



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΟΙΝΟΥ, ΑΜΠΕΛΟΥ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Διερεύνηση Οινοτουριστικών
δραστηριοτήτων στην Κεντρική
Μακεδονία**



ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ

ΑΜ: 718171124

**Επιβλέπων
Καθηγητής**

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Ε. ΚΑΛΔΗΣ

ΑΘΗΝΑ, ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ – 2022



**UNIVERSITY OF WEST ATTICA
SCHOOL OF FOOD SCIENCE
DEPARTMENT OF WINE, VINE AND BEVERAGE SCIENCES**

BACHELOR THESIS

Investigation of wine tourism activities in Central Macedonia



GEORGIU ATHANASIOS

Registration Number: 718171124

**Supervisor
Panagiotis E. Kaldis**

ATHENS, SEPTEMBER – 2022



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΟΙΝΟΥ, ΑΜΠΕΛΟΥ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ**

ΔΗΛΩΣΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Οι υπογράφωντες δηλώνουμε ότι έχουμε εξετάσει τη διπλωματική εργασία με τίτλο:

**«Διερεύνηση Οινοτουριστικών δραστηριοτήτων
στην Κεντρική Μακεδονία»**

και βεβαιώνουμε ότι γίνεται δεκτή.

Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα Καθηγητή (1^ο Μέλους Επιτροπής)	
Ψηφιακή Υπογραφή Καθηγητή (2^ο Μέλους Επιτροπής)	
Ψηφιακή Υπογραφή Καθηγητή (3^ο Μέλους Επιτροπής)	

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογράφων **Αθανάσιος Γεωργίου** του Ιωάννη, με αριθμό μητρώου 718171124 φοιτητής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Επιστημών Τροφίμων του Τμήματος Επιστημών Οίνου, Αμπέλου και Ποτών, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

*Επιθυμώ την απαγόρευση πρόσβασης στο πλήρες κείμενο της εργασίας μου μέχρι και έπειτα από αίτηση μου στη Βιβλιοθήκη και έγκριση του επιβλέποντα καθηγητή**

Ο Δηλών

Αθανάσιος Γεωργίου & Υπογραφή

***Ονοματεπώνυμο Επιβλέποντα Καθηγητή**

Ψηφιακή Υπογραφή

** Σε εξαιρετικές περιπτώσεις και μετά από αιτιολόγηση και έγκριση του επιβλέποντα, προβλέπεται χρονικός περιορισμός πρόσβασης (embargo) 6-12 μήνες. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να υπογράψει ψηφιακά ο/η επιβλέπων/ουσα καθηγητής/τρια, για να γνωστοποιεί ότι είναι ενημερωμένος/ή και συναινεί. Οι λόγοι χρονικού αποκλεισμού πρόσβασης περιγράφονται αναλυτικά στις πολιτικές του Ι.Α. (σελ. 6):*

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο οινoturισμός ως εναλλακτική μορφή τουρισμού δείχνει να παρουσιάζει μια δυναμική τα τελευταία χρόνια καθώς εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο του τουρισμού της υπαίθρου και αναπτύσσεται σε αγροτικές περιοχές με σημαντική παραγωγή κρασιού στις οποίες έχουν δημιουργηθεί ελκυστικά οινοποιία που συνδυάζουν την οινική γευσιγνωσία συχνά με ενδιαφέρουσες δραστηριότητες στις κοντινές περιοχές και σε αμπελώνες. Εστιάζοντας στις αμπελουργικές ζώνες της Κεντρικής Μακεδονίας και μελετώντας τις πρωτοπόρες ενέργειες που έγιναν από τις Ενώσεις των οινοποιών της περιοχής αυτής σχετικά με τον οινoturισμό, στην παρούσα πτυχιακή εργασία γίνεται διερεύνηση του τοπίου του οινoturισμού έτσι όπως αποτυπώνεται μέσα από τα οινοποιία σχετικά με το προφίλ των οινoturιστών, τα κίνητρα των επισκέψεων τους, τις καταναλωτικές τους προτιμήσεις, το είδος και την ποιότητα των οινoturιστικών παροχών αλλά και τον τρόπο επικοινωνίας τους με το κοινό τους όπως και τα μέσα τα οποία χρησιμοποιούν για την προβολή και προώθηση των προϊόντων και δραστηριοτήτων τους. Διερευνώνται επίσης τα επιμέρους προβλήματα που μπορεί να εντοπιστούν στις οινoturιστικές δραστηριότητες αλλά και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τους άλλους τομείς του τουρισμού της υπαίθρου και τέλος κατά πόσο μπορεί να συμβάλει ο οινoturισμός στην περιφερειακή ανάπτυξη αλλά και με ποιες διορθωτικές κινήσεις θα μπορούσε να ενισχυθεί περισσότερο μέσα από ανάπτυξη συνεργασιών με άλλους ιδιωτικούς, τοπικούς όσο και πολιτειακούς / κρατικούς φορείς.

Λέξεις κλειδιά: Οινoturισμός, Κεντρική Μακεδονία, Τουρισμός Υπαίθρου

Abstract

Wine tourism as an alternative form of tourism seems to have been prevailing ground in recent years, as it is part of the wider context of rural tourism and it is developing in rural areas with significant wine production, in which attractive wineries have been created that often combine wine tasting with interesting activities in the nearby areas and in vineyards. Focusing on the wine-growing zones of Central Macedonia and studying the pioneering actions taken by the Unions of winemakers of this region, regarding wine tourism, this thesis investigates the landscape of wine tourism as it is reflected through the wineries in relation to the profile of wine tourists, the motivations of their visits, their consumer preferences, the type and quality of wine tourism services, the way they communicate with their public as well as the means they use to present and promote their products and activities. The individual problems that can be identified in wine tourism activities are also investigated, as well as the individual advantages in relation to the other sectors of rural tourism, and finally, to what extent wine tourism can contribute to regional development, and with which corrective actions it could be further strengthened through the development of partnerships with other private, local and state agencies.

Key words: Wine tourism, Central Macedonia, Rural tourism

Ευχαριστίες

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με θέμα «Διερεύνηση Οινοτουριστικών δραστηριοτήτων στην Κεντρική Μακεδονία», για τις σπουδές μου στο Τμήμα Οίνου, Αμπέλου και Ποτών, ΠΑΔΑ ήταν για μένα μια πρώτη προσπάθεια να κατανοήσω και να ασχοληθώ με ένα θέμα που κατά τη διάρκεια των σπουδών μου κατάλαβα πως ήταν το αντικείμενο που με ενδιέφερε. Σε όλη τη διάρκεια της μελέτης και της έρευνας μου δόθηκε η ευκαιρία να αποκτήσω βαθύτερη γνώση για το αντικείμενο, να θέσω ερωτήματα, να επεξεργαστώ δεδομένα να οδηγηθώ σε κάποια συμπεράσματα αλλά και προβληματισμούς που μπορεί να με οδηγήσουν σε επόμενα βήματα.

Θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες στον Πρύτανη της Σχολής μας και επιβλέπων καθηγητή της παρούσας εργασίας, κ. Παναγιώτη Καλδή για την εμπιστοσύνη του, και για την ευκαιρία που μου έδωσε να ασχοληθώ υπό την καθοδήγησή του στο θέμα που με ενδιέφερε.

Κατά τη διάρκεια της έρευνάς μου ήρθα σε επαφή με τα οινοποιεία και κυρίως με τους ανθρώπους τους που οραματίζονται και μοχθούν για να δημιουργήσουν ποιοτικά προϊόντα και να αναπτύξουν υψηλού επιπέδου οινοτουριστικές δραστηριότητες οι πιο πολλοί. Θα ήθελα οι ευχαριστίες μου να απευθυνθούν στους εκπροσώπους των οινοποιείων οι οποίοι παρά τον περιορισμένο χρόνο τους, ανταποκρίθηκαν στα ερωτηματολόγια της εργασίας μου, στους: Οίνοι BAENI Νάουσα, Κτήμα Νεραντζή, Κτήμα Κυρ-Γιάννη, Κτήμα Γεροβασιλείου, Οινοποιεία Αιδαρίνη, Οινοποιείο Δαλαμάρα, Κτήμα Ζήν ήδεως, Κτήμα Κούρτη, Κτήμα Φουντή, Κτήμα Ταραλάς – Έλιнос και το Κτήμα Χατζηβαρύτη.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω θερμά τους γονείς μου και την ευρύτερη οικογένειά μου για την συμπαράστασή τους καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου, όπως επίσης τα κοντινά μου πρόσωπα και τους φίλους μου.

Πίνακας περιεχομένων

Πίνακας περιεχομένων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ	3
ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ.....	3
Επιβλέπων	3
BACHELOR THESIS	4
Supervisor.....	4
Panagiotis E. Kaldis	4
ΔΗΛΩΣΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ.....	5
ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	7
Ευχαριστίες.....	9
Πίνακας περιεχομένων	10
Κατάλογος Εικόνων	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	1
ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΟΙΝΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1
1.1. Έννοιες και Ορισμοί	1
1.2 Θεσμικό Πλαίσιο Οινοτουρισμού.....	3
1.3 Η εμφάνιση και η ανάπτυξη του Ελληνικού Οινοτουρισμού - Η εξέλιξή του στην Κεντρική Μακεδονία	5
1.4 Οι Φορείς του οινοπαραγωγικού κλάδου της Κεντρική Μακεδονίας και η συμμετοχή τους στον Οινοτουρισμό	7
1.5 Οφέλη και επιπτώσεις του οινοτουρισμού για την Κεντρική Μακεδονία.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	11
ΟΙ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΑΜΠΕΛΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ.....	12
2.1 Εισαγωγή	12
2.2 Οι Ποικιλίες της Κεντρικής Μακεδονίας	12
2.2.1 Λευκές ποικιλίες οινοποιίας στην Κεντρική Μακεδονία.....	14

2.2.2 Ερυθρές ποικιλίες οινοποιίας στην Κεντρική Μακεδονία	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	20
ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ.....	20
3.1 Αμπελουργικές ζώνες στην Κεντρική Μακεδονία	20
3.1.1. Α.Ζ. Θεσσαλονίκης.....	20
3.1.2 Α.Ζ. Ημαθίας.....	21
3.1.3. Α.Ζ. Κιλκίς.....	23
3.1.4. Α.Ζ. Πέλλας	24
3.1.5. Α.Ζ. Πιερίας	24
3.1.6. Α.Ζ. Σερρών	24
3.1.7. Α.Ζ. Χαλκιδικής.....	25
3.2 Τυποποίηση οίνου και τύποι οίνων Κεντρικής Μακεδονίας.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	30
Ο ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	30
4.1 Ο χάρτης του οινοτουρισμού	30
4.2. Ειδικές υποδομές οινοποιείων	32
4.3. Παρεχόμενες υπηρεσίες από τα οινοποιεία	32
4.4. Δραστηριότητες των οινοποιείων	33
4.5. Το μάρκετινγκ του Οινοτουρισμού στην Κεντρική Μακεδονία	33
4.6. Οι τάσεις του κοινού.....	34
4.7. Οικονομικά στοιχεία.....	34
4.8. Τα προβλήματα του κλάδου του Οινοτουρισμού στην Κεντρική Μακεδονία.....	34
4.9. Προτάσεις ανάπτυξης	34
4.9.1. Χρηματοδοτικά προγράμματα, μνημόνια, διεθνείς συμφωνίες και συνεργασίες με την Αυτοδιοίκηση και άλλους φορείς του τουρισμού.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	36
ΕΡΕΥΝΑ.....	36
5.1. Μεθοδολογία της έρευνας	36
5.2. Στατιστικά αποτελέσματα.....	37

5.2.1. Στατιστικά αποτελέσματα προφίλ επισκεπτών	37
5.2.2 Το προφίλ των οινοποιείων	49
5.2.3 Ο Οινοτουρισμός στην Κεντρική Μακεδονία.....	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	71
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	71
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	74
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	78
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΓΡΑΦΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	96

Κατάλογος Εικόνων

EΙΚΟΝΑ 1.1. Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος
EΙΚΟΝΑ 2.1 Ποικιλία Λημνιό
EΙΚΟΝΑ 2.2. Ποικιλία Νεγκόσκα
EΙΚΟΝΑ 2.3 Ποικιλία Ξινόμαυρο
EΙΚΟΝΑ 2.4 Ποικιλία Αθήρι
EΙΚΟΝΑ 2.5 Ποικιλία Ασύρτικο
EΙΚΟΝΑ 2.6 Ποικιλία Μαλαγουζιά
EΙΚΟΝΑ 2.7 Ποικιλία Ροδίτης
EΙΚΟΝΑ 2.8 Ποικιλία Chardonnay
EΙΚΟΝΑ 2.9 Ποικιλία Sauvignon Blanc
EΙΚΟΝΑ 2.10 Ποικιλία Cabernet Sauvignon
EΙΚΟΝΑ 2.11 Ποικιλία Cabernet Franc
EΙΚΟΝΑ 2.12 Ποικιλία Grenache Rouge
EΙΚΟΝΑ 2.13 Ποικιλία Merlot
EΙΚΟΝΑ 2.14 Ποικιλία Syrah
EΙΚΟΝΑ 3.1 Χάρτης ζώνης παραγωγής Οίνοι ΠΟΠ και ΠΓΕ Μακεδονίας
EΙΚΟΝΑ 3.2 Μουσείο Οίνου και Αμπέλου

Κατάλογος Πινάκων

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. Κατανομή κατά φύλλο
ΠΙΝΑΚΑΣ 2. Κατανομής ποσοστιαία αλλοδαπών
ΠΙΝΑΚΑΣ 3. Κατανομή ποσοστιαία Βαλκάνιων επισκεπτών
ΠΙΝΑΚΑΣ 4. Κατανομή κατά ηλικία
ΠΙΝΑΚΑΣ 5. Κατανομή ποσοστιαία συνθέτων ομάδων επισκεπτών
ΠΙΝΑΚΑΣ 6. Κατανομή ποσοστιαίας συχνότητας απαντήσεων για την οργάνωση επισκέψεων
ΠΙΝΑΚΑΣ 7. Κατανομή ποσοστιαίας συχνότητας απαντήσεων για την εμφάνιση επισκεπτών
ΠΙΝΑΚΑΣ 8. Κατανομή συχνότητας ημερήσιων επισκέψεων
ΠΙΝΑΚΑΣ 9. Κατανομή συχνότητας μηναίων επισκεψιμότητας
ΠΙΝΑΚΑΣ 10. Κατανομή συχνότητας σχέσεων επισκεπτών με τα οινοποιεία
ΠΙΝΑΚΑΣ 11. Κατανομή συχνότητας σχέσεων επισκεπτών με την οινοποιία
ΠΙΝΑΚΑΣ 12. Κατανομή απαντήσεων για τον σκοπό επισκέψεων

ΠΙΝΑΚΑΣ 13. Κατανομή απαντήσεων για την αφετηρία γνωριμιών με τα οινοποιεία ΠΙΝΑΚΑΣ 14. Κατανομή συχνότητας ύψους αγορών από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη ΠΙΝΑΚΑΣ 15. Κατανομή συχνότητας ύψους αγορών ενθύμιων από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη ΠΙΝΑΚΑΣ 16. Κατανομή ποσοστιαία κατανάλωσης υπηρεσιών οινογνωσίας κατ' επισκέπτη ΠΙΝΑΚΑΣ 17. Κατανομή ποσοστιαία κατανάλωσης υπηρεσιών ψυχαγωγίας κατ' επισκέπτη ΠΙΝΑΚΑΣ 18. Κατανομή ποσοστιαία κατανάλωσης υπηρεσιών φιλοξενίας/διαμονή κατ' επισκέπτη ΠΙΝΑΚΑΣ 19. Κατανομή διαρκών λειτουργειών οινοποιείων ΠΙΝΑΚΑΣ 20. Κατανομή ποσοστιαία ετών οινοτουριστικών δραστηριοτήτων ΠΙΝΑΚΑΣ 21. Κατανομή απαντήσεων για οινοτουριστικές υπηρεσίες προσφοράς των οινοποιείων ΠΙΝΑΚΑΣ 22: Κατανομή απαντήσεων για παροχή διευκόλυνσης σε ΑμεΑ ΠΙΝΑΚΑΣ 23: Κατανομή απαντήσεων για επιτρεπόμενη συνοδεία κατοικίδιων ΠΙΝΑΚΑΣ 24: Κατανομή ποσοστιαίων εργαζόμενων απασχόλησης στα οινοποιεία ΠΙΝΑΚΑΣ 25: Κατανομή ποσοστιαία εργαζόμενων απασχόλησης υπηρεσιών οινοτουρισμού ΠΙΝΑΚΑΣ 26: Κατανομή ποσοστιαία βαθμίδων εκπαίδευσης εργαζόμενων στις οινοποιητικές δραστηριότητες ΠΙΝΑΚΑΣ 27: Κατανομή ποσοστιαία εξειδικευμένων εργαζόμενων στις οινοποιητικές δραστηριότητες ΠΙΝΑΚΑΣ 28: Κατανομή ποσοστιαία βαθμίδων εκπαίδευσης εργαζόμενων στις υπηρεσίες οινοτουρισμού ΠΙΝΑΚΑΣ 29: Κατανομή ποσοστιαία εξειδίκευσης εργαζόμενων στις υπηρεσίες οινοτουρισμού ΠΙΝΑΚΑΣ 30: Κατανομή ποσοστιαία κύκλου εργασιών υπηρεσιών οινοτουρισμού ΠΙΝΑΚΑΣ 31: Κατανομή ποσοστιαία πωλήσεων οινικών προϊόντων οινοτουρισμού ΠΙΝΑΚΑΣ 32: Κατανομή ποσοστιαία συμβολής οινοτουρισμού στην ανάπτυξη οινοποιείων ΠΙΝΑΚΑΣ 33: Κατανομή ποσοστιαία συμμετοχών οινοποιείων στους θεσμούς ΠΙΝΑΚΑΣ 34: Κατανομή ποσοστιαίων επισκεπτών οινοποιείων στους θεσμούς ΠΙΝΑΚΑΣ 35: Κατανομή απαντήσεων προβολής οινοτουριστικών δραστηριοτήτων στο κοινό ΠΙΝΑΚΑΣ 36: Κατανομή ποσοστιαίας ενημέρωσης επισκεπτών για δραστηριότητες οινοποιείων ΠΙΝΑΚΑΣ 37: Κατανομή απαντήσεων για την πορεία ανάπτυξης του οινοτουρισμού στην Κ. Μακεδονία ΠΙΝΑΚΑΣ 38: Κατανομή απαντήσεων για την ικανοποίηση από συνδρομή της Π.Κ. Μακεδονία ΠΙΝΑΚΑΣ 39: Κατανομή απαντήσεων για το επαρκές νομοθετικού πλαισίου οινοτουρισμού ΠΙΝΑΚΑΣ 40: Κατανομή απαντήσεων για την στήριξη των οινοτουριστικών επιχειρήσεων ΠΙΝΑΚΑΣ 41: Κατανομή ποσοστιαία επιπτώσεων στον οινοτουρισμό από τον COVID-19 ΠΙΝΑΚΑΣ 42: Κατανομή ποσοστιαία επιπτώσεων στον οινοτουρισμό από την ενεργειακή κρίση ΠΙΝΑΚΑΣ 43: Κατανομή ποσοστιαίων απειλών των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων ΠΙΝΑΚΑΣ 44: Κατανομή ποσοστιαίο σχεδιασμού μελλοντικής ανάπτυξης οινοτουρισμού δραστηριοτήτων για το επόμενο εξάμηνο

Κατάλογος Σχημάτων

Σχήμα 1. Γράφημα συχνοτήτων των επισκεπτών
 Σχήμα 2. Γράφημα συχνοτήτων των αλλοδαπών επισκεπτών
 Σχήμα 3. Γράφημα συχνοτήτων Βαλκανίων επί αλλοδαπών επισκεπτών
 Σχήμα 4. Γράφημα συχνοτήτων ηλικιών
 Σχήμα 5. Γράφημα συχνοτήτων των ομάδων επισκεπτών
 Σχήμα 6. Γράφημα συχνοτήτων οργάνωσης επισκέψεων
 Σχήμα 7. Γράφημα συχνοτήτων εμφάνισης επισκεπτών
 Σχήμα 8. Γράφημα συχνοτήτων ημερομηνιών επισκέψεων

Σχήμα 9. Γράφημα συχνοτήτων των μηναίων επισκεψιμοτήτων
Σχήμα 10. Γράφημα συχνοτήτων σχέσης επισκεπτών με την οινοποσία
Σχήμα 11. Γράφημα συχνοτήτων σχέσης επισκεπτών με την οινοποιεία
Σχήμα 12. Γράφημα συχνοτήτων σκοπού επισκέψεων στα οινοποιεία
Σχήμα 13. Γράφημα συχνοτήτων γνωριμίας επισκεπτών με τα οινοποιεία
Σχήμα 14. Γράφημα συχνοτήτων αγοράς οινικών προϊόντων από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη
Σχήμα 15. Γράφημα συχνοτήτων αγοράς ενθύμιων από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη
Σχήμα 16. Γράφημα συχνοτήτων κατανάλωσης υπηρεσιών οινογνωσίας των οινοποιείων
Σχήμα 17. Γράφημα συχνοτήτων κατανάλωσης υπηρεσιών ψυχαγωγίας των οινοποιείων
Σχήμα 18. Γράφημα συχνοτήτων δαπανών υπηρεσιών φιλοξενίας/διαμονής των οινοποιείων
Σχήμα 19. Γράφημα συχνοτήτων λειτουργιών οινοποιείων
Σχήμα 20. Γράφημα συχνοτήτων ετών οινοτουριστικών δραστηριοτήτων
Σχήμα 21. Γράφημα συχνοτήτων παρεχόμενων οινοτουριστικών υπηρεσιών των οινοποιείων
Σχήμα 22. Γράφημα συχνοτήτων παροχών διευκολύνσεων στα ΑμεΑ
Σχήμα 23. Γράφημα συχνοτήτων επιτρεπόμενων συνοδών κατοικίδιων
Σχήμα 24. Γράφημα συχνοτήτων εργαζόμενων απασχόλησης στα οινοποιεία
Σχήμα 25. Γράφημα συχνοτήτων εργαζόμενων απασχόλησης στον οινοτουρισμό
Σχήμα 26. Γράφημα συχνοτήτων βαθμίδων εκπαίδευσης εργαζόμενων οινοποιητικών δραστηριοτήτων
Σχήμα 27. Γράφημα συχνοτήτων εξιδεικευμένων εργαζόμενων οινοποιητικών δραστηριοτήτων
Σχήμα 28. Γράφημα συχνοτήτων βαθμίδων εκπαίδευσης εργαζόμενων υπηρεσιών οινοτουρισμού
Σχήμα 29. Γράφημα συχνοτήτων εξιδεικευμένων εργαζόμενων υπηρεσιών οινοτουρισμού
Σχήμα 30. Γράφημα συχνοτήτων ποσοστών κύκλου εργασιών προερχόμενων από οινοτουρισμό
Σχήμα 31. Γράφημα συχνοτήτων ποσοστών πωλήσεων οινικών προϊόντων από οινοτουρισμό
Σχήμα 32. Γράφημα συχνοτήτων συμβολής οινοτουρισμού στην ανάπτυξη οινοποιείων
Σχήμα 33. Γράφημα συχνοτήτων συμμετοχής οινοποιείων σε θεσμούς
Σχήμα 34. Γράφημα συχνοτήτων επισκεπτών οινοποιείων στους θεσμούς
Σχήμα 35. Γράφημα συχνοτήτων προβολής οινοτουριστικών δραστηριοτήτων στο κοινό
Σχήμα 36. Γράφημα συχνοτήτων ενημέρωσης επισκεπτών για δραστηριότητες οινοποιείων
Σχήμα 37. Γράφημα συχνοτήτων για την πορεία ανάπτυξης του οινοτουρισμού στην Κ. Μακεδονία
Σχήμα 38. Γράφημα συχνοτήτων για την ικανοποίηση από συνδρομή της Π.Κ. Μακεδονία
Σχήμα 39. Γράφημα συχνοτήτων για το επαρκές νομοθετικού πλαισίου οινοτουρισμού
Σχήμα 40. Γράφημα συχνοτήτων για την στήριξη των οινοτουριστικών επιχειρήσεων
Σχήμα 41. Γράφημα συχνοτήτων επιπτώσεων στον οινοτουρισμό από τον COVID-19
Σχήμα 42. Γράφημα συχνοτήτων επιπτώσεων στον οινοτουρισμό από την ενεργειακή κρίση
Σχήμα 43. Γράφημα συχνοτήτων απειλών των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων
Σχήμα 44. Γράφημα συχνοτήτων σχεδιασμού ανάπτυξης οινοτουριστικών δραστηριοτήτων για το επόμενο εξάμηνο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΟΙΝΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

1.1. Έννοιες και Ορισμοί

Ο όρος Οινοτουρισμός προέρχεται από τις λέξεις Οίνος – Τουρισμός (Οίνοτουρισμός) και αποτελεί υπότυπο του Γαστρονομικού τουρισμού. Αναφέρεται στον τουρισμό που στοχεύει σε επισκέψεις σε αμπελώνες, οινοποιεία με σκοπό οι συμμετέχοντες να δοκιμάσουν, να καταναλώσουν ή/και να αγοράσουν κρασί, συχνά στην πηγή ή κοντά στην πηγή όπως αναφέρεται στον επίσημο ορισμό. (unwto.org)

Σύμφωνα με τον ορισμό των Hall και Macionis «οινοτουρισμός ορίζεται ως η επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, φεστιβάλ κρασιού και εκθέσεις κρασιού για τις οποίες η οινογνωσία ή/και η εμπειρία των χαρακτηριστικών μιας αμπελοοινικής περιοχής είναι οι κύριοι παράγοντες παρακίνησης για τους επισκέπτες» (Hall 1996, Macionis 1996).

Ο τουρισμός κρασιού, χωρικά εντοπισμένος σε περιοχές της υπαίθρου (Hall και Mitchell, 2001, στο Hall, 2005) αποτελεί μια ανερχόμενη μορφή αυτού του είδους τουρισμού καθώς αποσκοπεί στην απόκτηση μιας συνολικής ταξιδιωτικής εμπειρίας η οποία σχετίζεται με την ικανοποίηση της ανάγκης για τοπικά αυθεντικά προϊόντα (Novelli, 2005). Η επιθυμία αυτή τείνει να είναι υπερτοπική, συχνά διεθνοποιημένη και έντονα ανταγωνιστική. (Καλδής, 2008)

Ο Οινοτουρισμός εμφανίζεται ως τάση στις αρχές της δεκαετίας του 70, με την οικονομική αναδιάρθρωση της παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας που επηρεάζει και τις αγροτικές περιοχές των εκβιομηχανισμένων χωρών (Hall, 2005). Το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην πολιτισμική σημασία του φαγητού της καθημερινής ζωής και ο οινοτουρισμός όπως και ο γαστρονομικός τουρισμός αντιμετωπίζονται ως τρόποι διαφοροποίησης της αγροτικής βάσης της υπαίθρου -τόσο στην παραγωγή, όσο και στην κατανάλωση, αλλά και εισαγωγής της καινοτομίας. Την ίδια περίοδο ενδυναμώνεται η εικόνα του ποτού και του φαγητού από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και προβάλλεται η υψηλή γαστρονομία με την ανάδειξη σεφ παγκοσμίου φήμης που ταυτίζεται με ένα μοντέλο δυτικού τρόπου ζωής (Novelli, 2005).

Είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια σε πολλές οινοπαραγωγικές περιοχές του κόσμου. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο έχει υπογραφεί ο Χάρτης για τον Οινοτουρισμό εκφράζοντας τη βούληση των εμπλεκόμενων φορέων (επαγγελματιών τουρισμού, αμπελουργών κ.α) για την προώθηση της μορφής του οινοτουρισμού που θα πληροί τις αρχές της

αιεφόρου ανάπτυξης και ευνοεί τον καθορισμό τοπικών στρατηγικών υπέρ της «αιεφόρου ανάπτυξης οινοτουρισμού με σκοπό να συμβάλει θετικά στην οικονομική αλλά και κάθε είδους ανάπτυξη των ανθρώπων που ζουν και δραστηριοποιούνται σε αυτές τις περιοχές» (EUROPEAN CHARTER ON OENOTOURISM).

Οι σύγχρονοι ορισμοί του Οινοτουρισμού αναφέρουν πως πρόκειται για μια συνολική βιωματική εμπειρία που περιλαμβάνει επίσκεψη στο οινοποιείο, γνωριμία με την παραγωγική διαδικασία, τις παραδόσεις, την ιστορία και τον πολιτισμό του κρασιού αλλά και της περιοχής, τόσο μέσα από εικόνες, όσο και μέσα από τη γνώση για τις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, τις αισθητικές αξίες, τα ιδιαίτερα πολιτιστικά και φυσικά χαρακτηριστικά της περιοχής.

Συγκεκριμένα αναφέρουν πως ο οινοτουρισμός είναι:

- Μια εμπειρία εξυπηρέτησης
- Μια πολύπλοκη εμπειρία, που περιλαμβάνει όλα τα αξιοθέατα της περιοχής (terroir)
- Σχετίζεται με τα διαφορετικά κίνητρα και τα προφίλ των οινοτουριστών
- Σήμερα η διαχείριση γίνεται μέσω ηλεκτρονικών εργαλείων μάρκετινγκ
- Ένα εργαλείο για την περιφερειακή ανάπτυξη (π.χ. διαδρομές κρασιού)

Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, υπάρχουν πολλές παράμετροι που σχετίζονται με τον οινοτουρισμό οι οποίες αποτυπώνονται στο παρακάτω σχήμα:



Από την άποψη της προσφοράς, ο οινoturισμός μπορεί να χωριστεί σε τέσσερις (4) κύριες κατηγορίες (Karlsson, 2017):

- 1) Οινoturισμός με «Ανοιχτές Πόρτες» (Open Door), που συνίσταται στο άνοιγμα των θυρών του κελαριού και στην υποδοχή ατόμων για γευσιγνωσίες κρασιού και επισκέψεις στο κελάρι
- 2) Οινoturισμός “Edutainment”, που συνίσταται σε κάτι πιο σύνθετο και οργανωμένο από την απλή επίσκεψη στο κελάρι. Πρόκειται για ένα συνδυασμό εκπαίδευσης – μύησης στον κόσμο του κρασιού με γευσιγνωσία, workshop κα. που συνδυάζονται με ευχάριστες δραστηριότητες όπως περίπατοι στον αμπελώνα, μάθημα μαγειρικής, μουσικοχορευτικά δρώμενα κ.α.
- 3) Οινoturισμός «Disneyland», που αναφέρεται σε μεγάλου προϋπολογισμού δραστηριότητες με πιο σύνθετο συχνά περιεχόμενο με παράλληλες δράσεις που δε σχετίζονται άμεσα με το κρασί. Συνήθως οργανώνονται από μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, μουσεία κρασιού ή συγκροτήματα εστιατορίων
- 4) Οινoturισμός «Εκδηλώσεων», που συνίσταται σε μοναδικές εκδηλώσεις με επίκεντρο το κρασί. Αυτή είναι η περίπτωση των γιορτών κρασιού, των γαστρονομικών περιπάτων, του φεστιβάλ συγκομιδής στα χωριά κ.λπ.

Σύμφωνα με τον Per Karlsson (2017), υπάρχουν τρεις βασικοί τύποι οινoturιστών:

- Αυτός που ο μοναδικός σκοπός του ταξιδιού του είναι το κρασί και επιδιώκει να μάθει τα πάντα για την εταιρεία, τα κρασιά της, τις διαδικασίες προϊόντων κ.λπ.
- Αυτός που ενδιαφέρεται για τη γαστρονομία γενικά και το κρασί είναι ένας από τους λόγους του ταξιδιού του αλλά όχι ο μοναδικός
- Αυτός που είναι περιστασιακός επισκέπτης δεν ιδιαίτερα για το κρασί, αλλά αν επισκεφτεί μια περιοχή, συνήθως αποφασίζει να επισκεφτεί και κάποιο οινοποιείο της

1.2 Θεσμικό Πλαίσιο Οινoturισμού

Ο οινoturισμός όπως κάθε μορφή τουρισμού υπαίθρου αποσκοπεί στην παροχή αυθεντικών εμπειριών στους επισκέπτες - τουρίστες κατά την επαφή τους με τη φύση και τις δραστηριότητες στην ύπαιθρο, αλλά και με άλλες δραστηριότητες αναψυχής, οι οποίες αναπτύσσονται με σεβασμό στο περιβάλλον και στα ιδιαίτερα πολιτισμικά στοιχεία του κάθε τόπου και συμβάλλουν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.

Στην Ελλάδα καθορίζεται επίσημα στη νομοθεσία με το υπ’ αριθμόν 4582/2018 (ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018, αρθ. 4.4). Σύμφωνα με αυτό «Οινoturισμός είναι η ειδική μορφή τουρισμού η οποία αφορά στην παροχή υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους

λειτουργικά ενοποιημένους με οινοποιητικές ή και οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις (αμπελώνες). Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες σχετικές με την αμπελοκαλλιέργεια και την οινική παραγωγή»

Στο πλαίσιο αυτό μια οινοποιητική ή και οινοπαραγωγική εγκατάσταση χαρακτηρίζεται ως οινοτουριστική και εφοδιάζεται με «Σήμα επισκέψιμου οινοποιείου», εφόσον μέσα στα όρια της εγκατάστασης παρέχονται υπηρεσίες είτε ξενάγησης είτε υποδοχής και φιλοξενίας σε μη κύρια τουριστικά καταλύματα είτε εστίασης είτε το σύνολο των παραπάνω υπηρεσιών και διαθέτει χώρους και εγκαταστάσεις ειδικών προδιαγραφών που διασφαλίζουν την επισκεψιμότητα αλλά και την ασφαλή διακίνηση των επισκεπτών στους χώρους του οινοποιείου ή του αμπελώνα.

Το «Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου» είναι σήμα με ειδικό λογότυπο που χορηγείται από το Υπουργείο Τουρισμού, Το Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου θεσπίστηκε με το άρθρο 25 του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/Α΄/30-07-2014), όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 138 του Ν. 4495/2017 (ΦΕΚ 167/Α΄/3-11-2017). με το οποίο πιστοποιείται ότι μία οινοποιητική ή και οινοπαραγωγική επιχείρηση είναι οινοτουριστική και πληροί τις παρακάτω προϋποθέσεις:

- παρέχει συνολικά ή τμηματικά υπηρεσίες ξενάγησης, εστίασης, υποδοχής και φιλοξενίας σε μη κύρια τουριστικά καταλύματα μέσα στα όρια της εγκατάστασής της
- διαθέτει χώρους και εγκαταστάσεις ειδικών προδιαγραφών που διασφαλίζουν την επισκεψιμότητα.

Ως ελάχιστες απαιτούμενες προδιαγραφές για τις προσφερόμενες στις οινοποιητικές/οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις υπηρεσίες υποδοχής και ξενάγησης ορίζονται οι ακόλουθες: α) Μεμονωμένα ή συνδυαστικά, χώρος επισκεπτών, αίθουσα πολλαπλών χρήσεων, χώρος γευσιγνωσίας διαμορφωμένος για γευστική δοκιμή, χώρος τοποθέτησης, παρουσίασης και πώλησης προϊόντων. β) Ειδικότερα ο χώρος γευσιγνωσίας είναι κατ' ελάχιστο εξοπλισμένος με: - ποτήρια γευσιγνωσίας (γυάλινα, κολωνάτα, ανεξαρτήτως διαστάσεων) - πτυελοδοχεία - ψυγεία ή/και συντηρητές που διασφαλίζουν την απαιτούμενη θερμοκρασία των κρασιών (θερμοκρασία σερβιρίσματος). γ) Σήμανση (πινακίδα) στην είσοδο του οινοποιείου με χρηστικές πληροφορίες που αφορούν κατ' ελάχιστο τις ώρες λειτουργίας και ημέρες επίσκεψης του οινοποιείου και τηλέφωνα επικοινωνίας. δ) Ανάρτηση σε εμφανές σημείο του χώρου υποδοχής τιμοκαταλόγου οίνων και κόστους (αν υπάρχει) της γευστικής δοκιμής. ε) Ανάρτηση σε εμφανές σημείο του χώρου υποδοχής τιμοκαταλόγου λοιπών παρεχόμενων υπηρεσιών. στ) Υποχρεωτική γνωστοποίηση - με κάθε πρόσφορο τρόπο και ειδικότερα με σήμανση και με διαδικτυακή ή τηλεφωνική ή έντυπη ενημέρωση - για την δυνατότητα του οινοποιείου να δεχθεί την επίσκεψη και φιλοξενία ΑΜΕΑ. ζ) Ευδιάκριτη σήμανση των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων της οινοποιητικής ή οινοπαραγωγικής

εγκατάστασης. η) Τουαλέτες (WC) για άνδρες (ανδρικές) και γυναίκες (γυναικείες), καθώς και τουαλέτες για άτομα με αναπηρία (ΑμεΑ). θ) Πυρασφάλεια και ασφάλεια των χώρων. ι) Ορισμός υπευθύνου για την υποδοχή και ξενάγηση των επισκεπτών. ια) Τοποθέτηση του «Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου» στην είσοδο της εγκατάστασης. ιβ) Σε ό,τι αφορά τη διαφήμιση των αμπελοοινικών προϊόντων, οι επιχειρήσεις τηρούν τις διατάξεις της αριθ. 385951/2000 υπουργικής απόφασης (Β` 1180) (Βλ. Παράρτημα «Σήμα επισκέψιμου Οινοποιείου»)

1.3 Η εμφάνιση και η ανάπτυξη του Ελληνικού Οινοτουρισμού - Η εξέλιξή του στην Κεντρική Μακεδονία

Το κομβικό σημείο του οινοτουρισμού, όπως αναφέρεται αυτή η μορφή εναλλακτικού τουρισμού, είναι οι «Δρόμοι του Κρασιού». Πρόκειται για συγκεκριμένες πορείες ή αλλιώς «χαραγμένες πορείες», που μπορούν να ακολουθήσουν οι τουρίστες, με αμπελώνες, κτήματα, επισκέψιμα οινοποιεία, σημεία πώλησης κρασιού και άλλα τοπικά προϊόντα. Συχνά περιλαμβάνονται και συγκεκριμένοι χώροι εστίασης αλλά και συνεργαζόμενα ξενοδοχεία και μικρά καταλύματα. Επίσης οι διαδρομές αυτές όταν είναι εφικτό συνδυάζονται και με άλλα αξιοθέατα διαφόρων ειδών και περιβάλλοντος της περιοχής.

Στα επισκέψιμα οινοποιεία ο επισκέπτης ενημερώνεται για τα κρασιά της οινοπαραγωγικής περιοχής και την προέλευση του προϊόντος ταυτόχρονα κάνει την οινογνωσία και προβαίνει στην αγορά του κρασιού της αρέσκειάς του. Παράλληλα έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει από κοντά τους οινοπαραγωγούς και να συζητήσει μαζί τους αλλά και να ενημερωθεί από κοντά για τις ιδιαίτερες ποικιλίες, τις γεύσεις και χαρακτηριστικά του αμπελώνα της περιοχής. Στους χώρους εστίασης που συνεργάζονται με τα επισκέψιμα οινοποιεία μπορεί να γνωρίσει τους γευστικούς συνδυασμούς της τοπικής γαστρονομίας με τα τοπικά κρασιά. (Στεφανιδου, 2007)

Δρόμους του Κρασιού βρίσκουμε σχεδόν σε όλες τις οινοπαραγωγικές χώρες. Πρωτοπόροι στο άνοιγμα των Δρόμων του Κρασιού στην Ελλάδα γίνονται 15 οινοπαραγωγοί στη Βόρεια Ελλάδα που το 1993 ίδρυσαν μία μη κερδοσκοπική εταιρία, την «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Μακεδονίας» (ENOAM) (Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος) με τον διακριτικό τίτλο «Δρόμοι του Κρασιού». (Στεφανιδου, 2007) (Hall, 2004) Στόχος τους η προβολή και ανάπτυξη των περιφερειακών οινοβιομηχανιών, καθώς και η ανάπτυξή του τοπικού τουρισμού και πολιτισμού, η επέκταση των αμπελώνων και η ποιοτική βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. (Karafolas, 2007)

Από αυτή την Ένωση θα προκύψει το 1997 για πρώτη φορά στην Ελλάδα το οινοτουριστικό δίκτυο διαδρομών με την ονομασία "Δρόμοι του Κρασιού της Μακεδονίας" στο πλαίσιο των δράσεων

«Θεσσαλονίκη Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης». Το καλοκαίρι της ίδιας χρονιάς συγκεκριμένα τον Ιούλιο ιδρύθηκε ο σύνδεσμος Ελληνικές Πόλεις του Κρασιού, όπου συμμετέχουν δεκαπέντε (15) πόλεις κι ανάμεσά τους είναι η Νάουσα και η Γουμένισσα.

Επιπλέον η αναπτυξιακή προσπάθεια στην οιοτουριστική δραστηριότητα αφορά στη διοργάνωση του Πρώτου Διεθνούς Διαγωνισμού Κρασιού στην Θεσσαλονίκη τον Μάρτη του 1999, που αργότερα θα μετονομαστεί ως Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου και Αποσταγμάτων Θεσσαλονίκης. Σταθμοί στην αναπτυξιακή προσπάθεια της ENOAM είναι η συμμετοχή στα προγράμματα Α) LEADER II της Ευρωπαϊκής Ένωσης και η ένταξη στο Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 1996-2000, ώστε το 2001 δημιουργήθηκαν επισκέψιμα οινοποιεία στο οιοτουριστικό δίκτυο «Δρόμοι του Κρασιού της Μακεδονίας» και Β) Leader Plus κατά την προγραμματική περίοδο 2000-2006, με αποτέλεσμα το 2008 με να ολοκληρωθεί το οιοτουριστικό δίκτυο «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος» και τα επισκέψιμα οινοποιεία να αναπτύξουν συνεργασίες με τουριστικές επιχειρήσεις (εστίαση, καταλύματα, τοπικά εργαστήρια παραδοσιακών προϊόντων τροφίμων και εναλλακτικές υπαίθριες δραστηριότητες).

Από τον Αύγουστο του 2003, η ένωση μετονομάστηκε σε «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Β. Ελλάδας» (ENOABE) επεκτείνοντας το δίκτυό της από τη Θράκη και την Ήπειρο. Παράλληλα, το οιοτουριστικό δίκτυο μετονομάζεται σε "Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος".

Οι Δρόμοι του Κρασιού Βορείου Ελλάδας αναπτύχθηκαν πάνω στον καμβά της αμπελοοινικής περιοχής της Βόρειας Ελλάδας που διαμορφώνεται ανάμεσα σε ορεινούς όγκους, οροπέδια, λίμνες και ακτογραμμές. Σε αυτό το γεωγραφικό περιβάλλον, οι οινοποιοί δημιουργούν κρασιά που εκφράζουν στο έπακρο το μικρόκλιμα της κάθε περιοχής όπως και τα χαρακτηριστικά των αμπελοοινικών ποικιλιών που καλλιεργούνται.

Σήμερα, τα μέλη της Ένωσης προτείνουν 33 επισκέψιμα οινοποιεία σε 8 διαδρομές που διασχίζουν απ' άκρη σε άκρη τη Βόρεια Ελλάδα, κάνοντας στάσεις στους σημαντικούς αμπελοτόπους της βόρειας Θεσσαλίας (Ραψάνη και Κρανιά), της Ηπείρου, της Μακεδονίας και της Θράκης. Πινακίδες δείχνουν τον δρόμο για αμπελώνες και οινοποιεία. Ο χάρτης συμπληρώνεται με αξιόλογα εστιατόρια, ταβέρνες, ξενώνες και ξενοδοχεία, καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα και χώρους με εναλλακτικές δραστηριότητες, όλα συνεργαζόμενα μέλη των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος που έχουν αξιολογηθεί βάσει κοινών προδιαγραφών και φέρουν το αντίστοιχο ειδικό σήμα. Οι δρόμοι του κρασιού αποτελούνται από τις εξής οκτώ (8) διαδρομές:

- Των θεών του Ολύμπου
- Της Ηπείρου
- Των Λιμνών

- Της Νάουσας
- Της Πέλλας-Γουμένισσας
- Της Θεσσαλονίκης
- Της Χαλκιδικής
- Του Διονύσου

1.4 Οι Φορείς του οινοπαραγωγικού κλάδου της Κεντρικής Μακεδονίας και η συμμετοχή τους στον Οινοτουρισμό

Υπάρχουν βασικοί φορείς που δημιουργήθηκαν για την ανάπτυξη και προώθηση του οινοτουρισμού με σκοπό τη δημιουργία συνθήκων διάλογου μεταξύ των πολιτισμών και των λαών, στη βάση των κοινών αξιών. Πολλοί από αυτούς είναι διεθνείς και ευρωπαϊκές οργανώσεις που αποτελούν μοχλό ανάπτυξης στο τομέα του οινοτουρισμού.

Ο Διεθνής Οργανισμός Αμπέλου (International Organization of Vine and Wine – O.I.V) είναι ένας διακυβερνητικός οργανισμός επιστημονικού και τεχνικού χαρακτήρα, απασχολείται σχετικά με τα αμπέλια, το κρασί, τα επιτραπέζια σταφύλια και άλλα αμπελοοινικά προϊόντα. Συμμετοχή στις εργασίες για την έκδοση του Διεθνούς Χάρτη Fontevraud, με στόχο την προστασία, διαχείριση και την ανάπτυξη της αμπέλου και των οινικών τοπίων

Η Ευρωπαϊκή Συνέλευση Οινικών περιφερειών (Assembly of European Wine Regions – A.R.E.V.) με έδρα το Στρασβούργο και την Μπορντό που ιδρύθηκε το 1994. Συμμετέχουν σε αυτή 65 περιφέρειες από 16 χώρες της Ε.Ε. ανάμεσα τους από την Ελλάδα είναι και η Κεντρική Μακεδονία. Σκοπός της η προώθηση των κοινών συμφερόντων των οινοπαραγωγών περιοχών στην ευρωπαϊκή και την παγκόσμια οικονομία. (Βαλασά 2011)

Το Συμβούλιο της Ευρώπης (Council of Europe - CoE) το 2009 πιστοποίησε την πολιτιστική διαδρομή Iter Vitis Route. Πρόκειται για θεματικές διαδρομές σε 18 ευρωπαϊκές χώρες που συνδέονται με την κουλτούρα του κρασιού ανάμεσα τους είναι και η Ελλάδα ως μέλος της Διευρυμένης Μερικής Συμφωνίας (Enlarged Partial Agreement – E.P.A.) από το 2011, με σκοπό να αποτελέσει το κρασί στοιχείο ευρωπαϊκής ταυτότητας. Η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας συμμετέχει στην πολιτιστική διαδρομή ITER VITIS από το 2011, με σκοπό την συνεργασία και ανταλλαγή καλών πρακτικών με άλλες οινοπαραγωγικές περιοχές της Ευρώπης για την ανάδειξη και προβολή των επισκέψιμων οινοποιείων και διαδρομών του κρασιού της Κεντρικής Μακεδονίας. Για την πραγματοποίηση αυτού του σκοπού, η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας συνεργάζεται με το

δίκτυο οινοπαραγωγών ‘Οι Δρόμοι του Κρασιού της Βόρειου Ελλάδος’. Το δίκτυο προωθεί το επώνυμο τυποποιημένο ελληνικό κρασί που παράγουν τα μέλη της, στηρίζοντας την ελληνική πολιτιστική κληρονομία και τις τοπικές δραστηριότητες με κεντρικό άξονα το αμπέλι και το κρασί. Την τελευταία δεκαετία τα δύο καταξιωμένοι θεσμοί, τα μέλη ‘Δρόμοι του Κρασιού της Βόρειου Ελλάδος και Ο Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου Θεσσαλονίκης, αποτελούν καλές πρακτικές διάδοσης και προώθησης του οινοτουρισμού και προβάλλονται μέσα από την Πολιτιστική Διαδρομή ITER VITIS

Στην Ελλάδα ο κορυφαίος φορέας για το αμπέλι και το κρασί είναι η Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου (Ε.Δ.Ο.Α.Ο.). Συμμετέχουν σε αυτή εκπροσώποι της παραγωγής, της μεταποίησης και της εμπορίας προϊόντων αμπέλου και οίνου. Πρόκειται για συνεταιριστικές και ιδιωτικές αμπελουργικές και οινοποιητικές επιχειρήσεις οι οποίες αντιπροσωπεύονται αντίστοιχα από την Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων (ΚΕΟΣΟΕ) και το Σύνδεσμο Ελληνικού Οίνου (ΣΕΟ). Τα μέλη ή τα μέλη των μελών των δύο αυτών φορέων (ΚΕΟΣΟΕ και ΣΕΟ) ασχολούνται με αμπελοοινικές εργασίες και κατέχουν αμπελώνες ή οινοποιητικές εγκαταστάσεις, είτε και τα δύο. Αυτές είναι οργανώσεις, που διαμορφώνουν την πολιτική του επί μέρους κλάδου που εκπροσωπούν, την υποστηρίζουν και διεκδικούν τα αιτήματά τους. Οι σκοποί της Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου αφορούν στην παρακολούθηση της αμπελοοινικής αγοράς και φτάνουν στην προσπάθεια για τη διατήρηση και την ανάπτυξη οικονομικών δραστηριοτήτων του αμπελοοινικού τομέα, προκειμένου να βελτιωθεί η γνώση και η οργάνωση του σε κάθε επίπεδο: από την πρωτογενή παραγωγή (αμπέλι) και τη μεταποίηση (οινοποιία), έως την εμπορία.

Σύμφωνα με την μελέτη και τα δεδομένα της PRC Group – The management House S.A. (Planning And Research Consultants Ltd) με θέμα ‘Στρατηγικός σχεδιασμός του marketing και branding του ελληνικού οίνου’ προκύπτει ότι στους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας σε δεύτερο προτεραιότητα είναι η θεσμοθέτηση κλαδικών δομών και οργάνωσης που θα εξυπηρετούν το όραμα και την στρατηγική του ελληνικού κρασιού.

Τέλος βασικός φορέας του Οινοτουρισμού είναι η Εθνική Επιτροπή Οινοτουρισμού (Εθ.Επ.Ο.), που λειτουργεί ως όργανο του Επώνυμου Ελληνικού κρασιού για την διαχείριση και ανάπτυξη του Οινοτουρισμού στην Ελλάδα. Απαρτίζεται εκπροσώπους της Ε.Δ.Ο.Α.Δ.Ε, Σ.Ε.Ο., και της Κ.Ε.Ο.Σ.Ε.Ο. των Οινοποιών Βόρειου Ελλάδος, κ.α. Η αποστολή της είναι η συμβολή στον συντονισμό φορέων που σχετίζονται με τον Οινοτουρισμό, η διάδοση και εμπέδωση του σήματος καθώς και στην εφαρμογή της νομοθεσίας. Επίσης στοχευει να αποτελεί δυναμική παραγωγή

προτάσεων πολιτικής για τον Οινοτουρισμό, να θεσπίζει, συντονίζει και υλοποιεί τις δράσεις Εθνικής εμβέλειας αλλά και τοπικά κατά περίπτωση, να συμβάλλει στην ενεργοποίηση και ανάπτυξη τοπικών δικτύων στην μορφή ‘Δρόμοι του Κρασιού’.

Επίσης αποσκοπεί

- ✓ στην οργανωμένη καταγραφή υπάρχουσας κατάστασης και διατήρησης συστήματος καταγραφής των απαραίτητων δεδομένων για την αποτύπωση εικόνας του τομέα.
- ✓ στην εκπόνηση και εφαρμογή σχεδίου marketing και επικοινωνίας για την ανάπτυξη του Οινοτουρισμού στην Ελλάδα και προώθηση του στο Εξωτερικό.
- ✓ Να θέτει στόχους, δημιουργίας υλικού και να υλοποιεί εκπαιδευτικά προγράμματα των εμπλεκόμενων στην συγκεκριμένη δραστηριότητα.
- ✓ Στην διάδοση του προγράμματος Wine in Moderation στις οινοτουριστικές δραστηριότητες
- ✓ στην θέσπιση βραβείο αριστείας στον Οινοτουρισμό.

1.5 Οφέλη και επιπτώσεις του οινοτουρισμού για την Κεντρική Μακεδονία

Ο οινοτουρισμός για ορισμένα μικρά οινοποιεία μπορεί να είναι η βασική δραστηριότητα ειδικά εκείνα που έχουν επιλέξει την οινοποίηση ως τρόπο ζωής. Για άλλα οινοποιεία, ο οινοτουρισμός μπορεί να αποτελεί δευτερεύον στοιχείο της επιχειρηματικής τους λειτουργίας, αν και σημαντικό γιατί μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία θέσεων αλλά και στην αύξηση των πωλήσεων, προώθηση των οινικών προϊόντων ή και ακόμη στην εκπαίδευση του καταναλωτή. (Hall, 2004)

Ο τουρισμός μπορεί να είναι σημαντικός παράγοντας για την βιωσιμότητα ενός οινοποιείου που οι επενδυτές θα αξιολογήσουν μια τοποθεσία τόσο από την άποψη της αμπελουργίας όσο και του τουρισμού

Τα πλεονεκτήματα του οινοτουρισμού είναι πάρα πολλά και υπάρχει όφελος για τους επαγγελματίες των δύο (2) κλάδων, οίνου και τουρισμού. Τα πλεονεκτήματα επίσης είναι τοπικά, περιφερειακά και επηρεάζουν την κοινωνία και την οικονομία. Καθώς με την αύξηση του τουρισμού υπάρχουν μειονεκτήματα που σχετίζονται με την κερδοφορία της επιχείρησης. Για τους ιδιοκτήτες που δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από τα έσοδα των πωλήσεων οινοποιείων για την διαβίωση τους, η απόλαυση ή διαμονή των φιλοξενούμενων επισκεπτών μπορεί να προσφέρει από μόνη της σημαντική ανταμοιβή. Η επιλογή του τρόπου ζωής είναι σημαντικό στοιχείο για την ανάπτυξη των οινοποιείων και αμπελώνων. Στην συγκεκριμένη περίπτωση της, ο επιχειρηματικός σκοπός δεν είναι η αύξηση της παραγωγής, αλλά δίνουν έμφαση περισσότερο στην διατήρηση ενός επίπεδου

παραγωγής με σκοπό την παραγωγή ποιοτικού κρασιού σε θέση που να προσφέρει τα χαρακτηριστικά του επιθυμητού τρόπος ζωής.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Η εικόνα της προτίμησης και κατανάλωσης του προϊόντος
- Η φήμη και αναγνώριση του επώνυμου με δεσμούς μεταξύ παραγωγού, καταναλωτή και αγοράς εμπόριού με το επώνυμο της εταιρείας
- Η αύξηση των πωλήσεων απευθείας από τον καταναλωτή στο επισκέψιμο οινοποιείο
- Οι υψηλές πωλήσεις στο οινοποιείο είναι σημαντικό ειδικά για τα μικρά οινοποιεία που μπορούν να αποκτήσουν δίκτυο διανομής
- Έξυπνο προϊόν μάρκετινγκ. Οι οινοπαραγωγοί μπορούν άμεσα να λάβουν την κριτική των καταναλωτών στα υπάρχοντα και καινούργια γκάμες προϊόντων τους.
- Έξυπνο μάρκετινγκ πελατών. Οι επισκέπτες στα οινοποιεία ή ακόμα στις ιστοσελίδες τους να εγγράφονται στο Newsletter ‘ενημερωτικό δελτίο’ με στόχο την απόκτηση βάση δεδομένων πελατών και την ενημέρωσή τους.
- Εκπαίδευση οινογνωσίας. Στα επισκέψιμα οινοποιεία συμβάλλεται η ευκαιρία για απόκτηση γνώσεων, ευαισθητοποίησης, εκτίμησης και εμπειρίας για το κρασί και οινοποιείο με σκοπό την δημιουργία σχέσης ενός οινόφιλου.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Αυξημένο το κόστος και ο χρόνος λειτουργίας. Απαιτεί επιπλέον αμειβόμενο προσωπικό για την οινογνωσία και την λειτουργία της αίθουσας γευσιγνωσίας. «Ενώ το χάσμα κερδοφορίας είναι υψηλότερο στις άμεσες πωλήσεις στον καταναλωτή, το κέρδος μπορεί να μειωθεί εάν τα οινοποιεία δεν χρεώνουν για τις γευσιγνωσίες.»
- Το απαιτούμενο κεφάλαιο. Οι κατάλληλες εγκαταστάσεις για την φιλοξενία επισκεπτών είναι ακριβά.
- Αδυναμία ουσιαστικής αύξησης των πωλήσεων. Ο αριθμός των επισκεπτών που μπορεί να προσελκύσει ένα οινοποιείο είναι περιορισμένος και εάν ένα οινοποιείο δεν μπορεί να πουλήσει όλο το απόθεμά του θα χρειαστεί τελικά να χρησιμοποιήσει άλλα σημεία διανομής (Hall, 2004)

Έχοντας επίγνωση των ποιοτικών στοιχείων του οινοτουρισμού που επιτρέπει τη διασύνδεση τουριστικής οικονομίας και πολιτισμού, ευνοεί την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και την αύξηση του κύκλου εργασιών των τοπικών επιχειρήσεων, μπορεί αποτελέσει το συνεκτικό κρίκο πολλών παράλληλων τοπικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και να δώσει ώθηση στην εγκατάσταση δημόσιων και ιδιωτικών υποδομών όπως και να ενδυναμώσει την πολιτιστική ταυτότητα και τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά που συνθέτουν την εικόνα μιας περιφέρειας

η ENOBE δημιούργησε ορισμένες προϋποθέσεις ήδη από το τέλος της δεκαετίας του 90 για την ανάπτυξη οινοτουριστικών δραστηριοτήτων στην Κεντρική Μακεδονία. Οι δράσεις της αναφέρονται αναλυτικά στο Κεφάλαιο 4.

Συνοπτικά οι Petroman et al. (2020) συνοψίζουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του για τα ενδιαφερόμενα μέρη όπως παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα

	Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
Αγρότες	(α) δυνατότητα απευθείας πωλήσεων (β) πώληση σε μεγάλες ομάδες, (γ) πίστη των καταναλωτών	(α) επένδυση σε μονάδες παρουσίασης προϊόντων (β) πρόσθετο κόστος με δοκιμή (γ) περιορισμένο ποσότητες προϊόντων που πωλούνται
Παραγωγοί	(α) δυνατότητες παρουσίασης νέων ποικιλιών, (β) εμπιστοσύνη και πίστη των πελατών σχέσεις, (γ) διαφοροποίηση των καταναλωτών, (δ) διαφοροποίηση της παραγωγής σύμφωνα με τις τάσεις της αγοράς.	α) κίνδυνοι στην παραγωγή λόγω υψηλής τουριστικής ροής (β) κόστος ευκαιρίας (η αξία ή το όφελος που απορρίπτεται από την ενασχόληση με αυτήν τη δραστηριότητα, σε σχέση με την ενασχόληση με μια εναλλακτική δραστηριότητα). (γ) επενδύσεις στη γευσιγνωσία
Οινοτουρίστες	(α) άμεση επικοινωνία με καλλιεργητές, μεταποιητές, (β) εκπαίδευση στην τέχνη κρασού (γ) ελκυστικές τιμές για τους οινοπαραγωγούς (δ) Ξεχωριστές εμπειρίες.	(α) υψηλές τιμές για παρουσιάσεις, γευσιγνωσίας (β) κόστος μεταφοράς (γ) υψηλές τιμές για υπηρεσίες διαμονής.
Τοπικός Πληθυσμός	(α) αξιοποίηση του αγροτικού τοπίου (β) πολλαπλασιαστική επίδραση του οινοτουρισμού για τη βιώσιμη ανάπτυξη του προορισμού, (γ) την ένταξη του τουριστικού προϊόντος σε ένα ιστορικό, φυσικό, πολιτιστικός κύκλος (δ) οικονομική ανάπτυξη αγροτικών περιοχών (ε) ανάδειξη της περιοχής ως τουριστικού προορισμού.	(α) οφέλη για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες και τους τουριστικούς πράκτορες (β) τα περιβαλλοντικά προβλήματα λόγω μεγάλων ροών οινοπαραγωγών (γ) κίνδυνος ανάπτυξης μαζικού τουρισμού.

Petroman et al. (2020) στο D. Kourkouridis, Journal of Tourism and Hospitality Management, July-Aug. 2020, Vol. 8, No. 4, 140-149 «Possibilities and Opportunities of Wine Tourism Development in the Cross-Border Region of Greece-Bulgaria Through the Protection of Traditional Vine Varieties»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΙ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΑΜΠΕΛΟΥ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

2.1 Εισαγωγή

Ο τόπος καλλιέργειας των αμπελιών είναι μια πολύ σημαντική παράμετρος της ταυτότητας των κρασιών. Τέσσερις είναι οι βασικοί διαμορφωτικοί παράγοντες που δίνουν τα χαρακτηριστικά της παραγωγής ενός μεγάλου κρασιού ποιότητας οι οποίοι συνυπάρχουν και αλληλοεπιδρούν: το έδαφος, το κλίμα της περιοχής, η ποικιλία του αμπελιού και ο άνθρωπος. (Τσακίρης 2012). Η τοπογραφική διαμόρφωση και η μηχανική – χημική σύσταση του εδάφους, το μακρο-μεσοκλίμα που επικρατεί στην περιοχή και η από χρονιά σε χρονιά εξέλιξή του, οι ποικιλίες αμπέλου που καλλιεργούνται και οι καλλιεργητικές τεχνικές, η αμπελουργική και οινοποιητική παράδοση της περιοχής, οι άνθρωποι που συντηρούν και εξελίσσουν την παράδοση και την υλοποιούν.

Στη Μακεδονία, το τοπίο διαφέρει από πολλές απόψεις από τις άλλες αμπελοοινικές περιοχές της Ελλάδας. Είναι ένα ξεχωριστό σύνολο μικροκλίματος και γεωλογικών περιβαλλόντων που δίνει στη γη και στα κρασιά της μια απaráμιλλη ηπειρωτική γεύση. Η τοπογραφία, αν και ποικίλλει ευρέως, είναι περισσότερο βαλκανική παρά αιγαιοπελαγίτικη. Οι βασικές διαφορές της είναι σχεδόν η απουσία ελιάς από τα δένδρα της βόρειας βλάστησης και το ηπειρωτικό κλίμα. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012),

Η Βόρεια Ελλάδα είναι μια πολύ εκτεταμένη περιοχή, που περιλαμβάνει (3) τρεις αμπελουργικές περιφέρειες μια εξ αυτών είναι της Μακεδονίας, με τους ελληνικούς (τοπικούς) οίνους ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη) ή αντίστοιχα οίνοι με Ονομασία κατά Παράδοση.

Η περιοχή διαθέτει (4) τέσσερις ενδείξεις οίνων ‘Ονομασίας Προέλευσης Ανώτερης Ποιότητάς’ (Ο.Π.Α.Π.) στην Κεντρική Μακεδονία βρίσκονται οι (3) τρεις από τις (4) τέσσερις ζώνες Ο.Π.Α.Π. της Μακεδονίας: 1) οι Ο.Π.Α.Π Νάουσα, 2) Ο.Π.Α.Π. Γουμένισσα και 3) Ο.Π.Α.Π. Πλαγιές Μελίτων. Υπάρχουν επίσης και οι (20) είκοσι σημαντικές περιοχές με «Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη» (Π.Γ.Ε) ενώ στην Κεντρική Μακεδονία βρίσκονται οι (11) έντεκα από τις (20) είκοσι Τοπικοί Οίνοι: Μακεδονικός, Σερρών, Χαλκιδικής, Σιθωνίας, Αγίου Όρους Αγιορείτικος, Θεσσαλονίκης, Επανομής, Πλαγιών Βερτίσκου, Νέας Μεσημβρίας, Πέλλας, Περίας και Ημαθίας (Τσακίρης 2010)

2.2 Οι Ποικιλίες της Κεντρικής Μακεδονίας

Στην Κεντρική Μακεδονία βρίσκεται η μεγαλύτερη πεδιάδα της Ελλάδας και έχουμε την αμπελουργική ζώνη Νάουσας και Γουμένισσας με κυρίαρχη την παραδοσιακή ερυθρή ποικιλία το Ξινόμαυρο. Σήμερα, η Νάουσα και η Γουμένισσα διαπρέπουν με την συγκεκριμένη ποικιλία που έχει άριστη προσαρμογή στις ημι-πειρωτικές περιοχές. (Τσακίρης, 2010). Οι πιο γνωστές

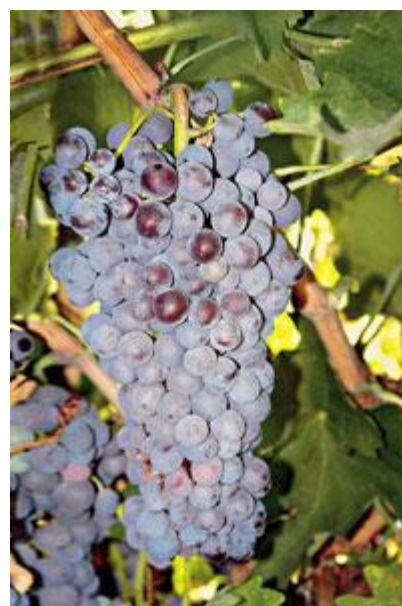
παραδοσιακές Μακεδονικές ποικιλίες οίνων είναι το Λήμνιο ή μια από τις αρχαιότερες ποικιλίες παγκοσμίως, η γηγενής Νεγκόσκα και το πολύ-γνωστό κυρίαρχο Ξινόμαυρο.

Λημνιό: Πρόκειται για την αρχαία ποικιλία «Λημνία άμπελος» όπως αναφέρει ο Πολυδεύκης. Είναι γνωστή ως Καλαμπάκι και Λημνία. Κατάγεται από την Λήμνο, καλλιεργείται στην Λήμνο, Θάσο, Σκόπελο, Αλόνησο, Μυτιλήνη και Χαλκιδική (Σιθωνία και Άγιο Όρος). Τα κρασιά της είναι υψηλόβαθμα, με χαμηλή οξύτητα και χαμηλής έντασης ιδιαίτερο άρωμα. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Συμμετέχει στην ποικιλιακή σύνθεση των ερυθρών ξηρών οίνων ΟΠΑΠ Λήμνος, ΠΟΠ Πλαγιές Μελίτωνα, μαζί με τους Cabernet Sauvignon και Cabernet Franc, καθώς και ορισμένων ΠΓΕ Οίνων και Επιτραπέζιων οίνων. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, η καλλιέργεια της ποικιλίας συνιστάται στα αμπελουργικά διαμερίσματα Μακεδονίας, Θράκης, κ.α. (Σταύρακας, 2015)



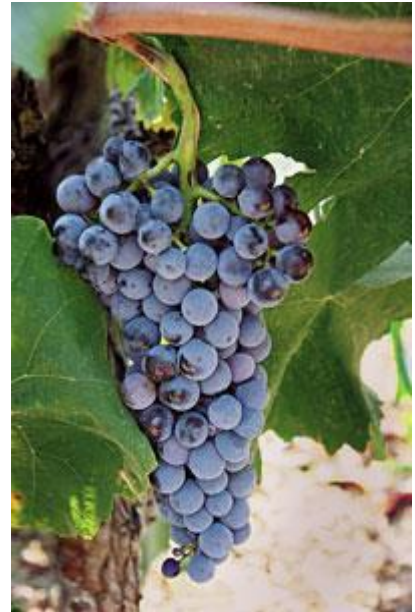
Εικόνα 2.1 Ποικιλία Λημνιό, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

Νεγκόσκα (ή ν εγκ οτσκ α): Η Ονομασία προέρχεται από τη σλάβικη λέξη για την Νάουσα, Νεγκούς. Πρόκειται για μια σημαντική ερυθρή ποικιλία στην Μακεδονία και απαντάται στην Γουμένισσα, σε μία έκταση, που πλησιάζει τα 700 στρέμματα, μεταφέρθηκε εκεί από την Νάουσα. Πιστεύεται ότι είναι στενός συγγενής του Ξινόμαυρου. Ωριμάζει μετά τις 20 Σεπτεμβρίου και δίνει κρασιά μέτριας οξύτητας, υψηλόβαθμα, και γι' αυτό συμμετέχει στην παραγωγή του κρασιού ΟΠΑΠ Γουμένισσα μαζί με το Ξινόμαυρο, του οποίου μετριάζει τον ατίθασο χαρακτήρα και μαλακή γεύση. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Με τα παραπάνω χαρακτηριστικά μειώνει την οξύτητα και την τανικότητα του Ξινόμαυρου, αυξάνοντας τον αλκοολικό τίτλο, τα φρουτώδη αρώματα και την χρωματική ένταση, στην παραγωγή του ερυθρού ξηρού παλαιωμένου οίνου ΠΟΠ Γουμένισσα (Σπινθηροπούλου, 2000)



Εικόνα 2.2 Ποικιλία Νεγκόσκα, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

Ξινόμαυρο: Είναι μια από τις πιο γνωστές ελληνικές ερυθρές ποικιλίες. Είναι μια κυρίαρχη ερυθρή ποικιλία της Κεντρικής και δυτικής Μακεδονίας, καλλιεργείται στις περιοχές Νάουσας, Γουμένισσας, Πέλλας κ.α. Δίνει κρασιά αρκετά βαθύχρωμα με υψηλή οξύτητα. Το κρασί διακρίνεται επίσης για τον τανικό του χαρακτήρα και την σχετική έλλειψη σώματος. Τα νεαρής ηλικίας κρασιά έχουν αρώματα φραγκοστάφυλου, ενώ με την έναρξη της παλαίωσης αποκτούν αρώματα ντομάτας και ελιάς. Καλλιεργείται σε μεγάλες εκτάσεις στη Νάουσα, στη Γουμένισσα και το Αμύνταιο, την συναντάμε διάσπαρτα και σε άλλες περιοχές. Στις παραπάνω τρεις (3) περιοχές δίνει κρασιά ΟΠΑΠ με το όνομα της αντίστοιχης περιοχής. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012).

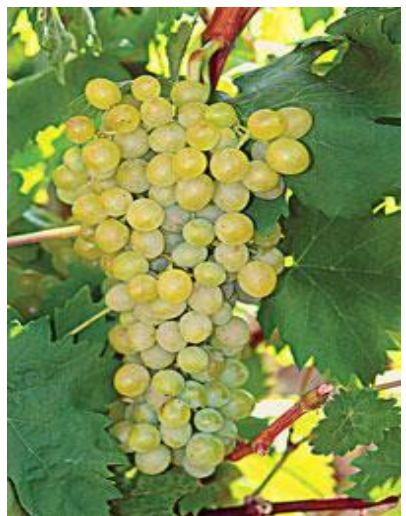


Εικόνα 2.3 Ποικιλία Ξινόμαυρο, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

Σύμφωνα με την νομοθεσία, η καλλιέργεια της ποικιλίας συνιστάται στο αμπελουργικό διαμέρισμα Μακεδονίας στην οριοθετημένη ζώνη παραγωγής οίνου ΠΟΠ «Νάουσα», ερυθρός ξηρός, ημίξηρος και ημίγλυκος. Το ξινόμαυρο συμμετέχει στην παραγωγή ερυθρών ξηρών οίνων ΠΟΠ Γουμένισσα (με ποικιλία Νεγκόσκα) και ορισμένων ΠΓΕ (Μακεδονία, Πλάγιες Βερτίσκου, Χαλκιδική κ.α.) και επιτραπέζιων οίνων.

2.2.1 Λευκές ποικιλίες οινοποιίας στην Κεντρική Μακεδονία

ΑΘΗΡΙ: Μια πολύ παλιά ποικιλία αιγαιοπελαγίτικη, που καλλιεργείται σήμερα σε αρκετές περιοχές της χώρας όπως η Χαλκιδική. Δίνει κρασιά μέτριου αλκοολικού βαθμού με ελαφρά φρουτώδη αρώματα. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012) Συμμετέχει στην παραγωγή των οίνων Πλαγιές Μελίτωνα, καθώς και ΠΓΕ οίνων (Άγιον Όρος, Χαλκιδική, Μακεδονία, κ.α.) και Επιτραπέζιων οίνων (Σπινθηροπούλου, 2000)



Εικόνα 2.4 Ποικιλία Αθήρι, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

ΑΣΥΡΤΙΚΟ: Ποικιλία γηγενής της Σαντορίνης, υψηλών προδιαγραφών που δίνει υψηλές οξύτητες παρά το θερμό κλίμα των περιοχών στις οποίες καλλιεργείται. Διακρίνεται για την αρωματική πολυπλοκότητα της, την οποία αναπτύσσει με το πέρασμα του χρόνου. Ξεκινάει με αρώματα εσπεριδοειδών, δίνει αρώματα ξηρών χόρτων, τσαγιού και πολλές φορές ορυκτές νότες. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Σήμερα έχει μεγάλη διασπορά σε όλη σχεδόν την Ελλάδα και μάλιστα στην Βόρεια Ελλάδα ως ΠΟΠ Πλαγιές Μελίτωνα και αρκετών οίνων ΠΓΕ (Επανωμή, Άγιον όρος, Μακεδονία, Πλαγιές Βερτίσκου, κ.α.) και επιτραπέζιων οίνων. (Σπινθηροπούλου, 2000)



Εικόνα 2.5 Ποικιλία Ασύρτικο, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

ΜΑΛΑΓΟΥΖΙΑ: Μια ξεχωριστή ποικιλία για το έντονο άρωμα της που περνάει και στα κρασιά, σήμερα έχει επεκταθεί και στην Βόρεια Ελλάδα. Το αρωματικό δυναμικό της την κάνει περιζήτητη τόσο σε χαρμάνια όσο και σε ατόφια έκδοση. Δίνει κρασιά αλκοολικά με χαμηλή οξύτητα και ωριμάζει αρκετά πρόωμα, μέσα Αυγούστου. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Συμμετέχει στην παραγωγή ορισμένων ΠΓΕ Οίνων (Επανομή, Σιθωνία)



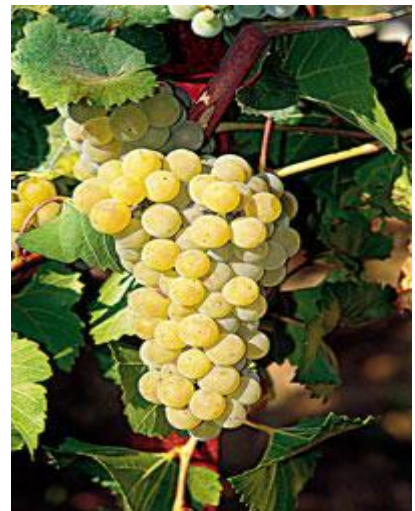
Εικόνα 2.6 Ποικιλία Μαλαγουζιά, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

ΡΟΔΙΤΗΣ: Ροδόχορως ποικιλία, που καλλιεργείται σε 32 νομούς της χώρα και ανάμεσα τους είναι η Μακεδονία. Ευδοκίμει καλύτερα σε σχετικά μεγάλα υψόμετρα, ωριμάζει σχετικά αργά και χαρακτηρίζεται από ικανοποιητική οξύτητα. Δίνει κρασιά με χαρακτήρα ελαφρά φρουτώδη που σε πολλές περιπτώσεις θυμίζει τον ανανά (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Συμμετέχει στην παραγωγή ροζέ οίνων. Επίσης η ποικιλία συμμετέχει στην παραγωγή λευκών οίνων ΠΟΠ: Πλαγιές Μελίτονα (Με Αθήρι και Ασύρτικο), ξηρός και ΠΟΠ Αγκιάλος (με Σαββατιανό), ξηρός, ημίξηρος και ημίγλυκος και αρκετών ΠΓΕ οίνων (Άγιον Όρος, Μακεδονία, Πέλλα, κ.α.) αλλά και σε τοπικούς και επιτραπέζιους. (Σπινθηροπούλου, 2000)



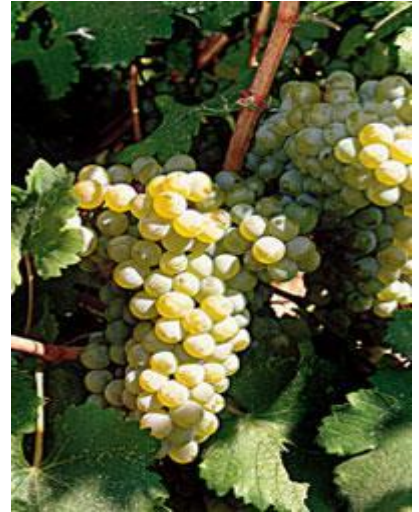
Εικόνα 2.7 Ποικιλία Ροδίτης, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

CHARDONNAY: Εκλεκτική γαλλική ποικιλία παραγωγή ξηρών λευκών κρασιών. Σχετικά πρόωμη και σε θερμές περιοχές της χώρας μας, ωριμάζει αρχές με μέσα Αυγούστου. Διακρίνεται για τον αρωματικό και γευστικό του πλούτο. Τα αρώματά του θυμίζουν πεπόνι, βερίκοκο, ροδάκινο και ανάλογα με τις συνθήκες ζύμωσης, βούτυρο. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Συμμετέχει στην παραγωγή ορισμένων ΠΓΕ οίνων (Επανομής κ.α.)



Εικόνα 2.8 Ποικιλία Chardonnay, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

SAUVIGNON BLANC: Η κύρια λευκή ποικιλία του Μπορντό κρασιού αλλά την συναντάμε και στην Ελλάδα που πρωτοκαλλιεργήθηκε στην Χαλκιδική το 1986. Έχει έντονα χαρακτηριστικά αρώματα άγριων τροπικών φρούτων που συνοδεύονται από βοτανικές νότες του φυτού απήγανου, αλλά και αζωτούχες του λεγόμενου «pipi de chat» σώμα μεσαίου όγκου και αρκετά αυξημένη οξύτητα. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Συμμετέχει στην παραγωγή αρκετών ΠΓΕ οίνων (Χαλκιδική, Επανομή, κ.α.)



Εικόνα 1.9 Ποικιλία Sauvignon Blanc,
Πηγή:ΚΕΟΣΟΕ

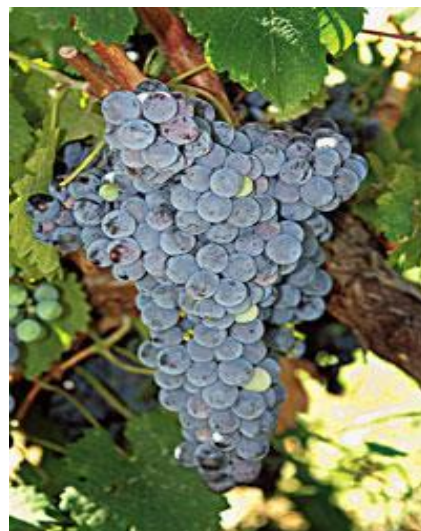
2.2.2 Ερυθρές ποικιλίες οινοποιίας στην Κεντρική Μακεδονία

Cabernet Sauvignon: Πρόκειται για τον οικογενειάρχη των Καρμπερνέ, γαλλική ερυθρή ποικιλία του Μπορντό. Ωριμάζει ελαφρά αργοπορημένα και του ταιριάζει σε σχετικά πιο θερμές περιοχές. Οι ρώγες του μικρές, μαύρες και σφαιρικές, δίνουν ένα κρασί τανικό, στυφό με έντονο χρώμα και πολύπλοκα αρώματα μικρών κόκκινων φρούτων αλλά και βοτανικά που θυμίζουν κέδρο. Στην Ελλάδα πρωτοκαλλιεργήθηκε στην Χαλκιδική και απαντάται στην Μακεδονία. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012) Συμμετέχει στην παραγωγή ερυθρών ξηρών οίνων ΠΟΠ Πλαγιές Μελίτωνα (με τις ποικιλίες Λημιό και Cabernet Franc) και αρκετά ΠΓΕ (Άγιον Όρος, Μακεδονία, κ.α.) και επιτραπέζιων οίνων.



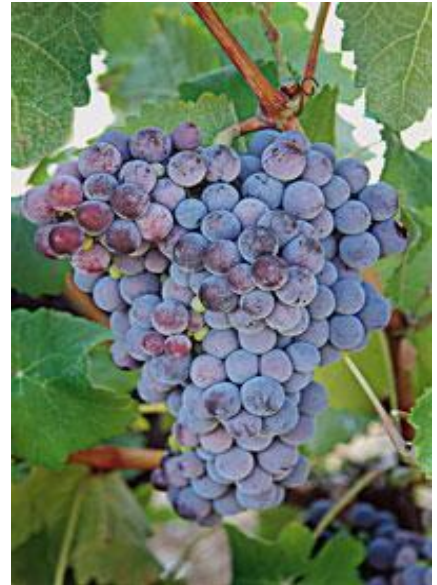
Εικόνα 2.10 Ποικιλία Cabernet Sauvignon, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

Cabernet Franc: Γαλλική ερυθρή ποικιλία του Μπορντό και της κοιλάδας του Λίγηρα. Η καλλιέργεια της στην Ελλάδα απαντάται κυρίως στην Μακεδονία, πρωτοκαλλιεργήθηκε στην Χαλκιδική (ΟΠΑΠ Πλαγιές Μελίτωνα), ενώ τα αρώματά της θυμίζουν φραγκοστάφυλο, ερυθρά φρούτα και λουλούδια. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012)



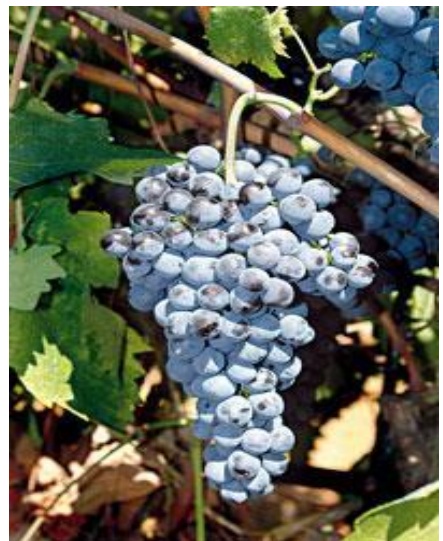
Εικόνα 2.11 Ποικιλία Cabernet Franc, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

Grenanche Rouge: Ισπανική ερυθρή ποικιλία, στην Ελλάδα συμμετέχει στην παραγωγή κρασιού σε συνδυασμό με άλλες και σπάνια μόνη της. Πρωτοκαλλιεργήθηκε στην Χαλκιδική το 1967 και στον Άγιο Όρος. Αν δεν της ζητηθούν μεγάλες αποδόσεις, όταν είναι νέα, δίνει κρασιά υψηλόβαθμα με καλό χρώμα, που όταν ωριμάσει χάνεται. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012)



Εικόνα 2.12 Ποικιλία Grenanche Rouge, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

Merlot: Ερυθρή ποικιλία, γαλλικής προέλευσης από το Μπορντό, η οποία κατέλαβε παγκοσμίως λόγω του ευγενικού και μαλακού χαρακτήρα της. Παράγει κρασιά με σχετικά υψηλό αλκοολικό βαθμό, χαμηλή οξύτητα και αρκετά μαλακά. Καταναλώνονται γρήγορα αλλά είναι ικανό να δώσει και κρασιά παλαίωσης. Στην Ελλάδα πρωτοκαλλιεργήθηκε στην Χαλκιδική και συμμετέχει στην παραγωγή ΠΓΕ οίνων μονοποικιλιακών και πολυποικιλιακών (Επανομή, Μακεδονία, Ημαθία, κ.α.)



Εικόνα 2.13 Ποικιλία Merlot, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

Syrah: Γαλλική ερυθρή ποικιλία της κοιλάδας του Ροδανού ποταμού και νότιας Γαλλίας. Στην Ελλάδα πρωτοκαλλιεργήθηκε στην Χαλκιδική, είναι ποιοτική ποικιλία, με προϋπόθεση μικρής παραγωγής. Δίνει στα κρασιά υψηλό αλκοολικό βαθμό, τανικά, με σώμα και πλούσιο άρωμα με αρκετά βοτανικά χαρακτηριστικά και αρώματα μπαχαρικών. (Τσακίρης, Κούκης, Βέκιος, 2012). Συμμετέχει στην παραγωγή αρκετών ΠΓΕ οίνων, ερυθρών και ροζέ (Επανομή, Σιθωνία, κ.α.)



Εικόνα 2.14 Ποικιλία Syrah, Πηγή: ΚΕΟΣΟΕ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.

ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΤΗΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

3.1 Αμπελουργικές ζώνες στην Κεντρική Μακεδονία

Οι αμπελουργικές ζώνες της Κεντρικής Μακεδονίας είναι επτά (7) και συγκεκριμένα είναι: οι Α.Ζ. Θεσσαλονίκης, Α.Ζ. Ημαθίας, Α.Ζ. Κιλκίς, Α.Ζ. Πέλλας, Α.Ζ. Πιερίας, Α.Ζ. Σερρών και Α.Ζ. Χαλκιδικής.



Εικόνα 3.1 Χάρτης ζώνης παραγωγής Οίνοι ΠΟΠ και ΠΓΕ Μακεδονίας Πηγή: ΥΠΑΑΤ

3.1.1. Α.Ζ. Θεσσαλονίκης

Η ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης εξελίσσεται σημαντικά σε οινοπαραγωγική περιοχή της Ελλάδος όπου οι αμπελώνες καταλαμβάνουν έκταση περίπου 800 εκταρίων. Βρίσκεται στο κέντρο της κεντρικής Μακεδονίας και συνορεύει περίγυρα με την Ημαθία, Πέλλα, Κιλκίς, Σέρρες και Χαλκιδική. Το κλίμα χαρακτηρίζεται μεσογειακό, με ήπιους χειμώνες και θερμά καλοκαίρια που μετριάζονται ή μειώνονται από τις θαλάσσιες αύρες. Σε κοντινές αποστάσεις με τους κόλπους- στα δυτικά τον Θερμαϊκό και στα ανατολικά τον Στρυμονικό, τις λίμνες Κορώνεια και ανατολικότερα την Βόλβη. Στα κεντροδυτικά του νομού το βουνό Χορτιάτης, στα βόρεια το Σιβρί και ο Βερτίσκοι και τα όρη Βόλβης στα βορειανατολικά καθώς και ο άνεμος Βαρδάρης που επικρατεί από τα βορειοδυτικά έχουν ως αποτέλεσμα να δημιουργούν τις ιδανικές συνθήκες για αμπελοκαλλιέργεια.

Η περιοχή δε διαθέτει καμία ζώνη ΠΟΠ αλλά διαθέτει τέσσερις (4) οίνους Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης: Π.Γ.Ε. Θεσσαλονίκης, Π.Γ.Ε. Επανομής, Π.Γ.Ε. Νέα Μεσημβρίας και Π.Γ.Ε. Πλαγιές Βερτίσκου.

Η Π.Γ.Ε. Θεσσαλονίκης ανήκει στην ενότητα της Κεντρικής Μακεδονίας. Οι αμπελώνες της πρέπει να φυτεύονται σε υψόμετρο από 50μ έως 800μ. Οι ποικιλίες που καλλιεργούν είναι: οι λευκές Αθήρι, Ασύρτικο, Ζουμιάτικο, Μαλαγουζιά, Ροδίτης, Σαββατιανό, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Trebbiano και Viognier από τις ερυθρές το Λημιό, Ξινόμαυρο, Παμίδι, Syrah, Merlot, Cabernet Sauvignon, Cinsault και το Grenache rouge

Η ζώνη Π.Γ.Ε. Επανομής είναι στην περιοχή Επανομής, της δημοτικής κοινότητας, που θεσπίστηκε επίσης το 1989. Στο νοτιοδυτικό τμήμα της περιφερειακής ενότητας Θεσσαλονίκης, στα Ανατολικά ο Θερμαϊκός κόλπος είναι σε απόσταση αναπνοής από τα αμπέλια που του δίνουν τον Π.Γ.Ε. Επανομής. Οι λευκές ποικιλίες που παράγουν: Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Viognier, Chardonnay, Sauvignon Blanc κι από τα ερυθρά είναι: Λημιό, Νεγκόσκα, Ξινόμαυρο, Grenache Rouge, Cabernet Sauvignon, Merlot, Mourvedre, Syrah.

Η ζώνη του Π.Γ.Ε. Νέα Μεσημβρία, είναι στην περιοχή Νέας Μεσημβρίας, της δημοτικής κοινότητας Αγίου Αθανασίου. Η Νέα Μεσημβρία βρίσκεται στα βορειοδυτικά του ευρύτερου πολεοδομικού συγκροτήματος της Θεσσαλονίκης. Με βάση την ονομασία, εγκαταστάθηκαν οι πρόσφυγες οι οποίοι έφεραν και την παράδοση της αμπελοκαλλιέργειας. Οι ποικιλίες που παράγουν από λευκά είναι Ζουμιάτικο, Μαλαγουζιά, Ροδίτης, Chardonnay, Sauvignon Blanc και από ερυθρά είναι Λημιό, Grenache Rouge, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cinsault, Syrah.

Η ζώνη Π.Γ.Ε. Πλαγιές Βερτίσκου βρίσκεται στην δημοτική κοινότητα Βερτίσκου, με τα αμπέλια να βρίσκονται σε υψόμετρα άνω των 500μ. Το βουνό Βερτίσκος είναι στο βόρειο κεντρικό τμήμα της περιφερειακής ενότητας Θεσσαλονίκης. Η πλειονότητα των αμπελιών που παράγουν ως Π.Γ.Ε. Πλαγιές Βερτίσκου είναι στις νοτιοδυτικές πλαγιές του. Οι ποικιλίες του από λευκά είναι: Αθήρι, Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Ροδίτης, Chardonnay, Trebbiano και από ερυθρά είναι Ξινόμαυρο, Παμίδι, Cabernet sauvignon, Merlot, Syrah. Τα επισκέψιμα οινοποιεία της είναι πέντε (5) κι αναμεσά τους το Κτήμα Γεροβασιλείου το οποίο ανταποκρίθηκε να απαντήσει στο ερωτηματολόγιο της έρευνας που παρουσιάζεται στα επόμενα κεφάλαια.

3.1.2 Α.Ζ. Ημαθίας

Μια από τις πιο σημαντικές Ονομασίες Προέλευσης του Ελληνικού αμπελώνα είναι η Π.Ο.Π. Νάουσα της Ημαθίας που θεσπίστηκε το 1972 με έκταση περίπου 700 εκτάρια, όπου παράγονται ερυθρά ξηρά κρασιά με κύρια ποικιλία το Ξινόμαυρο. Βρίσκεται στο βορειοδυτικό τμήμα της περιφερειακής ενότητας Ημαθίας στις νοτιοανατολικές πλαγιές του Βερμίου (2052μ.), σε υψόμετρα

από 150 έως 350μ. όπου και απλώνεται ο μεγαλύτερος αμπελώνας του Ξινόμαυρου στην Βόρεια Ελλάδα. Περιλαμβάνει τις περιοχές Νάουσας (Νάουσα, Γιαννακοχώρι, Στενήμαχος), Ανθεμίων (Κοπανός, Λευκάδια, Μαρίνα, Πολλά Νερά) και Δοβρά (Τρίλοφος, Φυτεία).

Η περιοχή διαθέτει και Π.Γ.Ε. Ημαθίας που καλύπτει όλο τον νομό. Με διεθνείς ποικιλίες από τα ερυθρά το Syrah, Merlot και Cabernet Sauvignon και μεταξύ τους το Ξινόμαυρο (σε λευκή οινοποίηση για λευκούς οίνους) ενώ από λευκά Πρικνάδι, Αθήρι, Ροδίτης, Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Gewurtzaminer, Chardonnay και Sauvignon Blanc. Στα λευκά κρασιά παράγεται το Gris de Noir που προέρχεται από το Ξινόμαυρο και συναντάμε κάποια αφρώδη επίσης. Η ποικιλότητα της τοπογραφίας και των εδαφών του αμπελώνα στη Νάουσα παίζει σημαντικό ρόλο στην ποιότητα της καλλιέργειας του Ξινόμαυρου που καλύπτει τους πρόποδες και τις ανατολικές πλαγιές του Βερμίου όρους με υψόμετρο 100μ. – 400μ. και σε εδάφη από όξινα σχιστολιθικά έως αργιλοασβεστώδη.

Η ποικιλία ξινόμαυρο στον αμπελώνα της Νάουσας καλύπτει περίπου 6.000 – 6.500 στρέμματα, διαμορφωμένα σε γραμμικά σχήματα σχεδόν όλα τους. Το ξινόμαυρο ωριμάζει αργά, μετά από τις 20 Σεπτεμβρίου, κι αυτό είναι που το κάνει ευάλωτο στις ψυχρές και βροχερές χρονιές και επιδεινώνεται ο τανικός χαρακτήρας των οίνων που παράγονται από αυτό. Η ωρίμανση του Ξινόμαυρου είναι καλύτερη σε ασβεστούχα εδάφη με καλή στράγγιση. Τα επιθυμητά χαρακτηριστικά τονίζονται όταν οι οίνοι προέρχονται από αμπελώνες με χαμηλή στρεμματική απόδοση και με σωστή χρήση των αμπελοκομικών τεχνικών.

Στην Νάουσα φιλοξενείται το πρώτο οργανωμένο οινοποιείο και στεγάζεται στο παραδοσιακό κτίριο 'Ιωάννη Μπουτάρη' που χτίστηκε το 1906. Η αρχική του χρήση ήταν ως (1^ο) πρώτο ιδιόκτητο οινοποιείο και κάβα λιανικής στην Νάουσα, όπου έχει παραχθεί και εμφιαλωθεί το (1^ο) πρώτο ερυθρό ελληνικό εμφιαλωμένο κρασί (Boutari.gr). Σήμερα η χρήση του είναι ως Μουσείο Οίνου και Αμπέλου (Εικόνα 3.2) και ανήκει στον Δημοτικό Πολιτιστικό Οργανισμό Νάουσας (ΔΗ.Π.Ο.Ν.) με την παρουσία της τοπικής αμπελοκαλλιέργειας και της οινοπαραγωγής της Νάουσας που χρονολογείται από τον 17^ο αιώνα μέχρι και σήμερα. Σκοπός του μουσείου είναι η παρουσίαση της αμπελουργίας και οινοποιίας στην Νάουσα με την εξέλιξη της στο χρόνο και τη μετάβαση από τον παραδοσιακή στην σύγχρονη μορφή της.



Εικόνα 3.2 Μουσείο Οίνου και Αμπέλου, Πηγή: museumfinder.gr

Τα επισκέψιμα οινοποιεία είναι αρκετά για να προσελκύουν τους επισκέπτες, ενημερώνοντας σημαντικά για το ιστορικό κομμάτι της περιοχής. Ανάμεσά τους αυτά που έχουν λάβει μέρος στο ερωτηματολόγιο της έρευνας είναι: Το Κτήμα Κυρ-Γιάννη, Οινοποιείο Δαλαμάρα, Κτήμα Φουντή, Αγροτικός Αμπελουργικός Οινοποιητικός Συνεταιρισμός ΒΑΕΝΙ Νάουσα, Βιολογικοί Αμπελώνες Ταραλάς – Ελίνοσ.

3.1.3. Α.Ζ. Κιλκίς

Στο βορειότερο μέρος της κεντρικής Μακεδονίας, στο Κιλκίς, η αμπελουργική περιοχή του είναι η ζώνη ΠΟΠ Γουμένισσας που θεσπίστηκε το 1979 και περιλαμβάνει το όρος Πάικο (1650μ.), στα δυτικά, τον Αξιό ποταμό, τις περιοχές Γουμένισσας____(Γουμένισσα, Γερακώνας, Γρίβα, Κάρπη, Πεντάλοφο, Στάθης, Φιλυριά), τις περιοχές Αξιούπολης (Γοργοπή) και Ευρωπού (Πολύπετρο). Το σύνολο περιοχών που εκτείνεται η ζώνη διευκολύνει τις εδαφοκλιματικές συνθήκες καλλιέργειας. Ο λοφώδης αμπελώνας της Γουμένισσας βρίσκεται στα βορειοδυτικά της Θεσσαλονίκης. Τα αμπέλια βρίσκονται σε πλάγιες μικρής κλίσης (υψόμετρο 150–250μ.) και σε έδαφος με μέτρια γονιμότητα. Οι αμπελώνες της Γουμένισσας είναι γραμμικοί με αραιή φύτευση (περίπου 350 πρεμνά ανά στρέμμα), τα φυτά είναι υποστηριγμένα και διαμορφωμένα σε αμφίπλευρο γραμμικό σχήμα. Στον άξονα Κάρπης, Γουμένισσας και Φιλυρίας είναι η μεγαλύτερη έκταση των αμπελιών. Με τη νομοθεσία που επιβάλλεται για τον περιορισμό ελάχιστου υψόμετρου 150μ. περιορίζει την έκταση της ζώνης. Η ζώνη Π.Ο.Π. Γουμένισσα είναι η μικρότερη από τις τέσσερις (4) ζώνες που συμμετέχει το Ξινόμαυρο (Π.Ο.Π. Αμύνταιο, Π.Ο.Π. Νάουσα, Π.Ο.Π. Ραψάνη) Οι δύο (2) αντιπροσωπευτικές ποικιλίες της το Ξινόμαυρο και η Νεγκόσκα (τουλάχιστον 20%). Κύρια ποικιλία της περιοχής είναι το Ξινόμαυρο και λίγες διεθνείς ποικιλίες. Η ιδιαιτερότητα του αμπελώνα της Γουμένισσας είναι η γηγενής ερυθρή ποικιλία, η Νεγκόσκα σε ποσοστό 23-30%. Τα κρασιά φέρνουν και την ένδειξη Π.Γ.Ε. Πλαγιές Πάικου που νομοθετήθηκε το 2009. Χρησιμοποιούνται κι άλλες ερυθρές διεθνείς ποικιλίες όπως το Λημνιό, Cabernet Sauvignon, Merlot και το Syrah. Από λευκές το Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Ροδίτης και Sauvignon Blanc.

Το 2009 θεσπίστηκε η ζώνη της Π.Γ.Ε. Πλαγιές Πάικου με περιοχές Γερακώνας, Γουμένισσας, Γρίβας και Φιλυρίας της δημοτικής κοινότητας Γουμένισσας και τις περιοχές Ευρωπού, Πολυπέτρου, Τούμπας της δημοτικής κοινότητας Ευρωπού. Η θέσπιση της Π.Γ.Ε. Πλαγιές Πάικου είναι από το όρος Πάικο που εκτείνεται στα βόρεια τμήματα των περιφερειακών ενοτήτων Κιλκίς και Πέλλας. Η ζώνη του είναι στις ανατολικές πλαγιές του βουνού, στην μεριά του Κιλκίς που συμπίπτει με τη ζώνη Π.Ο.Π. Γουμένισσας ερυθρού οίνου Ξινόμαυρο και Νεγκόσκα. Οι ποικιλίες

που παράγονται από λευκά είναι Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Ροδίτης, Chardonnay, Sauvignon Blanc και από ερυθρά είναι Λημνιό, Νεγκόσκα, Ξινόμαυρο, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah..

Από επισκέψιμο οινοποιείο που έλαβε μέρος στο ερωτηματολόγιο ήταν τα οινοποιεία Αιδαρίνη και Κτήμα Χατζηβαρύτη.

3.1.4. Α.Ζ. Πέλλας

Στο βόρειο τμήμα της Κεντρικής Μακεδονίας βρίσκεται η Πέλλα ανάμεσα την Νάουσα και τη Γουμένισα, η ζώνη του Π.Γ.Ε. Πέλλας, θεσπίστηκε το 1995, σε μια περιοχή όπου οι λοφώδεις αμπελώνες του βρίσκονται γύρω από τα Γιαννιτσά, ξεκινούν από υψόμετρο 30μ. και φτάνουν μέχρι τα 400μ. με πλεονεκτήματα λόγω εδαφοκλιματολογικών συνθηκών. Η πλειονότητα των αμπελιών βρισκόταν στην περιοχή Γιαννιτσών, σταδιακά προστέθηκαν νέες καλλιέργειες με επέκταση και στην περιοχή της Σκύδρας.

Οι κύριες ποικιλίες που καλλιεργούνται είναι από λευκές Ροδίτης, Ασύρτικο, Sauvignon Blanc και από ερυθρές το Ξινόμαυρο, Syrah. Τα κρασιά τους μπορούν να φέρουν την ένδειξη Π.Γ.Ε. Πέλλας. Από επισκέψιμο οινοποιείο που έλαβε μέρος στο ερωτηματολόγιο ήταν το Κτήμα Ζην Ηδέως

3.1.5. Α.Ζ. Πιερίας

Στο νότιο τμήμα της Κεντρικής Μακεδονίας βρίσκεται η Πιερία, συνορεύει με την Ημαθία στα βόρεια. Οι αμπελώνες τους επεκτείνονται στους πρόποδες του Ολύμπου, με τις οροσειρές Πιέρια Όρη και Τίτταρος, παράλληλα στα ανατολικά ο Θερμαϊκός κόλπος, ο ποταμός Αλιάκμονας στα βόρεια και ο Πηνειός στα νότια, αποδίδουν τις κατάλληλες εδαφοκλιματικές συνθήκες για την παραγωγή οίνων υψηλής ποιότητας.

Η περιοχή μπήκε πρόσφατα στο σύγχρονο οικόνη χάρτη της Ελλάδος, με αποτέλεσμα να ανακάμπτει μεγάλη αμπελοοική ανάπτυξη τα τελευταία 15-20 χρόνια. Με την θέσπιση της Π.Γ.Ε. Πιερίας το 2008 δόθηκε μεγαλύτερη ανάπτυξη στην περιοχή, ωστόσο καλλιεργούνται τα αμπέλια σε υψόμετρο άνω των 50μ. με γηγενείς όσο και διεθνείς ποικιλίες. Οι κυριότερες ποικιλίες από λευκές είναι Μαλαγουζιά, Ασύρτικο και Chardonnay κι από ερυθρές είναι Ξινόμαυρο, Syrah και Cabernet Sauvignon.

Από επισκέψιμο οινοποιείο που έλαβε μέρος στο ερωτηματολόγιο ήταν το Κτήμα Κούρτη.

3.1.6. Α.Ζ. Σερρών

Ο νομός Σερρών συνορεύει με τους νομούς Θεσσαλονίκης και Κιλκίς στα δυτικά και ανατολικά με τους νομούς Δράμας και Καβάλας. Περικλείεται δυτικά από τις οροσειρές Μπέλλες ή Κερκίνη,

Βερτίσκου, Κερδυλλιών και στα ανατολικά από τις οροσειρές Ορβήλου, Μενοικίου που καταλήγει στο Παγγαίο όρος. Θεωρείται πεδινή περιοχή, ο ποταμός Στρυμόνας διασχίζει όλη την περιοχή, σχηματίζοντας εύφορη την κοιλάδα του Στρυμόνα που καταλήγει στον Στρυμονικό κόλπο.

Στις Σέρρες υπάρχουν περίπου 400 εκτάρια αμπελώνων, παρόλα αυτά γίνονται προσπάθειες στην παραγωγή εμφιαλωμένων οίνων, διότι τα προηγούμενα χρόνια οι παραγωγές κρασιού καταναλώνονταν σε τοπικό επίπεδο. Αν και ιστορικά στην περιοχή της, έχουν παράδοση στην παραγωγή αποσταγμάτων συγκεκριμένα ούζο, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται ραγδαία και η οινοπαραγωγή. Με τη θέσπιση του οίνου Π.Γ.Ε. Σέρρες το 1995 και οι αναθεωρήσεις τους το 2004 και 2010, επέτρεψαν περισσότερες ποικιλίες με αποτέλεσμα να δοθεί ώθηση στην περιοχή. Οι κύριες ποικιλίες που καλλιεργούνται είναι οι λευκές Μοσχάτο Αλεξανδρείας, Ροδίτης, Μαλαγουζιά και Chardonnay και οι ερυθρές Λημιό, Παμίδι, Cabernet Sauvignon, Merlot και Syrah.

Από επισκέψιμο οινοποιείο που έλαβε μέρος στο ερωτηματολόγιο ήταν το Κτήμα Νεραντζή.

3.1.7. Α.Ζ. Χαλκιδικής

Στην Χαλκιδική σχηματίζονται τρεις επιμήκεις χερσόνησοί με το χαρακτηριστικό της σχήμα «πόδια της Χαλκιδικής», από τα δυτικά προς τα ανατολικά με τις χερσονήσους Κασσάνδρας, Σιθωνίας και Αθω.

Τα αμπέλια καλλιεργούνται στις εξής περιοχές: στην κεντρική περιοχή της Χαλκιδικής (Άγιος Παύλος – Νέα Καλλικράτεια), στο μεσαίο- 2^ο πόδι στη Σιθωνία και στο τρίτο(3^ο) πόδι Άγιο Όρος. Στον Άγιο Παύλο οι χαμηλοί λοφώδες αμπελώνες είναι σε κοντινή απόσταση από την θάλασσα που αντισταθμίζει με την αύρα της τις καλοκαιρινές θερμοκρασίες. Οι καλλιεργημένες ποικιλίες της είναι από λευκά Ροδίτης, Sauvignon Blanc και από τα ερυθρά είναι το Ξινόμαυρο και το Cabernet Sauvignon.

Η Σιθωνία είναι η μεσαία από τις τρεις χερσονήσους της Χαλκιδικής. Η Π.Γ.Ε. Σιθωνίας που θεσπίστηκε το 1996, είναι ο αμπελώνας από όπου προέρχεται και ο Π.Ο.Π. Πλαγιές Μελίτωνα. Το μοναδικό οινοποιείο που το κατέχει είναι και το μόνο που παράγει του οίνους Π.Γ.Ε. Σιθωνίας. Οι κύριες ποικιλίες του από λευκό είναι Μαλαγουζιά (τουλάχιστον 60%), από ερυθρό Syrah (τουλάχιστον 60%) και άλλες συνιστώμενες – επιτρεπόμενες ποικιλίες.

Η περιοχή των αμπελώνων Χαλκιδικής ορίζεται από τις πλαγιές του όρους Μελίτωνα στην 2^η/μεσαία χερσόνησο Σιθωνία, που είναι ένας από τους μεγαλύτερους ενιαίους αμπελώνες στην Ελλάδα. Στα φτωχά εδάφη, οι έντονες κλίσεις της, το ξηρό κλίμα της περιοχής και η ευεργετική υγρασία από την θάλασσα ευνοούν την παραγωγή. Είναι φυτεμένα με ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες, τόσο σε κύπελλα, όσο και σε γραμμικά, μη αρδευόμενα αμπέλια. Η προσαρμογή των ερυθρών οίνων Cabernet Sauvignon και Syrah είναι εξαιρετική και των γηγενών ποικιλιών Ασύρτικο, Ροδίτης,

Αθήρι, Μαλαγουζιά και Λημνιό, οφείλεται στην άμεση επίδραση της θάλασσας (παραθαλάσσια αμπελοτόπια)

Η ζώνη Π.Ο.Π. Πλαγιές Μελίτωνα που θεσπίστηκε το 1982, βρίσκεται στις δυτικές πλαγιές του όρους Μελίτων (811μ.) και στην περιοχή του Νέου Μαρμαρά, εκτείνεται σε ύψος 800μ. , όπου παράγονται λευκοί οίνοι όπως Αθήρι, Ασύρτικο και Ροδίτη, από ερυθρά Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc και Λημνιό. Ιστορικά, ήταν ο πρώτος (1^{ος}) ελληνικός Π.Ο.Π. οίνος που με τη σύνθεση του περιλήφθηκε και σε ξένες ποικιλίες. Η αμπελουργική ζώνη του Μελίτωνα και οι οίνοι Π.Ο.Π. Πλαγιές Μελίτωνα είναι ιδιωτικά και ανήκουν μόνο σε έναν ιδιωτικό οινοποιείο.

Η καλλιεργήσιμη έκταση με τα αμπέλια είναι περίπου 900 εκτάρια, από τα οποία τα 450 εκτάρια είναι ιδιοκτησία του Οινοποιείου/Κτήματος Πόρτο Καρράς (ένα από τους μεγαλύτερους ιδιωτικούς βιολογικούς αμπελώνες της Ευρώπης) και περίπου 300 εκτάρια στον Άγιο Όρος στην ιδιοκτησίας των μοναστηριών.

Στην ανατολική χερσόνησο της Χαλκιδικής στο Άγιο Όρος, υπάρχει μακρόχρονη ιστορική αμπελοοινική παράδοση και παραγωγή κρασιού σχεδόν σε όλα τα μοναστήρια του. Η ζώνη της Π.Γ.Ε. Άγιον Όρος, θεσπίστηκε το 1981, είναι της διοικητικής περιοχής Αγίου Όρους και της Ουρανούπολης, της δημοτικής κοινότητας Σταγείρων – Ακάνθου. Με ήπιο το κλίμα του αμπελώνα σε υψόμετρα από 10μ. έως 400μ., ευνοημένων από τις ηλιοφάνειες, την ορεινή φρεσκάδα και την υγρασία της θάλασσας. Καλλιεργούνται μεγάλες ποικιλίες από λευκά: Ροδίτης, Αθήρι, Ασύρτικο, Sauvignon Blanc και από ερυθρά Λημνιό, Ξινόμαυρο, Cabernet Sauvignon και Grenache rouge. Επιπλέον ποικιλίες που καλλιεργούνται στην περιοχή από λευκές είναι Μαλαγουζιά, Μοσχάτο Αλεξανδρείας και Chardonnay, από ερυθρά Μοσχάτο Αμβούργου, Syrah

3.2 Τυποποίηση οίνου και τύποι οίνων Κεντρικής Μακεδονίας

Κάθε επώνυμο κρασί έχει το δικό του διαβατήριο, την ετικέτα κρασιού, όπου παρουσιάζει με ενιαίο τρόπο τις πληροφορίες που απαραίτητα πρέπει να γνωρίζει ο καταναλωτής για την αγορά του και αποδεικνύει ότι η επωνυμία και το «ντύσιμο» των φιαλών θεωρείται προϊόν πολυτελείας, πέρα από το να είναι ένα χάρτινο κομμάτι κολλημένο στη συσκευασία.

Γενικότερα, η εμφιάλωση, η συσκευασία και τυποποίηση οίνου, καθιέρωσαν την ετικέτα κρασιού. Στην ετικέτα κρασιού μας γνωστοποιείται η ονομασία του προϊόντος, ο εμφιαλωτής ή οινοπαραγωγός, ο τύπος του κρασιού, η προέλευση του, τα γευστικά χαρακτηριστικά του κ.α. Υποχρεωτικά στην ετικέτα αναγράφεται ο όγκος του κρασιού, ο εμφιαλωτής του, οι αλκοολικοί του βαθμοί και η έδρα παραγωγής αν ο οίνος είναι Π.Ο.Π. ή εμφιάλωσης, για τα υπόλοιπα κρασιά.

Διευκολύνοντας του καταναλωτές σε ένα βαθμό για την αναγνώριση και εκτίμηση ποιότητας του προϊόντος, οι ετικέτες οίνου παρέχουν υποχρεωτικές και προαιρετικές ενδείξεις.

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις των Αμπελοοινικών Προϊόντων με βάση την Νομοθεσία της Ε.Ε. και την Εθνική Νομοθεσία θα πρέπει:

- Να βρίσκονται συγκεντρωμένες στο ίδιο οπτικό πεδίο (μπροστινή ή πίσω ετικέτα).
- Να αναγράφονται με ανεξίτηλους χαρακτήρες και να διακρίνονται σαφώς από το περιβάλλον. (Ταταρίδης, 2018)

Οι Υποχρεωτικές ενδείξεις είναι:

1. **Όνομασία κατηγορίας αμπελοοινικού προϊόντος:** Πάνω στην ετικέτα αναγράφεται μία από τις τέσσερις (4) κατηγορίες του κρασιού: Οίνος Επιτραπέζιος, Τοπικός, Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας ή Ονομασίας Προέλευσης Ελεγχόμενη
2. **Όγκος περιέκτη:** Στην πλειονότητά τους οι φιάλες κρασιού είναι των 375, 500 ή 750 ml. Δεν επιτρέπονται όλα τα μεγέθη φιαλών εκτός από τα πολλαπλάσια και υποπολλαπλάσια του 0,75 lt και του 1 λίτρου.
3. **Αποκτημένος κατ' όγκο αλκοολικός τίτλος:** Αναφέρει την επί τοις εκατό περιεκτικότητα του κρασιού σε οινόπνευμα
4. **Η παρουσία ορισμένων αλλεργιογόνων ουσιών:** Υποχρεωτικά αναγράφεται η συγκεκριμένη ένδειξη από το 2004 σε όλες τις ετικέτες που παράγεται εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μπορεί να συνοδεύεται με αντίστοιχα εικονογράμματα: (ΕΙΚΟΝΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΦΕΚ)
5. **Ένδειξη προέλευσης:** Στην περίπτωση που το κρασί παράγεται στην Ελλάδα από σταφύλια που συγκομίστηκαν στην Βουλγαρία. Ελληνικό προϊόν, Οίνος από την Ελλάδα
6. **Ένδειξη του εμφιαλωτή:** Το όνομά, την διεύθυνσή του ή τον κωδικό αριθμό που δόθηκε στο Χημείο του Κράτους.
7. **Ένδειξη του εισαγωγέα:** στην περίπτωση των εισαγόμενων οίνων
8. **Ένδειξη της περιεκτικότητας σε σάκχαρα:** Στην περίπτωση αφρώδους οίνου κι άλλων αντίστοιχα
9. **Αριθμός παρτίδας:** (Lot no) στη φιάλη (L...-...)

Παράλληλα στις υποχρεωτικές ενδείξεις ετικέτα κρασιού, στις φιάλες των οίνων Π.Ο.Π. επικολλάται μία ειδική ταινία ελέγχου του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ) στο στόμιο, ενώ των οίνων Π.Γ.Ε. αναγράφεται ένας κωδικός ελέγχου,

Οι προαιρετικές ενδείξεις των Αμπελοοινικών Προϊόντων με βάση την Νομοθεσία της Ε.Ε. και την Εθνική Νομοθεσία:

1. Έτος συγκομιδής
2. Η ονομασία μίας ή περισσότερων οινοποιήσιμων ποικιλιών αμπέλου
3. Η ένδειξη της περιεκτικότητας σε σάκχαρα: στην περίπτωση των οίνων
4. Οι παραδοσιακές ενδείξεις για τους οίνους με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π.) ή γεωγραφική ένδειξη.
5. Το κοινοτικό σύμβολο που αναφέρει την προστατευόμενη ονομασία προέλευσης ή την προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη
6. Ενδείξεις που αφορούν ορισμένες μεθόδους παραγωγής
7. για τους οίνους που φέρουν ονομασία προέλευσης ή γεωγραφική ένδειξη, το όνομα άλλης γεωγραφικής ενότητας η οποία είναι μικρότερη ή μεγαλύτερη από την περιοχή στην οποία βασίζεται η ονομασία προέλευσης ή η προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη.

Παράλληλα κάθε οινοπαραγωγός μπορεί να δώσει επιπλέον πληροφορίες για το προϊόν του, μέσω των προαιρετικών ενδείξεων ετικέτας οίνου όπως διάφορες προτιμήσεις ή προτάσεις σερβιρίσματος, ζευγάρισμα φαγητού κρασιού (food wine pairing), κ.α. Στα κρασιά Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε., κοινοποιούν την προέλευση τους, δίνονται πληροφορίες για το ιστορικό, τον τόπο και τρόπο παραγωγής σταφυλιού.

Τα στοιχεία των ετικετών κρασιού είναι σημαντικά που αναγράφονται με την μορφή ενδείξεων, που ρυθμίζονται από κοινοτικούς κανονισμούς και εθνικούς νόμους ή υπουργικές αποφάσεις. Με την σύσταση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας (Ε.Ο.Κ.) το 1962 καταβλήθηκε η συστηματική προσπάθεια της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (Κ.Α.Π.) με αφορμή την παραγωγή, την εμπορία του κρασιού, την επεξεργασία του, την προέλευση του, τον έλεγχο ποιότητας και την κυκλοφορία του. Τα νομοθετικά θεσπισμένων ενδείξεων του συστήματος, διαφέρουν ανάλογα με την κατηγορία και τον τύπο κρασιού, έπρεπε να απεικονίζεται στην ετικέτα κρασιού ομοιογενώς για όλα τα κράτη-μέλη. Με αυτό τον τρόπο οι ενδείξεις ετικετών διακρίνονται σε υποχρεωτικές και προαιρετικές. Οι υποχρεωτικές, αναγράφονται στην κύρια ετικέτα, ενώ οι άλλες στην κύρια ή οπίσθια ετικέτα, αν υπάρχει επικολλάται στο πίσω μέρος φιάλης.

Τύποι οίνων Π.Γ.Ε. Θεσσαλονίκης: Λευκός, Ροζέ, Ερυθρός – ξηρός

Στην Π.Γ.Ε. Ημαθίας που καλύπτει όλο τον νομό με τους αμπελώνες τους σε υψόμετρα από 80μ. και πάνω. Η τροποποίηση του Δεκεμβρίου 2011 (ΦΕΚ 27779B 2-12-2011) επέβαλε κατώτατο υψομετρικό όριο και διεύρυνε σημαντικά την ποικιλιακή σύνθεση και του τύπους οίνων

Τύποι οίνων Π.Γ.Ε. Ημαθίας: Λευκός, ροζέ, ερυθρός – ξηρός, ημίξηρος, ημίγλυκος.

Τύποι οίνων Π.Γ.Ε. Πέλλας: Λευκός, Ροζέ, Ερυθρός – ξηρός, ημίξηρος

Τύποι οίνων Π.Γ.Ε. Πιερία: Λευκός, ροζέ, ερυθρός – ξηρός, ημίξηρος, ημίγλυκος, γλυκός

Με την θέσπιση του οίνου Π.Γ.Ε. Σέρρες το 1995 και το 2002 που ουσιαστικά άρχισε η ανάπτυξη του. Οι αναθεωρήσεις τους το 2004 και τέλη του 2010, επέτρεψαν περισσότερες ποικιλίες που δόθηκε ώθηση στην περιοχή.

Οι ποικιλίες που καλλιεργούν είναι οι λευκές: Αγούμαστος, Αθήρι, Ασπρούδα Σερρών, Ασύρτικο, Ζουμιάτικο, Μπατίκι, Μοσχάτο Αλεξανδρείας, Ροδίτης, Μαλαγουζιά, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Trebbiano, και οι ερυθρές είναι Λημιό, Παμίδι, Cabernet Sauvignon, Merlot και Syrah.

Τύπο οίνων Π.Γ.Ε. Σέρρες: Λευκός, Ροζέ, ερυθρός – ξηρός, ημίξηρος, ημίγλυκος

Οι οίνοι Π.Γ.Ε. Χαλκιδικής παράγονται από τους αμπελώνες της Περιφερειακής Ενότητας Χαλκιδικής με την τροποποίηση του Δεκεμβρίου 2011 (ΦΕΚ 27778B 2-12-2011) διεύρυνε ελαφρώς την ποικιλιακή σύνθεση (Viognier, Chardonnay) και επιβλήθηκε περιορισμούς ποσοστών σε κάποιες ποικιλίες.

Οι ποικιλίες Π.Γ.Ε. Χαλκιδική από λευκά: Αθήρι, Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Μοσχάτο Αλεξάνδρειας, Ροδίτης, Sauvignon Blanc, Trebbiano, Chardonnay κι από ερυθρά Λημιό, Ξινόμαυρο, Grenache rouge, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah. Οι ποικιλίες Αθήρι, Ασύρτικο, Ροδίτης και Λημιό, Cabernet Sauvignon πρέπει να είναι σε ποσοστά διαφορετικά των λευκών και ερυθρών οίνων Π.Ο.Π. Πλαγιές Μελίτων αντιστοίχως.

Τύποι οίνων Π.Γ.Ε. Χαλκιδική: Λευκός, ροζέ ερυθρός - -ξηρός, ημίξηρος, ημίγλυκος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.

Ο ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

4.1 Ο χάρτης του οινοτουρισμού

Η Βόρεια Ελλάδα είναι μια πολύ εκτεταμένη περιοχή, που περιλαμβάνει τρεις (3) αμπελουργικές περιφέρειες ανάμεσα τους είναι και η αμπελουργική περιφέρεια Μακεδονίας, με τους οίνους Π.Γ.Ε. Μακεδονία. Πρόκειται, για ιστορικό αμπελώνα στην Ελλάδα. Οι αμπελώνες τους διακρίνονται για το υψηλό δυναμικό τους, με αποτέλεσμα ο οινοτουρισμός στην Μακεδονία να είναι πολύ πιο οργανωμένος από κάθε άλλο μέρος στην Ελλάδα. Το γεγονός οφείλεται στην Ένωση «Οινοποιία Βορείου Ελλάδος» (πρώην ENOABE), που δημιούργησε και υλοποίησε το πρόγραμμα «Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος» και είναι μια από τις πρωτοποριακές δράσεις της. Πρόκειται για ένα δίκτυο οινοτουρισμού που προσφέρει στους οινόφιλους προτάσεις για επισκέψιμα οινοποιεία, διαμονή, φαγητό, δραστηριότητες, γνωριμία με τοπικά προϊόντα και παραγωγούς, κ.α.

Οι «Δρόμοι του Κρασιού» είναι μια εκδρομική πρόταση που απευθύνονται στον περιηγητή / οινόφιλο. Προτείνονται οκτώ επιλεγμένες διαδρομές, που εμπεριέχουν στο σχεδιασμό τους στάσεις στα σημαντικά σημεία της επιλεγμένης διαδρομής της κάθε αμπελουργικής ζώνης. Στους δρόμους υπάρχουν πινακίδες και σημεία σήμανσης που διευκολύνουν τη μετάβαση στις προτεινόμενες διαδρομές αμπελώνων και οινοποιείων. Παράλληλα στις διαδρομές επισημαίνονται τοποθεσίες με αρχαιολογικούς χώρους, Εκκλησίες και μονές, Μουσεία, ιστορικά κτήρια, εργαστήρια παρασκευής τοπικών εδεσμάτων αλλά και σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος ή τοποθεσίες για απόλαυση της φύσης, της θεάς κ.α. Επιπλέον, στον χάρτη προσθέτονται προτεινόμενοι/αξιολογημένοι, ποιοτικοί/αξιόπιστοι, χώροι εστίασης (ταβέρνες, εστιατόρια) αλλά και ξενοδοχεία, καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα, χώροι για εναλλακτικές δραστηριότητες. Όλοι συνεργαζόμενα μέλη των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος που αξιολογήθηκαν βάσει κοινών προδιαγραφών και φέρουν το αντίστοιχο ειδικό σήμα.

Σε μια εκτεταμένη περιοχή είναι μεγάλες οι δυνατότητες για τουρισμό και καλύπτουν σχεδόν όλες τις εποχές του χρόνου ακόμη και τις προσδοκίες των επισκεπτών. Ο οινοτουρισμός στην βόρεια Ελλάδα διευκολύνεται με οδικές μετακινήσεις κυρίως, χάρη στους αναβαθμισμένους Αυτοκινητόδρομους με βάση τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές συγκεκριμένα για τους Αυτοκινητόδρομους 1 (Α1) γνωστό και ως Π.Α.Θ.Ε. που αποτελεί τμήμα της Ευρωπαϊκής Οδού 75 (Ε75) στον άξονα Κατερίνη – Εύζωνοι. Αντίστοιχα με τον μεγαλύτερο Αυτοκινητόδρομο της Ελλάδας τον 2 (Α2), γνωστό και ως Εγνατία Οδός που αποτελεί τμήμα της Ευρωπαϊκής Οδού 90

(E90) στον άξονα Βέροια – Ασπροβάλτα. Επίσης ο Αυτοκινητόδρομος 25 (Α25) που αποτελεί ένα τμήμα του Διευρωπαϊκού άξονα E79 (EO79) στον άξονα Θεσσαλονίκη – Προμαχώνα. Η Ευρωπαϊκή Οδός 86 (E86) που διασχίζει στον άξονα Θεσσαλονίκη – Έδεσσα στα δυτικά της Κεντρικής Μακεδονίας. Παράλληλα ο Αυτοκινητόδρομος 24 (Α24) που συνδέει με την Εγνατία Οδό στον άξονα Θεσσαλονίκη – Κασσάνδρα Χαλκιδικής, με αποτέλεσμα να προσφέρουν γρήγορες και ασφαλείς μετακινήσεις για τους επισκέπτες.

Από τις επιμέρους οχτώ (8) διαδρομές κρασιού οι πέντε (5) σχεδιάστηκαν στην Κεντρική Μακεδονία:

1. Η Διαδρομή του Κρασιού των Θεών του Ολύμπου με την κοιλάδα των Τεμπών να αποτελεί το φυσικό νότιο όριο των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος, στα αμπελοτόπια του Ολύμπου από το Λιτόχωρο έως και τον Πλαταμώνα.
2. Η Διαδρομή του Κρασιού της Νάουσας, αποτελεί μια από τις δημοφιλέστερες περιοχές παραγωγής κρασιού της Βορείου Ελλάδος καθώς το όνομά της συνδέεται με το βαθυκόκκινο κρασί της, το Ξινόμαυρο. Η συγκεκριμένη διαδρομή περιλαμβάνει τη Σκύδρα με ενδιάμεσα χωριά αλλά και τη Βέροια.
3. Στα βορειοδυτικά της Θεσσαλονίκης συναντάμε τη Διαδρομή του Κρασιού της Γουμένισσας και της Πέλλας δύο οινικές περιοχές που ανήκουν στους Νομούς Κιλκίς και Πέλλας. Η διαδρομή περιλαμβάνει τις αμπελοοινικές περιοχές της Γουμένισσας και των Γιαννιτσών στον άξονα Πολύκαστρου αλλά και της περιοχής κοντά στην Αριδαία.
4. Στο κέντρο των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος βρίσκεται η περιοχή της Θεσσαλονίκης. Στη διαδρομή του Κρασιού της Θεσσαλονίκης ο επισκέπτης θα περάσει από το Καλοχώρι και το Δέλτα Αξιού με τον αξιόλογο υδροβιότοπο με κατεύθυνση, είτε βόρεια στο Λαγκαδά και στην ορεινή Όσσα, είτε στις λίμνες Κορώνεια και Βόλβη μέχρι τον Στρυμωνικό κόλπο. Πλησιέστερα στη Θεσσαλονίκη, η διαδρομή οδηγεί στον Τρίλοφο και στα παραθαλάσσια κέντρα Περαία, Αγία Τριάδα και Νέα Μηχανιώνα για να καταλήξει στην Επανομή, στο ακρωτήριο, στην άκρη του Θερμαϊκού.
5. Στο εναλλακτικό ταξίδι των τριών (3) χερσονήσων που βυθίζονται στο Αιγαίο πέλαγος στην Κασσάνδρα, Σιθωνία και Άθω της Διαδρομής του Κρασιού της Χαλκιδικής, το αμπέλι καλλιεργείται στην Κεντρική Χαλκιδική (περιοχή Αγίου Παύλου – Νέας Καλλικράτειας), με επιμέρους δρόμους, για Πόρτο Καρράς και τα μετόχια του Άθω.

Αξίζει να σημειωθεί πως ένα τμήμα της Διαδρομής του Κρασιού του Διονύσου περιλαμβάνει ένα μικρό τμήμα της Κεντρικής Μακεδονίας στις Σέρρες.

4.2. Ειδικές υποδομές οινοποιείων

Οι οινοτουριστικές επιχειρήσεις χρειάζεται να πληρούν κάποιες προδιαγραφές και να αξιοποιούν στοιχεία αυθεντικότητας του χώρου και τόπου (οινοποιείο, αμπελώνες, αγροτικό τοπίο, τοπικά προϊόντα – γαστρονομία κ.λπ.), ώστε να γίνονται για τον επισκέπτη μια ευχάριστη εμπειρία σύνδεσης τόπου και χρόνου.

Ο οινοτουρίστας / επισκέπτης πρέπει να έχει στην διάθεσή του τις ανάλογες ή βασικές υποδομές υψηλού επίπεδου ή ανάλογα με το μέγεθος του οινοποιείου μικρό ή μεγάλο. Γι' αυτό διαμονή, σίτιση και ψυχαγωγία θα πρέπει να συνδέονται με κάποιο έξυπνο τρόπο με το κρασί της περιοχής, με στόχο η συγκεκριμένη οινοποιητική περιοχή να έχει υψηλό οινοτουριστικό ενδιαφέρον.

Οι παρεχόμενες πληροφορίες από ξενοδοχεία και καταλύματα πρέπει να περιλαμβάνουν οινοτουριστικές πληροφορίες, παροχές και δραστηριότητες που να καθοδηγούν σε αυτά, σε συνδυασμό με προτεινόμενα εστιατόρια όπου θα αναδεικνύεται με τον καλύτερο τρόπο η τοπική οινογαστρονομία. Επίσης, ο επισκέπτης θα πρέπει να βρίσκει εύκολα και γρήγορα πληροφορίες και στοιχεία πρόσβασης για τους οινοτουριστικούς χώρους όπως σήμανση προς τον χώρο, επικοινωνιακό υλικό σε διάφορες ξένες γλώσσες. (Καλδής, 2008)

4.3. Παρεχόμενες υπηρεσίες από τα οινοποιεία

Στον τομέα τουρισμού, το προϊόν είναι μια υπηρεσία. Το τουριστικό προϊόν ως υπηρεσία είναι άυλο, αδιαχώριστο, ετερογενές και αναλώσιμο. Το προϊόν είναι αναπόσπαστο από την παραγωγή του, η εμπειρία γεμίζει/ποικίλει και συχνά δεν δικαιούνται/υπόκειται σε κανόνες της αγοράς. Morgan N., Pritchard A., (2001)

Ο οινολογικός τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί και ως η ενσωμάτωση πόρων και υπηρεσιών, υφιστάμενων ή δυνητικών, σε μια αμπελουργική περιοχή. Η οινοτουριστική εμπειρία συνήθως περιλαμβάνει μια δέσμη παροχών, όπως συμμετοχή σε τοπικά φεστιβάλ και επίσκεψη σε άλλα αξιοθέατα. Σύμφωνα με τους Bruwer και Alant (2009), η κατανάλωση οίνου αποτελεί μια ηδονική εμπειρία για κάποια άτομα, μια αισθητική και ευχάριστη δραστηριότητα που αποσκοπεί στην προσωπική απόλαυση στο πλαίσιο και άλλων πιθανών κοινωνικών εμπειριών. Η δραστηριότητα του οινικού τουρισμού είναι μια επέκταση αυτής της ίσως πολύπλοκης σχέσης μεταξύ του οινοποιείου, της παραγωγικής περιοχής του οίνου και του επισκέπτη. Η οινοτουριστική εμπειρία αποτελεί μια

δέσμη παροχών υπηρεσιών, από την οποία επωφελούνται κι άλλες τουριστικές επιχειρήσεις στον τόπο υποδοχής, που οδηγεί στην οικονομική ανάπτυξη και στην αύξηση της απασχόλησης.

Οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα οινοποιεία ανάλογα με το μέγεθος τους είναι οι εκδηλώσεις οινογνωσίας, επίσκεψη – περιήγηση σε αμπελώνες, Επισκέψεις / Ξεναγήσεις στο οινοποιείο, εκπαιδευτικά προγράμματα / σεμινάρια σχετικά με τον οίνο, Συμμετοχή στον τρύγο και παραγωγή οίνου, Φεστιβάλ οίνου, μουσεία οίνου, εκδηλώσεις/φεστιβάλ οινογαστρονομίας, θεραπεία spa/οίνου, προσωρινές εκθέσεις, Διαμονή, αθλητικές δραστηριότητες, πολιτιστικές δραστηριότητες και αγορά οίνου.

Τα οινοποιεία που δραστηριοποιούνται στην Κεντρική Μακεδονία που αποτελούνται από τους Νομούς Θεσσαλονίκης, Ημαθίας, Κιλκίς, Πέλλας, Πιερίας, Σερρών και Χαλκιδικής. Σύμφωνα με τα δειγματοληπτικά αποτελέσματα, προσφέρουν αρκετές υπηρεσίες που παρουσιάζονται στα επόμενα κεφάλαια με τα αποτελέσματα της έρευνας.

4.4. Δραστηριότητες των οινοποιείων

Τα οινοποιεία της Κεντρικής Μακεδονίας που παρέχουν οινοτουριστικές δραστηριότητες σύμφωνα με την έρευνα που προηγήθηκε του ερωτηματολογίου έτσι όπως φαίνεται από την προβολή τους στις ιστοσελίδες τους και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ανοιχτά για επισκέπτες τουλάχιστον τα περισσότερα από αυτά. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να ξεναγηθούν μέσα από προγραμματισμένες οργανωμένες ξεναγήσεις, να γνωρίσουν τις ομορφιές του κρασιού, τις μέθοδους οινοπαραγωγής να συμμετέχουν σε μαθήματα οινογνωσίας, να γνωρίσουν συνδυασμούς κρασιού με γεύσεις και να απολαύσουν την οινογαστρονομία με παραδοσιακά φαγητά των περιοχών τους, σε ειδικά διαμορφωμένες αίθουσες φιλοξενίας. Επίσης σχεδόν σε όλα υπάρχει η δυνατότητα αγοράς ποικιλιών σπάνιων κρασιών και μάλιστα σε πολλές ετήσιες εσοδείες.

4.5. Το μάρκετινγκ του Οινοτουρισμού στην Κεντρική Μακεδονία

Το μάρκετινγκ ενός οινοτουριστικού προορισμού πρέπει να έχει ανθρωποκεντρικό σχεδιασμό. Αυτό πρέπει να αφορά στην προσφορά και προώθηση εμπειριών και βιωματικών αγαθών, να ανταποκρίνεται στον ανταγωνισμό για το διαθέσιμο χρόνο και το εισόδημα του καταναλωτή, δημιουργώντας του συναισθηματική μοναδικότητα, επικεντρώνοντας στο συναίσθημα που προκαλεί, παρά στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και την λειτουργικότητα των αγαθών που προσφέρονται.

(Τούντας, 2016)

4.6. Οι τάσεις του κοινού

Η καθιέρωση του οινοτουρισμού τα τελευταία χρόνια ως μία από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού δωδεκάμηνης διάρκειας, σε ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα, οδήγησε στην ανάγκη ακτινογραφίας του προφίλ των οινοτουριστών, τόσο όσον αφορά στο φύλο και στην ηλικία αλλά και στην εθνικότητα, καθώς και στις επιλογές και στα διαθέσιμα προς κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών χρηματικά ποσά. Τα σχετικά ερωτήματα συμπεριελήφθησαν το ερωτηματολόγιο της πτυχιακής εργασίας και τα αποτελέσματα περιλαμβάνονται στην ενότητα παρουσίασης των συμπερασμάτων της έρευνας.

4.7. Οικονομικά στοιχεία

Η αναζήτηση οικονομικών στοιχείων για την συμμετοχή του οινοτουρισμού στο τουριστικό ΑΕΠ της Κ. Μακεδονίας, βασίστηκε στους Συνδέσμους Οινοποιών και στην Περιφέρεια Κ. Μακεδονίας. Τα αποτελέσματα περιλαμβάνονται στην ενότητα παρουσίασης των συμπερασμάτων της έρευνας. Συγκριτικά στοιχεία σχετικά με το μερίδιο των εσόδων που προέρχεται από τις οινοτουριστικές δραστηριότητες, έναντι της εμπορίας οινικών προϊόντων προέκυψαν από τις απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο της έρευνας.

4.8. Τα προβλήματα του κλάδου του Οινοτουρισμού στην Κεντρική Μακεδονία

Καθώς ο οινοτουρισμός, ασκείται στο πλαίσιο οινοποιητικών δραστηριοτήτων, είναι δυσδιάκριτα τα όρια των ειδικών προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο κλάδος, καθώς αυτά συνήθως δείχνουν αλληλένδετα και αλληλεξαρτώμενα με το σύνολο των αιτημάτων που διατυπώνονται από τον κλάδο παραγωγής, εμφιάλωσης και εμπορίας κρασιού. Το θέμα αυτό εξετάστηκε διεξοδικά και αποτέλεσε αντικείμενο ενότητας της έρευνας, με τις απαντήσεις των μελών του κλάδου να περιλαμβάνονται στα αποτελέσματα των ερωτηματολογίου.

4.9. Προτάσεις ανάπτυξης

Οι «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος» είναι σε ανάπτυξη με κύριους πρωταγωνιστές τους Οινοποιείους Βορείου Ελλάδος. Ο οινοτουρισμός αναπτύσσεται στην Ελλάδα με αποτέλεσμα να επωφελείται η τοπική οικονομία της περιοχής καθώς οι αγροτικές περιοχές συνήθως δεν χαρακτηρίζονται από δυναμικές τοπικές οικονομίες. Συνεπώς ο οινοτουρισμός θα μπορούσε να δώσει επιπλέον ώθηση στην περιφερειακή ανάπτυξη με άξονα μια περιοχές της Κεντρικής Μακεδονίας με μεγάλη οινική παραγωγή σε συνδυασμό με ποικίλες οινοτουριστικές και αγροτουριστικές δραστηριότητες.

4.9.1. Χρηματοδοτικά προγράμματα, μνημόνια, διεθνείς συμφωνίες και συνεργασίες με την Αυτοδιοίκηση και άλλους φορείς του τουρισμού.

Για την στήριξη ανάπτυξης, βελτίωσης και καλύτερης προώθησης των «Δρόμων του Κρασιού» αναπτύχθηκαν κάποια χρηματοδοτικά προγράμματα και πρωτοβουλίες.

Σε πανευρωπαϊκό επίπεδο υπάρχουν τρεις (3) βασικοί οργανισμοί οινοτουρισμού:

1. Η Ευρωπαϊκή Συνέλευση Οινικών περιφερειών (Assembly of European Wine Regions – A.R.E.V.)
2. Ευρωπαϊκό Δίκτυο Πόλεων του Κρασιού (RECEVIN – European Network of Wine Cities), ένα δίκτυο οινοπαραγωγικών πόλεων, που στοχεύει στην προώθηση και ενίσχυση των περιοχών που συνδέονται οικονομικά με την οινοποιία με ευρωπαϊκές πόλεις ή ομάδες πόλεων με σκοπό την προστασία και την εγγύηση της ποιότητας των κρασιών τους.
3. Το δίκτυο πολυμέσων ευρωπαϊκών οινοπαραγωγικών περιοχών – Διόνυσος ή Το Έργο Dionysos/ Διόνυσος

Ο οινοτουρισμός στην Ευρώπη έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό με τη μορφή επίσημων δρόμων κρασιού ή διαδρομών κρασιού, ιδιαίτερα για την περιφέρεια. Οι περισσότερες διαδρομές και τα μονοπάτια κρασιού στην Ευρώπη αναπτύσσονται με την βοήθεια του Συμβουλίου της Ευρώπης (Council of Europe – CeO) και υποστηρίζονται μέσω της Ευρωπαϊκής Συνέλευσης Οινικών περιφερειών (Assembly of European Wine Regions – A.R.E.V.)

Η Ευρωπαϊκή Ένωση επίσης έχει συμβάλει στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού σε περιφερειακό επίπεδο μέσω των προγραμμάτων LEADER - (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale) μτφ. «Διασύνδεση μεταξύ των δράσεων αγροτικής ανάπτυξης»- που είναι μια από τις πιο σημαντικές Ευρωπαϊκές στρατηγικές για την αγροτική ανάπτυξη. Αυτή η «κοινοτική πρωτοβουλία» ξεκίνησε το 1991 από την Γενική Διεύθυνση Γεωργίας και Αγροτικής Ανάπτυξης (Directorate-General for Agriculture and Rural Development – DG AGRI) με σκοπό την βελτίωση του αναπτυξιακού δυναμικού των αγροτικών περιοχών, αξιοποιώντας τις τοπικές πρωτοβουλίες και δεξιότητες, προωθώντας την απόκτηση τεχνογνωσίας σχετικά με την ολοκληρωμένη ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο και διαδίδοντας τη συγκεκριμένη τεχνογνωσία σε άλλες αγροτικές περιοχές. Στο χρηματοδοτούμενο πρόγραμμα μέσω των διαρθρωτικών ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπήρξαν τρεις (3) γενιές Leader: το Leader I (1991-1993), Leader II (1994-1999) και το Leader+ (2000-2006). Από αυτά τα προγράμματα επωφελήθηκαν και ανέπτυξαν δραστηριότητες πολλά οινοποιεία της Κεντρικής Μακεδονίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΡΕΥΝΑ

Στα προηγούμενα Κεφάλαια, παρουσιάστηκαν οι σύγχρονες προσεγγίσεις στον οινoturισμό και έγινε μια εκτενής αναφορά στο οινoturιστικό πλαίσιο που έχει διαμορφωθεί τις τελευταίες δεκαετίες στην Κεντρική Μακεδονία. Ο σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι διερευνήσει το τοπίο στο θέμα του οινoturισμού στις οινικές περιοχές της Κεντρικής Μακεδονία με στόχο να αντληθούν περισσότερες και ανανεωμένες πληροφορίες για τις δραστηριότητες στα σημαντικά οινοποιεία ως προς την ανάδειξη των κυριότερων ποικιλιών κρασιού στην Κεντρική Μακεδονία- συγκεκριμένα στους Νομούς Θεσσαλονίκης, Ημαθία, Κιλκίς, Πέλλας, Πιερίας, Σερρών και Χαλκιδικής- αλλά και να αναζητηθούν προτάσεις που θα συμβάλλουν στη μελλοντική ανάπτυξη

5.1. Μεθοδολογία της έρευνας

Η παρούσα έρευνα εκπονήθηκε σε δύο (2) φάσεις. Αρχικά πραγματοποιήθηκε η συλλογή βιβλιογραφίας με σκοπό τη συγκέντρωση πληροφοριών, γνώσεων και επικαιροποιημένων στοιχείων σχετικά με τις ποικιλίες της περιοχής και του οινoturισμού της Κεντρικής Μακεδονίας ώστε να καταστεί σαφές το αντικείμενο και τα πεδία της έρευνας αλλά και να κατανοηθούν οι σχετικές έννοιες. Οι συγκεντρωμένες πληροφορίες προέρχονται από ελληνική και ξένη βιβλιογραφία, σχετικά άρθρα, μελέτες και σημαντικός όγκος πληροφοριών αποκτήθηκε από έγκυρες πηγές στο διαδίκτυο.

Στην δεύτερη φάση έγινε καταγραφή όλων των οινοποιείων της ερευνητικής περιοχής που είναι επισκέψιμα και κάποια αποτελούν μέλη του δικτύου «Οι Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος». Τα μέλη - οινοποιεία της ένωσης είναι 32 εκ των οποίων τα 12 βρίσκονται στην Κεντρική Μακεδονία, στα οποία προστέθηκαν επιπλέον 11 επισκέψιμα οινοποιεία της ερευνητικής περιοχής. Συνολικά 23 οινοποιεία ήταν υποψήφια για την έρευνα της εργασίας. Σε σύνολο εικοσιτριών 23, τα δώδεκα 12 επισκέψιμα και μέλη της ένωσης ανταποκρίθηκαν στην συμπλήρωση του ερωτηματολογίου για την διεξαγωγή της έρευνας. Ωστόσο ένα από αυτά είχε ελλιπή στοιχεία και ο αριθμός περιορίστηκε στα έντεκα.

Η έρευνα με ερωτηματολόγια σε (11) έντεκα Οινοποιεία της Κεντρικής Μακεδονίας, που έγινε στο πλαίσιο της παρούσης εργασίας, σκιαγραφεί το προφίλ των επισκεπτών των Οινοποιείων, ακτινογραφεί την δομή και την λειτουργία των επιχειρήσεων, αποτυπώνει την συνεισφορά του οινoturισμού στην οικονομία των μονάδων και καταγράφει τις επιπτώσεις από τις πρόσφατες κρίσεις, και τους φόβους των επιχειρηματιών για το μέλλον. Οι ερωτηθέντες αξιολογούν την στήριξη που παρέχει η Πολιτεία, η Αυτοδιοίκηση και οι θεσμοί στις δραστηριότητες τους, ιεραρχούν τα

προβλήματα τους αλλά και εκφράζουν την αποφασιστικότητα τους να επενδύσουν στις οινοτουριστικές δραστηριότητες το επόμενο διάστημα.

5.2. Στατιστικά αποτελέσματα

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τις 22/06/2022 έως τις 17/08/2022, με ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια (μέσω Google Forms) που στάλθηκαν με email σε 23 επιλεγμένα οινοποιεία της Κεντρικής Μακεδονίας. Από τα ερωτηματολόγια αυτά επεστράφησαν συμπληρωμένα τα (12) δώδεκα εκ των οποίων το ένα (1) ήταν ανώνυμο, με αποτέλεσμα να εξαιρεθεί των αποτελεσμάτων. Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με το προφίλ των επισκεπτών.

Περιλαμβάνονται επίσης συνοπτικά γραφήματα των αποτελεσμάτων της έρευνας στο Παράρτημα .

5.2.1. Στατιστικά αποτελέσματα προφίλ επισκεπτών

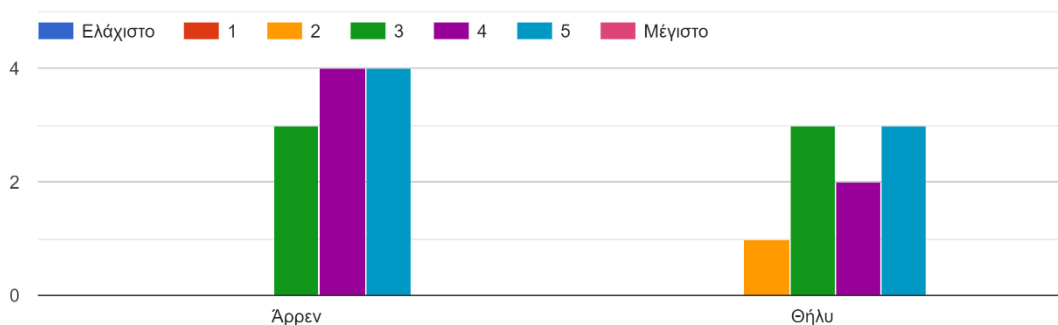
Ερώτημα 1: Φύλο Επισκεπτών

Στο ερώτημα «Ποιο είναι το φύλο των επισκεπτών» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 1: Κατανομή κατά φύλλο

Φύλο	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Άρρεν				3	4	4	
Θήλυ			1	3	2	3	

Φύλο επισκεπτών



Σχήμα 1. Γράφημα η συχνότητα των επισκεπτών

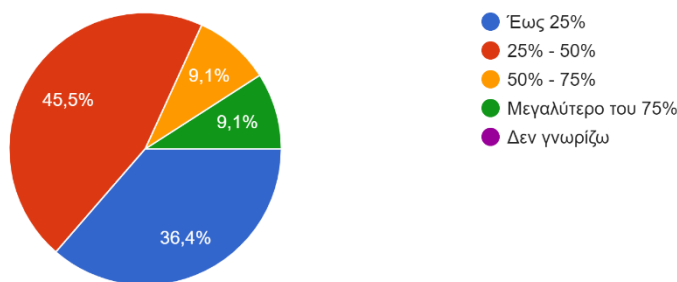
Ερώτημα 2°

Στο ερώτημα «Ποιο είναι το ποσοστό των αλλοδαπών επισκεπτών» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2: Κατανομή ποσοστιαία αλλοδαπών

Ποσοστό αλλοδαπών	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Έως 25%	4	36,4 %
25% - 50%	5	45,5 %
50% - 75%	1	9,1 %
Άνω του 75%	1	9,1 %
Δεν γνωρίζω	-	-

Ποσοστό αλλοδαπών επισκεπτών (*)
11 απαντήσεις



Σχήμα 2. Γράφημα η συχνότητα των αλλοδαπών επισκεπτών

Ερώτημα 3°

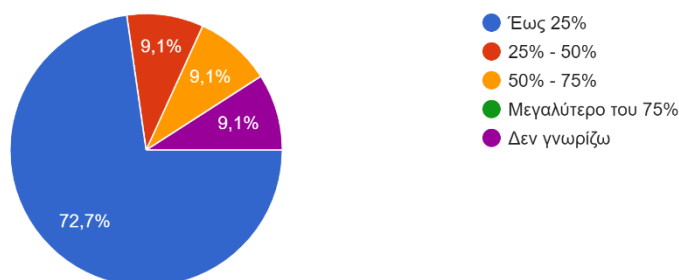
Στο ερώτημα «Ποιο είναι το ποσοστό των Βαλκάνιων επί των αλλοδαπών επισκεπτών» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3: Κατανομή ποσοστιαία Βαλκάνιων επισκεπτών

Ποσοστό αλλοδαπών	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Έως 25%	8	72,7 %
25% - 50%	1	9,1 %
50% - 75%	1	9,1 %
Άνω του 75%	1	9,1 %
Δεν γνωρίζω	-	-

Ποσοστό Βαλκάνιων επί των αλλοδαπών επισκεπτών (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 3. Γράφημα Η συχνότητα Βαλκάνιων των αλλοδαπών επισκεπτών

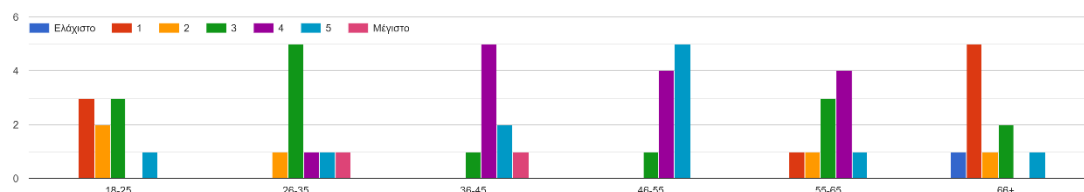
Ερώτημα 4^ο

Στο ερώτημα «Ποια είναι η ηλικία των επισκεπτών» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 4: Κατανομή κατά ηλικία

Ηλικία	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
18 – 25		3	2	3		1	
26 – 35			1	5	1	1	1
36 – 45				1	5	2	1
46 – 55				1	4	5	
56 – 65		1	1	3	4	1	
66 +	1	5	1	2		1	

Ηλικία επισκεπτών



Σχήμα 4. Γράφημα συχνότητας ηλικιών

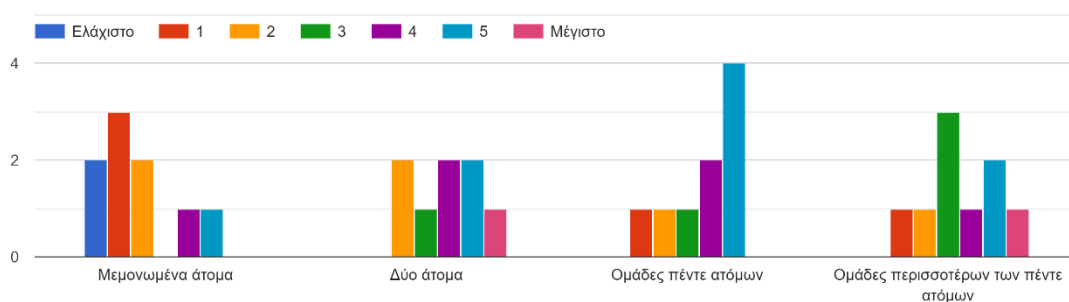
Ερώτημα 5°

Στο ερώτημα «Ποια είναι η σύνθεση της ομάδας των επισκεπτών» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 5: Κατανομή ποσοστιαία συνθέτων ομάδων επισκεπτών

Σύνθεση	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Μεμονωμένα άτομα	2	3	2		1	1	
Δύο άτομα			2	1	2	2	1
Ομάδες 5 ατόμων		1	1	1	2	4	
Ομάδες 5+ ατόμων		1	1	3	1	2	1

Σύνθεση ομάδων επισκεπτών



Σχήμα 5. Γράφημα Συχνότητα των ομάδων επισκεπτών

Ερώτημα 6°

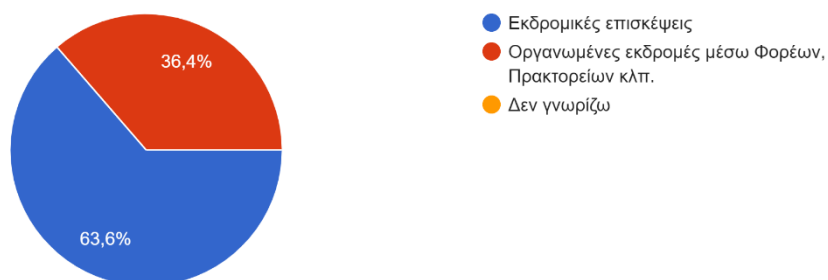
Στο ερώτημα «Ποια είναι η οργάνωση των επισκέψεων» οι απαντήσεις που δόθηκαν οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6: Κατανομή ποσοστιαίας συχνότητας απαντήσεων για την οργάνωση επισκέψεων

Οργάνωση επισκέψεων	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Εκδρομικές επισκέψεις	7	63,6 %
Οργανωμένες εκδρομές	4	36,4 %
Δεν γνωρίζω	-	-

Οργάνωση επισκέψεων (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 6. Γράφημα συχνότητων οργανώσεις επισκέψεων

Ερώτημα 7^ο

Στο ερώτημα «Ποια είναι η συχνότητα εμφάνισης των επισκεπτών» οι απαντήσεις που δόθηκαν οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 7: Κατανομή ποσοστιαίας συχνότητα απαντήσεων για την εμφάνιση επισκεπτών

Συχνότητα εμφάνισης	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Μία φορά το μήνα	8	72,7 %
Μια φορά το εξάμηνο	1	9,1 %
Μια φορά το χρόνο	1	9,1 %
Μικρότερη συχνότητα	1	9,1 %
Δεν γνωρίζω	-	-

Συχνότητα εμφάνισης επισκεπτών (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 7. Γράφημα συχνότητων εμφάνισης επισκεπτών

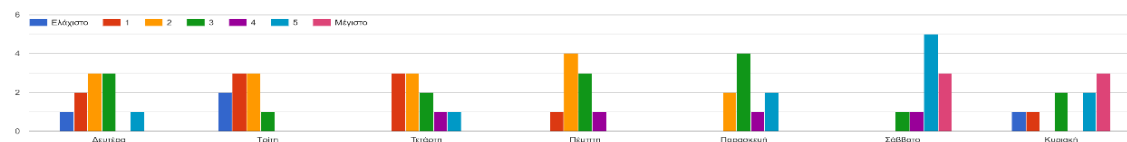
Ερώτημα 8°

Στο ερώτημα «Ποια είναι η ημερήσια επισκεψιμότητα» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 8: Κατανομή συχνότητας ημερήσιων επισκέψεων

Ημέρες	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Δευτέρα	1	2	3	3		1	
Τρίτη	2	3	3	1			
Τετάρτη		3	3	2	1	1	
Πέμπτη		1	4	3	1		
Παρασκευή			2	4	1	2	
Σάββατο				1	1	5	3
Κυριακή	1	1		2		2	3

Ημερήσια επισκεψιμότητα



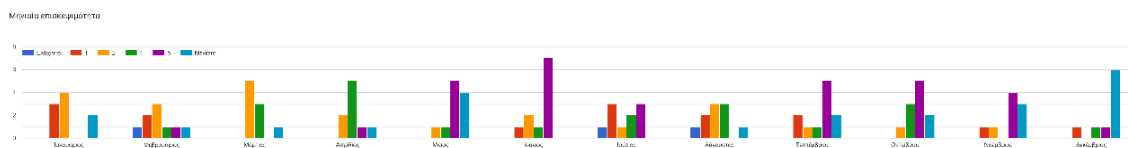
Σχήμα 8. Γράφημα συχνοτήτων ημερομηνιών επισκέψεων

Ερώτημα 9°

Στο ερώτημα «Ποια είναι η μηνιαία επισκεψιμότητα» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 9: Κατανομή συχνότητας μηνιαίων επισκεψιμότητας

Μήνες	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Ιανουάριος		3	4				2
Φεβρουάριος	1	2	3		1	1	1
Μάρτιος			5		3		1
Απρίλιος			2		5	1	1
Μάιος			1		1	5	4
Ιούνιος		1	2		1	7	
Ιούλιος	1	3	1		2	3	
Αύγουστος	1	2	3		3		1
Σεπτέμβριος		2	1		1	5	2
Οκτώβριος			1		3	5	2
Νοέμβριος		1	1		4		3
Δεκέμβριος		1			1	1	6



Σχήμα 9. Γράφημα συχνότητα των μηνιαίων επισκεψιμότητας

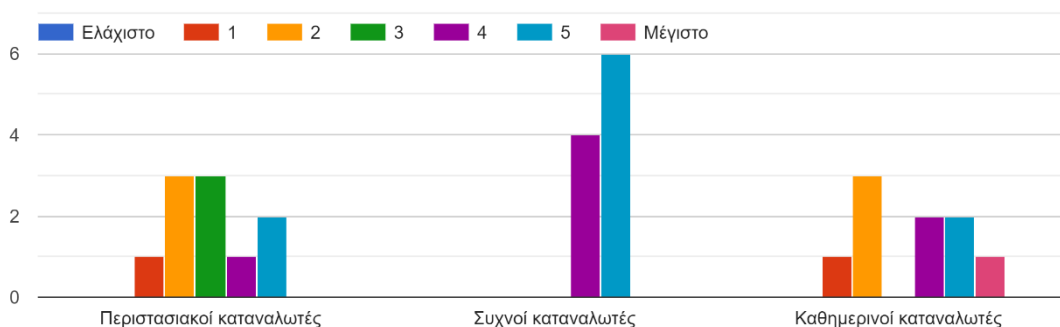
Ερώτημα 10^ο

Στο ερώτημα «Ποια είναι η σχέση των επισκεπτών σας με την οινοποισία» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 10: Κατανομή συχνότητας σχέσεων επισκεπτών με τα οινοποιεία

Σχέση των επισκεπτών με την κατανάλωση κρασιού	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Περιστασιακή		1	3	3	1	2	
Συχνή					4	6	
Καθημερινή		1	3		3	2	1

Σχέση των επισκεπτών σας με την οινοποισία



Σχήμα 10. Γράφημα συχνότητων σχέσεων επισκεπτών με την οινοποισία

Ερώτημα 11°

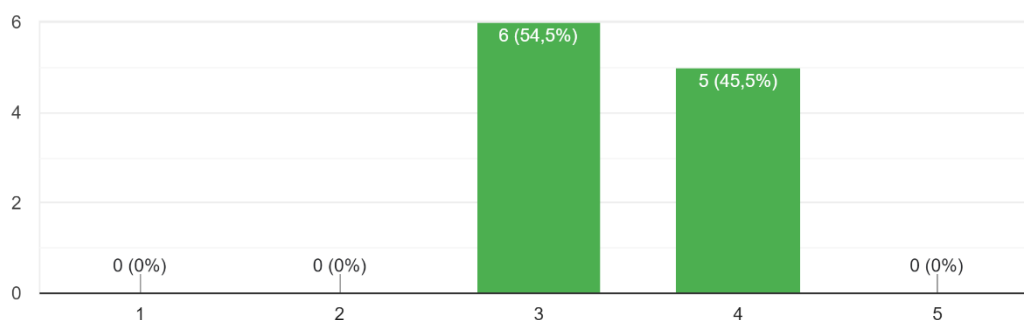
Στο ερώτημα «Ποια είναι η σχέση των επισκεπτών σας με την οινοποιία» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 11: Κατανομή συχνότητα σχέσεων επισκεπτών με την οινοποιία

	Καμία γνώση	1	2	3	4	5	Υψηλή γνώση
Σχέση των επισκεπτών με την οινοποιία				6	5		

Σχέση των επισκεπτών σας με την οινοποιία (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 11. Γράφημα συχνοτήτων επισκεπτών σχέσεων με την οινοποιία

Ερώτημα 12°

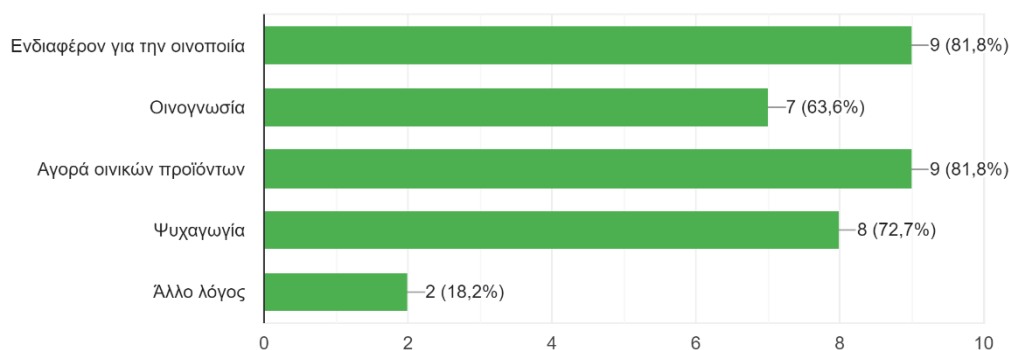
Στο ερώτημα «Ποιος είναι ο σκοπός των επισκέψεων εκδρομέων στο οινοποιό σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 12: Κατανομή απαντήσεων για τον σκοπό επισκέψεων

Σκοπός των επισκέψεων	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Ενδιαφέρον για την οινοποιία	9	81,8%
Οινογνωσία	7	63,6 %
Αγορά οινικών προϊόντων	9	81,8%
Ψυχαγωγία	8	72,7 %
Άλλο λόγος	2	18,2 %

Σκοπός των επισκέψεων στο οινοποιείο σας

11 απαντήσεις



Σχήμα 12. Γράφημα συχνότητας σκοπών επισκέψεων στα οινοποιεία

Ερώτημα 13°

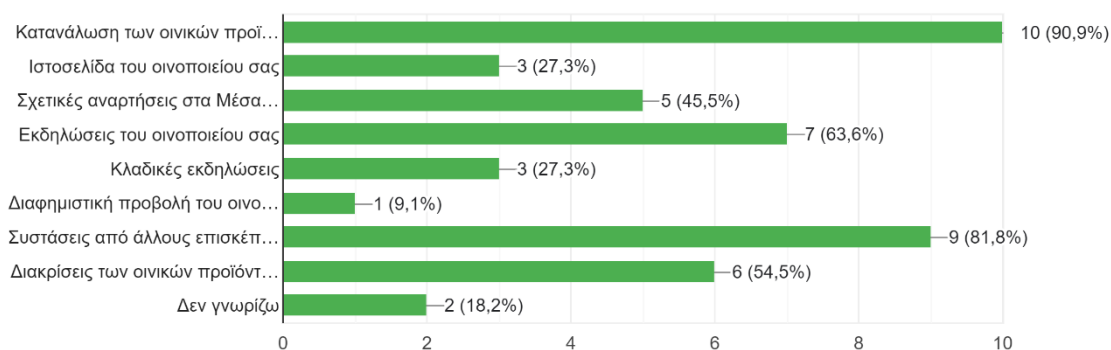
Στο ερώτημα «Ποιος είναι η αφετηρία γνωριμίας των επισκεπτών με το οινοποιείο σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 13: Κατανομή απαντήσεων για την αφετηρία γνωριμιών με τα οινοποιεία

Ποιος είναι η αφετηρία γνωριμίας των επισκεπτών με το οινοποιείο σας	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Κατανάλωση των οινικών προϊόντων	10	90,9 %
Ιστοσελίδα του οινοποιείου	3	27,3%
Σχετικές αναρτήσεις στα Social Media	5	45,5%
Εκδηλώσεις	7	63,6%
Κλαδικές εκδηλώσεις	3	27,3%
Διαφημιστική προβολή	1	9,1%
Συστάσεις από άλλους επισκέπτες	9	81,8%
Διακρίσεις των οινικών προϊόντων	6	54,5%
Δεν γνωρίζω	2	18,2%

Αφετηρία γνωριμίας των επισκεπτών με το οινοποιείο σας

11 απαντήσεις



Σχήμα 13. Γράφημα συχνότητας γνωριμιών επισκεπτών με τα οινοποιεία

Ερώτημα 14^ο

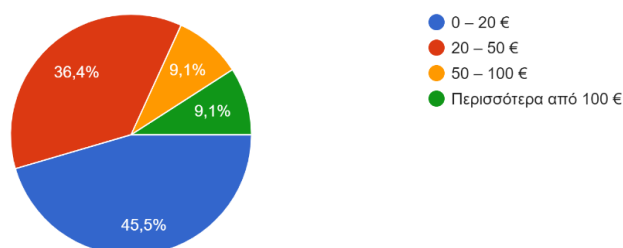
Στο ερώτημα «Ποιος είναι το ύψος των αγορών που γίνονται από το πρατήριο του οινοποιείου σας κατ' επισκέπτη» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 14: Κατανομή συχνότητας ύψων αγορών από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη

Ύψος αγορών από πρατήριο	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 20 €	5	45,5%
21 – 50 €	4	36,4%
51 – 100 €	1	9,1%
101 +	1	9,1%

Αγορές των οινικών προϊόντων από το πρατήριο του οινοποιείου σας (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ) κατ' επισκέπτη (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 14. Γράφημα συχνότητας αγορών των οινικών προϊόντων από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη

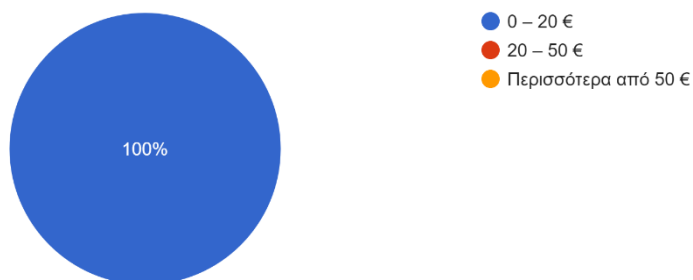
Ερώτημα 15°

Στο ερώτημα «Ποιος είναι το ύψος των αγορών ενθυμίων που γίνονται από το οινοποιείο σας κατ' επισκέπτη» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 15: Κατανομή συχνότητας ύψος αγορών ενθυμίων από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη

Ύψος αγορών από πρατήριο	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 20 €	9	100%
21 – 50 €	0	0
51 – 100 €	0	0
101 +	0	0

Αγορές ενθυμίων του οινοποιείου σας από το πρατήριο πώλησης (συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ) κατ' επισκέπτη (*)
9 απαντήσεις



Σχήμα 15. Γράφημα συχνοτήτων αγορών ενθυμίων από τα οινοποιεία κατ' επισκέπτη

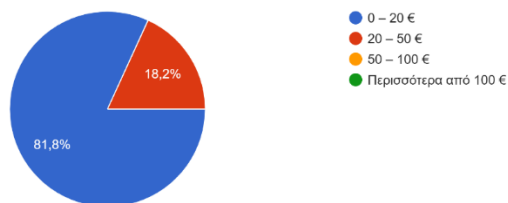
Ερώτημα 16°

Στο ερώτημα «Ποιος είναι το ύψος της κατανάλωσης υπηρεσιών οινογνωσίας κατ' επισκέπτη» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 16: Κατανομή ποσοστιαία κατανάλωσης υπηρεσιών οινογνωσίας κατ' επισκέπτη

Κατανάλωση υπηρεσιών οινογνωσίας	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 20 €	9	81,8%
21 – 50 €	2	18,2%
51 – 100 €	0	0
101 +	0	0

Κατανάλωση υπηρεσιών οινογνωσίας (κατ' επισκέπτη) από το οινοποιείο σας (*)
11 απαντήσεις



Σχήμα 16. Γράφημα συχνότητας κατανάλωση υπηρεσιών οινογνωσιών των οινοποιείων

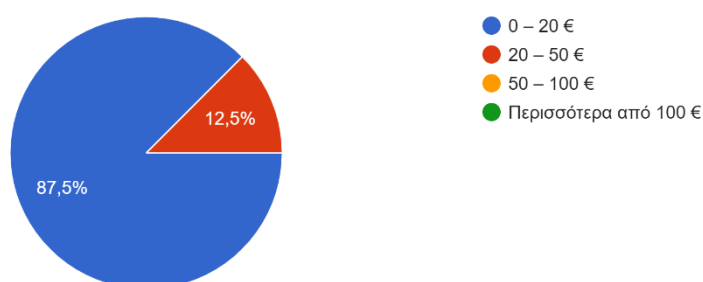
Ερώτημα 17^ο

Στο ερώτημα «Ποιος είναι το ύψος της κατανάλωσης υπηρεσιών ψυχαγωγίας κατ' επισκέπτη» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 17: Κατανομή ποσοστιαία κατανάλωσης υπηρεσιών ψυχαγωγίας κατ' επισκέπτη

Κατανάλωση υπηρεσιών ψυχαγωγίας	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 20 €	7	87,5%
21 – 50 €	1	12,5%
51 – 100 €	0	0
101 +	0	0

Κατανάλωση υπηρεσιών ψυχαγωγίας (κατ' επισκέπτη) από το οινοποιείο σας (*)
8 απαντήσεις



Σχήμα 17. Γράφημα συχνότητας καταναλώσεων υπηρεσιών ψυχαγωγίας των οινοποιείων

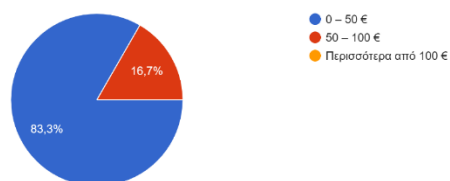
Ερώτημα 18°

Στο ερώτημα «Ποιος είναι το ύψος της κατανάλωσης υπηρεσιών φιλοξενίας / διαμονής κατ' επισκέπτη» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 18: Κατανομή ποσοστιαία κατανάλωσης υπηρεσιών φιλοξενίας/διαμονή κατ' επισκεπτών

Κατανάλωση υπηρεσιών φιλοξενίας / διαμονής	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 20 €	5	83,3%
51 – 100 €	1	18,7%
101 +	0	0

Δαπάνη (κατ' επισκέπτη) υπηρεσιών φιλοξενίας / διαμονής (εφόσον παρέχονται από το οινοποιείο σας) (*)
6 απαντήσεις



Σχήμα 18. Γράφημα συχνοτήτων δαπανών υπηρεσιών φιλοξενιών/διαμονών των οινοποιείων

5.2.2 Το προφίλ των οινοποιείων

Ερώτημα 19°

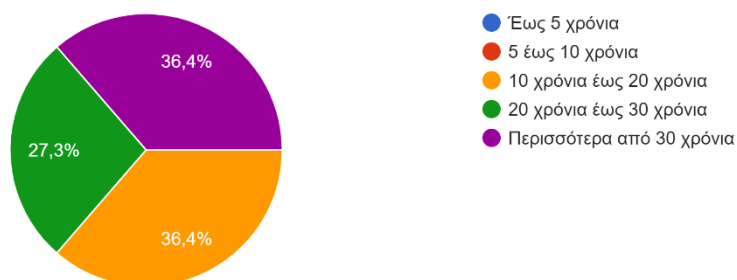
Στο ερώτημα «Πόσα χρόνια λειτουργεί το οινοποιείο σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 19: Κατανομή διαρκών λειτουργιών οινοποιείων

Διάρκεια λειτουργίας του οινοποιείου	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Έως 5 χρόνια	0	0
6 – 10 χρόνια	0	0
11 – 20 χρόνια	4	36,4%
21 – 30 χρόνια	3	27,3%
31+ χρόνια	4	31,4%

Πόσα χρόνια λειτουργεί το Οινοποιείο σας; (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 19 Γράφημα συχνότητας λειτουργιών οινοποιείων

Ερώτημα 20°

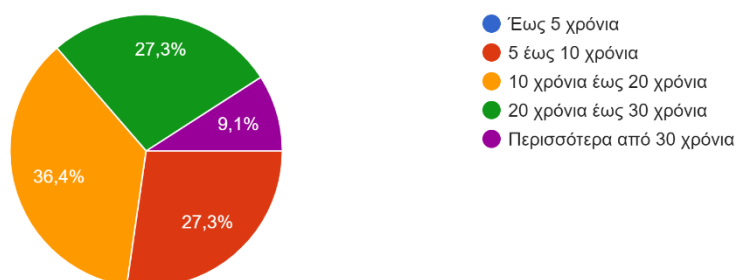
Στο ερώτημα «Πόσα χρόνια έχετε οινοτουριστικές δραστηριότητες» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 20: Κατανομή ποσοστιαία ετών οινοτουριστικών δραστηριοτήτων

Διάρκεια λειτουργίας οινοτουριστικών δραστηριοτήτων	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Έως 5 χρόνια		
6 – 10 χρόνια	3	27,3%
11 – 20 χρόνια	4	36,4%
21 – 30 χρόνια	3	27,3%
31+ χρόνια	1	9,1%

Πόσα χρόνια έχετε οινοτουριστικές δραστηριότητες; (*)

11 απαντήσεις



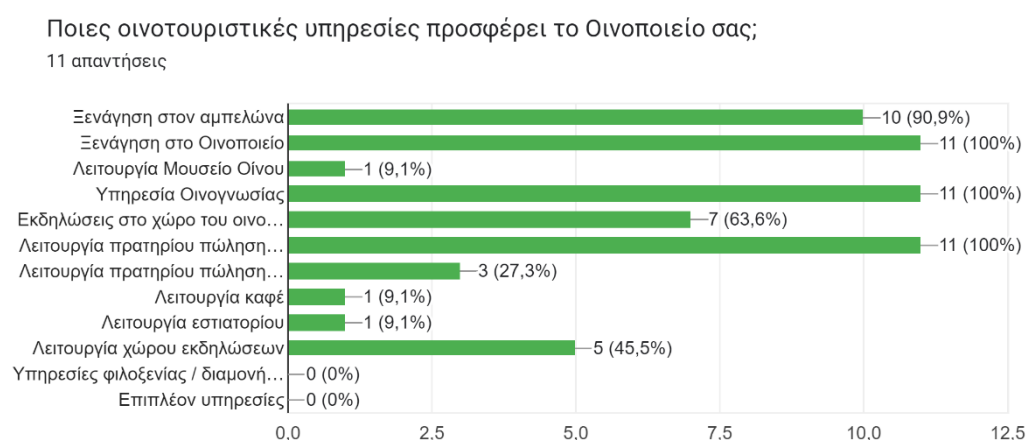
Σχήμα 20. Γράφημα συχνότητας ετών οινοτουριστικών δραστηριοτήτων

Ερώτημα 21°

Στο ερώτημα «Ποιες οινoturιστικές υπηρεσίες προσφέρει το Οινοποιείο σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 21: Κατανομή απαντήσεων για οινoturιστικές υπηρεσίες προσφορών των οινοποιείων

Ποιες οινoturιστικές υπηρεσίες προσφέρει το Οινοποιείο σας;	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Ξεnáγηση στον αμπελώνα	10	30,9%
Ξεnáγηση στο Οινοποιείο	11	100%
Λειτουργία Μουσείο Οίνου	1	9,1%
Υπηρεσία Οινογνωσίας	11	100%
Εκδηλώσεις στο χώρο του οινοποιείου	7	63,6%
Λειτουργία πρατηρίου πώλησης κρασιού	11	100%
Λειτουργία πρατηρίου πώλησης ενθυμίων	3	27,3%
Λειτουργία καφέ	1	9,1%
Λειτουργία εστιατορίου	1	9,1%
Λειτουργία χώρου εκδηλώσεων	5	45,5%
Υπηρεσίες φιλοξενίας / διαμονής	0	0
Επιπλέον υπηρεσίες	0	0



Σχήμα 21. Γράφημα συχνών οινoturιστικών υπηρεσιών προσφορών των οινοποιείων

Ερώτημα 22°

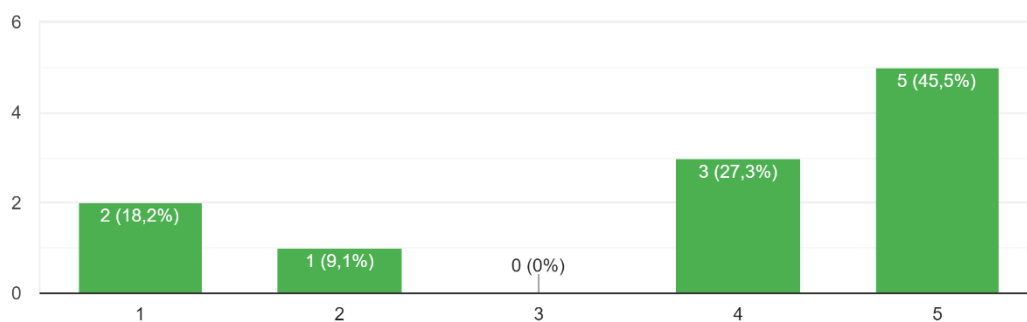
Στο ερώτημα «Το Οινοποιείο σας παρέχει διευκολύνσεις σε Άτομα με Ειδικές Ανάγκες (ΑμΕΑ)» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση σε πέντε βήματα.

Πίνακας 22: Κατανομή απαντήσεων για παροχής διευκόλυνσης των ΑμεΑ

Το Οινοποιείο σας παρέχει διευκολύνσεις σε ΑμΕΑ	1	2	3	4	5
Συχνότητα οινοποιείων	2	1		3	5
Εκατοστιαία συχνότητα	18,2%	9,1%		27,3%	45,5%

Το Οινοποιείο σας παρέχει διευκολύνσεις σε Άτομα με Αναπηρία (ΑμΕΑ); (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 22. Γράφημα συχνών παροχών διευκολύνσεων στα ΑμεΑ

Ερώτημα 23°

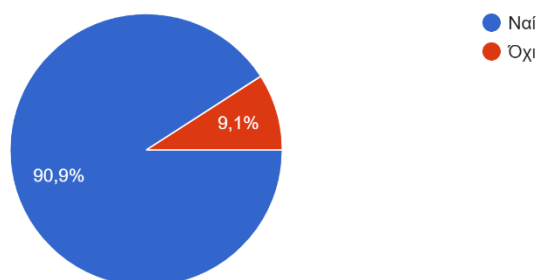
Στο ερώτημα «Το Οινοποιείο σας επιτρέπει στους επισκέπτες να συνοδεύουν κατοικίδια» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 23: Κατανομή απαντήσεων για επιτρεπόμενων συνοδευών κατοικίδιων

Διάρκεια λειτουργίας οινοτουριστικών δραστηριοτήτων	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Ναι	10	90,9%
Όχι	1	9,1%

Το Οινοποιείο σας επιτρέπει στους επισκέπτες να συνοδεύουν κατοικίδια; (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 23. Γράφημα συχνών επιτρεπόμενων επισκεπτών - συνοδειών κατοικίδιων

Ερώτημα 24^ο

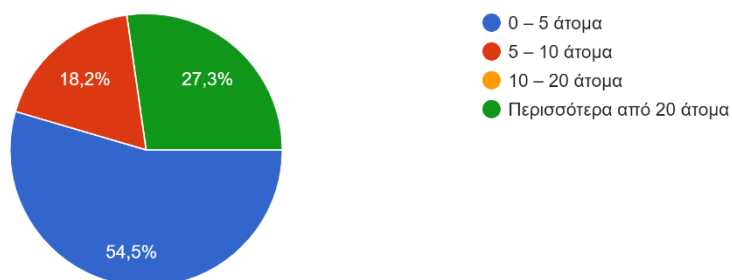
Στο ερώτημα «Ποιος είναι ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολείτε στο Οινοποιείο σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 24: Κατανομή ποσοστιαίων εργαζομένων απασχόλησης στα οινοποιεία

Αριθμός των εργαζομένων που απασχολούνται στο Οινοποιείο	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 5 άτομα	6	54,5%
6 – 10 άτομα	2	18,2%
11 – 20 άτομα		
20 + άτομα	3	27,3%

Αριθμός εργαζομένων που απασχολείτε στο Οινοποιείο σας (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 24. Γράφημα συχνών εργαζομένων απασχολήσεων στα οινοποιεία

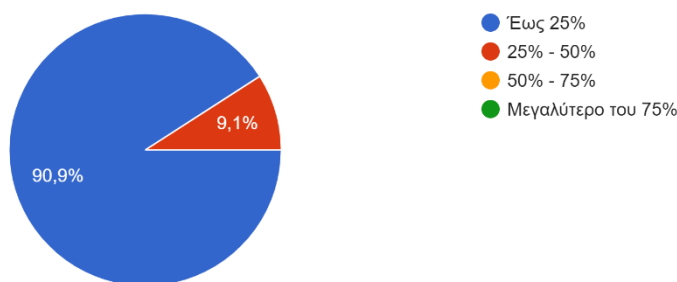
Ερώτημα 25°

Στο ερώτημα «Ποιο είναι το ποσοστό των εργαζομένων που απασχολείτε για υπηρεσίες Οινοτουρισμού» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 25: Κατανομή ποσοστιαία εργαζόμενων απασχόλησης υπηρεσιών οινοτουρισμού

Αριθμός των εργαζομένων που απασχολούνται σε υπηρεσίες Οινοτουρισμού	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 25%	10	90,9%
26%– 50%	1	9,1%
51% – 75%	0	0
76% +	0	0

Ποσοστό εργαζομένων που απασχολείται για υπηρεσίες Οινοτουρισμού; (*)
11 απαντήσεις



Σχήμα 25. Γράφημα συχνών εργαζόμενων απασχόλησης υπηρεσιών οινοτουρισμού

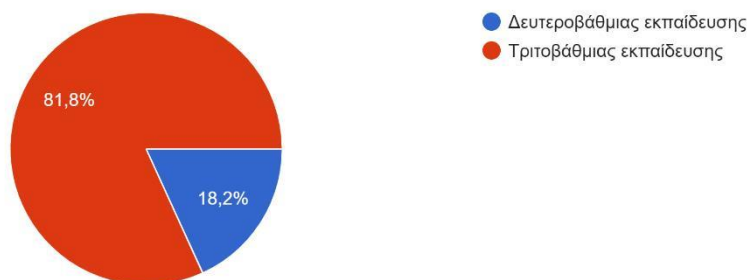
Ερώτημα 26°

Στο ερώτημα «Βαθμίδα εκπαίδευσης των εργαζομένων στις Οινοποιητικές δραστηριότητες σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 26: Κατανομή ποσοστιαία βαθμίδων εργαζόμενων στις οινοποιητικές δραστηριότητες

Βαθμίδα εκπαίδευσης των εργαζομένων στις Οινοποιητικές δραστηριότητες	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης	2	18,2%
Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	9	81,8%

Βαθμίδα εκπαίδευσης των εργαζομένων στις Οινοποιητικές δραστηριότητες σας (*)
11 απαντήσεις



Σχήμα 26. Γράφημα συχνών βαθμίδων εκπαίδευσης εργαζόμενων των οινοποιητικών δραστηριοτήτων

Ερώτημα 27^ο

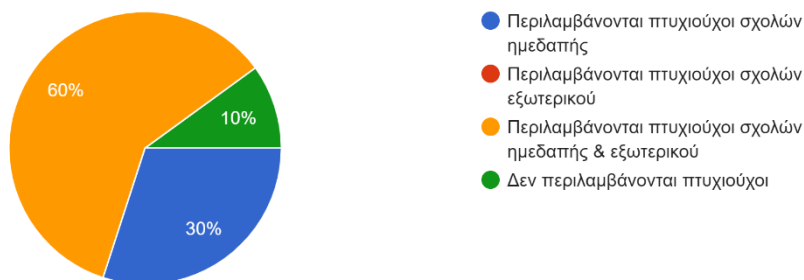
Στο ερώτημα «Εξειδίκευση των εργαζομένων στις Οινοποιητικές δραστηριότητες σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 27: Κατανομή ποσοστιαία εξειδικευμένων εργαζόμενων στις οινοποιητικές δραστηριότητες

Εξειδίκευση των εργαζομένων στις Οινοποιητικές δραστηριότητες	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών Ημεδαπής	3	30%
Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών Εξωτερικού		
Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών ημεδαπής & εξωτερικού	6	60%
Δεν περιλαμβάνονται πτυχιούχοι	1	10%

Εξειδίκευση των εργαζομένων στις Οινοποιητικές δραστηριότητες σας (*)

10 απαντήσεις



Σχήμα 27. Γράφημα συχνών εξειδικευμένων εργαζομένων των οινοποιητικών δραστηριοτήτων

Ερώτημα 28°

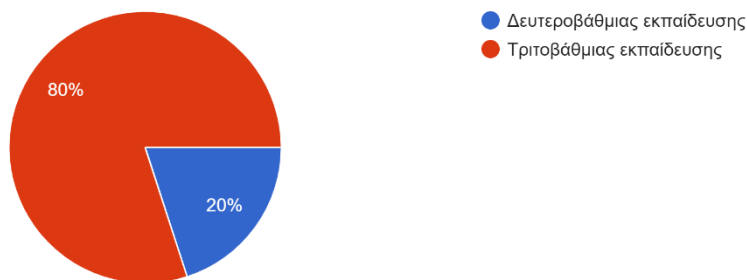
Στο ερώτημα «Βαθμίδα εκπαίδευσης των εργαζομένων στις υπηρεσίες Οινοτουρισμού» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 28: Κατανομή ποσοστιαία βαθμίδων εργαζόμενων στις υπηρεσίες οινοτουρισμού

Βαθμίδα εκπαίδευσης των εργαζομένων στις υπηρεσίες Οινοτουρισμού	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης	8	80%
Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	2	20%

Βαθμίδα εκπαίδευσης των εργαζομένων σας στις υπηρεσίες Οινοτουρισμού (*)

10 απαντήσεις



Σχήμα 28. Γράφημα συχνών βαθμίδων εκπαίδευσης εργαζόμενων υπηρεσιών οινοτουρισμού

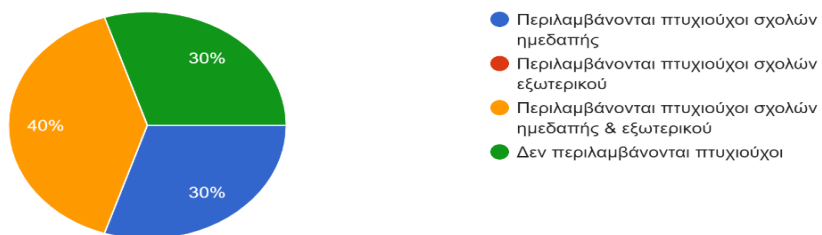
Ερώτημα 29°

Στο ερώτημα «Εξειδίκευση των εργαζομένων στις υπηρεσίες οινοτουρισμού» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 29: Κατανομή ποσοστιαία εξειδίκευσης εργαζόμενων στις υπηρεσίες οινοτουρισμού

Εξειδίκευση των εργαζομένων στις υπηρεσίες οινοτουρισμού	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών Ημεδαπής	3	30%
Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών Εξωτερικού		
Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών ημεδαπής & εξωτερικού	4	40%
Δεν περιλαμβάνονται πτυχιούχοι	3	30%

Εξειδίκευση των εργαζομένων σας στις υπηρεσίες Οινοτουρισμού (*)
10 απαντήσεις



Σχήμα 29. Γράφημα συχνών εξιδεικευμένων εργαζόμενων των υπηρεσιών οινοτουρισμού

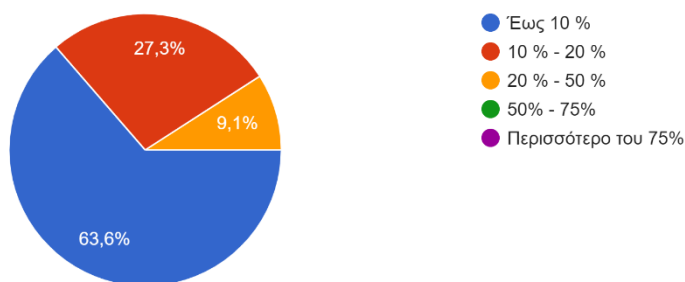
Ερώτημα 30°

Στο ερώτημα «Τι ποσοστό του κύκλου εργασιών σας προέρχεται από τις υπηρεσίες οινοτουρισμού» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 30: Κατανομή ποσοστιαία κύκλων εργασιών υπηρεσιών οινοτουρισμού

Τι ποσοστό του κύκλου εργασιών που προέρχεται από τις υπηρεσίες οινοτουρισμού	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 10%	7	63,6%
11%– 20%	3	27,3%
21% – 50%	1	9,1%
51% - 75%	0	0
76% +	0	0

Τι ποσοστό του κύκλου εργασιών σας προέρχεται από τις υπηρεσίες οινοτουρισμού; (*)
11 απαντήσεις



Σχήμα 30. Γράφημα συχνών ποσοστών κύκλου εργασιών προερχόμενων υπηρεσιών οινοτουρισμού

Ερώτημα 31°

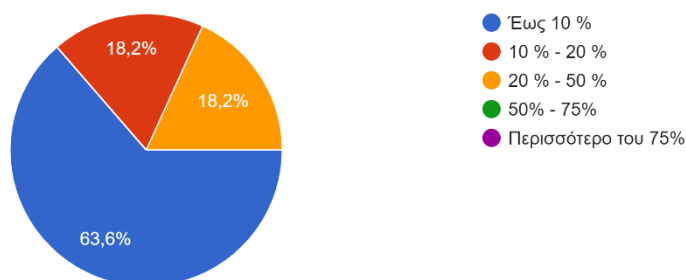
Στο ερώτημα «Τι ποσοστό των πωλήσεων οινικών προϊόντων προέρχεται από τον Οινοτουρισμό» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 31: Κατανομή ποσοστιαία πωλήσεων οινικών προϊόντων οινοτουρισμού

Ποσοστό των πωλήσεων οινικών προϊόντων που προέρχεται από τον Οινοτουρισμό	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
0 – 10%	7	63,6%
11%– 20%	2	18,2%
21% – 50%	2	18,2%
51% - 75%	0	0
76% +	0	0

Τι ποσοστό των πωλήσεων οινικών προϊόντων προέρχεται από τον Οινοτουρισμό; (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 31. Γράφημα συχνών ποσοστών πωλήσεων οινικών προϊόντων προερχόμενων οινοτουρισμού

Ερώτημα 32°

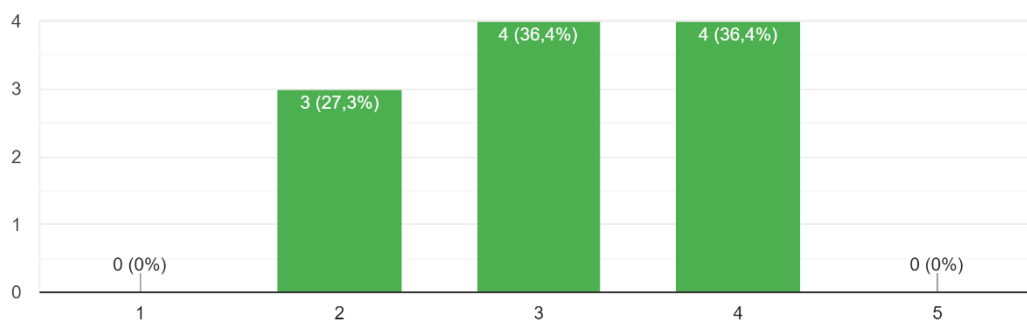
Στο ερώτημα «Πόσο έχουν συμβάλει οι δραστηριότητες Οινοτουρισμού στην ανάπτυξη του Οινοποιείου σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 32: Κατανομή ποσοστιαία συμβαλλόμενων δραστηριοτήτων οινοτουρισμού

Πόσο έχουν συμβάλει οι δραστηριότητες Οινοτουρισμού στην ανάπτυξη του Οινοποιείου σας	1	2	3	4	5
Συχνότητα οινοποιείων	0	3	4	4	0
Εκατοστιαία συχνότητα	0	27,3%	36,4%	36,4%	0

Πόσο έχουν συμβάλει οι δραστηριότητες Οινοτουρισμού στην ανάπτυξη του Οινοποιείου σας; (*)

11 απαντήσεις



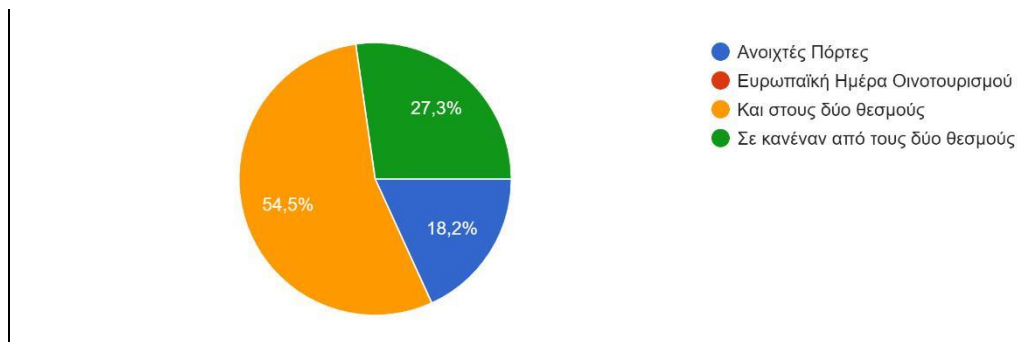
Σχήμα 32. Γράφημα συχνών συμβάλλον δραστηριοτήτων οινοτουρισμού ανάπτυξης οινοποιείων

Ερώτημα 33°

Στο ερώτημα «Το Οινοποιείο σας συμμετέχει στους παρακάτω θεσμούς» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα

Το Οινοποιείο σας συμμετέχει στους παρακάτω θεσμούς; (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 33 Γράφημα συχνών οινοποιείων συμμετοχών των θεσμών

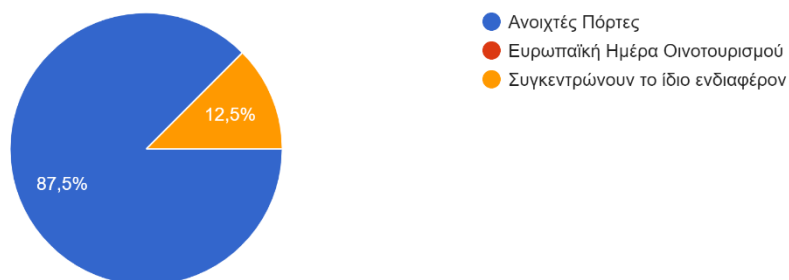
Ερώτημα 34°

Στο ερώτημα «Αν το οινοποιείο συμμετέχει ποιος θεσμός συγκεντρώνει τους περισσότερους επισκέπτες το Οινοποιείο σας συμμετέχει στους παρακάτω θεσμούς» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 34: Κατανομή ποσοστιαίων συμμετοχών θεσμού πλειοψηφίας επισκεπτών

Αν συμμετέχει στους παρακάτω θεσμούς, ποιος θεσμός συγκεντρώνει τους περισσότερους επισκέπτες	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Ανοιχτές Πόρτες	7	87,5%
Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού		
Συγκεντρώνουν το ίδιο ενδιαφέρον	1	12,5%

Αν συμμετέχει ποιος θεσμός συγκεντρώνει τους περισσότερους επισκέπτες; (*)
8 απαντήσεις



Σχήμα 34. Γράφημα συχνών συμμετοχών θεσμών συγκεντρώσεις πλειοψηφιών επισκεπτών

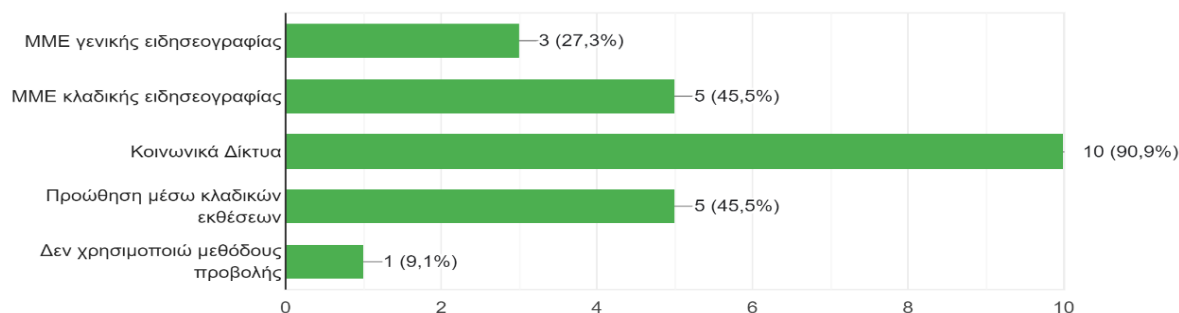
Ερώτημα 35°

Στο ερώτημα «Πως προβάλετε στο κοινό τις οινoturιστικές δραστηριότητες σας;» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 35: Κατανομή απαντήσεων προβολών κοινού για οινoturιστικές δραστηριότητες

Πως προβάλετε στο κοινό τις οινoturιστικές δραστηριότητες σας;	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
ΜΜΕ γενικής ειδησεογραφίας	3	27,3%
ΜΜΕ κλαδικής ειδησεογραφίας	5	45,5%
Κοινωνικά Δίκτυα	10	90,9%
Προώθηση μέσω κλαδικών Εκθέσεων	5	45,5%
Δεν χρησιμοποιώ μεθόδους προβολής	1	9,1%

Πως προβάλετε στο κοινό τις οινοτουριστικές δραστηριότητες σας;
11 απαντήσεις



Σχήμα 35. Γράφημα συχνών προβολών κοινού των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων

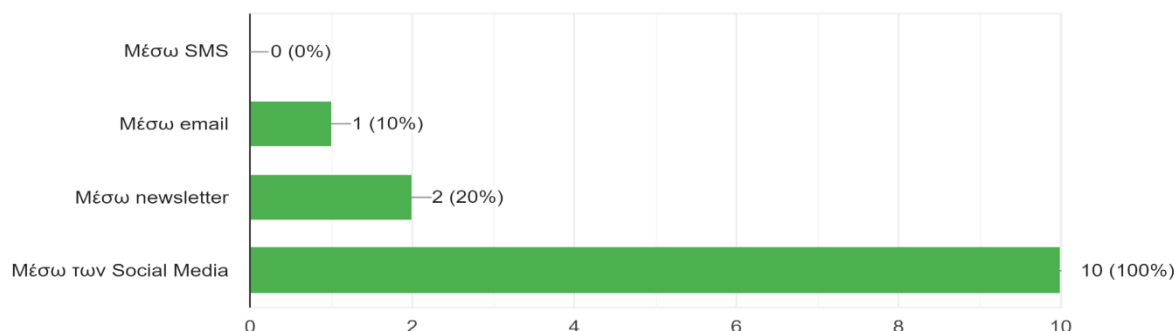
Ερώτημα 36°

Στο ερώτημα «Ενημερώνετε τους επισκέπτες σας για τις προγραμματισμένες μελλοντικές δραστηριότητες σας;» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 36: Κατανομή ποσοστιαίας ενημέρωση επισκεπτών για μελλοντικές δραστηριότητες οινοποιείων

Ενημερώνετε τους επισκέπτες σας για τις προγραμματισμένες μελλοντικές δραστηριότητες σας;	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Μέσω SMS	0	0
Μέσω email	1	10%
Μέσω newsletter	2	20%
Μέσω των Social Media	10	100%

Ενημερώνετε τους επισκέπτες σας για τις προγραμματισμένες μελλοντικές δραστηριότητες σας;
10 απαντήσεις



Σχήμα 36. Γράφημα συχνών ενημερώσεων επισκεπτών για μελλοντικές δραστηριότητες

5.2.3 Ο Οινοτουρισμός στην Κεντρική Μακεδονία

Ερώτημα 37°

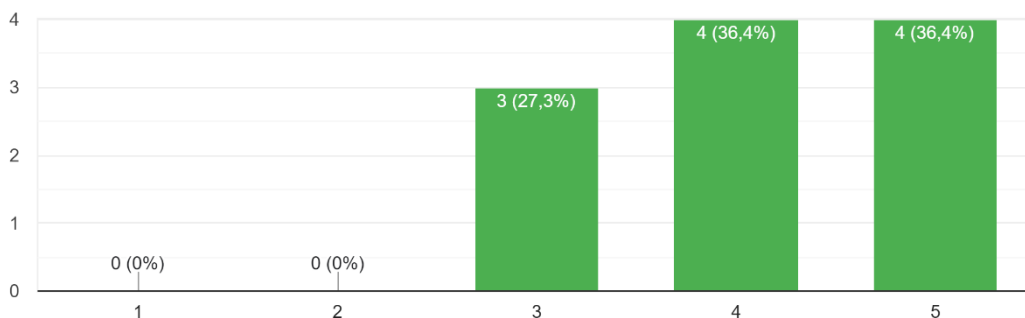
Στο ερώτημα «Θεωρείτε ότι ο οινοτουρισμός στην Κ. Μακεδονία βρίσκεται σε πορεία ανάπτυξης;» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 37: Κατανομή απαντήσεων για την πορεία ανάπτυξης της Κ. Μακεδονίας

Θεωρείτε ότι ο οινοτουρισμός στην Κ. Μακεδονία βρίσκεται σε πορεία ανάπτυξης;	1	2	3	4	5
Συχνότητα οινοποιείων	0	0	3	4	4
Εκατοστιαία συχνότητα			27,3%	36,4%	36,4%

Θεωρείται ότι ο οινοτουρισμός στην Κ. Μακεδονία βρίσκεται σε πορεία ανάπτυξης (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 37. Γράφημα συχνών πορειών ανάπτυξης οινοτουρισμού της Κ. Μακεδονίας

Ερώτημα 38°

Στο ερώτημα «Θεωρείτε ότι ο οινοτουρισμός προωθείται ικανοποιητικά από την Περιφέρεια Κ.Μακεδονίας;» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

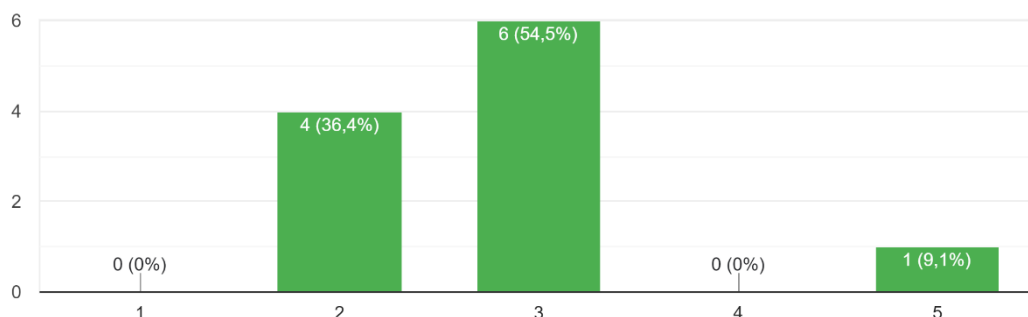
Πίνακας 38: Κατανομή απαντήσεων για την ικανοποίηση από την Π.Κ. Μακεδονία

Θεωρείτε ότι ο οινοτουρισμός προωθείται ικανοποιητικά από την Περιφέρεια Κ.Μακεδονίας;	1	2	3	4	5
Συχνότητα οινοποιείων	0	4	6	0	1
Εκατοστιαία συχνότητα	0	36,4%	54,5%	0	9,1%

Θεωρείτε ότι ο οινοτουρισμός προωθείται ικανοποιητικά από την Περιφέρεια Κ.Μακεδονίας;

(*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 38. Γράφημα συχνών προώθησης οινοτουρισμού ικανοποιητικά απο την Π. Κ. Μακεδονίας

Ερώτημα 39°

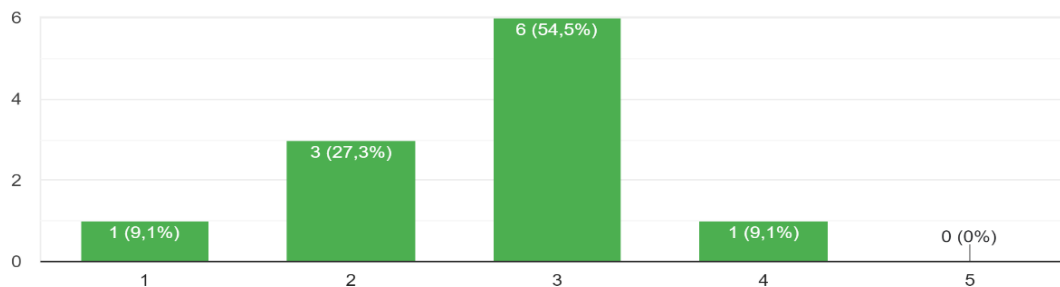
Στο ερώτημα «Θεωρείτε ότι είναι επαρκές το νομοθετικό πλαίσιο για τον οινοτουρισμό;» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 39: Κατανομή απαντήσεων για το επαρκές νομοθετικού πλαισίου οινοτουρισμού

Θεωρείτε ότι είναι επαρκές το νομοθετικό πλαίσιο για τον οινοτουρισμό;	1	2	3	4	5
Συχνότητα οινοποιείων	1	3	6	1	0
Εκατοστιαία συχνότητα	9,1%	27,3%	54,5%	9,1%	0

Θεωρείτε ότι είναι επαρκές το νομοθετικό πλαίσιο για τον οινοτουρισμό; (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 39. Γράφημα συχνών επαρκών νομοθετικού πλαισίου οινοτουρισμού

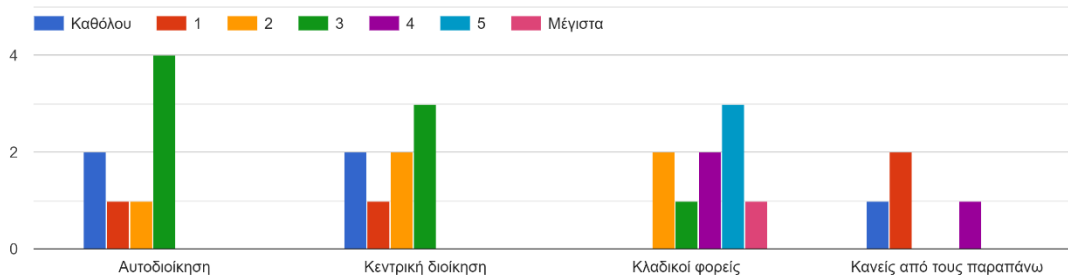
Ερώτημα 40°

Στο ερώτημα «Ποιος από τους παρακάτω στέκεται περισσότερο, αρωγός στην προσπάθεια σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 40: Κατανομή απαντήσεων για την προσπάθεια αρωγών

Ποιος από τους παρακάτω στέκεται περισσότερο, αρωγός στην προσπάθεια σας	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Αυτοδιοίκηση	2	1	1	4			
Κεντρική διοίκηση	2	1	2	3			
Κλαδικοί φορείς			2	1	2	3	1
Κανείς από τους παραπάνω	1	2			1		

Ποιος από τους παρακάτω στέκεται περισσότερο, αργός στην προσπάθεια σας



Σχήμα 40. Γράφημα συχνών προσπάθειών αργών

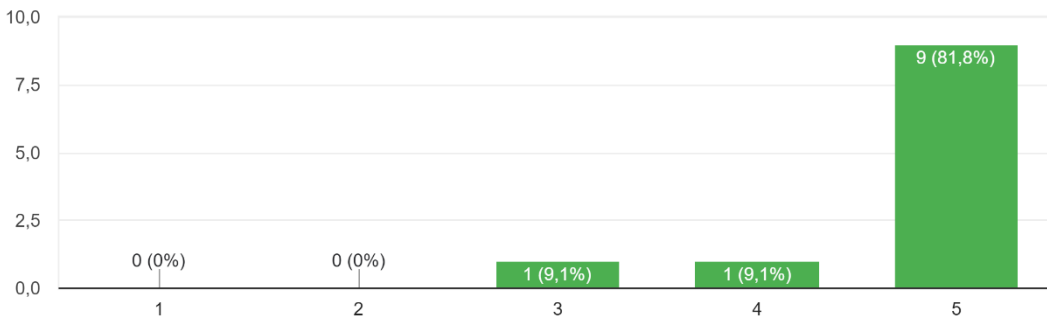
Ερώτημα 41°

Στο ερώτημα «Πόσο επηρέασε την Οινoturιστική δραστηριότητα σας η υγειονομική κρίση του COVID-19;» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 41: Κατανομή ποσοστιαία επηρεασμού οινoturισμού επί COVID-19

Πόσο επηρέασε την Οινoturιστική δραστηριότητα σας η υγειονομική κρίση του COVID-19;	1	2	3	4	5
Συχνότητα οينوποιείων	0	0	1	1	9
Εκατοστιαία συχνότητα	0	0	9,1%	9,1%	81,8%

Πόσο επηρέασε την Οινoturιστική δραστηριότητα σας η υγειονομική κρίση του COVID-19; (*)
11 απαντήσεις



Σχήμα 41. συχνών επηρεασμού οινoturιστικών δραστηριοτήτων επί COVID-19

Ερώτημα 42°

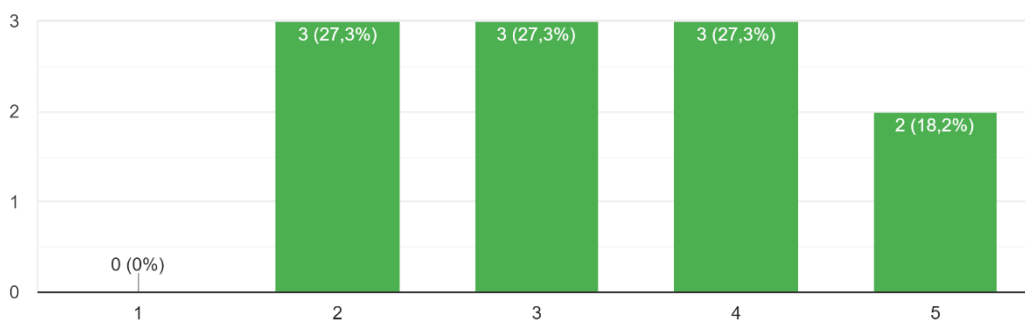
Στο ερώτημα «Πόσο επηρέασε την Οινοτουριστική δραστηριότητα σας η ενεργειακή κρίση;» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 42: Ποσοστιαία επηρεασμού οινοτουρισμού κατά της ενεργειακής κρίσης

Πόσο επηρέασε την Οινοτουριστική δραστηριότητα σας η ενεργειακή κρίση;	1	2	3	4	5
Συχνότητα οινοποιείων	0	3	3	3	2
Εκατοστιαία συχνότητα	0	27,3%	27,3%	27,3%	18,2%

Πόσο επηρέασε την Οινοτουριστική δραστηριότητα σας η ενεργειακή κρίση; (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 42. Γράφημα συχνών επηρεασμού οινοτουριστικών δραστηριοτήτων έναντι ενεργειακής κρίσης

Ερώτημα 43°

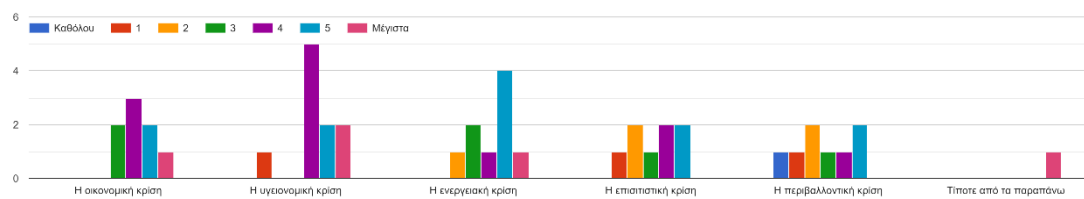
Στο ερώτημα «Τι πιστεύετε ότι απειλεί περισσότερο την Οινοτουριστική δραστηριότητα σας;» οι απαντήσεις που δόθηκαν, με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα με κλιμάκωση από το ελάχιστο στο μέγιστο σε επτά βήματα.

Πίνακας 43: Κατανομή ποσοστιαίων απειλών περισσότερων οινοτουριστικών δραστηριοτήτων

Τι πιστεύετε ότι απειλεί περισσότερο την Οινοτουριστική	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο

δραστηριότητάς;							
Η οικονομική κρίση				2	3	2	1
Η υγειονομική κρίση	1				5	2	2
Η ενεργειακή κρίση			1	2	1	4	1
Η επισιτιστική κρίση		1	2	1	2	2	
Η περιβαλλοντική κρίση	1	1	2	1	1	2	
Τίποτε από τα παραπάνω							1

Τι πιστεύετε ότι απειλεί περισσότερο την Οινοτουριστική δραστηριότητά σας;



Σχήμα 43. Γράφημα συχνών απειλών οινοτουριστικών δραστηριοτήτων

Ερώτημα 44°

Στο ερώτημα «Ποια είναι τα πέντε σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο οινοτουρισμός στην Κ. Μακεδονία;» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται παρακάτω.

Απαντήσεις

Δεν υπάρχει κοινό πλαίσιο συνεργασίας με όλα τα οινοποιεία

1. Δεν υπάρχει επαρκής σήμανση για τα οινοποιεία
2. Δεν έχει γίνει ένα συνέδριο οινοτουρισμού στην περιοχή μας
3. Δεν γίνεται διαφήμιση και προβολή των δρόμων του κρασιού της ΝΑΟΥΣΑΣ
4. Δεν υπάρχουν αρκετά προγράμματα εκπαίδευσης των ατόμων για τον οινοτουρισμό

Μεγάλες χιλιομετρικές αποστάσεις μεταξύ των οινοποιείων
Μείωση τουριστών από Ρωσία-Ουκρανία.

Μη ικανοποιητικός εισερχόμενος τουρισμός σε σχέση με άλλα σημεία της χώρας
Έλλειψη ειδικών επαγγελματιών που θα αναδείξουν τις υπηρεσίες οινοτουρισμού
Έλλειψη κρατικής μέριμνας σε θέματα προώθησης του οινοτουρισμού

Οδικό δίκτυο για τη διασύνδεση των περιοχών με τις μεγάλες πόλεις (π.χ. με τη Θεσσαλονίκη)

Εκσυγχρονισμός των φορέων τουρισμού
Διαχείριση των επισκεπτών μέσω των επαγγελματιών τουρισμού
Οργάνωση και διοίκηση του οινοτουριστικού κλάδου
Κεφάλαιο και πακέτα στήριξης αποκλειστικά στον κλάδο
ΑΔΙΑΦΟΡΙΑ ΓΕΝΙΚΩΣ

Ό,τι γίνεται, γίνεται από τους οινοποιούς
Η Πολιτεία, με οποιαδήποτε μορφή (Υπουργείο Τουρισμού, Δήμος) είναι παντελώς απόντες στην προσπάθεια των οινοποιών.
Το σήμα οινοτουρισμού μόνο προβλήματα επιφέρει

Ερώτημα 45°

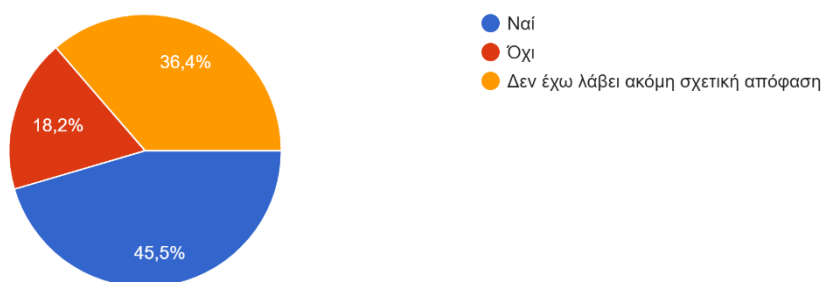
Στο ερώτημα «Το επόμενο εξάμηνο σχεδιάζετε να προχωρήσετε σε ανάπτυξη των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων σας» οι απαντήσεις που δόθηκαν αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 44: Κατανομή ποσοστιαίο σχεδιασμού μελλοντικών αναπτύξεων δραστηριοτήτων για το επόμενο εξάμηνο

Το επόμενο εξάμηνο σχεδιάζετε να προχωρήσετε σε ανάπτυξη των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων σας	Συχνότητα οινοποιείων	Εκατοστιαία συχνότητα
Ναι	5	45,5%
Όχι	2	18,2%
Δεν έχω λάβει ακόμη σχετική απόφαση	4	36,4%

Το επόμενο εξάμηνο σχεδιάζετε να προχωρήσετε σε ανάπτυξη των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων σας; (*)

11 απαντήσεις



Σχήμα 44. Γράφημα συχνών σχεδιασμού ανάπτυξης οινοτουριστικών δραστηριοτήτων για το επόμενο εξάμηνο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως προκύπτει από την έρευνα σύμφωνα με τα αποτελέσματα, η πλειονότητα των επισκεπτών στα οινοποιεία είναι άνδρες, και οι μισοί αλλοδαποί στο 80% των οινοποιείων. Ένας στους τέσσερις αλλοδαπούς επισκέπτες στα περισσότερα οινοποιεία, είναι Βαλκάνιος. Ηλικιακά ανήκουν στη ζώνη των 36 – 65 χρόνων και οι επισκέψεις γίνονται συνήθως κατά ζεύγη ή έως πενταμελείς παρέες, και μόνο σε μικρό ποσοστό με οργανωμένες εκδρομές.

Υψηλή επισκεψιμότητα παρουσιάζεται τους μήνες Μάιο και Ιούνιο, καθώς και το φθινόπωρο με κορύφωση τον Δεκέμβριο. Οι μέρες που προτιμούν οι επισκέπτες είναι το Σαββατοκύριακο, ενώ η κίνηση αρχίζει να κλιμακώνεται από την Πέμπτη.

Οι περισσότεροι καταναλώνουν συχνά κρασί κι έχουν μέση έως και καλή σχέση με την οινοποιία. Ο κύριος λόγος που τους παρακινεί στις επισκέψεις τους είναι αυτή η σχέση τους και εκφράζουν αυτό τους το ενδιαφέρον με την αγορά οινικών προϊόντων. Επιλέγουν υπηρεσίες κυρίως ψυχαγωγίας και κατά δεύτερο λόγο οινογνωσίας.

Οι τουρίστες γνωρίζουν τα οινοποιεία και τα επισκέπτονται έχοντας προηγουμένως γνωρίσει τα οινικά προϊόντα τους αλλά και από συστάσεις προηγούμενων επισκεπτών ενώ στην απόφαση τους βαρύνει επίσης το πρόγραμμα των εκδηλώσεων που οργανώνονται οι διακρίσεις που λαμβάνουν τα κρασιά καθώς και προβολή τους στα Social Media.

Κατά τις επισκέψεις τους η κατανάλωση οινικών προϊόντων δεν ξεπερνά τα 20 € για περίπου τους μισούς ενώ μόλις ένα 36% φτάνει στα 50€. Για αγορές ενθυμίων δεν δαπανούν περισσότερα από 20 €. Τόσα περίπου χρήματα δαπανούν επίσης για τις υπηρεσίες οινογνωσίας και ψυχαγωγίας. Στα οινοποιεία που παρέχονται υπηρεσίες φιλοξενίας το μέγιστο της δαπάνης είναι για τους περισσότερους τα 50€ κατ' άτομο.

Οι επιχειρήσεις των Οινοποιείων που συμμετείχαν στην έρευνα δραστηριοποιούνται ως προς αυτή την κατεύθυνση την τελευταία τριακονταετία. Συγκεκριμένα ισοκατανέμονται σε ηλικία άνω της δεκαετίας, της εικοσαετίας και της τριαντακονταετίας, ασκώντας οινοτουριστικές δραστηριότητες σε όλο αυτό το χρονικό διάστημα. Όλοι ή σχεδόν όλοι παρέχουν ξενάγηση σε αμπελώνα και οινοποιείο, υπηρεσίες οινογνωσίας, λειτουργούν πρατήριο κρασιού και αρκετοί οργανώνουν εκδηλώσεις.

Με υποδομές για Άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ), οι περισσότεροι, και φιλικό στην επίσκεψη κατοικίδιων σχεδόν όλοι, απασχολούν οι μισοί περίπου έως πέντε άτομα προσωπικό, ενώ μία στις τρεις επιχειρήσεις ξεπερνούν τους 20 υπαλλήλους. Στην πλειονότητα του το προσωπικό έχει σπουδές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και μόλις το 10% δεν είναι εξειδικευμένο. Για τις υπηρεσίες

οινοτουρισμού οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα απασχολούν έως το 25% του προσωπικού τους

Η συνεισφορά του Οινοτουρισμού στον κύκλο εργασιών των οινικών επιχειρήσεων, κινείται σε πολύ χαμηλά επίπεδα: σε περισσότερα από τα μισά το μερίδιο φτάνει το 10% και μόλις στο 10% των οινοποιείων κινείται από 20% έως 50%. Στα ίδια επίπεδα βρίσκονται και οι πωλήσεις οινικών προϊόντων, μέσω των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων. Ωστόσο 7 στα 10 οινοποιεία θεωρούν ότι ο οινοτουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη τους. Όλοι μάλιστα εκτιμούν ότι η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού βρίσκεται αρκετά ή πολύ σε ανοδική πορεία στην Κ. Μακεδονία

Τα μισά οινοποιεία συμμετέχουν στους δύο (2) κεντρικούς θεσμούς Ανοιχτές Πόρτες και Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού, με την πρώτη διοργάνωση να προσελκύει την συντριπτική πλειονότητα των επισκεπτών

Σχεδόν όλα τα οινοποιεία επιλέγουν για την προβολή τους τα Social Media –μέσω των οποίων ενημερώνουν επίσης και τους επισκέπτες τους για τις εκδηλώσεις τους- και οι μισοί επιχειρηματίες που ερωτήθηκαν χρησιμοποιούν διαφημιστικά επίσης, τα κλαδικά MME και τις εκθέσεις.

Όσον αφορά στην προώθηση του οινοτουρισμού και την στήριξη των επιχειρήσεων τους οι ερωτώμενοι είναι μερικώς ικανοποιημένοι από την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, αν και βρίσκουν περισσότερη υποστήριξη από την Αυτοδιοίκηση και στους κλαδικούς φορείς από ότι στην κεντρική Διοίκηση. Επίσης χωρίς ενθουσιασμό αντιμετωπίζουν την επάρκεια του νομοθετικού πλαισίου..

Από τα ευρήματα της έρευνας προκύπτει ότι και ο Οινοτουρισμός δέχθηκε την αρνητική επίδραση του κορονοϊού, ενώ μοιρασμένες είναι οι γνώμες για την ένταση των επιπτώσεων της ενεργειακής κρίσης. Κατά τους επιχειρηματίες του κλάδου, σοβαρότερη απειλή για τον οινοτουρισμό είναι η υγειονομική και η ενεργειακή κρίση.

Τα σημαντικότερα προβλήματα του οινοτουρισμού στην Κ. Μακεδονία, σύμφωνα με τις απαντήσεις που έδωσαν οι οινοποιοί που απάντησαν στα ερωτηματολόγια ήταν πρώτα πρώτα η ανάγκη στήριξης από την Πολιτεία, την οποία θεωρούν απύσχα στις προσπάθειές τους.

Τα μέτρα που προτείνουν για την ενίσχυση του τομέα τους είναι:

- θέσπιση οικονομικών μέτρων
- εκπαιδευτικών δράσεων για την κάλυψη των κενών σε επαγγελματίες ειδικούς στον κλάδο
- προβολής αυτής της μορφής τουρισμού
- βελτίωσης του οδικού δικτύου διασύνδεσης των οινοποιείων
- εκσυγχρονισμού των φορέων τουρισμού.

Επεσήμαναν επίσης την ανάγκη κοινού πλαισίου συνεργασίας των επιχειρήσεων τους και διοργάνωσης συνεδρίων. Κατέθεσαν ακόμη τις ανησυχίες τους για την μείωση του τουριστικού

ρεύματος από Ρωσία και Ουκρανία, όπως και ότι δεν θεωρούν ικανοποιητικές τις τουριστικές εισροές από τις συνοριακές διόδους της περιοχής σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα.

Παρόλα αυτά σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις σχεδιάζουν να προχωρήσουν στην ανάπτυξη των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων τους το επόμενο εξάμηνο με ένα πολύ μικρό ποσοστό, κοντά στο 20% να αποκλείει αυτή τη σκέψη και τους υπόλοιπους να δηλώνουν ακόμη αναποφάσιστοι.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Ελληνική Δημοκρατία (2018), Θεματικός Τουρισμός Ειδικές Μορφές Τουρισμού, Νόμος 4582/2018, ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018

Τσακίρης Α., (2010), Ελληνική Οινογνωσία, Εκδόσεις Ψύχαλου, Αθήνα

Τσακίρης Α., Κούκης Δ., Βέκιος Γ. (2012), Το Βιβλίο του Κρασιού, Εκδόσεις Ψυχάλου, Αθήνα.

Σταύρακας Δ., (2015), Αμπελογραφία, Εκδόσεις ΖΗΤΗ, Θεσσαλονίκη

Σπινθηροπούλου Χ., (2000), Οινοποιήσιμες ποικιλίες του Ελληνικού Αμπελώνα, Oliver Press Publications

Στεφανίδου Χ., (2007), Οι Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος (ερευνα στα Οινοποιεία της Ένωσης Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος) (Διπλωματική εργασία)

Καλδής Ε. Π., (2008) «Καινοτόμος Διοίκηση Οινικού Τουρισμού και Οινοτουριστικών Επιχειρήσεων. Από τα Συμβατικά Προϊόντα στα Βιωματικά Αγαθά και τις Εμπειρίες.» «1ο Αναπτυξιακό Συνέδριο Νομού Καρδίτσας» Καρδίτσα, 8-10/02/2008

Ταταρίδης Π. (2018), Νομοθεσία Οίνων και Ποτών, Τμήμα Επιστημών, Οίνου, Αμπέλου και Ποτών

Ιωαννίδης Β. (2016), Αμπελώνας Κιλκίς, Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Περιφερειακής Ενότητας Κιλκίς

Τούντας Κ. (2016) «Σύνδεση Αγροτικού Τομέα με Τουρισμό και Πολιτισμό», Τρίπολη, 18/03/2016

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Liz Sharples (2004), Exhibit 2.5: The wine roads of Macedonia, In: Hall, C.M., Sharples, L., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R. & Johnson, G. (Eds.): Wine tourism around the world: Development, management and markets, Oxford: Butterworth Heinemann.

Petroman et al. (2020) στο D. Kourkouridis, Journal of Tourism and Hospitality Management, July-Aug. 2020, Vol. 8, No. 4, 140-149 «Possibilities and Opportunities of Wine Tourism Development in the Cross-Border Region of Greece-Bulgaria Through the Protection of Traditional Vine Varieties»

Karafolas S. (2007), Wine Roads in Greece: A Cooperation for the Development of Local Tourism in Rural Areas, Journal of Rural Cooperation.

Bruwer J. and Alant K., (2009), The hedonic nature of winetourism consumption: an experiential view, School of Agriculture, Food and Wine, The University of Adelaide, Adelaide, Australia, International Journal of Wine Business Research.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ

ΚΕΦ 1

- <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
- <https://training.thewinelab.eu/training-area/at-the-marketplace/the-opportunities-of-experience-based-tourism-in-wine-and-food-sectors/unit-1-wine-tourism-definition-opportunities-implications-and-strategies/> (Ως ΠΑΡΑΘΗΜΑ)
- https://mintour.gov.gr/wp-content/uploads/2021/04/Template_odigos_SEO.pdf (παρατήμα)
- <https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/n-4276-2014.html>
- <https://www.anhma.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%AC-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1/leader-ii>
- <https://www.anhma.gr/%CE%B1%CE%BD%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%AC-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1/leader-plus>
- <https://rm.coe.int/cultural-routes-of-the-council-of-europe-crossing-greece-eng-gr/1680a6eab6>
- <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/greece>
- <https://rm.coe.int/cultural-routes-gr/16809ce959>
- http://www.newwinesofgreece.com/about/el_e8niki_diepaggelmatiki_organosi_ampelou_kai_oinou.html
- <https://www.enterprisegreece.gov.gr/assets/content/files/c13/a1635/f98/%ce%95%ce%9a%ce%94%ce%97%ce%9b%ce%a9%ce%a3%ce%97%ce%a3%ce%95%ce%9d%ce%94%ce%99%ce%91%ce%a6%ce%95%ce%a1%ce%9f%ce%9d%ce%a4%ce%9f%ce%a3%ce%a0%ce%91%ce%a1%ce%9f%ce%a7%ce%97%ce%a5%ce%a0%ce%97%ce%a1%ce%95%ce%a3%ce%99%ce%a9%ce%9d%ce%a3%ce%a7%ce%95%ce%94%ce%99%ce%91%ce%a3%ce%9c%ce%9f%ce%a5%ce%95%ce%9a%ce%94%ce%9f%ce%a3%ce%95%ce%a9%ce%9d%ce%95%ce%a1%ce%93%ce%9f%ce%a0%ce%a1%ce%9f%ce%a9%ce%98%ce%97%ce%a3%ce%97%ce%9f%ce%99%ce%9d%ce%a9%ce%9d%ce%a3%ce%95%ce%a4%ce%a1%ce%99%ce%a4%ce%95%ce%a3%ce%a7%ce%a9%ce%a1%ce%95%ce%a3.pdf>
- <https://winesofgreece.org/el/%ce%b5%ce%b8%ce%bd%ce%b9%ce%ba%ce%b7-%ce%b5%ce%cf%80%ce%b9%ce%cf%84%ce%bf%ce%cf%80%ce%b7-%ce%bf%ce%b9%ce%bd%ce%bf%ce%cf%84%ce%bf%ce%cf%85%ce%81%ce%b9%ce%cf%83%ce%bc%ce%bf%ce%cf%85/>

ΚΕΦ 2

- <https://winesofgreece.org/el/routes/%ce%bf%ce%b9%ce%bd%ce%bf%ce%cf%84%ce%bf%ce%cf%85%ce%81%ce%b9%ce%cf%83%ce%bc%ce%cf%8c%ce%cf%82-%ce%cf%83%ce%cf%84%ce%b7-%ce%b2%ce%cf%8c%ce%cf%81%ce%b5%ce%b9%ce%b1-%ce%b5%ce%bb%ce%bb%ce%ac%ce%b4%ce%b1/>
- <https://winesurveyor.weebly.com/gammaepsilonomegagammarhoalphaphi943alpha-omicron943nuomeganu.html> (??)
- <https://winetuned.com/%CE%BC%CE%B1%CE%BA%CE%B5%CE%B4%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%B1/>

ΚΕΦ 3

- <https://winesofgreece.org/el/regions/%CE%B8%CE%B5%CF%83%CF%83%CE%B1%CE%BB%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%BA%CE%B7/>
- <https://winesofgreece.org/el/pgi/%CE%BD%CE%AD%CE%B1-%CE%BC%CE%B5%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%B2%CF%81%CE%AF%CE%B1/>

- http://www.newwinesofgreece.com/lista_oinon_pge_perioxon/el_pge_plagies_bertiskou.html
- <https://winesofgreece.org/el/pdo/%CF%80%CE%BF%CF%80-%CE%BD%CE%AC%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B1/>
- <https://winesofgreece.org/el/regions/%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CE%B8%CE%AF%CE%B1/>
- <https://museumfinder.gr/item/moyseio-oinoy-kai-ampeloy-naoyas/>
- <https://winetuned.com/%ce%b7%ce%bc%ce%b1%ce%b8%ce%af%ce%b1/>
- <https://winesofgreece.org/el/pdo/%CF%80%CE%BF%CF%80-%CE%B3%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%B9%CF%83%CF%83%CE%B1/>
- <https://winesofgreece.org/el/regions/%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%BA%CE%AF%CF%82/>
- <https://winetuned.com/%ce%ba%ce%b9%ce%bb%ce%ba%ce%af%cf%82/>
- <https://winetuned.com/%cf%80%ce%ad%ce%bb%ce%bb%ce%b1/>
- <https://winesofgreece.org/el/pgi/%CF%80%CE%B3%CE%B5-%CF%80%CE%AD%CE%BB%CE%BB%CE%B1/>
- <https://winesofgreece.org/el/regions/%CF%80%CE%B9%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B1/>
- <https://winetuned.com/%cf%80%ce%b9%ce%b5%cf%81%ce%af%ce%b1/>
- <https://winesofgreece.org/el/pgi/%CF%80%CE%B3%CE%B5-%CF%80%CE%B9%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B1/>
- <https://winesofgreece.org/el/regions/%CF%83%CE%AD%CF%81%CF%81%CE%B5%CF%82/>
- <https://winetuned.com/%cf%83%ce%ad%cf%81%cf%81%ce%b5%cf%82/>
- <https://winesofgreece.org/el/pgi/%CF%83%CE%B9%CE%B8%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B1/>
- <https://winesofgreece.org/el/pdo/%CF%80%CE%BF%CF%80-%CF%80%CE%BB%CE%B1%CE%B3%CE%B9%CE%AD%CF%82-%CE%BC%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CF%84%CF%89%CE%BD%CE%B1/>
- <https://winesofgreece.org/el/unique-proposal/>
- <https://winesofgreece.org/el/regions/%CF%87%CE%B1%CE%BB%CE%BA%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%AE/>
- <https://winetuned.com/%cf%87%ce%b1%ce%bb%ce%ba%ce%b9%ce%b4%ce%b9%ce%ba%ce%ae/>
- <http://www.macedonian-heritage.gr/Wine/WineToday/WineTodayFrameset.html>
- <https://www.houseofwine.gr/how/wine/about-wine/wine-basics/wine-labels.html>
- http://www.newwinesofgreece.com/etiketa_krasiou/en_etiketa_krasiou.html

ΚΕΦ 4

- http://www.newwinesofgreece.com/wine_tourism_in_northern_greece/en_oinotourismos_sti_boreia_ellada.html
- <https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/>
- <https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/>
- <https://enrd.ec.europa.eu/sites/default/files/fms/pdf/2B953B87-DFAE-12EC-4A2F-D36BAFB37D35.pdf>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Διερεύνηση οινοτουριστικών δραστηριοτήτων στην Κεντρική Μακεδονία

Το παρόν ερωτηματολόγιο διερευνά τις προτιμήσεις των επισκεπτών στα οινοποιεία της περιφέρειας Κ. Μακεδονίας.

Το παρόν ερωτηματολόγιο συντάσσεται για τις ανάγκες έρευνας που εκπονείται στο πλαίσιο πτυχιακής εργασίας του Αθανάσιου Γεωργίου στο ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΟΙΝΟΥ ΑΜΠΕΛΟΥ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ της ΣΧΟΛΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ του ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι απολύτως ανώνυμη και απαιτεί ελάχιστο χρόνο.

Παρακαλώ οι απαντήσεις να είναι πραγματικές, καθώς τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν στην εργασία.

Σχεδόν όλες οι ερωτήσεις απαιτούν μια και μοναδική απάντηση, οι ερωτήσεις που απαιτούν μια ή και περισσότερες απαντήσεις θα αναγράφονται, γι' αυτό διαβάστε τις ερωτήσεις προσεκτικά.

Η συμμετοχή επιτρέπεται μόνο σε άτομα άνω των 18 ετών.

Ευχαριστώ πολύ εκ των προτέρων για τον χρόνο και την βοήθειά σας.

Τμήμα Επιστημών, Οίνου, Αμπέλου και Ποτών
Γεωργίου Θάνος

georgiou.thanos98@gmail.com [Εναλλαγή λογαριασμού](#)



* Απαιτείται

Διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου *

Η διεύθυνσή σας ηλεκτρονικού ταχυδρομεί...

Επόμενο



Σελίδα 1 από 4

[Εκκαθάριση φόρμας](#)

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google. [Αναφορά κακής χρήσης - Όροι Παροχής Υπηρεσιών - Πολιτική απορρήτου](#)

Google Φόρμες

Διερεύνηση οινοτουριστικών δραστηριοτήτων στην Κεντρική Μακεδονία

georgiou.thanos98@gmail.com [Εναλλαγή λογαριασμού](#)



Το προφίλ των επισκεπτών σας

(*) Κατά πλειοψηφία - Δεκτή μία επιλογή

Φύλο επισκεπτών

	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Άρρεν	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θήλυ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ποσοστό αλλοδαπών επισκεπτών (*)

- Έως 25%
- 25% - 50%
- 50% - 75%
- Μεγαλύτερο του 75%
- Δεν γνωρίζω

Ποσοστό Βαλκάνιων επί των αλλοδαπών επισκεπτών (*)

- Έως 25%
- 25% - 50%
- 50% - 75%
- Μεγαλύτερο του 75%
- Δεν γνωρίζω

Ηλικία επισκεπτών

	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
18-25	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26-35	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36-45	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
46-55	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
55-65	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
66+	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

L:uv0rolJ opa&w t::10Kt:t<i>v

	EAaxurro	1	2	3	4	5	M£y101:0
Μεμονωµ£να QTOµα	0	0	0	0	0	0	0
c.uo 6TOµα	0	0	0	0	0	0	0
Οµci6e~ nevre at6µwv	0	0	0	0	0	0	0
oucsec neptoootapiov rov nevre oropcov	0	0	0	0	0	0	0

0 EK6poµtKE~ tntOKEIjSre

0 Opyavwµtv£~ tK6poµ£~ µ£ow ρopewv, npOJCToptiwv KAR.

0 C.EV yvwpi~w

0 En(oK&ljlq TOUAQ)(l<n:OV µia q>Op6 TO µriva

0 En(oKSljlq TOUAQ)(l<n:OV µlo q>op6 TO e~dpqvo

0 Enio<tjlq tou>.cixioi:ov µio q>opd TO XP6vo

0 MtKp6n:pq OUXVOTqta

0 C.ev yvwpi~w

Ημερήσια επισκεψιμότητα

	Ελάχιστο	1	2	3	4	5	Μέγιστο
Δευτέρα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τρίτη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τετάρτη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πέμπτη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παρασκευή	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σάββατο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κυριακή	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Μηνιαία επισκεψιμότητα

	Ελάχιστο	1	2	4	5	Μέγιστο
Ιανουάριος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Φεβρουάριος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μάρτιος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Απρίλιος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μάιος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ιούνιος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ιούλιος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αύγουστος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σεπτέμβριος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οκτώβριος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Νοέμβριος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεκέμβριος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	EX<iXLOIO	1	2	3	4	5	Mi:y1010
nepLOIOOLOKOI KOIOVaAWTE<;	0	0	0	0	0	0	0
~uxvol KOTOVaAWIE<;	0	0	0	0	0	0	0
Ka81ipe:p\vol KOIOVaAw1ec;	0	0	0	0	0	0	0

ExEV111rov sntoKsr:nw o~ fl& UJ" otYor:oiia (*)

	1	2	3	4	5
Kapia yvwori	0	0	0	0	0

LKor:o~ rcov &ntOKS'lfSU>' 010 owoacieio o~

- 0 Ev6tmpi:pov VLO Tf)V oivonouc
- 0 Oivovvcootc
- 0 Ayop6 OVLKWW nporovrtov
- 0 4luxavwyia
- 0 'AXXo X6yoc;

- 0 Km:ava>.wori 1wv 0IVIKWV npotovnov ooc
- 0 l0100t:>..ioo rou oivonoieiou ooc
- 0 rxenKt<; cvcornoerc 01a Mtoa Kotvwv1Kfi<; tnK1uworl<;
- 0 EK61')Aliloet<; rou orvcnorelou occ
- 0 KAa6tKt<; eK6ri>..liloet<;
- 0 t.1aq>rijμ1011Kfi npoJ3o>..ti rou oivonotetou occ
- 0 ru01aoe1<; an6 ciMou<; eruoxenrec roe oivonoretoo ooc
- 0 t.1aKpioe1<; 1WV 0IVIKWV npotovnov ooc
- 0 t.ev yvwpi~w

Aropf:t;:t(;<v Ot\'K00\`npotovrcova:t6 to ::pan'jpto rou owonoisiou cra~
(OUf1:tEpV,<XIJ~<IVOf1EvOU<PITA) Kat' Sr:tOKS:rtIJ(*)

- 0 0-20 (
- 0 20- 50 (
- 0 50-100(
- 0 nep1oo61epa an6 100 €

Aropf;:£\9uf1ic.>vroe owoxoteioucra; a>.6to r;pan'jpto'"~f,lJ<rrJ~ (cruf1"Epti.afll)a"oflhou
<PITA) Kat' E::icrci:t'CIJ(*)

- 0 0-20(
- 0 20-50(
- 0 nep10061epa an6 50 €

Κατανάλωση υπηρεσιών οινογνωσίας (κατ' επισκέπτη) από το οινοποιείο σας (*)

- 0 – 20 €
- 20 – 50 €
- 50 – 100 €
- Περισσότερα από 100 €

Κατανάλωση υπηρεσιών ψυχαγωγίας (κατ' επισκέπτη) από το οινοποιείο σας (*)

- 0 – 20 €
- 20 – 50 €
- 50 – 100 €
- Περισσότερα από 100 €

Λαπάνη (κατ' επισκέπτη) υπηρεσιών φιλοξενίας / διαμονής (εφόσον παρέχονται από το οινοποιείο σας) (*)

- 0 – 50 €
- 50 – 100 €
- Περισσότερα από 100 €

Λαπάνη (κατ' επισκέπτη) υπηρεσιών ψυχαγωγίας (εφόσον παρέχονται από το οινοποιείο σας) (*)

- 0 – 20 €
- 20 – 50 €
- Περισσότερα από 50 €

Το προφίλ του οινοποιείου σας

Πόσα χρόνια λειτουργεί το Οινοποιείο σας; (*)

- Έως 5 χρόνια
- 5 έως 10 χρόνια
- 10 χρόνια έως 20 χρόνια
- 20 χρόνια έως 30 χρόνια
- Περισσότερα από 30 χρόνια

Πόσα χρόνια έχετε οινοτουριστικές δραστηριότητες; (*)

- Έως 5 χρόνια
- 5 έως 10 χρόνια
- 10 χρόνια έως 20 χρόνια
- 20 χρόνια έως 30 χρόνια
- Περισσότερα από 30 χρόνια

Ποιες οινοτουριστικές υπηρεσίες προσφέρει το Οινοποιείο σας;

- Ξενάγηση στον αμπελώνα
- Ξενάγηση στο Οινοποιείο
- Λειτουργία Μουσείο Οίνου
- Υπηρεσία Οινογνωσίας
- Εκδηλώσεις στο χώρο του οινοποιείου
- Λειτουργία πρατηρίου πώλησης κρασιού
- Λειτουργία πρατηρίου πώλησης ενθυμίων του οινοποιείου
- Λειτουργία καφέ
- Λειτουργία εστιατορίου
- Λειτουργία χώρου εκδηλώσεων
- Υπηρεσίες φιλοξενίας / διαμονής στο χώρο του οινοποιείου
- Επιπλέον υπηρεσίες

Το Οινοποιείο σας παρέχει διευκολύνσεις σε Άτομα με Αναπηρία (ΑμΕΑ); (*)

- | | | | | | | |
|-----|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Όχι | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Όλες τις προβλεπόμενες
από τη νομοθεσία |

Το Οινοποιείο σας επιτρέπει στους επισκέπτες να συνοδεύουν κατοικίδια; (*)

- Ναι
- Όχι

Apt0p~ cpyal;opfvcl>v -:ou anaaxo/,eite OT0 01\o:io12io o~ (*)

Q 0- 56.τομα

0 5-10 crone

0 10 - 20 nropc

0 neptoo6tapa an6 20 orouc

Iloooooo epyo.(opEvClI\ ' ..ou o.no.crx0Af:(m1 ym U"lJpecrifc; Oworoupiopoo. (*)

0 'Ew<; 25%

0 25%- 50%

0 50%- 75%

0 MEyoAUtEpO tOU 75%

i

0 6EUtEpoJ360μLO<; EKnoIOEU0ll<;

0 TpltoJ36.0μ10<; EKnoioeuori<;

r

0 neptAομJ3<ivovtm nruxiouxt oxoAwv 11μe6on~<;

0 nepLA0μJ3<ivovtOI nTUXtOUXOI OXOAWV E~WTEPIKOU

0 nepLA0μJ3avovtOI ntuXIOUXOL OXOAWV 11μe6an~<; & E~WTEPLKOU

0 6EV nEpIA0μJ3<ivovtOI nTUXLOUXOI

Βαθμίδα εκπαίδευσης των εργαζομένων σας στις υπηρεσίες Οινοτουρισμού (*)

- Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης
- Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης

Εξειδίκευση των εργαζομένων σας στις υπηρεσίες Οινοτουρισμού (*)

- Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών ημεδαπής
- Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών εξωτερικού
- Περιλαμβάνονται πτυχιούχοι σχολών ημεδαπής & εξωτερικού
- Δεν περιλαμβάνονται πτυχιούχοι

Τι ποσοστό του κύκλου εργασιών σας προέρχεται από τις υπηρεσίες οινοτουρισμού; (*)

- Έως 10 %
- 10 % - 20 %
- 20 % - 50 %
- 50% - 75%
- Περισσότερο του 75%

Τι ποσοστό των πωλήσεων οινικών προϊόντων προέρχεται από τον Οινοτουρισμό; (*)

- Έως 10 %
- 10 % - 20 %
- 20 % - 50 %
- 50% - 75%
- Περισσότερο του 75%

Πόσο έχουν συμβάλει οι δραστηριότητες Οινοτουρισμού στην ανάπτυξη του Οινοποιείου σας; (*)

- | | | | | | | |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Ελάχιστος βαθμός | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Υψηλός βαθμός |

Το Οινοποιείο σας συμμετέχει στους παρακάτω θεσμούς; (*)

- Ανοιχτές Πόρτες
- Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού
- Και στους δύο θεσμούς
- Σε κανέναν από τους δύο θεσμούς

Αν συμμετέχει ποιος θεσμός συγκεντρώνει τους περισσότερους επισκέπτες; (*)

- Ανοιχτές Πόρτες
- Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού
- Συγκεντρώνουν το ίδιο ενδιαφέρον

Πως προβάλετε στο κοινό τις οινοτουριστικές δραστηριότητες σας;

- ΜΜΕ γενικής ειδησεογραφίας
- ΜΜΕ κλαδικής ειδησεογραφίας
- Κοινωνικά Δίκτυα
- Προώθηση μέσω κλαδικών εκθέσεων
- Δεν χρησιμοποιώ μεθόδους προβολής

Ενημερώνετε τους επισκέπτες σας για τις προγραμματισμένες μελλοντικές δραστηριότητες σας;

- Μέσω SMS
- Μέσω email
- Μέσω newsletter
- Μέσω των Social Media

Ο οινoturισμός στην Κ. Μακεδονία

Θεωρείται ότι ο οινoturισμός στην Κ. Μακεδονία βρίσκεται σε πορεία ανάπτυξης (*)

	1	2	3	4	5	
Όχι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ναί

Θεωρείτε ότι ο οινoturισμός προωθείται ικανοποιητικά από την Περιφέρεια Κ.Μακεδονίας; (*)

	1	2	3	4	5	
Όχι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ναί

Θεωρείτε ότι είναι επαρκές το νομοθετικό πλαίσιο για τον οινoturισμό; (*)

	1	2	3	4	5	
Όχι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ναί

IIot0~ an6 toll<; napaKcit© othcE:rat :-eptaa6n:po,Cip©"fO~ OTIJV npoancl.0£ta a~

	Ka06Xou	1	2	3	4	5	Mtyuna
Auto6lolKfJOtj	0	0	0	0	0	0	0
Kevrpucn 6toiKrJOll	0	0	0	0	0	0	0
KAa6IKoi (j>Opei<;	0	0	0	0	0	0	0
Kovetc cno touc; napancivw	0	0	0	0	0	0	0

II6ao enllpeaae TIJV Oworooplania1 OPCXVTTIPWTIJtaa~ ll oyelovofl•Kii KP(VtJ too <;;l)\I I).
"); (k)

	1	2	3	4	5	
Ka06Xou	0	0	0	0	0	MtytOTa

II6ao &nt]ptC<O£ TIJV O1vOtOllp!O'tlia1 Opaott]p10T1')tC1a~11 £V£p"(£1C1KIJ Kpia11. (*)

	1	2	3	4	5	
Ka06Xou	0	0	0	0	0	MtytoT0

Τι πιστεύετε ότι απειλεί περισσότερο την Οινοτουριστική δραστηριότητα σας;

	Καθόλου	1	2	3	4	5	Μέγιστα
Η οικονομική κρίση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η υγειονομική κρίση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η ενεργειακή κρίση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η επισιτιστική κρίση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η περιβαλλοντική κρίση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τίποτε από τα παραπάνω	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ποια είναι τα πέντε σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζετε στην οινοτουριστική δραστηριότητα της επιχείρησής σας;

Η απάντησή σας _____

Ποια είναι τα πέντε σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο οινοτουρισμός στην Κ.Μακεδονία;

Η απάντησή σας _____

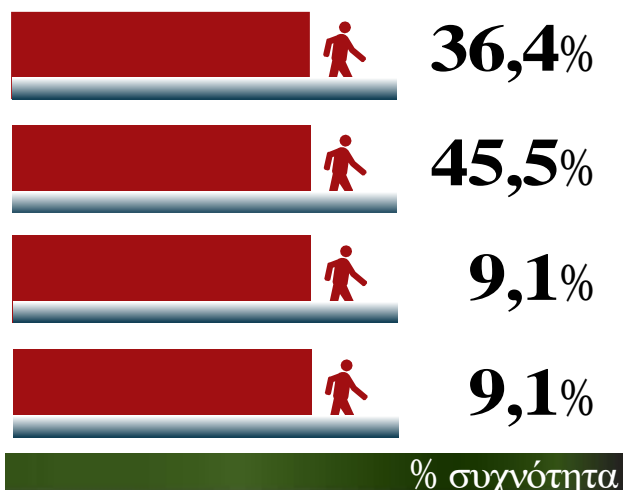
Το επόμενο εξάμηνο σχεδιάζετε να προχωρήσετε σε ανάπτυξη των οινοτουριστικών δραστηριοτήτων σας; (*)

- Ναι
- Όχι
- Δεν έχω λάβει ακόμη σχετική απόφαση

Παράρτημα Α: Γραφική απεικόνιση των αποτελεσμάτων της έρευνας

Διερεύνηση Οινοτουριστικών δραστηριοτήτων στην Κ. Μακεδονία

ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ



ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ



Υψηλή γνώση



Σχέση επισκεπτών με την οινοποιία

5

4

3

2

1

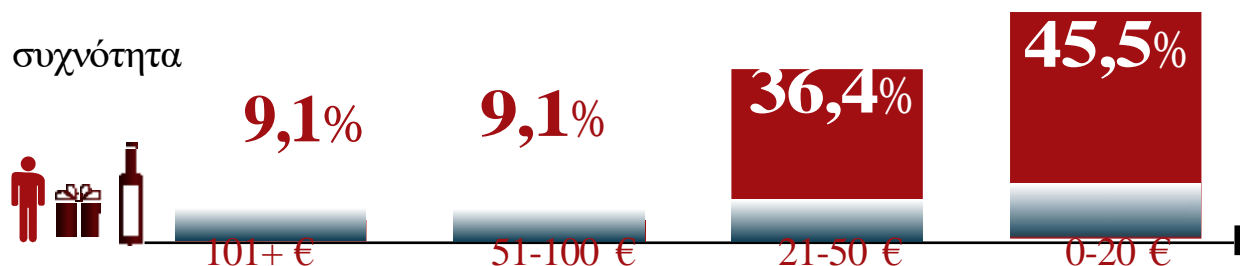
Καμία γνώση



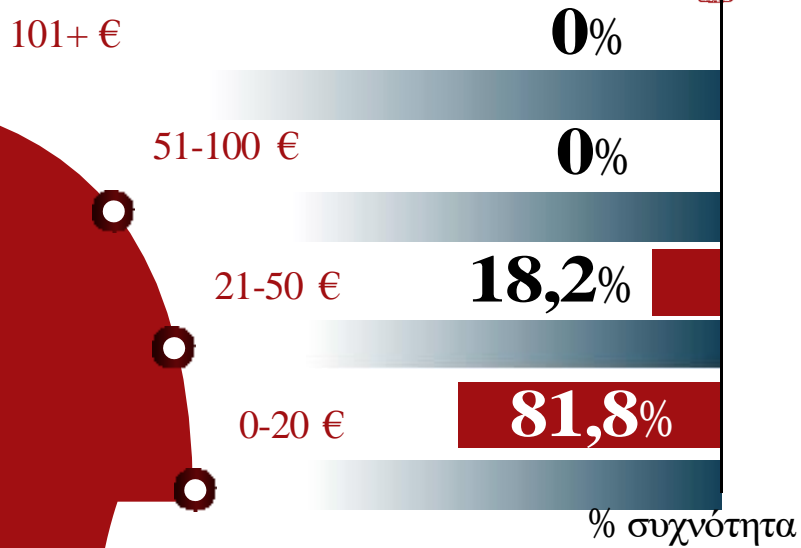
Αγορές από πρατήριο οίνου



% συχνότητα



Κατανάλωση υπηρεσιών οινογνωσίας



Δυναμικό Οινοποιείου



0-5 άτομα

54,5%

6 -10 άτομα

18,2%

11-20 άτομα

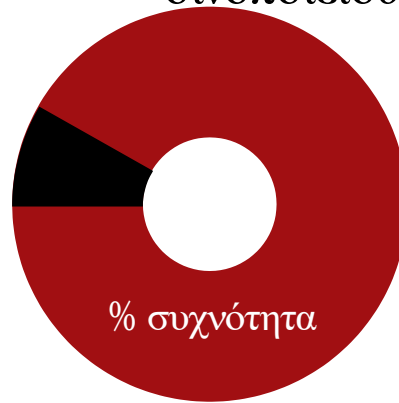
20 + άτομα

27,3%





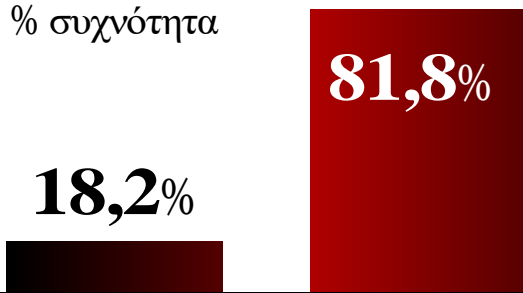
Ποσοστό απασχόλησης εργαζομένων οينوποιείου στον Οινoturισμό



Έως 25%	90,9%
26% - 50%	9,1%
51% - 75%	0%
76% +	0%

Εκπαίδευση εργαζομένων στην Οινοποιία

% συχνότητα

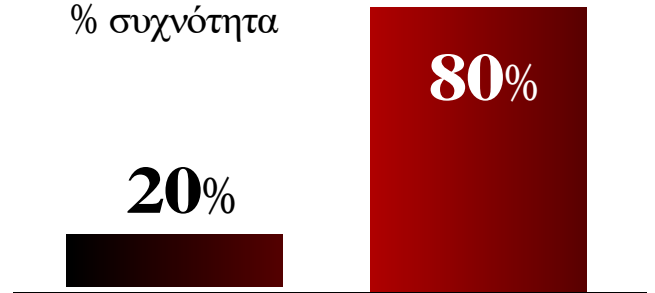


Δευτεροβάθμια εκπαίδευση

Τριτοβάθμια εκπαίδευση

Εκπαίδευση εργαζομένων στον Οινoturισμό

% συχνότητα

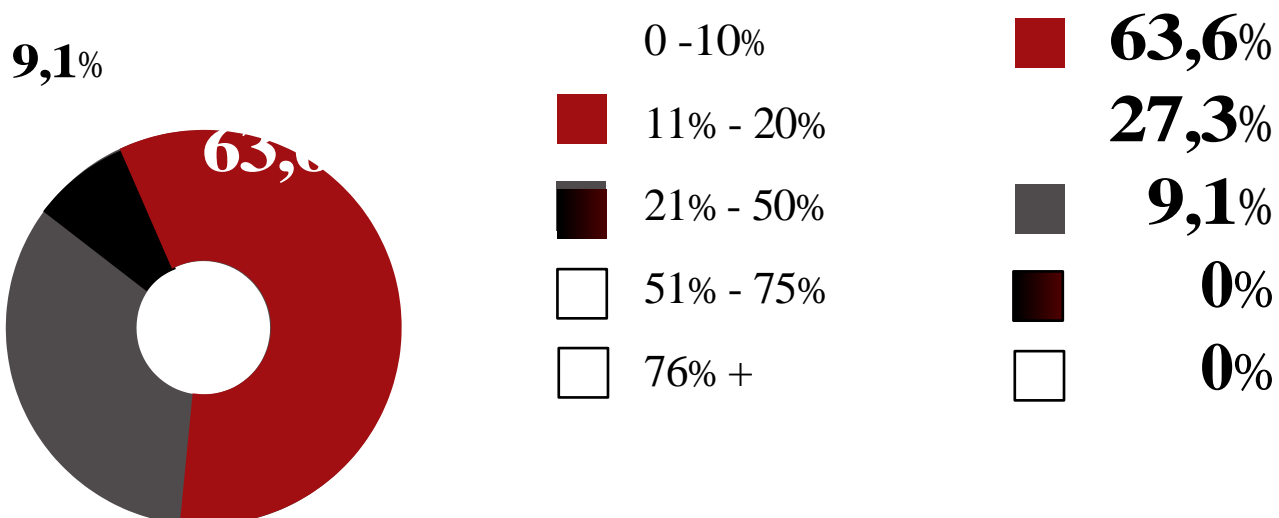


Δευτεροβάθμια εκπαίδευση

Τριτοβάθμια εκπαίδευση

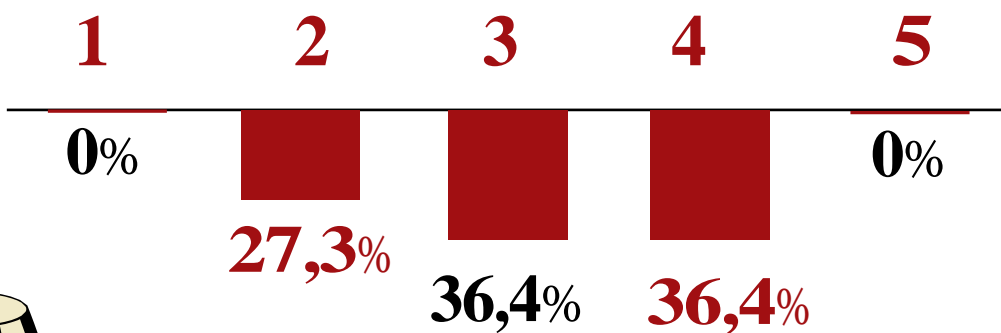
Συμμετογή του Οινoturισμού στον κύκλο εργασιών του

(% συχνότητα)

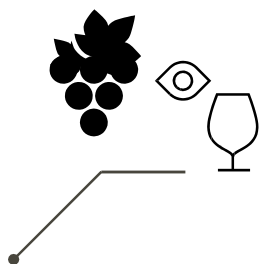
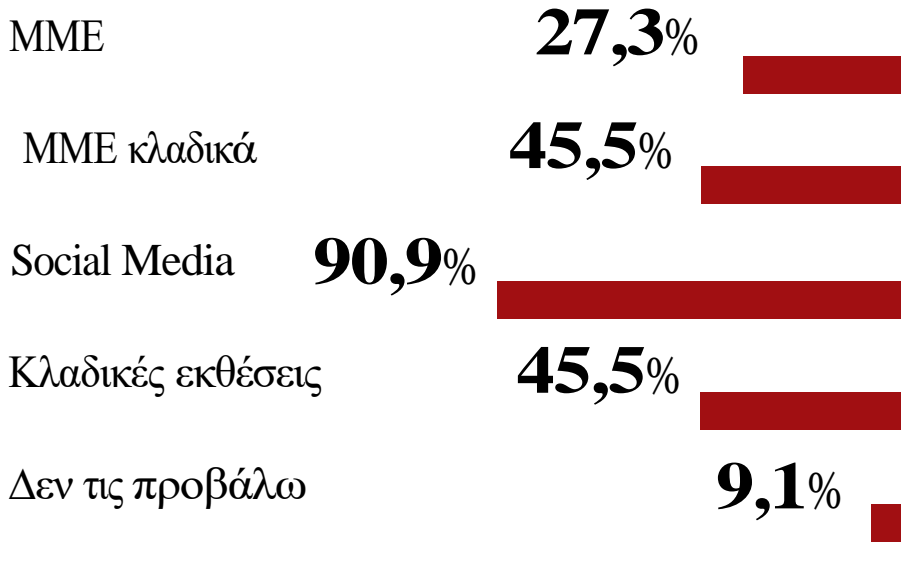




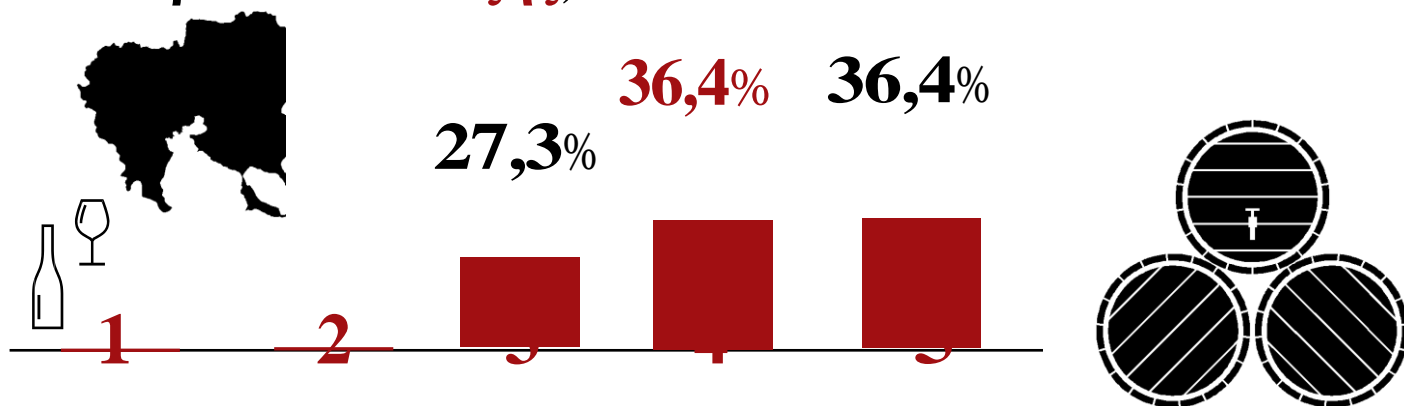
Συμβολή του Οινοτουρισμού στην ανάπτυξη του Οινοποιείου



Προβολή οινοτουρισμού

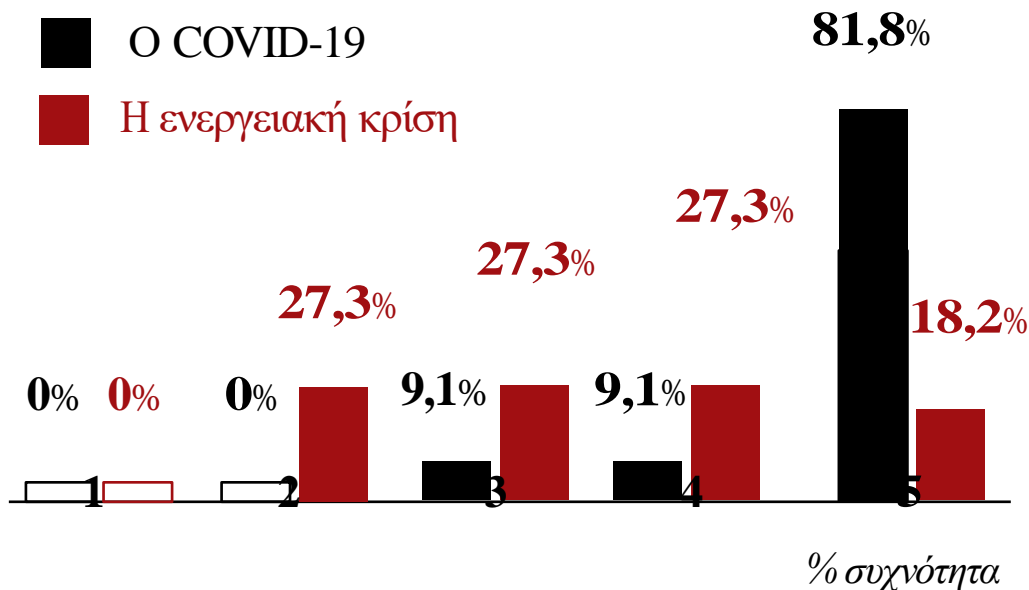


Ο οινοτουρισμός στην Κ. Μακεδονία βρίσκεται σε πορεία ανάπτυξης;

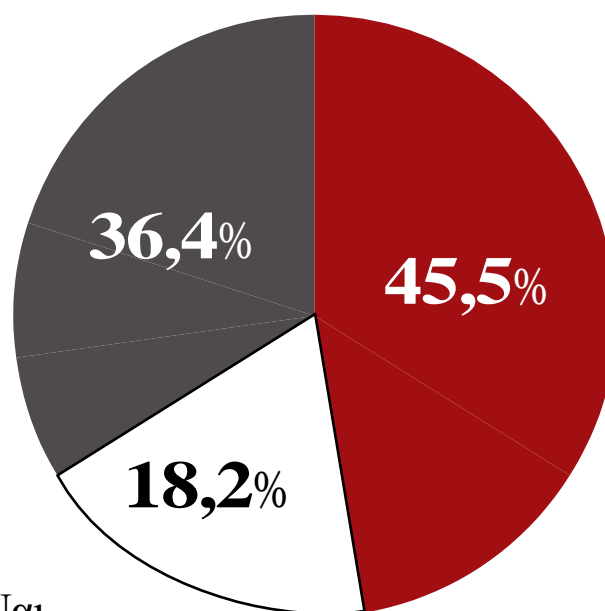




Πόσο επηρέασε την Οινoturιστική δραστηριότητα



Το επόμενο εξάμηνο θα αναπτύξετε τις οινoturιστικές δραστηριότητες



- Ναι
- Όχι
- Δεν έχω αποφασίσει