληθούν με ποικίλες δραστηριότητες, ενώ παράλληλα θα απολαμβάνουν το φυσικό πλούτο της χώρας. Παρακάτω αναφέρονται μερικά επιτυχή παραδείγματα ως προς τον αθλητικό τουρισμό της Ελλάδας: Το Euroleague Final 4 Athens 2007, το Athens CSI2*-W (Equestrian) international το 2009, το WRC Acropolis Rally of Greece (ετήσιο), το Athens Grand Prix Tsiklitiria (εντάσσεται στο πλαίσιο του IAAF Grand Prix) και η ετήσια Aegean Regatta.

Όσον αφορά τον οικοτουρισμό, η Ελλάδα με τα όμορφα τοπία της και με τα μοναδικά της οικοσυστήματα (όπως τα αγροτικά τοπία καθώς βουνά και ποτάμια) παρέχει μοναδικές ευκαιρίες για την ανάπτυξη οικοτουριστικών εμπειριών. Αυτή η ραγδαία αυξανόμενη αγορά υπόσχεται σημαντικές αποδόσεις και υποστηρίζεται σε σημαντικό βαθμό από την Ελληνική κυβέρνηση με την παροχή ελκυστικών κινήτρων.

Ως προς τον αγροτουρισμό μπορούμε να πούμε ότι εξελίσσεται σε έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της αγοράς του εναλλακτικού τουρισμού. Οι επισκέπτες στο πλαίσιο του αγροτουρισμού διαμένουν και συχνά εργάζονται μαζί με τους μόνιμους κατοίκους, μαθαίνοντας με αυτό τον τρόπο αγροτικές τεχνικές. Πρόκειται για μια εμπειρία που αποφέρει εισοδήματα για τους επαγγελματίες του αγροτουρισμού και παράλληλα προσφέρει εκπαιδευτικές ευκαιρίες για τους επισκέπτες. Ο αγροτουρισμός αποτελεί οικονομικό παράγοντα ανάπτυξης σε απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας, μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες σε τοπικές γιορτές και εκδηλώσεις καθώς και να ενισχύσει την παραγωγή και πώληση τοπικών προϊόντων. Να σημειώσουμε ότι, ο αγροτουρισμός

μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο αθλητικός, ο θρησκευτικός, ο και ο τουρισμός υγείας.

Αξίζει να τονιστεί ότι, η Ελληνική Κυβέρνηση έχει θέσει ως προτεραιότητά της πλέον την ανάπτυξη τουριστικής υποδομής νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες συμπληρώνουν το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν της χώρας.

2.0 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ

Ο οίνος αποτελεί ευκαιρία για την ανάπτυξη της αμπελοβιομηχανίας. Το κρασί συνδέεται συχνά με τη χαλάρωση, την επικοινωνία με τους φίλους και τη φιλοξενία. Στις διακοπές, οι τουρίστες θέλουν φιλοξενία, αναζητούν να χαλαρώσουν με φίλους, να μάθουν νέα πράγματα, να εξερευνήσουν κλπ. Ο οινoturισμός είναι μια μορφή τουρισμού όπου πραγματοποιούνται επισκέψεις στα οινοποιεία και οι επισκέπτες μαθαίνουν τη «διαδρομή» του κρασιού. Η ανάπτυξη και η εμπορία του οινoturισμού αντιπροσωπεύουν ένα σχετικά πρόσφατο φαινόμενο (Hall et al, 2000). Δεν υπάρχει ενιαία προσέγγιση για τον καθορισμό του οίνου τουρισμού. Από την οπτική του μάρκετινγκ, ο τουρισμός με βάση τον οίνο σημαίνει να αναγνωριστούν οι ανάγκες των σημερινών και των δυνητικών τουριστών. Οι περισσότεροι ορισμοί του τουρισμού κρασιού εξετάζουν τα κίνητρα για να πάνε σε διακοπές, να κάνουν ένα ταξίδι, να αποκτήσουν νέες εμπειρίες, να μάθουν νέα πράγματα. Ο αριθμός των ορισμών που δίδονται στον τουρισμό οίνου μεγαλώνει μία φορά με τη βιομηχανία. Ο Hall και ο Macionis (1998) ορίζουν τον τουρισμό ως εξής: "...η επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, φεστιβάλ κρασιού και εκθέσεις οίνου για τις οποίες η γευσίγνωσία των σταφυλιών και οι ιδιαιτερότητες της αμπελοαγωγικής περιοχής αποτελούν τους πρωταρχικούς παρακινητικούς παράγοντες επισκέπτες". Άλλοι συγγραφείς λένε ότι ο τουρισμός του κρασιού περιλαμβάνει επίσης την ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ και σχεδιασμού (Getz et al, 1999). Στη Δυτικοαυστραλιανή Στρατηγική για τον Τουρισμό του Κρασιού (2000), ο οίνος τουρισμός ορίζει : "... ταξιδεύουν με σκοπό να βιώσουν τα οινοποιεία και τις περιοχές του κρασιού και τους δεσμούς τους με τον τρόπο ζωής. Ο οίνος στον τουρισμό περιλαμβάνει τόσο την παροχή υπηρεσιών όσο και την εμπορία προορισμών ". Η Getz δημιούργησε τον ορεινό τουρισμό από τρεις όψεις: στρατηγική για την ανάπτυξη αξιοθέατων επισκεπτών, μια μορφή καταναλωτικής συμπεριφοράς που επισκέπτεται τους αγαπημένους προορισμούς, μια ευκαιρία για τα οινοποιεία να εκπαιδεύουν τους πελάτες τους και να πωλούν απευθείας το κρασί τους. Ο οίνος τουρισμός, κατά τη γνώμη μας, περιλαμβάνει τρία βασικά στοιχεία: Δεν υπάρχει ενιαία προσέγγιση για τον καθορισμό του οινoturισμού. Από την οπτική του μάρκετινγκ, ο τουρισμός με βάση τον οίνο σημαίνει να αναγνωριστούν οι 8 ανάγκες των σημερινών και των δυνητικών τουριστών. Οι περισσότεροι ορισμοί του οινoturισμού εξετάζουν τα κίνητρα για να πάνε σε διακοπές, να κάνουν ένα ταξίδι, να αποκτήσουν νέες εμπειρίες, να μάθουν νέα πράγματα. Ο Hall και ο Macionis (1998) ορίζουν τον τουρισμό ως εξής : «... η

επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, φεστιβάλ κρασιού και εκθέσεις οίνου για τις οποίες η γευσίγνωσία των σταφυλιών και οι ιδιαιτερότητες της αμπελουργικής περιοχής αποτελούν τους πρωταρχικούς παρακινητικούς παράγοντες για τους επισκέπτες». Άλλοι συγγραφείς λένε ότι ο οινοτουρισμός περιλαμβάνει την ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ και σχεδιασμού (Getz et al, 1999). Στη Δυτικοαυστραλιανή Στρατηγική για τον Τουρισμό του Κρασιού (2000), ο οίνος τουρισμός ορίζει: "... ταξιδεύουν με σκοπό να βιώσουν τα οινοποιεία και τις περιοχές του κρασιού και τους δεσμούς τους με τον τρόπο ζωής. Ο οίνος στον τουρισμό περιλαμβάνει τόσο την παροχή υπηρεσιών όσο και την εμπορία προορισμών ". Η Getz δημιούργησε τον ορεινό τουρισμό από τρεις όψεις: στρατηγική για την ανάπτυξη αξιοθέατων επισκεπτών, μια μορφή καταναλωτικής συμπεριφοράς που επισκέπτεται τους αγαπημένους προορισμούς, μια ευκαιρία για τα οινοποιεία να εκπαιδεύουν τους πελάτες τους και να πωλούν απευθείας το κρασί τους. Ο οίνος τουρισμός, κατά τη γνώμη μας, περιλαμβάνει τρία βασικά στοιχεία: Δεν υπάρχει ενιαία προσέγγιση για τον καθορισμό του οινοτουρισμού. Από την οπτική του μάρκετινγκ, ο τουρισμός με βάση τον οίνο σημαίνει να αναγνωριστούν οι ανάγκες των σημερινών και των δυνητικών τουριστών. Οι περισσότεροι ορισμοί του οινοτουρισμού εξετάζουν τα κίνητρα για να πάνε σε διακοπές, να κάνουν ένα ταξίδι, να αποκτήσουν νέες εμπειρίες, να μάθουν νέα πράγματα. Ο Hall και ο Macionis (1998) ορίζουν τον τουρισμό ως εξής: «... η επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, φεστιβάλ κρασιού και εκθέσεις οίνου για τις οποίες η γευσίγνωσία των σταφυλιών και / ή οι ιδιαιτερότητες της αμπελουργικής περιοχής αποτελούν τους πρωταρχικούς παρακινητικούς παράγοντες για τους επισκέπτες». Άλλοι συγγραφείς λένε ότι ο οινοτουρισμός περιλαμβάνει την ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ και σχεδιασμού (Getz et al, 1999). Οι επισκέπτες ταξιδεύουν με σκοπό να βιώσουν τα οινοποιεία και τις περιοχές του κρασιού και τους δεσμούς τους με τον τρόπο ζωής. Ο οινοτουρισμός περιλαμβάνει τόσο την παροχή υπηρεσιών όσο και την εμπορία προορισμών. Επίσης, μπορεί να οριστεί η στρατηγική για την ανάπτυξη αξιοθέατων, μια μορφή καταναλωτικής συμπεριφοράς των επισκεπτών, μια ευκαιρία για τα οινοποιεία να εκπαιδεύουν τους πελάτες τους και να πωλούν απευθείας το κρασί τους.

Ο οινοτουρισμός περιλαμβάνει τρία βασικά στοιχεία:

- Επισκέψεις αμπελουργών και αγοραστών σε συγκεκριμένους αμπελώνες για αγορά ή επιστημονικούς σκοπούς - επιχειρηματικός τουρισμός
- Επισκέψεις σε αμπελώνες εν γένει, με σκοπό την κατανόηση της διαδικασίας παραγωγής οίνου ή / και γευσίγνωσίας.

- Διαδρομές οίνου μέσα από αμπελώνες.

2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η ιστορική αναδρομή του οινοτουρισμού έχει τις απαρχές του από την Αρχαία Ελλάδα και αργότερα την Ρώμη. Οι οργανωμένες διαδρομές οίνου ξεκίνησαν στα μέσα του 19ου αιώνα. Για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού συνέβαλλαν αρκετοί παράγοντες. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι η εξέλιξη στις μεταφορές καθώς δημιουργήθηκαν σιδηρόδρομοι και η εξέλιξη στην κοινωνία όπου η νέα μεσαία τάξη ενδιαφέρεται για το ποιοτικό κρασί. Βασικός παράγοντας στην εξέλιξη του οινοτουρισμού ήταν η δημοσίευση της «Classification of Wine of the Gironde», η οποία ταξινόμησε τις αμπελοοινικές περιοχές και τα κρασιά. Μέσα από αυτή τη δημοσίευση τα γαλλικά κρασιά απέκτησαν ταυτότητα καθώς προσδιορίστηκαν τα ποιοτικά και τοπικά χαρακτηριστικά τους ενώ παράλληλα οι αμπελοοινικές περιοχές έγιναν ελκυστικοί προορισμοί (Hall et al., 2000). Τα πρώτα επισκέψιμα οινοποιεία ήταν τα γαλλικά Chateau, οι Οίκοι Σαμπάνιας και Κονιάκ, όπου το προϊόν και ο παραγωγός του βρισκόταν στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Από το 1920 ο οινοτουρισμός αναπτύχθηκε και στην Γερμανία, με την χάραξη οινικών διαδρομών, οι οποίες αποτέλεσαν μέρος της γερμανικής τουριστικής βιομηχανίας. Έτσι μέχρι το 1970 η Γερμανία είχε αποκτήσει ένα ολοκληρωμένο δίκτυο περιοχών οινοτουρισμού που περιλαμβάνει έντεκα περιοχές με Δρόμους του Κρασιού (Johnson, 1986). Τις επόμενες δεκαετίες ο οινοτουρισμός εξαπλώθηκε στην Ανατολική Ευρώπη, με στόχο την προσέλκυση τουριστών από την Δυτική Ευρώπη καθώς και στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, όπως στη Napa Valley Καλιφόρνιας, στη Νέα Υόρκη, στο Οντάριο του Καναδά, αλλά και στην Ωκεανία, όπως στην Αυστραλία και στην Νέα Ζηλανδία, η οποία και χρησιμοποίησε τον οινοτουρισμό για να τραβήξει διεθνή τουρισμό. Στις χώρες αυτές τα απλά «Επισκέψιμα Οινοποιεία» εξελίχθηκαν σε μία συνολική «ατραξιόν» που περιείχε προβολές, πολυθεάματα, exclusive και μη γεύματα, συμμετοχή στον τρύγο, φιλοξενία, επίσκεψη στον αμπελώνα και πολυεμπειρικές / πολύπλευρες γευστικές δοκιμές (Hall, C. Sharples, L. Cambourne, B. και Macionis, N., 2000).

2.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα οφέλη του οινοτουρισμού είναι ποικίλα και επηρεάζουν θετικά τους επαγγελματίες των δυο κλάδων, οίνου και τουρισμού, καθώς επίσης και την τοπική κοινωνία και οικονομία. Ωστόσο τα οινοτουριστικά οφέλη δεν εκτιμώνται από όλους του εμπλεκόμενους. Σε πολλές

αμπελοοινικές περιοχές διεθνώς, οι παραγωγοί κρασιού εμφανίζονται επιφυλακτικοί στην ιδέα της διαφοροποίησης του οινικού προϊόντος, μέσω του τουρισμού, ενώ σε πολλές περιπτώσεις η σύνδεση και η σχέση του οίνου με τον τουρισμό δεν έχει βρει αναγνώριση (Hall et al., 2000). Ειδικότερα τα οφέλη του οινοτουρισμού, ανά κατηγορία ή κλάδο που εμπλέκεται σε αυτό, είναι τα εξής:

A) Οφέλη της Οινοβιομηχανίας

- Κτίσιμο της εικόνας και της φήμης μέσα από την θετική εμπειρία του οινοτουρισμού μπορούν να γίνουν γνωστά οινοποιεία, κρασιά συμβάλλοντας στην εικόνα τους προς τους καταναλωτές.
 - Αύξηση των πωλήσεων ως αποτέλεσμα τόσο της αναγνωρισιμότητας όσο και των άμεσων πωλήσεων από τους επισκέπτες των οινοποιείων.
 - Εκπαίδευση των καταναλωτών και άμεση επικοινωνία μ' αυτούς.
 - Με την επίσκεψη σε κάποιο οινοποιείο οι τουρίστες συμμετέχουν, μαθαίνουν και επικοινωνούν άμεσα με τους παραγωγούς, ανταλλάσσοντας ιδέες και απόψεις. Προστασία της αξιοπιστίας του brand name.
 - Ένας καταναλωτής πιθανότερα να θεωρεί πιο αξιόπιστο ένα brand name για το οποίο έχει δει από κοντά την διαδικασία της παραγωγής του προϊόντος.
 - Έλξη περισσότερων τμημάτων της αγοράς και ανάπτυξη εξαγωγών
 - Υψηλότερα κέρδη από πωλήσεις στο οινοποιείο, σημαντικές για μικρά οινοποιεία που δεν μπορούν να εγγυηθούν των όγκο των προμηθειών και αποκτούν ένα σημαντικό κανάλι διανομής.
 - Νέες συνεργασίες με φορείς, όπως ξενοδοχεία, λαογραφικά μουσεία, χώρους εστίασης, συμμετοχή σε φεστιβάλ, συνεργασίες με τουριστικά γραφεία
- Δυνατότητα δοκιμής νέων κρασιών που μόλις εμφανίστηκαν στην αγορά.

B) Οφέλη του προορισμού

- Ανάπτυξη και διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας με την καλύτερη αξιοποίηση των πόρων της
- Ανάπτυξη μιας ενιαίας και μοναδικής θετικής «εικόνας προορισμού» και φήμης

Αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και των οικονομικών πόρων που προέρχονται τόσο από τους τουρίστες όσο και από κρατικούς φορείς για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού

- Έλξη νέων και επαναλαμβανόμενων τουριστών

- Διεύρυνση της τουριστικής περιόδου

Γ) Οφέλη των φιλοξενούντων κοινωνιών

- Ανάπτυξη της επικοινωνίας, διεύρυνση των σχέσεων και του ορίζοντα γνώσεων, αλλαγή νοοτροπίας

- Έλξη νέων επενδύσεων, αύξηση της επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης

- Ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών (εστιατόρια, καταστήματα κλπ.) (Alpha Wine, 2007).

2.4 ΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η ανάπτυξη του οινοτουρισμού μελετήθηκε από τον Dodd et.al (2001), ο οποίος ανέλυσε τους διάφορους κύκλους ζωής στην Ιταλία, προσδιορίζοντας πέντε στάδια: ίδρυση του οينوποιείου, αναγνώριση του οينوποιείου, περιφερειακή προβολή, ωριμότητα, παρακμή. Στο πρώτο στάδιο, ο τουρισμός ορίζεται ως «αγροτικός», υπάρχουν λίγες εγκαταστάσεις υποδοχής, τα οينوποιεία δεν είναι γνωστά και έχουν μικρή παραγωγή και τα δίκτυα είναι λιγοστά ή δεν υπάρχουν. Στο δεύτερο στάδιο αναφέρεται ως «αγροτικός τουρισμός», με βασικές υποδομές υποδοχής, ένα δίκτυο σχέσεων που αναπτύσσεται ακόμη, ενώ η στρατηγική εστιάζεται στην ποιότητα. Στο στάδιο της αναγνώρισης, υπάρχει συνεργασία μεταξύ δημόσιων φορέων και ιδιωτικών εταιρειών, υψηλών επιπέδων παραγωγής και φήμης σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Στο στάδιο της ωριμότητας, ο τουρισμός του κρασιού ζωντανεύει από φεστιβάλ και ειδικές εκδηλώσεις και δεν υπάρχουν αλλαγές σε επίπεδο χώρων διαμονής, ούτε των δικτύων μεταξύ εταιρειών και θεσμικών οργάνων. Σε αυτή την πτώση, τέλος, υπάρχει μια τάση προς το κλείσιμο ορισμένων δομών, η έλλειψη συνεργασίας, η διαθεσιμότητα στο σημείο πωλήσεων της εταιρείας μόνο της πλεονάζουσας παραγωγής και η μείωση του επιπέδου παραγωγής. Επομένως, υπάρχει η ανάγκη να εξεταστούν οι διαφορετικές καταστάσεις σε μια περιοχή χωριστά, διότι τα γειτονικά οينوποιεία μπορεί συχνά να βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής (Downward et.al. 2000). Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, οι τουριστικές δαπάνες και αφίξεις είναι τα πιο κοινά μέτρα της ζήτησης τουριστών. Το εισόδημα και οι τιμές επηρέασαν ιδιαίτερα τις ροές της διεθνούς ζήτησης. Οι μελέτες σχετικά με τις επεξηγηματικές

μεταβλητές θεωρούνται ως καθοριστικοί παράγοντες για τις δαπάνες για τον οίνο: εισόδημα, σχετικές τιμές, κόστος, συναλλαγματικές ισοτιμίες και άλλες μεταβλητές που θεωρούνται σημαντικές για τους στόχους της αξιολόγησης. Όπως επιβεβαιώνεται από τους Evans et.al (2008), υπάρχει σχέση μεταξύ της μέσης δαπάνης ανά αγοραστή και του σταδίου ανάπτυξης του οινοτουρισμού. Ο Evans (2008) δηλώνει ότι η επίδραση των δαπανών στον οίνο συμβάλλει καθοριστικά στην ανάπτυξη και την οικονομική βιωσιμότητα των οινοποιείων στο Οντάριο (που ισοδυναμεί με το 70-80% των πωλήσεων). Αυτά τα αποτελέσματα επιβεβαιώνονται στην περιοχή του Conegliano Valdobbiadene DOCG, όπου οι μικρές επιχειρήσεις (το 63% των περιπτώσεων) αποκτούν το μεγαλύτερο μερίδιο του όγκου των δραστηριοτήτων τους από το σημείο πώλησης οινοποιείων (40%) και τα μεγαλύτερα οινοποιεία που οργανώνονται καλύτερα στην υποδοχή οι τουρίστες καταγράφουν ένα σημαντικά υψηλότερο επίπεδο τιμών από τα μεσαίου μεγέθους οινοποιεία (Galletto et.al. 2009).

Από την πλευρά της προσφοράς, τα συγκροτήματα αποτελούν σημαντικές ανταγωνιστικές δυνάμεις στην ανάπτυξη του τουρισμού γενικότερα και του τουρισμού με βάση τον οίνο. Οι Hall et.al (2000) δείχνουν ότι οι συγκριτικές μελέτες σχετικά με τις ομάδες που αναπτύσσονται σε αγροτικές περιφέρειες μπορούν να ενισχύσουν την κατανόηση των κινητήριων δυνάμεων που αποτελούν τη βάση της ανάπτυξης. Αυτοί οι παράγοντες συνεπάγονται την εδαφική και οικονομική συμπληρωματικότητα των τύπων εφοδιασμού των ομίλων του οίνου τουρισμού.

2.5 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Είναι δύσκολο για τα οινοποιεία να διατεθούν στο εμπόριο ως ξεχωριστό προϊόν στην αλυσίδα τουριστικής διανομής γιατί οι δοκιμές γευσίγνωσίας είναι συνήθως δωρεάν και συνεπώς δεν προσφέρουν προμήθεια. Ωστόσο, η συμμετοχή σε μια συσκευασία που προσφέρεται με άλλα τουριστικά προϊόντα, επιτρέπει την ευκαιρία να αναπτυχθούν ορισμένα προϊόντα που θα το κάνουν να παράσχει ένα μέρος του κέρδους (τουριστικούς πράκτορες, τουριστικούς πράκτορες, ξεναγούς κλπ.) και έτσι να πάρει πλεονέκτημα του δικτύου διανομής τουριστικής βιομηχανίας. Οι συμφωνίες πακέτων είναι μια στρατηγική μάρκετινγκ που περιλαμβάνει προσφέροντας διάφορα προϊόντα προς πώληση ως ένα συνδυασμένο προϊόν με μία συνδυασμένη τιμή. Ένα παράδειγμα μιας τέτοιας το πακέτο θα μπορούσε να είναι μια εκδρομή σε διάσημο χώρο (π.χ. Όρος Ολύμπου, Όρος Πήλιο, Μετέωρα, Λίμνη Πλαστήρα) το οποίο θα συμπεριλάβει στην προσφορά του μια επίσκεψη σε ένα οινοποιείο. Αντί για τακτική γευσίγνωσία οίνου που είναι δωρεάν, θα μπορούσαν να

προετοιμάσουν παρουσιάσεις και να επεκτείνουν την ευκαιρία να απολαύσουν τοπικά προϊόντα για ένα κόστος ανά άτομο που θα το κάνουν καλύπτουν την τιμή τόσο του φαγητού όσο και του κρασιού. Ο οίνος είναι ένα προϊόν που μπορεί να μεταφέρει μια ορισμένη παράδοση και έναν πολιτισμό. Παρέχει πολλές κινητήριοι παράγοντες για επισκέψεις και συνδέεται με την τοπική ιστορία και ταυτότητα.

Η αγορά ομαδικών διακοπών μπορεί να προσφέρει σημαντικό αριθμό ημερήσιων εκδρομών και μεγαλύτερης διάρκειας και εκδρομές σε οινοπαραγωγικές περιοχές, είτε ξεχωριστά είτε σε συνδυασμό με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, ως προς το παράδειγμα ενός συμβολαίου, ή ακόμα και να εμπλουτίσουν κοινά τουριστικά πακέτα (Hatzinikolaou 2003).

3.0 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η καλλιέργεια αμπελώνων καθώς και η παραγωγή και κατανάλωση κρασιού στην Ελλάδα σχετίζονται άμεσα με την ιστορία και τις πολιτιστικές παραδόσεις των κατοίκων της. Οι περιοχές παραγωγής κρασιού της Ελλάδας καλύπτουν σχεδόν όλες τις ημιορεινές περιοχές και τα νησιά της χώρας, ενώ οι αμπελώνες περιβάλλουν σχεδόν τα αρχαιολογικά μνημεία με μια απaráμιλλη φυσική ομορφιά. Η παρουσία αμπελώνων είναι εμφανής σε όλες τις περιοχές της Ελλάδας μαζί με τους ελαιώνες, και παρουσιάζει την εικόνα ενός όμορφα λεπτού μεσογειακού τοπίου (Karathanos, 2007).

Ο Claus στην Πάτρα, ο Συνεταιρισμός στη Σάμο ή ο Τομέας Μερκούρη της δυτικής Πελοποννήσου λόγω της τοποθεσίας τους είναι κοντά σε τουριστικούς προορισμούς. Σήμερα, όλα τα σύγχρονα οινοποιεία διαθέτουν γευσιγνωσία και καταλύματα για τους επισκέπτες τους. Ως εκ τούτου, οι τουρίστες που επισκέπτονται τις προαναφερθείσες τουριστικές περιοχές ή άλλες παραδοσιακές ή νεότερες αμπελουργικές περιοχές όπως η Αττική, η Νάουσα, η Νεμέα, η Μαντινεία, η Ραψάνη, η Γουμένισσα ή η Δράμα ή άλλες περιοχές παραγωγής κρασιού μπορεί να περιλαμβάνει εκδρομές αμπελώνων και οινοποιείων στο ταξίδι τους καθώς και γευσιγνωσία κρασιού και αγορές κρασιού απευθείας από την περιοχή παραγωγής τους .

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μιας μελέτης το 2004 για 48 οινοποιεία στην Ελλάδα (Lazarakis 2006) ανέφεραν ότι είχαν συνολικά περίπου 520.000 επισκέπτες. Ξενοδοχειακές ομάδες και συνεδριακά κέντρα στην Ελλάδα εξακολουθούν να βρίσκονται σε βρεφική ηλικία με ορισμένες εξαιρέσεις για την προώθηση του οινοτουρισμού. Η επίσκεψη στα οινοποιεία είναι εποχιακή από τον Μάιο έως τον Σεπτέμβριο. Όσον αφορά την υπηρεσία που λαμβάνουν οι επισκέπτες, το 91,7% των οινοποιείων διαθέτει προσωπικό που ασχολείται αποκλειστικά με τους επισκέπτες, εκ των οποίων το 35% είναι οινολόγοι. Από την άποψη της λειτουργίας τους, οι περισσότεροι είναι ανοιχτοί εκτός από ορισμένα οινοποιεία στις νησιωτικές περιοχές.

Λίγα οινοποιεία έχουν ετοιμάσει ξεχωριστούς χώρους για ειδικούς VIP επισκέπτες και μόνο το 18,7% των οινοποιείων ανέφεραν ότι διαθέτουν υπηρεσίες εστιατορίου στις εγκαταστάσεις τους (Tsakiris, 2003).

Η πρώτη οργανωμένη και συστηματική προσπάθεια, η οποία έθεσε επίσης τα θεμέλια για τον οινοτουρισμό στην Ελλάδα, ήταν οι "Δρόμοι του Βίου της Βόρειας Ελλάδας", που έγιναν από την Ένωση Παραγωγών Οίνου της Μακεδονίας, τη Θράκη και την Ήπειρο και η οποία αφορούσε τη συνέργεια των οινοποιείων καθώς και των εστιατορίων, ξενοδοχείων και τοπικών οργανώσεων. Στόχος αυτής της προσπάθειας ήταν να προωθηθούν οι χριστουγεννιάτικες, γαστρονομικές και πολιτιστικές παραδόσεις της κάθε περιοχής που επισκέπτονται οι επισκέπτες μέσω των προτεινόμενων διαδρομών.

Οι παραγωγοί οίνου της Πελοποννήσου έχουν υιοθετήσει το ίδιο μοντέλο, δημιουργώντας το 1998 Ένωση Παραγωγών Κρασιών των Αμπελώνων Πελοποννήσου και το «Δρόμοι Πελοποννήσου». Σκοπός τους είναι επίσης να προωθήσουν και να βελτιώσουν την εικόνα των κρασιών τους, διατηρώντας παράλληλα την ανάπτυξη και τον τουρισμό και των αμπελώνων της περιοχής και την υποστήριξη του ελληνικού πολιτισμού, του κρασιού και του αμπελώνα σαν πολιτιστική Κληρονομία. Πιο πρόσφατα, το Δίκτυο των Αμπελώνων Αττικής έχει δημιουργηθεί έχοντας κοινούς στόχους με το προαναφερόμενα δίκτυα ειδικά προγράμματα συνεργασίας. Αυτή η δικτύωση έχει αναπτύξει την ανάγκη για ένα νέο τύπο τουρισμού που είναι εξαιρετικά καλά οργανωμένη και αποφασισμένη να λάβει την προσοχή των ταξιδιωτών, να ικανοποιήσει όλα τα ερωτήματά του και έτσι να μεταμορφωθεί σε λάτρη των εναλλακτικών περιηγήσεων που προσφέρονται (Παπαδόπουλος, 2006).

Ο σημερινός απαιτητικός ταξιδιώτης μετασχηματίζεται με τον τρόπο αυτό από ένα τουριστικό πακέτο σε ένα λάτρη των σύγχρονων αξιοθέατων των ιστορικών και φυσιολατρικών οδών. Επιπλέον, γίνεται λάτρης του κρασιού και αναγνωρίζει τις γεύσεις, τους ανθρώπους και την περιοχή που επισκέπτεται με κυριολεκτικά όλες τις αισθήσεις του (Trantafyllou 2005).

3.2 ΣΤΟΧΟΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα συνεχίζει να βελτιώνεται και να επεκτείνεται ως χώρα παραγωγής οίνου και ως τουριστικός προορισμός του κρασιού. Περισσότερα από 700 οινοποιεία λειτουργούν στην Ελλάδα. Στην περιοχή της Μακεδονίας περίπου 80 οινοποιεία, κυρίως μικρά και οικογενειακά, επικεντρώνονται στην παραγωγή οίνων υψηλής ποιότητας από μοναδικές

ελληνικές ποικιλίες όπως η Μαλαγουζιά, το Ασύρτικο και το Ξινόμαυρο και έχουν κερδίσει πολλά διεθνή βραβεία για την άριστη ποιότητα τους (Ritchie et al., 2015).

Ενώ η ποιότητα των ελληνικών κρασιών και των διεθνών η αναγνώριση βελτιώθηκε δραματικά τις τελευταίες δεκαετίες, οι παραγωγοί οίνου αντιμετωπίζουν τώρα σημαντική πίεση λόγω της οικονομικής κρίσης. Οι εγχώριες πωλήσεις και κατανάλωση κρασιού μειώθηκαν, με αποτέλεσμα οι οινοπαραγωγοί να στραφούν στην εξαγωγική αγορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση και τις Ηνωμένες Πολιτείες, γεγονός που υποβαθμίζει ακόμη περισσότερο την εγχώρια αγορά (Daniels, 2015).

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι παραγωγοί οίνου εξακολουθούν να επιδιώκουν την αύξηση των άμεσων πωλήσεων, ενώ παράλληλα δημιουργούν μια βάση δεδομένων με πιθανούς πελάτες για να επισκεφθούν τα οινοποιεία τους. Ενώ οι οινοπαραγωγοί και οι τουριστικές επιχειρήσεις βρίσκονται σε διαφορετικές πλευρές της αγοράς, έχουν τον ίδιο στόχο να αυξάνουν την επίσκεψη στην περιοχή και «θα πρέπει να συνεργαστούν και να συνειδητοποιήσουν περισσότερο τι συμβαίνει στον υπόλοιπο κόσμο του κρασιού, κάτι που δεν συμβαίνει σήμερα στο βαθμό που θα έπρεπε» (Greek Wine Industry, 2008).

Σημαντική έρευνα για τους υφιστάμενους και εκκλαπτόμενους τομείς του τουριστικού τουρισμού διεξάγεται σε ολόκληρο τον κόσμο. Ωστόσο, απαιτείται περισσότερη διερεύνηση σχετικά με τις αλληλεπιδράσεις των ενδιαφερομένων με σκοπό την επιτυχή επέκταση αυτού του μοναδικού οικονομικού τομέα. Μια βαθύτερη εκτίμηση για το πώς οι οινοποιείες και τα τουριστικά πρακτορεία θα μπορούσαν να φτάσουν σε ορισμένα τμήματα της αγοράς μπορούν να βοηθήσουν τη βιομηχανία να στοχεύσει τους καταναλωτές πιο αποτελεσματικά. (Greek Wine Industry, 2008)

3.3 ΚΙΝΗΤΡΑ

Οι Alant και Bruwer (2004) ανέπτυξαν ένα θεωρητικό πλαίσιο το οποίο ενσωματώνει τρεις υποδιαστάσεις των κινήτρων, δηλαδή:

1. τον επισκέπτη,
2. την περιοχή του οίνου και
3. την δυναμική του παραγωγού.

Οι Getz και Brown (2006) εξέτασαν τη σχετική σημασία των διαφόρων περιφερειακών χαρακτηριστικών για να επηρεάσουν τη συμπεριφορά επιλογής του προορισμού των πιθανών τουριστών του κρασιού. Η ανάλυση διερευνητικών παραγόντων αποκάλυψε τρία βασικά στοιχεία του οινοτουρισμού. Αρκετές μελέτες έκτοτε υιοθέτησαν την ίδια μεθοδολογία για να εξετάσουν την πολυδιάστατη κινητοποίηση του κρασιού από βιωματική άποψη.

Ο Πίνακας 1 παρουσιάζει μια περίληψη των ευρημάτων.

Πίνακας 3.3.1 περίληψη των ευρημάτων.

Συγγραφείς / ερευνητικός χώρος	Συμμετέχοντες	Μέθοδος	Παράγοντες κινήτρων
Yuan et al (2005), ΗΠΑ	Συμμετέχοντες στο φεστιβάλ κρασιού	25 κίνητρα στοιχεία, Ανάλυση παραγόντων με περιστροφή Varimax	«Κρασί», «Φεστιβάλ και απόδραση», «Οικογενειακή συνύπαρξη», «Κοινωνικοποίηση»
Getz and Brown (2006), ΚΑΝΑΔΑΣ	Μεγάλη απόσταση, δυσνητικοί τουρίστες	Ανάλυση διερευνητικού παραγόντα	«Βασικό αμπελοοινικό προϊόν», «Βασική προσφυγή προορισμού», «Το πολιτιστικό προϊόν», «Ποικιλία», «Τουριστικός προσανατολισμός»
SPARKS (2007), ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	Πιθανοί τουρίστες	Βασικός παραγόντας άξονα	«Προορισμός προορισμού», «Προσωπική ανάπτυξη», «Βασική εμπειρία κρασιού»
		30	(1) Χαρακτηριστικά σχετικά με το κρασί και το οινοποιείο : «Φήμη», «Μάθηση», «Αξία χρήματος», «Γνώση του

GALLOWAY ET AI (2008), ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	Πραγματικοί τουρίστες	Κύρια ανάλυση στοιχείων	προσωπικού» (2) Ευρύτερα χαρακτηριστικά της περιοχής: «Υποδομή», «Αισθητική», «Προσβασιμότητα» (3) Επισκεφτείτε εμπειρίες και συναισθήματα : «Αυτογνωσία», «Διέγερση» (4) «Χαλάρωση»
Cohen και Ben-Nun (2009), ΙΣΡΑΗΛ	Πιθανοί τουρίστες	Βασικός παράγοντας άξονα	«Ατμόσφαιρα οινοποιείων, «πολιτιστικές δραστηριότητες, «οικογενειακές δραστηριότητες
Clemente- Ricolfe et ai (2012), ΙΣΠΑΝΙΑ	Πιθανοί τουρίστες	Κύρια ανάλυση στοιχείων	«Ενδιαφέρον για το κρασί», «Αναψυχή», «Πολιτιστική κληρονομιά»
Marzo-Navarro και Pedraja- Iglesias (2012), ΙΣΠΑΝΙΑ	Πιθανοί τουρίστες	Βασικός παράγοντας άξονα	«Υπηρεσίες οινοποιίας», «Επιπλέον δραστηριότητες», «Βασική Προσφυγή Προορισμού», «Τουριστική Ανάπτυξη»

3.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ ΧΩΡΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Παραδοσιακά, η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία έχουν κυριαρχήσει στην αγορά του τουριστικού τουρισμού παρέχοντας εδραιωμένα παραδείγματα επιτυχημένων πρωτοβουλιών. Η πλούσια ιστορία στην παραγωγή κρασιού και οι περιοχές του κρασιού

παγκόσμιας κλάσης, μεταξύ των οποίων το Μπορντό (Γαλλία), η Τοσκάνη (Ιταλία) και η Λα Ριόχα (Ισπανία), έχουν προσελκύσει επισκέπτες από τον 17ο αιώνα (Lopez-Guzman et al., 2011), αλλά οι οδοί κρασιού στη Γαλλία και την Ιταλία δεν οργανώθηκαν μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990 (Charters, 2010). Οι κεντρικές κυβερνήσεις έχουν κάνει ουσιαστικές κινήσεις για την ενίσχυση του τουρισμού και τη βελτίωση της εικόνας των διαφόρων περιοχών παραγωγής οίνου. Οι ενώσεις που δημιουργήθηκαν σε εθνικό επίπεδο για τη διοργάνωση διαδρομών κρασιών και άλλες τοπικές ενώσεις δημιουργήθηκαν για να διαχειριστούν τον τουρισμό και το εμπόριο στις οδούς του οίνου (Lopez-Guzman et al., 2011).

Για παράδειγμα, το Κίνημα Τουρισμού του Κρασιού στην Ιταλία επικεντρώνει τις προσπάθειές του στην παροχή βοήθειας σε εστιατόρια, ξενοδοχεία, οινοποιεία και άλλα συνδεδεμένα μέλη, κερδίζοντας ανταγωνιστικό επιχειρηματικό πλεονέκτημα ενημερώνοντάς τα για τα καλύτερα πρακτικές μάρκετινγκ. Σε μελέτη που διεξήχθη με την οποία εξετάζεται η σημερινή κατάσταση του οινοτουρισμού στην Ιταλία, έδειξε ότι τα οινοποιεία στην Ιταλία σχεδόν διπλασίασαν τις πωλήσεις τους στο 16,6% περίπου της παραγωγής τους ως αποτέλεσμα των κυβερνητικών προσπαθειών προώθησης του τουρισμού (Ritchie et al., 2015).

Σήμερα, η Ελλάδα είναι ο 7ος ή ο 8ος μεγαλύτερος παραγωγός οίνου στην Ευρώπη (FAS, 2014) και τα 700 οινοποιεία στην Ελλάδα, περίπου 80 από τα οποία βρίσκονται στη βόρεια περιοχή της Μακεδονίας (Ritchie et al., 2015). Από αυτά τα 80, πάνω από το 60% είναι μικρές, οικογενειακές επιχειρήσεις με στόχο την παραγωγή υψηλής ποιότητας παραδοσιακών κρασιών. Οι οίνοι αυτοί κατασκευάζονται με τη χρήση ποικιλίας που παράγεται από το ευνοϊκό έδαφος και τον καιρό στη Βόρεια Ελλάδα. Πολλοί οινοποιοί καλλιεργούν αρχαίες ποικιλίες σταφυλιών που δεν πωλούνται αλλού, όπως η Μαλαγουζιά, το Ξινόμαυρο, το Ασύρτικο και η Νεγκόσκα. Οι οινοπαραγωγοί στην περιοχή κατανοούν ότι αυτά τα κρασιά "ferroir-driven" θα τους βοηθήσουν να ξεχωρίσουν από άλλες χώρες, δημιουργώντας μια "μοναδική θέση στην αγορά των κρασιών τους" (Alebaki et al., 2015). Τα ελληνικά κρασιά έχουν επιτύχει υψηλές βαθμολογίες και κερδίζουν βραβεία σε ποικίλα γνωστά εμπορικά περιοδικά, όπως το περιοδικό Wine Enthusiast και το περιοδικό Wine Plus (Alebaki et al., 2015). Η πλειοψηφία αυτών των βραβείων έχουν μεταφερθεί σε μικρά καταστήματα, οικογενειακά οινοποιεία στην Ελλάδα. Στα βραβεία World Wine Awards του 2012, ο Λυραράκης, ο Αργυρός και το Κτήμα Γεροβασιλείου πήραν το χρυσό αποδεικνύοντας πως οι ταλαντούχοι οινοπαραγωγοί δεν εμφανίζονται μόνο στην ελληνική αμπελοοινική αγορά αλλά και στη διεθνή αμπελοοινική βιομηχανία. (Alebaki et al., 2015) παράδειγμα ενός συμβολαίου, ή ακόμα και να εμπλουτίσουν κοινά τουριστικά πακέτα (Hatzinikolaou 2003).

4.0 ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Κρήτη έχει μεγάλη παράδοση στην αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή κρασιού χάνεται στα βάθη του χρόνου. Γνωρίζουμε με βεβαιότητα ότι οι Μινωίτες καλλιεργούσαν κλήματα, κατανάλωναν και εμπορεύονταν κρασί. Οι αμπελώνες στο μεγαλύτερο και πολυπληθέστερο ελληνικό νησί βρίσκονται κυρίως σε πεδιάδες και οροπέδια στους νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου. Καλλιεργούνται δεκάδες τοπικές ποικιλίες και κάποιες κοσμοπολίτικες, με έμφαση σ' αυτές της νότιας Γαλλίας. Όπως είναι φυσικό, το θερμό κλίμα και η παρατεταμένη ηλιοφάνεια δίνουν κρασιά υψηλόβαθμα και πληθωρικά. Όμως, παρά τη μεγάλη παράδοση, η φήμη των κρητικών κρασιών δεν ήταν και η καλύτερη, έως την τελευταία δεκαετία. Ο λόγος απλός: η τουριστική βιομηχανία (μονάδες ύπνου και εστίασης) ζητούσε όγκο παραγωγής και όχι ποιότητα. Κατά συνέπεια, εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων, οι οινοπαραγωγοί της Κρήτης έφτιαχναν κρασιά για να τροφοδοτήσουν τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, τις ταβέρνες και τα εστιατόρια της λεβεντογέννας.

4.1.2 ΟΙΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Ο οινοτουρισμός αποτελεί μια νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως παρακλάδι του αγροτουρισμού αλλά με σημαντικές διαφοροποιήσεις. Συνδυάζει δυο βασικούς τομείς παραγωγικής δραστηριότητας. Από τη μια τον πρωτογενή τομέα με την παραγωγή και μεταποίηση αγροτικών προϊόντων και από την άλλη τον τουρισμό στον οποίο στηρίζεται ένα μεγάλο μέρος του εισοδήματος της ελληνικής οικονομίας. Όμως οι καιροί άλλαξαν και οι τουρίστες σταμάτησαν να έρχονται στην Ελλάδα μόνο για ήλιο και θάλασσα. Οι Κρητικοί επιχειρηματίες το αντιλήφθηκαν γρήγορα και δημιούργησαν κορυφαίες τουριστικές υπηρεσίες στο νησί. Έτσι και οι οινοπαραγωγοί αναγκάστηκαν να αναβαθμίσουν το προϊόν τους και φτάσαμε σήμερα να πίνουμε ωραιότατα κρητικά κρασιά από χαμηλές στρεμματικές αποδόσεις, αναβιώνοντας τοπικές ποικιλίες που κινδύνεψαν με εξαφάνιση. Σκοπός του οινοτουρισμού είναι η επαφή των ξένων επισκεπτών με την οινοπαραγωγή και όσοι επιθυμούν να γίνουν μελλοντικοί καταναλωτές πραγματοποιώντας αγορές κρασιού από τις συγκεκριμένες περιοχές. Τα οινοποιεία Του νομού Ηράκλειου δημιούργησαν ένα ισχυρό δίκτυο με ενιαίο brand name που ονομάζουν Wines of Crete. Σκοπός τους, η διάσωση των τοπικών ποικιλιών και η διάδοση των κρασιών τους, παράλληλα με την αναγέννηση και εξέλιξη της γαστρονομικής κουλτούρας του νησιού.

Οι δραστηριότητες του οινοτουρισμού περιλαμβάνουν επισκέψεις από οργανωμένα γκρουπ τουριστών σε οινοποιεία όπου πραγματοποιείται η παραγωγική διαδικασία του

κρασιού. Αυτά βρίσκονται κυρίως μέσα σε κτήματα ή κοντά στον χώρο της αμπελοκαλλιέργειας για να βρίσκονται συγκεντρωμένα όλα τα στάδια της παραγωγής. Σε ένα τέτοιο οργανωμένο κτήμα ο επισκέπτης έχει την δυνατότητα να παρακολουθήσει όλη την διαδικασία για την παραγωγή του κρασιού από την αρχή έως το τέλος. Αρχικά θα δει πως γίνεται η συγκομιδή των σταφυλιών από τα αμπέλια και αμέσως μετά την παραγωγή του κρασιού στο αρχικό του στάδιο μέσω της άλεσης των σταφυλιών από τα μηχανήματα οينوποίησης. Εκτός βέβαια από την απλή παρακολούθηση μπορεί να υπάρξει και η ενεργή συμμετοχή τους σε αυτήν. Μπορούν δηλαδή ως επισκέπτες να βοηθήσουν με σκοπό να αποκτήσουν κάποιες γνώσεις για το αντικείμενο της οينوπαραγωγής αλλά και μια μοναδική εμπειρία για κάτι που μέχρι τώρα τους ήταν εντελώς άγνωστο. Αφού παρακολουθήσουν όλη την διαδικασία μέχρι το τελευταίο στάδιο της αποθήκευσης του κρασιού στις δεξαμενές, η επόμενη δραστηριότητα είναι η δοκιμή των κρασιών του οينوποιείου τα οποία είναι έτοιμα για κατανάλωση. Όλες οι δοκιμές βέβαια συνοδεύονται με αντίστοιχα εδέσματα από τοπικά προϊόντα τα οποία μπορεί να αποτελούν ιδιαίτερο γνώρισμα μαγειρικής του κάθε τόπου. Σε ορισμένα οينوποιεία λειτουργούν και ξενώνες ή μικρά καταλύματα στα οποία διαμένουν οι επισκέπτες κατά την διάρκεια των διακοπών τους παρέχοντας έτσι ένα πλήρες πακέτο διακοπών οινoturισμού.

Στόχος είναι η δημιουργία μιας νέας ειδικής αγοράς η οποία θα περιλαμβάνει τουρίστες με ένα κοινό ενδιαφέρον. Αυτό είναι η αγάπη τους για το κρασί για την οποία επιθυμούν να ταξιδέψουν στον κόσμο του και να γνωρίσουν καινούρια πράγματα. Όλες αυτές τις γνώσεις που αναμένεται να αποκτήσουν βαδίζοντας στους δρόμους του κρασιού μπορούν να τις μεταφέρουν στις χώρες τους. Αυτό τους βοηθάει να προσαρμόσουν τις διατροφικές τους συνήθειες σε αυτό που τους αρέσει με την κατανάλωση συγκεκριμένων ειδών κρασιού. Δημιουργείτε επομένως μια τουριστική αγορά η οποία αποτελείται από τουρίστες με ένα ειδικό προφίλ επισκέπτη. Έχουν ιδιαίτερα ενδιαφέροντα τα οποία σχετίζονται με την γαστρονομία και την γευσιγνωσία κρασιών κάθε τόπου.

Στην Κρήτη υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες και ευκαιρίες ανάπτυξης του οινoturισμού. Σε πολλά μέρη καλλιεργούνται αμπελώνες με σκοπό την παραγωγή κρασιού. Συνεχώς βλέπουμε να αξιοποιούνται κτήματα και να δημιουργούνται σύγχρονα οينوποιεία. Πολλά απ' αυτά είναι επισκέψιμα για την αποτελεσματικότερη προβολή της διαδικασίας παραγωγής του κρασιού στους οινόφιλους επισκέπτες της χώρας μας. Οι ποικιλίες σταφυλιών που διαθέτει η ελληνική γη, το κλίμα και η ηλιοφάνεια που υπάρχει στον τόπο σε συνδυασμό με τις γνώσεις και το μεράκι που χαρακτηρίζουν τους οينوπαραγωγούς κάνουν τα ελληνικά κρασιά να ξεχωρίζουν στον κόσμο.

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

απολύτως στις κλιματολογικές συνθήκες του νησιού. Το πλήθος των ντόπιων ποικιλιών, η ποικιλομορφία και η μοναδικότητα των διαφόρων οινοπεριοχών, αλλά και η μεγάλη παράδοση των Κρητικών στο κρασί είναι οι βάσεις για το σημερινό ποιοτικό πρόσωπο του κρασιού της Κρήτης και τη συνεχή ανοδική του πορεία.

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

Ο αμπελώνας της Κρήτης με 12.8% της συνολικής έκτασης των αμπελιών καταλαμβάνει την 3η θέση του οινικού χάρτη της Ελλάδας μεταξύ των 9 αμπελουργικών περιφερειών. Με 536 κωδικούς είναι στην 4η θέση ως προς το πλήθος των κρασιών. Η Κρήτη εμφανίζει τη μεγαλύτερη δυναμική από όλες τις άλλες περιφέρειες -ιδίως το Ηράκλειο- και με την ίδρυση και δράση αρχικώς των ΔΟΝΗ & ΔΟΝΧΡ (τα 2 δίκτυα οινοποιών Ηρακλείου & Χανίων-Ρεθύμνης), που ενοποιήθηκαν στο ενιαίο Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης, Wines of Crete πρωτοπορεί και στο θέμα της συνεργασίας, κοινής παρουσίας & προβολής.

Στο Ρέθυμνο η παραγωγή εμφιαλωμένου κρασιού άρχισε μόλις το 2007.

Γεωγραφικές Ενδείξεις Οίνων στην Κρήτη:

Οίνοι ΠΟΠ (ΟΠΑΠ): ΠΟΠ (ΟΠΑΠ) Σητεία & Malvasia Σητείας - Λασιθί,

ΠΟΠ (ΟΠΑΠ) Πεζά - Ηράκλειο,

ΠΟΠ (ΟΠΑΠ) Αρχάνες - Ηράκλειο,

ΠΟΠ (ΟΠΑΠ) Δαφνές - Ηράκλειο,

ΠΟΠ Χάνδακας-Candia & Malvasia Χάνδακας-Candia Ηράκλειο.

Οίνοι ΠΓΕ (Τοπικοί): Περιφέρειας: ΠΓΕ Κρήτη (Κρητικός Τοπικός Οίνος).

Νομών: ΠΓΕ Λασιθί (Λασιθιώτικος Τοπικός Οίνος)

ΠΓΕ Ηράκλειο (Τοπικός Οίνος Ηρακλείου)

ΠΓΕ Ρέθυμνο

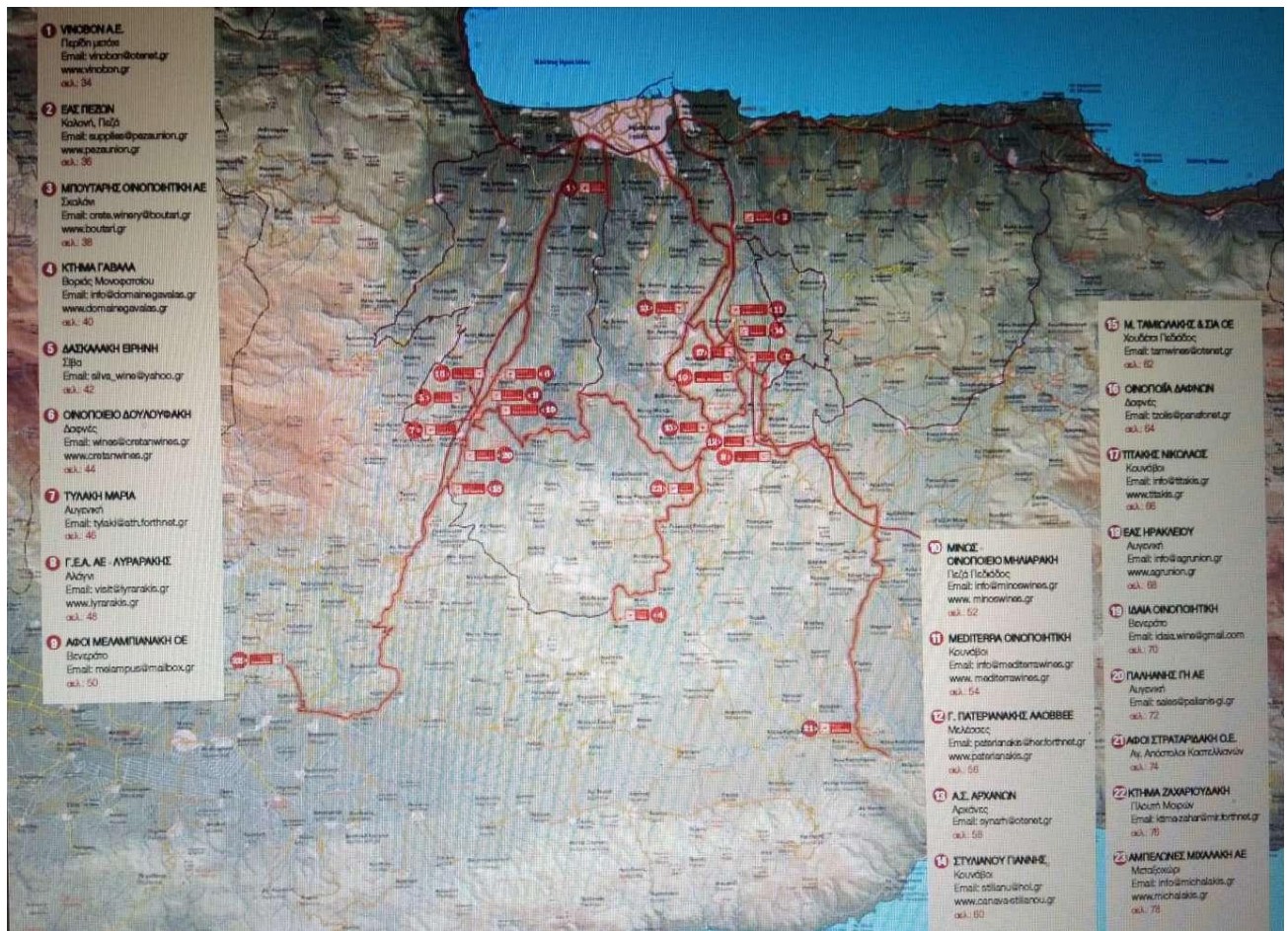
ΠΓΕ Χανιά.

Περιοχών: ΠΓΕ Κίσσαμος (Τοπικός Οίνος Κισσάμου) Χανιά.

4.2 ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΟΙΝΟΠΟΙΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

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

Σκοπός του Δικτύου είναι η ανάπτυξη κάθε δραστηριότητας που θα συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης και των θεσμών σχετικά με την οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική σπουδαιότητα των προϊόντων αμπέλου και οίνου της Κρήτης. Οι δραστηριότητες στις οποίες αποσκοπεί το Δίκτυο είναι η συμβολή, ο σχεδιασμός, η διαμόρφωση και η εφαρμογή της στρατηγικής και των πολιτικών ανάπτυξης όλων των δραστηριοτήτων που αφορούν στο αμπέλι και το κρασί και γενικότερα στην θεσμική στήριξη των προϊόντων αυτών στις αγορές. Ακόμα, στοχεύει στην προώθηση και προώθηση των στόχων και σκοπών του Δικτύου προς το κράτος, δημόσιες και ιδιωτικές αρχές, την Ευρωπαϊκή Ένωση, Ελληνικούς και Διεθνείς Οργανισμούς και Ιδρύματα και την επιδίωξη της συνεργασίας και του διαλόγου με τους φορείς αυτούς. Σκοπεύει στην υποστήριξη δράσεων προβολής και προώθησης των προϊόντων του Δικτύου, μέσω της συμμετοχής σε ερευνητικά προγράμματα, μέσω ερευνών αγοράς, επεξεργασίας στοιχείων, διοργάνωσης εκδηλώσεων, ημερίδων, διεθνών διαγωνισμών οίνων και αποσταγμάτων, κ.ά. Βασικό μέλημα του δικτύου αποτελεί η διαρκής βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων μέσω συνεχών ελέγχων που σκοπεύουν στην προστασία των καταναλωτών και των παραγωγών και στην ανάληψη πρωτοβουλιών και ενεργειών προκειμένου να αναδειχθεί, να διατηρηθεί, να υποστηριχθεί και να “κληροδοτηθεί” η πανάρχαια, πολύτιμη, ιστορική και πολιτιστική Κρητική παράδοση σχετικά με την άμπελο και τον οίνο.



Εικόνα 4.2 Δίκτυο Οινοποιείων Ν.Ηρακλείου

4.2.1 Ο ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ

Η Κρήτη είναι το νοτιότερο και μεγαλύτερο από τα νησιά του Αιγαίου Πελάγους. Κατά μήκος του μακρόστενου κορμού της, που εκτείνεται από τα δυτικά προς τα ανατολικά, υψώνεται μια ραχοκοκαλιά από ψηλά βουνά, ασπίδα στους ζεστούς νοτιάδες που έρχονται από τη Βόρεια Αφρική.

Έτσι προφυλαγμένος στην βορινή πλευρά του νησιού που βλέπει προς το Κρητικό πέλαγος ο Κρητικός αμπελώνας, ο πιο παραδοσιακός αμπελώνας της Ευρώπης, ξεκινά από ένα υψόμετρο 600 περίπου μέτρων και ξεδιπλώνεται κατηφορίζοντας μέχρι την θάλασσα. Απλώνεται άναρχα στο πολύμορφο τοπίο του νησιού, ακολουθώντας το στην αδιάκοπη εναλλαγή των λόφων και των κοιλάδων του, που ξαφνιάζει και γοητεύει τον επισκέπτη.

Ο ήπιος χειμώνας, το θερμό και ξηρό καλοκαίρι της Κρήτης η ηλιοφάνεια και η δροσιά από τα Βοριαδάκια του Κρητικού Πελάγους εξασφαλίζουν ένα άνετο βλαστικό κύκλο χωρίς εκπλήξεις και ιδιαίτερα προβλήματα στον αμπελώνα του νησιού και το προικίζουν με εξαιρετικές ντόπιες ποικιλίες σταφυλιών.

Δεν είναι περίεργο λοιπόν, που η Κρήτη διαθέτει μια οινική παράδοση 4000 χρόνων. Το βεβαιώνουν οι ανακαλύψεις στην περιοχή Κάτω Ζάκρο όπου βρέθηκε το αρχαιότερο καλλιεργούμενο αμπέλι και το πατητήρι στο Βαθύπετρο που είναι το πιο παλιό πατητήρι στον κόσμο.

Υπήρξαν περίοδοι που η Κρητική οινοπαραγωγή γνώρισε μεγάλη εμπορική άνθηση. Σημαντικότεροι σταθμοί στην μεγάλη ιστορική διαδρομή της υπήρξαν, η περίοδος ανάμεσα στον 1ο και 2ο αιώνα μ.Χ, εποχή κατά την οποία τα Κρητικά κρασιά σφραγισμένα μέσα σε περίτεχνους αμφορείς ταξίδευαν σε ολόκληρη τη Μεσόγειο και η περίοδος της Βενετσιάνικης κυριαρχίας στο νησί (12ος -16^{ος} αιώνας) τότε που το Κρητικό κρασί έφθασε στο ζενίθ της φήμης του με ένα γλυκό τύπο κρασιού, τον Μαλβαζία οίνο.

Σήμερα η παραδοχή της Κρητικής δίαιτας ως ιδανικό πρότυπο της υγιεινής διατροφής συνέβαλλε στην αναγνώριση της θετικής επίδρασης του Κρητικού οίνου στην υγεία, στα πλαίσια της λογικής κατανάλωσης.

Τελευταίες έρευνες επιβεβαιώνουν την πληθώρα των συστατικών του κρασιού που δρουν ως αντιοξειδωτικά στον ανθρώπινο οργανισμό .

Οι ευνοϊκές εδαφοκλιματικές συνθήκες της περιοχής του Νομού Ηρακλείου, δίνουν τις εξαιρετικές ποικιλίες σταφυλιών από τα οποία προέρχονται τα υπέροχα κρασιά που συνοδεύουν και αναδεικνύουν τις γεύσεις μιας από τις πλουσιότερες και υγιεινότερες κουζίνες του κόσμου.

Ειδικά στην ευρύτερη περιοχή της ενδοχώρας του νομού, που εκτείνεται από την περιοχή του Μαλεβυζίου, τις Αρχάνες, τα Πεζά και την Επισκοπή ως και τον κάμπο της Μεσσαράς, η αμπελουργική και οινοποιητική δραστηριότητα που διατηρήθηκε στο πέρασμα του χρόνου αποτέλεσε βασική οικονομική δραστηριότητα για τους κατοίκους της περιοχής. Σήμερα στα όρια αυτής της περιοχής λειτουργούν μερικές από τις πιο σημαντικές και δυναμικές εταιρείες οινοποίησης του Νομού αλλά και της Κρήτης.

Ο αμπελώνας της Κρήτης είναι ο παλαιότερος στην Ελλάδα. Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες, το έδαφος, οι τεχνικές καλλιέργειας και οινοποίησης ευνόησαν την παραγωγή αμπελουργικών προϊόντων υψηλής ποιότητας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την κατοχή κυρίαρχης θέσης στο εμπόριο οίνου στην Ευρώπη.

Η αμπελουργία αποτελεί παράδοση για τη Γεωργία του Νομού, καθώς συμμετέχει στη διαμόρφωση του εισοδήματος των γεωργών της περιοχής αλλά συμβάλλει και στην αισθητική διαμόρφωση του αγροτικού τοπίου.

4.2.2 ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΙΜΩΝ ΣΤΑΦΥΛΙΩΝ

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

Ο κρητικός αμπελώνας χρησιμοποιεί κατά βάση τη Βιλάνα για τα λευκά κρασιά, το Κοτσιφάλι, το Μαντηλάρι και το Λιάτικο για τα ερυθρά και τα ροζέ. Τα τελευταία χρόνια αναβιώνουν και χρησιμοποιούνται και άλλες γηγενής ποικιλίες όπως επίσης και οι κυριότερες κοσμοπολίτικες ποικιλίες. Οι κυριότερες ποικιλίες που καλλιεργούνται στο Νομό Ηρακλείου είναι:

Κοτσιφάλι: ερυθρή ποικιλία με υψηλό αλκοολικό τίτλο, αστάθεια στο χρώμα και με πλούσια αναλυτικά στοιχεία για κρασί ποιότητας. Αποτελεί τυπικό εκπρόσωπο των κρασιών ΟΠΑΠ του Νομού Ηρακλείου.

Syrah: Ερυθρή ποικιλία, που έγινε γνωστή χάρη στα θαυμάσια κρασιά, που δίνει στην κοιλάδα του Ροδανού και η οποία καλλιεργείται σήμερα σε πολλές περιοχές στον κόσμο. Ωριμάζει τέλη Αυγούστου με αρχές Σεπτεμβρίου. Ανάλογα με τον κλώνο, το κλάδεμα, το έδαφος και την περιοχή, η ποικιλία αυτή μπορεί να δώσει λιγότερο ή περισσότερο “δυνατά” κρασιά, μέτριας οξύτητας, με έντονο χρώμα, έντονα αρώματα, που γίνονται πολυπλοκότερα κατά την παλαίωση. Συμμετέχει στην παραγωγή αρκετών Τοπικών οίνων, ερυθρών και ροζέ.

Grenache Rouge: Ερυθρή μεσογειακή ποικιλία ισπανικής καταγωγής, καλλιεργούμενη σε αρκετές ξηροθερμικές περιοχές στον κόσμο. Στην Ελλάδα είναι συνιστώμενη ως βελτιωτική. Ωριμάζει αρχές Σεπτεμβρίου. Στα κατάλληλα εδάφη και με μέτρια παραγωγή, το κρασί της ποικιλίας αυτής έχει καλό χρώμα, μέτριο σώμα, υψηλό αλκοολικό τίτλο και μέτρια οξύτητα. Έχει την τάση όμως να γερνάει γρήγορα και να οξειδώνεται εύκολα. Η Grenache Rouge συμμετέχει στην παραγωγή ορισμένων Τοπικών οίνων.

Λιάτικο: αποτελεί τη βασική ποικιλία από την οποία παράγεται ο ΟΠΑΠ Δαφνές. Πολύ παλαιά και πολύ πρώιμη ποικιλία.

Mourvedre: Ισπανική ερυθρή ποικιλία. Πρόκειται για ζωντανή, μέτριας παραγωγικότητας ποικιλία, αρκετά ανθεκτική στις μυκητολογικές ασθένειες. Η εκβλάστηση των οφθαλμών της γίνεται πολύ αργά, γεγονός που τη βοηθά να αποφεύγει τους όψιμους ανοιξιάτικους παγετούς. Ωριμάζει το πρώτο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου. Έχει μέτριου μεγέθους τσαμπιά με μέτριου μεγέθους ρώγες. Παράγει ερυθρούς οίνους με ικανοποιητικό χρώμα και όχι πολύ έντονο άρωμα βύσσινου με χροιές ευκαλύπτου ή δάφνης. Στη γεύση δίνει, συνήθως, οίνους με ικανοποιητικής ποιότητας ταννίνη.

Μανδηλάρι: σκούρου ερυθρού χρώματος με υψηλή περιεκτικότητα σε ανθοκυάνες. Συμμετέχει στον οίνο ΟΠΑΠ Αρχάνες και Πεζά.

Cabernet sauvignon: Το Cabernet Sauvignon, είναι η πιο ονομαστή ερυθρή ποικιλία στον κόσμο για την παραγωγή εκλεκτών ερυθρών κρασιών που αντέχουν δεκαετίες παλαίωσης μέσα στηνφιάλη. Ίσως η πιο καταπληκτική ιδιότητα του Cabernet Sauvignon είναι το ότι μπορεί να καλλιεργείται σε διαφορετικές περιοχές και ωστόσο να δίνει κρασιά που αναγνωρίζονται ως Cabernet Sauvignon, παρά τις όποιες κλιματολογικές, καλλιεργητικές ή οινοποιητικές συνθήκες. Το Cabernet Sauvignon έχει μια αξιοσημείωτη περιεκτικότητα σε τανίνες, καθώς και γευστικά και αρωματικά χαρακτηριστικά. Όταν το Cabernet Sauvignon καλλιεργείται σε θερμές περιοχές όπως η Κρήτη, όπου ωριμάζει σε πρωϊμότερο χρόνο και δίνει ώριμα φαινορικά συστατικά, παράγονται κρασιά με πλούσιο χρώμα, πληθωρική γεύση και άρωμα.

Merlot: Το Merlot είναι ένα ερυθρό σταφύλι γαλλικής καταγωγής και δίνει μαλακά κρασιά. Τα αρώματα του Merlot είναι πολύ πιο γλυκά από αυτά του Cabernet Sauvignon, θυμίζουν δαμάσκηνο και μικρά κόκκινα φρούτα όπως τα κεράσια και οι φράουλες. Στο στόμα βρίσκουμε μαλακές τανίνες, χαμηλή οξύτητα, υψηλή αλκοόλη χωρίς όμως να υπάρχει υψηλή πυκνότητα.

Sauvignon Blanc: Λευκή αρωματική ποικιλία γαλλικής προέλευσης, η οποία καλλιεργείται σε ολόκληρο τον κόσμο. Στην Ελλάδα η καλλιέργειά της ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του '90. Ωριμάζει τέλη Αυγούστου. Το Sauvignon Blanc όταν καλλιεργηθεί στις κατάλληλες εδαφοκλιματικές συνθήκες, με μικρές αποδόσεις και τρυγηθεί στο κατάλληλο στάδιο ωριμότητας, ώστε να υπάρχει ισορροπία οξύτητας- σακχάρων και διατήρηση του ιδιαίτερου αρωματικού δυναμικού του, μπορεί να δώσει ξηρά κρασιά, με πλούσιο άρωμα (κυρίως εξωτικών φρούτων), ζωντανή, ισορροπημένη και πληθωρική γεύση. Το Sauvignon

Blanc μπορεί να ζυμώσει και να ωριμάσει σε δρύινα βαρέλια. Συμμετέχει στην παραγωγή αρκετών Τοπικών οίνων.

Chardonnay: Το αγαπημένο λευκό σταφύλι των απανταχού οινόφιλων που ξεκινώντας από τη Βουργουνδία και τη Καμπανία, κατέκτησε ολόκληρη την υφήλιο.. Τα κρασιά του μπορεί να είναι φρέσκα, με δροσερή οξύτητα και αρώματα εξωτικών φρούτων ή περισσότερο ώριμα. Αποτελεί συστατικό της σαμπάνιας. Δίνει ξηρά κρασιά με έντονα αρώματα. Τα κρασιά αυτής της ποικιλίας ωριμάζουν πολύ επιτυχημένα σε βαρέλι, κάτι που συνήθως γίνεται και εμπλουτίζονται με ανάλογο τρόπο από τα αρώματά του (όπως ξύλου, βανίλιας, καπνού, ξηρών καρπών κ.α.).

Βιλάνα: λευκή ποικιλία καθαρά οινοποιήσιμη με καλά αναλυτικά στοιχεία και συμμετέχει στον οίνο ΟΠΑΠ Πεζά. Η ποικιλία αυτή βελτιώνεται με τη συνοινοποίηση των ποικιλιών Δαφνί και Πλυτό.

Μοσχάτο λευκό: Πρόκειται για ποικιλία καλλιεργούμενη σε μεγάλη έκταση σε αρκετές χώρες του κόσμου. Ωριμάζει αρχές Σεπτεμβρίου, είναι ευοξειδωτο και απαιτεί προσοχή κατά την οινοποίηση. Το Μοσχάτο μπορεί να δώσει ξηρά κρασιά με πλούσιο τυπικό άρωμα, υψηλόβαθμα, με μέτρια οξύτητα, αλλά κυρίως εξαιρετικά γλυκά κρασιά, είτε λιαστά είτε οίνους λικέρ, με πληθωρική μύτη και γεμάτη γεύση.

Μοσχάτο Σπίνας: λευκή ποικιλία με χαρακτηριστικό άρωμα. Κατόπιν ζυμώσεως σε χαμηλές θερμοκρασίες διατηρεί το άρωμά της. Πρόκειται για πρώιμη ποικιλία που δίνει κρασιά με οξειδωση, αλλά έχει καλά αναλυτικά στοιχεία.

Δαφνί: Λευκή ποικιλία καλλιεργούμενη στην Κρήτη, στους νομούς Λασιθίου και Ηρακλείου. Είναι ζωηρό, μέτρια παραγωγικό, ανθεκτικό στην ξηρασία. Ξεκινά τη βλάστηση στα μέσα του Μάρτη και ωριμάζει μέσα με τέλος Σεπτέμβρη. Το κρασί είναι σχετικά χαμηλού έως μετρίου αλκοολικού τίτλου, μέτριας οξύτητας με άρωμα που θυμίζει αυτό της δάφνης.

Μαλβαζία: Λευκή κρητική ποικιλία που οινοποιεί κρασί, με ευχάριστη γεύση, έντονο χαρακτηριστικό ανθώδες άρωμα με νότες μοσχάτου Πρόκειται για το διάσημο κρητικό κρασί των μέσων βυζαντινών χρόνων, αλλά και αργότερα, μέχρι τις αρχές του 19ου αιώνα οπότε στην Κρήτη έφταναν καράβια από όλες σχεδόν τις ευρωπαϊκές χώρες για να προμηθευτούν το ξακουστό κρασί.

Πλυτό: Πρόκειται για ποικιλία που καλλιεργείται στην ανατολική Κρήτη και Κύθηρα. Είναι φυτό ζωηρό, παραγωγικό αλλά ευαίσθητο στις ασθένειες.

Τα σταφύλια του είναι μέτρια, με φλοιό χρυσοκίτρινο. Ο τρύγος του γίνεται μέσα Σεπτέμβρη.

Βιδιανό: Φυτό ζυηρό, παραγωγικό, γόνιμο, ανθεκτικό στο περονόσπορο δίδει κρασί υψηλόβαθμο, μέτριας οξύτητας, ιδιαίτερο άρωμα. Η κρητική ποικιλία που θα συζητηθεί στο άμεσο μέλλον. Πολλοί τη χαρακτηρίζουν ως το Chardonnay της Κρήτης! Έχει δώσει εξαιρετικά αποτελέσματα σε λευκά μονοποικιλιακά κρασιά, αλλά και ως συνδυασμός με άλλες τοπικές ποικιλίες, όπως Πλυτό, Θραψαθήρι και Βηλάνα.

Άλλες ποικιλίες: το αθήρι, και το θραψαθήρι (λευκές) οι οποίες δείχνουν να έχουν καλές μελλοντικές προοπτικές στο νομό.

Παρακάτω θα βρείτε κάποιες ορολογίες που χρησιμοποιούμε:

Κουρμούλα: Φυτό αμπελιού, πρέμνο.

Καρίκι: Σειρά αμπελιού για γραμμωτό αμπέλι.

Λογάδο: Οινάμπελο με ανάμεικτες τοπικές ποικιλίες. «Κρασί από λογάδο αμπέλι».

Κόφα: Πλεκτό υψηλό καλάθι (περίπου 50 κιλών) μεταφοράς σταφυλιών με ζώο από το αμπέλι στο πατητήρι.

Τσαπράζι: Πριονωτό, αναδιπλούμενο μαχαίρι τρύγου σχήματος ημισελήνου, με ξύλινη λαβή.

Κουτσοκορφίζω: Κόβω τις άκριες των βλαστών.

Ξεφυλλίζω: Αφαιρώ φύλλα της βάσης ή ολόκληρους άκαρπους βλαστούς

4.2.3 ΟΙ ΤΟΠΙΚΟΙ ΟΙΝΟΙ

Τα τελευταία χρόνια έγινε διαχωρισμός της παραγωγής των οίνων ΟΠΑΠ και των Κρητικών τοπικών οίνων. Οι τελευταίοι γνώρισαν μεγάλη επιτυχία και σημείωσαν αύξηση στην παραγωγή τους, κάτι στο οποίο συνέβαλε και η ίδια τους η ονομασία (παραπέμπει σε όλα τα πλεονεκτήματα που διαθέτει το νησί, συμπεριλαμβανομένου τη φυσική ομορφιά, την κουλτούρα κλπ.). Παράγοντες που ευνόησαν την θετική αυτή εξέλιξη είναι μεταξύ άλλων η φήμη του νησιού στην Ελλάδα και στο εξωτερικό και η ευκολία εύρεσης της πρώτης ύλης.

Μαλβαζία ...Ο Κρητικός οίνος

Γνωρίζουμε ότι κατά τούς δύο πρώτους αιώνες της βενετοκρατίας, τον 13^ο και 14^ο αιώνα, ή Κρήτη ήταν κυρίως μια σιτοπαραγωγική περιοχή. Την ίδια αυτή περίοδο το κρητικό κρασί αρχίζει να κερδίζει έδαφος και ήδη από τον 15^ο αιώνα παρατηρείται μεγάλη εξαγωγή κρασιών. Ο ιταλός περιηγητής Buondelmonti αναφέρει για την Κρήτη στα 1415: “Τα πλοία φτάνουν εδώ άπ' όλα τα μέρη του κόσμου και φορτώνουν κάθε χρόνο το λιγότερο είκοσι χιλιάδες βαρέλια κρασί εξαιρετικής ποιότητας”. Κάνει επίσης αναφορά για την περιοχή του Χάνδακα (Ηρακλείου) “την εξαιρετική μαλβαζία”.

Ήδη από τον 16^ο αιώνα έχουμε στοιχεία ότι τα κρητικά κρασιά κατακτούν μεγάλες αγορές και εξάγονται σε Γερμανία, Γαλλία, Βοημία, Αγγλία, Πορτογαλία, Κωνσταντινούπολη, Μαύρη Θάλασσα, Αλεξάνδρεια.

Στα 1576 ο βενετός προβλεπτής της Κρήτης Foscarini αναφέρει σε έκθεση του ότι ή ετήσια εξαγωγή ήταν εξήντα χιλιάδες βαρέλια και ο Knolles στα 1603 γράφει ότι “ή Κρήτη είναι τώρα πολύ φημισμένη σε μεγάλο μέρος του κόσμου για την καλή malmesey (μαλβαζία) πού παράγεται εκεί και ή οποία εξάγεται με μεγάλη αφθονία σε πολλές μακρινές χώρες”.

Οι μαρτυρίες αυτές σε συνδυασμό με μια ανάλογη του περιηγητή Belon αλλά και άλλων έγκυρων ιστορικών πηγών σε συνδυασμό και με το γεγονός ότι οι Πορτογάλοι στα 1421 μεταφύτεψαν στη Μαδέρα κλήματα μαλβαζίας που μετέφεραν από την Κρήτη, επιβεβαιώνουν ότι ή μαλβαζία ήταν κρασί κρητικό και ότι πρόκειται για το μαλεβιζώτικο κρασί και ότι ή λέξη μαλβαζία συνδέεται με το Μαλεβίζι. Πρόκειται δηλαδή για το παραγόμενο στην επαρχία Μαλεβιζίου κρασί.

Τη σύνδεση αυτή, της μαλβαζίας με το Μαλεβίζι, έχουν τεκμηριώσει κατά καιρούς έγκριτοι κρητολόγοι όπως οι Βασ. Ψιλάκης, Άγαθ. Ξηρουχάκης, Στέφ. Ξανθουδίδης, Θεοχ. Δετοράκης, Έμμ.Δετοράκης,Paul Faure.

Πιο πρόσφατα ο Στυλιανός Αλεξίου αναφέρει ότι έξω από τα δυτικά οχυρά του Ηρακλείου άρχιζαν κατά τη βενετοκρατία αμπέλια πού εκτείνονταν σε όλη την περιοχή Μαλεβιζίου, ως τους πρόποδες της “Ιδης” γεγονός που αναφέρεται καθαρά από το ποιητή Μαρίνο Τζάνε Μπουνιαλή πού περιέγραψε λεπτομερώς τον Κρητικό Πόλεμο και διηγείται ότι στο διάστημα του αποκλεισμού του Ηρακλείου από τους Τούρκους έβγαιναν παιδιά από τις δυτικές πύλες των τειχών για να κόψουν σταφύλια. Όλη ή περιοχή ήταν και είναι οينوπαραγωγός και επομένως, σύμφωνα πάντα με τον Στυλιανό Αλεξίου, “ήταν φυσικό να ονομασθεί το παραγόμενο κρασί από την ονομασία του τόπου...” και όπως αναφέρει ο Στέργιος Σπανάκης το ότι “ή μαλβαζία ήταν κρητικό κρασί, είναι εντελώς βέβαιο, αφού στην έκθεση του προβλεπτή Κρήτης Morosini, στα 1629, αναφέρεται σαφέστατα ότι από την Κρήτη εξάγονται μεγάλες ποσότητες μοσχάτου και malvasia garbo , δηλαδή “εξαιρετικής μαλβαζίας”.

4.2.4 Ο ΕΤΗΣΙΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΙΟΥ

Ο ετήσιος κύκλος του αμπελιού διακρίνεται στις παρακάτω φάσεις :

A. Προβλαστική φάση

Στη πρώτη αυτή φάση ενεργοποιούνται οι αποθησαυριστικές ουσίες όπως οι υδατάνθρακες και γίνεται η προετοιμασία για τη βλάστηση των δευτερευόντων οφθαλμών. Στην φάση αυτή παρατηρείται η δακρύρια, δηλαδή το στάξιμο των χυμών από τομές στα κλήματα, που οφείλεται στην αύξηση της πίεσης από την απορρόφηση του νερού στις ρίζες και συμβαίνει όταν η θερμοκρασία του εδάφους είναι 10-12° C. Η φάση αυτή ολοκληρώνεται με το ξεδίπλωμα (έκπτυξη) των οφθαλμών.

B. Αύξηση

Όταν το ξεδίπλωμα των οφθαλμών γίνει σε ποσοστό 50% ξεκινάει η φάση της αύξησης του οφθαλμού και κατά την διάρκεια της εξέλιξης του έχουμε την εμφάνιση του βλαστού που αυξάνει γρήγορα και εμφανίζονται σε αυτόν τα όργανα του αμπελιού (φύλλα, έλικες, ταξιανθίες, οφθαλμοί). 5-8 εβδομάδες αργότερα παρατηρείται η πτώση της στεφάνης του άνθους που είναι χαρακτηριστικό της άνθησης και στην συνέχεια έχουμε την εμφάνιση της ταξιανθίας, τη γονιμοποίηση, την καρπόδεση, την ανάπτυξη και ωρίμανση της ρώγας (πράσινη ρώγα, ωρίμανση, υπερωρίμανση).

Γ. Αποθησαυρισμός

Με το σταμάτημα αύξησης του βλαστού αρχίζει η περίοδος του αποθησαυρισμού, η οποία ολοκληρώνεται με την πτώση των φύλλων.

Δ. Χειμέρια ανάπαυση

Στα τέλη Νοεμβρίου, εξαιτίας των δυσμενών καιρικών συνθηκών, το κλήμα (πρέμνο η κουρμούλα στην κρητική διάλεκτο) περνάει σε χειμέρια ανάπαυση μέχρι τον Μάρτιο, οπότε συνήθως ξεκινά πάλι η κινητοποίηση των αποθησαυριστικών ουσιών του.

4.2.5 Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ

Τη χρήση του κρασιού με μέτρο συνιστούσε ο πατέρας της ιατρικής Ιπποκράτης τόσο σε κατάσταση υγείας όσο και σε κατάσταση ασθένειας και σύμφωνα με τα λόγια του Ασκληπιού “η ωφελιμότητα του κρασιού μόνο με τη δύναμη των θεών μπορεί να συγκριθεί όταν αυτό χρησιμοποιείται με μέτρο”.

Πραγματικά το κρασί πληροί πολλές από τις προϋποθέσεις που απαιτεί ένα διατροφικό προϊόν γιατί:

- Προσφέρει σε αρμονία πολλά θρεπτικά στοιχεία.
- Είναι απαλλαγμένο από τοξικές ουσίες όταν χρησιμοποιείται με μέτρο (250-500 ml κρασί ανά 24ωρο για ενήλικο άτομο μέσου βάρους περίπου 70 κιλών).
- Η συνιστώμενη χρήση του εξασφαλίζει ψυχική και πνευματική ευφορία (οίνος ευφραίνει καρδιά).

Πέρα από τις διατροφικές του ιδιότητες το κρασί έχει και αντιμικροβιακή δράση και δεν είναι τυχαίο ότι από την αρχαιότητα ο άνθρωπος χρησιμοποιούσε το κρασί για να αποστειρώσει τα φρέσκα προϊόντα ή για να πλύνει και να καθαρίσει πληγές ή για να προφυλάξει το νερό των πηγών από διάφορους μικροοργανισμούς.

Η αντιμικροβιακή και αντιβακτηριακή ιδιότητα του κρασιού, οφείλεται στην αλκοόλη, στα οξέα και κυρίως στις τανίνες του.

Επίσης το κρασί εξασφαλίζει την προστασία των τριχοειδών αγγείων λόγω των υδροξυφλαβονολών που περιέχει. Η ουσία ρεσβερατρόλη που περιέχει το κόκκινο κρασί μειώνει την (“κακή χοληστερόλη”) και αυξάνει το ποσοστό της HDL (“καλής χοληστερόλης”).

Με τον τρόπο αυτό το ερυθρό κρασί συμβάλλει στην προστασία του οργανισμού από τα καρδιαγγειακά νοσήματα.

Σημαντικό είναι το γεγονός ότι η παρουσία τανινών σε ιδανική αναλογία ελαττώνει τις βλαπτικές επιδράσεις της αλκοόλης στον οργανισμό.

Το κρασί λόγω των πολυφαινολών, αλλά και των βιταμινών που έχουν αντιοξειδωτική δράση (βιταμίνες C και E) προστατεύει τον οργανισμό από βλαβερές ελεύθερες ρίζες που ενοχοποιούνται και για την καρκινογένεση.

Νεότερες έρευνες δείχνουν ότι συγκεκριμένες πολυφαινόλες που υπάρχουν στο κρασί αναστέλλουν τη δράση των ενζύμων που δρουν καταλυτικά στη δημιουργία καρκίνου.

Το κρασί φαίνεται ότι επιβραδύνει τη γεροντική άνοια και καθυστερεί την εξέλιξη της νόσου Αλτσχάιμερ. Μην ξεχνάμε ότι σε περιόδους πολέμων, φτώχειας, πείνας και ταλαιπωρίας το κρασί αποτελούσε δυναμωτικό και προφύλασσε από την εξάντληση και το θάνατο λόγω ασιτίας, γιατί 1 λίτρο κρασί (με αλκοόλη 12%) προσφέρει ενέργεια 700-1.000 θερμίδες. Τα ανόργανα άλατα που περιέχει βοηθούν τον οργανισμό μας να έχει καλύτερο μεταβολισμό, το γαλακτικό οξύ συμβάλλει στη θεραπεία εντερικών παθήσεων και τα άλατα καλίου εξασφαλίζουν καλύτερη διούρηση.

Τέλος, τα σάκχαρα του κρασιού αποτελούν μέρος των αποθησαυριστικών συστατικών του ήπατος.

Όμως το κρασί, που θεωρείται το ποτό της παρέας αλλά και των συμποσίων, μας δίνει τη σοφία των προγόνων μας όταν εφαρμόζουμε το “μέτρον άριστον”.

4.3 ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ Ν.ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ



VINOBOON

Η οικογενειακή εταιρεία με την επωνυμία "VINOBOON ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (VINOBOON Α.Ε)" εδρεύει στο Ηράκλειο και λειτουργεί από το 1987.

Δημιουργός της VINOBOON είναι ο χημικός Στέλιος Αλεξάκης.

Οι εγκαταστάσεις και το σύγχρονο συσκευαστήριο της εταιρείας βρίσκονται στην περιοχή της Φοινικιάς κοντά στις παραδοσιακές αμπελουργικές περιοχές των Μαλάδων και του Προφήτη Ηλία και είναι επισκέψιμα ολόκληρο το χρόνο.

Η εξαγωγική δραστηριότητα της Εταιρείας απορροφά σημαντικό μέρος της παραγωγής της. Σε ειδικό ανεξάρτητο χώρο των εγκαταστάσεων υλοποιείται εκθεσιακός χώρος και δοκιμαστήριο.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ---- ΗΡΑΚΛΕΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ

Από τις ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ ----- SAUVIGNON BLANC ----- ΒΙΛΑΝΑ ---- ΜΟΣΧΑΤΟ ----ΒΙΔΙΑΝΟ ----
ΔΑΦΝΙ ---- ΜΑΛΒΑΖΙΑ ----- ΑΘΗΡΙ

Ερυθρά Κρασιά

ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ----- ΗΡΑΚΛΕΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ

Από τις ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---- ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ ----- SYRAH ---- CAB. SAUVIGNON ----MERLOT

VINO BON A.E. - Σ. ΑΛΕΞΑΚΗΣ & ΥΙΟΙ

Ειρήνης & Φιλίας, Περίδη μετόχι, 71500 Ηράκλειο

τ. 2810 252 019, 2810 252 020 f. 2810 256 535

email: vinobon@otenet.gr

www.vinobon.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΕΝΩΣΗ ΠΕΖΩΝ

Η συνεταιριστική οργάνωση "ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΠΕΖΩΝ που εδρεύει στα Πεζά ιδρύθηκε το 1933 και σήμερα αποτελείται από 19 πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς, με 3.000 περίπου μέλη.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων 70 ετών, από την ίδρυσή της έως σήμερα, με τη βοήθεια των τελευταίων τεχνολογικών εξελίξεων και των ιδανικών εδαφοκλιματολογικών συνθηκών της περιοχής, παράγει κρασί και ελαιόλαδο εξαιρετικής και σταθερής ποιότητας με τα προϊόντα της να έχουν επανειλημμένως βραβευτεί σε διεθνείς εκθέσεις και γευστικές δοκιμασίες.

Από το 1998 διαθέτει Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001/9002 και Συστήματα Ασφάλειας HACCP. και είναι η πρώτη εταιρεία στην Ελλάδα που χρησιμοποίησε την συσκευασία ΤΕΤΡΑΠΑΚ.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΒΙΛΑΝΑ ----- ΠΕΖΑ ----- ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ---- ΛΙΚΤΟΣ ---- LOGADO ----ΕΚΑΒΗ ----
VIGLINOS ΚΡΑΣΙ ---- ΤΗΣ ΠΑΡΕΑΣ

Κυρίως από παραδοσιακές κρητικές ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ ---- ΒΙΛΑΝΑ ----- ΜΟΣΧΑΤΟ ----- ΒΙΔΙΑΝΟ ---- ΔΑΦΝΙ ----ΜΑΛΒΑΖΙΑ ----
ΑΘΗΡΙ

Ερυθρά Κρασιά

ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ ---- - ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---- ΠΕΖΑ ---- ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ---- LOGADO –
VIGLINOS

Από τοπικές ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ --- ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ ---- ΛΙΑΤΙΚΟ

ΕΑΣ ΠΕΖΩΝ

Καλονή 70100 Πεζά Ηράκλειο

τ.: 2810 741 945 - 7

email: supplies@pezaunion.gr

www.pezaunion.gr

Επισκεψιμότητα: Δευτ.-Σαβ. 09:00-17:00, Κυρ. & Αργίες με ραντεβού



ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΑΕ

Η εταιρεία "Ι. ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ & ΥΙΟΣ – ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε." που εδρεύει στην Θεσσαλονίκη και διαθέτει οινοποιείο στην περιοχή Σκαλανίου. Τα πρώτα βήματα της οικογένειας Μπουτάρη στα οινικά μονοπάτια χρονολογούνται από το 1879.

Σήμερα η Εταιρία δραστηριοποιείται στις σημαντικότερες αμπελοοινικές περιοχές της Ελλάδας διατηρώντας ιδιόκτητους αμπελώνες και οινοποιεία στις περιοχές της Νάουσας, Γουμένισσας, Σαντορίνης, Κρήτης και Μαντινείας. Η Εταιρία αποτελεί στην ουσία τη συνέχεια της ιστορικής οινοποιητικής δραστηριότητας της οικογένειας ΜΠΟΥΤΑΡΗ, η οποία ανέπτυξε και υλοποίησε τη δημιουργία οίνων υψηλής ποιότητας, τόσο στην ελληνική αγορά όσο και στο εξωτερικό, στηριζόμενη στο πάντρεμα των αξιών της αμπελοοινικής παράδοσης, με σεβασμό στο περιβάλλον και στη συνεχή ενσωμάτωση της σύγχρονης τεχνολογικής εξέλιξης.. Ακόμη, καλύπτει με ειδικά διαμορφωμένους αποθηκευτικούς χώρους την παλαίωση των κρασιών της και πραγματοποιεί τρύγους και αγορές κρασιών εκτός των ιδιόκτητων αμπελώνων της από τις κυριότερες αμπελοοινικές περιοχές της

χώρας, δημιουργώντας άμεσες ή έμμεσες συνεργασίες με 2500 περίπου αμπελοκαλλιεργητές και συνεταιρισμούς. Η εξαγωγική δραστηριότητα της Εταιρίας απορροφά σημαντικό μέρος της παραγωγής της. Ο ιδιόκτητος αμπελώνας της εταιρείας στο Σκαλάνι είναι βιολογικής καλλιέργειας, πιστοποιημένος από τη ΔΗΩ και το οινοποιείο διαθέτει έναν από τους πιο όμορφους αισθητικά χώρους για να ξεναγεί και να φιλοξενεί τους 15.000 επισκέπτες που δέχεται ετησίως καθώς επίσης και μία από τις πιο εξελιγμένες τεχνολογικά αίθουσες προβολής.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΦΑΝΤΑΞΟΜΕΤΟΧΟ

Από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ --- ΒΙΛΑΝΑ ---- CHARDONNAY

Ερυθρά Κρασιά

ΣΚΑΛΑΝΙ ---- ΙΟΥΛΙΑΤΙΚΟ

Από ποικιλίες:

ΛΙΑΤΙΚΟ --- ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---- SYRAH

Μπουτάρης Οινοποιητική ΑΕ

Σκαλάνι, 70100 Ηράκλειο

τ. 2810 731 617, 2810 731 750, 2810 731 751

φ. 2810 731 755

email: crete.winery@boutari.gr

www.boutari.gr

Επισκεψιμότητα: Δευτ.-Κυρ. 09:00-18:00



ΚΤΗΜΑ ΓΑΒΑΛΑ

Η ατομική επιχείρηση "ΚΤΗΜΑ ΓΑΒΑΛΑ" που εδρεύει στο Χαράκι – Βοριάς Μονοφασιού. Η επιχείρηση ιδρύθηκε το 2004 και διαθέτει οινοποιείο που περιβάλλεται από τους αμπελώνες του κτήματος.

Πολιτική της επιχείρησης είναι η παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας με τη χρήση μεθόδων φιλικών προς το περιβάλλον και την εφαρμογή όλων των κατάλληλων μέτρων που εξασφαλίζουν την ποιότητα και ασφάλεια του τελικού προϊόντος προκειμένου αυτό να καλύπτει πλήρως τις απαιτήσεις των καταναλωτών. Το "Κτήμα Γαβαλά" έχει πιστοποιηθεί από τον πιστοποιητικό φορέα Metron cert και λειτουργεί σύμφωνα με τα Διεθνή πρότυπα – Υγιεινής και Ασφάλειας Τροφίμων HACCP ΕΛΟΤ 1416 και Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001:2000, για την παραγωγή και εμφιάλωση οίνου από Σταφύλια Βιολογικής Καλλιέργειας. Είναι από τα πρώτα οινοποιεία στην Ελλάδα που πιστοποιήθηκε με το Βρετανικό πρότυπο BRC (British Retail Consortium).

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΕΦΗΒΟΣ ---- ΚΤΗΜΑ ΓΑΒΑΛΑ ΜΑΛΒΑΖΙΑ

Από ποικιλίες:

ΒΙΛΑΝΑ ----ΜΑΛΒΑΖΙΑ

Ερυθρά Κρασιά

ΕΦΗΒΟΣ ---- ΩΡΙΜΟΣ ΟΠΑΠ --- SYRAH – ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---- ΡΟΖΕ

Από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---- ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ ----- SYRAH

Κτήμα Γαβαλά

Βοριάς Μονοφασίου, 70010 Ηράκλειο

τ. 28940 51 060

f. 28940 51 060

email: info@domainegavalas.gr

www.domainegavalas.gr

Επισκεψιμότητα: Δευτ.-Παρ. 09:00-15:00



SILVA- ΔΑΣΚΑΛΑΚΗ

Η επιχείρηση "ΕΙΡΗΝΗ ΔΑΣΚΑΛΑΚΗ" που εδρεύει στη Σίβα ιδρύθηκε το έτος 2003 και καλλιεργεί περίπου 40 στρέμματα αμπέλου τα οποία έχουν ενταχθεί στη βιολογική καλλιέργεια και είναι επισκέψιμα όλο το χρόνο. Υπό τις παρούσες συνθήκες παράγονται περίπου 20 τόνοι κρασί ανά έτος.

Στην ευρύτερη περιοχή υπάρχουν σημαντικά λαογραφικά στοιχεία που συνδέονται με την μακρόχρονη τοπική οινοποιητική παράδοση όπως παραδοσιακά πατητήρια, καθώς επίσης και σημαντικά θρησκευτικά μνημεία (βυζαντινές εκκλησίες και το μοναστήρι της Παλιανής).

Κρασιά και ποικιλίες

Οινοποιούνται Λευκά και Ερυθρά Κρασιά από τις Ποικιλίες:

MERLOT --- CAB. SAUVIGNON ---CHARDONNAY ---ΛΙΑΤΙΚΟ ---SYRAH---ΜΑΝΤΗΛΑΡΙ -
-- ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ --- ΒΙΛΑΝΑ ---ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ --SAUVIGNON BLANC

Silva - Δασκαλάκη

Σίβα, 70011 Ηράκλειο

τ. 2810 792 021

f. 2810 792 021

email: silva_wine@yahoo.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗΣ:

Η επιχείρηση "ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ" που εδρεύει στις Δαφνές ιδρύθηκε το 1991 και εκσυγχρονίστηκε το 1996 με την αγορά νέου μηχανολογικού εξοπλισμού.

Διαθέτει αμπελώνες με γηγενείς και διεθνείς ποικιλίες σταφυλιών, σύγχρονα

μηχανήματα παραγωγής και εμφιάλωσης οίνων. Παράγει εμφιαλωμένα κρασιά που διαθέτει στην εσωτερική αγορά αλλά και στο εξωτερικό, εφαρμόζει σύστημα ποιότητας HACCP.

Οι υπεύθυνοι της εταιρείας επιχείρηση "ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ" στοχεύουν στον εμπλουτισμό των ποικιλιών που συμμετέχουν στο Κρητικό τοπικό οίνο αναδεικνύοντας την τοπική οινική παράδοση.

Κρασιά και ποικιλίες

Εμφιαλώνονται τα κρασιά:

ΕΝΟΤΡΙΑ ΛΕΥΚΟ --- ΒΙΛΑΝΑ & SAUV.BLANC --- CABERNET SAUVIGNON
ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗΣ από CABERNET SAUVIGNON --- CHARDONNAY ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗΣ -
SAUV. BLANC ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗΣ --- SANGIOVESE ΔΟΥΛΟΥΦΑΚΗΣ --- ΔΑΦΝΙΟΣ
ΛΕΥΚΟΣ --- ΒΙΔΙΑΝΟ & ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ --- ΜΑΛΒΑΖΙΑ ΦΥΣΙΚΟΣ ---ΓΛΥΚΥΣ ΟΙΝΟΣ -
FEMINA - MALVASIA & --- ΜΟΣΧΑΤΟ & ΑΣΥΡΤΙΚΟ --- ΕΝΟΤΡΙΑ ΕΡΥΘΡΟ ---ΛΙΑΤΙΚΟ
ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ SYRAH --- ΕΝΟΤΡΙΑ ROSE --- ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ SYRAH ---ΔΑΦΝΙΟΣ ΕΡΥΘΡΟΣ
---ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ & SYRAH

Οινοποιείο Δουλουφάκη

Δαφνές, 70011 Ηράκλειο

τ. 2810 792 017

f. 2810 792 260

email: wines@cretanwines.gr

www.cretanwines.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΤΥΛΑΚΗ ΜΑΡΙΑ

Η επιχείρηση "ΜΑΡΙΑ ΤΥΛΑΚΗ" που εδρεύει στην Αυγενική ιδρύθηκε το έτος 2002 και παράγει 10 περίπου τόνους ανά έτος το οποίο εμφιαλώνεται σε τρίτους.

Η εταιρεία συνεχίζει την μεγάλη οινοποιητική παράδοση της Αυγενικής που παράγει από παλιά ποιοτικά κρασιά από αμπελώνες που αναπτύσσονται στο υπέροχο λοφώδες ανάγλυφο της περιοχής.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ --- CHARDONNAY

Από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ --- ΒΙΛΑΝΑ --- CHARDONNAY

Ερυθρά Κρασιά:

ΛΙΑΣΤΟ ΛΙΑΤΙΚΟ --- ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ

Από ποικιλίες:

ΛΙΑΤΙΚΟ --- SYRAH --- CAB. SAUVIGNON ---MERLOT

ΤΥΛΑΚΗ ΜΑΡΙΑ

Αυγενική, 70011 Ηράκλειο

τ. 2810 791 989

f. 2810 791 989

email: tylaki@ath.forthnet.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



“ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΛΑΓΝΙΟΥ Α.Ε.” ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ

Οι "ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΛΑΓΝΙΟΥ Α.Ε." ιδρύθηκε το 1966, εδρεύει στο Ηράκλειο και από την δεκαετία του 90 κυκλοφορεί στην αγορά οίνους ποιότητας με την επωνυμία "ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ" (το επώνυμο των ιδιοκτητών αφού πρόκειται για μια οικογενειακή επιχείρηση).

Η εταιρεία είναι πιστοποιημένη με HACCP και έχει εξαγωγική δραστηριότητα στις ΗΠΑ, τον Καναδά, και τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες.

Από το 2005 διαθέτει ένα νέο, επισκέψιμο χώρο που έχει σχεδιαστεί για να φιλοξενεί ταυτόχρονα μέχρι 40 περίπου άτομα.

Στοχεύει σε ένα κοινό με υψηλές ποιοτικές απαιτήσεις από το κρασί και προβάλλει μοναδικές ποικιλίες (έχοντας αναβιώσει δυο αρχαίες που κινδύνευαν

να εξαφανιστούν, τις Δαφνί και Πλυτό) και πλεονεκτήματα της περιοχής του χωριού Αλαγνίου στην οποία δραστηριοποιείται.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΠΛΥΤΟ --- ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΔΑΦΝΙ --- ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΜΕΓΑΛΟΣ ΛΟΦΟΣ ---
ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΒΗΛΑΝΑ

Από ποικιλίες:

ΠΛΥΤΟ --- ΔΑΦΝΙ --- ΜΟΣΧΑΤΟ --- SAUVIGNON BLANC --- ΒΙΛΑΝΑ

Ροζέ Κρασιά:

ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΕΙΔΥΛΛΙΟ --ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ

Ερυθρά Κρασιά:

ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ-SYRAH --- ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΜΥΣΤΙΚΟΣ ΔΕΙΠΝΟΣ

ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ CABERNETMERLOT --- ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ
ΜΑΝΤΗΛΑΡΙ

Από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ --- ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ ---- SYRAH ---CAB. SAUV---MERLOT

Γ.Ε.Α. ΑΕ - Λυραράκης

Αλλάγνι, 70300 Ηράκλειο

τ. 2810 284 614, 2810 741 347

f. 2810 288 515

email: visit@lyrarakis.gr

www.lyrarakis.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



MELAMPUS WINES CRETE

Ανάμεσα στα λαξευμένα πατητήρια της αρχαίας Απολλωνίας, γύρω από το μοναστήρι της Παλιανής πάνω στα ίδια ασβεστολιθικά χώματα του θρυλικού οίνου Μαλβάζια, που έγραψε τη δική του ιστορία και υμνήθηκε από τους ευρωπαϊούς ποιητές, στην περιοχή του Βενεράτου όπου διατηρούσαν τις εξοχικές τους κατοικίες οι ενετοί άρχοντες του Χάνδακα και στην καρδιά της αμπελουργικής ζώνης ΟΠΑΠ Δαφνών, η οικογένεια Μελαμπιανάκη καλλιεργεί με σεβασμό στο περιβάλλον και τον άνθρωπο, αμπελώνες με τοπικές και διεθνείς ποικιλίες.

Στο μικρό οινοποιείο μας στο Βενεράτο διαθέτουμε υψηλή τεχνολογία, πνευματικό πιεστήριο, ανοξειδωτες δεξαμενές, θερμικό έλεγχο των ζυμώσεων και όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό που εξασφαλίζει διαχρονικά την ποιότητα των οίνων μας "ΜΕΛΑΜΠΟΥΣ" και "ΕΥΟΙ ΕΥΑΝ", συνεχίζοντας την μεγάλη οινική παράδοση της επαρχίας Μαλεβιζίου.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΜΕΛΑΜΠΟΥΣ --- ΕΥΟΙ ΕΥΑΝ --- ΜΑΛΒΑΖΙΑ ΒΙΑΝΚΑ

Από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ --- ΒΙΛΑΝΑ --- ΜΟΣΧΑΤΟ ---ΜΑΛΒΑΖΙΑ ---SAUVIGNON BLANC

Ερυθρά Κρασιά:

ΜΕΛΑΜΠΟΥΣ --ΕΥΟΙ ΕΥΑΝ ΡΟΖΕ ---ΕΥΟΙ ΕΥΑΝ ΕΡΥΘΡΟ ---SYRAH ---MERLOT

Από ποικιλίες:

ΛΙΑΤΙΚΟ --- ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ --- GRENACHE ROUGE ---SYRAH --- ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ ---
ΜΑΛΒΑΖΙΑ --- TEMPRANILLO ---CAB. SAUVIGNON ---MERLOT

Αφοι Μελαμπιανάκη ΟΕ

Βενεράτο, 70011 Ηράκλειο

τ. 2810 791 271

f. 2810 791 281

email: melampus@mailbox.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΜΙΝΩΣ – ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΜΗΛΙΑΡΑΚΗ

Η εταιρεία "ΜΙΝΩΣ ΚΡΑΣΙΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.- Αφοί Μηλιαράκη" εδρεύει στα Πεζά. Το έτος ίδρυσης της εταιρείας είναι το 1932 και λειτουργεί ως ανώνυμη εταιρεία από το 1988. Είναι η παλιότερη οινοποιητική μονάδα του νησιού και ιστορικά ήταν η πρώτη η οποία εμφιάλωσε κρασί στην Κρήτη το 1952. Από τότε ξεκίνησε τη διακίνηση του αποκλειστικά σε μορφή εμφιαλωμένου προϊόντος.

Σήμερα διοικείται από την τέταρτη γενιά της οικογένειας απαντώντας στα προστάγματα της σύγχρονης αγοράς κρασιού. Οινοποιούνται κατά κύριο λόγο τοπικές ποικιλίες σταφυλιών, προερχόμενα από ιδιόκτητο αμπελώνα, συμβολαιακούς και ενοικιασμένους αμπελώνες.

Η "ΜΙΝΩΣ ΚΡΑΣΙΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.- Αφοί Μηλιαράκη" προσπαθεί να αναδείξει τον Κρητικό αμπελώνα μέσα από τις ποικιλίες του καινοομώντας και υιοθετώντας μεθόδους έως τώρα ανεκμετάλλευτες στην Κρήτη με πρόσφατα παραδείγματα την παραγωγή Λευκού κρασιού από την ερυθρή ποικιλία Κοτσιφάλι (Λευκό από Κοτσιφάλι) και την παρουσίαση για πρώτη φορά στην Κρήτη Λευκού κρασιού από Βιλάνα περασμένο από βαρέλι (Vilana Fume).

Η εταιρεία από το 1999 έχει μπει και στην αγορά του βιολογικού κρασιού με ιδιόκτητο αμπελώνα πιστοποιημένο από τη ΔΗΩ. Από το 1999, εντός του οινοποιείου έχει αναπτυχθεί ένας οργανωμένος χώρος προβολής, δοκιμής κρασιού και εμπορίας παραδοσιακών προϊόντων, το οποίο επισκέπτονται περί τις 30.000 άτομα ετησίως, σε οργανωμένη αλλά και μεμονωμένη μορφή.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΜΑΛΒΑΖΙΑ ΜΗΛΙΑΡΑΚΗ ---ΗΜΙΟΡΕΙΝΟΙ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ---ΜΗΛΙΑΡΑΚΗ

ΛΕΥΚΟΣ ΑΠΟ ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ --- VILANA FUME ---MINOS PALACE ΛΕΥΚΟ ---ΤΟΠΙΚΟΣ ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΜΙΝΩΣ

από ποικιλίες:

ΒΙΛΑΝΑ ---ΜΑΛΒΑΖΙΑ --ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ

Ερυθρά Κρασιά:

ΚΤΗΜΑ ΜΗΛΙΑΡΑΚΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ --- ΗΜΙΟΡΕΙΝΟΙ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΜΗΛΙΑΡΑΚΗ

MINOS PALACE ΕΡΥΘΡΟ ---ΤΟΠΙΚΟΣ ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΜΙΝΩΣ ---MINOS PALACE ΡΟΖΕ

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ --ΜΑΝΤΗΛΑΡΙ ---ΜΟΥΡΒΕΔΡΕ---ΣΥΡΑΗ---GRENACHE ROUGE

ΜΙΝΩΣ - Οινοποιείο Μηλιαράκη

Πεζά Πεδιάδος, 70100 Ηράκλειο

τ. 2810 741 213

f. 2810 741 597

email: info@minoswines.gr

www.minoswines.gr

Επισκεψιμότητα: Δευτ.-Παρ. 09:00-16:00, Σαβ. 10:30-15:00



MEDITERRA ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ – CRETA OLYMPIAS A.E.

Η εταιρεία "ΚΡΕΤΑ ΟΛΥΜΠΙΑΣ Α.Ε." έχει σαν κύρια δραστηριότητα την παραγωγή & εμπορία κρασιών ποιότητας. Ιδρύθηκε το 1973 στον οικισμό Κουνάβοι.

Διαθέτει από τα πλέον σύγχρονα οινοποιεία - εμφιαλωτήρια στην αμπελουργική ζώνη Πεζά ΟΠΑΠ καθώς και οργανωμένα τμήματα πωλήσεων, εξαγωγών και επιχειρηματικού δώρου.

Τα κρασιά της διανέμονται στην Ελλάδα αλλά και σε 22 χώρες στον κόσμο. Διατηρεί σύστημα ποιότητας ISO 9001:2000, σύστημα ασφάλειας τροφίμων ISO 22000:2005 και σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Γεωργικής Παραγωγής σύμφωνα με τα πρότυπα AGRO 2.1 & AGRO 2.2. Τον Μάρτιο 2007, εξελίχθηκε, δημιουργώντας μια οικογένεια κρασιών με τον διακριτικό τίτλο MEDITERRA ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. και με νέο εταιρικό σήμα, τον ήλιο. Όραμα της, η διεθνής καταξίωση των κρητικών ποικιλιών, η ανάδειξη ξενικών που έχουν εγκλιματισθεί στις εδαφοκλιματολογικές συνθήκες του νησιού και η διερεύνηση και η αξιοποίηση του αμπελοοινικού δυναμικού της χώρας μας.

Από το 2007 η εταιρεία δραστηριοποιείται στις εισαγωγές και εμπορία κρασιών από οίκους του εξωτερικού, όπως επίσης και στη διανομή κρασιών νέων μικρών Ελλήνων παραγωγών.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΑΝΑΣΣΑ ---ΞΕΡΟΛΙΘΙΑ ---ΝΕΑ ΓΗ ΛΕΥΚΟ

από ποικιλίες:

ΒΗΛΑΝΑ ----SAUVIGNON BLANC

Ερυθρά Κρασιά:

ΠΥΡΟΡΑΓΟ ---- ΜΥΡΑΜΠΕΛΟΣ ---ΝΕΑ ΓΗ ΕΡΥΘΡΟ

από ποικιλίες:

SYRAH --- ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---CABERNET SAUVIGNON ---ΜΑΝΔΗΛΑΡΙΑ

MEDITERRA ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ – CRETA OLYMPIAS A.E.

Κουνάβοι, 70100 Ηράκλειο

τ. 2810 741 383, 2810 741 431

f. 2810 741 323

email: info@mediterrawines.gr

www.mediterrawines.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



Γ. ΠΑΤΕΡΙΑΝΑΚΗΣ ΑΑΟΒΒΕΕ

Η εταιρεία "Γ. ΠΑΤΕΡΙΑΝΑΚΗΣ ΑΑΟΒΒΕΕ" που εδρεύει στις Μελέσσες ιδρύθηκε το 1997 και διαθέτει 160 στρέμματα ιδιόκτητους βιολογικούς αμπελώνες τα οποία καλλιεργεί και χρησιμοποιεί για την παραγωγή των οίνων της. Η εταιρεία οινοποιεί, εμφιαλώνει και εμπορεύεται τους οίνους βιολογικής καλλιέργειας και εξάγει στην Αγγλία και στη Γερμανία.

Οι επισκέψιμοι βιολογικοί αμπελώνες και οι σύγχρονες εγκαταστάσεις της εταιρείας βρίσκονται σε υψόμετρο 600 μέτρων στην περιοχή του χωριού Μελέσσες, μια ευαίσθητη βιολογικά περιοχή ανωτέρας ποιότητας Ο.Π.Α.Π. V.Q.P.R.D. η οποία πληροί όλους τους κανόνες της βιολογικής και βιοδυναμικής γεωργίας, παρέχοντας εγγύηση για τα προϊόντα που παράγει το Κτήμα Πατεριανάκη.

Οι ποικιλίες των σταφυλιών διαλέχτηκαν με προσοχή ώστε να είναι απόλυτα προσαρμοσμένες στις τοπικές εδαφολογικές και κλιματολογικές συνθήκες.

Η χρησιμοποίηση βιολογικών μεθόδων επέτρεψε την δημιουργία κρασιών και αποσταγμάτων με πολύ μικρή περιεκτικότητα (0,2%-0,6%) σε μεθανόλη και άλλες βαριές αλκοόλες.

Κρασιά και ποικιλίες

Στο Κτήμα η εταιρεία ΠΑΤΕΡΙΑΝΑΚΗ ΜΕΛΙΣΣΙΝΟΣ ΟΙΝΟΣ εμφιαλώνει

Λευκά Κρασιά:

ΜΕΛΙΣΣΙΝΟΣ

από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ --- SAUVIGNON BLANC

Ερυθρά Κρασιά:

ΚΤΗΜΑ ΠΑΤΕΡΙΑΝΑΚΗ --- ΟΠΑΠ --- ΜΕΛΙΣΣΙΝΟΣ ΡΟΖΕ --- ΜΕΛΙΣΣΙΝΟΣ ΕΡΥΘΡΟΣ ---
ΜΕΛΙΣΣΟΚΗΠΟΣ

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ --- ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ --- SYRAH

Γ. Πατεριανάκης ΑΑΟΒΒΕΕ

Μελέσσης, 71001 Ηράκλειο

τ. 2810 226 674

f. 2810 226 673

email: paterianakis@her.forthnet.gr

www.paterianakis.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΧΑΝΩΝ

Η συνεταιριστική οργάνωση "ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΧΑΝΩΝ" που εδρεύει στις Αρχάνες ιδρύθηκε το 1930 και συμμετέχει στην Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ηρακλείου.

Οι Αρχάνες είναι ένας από τους σημαντικότερους οινοπαραγωγικούς οικισμούς της Κρήτης. Βρίσκεται στην κοιλάδα ανατολικά του όρους Γιούχτα, η οποία παράγει εξαιρετικές ποικιλίες κρασοστάφυλων, και το ονομαστό Αρχανιώτικο ροζακί.

Η προέλευση του ονόματος είναι αρχαιότατη, και διασώζεται αναλόγως. Στην περιοχή που κατοικείται από την Υστερη Νεολιθική εποχή βρίσκονται παντού διάσπαρτα στοιχεία που επιβεβαιώνουν την μεγάλη οινική παράδοση της. Σημαντικότερο μνημείο τεκμηρίωσης αυτής της παράδοσης είναι το μινωικό Σταφυλοπιεστήριο που σώθηκε στο Βαθύπετρο.

Διαχρονικά οι Αρχάνες στηριζόμενες στην καλλιέργεια του αμπελιού κατέχουν πάντα μια σημαντική θέση στον πολιτισμό της ευρύτερης περιοχής. Ακόμα και μετά τη Ρωμαϊκή, κατά τη Βυζαντινή Βενετσιάνικη και Τουρκική περίοδο οι Αρχάνες συνεχίζουν να είναι όπως και σήμερα ένα σημαντικό τοπικό οινοπαραγωγικό κέντρο.

Κρασιά και ποικιλίες

Τα μέλη του Αγροτικού Συνεταιρισμού των Αρχανών καλλιεργούν και οινοποιούν

όλες τις τοπικές αλλά και επιλεγμένες ξένες ποικιλίες και παράγουν:

Λευκά Κρασιά από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ --- CHARDONNAY ---- SAUVIGNON BLANC --- ΒΙΛΑΝΑ ---ΜΟΣΧΑΤΟ-
ΒΙΔΙΑΝΟ ---ΠΛΥΤΟ ---ΔΑΦΝΙ---ΜΑΛΒΑΖΙΑ --ΑΘΗΡΙ ---ΡΟΖΑΚΙ

Ερυθρά Κρασιά από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ --SYRAH---CAB. SAUVIGNON ---MERLOT ---CARIGNAN ---
ΛΙΑΤΙΚΟ --GRENACHE ROUGE ---MOURVERDRE ---ΛΑΔΙΚΙΝΟ--ΚΟΤΣΙΦΟΛΙΑΤΙΚΟ

Α.Σ. Αρχανών

Αρχάνες Ηρακλείου

τ. 2810 753 208

φ. 2810 751 474

email: synarh@otenet.gr

Επισκεψιμότητα: Δευτ.-Παρ. 09:00-15:00



ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ WINERY

Η επιχείρηση "ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ" με διακριτικό τίτλο WINERY IOANNIS STILIANOU που εδρεύει στους Κουνάβους. Ιδρύθηκε το έτος 2004 και πρόκειται για οينوποιείο - εμφιαλωτήριο σύγχρονης τεχνολογίας για την παραγωγή κρασιού από ιδιόκτητους βιολογικούς αμπελώνες.

Η ευρύτερη περιοχή των Κουνάβων - Πεζών είναι φημισμένη για τα κρασιά της από παλιά και στο ξωκκλήσι του Αγίου Νικολάου μπορεί κανείς να επισκευτεί τα Ενετικά πατητήρια.

Στη θέση Ξερίζωμα σε υψόμετρο 300-360 μέτρων αναπτύσσεται ο Αμπελώνας Στυλιανού που καταλαμβάνει 30 ιδιόκτητα στρέμματα μέσα στην Ζώνη ΟΠΑΠ Πεζά και είναι πλέον όλα πιστοποιημένα για Βιολογική Καλλιέργεια από την ΒιοΕλλάς.

Στο επισκέψιμο μικρό ιδιόκτητο οينوποιείο Στυλιανού γίνεται ξενάγηση και γευσιγνωσία μετά από ραντεβού οποιαδήποτε χρονική περίοδο.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΘΕΩΝ ΔΩΡΑ

από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ ---ΒΙΛΑΝΑ

Ερυθρά Κρασιά:

ΘΕΩΝ ΔΩΡΑ ΡΟΖΕ --- ΘΕΩΝ ΔΩΡΑ ΕΡΥΘΡΟ ---ΘΕΩΝ ΓΗ

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ

Στυλιανού Γιάννης

Κουνάβοι, 70100 Ηράκλειο

Τ. 2810 314 155, 6936 430 368

email: stilianu@hol.gr

www.canava-stilianou.gr

Επισκεψιμότητα: Παρ. & Σαβ. 10:00-14:00, Κυρ.-Πεμ. με ραντεβού



ΜΗΝΑΣ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. – ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ

Η εταιρεία " ΜΗΝΑΣ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. - ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ" που εδρεύει στο Χουδέτσι Πεδιάδος, ιδρύθηκε το 1999. Διαθέτει επιστημονικό και τεχνικό προσωπικό υψηλού επιπέδου, τεχνογνωσία και σύγχρονη υλικοτεχνική υποδομή.

Παράγει οίνους ποιότητας από σταφύλια βιολογικής γεωργίας τα οποία καλλιεργούνται στους ιδιόκτητους αμπελώνες της. Στα λίγα χρόνια παρουσίας της διακινεί τα προϊόντα της στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Βασικός στόχος της είναι η παραγωγή κρασιών ποιότητας στα οποία θα αναδεικνύεται η ιδιαιτερότητα των τοπικών ποικιλιών.

Η περιοχή ανήκει στην Ζώνη Ο.Π.Α.Π. και διαθέτει ένα οικοσύστημα ιδανικό για την παραγωγή εκλεκτής ποιότητας σταφυλιών. Τοπικές και μερικές ξένες ποικιλίες συμπληρώνουν την πολυποικιλιακή σύνθεση του αμπελώνα του Κτήματος Ταμιωλάκη και δημιουργούν ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες προοπτικές για την παραγωγή οίνων υψηλής ποιότητας.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΛΕΥΚΟΣ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗ --- ΒΙΔΙΑΝΟ – ΠΛΥΤΟ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗ

από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ –ΒΙΛΑΝΑ –ΔΑΦΝΙ --ΜΟΣΧΑΤΟ ΣΠΙΝΑΣ ---ΒΙΔΙΑΝΟ --ΠΛΥΤΟ

Ερυθρά Κρασιά:

ΡΟΖΕ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗ ---ΕΡΥΘΡΟΣ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗ ---SYRAH – ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗ ---
ΕΚΤΗ ΕΚΔΟΣΗ ΤΑΜΙΩΛΑΚΗ

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ –ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ –SYRAH --CAB. SAUVIGNON –MERLOT

Μ. Ταμιωλάκης & ΣΙΑ ΟΕ

Χουδέτσι Πεδιάδος, 70100 Ηράκλειο

Τ. 2810 283 187, 2810 742 083

f. 2810 283 187

email: tamwines@otenet.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΟΙΝΟΠΟΪΑ ΔΑΦΝΩΝ- ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΖΩΡΑΚΟΕΛΕΥΘΕΡΑΚΗΣ

Η επιχείρηση "ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΖΩΡΑΚΟΕΛΕΥΘΕΡΑΚΗΣ" εδρεύει στις Δαφνές, το παραδοσιακό κρασοχώρι του Μαλεβιζίου γνωστό και για την ετήσια Γιορτή Κρασιού που διοργανώνεται από τους τοπικούς φορείς.

Η επιχείρηση δραστηριοποιείται από το έτος 2001 με αντικείμενο την παραγωγή οίνων από αμπέλια βιολογικής καλλιέργειας σε ιδανικές εδαφολογικές και κλιματολογικές συνθήκες. Καλλιεργεί 53 στρέμματα ιδιόκτητων αμπελώνων και 15 ενοικιαζόμενων.

Παράγει ανά έτος περίπου 20 τόνους κρασί και διαθέτει οχτώ διαφορετικές ετικέτες στην αγορά με την επωνυμία της.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

VICTORIA ---3 CLASSIC ---CVRS ---CHARDONNAY ---SAUVIGNON BLANC

από ποικιλίες:

CHARDONNAY SAUVIGNON –BLANC ---ΜΟΣΧΑΤΟ ---VIOGNIER –RIESLING ---
SEMILLON

Ερυθρά Κρασιά:

NATIONALITE ---ARMERIA DI CANDIA ---MERLOT - CAB. SAUVIGNON---ARMERIA
DOLCE ---3 CLASSIC

από ποικιλίες:

SYRAH ---CAB. SAUVIGNON ---MERLOT ---ΛΙΑΤΙΚΟ

ΟΙΝΟΠΟΙΪΑ ΔΑΦΝΩΝ

Δαφνές, 70011 Ηράκλειο

τ. 2810 791 396, 2810 361 582

f. 2810 791 396

email: tzolis@panafonet.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΤΙΤΑΚΗΣ

Η εταιρεία Ν. ΤΙΤΑΚΗΣ ΑΞΤΕΕ, είναι μια οικογενειακή οινοποιεία που δραστηριοποιείται στον χώρο της παραγωγής και διάθεσης οίνου εδώ και τρεις γενιές. Το 1996 μεταφέρθηκε από την Καλλονή στους Κουνάβους, μέσα στην καρδιά της ζώνης των οίνων ΟΠΑΠ Πεζά.

Στις σύγχρονες και διαρκώς εξελισσόμενες εγκαταστάσεις της ΤΙΤΑΚΗΣ Α.Ε γίνεται η παραλαβή της πρώτης ύλης, η επεξεργασία, η αποθήκευση, η εμφιάλωση και η διανομή των προϊόντων μας, με ένα αξιόλογο δίκτυο διανομής τόσο στην Κρήτη, όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Επιπλέον, προβλέπονται οι υποδομές για την δημιουργία επισκέψιμου χώρου.

Την τελευταία 10 ετία η ΤΙΤΑΚΗΣ Α.Ε διακρίνεται στην εμφιάλωση των προϊόντων της σε ασκό, που είναι χαρακτηριστικά τόσο για την υψηλή ποιότητα τους, όσο και για την μοντέρνα συσκευασία τους.

Τα τελευταία χρονιά έχει ξεκινήσει την εμφιάλωση των οίνων της σε γυάλινη φιάλη και σε φιάλη pet 1,5 lt. εξυπηρετώντας έτσι τόσο τις ανάγκες της αγοράς, με πρωταρχικό στόχο την περαιτέρω βελτίωση και αναβάθμιση της ποιότητας τους.

Από τις αρχές του 2007, έχει πιστοποιηθεί και εφαρμόζει το σύστημα ποιότητας iso 22000:2005.

Η Ν.ΤΙΤΑΚΗΣ ΑΞΤΕΕ, τα τελευταία χρόνια βρίσκεται σε μια διαδικασία συνεχούς εκσυγχρονισμού και ανάπτυξης, με οδηγό την εμπειρία του Νικολάου Τιτακη.

Κρασιά και ποικιλίες

Η εταιρεία Ν.ΤΙΤΑΚΗΣ βασίζεται στην μεγάλη οικογενειακή παράδοση και συνεχίζει την τοπική παράδοση οινοποίησης από τις βασικές ποικιλίες ΒΙΛΑΝΑ και τα ερυθρά ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ - ΜΑΝΤΗΛΑΡΙΑ

Λευκά Κρασιά:

ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΡΑΣΙ ΤΙΤΑΚΗ ---ΟΙΝΟΣ ΛΕΥΚΟΣ ΤΙΤΑΚΗ ---ΟΙΝΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ΤΙΤΑΚΗ

Ροζέ Κρασιά:

ΟΙΝΟΣ ΡΟΖΕ ΤΙΤΑΚΗ --ΟΙΝΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ΡΟΖΕ ΤΙΤΑΚΗ

Ερυθρά Κρασιά

ΟΙΝΟΣ ΕΡΥΘΡΟΣ ΤΙΤΑΚΗ ---ΟΙΝΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ΕΡΥΘΡΟΣ ΤΙΤΑΚΗ ---ΟΙΝΟΣ ΞΗΡΟΣ ΕΡΥΘΡΟΣ ΤΙΤΑΚΗ

Τιτάκης Νικόλαος

Κουνάβοι, 70100 Ηράκλειο

τ. 2810 743 630

φ. 2810 743 630

email: info@titakis.gr

www.titakis.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Η συνεταιριστική οργάνωση "ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ" που εδρεύει στο Ηράκλειο ιδρύθηκε το 1927.

Οι πρώτες δραστηριότητές της αφορούσαν στη συγκέντρωση των παραγομένων στην περιοχή κύριων προϊόντων που ήταν η σταφίδα και το ελαιόλαδο και στην παροχή υπηρεσιών. Εφαρμόζεται σύστημα διασφάλισης ποιότητας κατά EN ISO 9001:2000 στις παραγωγικές δραστηριότητες (κρασί, λάδι, ξύδι) και HACCP ΕΛΟΤ 1416:2000 και BRC.

Με το νέο της οινοποιείο στην περιοχή της Αυγενικής η ΕΝΩΣΗ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ μας υπενθυμίζει ότι υπάρχουν κοινωνικοί σκοποί και πολιτικές που μπορούν να ανεβάσουν ποιοτικά το επίπεδο των αγροτών μας. Το πρότυπο αυτό οινοποιείο με την συμβολή του ζωγράφου Μανώλη Αποστολάκη από απλός χώρος δουλειάς γίνεται εκθεσιακός χώρος όπου παντρεύεται η ομορφιά της παράδοσης του τόπου μας στην αμπελοκαλιέργεια, με τηνσύγχρονη τεχνολογία και την καλλιτεχνική δημιουργία.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΚΡΗΣΣΑ ΓΗ – ΒΙΛΑΝΑ --- ΚΡΗΣΣΑ ΓΗ – SYRAH ---DOMENICO ---MALVICINO ---
ΕΡΩΦΙΛΗ --ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ --ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΟΝΑΚΙ --- ΕΚΛΕΚΤΗ – ΠΕΤΣΙΝΑ ΝΙΟΒΗ
- ΠΕΤΣΙΝΑ

από ποικιλίες:

ΒΙΛΑΝΑ ---SYRAH

Ερυθρά Κρασιά:

VINISSIMO ---ΔΑΦΝΕΣ ---DOMENICO ---MALVICINO --ΕΡΩΦΙΛΗ ---ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΟΝΑΚΙ -
--ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---SYRAH ---ΛΙΑΤΙΚΟ

ΕΑΣ Ηρακλείου

Αυγενική, 70011 Ηράκλειο

τ. 2810 791 250, 2810 378 000

φ. 2810 791 760

email: info@agrunion.gr

www.agrunion.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΙΔΑΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ

Η επιχείρηση Ιδαία οινοποιητική ιδρύθηκε το 1998 και διαθέτει 25 στρέμματα ιδιόκτητων επισκέψιμων αμπελώνων.

Η εταιρεία εδρεύει στο Βενεράτο, όπου βρίσκεται και το Μοναστήρι της Παλιανής, μια περιοχή που από παλιά είναι γνωστή για τα κρασιά της, δεδομένου ότι ήδη από την

ενετική περίοδο γίνεται ένα από τα οινοπαραγωγικά κέντρα της Κρήτης, παράγοντας γνωστούς ποιοτικούς οίνους που εξάγονταν από το λιμάνι του Ηρακλείου.

Ακόμα και σήμερα ο τοπικός αμπελώνας που αναπτύσσεται στο λοφώδες ανάγλυφο με τις πανέμορφες κοιλάδες προσφέρει εξαιρετικές οινοποιήσιμες ποικιλίες από τις οποίες η ΙΔΑΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ παράγει τα εμφιαλωμένα κρασιά της.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΙΔΑΙΑ ΓΗ ΒΙΛΑΝΑ

από ποικιλίες:

ΒΙΛΑΝΑ

Ερυθρά Κρασιά:

ΙΔΑΙΑ ΓΗ ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ - ----ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ -----CAB. SAUVIGNON ΙΔΑΙΑ – ΛΙΑΤΙΚΟΣ ---
ΟΙΝΟΣ ΦΥΣΙΚΟΣ ΓΛΥΚΟΣ ---ΙΔΑΙΑ ΓΗ GRENACHE ---ROUGE

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ ---CAB. SAUVIGNON ---GRENACHE ROUGE

Ιδαία Οινοποιητική

Βενεράτο, 70011 Ηράκλειο

τ. 210 244 0396

f. 210 244 0396

email: idaia.wine@gmail.com

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΠΑΛΙΑΝΗΣ ΓΗ

Η ΠΑΛΙΑΝΗΣ ΓΗ εδρεύει στην Αυγενική και παίρνει το όνομα της από το ομώνυμο κοντινό μοναστήρι ένα από τα παλαιότερα της Κρήτης.

Στο λοφώδες ανάγλυφο της περιοχής του χωριού αναπτύσσονται οι αμπελώνες του Κτήματος της ΠΑΛΙΑΝΗΣ ΓΗ, στο οποίο θα παράγονται αποκλειστικά και μόνο κρασιά από Βιολογική Καλλιέργεια.

Σε συνάρτηση με τις σύγχρονες εγκαταστάσεις, τον μηχανολογικό εξοπλισμό (σύστημα διασφάλισης ποιότητας HACCP και ISO) και το εξειδικευμένο προσωπικό, εγγυάται την άριστη ποιότητα των κρασιών της.

Τα σταφύλια προέρχονται από ιδιόκτητους και από επιλεγμένους αμπελώνες, ιδιωτών της ευρύτερης περιοχής, οι οποίοι ελέγχονται από το επιστημονικό προσωπικό της εταιρείας.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΒΙΔΙΑΝΟ ---HARDONNAY ---ΜΑΛΒΑΖΙΑ ---SAUVIGNON BLANC ---ΒΙΛΑΝΑ---
ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ---VENUS EROS

από ποικιλίες:

ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ ---HARDONNAY ---SAUVIGNON BLANC ---ΒΙΛΑΝΑ ---ΒΙΔΙΑΝΟ ---
ΜΑΛΒΑΖΙΑ

Ερυθρά Κρασιά:

MERLOT---CAB. SAUVIGNON---SYRAH---ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ - SYRAH---VENUS EROS---
VENUS EROS ROSE

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ---ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ---SYRAH---CAB. SAUVIGNON---MERLOT

Παλιανής Γη ΑΕ

Αυγενική, 70011 Ηράκλειο

τ. 2810 791 801, 2810 361 580

f. 2810 361 582

email: sales@palianis-gi.gr

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΑΦΟΙ ΣΤΡΑΤΑΡΙΔΑΚΗ Ο.Ε.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2006 από τους αδερφούς ΣΤΡΑΤΑΡΙΔΑΚΗ, Κώστα και Μανώλη Γεωπόνους στο επάγγελμα και τρίτης γενιάς αμπελουργών.

Η οικογένεια Στραταριδάκη ασχολείται με την αμπελοκαλλιέργεια από το 1870 με αγάπη και μεράκι.

Το επισκέψιμο οινοποιείο και οι αμπελώνες της εταιρείας βρίσκονται στους πρόποδες των Αστερουσίων Ορέων και εκτείνονται σε μια έκταση 130 στρεμμάτων στα οποία καλλιεργούνται ντόπιες και ξένες ποικιλίες.

Η εταιρεία είναι σχετικά νέα στον τομέα της οινοποιίας αλλά βασίζεται στην αγάπη και το μεράκι των ιδιοκτητών παντρεύοντας την οικογενειακή και τοπική παράδοση με την πλέον εξελιγμένη τεχνολογία του οινικού τομέα.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

ΣΤΡΑΤΑΡΙΔΑΚΗΣ---ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ----ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ----ΒΙΛΑΝΑ - ΜΟΣΧΑΤΟ

από ποικιλίες:

ΒΙΛΑΝΑ---ΜΟΣΧΑΤΟ---ΒΙΔΙΑΝΟ

Ερυθρά Κρασιά:

ΣΤΡΑΤΑΡΙΔΑΚΗΣ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟ ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ

από ποικιλίες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ---ΜΑΝΔΗΛΑΡΙ---SYRAH---CAB. SAUVIGNON---ΚΟΤΣΙΦΟΛΙΑΤΙΚΟ

Αφοι Στραταριδάκη Ο.Ε.

Αγ. Απόστολοι Καστελλιανών

τ. 28910 71275

φ. 28910 71 275

Επισκεψιμότητα: με ραντεβού



ΚΤΗΜΑ ΖΑΧΑΡΙΟΥΔΑΚΗ

Περιμετρικά της κορυφής του λόφου "Ορθή Πέτρα" και σε υψόμετρο 500 μέτρων βόρεια της Αρχαίας Γόρτυνας, με πανοραμική θέα στον κάμπο της Μεσαράς και τον Ψηλορείτη από τον οποίο δέχεται το δροσερό βοριαδάκι - ακόμα και τις ζεστές ημέρες του Καλοκαιριού - βρίσκεται ο πιστοποιημένος από τη ΔΗΩ βιολογικός αμπελώνας της Οικογένειας Ζαχαριουδάκη.

Στην περιοχή του κοντινού χωριού Πλουτή, αναπτύσσεται ακόμα και σήμερα ένας παραδοσιακός αμπελώνας, με ρίζες από την αρχαιότητα, αν κρίνουμε από τα λαξευτά σε βράχο αλλά και τα ίχνη κτιστών αρχαίων πατητηριών που ανακαλύφθηκαν πρόσφατα δυτικά του χωριού - στη ρίζα του λόφου – όπου βρίσκεται το υπόσκαφο αρχαίο Λατομείο της Γόρτυνας, ο φημισμένος Λαβύρινθος.

Στην περιοχή αυτή με τη μεγάλη παράδοση στην αμπελουργία, ο δημοσιογράφος Στέλιος Ζαχαριουδάκης, εγκαθιστά με ένα ξεχωριστό τρόπο, στην κορυφή και τις απόκρημνες

πλαγιές του λόφου "Όρθή Πέτρα" έναν ιδιόκτητο αμπελώνα 200 στρεμμάτων. Στο ξεχωριστό αυτό αμπελοτόπι, που δημιουργούν τα μικρά πεζούλια γύρω από το λόφο, καλλιεργούνται επιλεγμένες τοπικές και ξένες ποικιλίες. Από τη συνεύρεση των ποικιλιών αυτών, που καλλιεργούνται βιολογικά, σε συνδυασμό με το πετρώδες του εδάφους, το υψόμετρο των 500 μέτρων που εκθέτει τον αμπελώνα στα ψυχρά ρεύματα του χειμώνα και το καλοκαίρι στο δροσερό βόρειο άνεμο του Ψηλορείτη αλλά και τη δροσερή δυτική αύρα από τη θαλάσσια περιοχή του κόλπου της Μεσαράς, δημιουργούνται όλες αυτές οι συνθήκες, για την παραγωγή μιας εξαιρετικής ποιότητας κρασιού.

Η οινοποίηση γίνεται στο υπερασύγχρονο οινοποιείο που βρίσκεται εντός του αμπελώνα, με μεθόδους και προδιαγραφές που εξασφαλίζουν την υψηλή ποιότητα εμφιάλωσης του τελικού παραγόμενου προϊόντος.

Από την αίθουσα γευσιγνωσίας του οινοποιείου ο επισκέπτης απολαμβάνει τη μοναδική πανοραμική θέα προς τον κάμπο και τον κόλπο της Μεσαράς, τα Αστερούσια Όρη και τον Ψηλορείτη. Ακόμα ο επισκέπτης, μπορεί να περπατήσει και να ξεναγηθεί στον αμπελώνα προκειμένου να δει από κοντά τις μοναδικές εικόνες που δημιουργεί ο τρόπος φύτευσης του και να θαυμάσει την εναλλαγή του τοπίου περπατώντας γύρω από το λόφο "Όρθή Πέτρα".

Κρασιά και ποικιλίες

Οι καλλιεργούμενες ποικιλίες είναι:

Λευκές:

SAUVIGNON BLANC ---ΒΙΛΑΝΑ ---ΒΙΔΙΑΝΟ ---MALVASIA

Κόκκινες:

ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ---SYRAH --CAB. SAUVIGNON ---MERLOT

Κτήμα Ζαχαριουδάκη

Πλουτή Μοιρών

τ. 28920 24 733

f. 28920 24 145

email: ktima-zahar@mir.forthnet.gr

Επισκεψιμότητα: Δευτ.-Κυρ. 10:00-20:00



ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΜΙΧΑΛΑΚΗ ΑΕ

Το 1962 Ιδρύεται η εταιρεία "Υιοί Γεωργίου Μιχαλάκη", από την οποία έχουν προέλθει οι σημερινές αμπελουργικές και οινοποιητικές δραστηριότητες της εταιρίας "Αμπελώνες Μιχαλάκη Α.Ε." η οποία ιδρύθηκε το 2000 και ασχολείται με την αμπελοκαλλιέργεια στο 430 στρεμμάτων "Κτήμα Μιχαλάκη" και με την διαχείριση του νέου οινοποιείου μέσα στο κτήμα.

Στις πλαγιές της κοιλάδας που αναπτύσσεται νότια από το Βαθύπετρο όπου βρίσκεται το μινωικό πατητήρι, στα 550 μέτρα υψόμετρο, απλώνεται μια ενιαία ημιορεινή έκταση 430 στρεμμάτων, που ήταν αμπελοτόπι της Ιεράς Μονής Αγίου Γεωργίου του Επανωσήφη. Εδώ οι παλιές ντόπιες ποικιλίες συνδυάζονται με τις διεθνείς και προκαλούν τη δημιουργικότητα και την εξέλιξη των κρασιών του κτήματος Μιχαλάκη.

Όμως το μυστικό τους βρίσκεται πραγματικά, στα ευλογημένα χώματα, στο καταπληκτικό μικροκλίμα της περιοχής μας με τους βόρειους ανέμους του Αιγαίου πελάγους και ίσως το πιο σημαντικό, στο όραμα των ανθρώπων που συμμετέχουν. Από τις κρητικές μας ρίζες κληρονομήσαμε την αγάπη, το μεράκι και το πάθος για το κρασί και αυτά με τη σειρά τους, μας οδήγησαν στο να διευρύνουμε τις γνώσεις μας, να ανοίξουμε τους ορίζοντές μας, αναπτύσσοντας ολοένα και περισσότερο την τεχνική μας.

Η καλύτερη επιβράβευση για όλη αυτή την προσπάθεια είναι η αγάπη του κοινού από διάφορες χώρες του κόσμου, που μας δημιουργεί την ευθύνη για την διάθεση ολοένα και πιο αξιόλογων κρασιών.

Κρασιά και ποικιλίες

Λευκά Κρασιά:

GOLD CUVÉE ---CHARDONNAY ---ΕΥΑΝΘΗΣ ---ΒΗΛΑΝΑ ---ΜΕΡΑΣΤΡΙ ---SILK
PASSION ---- ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ

από ποικιλίες:

CHARDONNAY ---ΔΑΦΝΙ ---ΜΑΛΒΑΖΙΑ ---ΠΛΥΤΟ ----SAUVIGNON BLANC ---ΜΟΣΧΑΤΟ
ΣΠΙΝΑΣ ---ΘΡΑΨΑΘΗΡΙ ---ΒΙΔΙΑΝΟ ---ΒΗΛΑΝΑ

Ερυθρά Κρασιά:

GOLD CUVÉE ---CABERNET SAUVIGNON ---MERLOT----ΑΤΑΡΑΧΟΣ RED---
ΑΤΑΡΑΧΟΣ ROSE----ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ---ΜΕΡΑΣΤΡΙ---VELVET PASSION---ΚΡΗΤΙΚΟΣ
ΤΟΠΙΚΟΣ

από ποικιλίες:

CABERNET SAUVIGNON---ΚΟΤΣΙΦΑΛΙ ----ΜΑΝΤΗΛΑΡΙ ---MERLOT ---SYRAH

ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΜΙΧΑΛΑΚΗ ΑΕ

Μεταξοχώρι, 71408 Ηράκλειο

t. 0030 2810 741 222

f. 0030 2810 381 303

email: info@michalakis.gr

www.michalakis.gr

Επισκεψιμότητα: Δευτ.-Παρ. 09:00-16:00, Σαβ. & Κυρ. με ραντεβού

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Getz, D., Dowling, R., Carlsen, J., & Anderson, D. (1999). Critical success factors for wine tourism. *International Journal of Wine Marketing*, 11

Brown G. Getz D, (2005) Linking wine preferences to the choice of wine tourism destinations, *J. Travel. Res.*, 43 (3) (2005)

Tsakiris A. (2003) *Greek Wine knowledge*. Psychalou Publishing. Athens

Trantafyllou E. (2005) *The Wine promotion through the foreigner visitors in Greece*. Proceedings of the first Congress for the Greek Wine. Metsovo 1-3 July 2005

Greek Wine Industry (2008). *CriticalPublics. Global Public Rhetoric Analysis: Wines from Greece*.

Wines of Crete <http://www.winesofcrete.gr>

Αρχάνες – Αστερούσια <http://www.archanes-asterousia.gr>

Δρόμοι κρασιού Ν.Ηρακλείου Υπεύθυνος έκδοσης: Αναπτυξιακή Ηρακλείου ΑΑΕ ΟΤΑ