



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

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΤΙΤΛΟΣ**

**Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ & Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΟΙΝΟΥ ΣΤΗΝ  
ΕΛΛΑΔΑ**

**Φοιτητής**

**Κουτρομπίλας Αντώνης ( ΑΜ 16204)**

**Επιβλέπων**

**Σεχάντε Αντνάν**

**ΑΘΗΝΑ, ΙΟΥΛΙΟΣ 2022**

**Οίνου κατιόντος αναπλώειν έπεα**

*(Όταν βυθίζεται το κρασί επιπλέουν τα λόγια)*

**Ηρόδοτος, 480-420 π.Χ.**

Δήλωση εξεταστικής επιτροπής

Οι υπογράφωντες δηλώνουμε ότι έχουμε εξετάσει τη πτυχιακή εργασία με τίτλο «Η κοινωνική και οικονομική διάσταση του οίνου στην Ελλάδα» που παρουσιάστηκε και βεβαιώνουμε ότι γίνεται δεκτή.

Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα Καθηγητή (1 <sup>ο</sup> Μέλους Επιτροπής)	
Ψηφιακή Υπογραφή Καθηγητή (2 <sup>ο</sup> Μέλους Επιτροπής)	
Ψηφιακή Υπογραφή Καθηγητή (3 <sup>ο</sup> Μέλους Επιτροπής)	


## ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος Κουτρομπίλας Αντώνης με αριθμό μητρώου: os 16204, 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».

Ονοματεπώνυμο & Υπογραφή Συγγραφέα Πτυχιακής Εργασίας



*Στην Ξένια και στον Νικόλα....*

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**  
*ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΟΙΝΟΥ, ΑΜΠΕΛΟΥ & ΠΟΤΩΝ*

*Αντώνης Κουτρομπίλας*

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κο Αντνάν Σεχάντε, Phd Professor of Chemistry, για την καθοδήγηση που μου προσέφερε και το χρόνο που διέθεσε δίνοντάς μου χρήσιμες συμβουλές και οδηγίες για την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας.

θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του Τμήματος Επιστημών Οίνου, Αμπέλου & Ποτών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, για τη συμβολή τους στην επιστημονική και τεχνολογική μου κατάρτιση στα χρόνια της φοίτησής μου στο Τμήμα.

Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στη σύντροφο μου, Βασιλική, για την πίστη στις ικανότητές μου, την εμπύχωση και την έμπρακτη υποστήριξη της σε όλο το διάστημα των σπουδών μου.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Ο κύριος στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η καταγραφή του οίνου ως ιδιαίτερης οντότητας η οποία εμφανίζει διαχρονικότητα αλλά και ισχυρή οικονομική και κοινωνική παρουσία στο γενικότερο καταναλωτικό γίνεσθαι.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην καταγωγή της αμπέλου ενώ καταγράφονται και στοιχεία της ιστορικής πορείας της καθώς και του κρασιού από την αρχαιότητα έως την σύγχρονη εποχή. Από την καταγραφή γίνεται εμφανές ότι ο οίνος συμμετείχε σε πολλές εκφάνσεις της ζωής των αρχαίων Ελλήνων, της Βυζαντινής εποχής, της τουρκοκρατίας καθώς και των νεότερων ιστορικών χρόνων

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια εκτενής αναφορά στην επιρροή της κατανάλωσης του κρασιού στην υγεία με ιδιαίτερη έμφαση στον Αλκοολισμό. Από την μελέτη γίνεται φανερό ότι ενώ η μέτρια κατανάλωση οίνου έχει ευεργετικά αποτελέσματα στην υγεία, η κατάχρηση του οδηγεί σε επικίνδυνα μονοπάτια.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον κλάδο της οινοποιίας και στην διεθνή και ελληνική αγορά του κρασιού., από όπου προκύπτει η σημαντική ανάπτυξη του αμπελοοινικού τομέα της χώρας μας καθώς και η υψηλή ποιότητα των εμφιαλωμένων εγχώριων κρασιών τα τελευταία χρόνια .

Στο τέταρτο και πέμπτο κεφάλαιο μελετάται η ελληνική οινική πραγματικότητα, οι ιδιότητες της καταναλωτικής συμπεριφοράς στο τομέα του οίνου και ο κλάδος του οινικού τουρισμού. Εδώ μεταξύ άλλων γίνεται εμφανές ότι η κατηγοριοποίηση των επισκεπτών -καταναλωτών στην περίπτωση του οινικού τουρισμού με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και η αναγνώριση αυτών είναι απαραίτητη για την παροχή στοχευμένων υπηρεσιών και προϊόντων υψηλής απόδοσης

**ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ : Οίνος, κρασί, ιστορία οίνου, Ελλάδα, οικονομία οίνου, κατανάλωση οίνου, οινοποίησης**

## **ABSTARCTS**

The main target of this thesis is the recording of wine as a special entity which shows that it is product with timelessness but also a strong economic and social presence in the general consumption process.

In the first chapter, reference is made to the origin of the vine while elements of its historical course as well as of wine from antiquity to modern times are also recorded. From the record it becomes evident that wine participated in many aspects of the life of the ancient Greeks, the Byzantine era, the Turkish rule as well as the modern historical times.

In the second chapter, an extensive reference is made to the influence of wine consumption on health with special emphasis on Alcoholism. From the study it becomes clear that while moderate consumption of wine has beneficial effects on health, its abuse can become dangerous.

In the third chapter, reference is made to the wine industry and the Greek and international wine market, from which it is clear the significant development of the wine sector of our country as well as the high quality of bottled domestic wines in recent years.

In the fourth and fifth chapters, are studied the properties of consumer behavior in the wine sector and the wine tourism sector in Greece. Here, among other things, it becomes evident that the categorization of visitors-consumers in the case of wine tourism based on their special characteristics and their recognition is necessary for the provision of targeted services and high performance products

**KEYWORDS:** Wine, wine history, Greece, wine economy, wine consumption, winemaking

Για την εκπόνηση της παρούσας εργασίας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της βιβλιογραφικής ανασκόπησης. Έγινε αξιοποίηση των υπάρχουσών επιστημονικών γνώσεων ώστε να γίνει αποτύπωση της επίδρασης του οίνου σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής του ατόμου- κοινωνική, οικονομική, πολιτιστική, ατομικής υγείας κλπ- και διατυπώθηκαν προτάσεις για την αύξηση των προοπτικών του κλάδου της οινοποιίας.

## **ΣΚΟΠΟΣ**

Ο Σκοπός της εργασίας είναι να δείξουμε την σημασία που είχε και έχει ο οίνος στην Ελλάδα από την αρχαιότητα έως σήμερα σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο δεδομένου ότι ο οίνος τείνει να γίνει χρηματιστηριακό προϊόν. Εξετάστηκε πρώτα η ιστορική διαδρομή της αμπέλου, και η επιρροή της στην κοινωνική και οικονομική ζωή της κάθε περιοχής για να φτάσουμε στο σήμερα και προσπαθήσαμε να κατανοήσουμε, μέσα από τις αγοραστικές αλλά και τις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών στην Ελλάδα, πώς διαμορφώνονται τα οικονομικά μεγέθη σε σχέση με την ποιότητα του κρασιού.

Έτσι προσπαθήσαμε να δημιουργήσουμε μία ενδεικτική εικόνα για το ρόλο του κρασιού ζωή και τον πολιτισμό των ανθρώπων ξεκινώντας από την αρχαιότητα και φτάνοντας ως τις μέρες μας.

## **Περιεχόμενα**

Εισαγωγή.....	10
Κεφάλαιο 1°.....	11



Γενικά περί οίνου.....	12
1.1 Η καταγωγή της Αμπέλου .....	12
1.2 Ετυμολογική Ανάλυση της λέξης οίνος- κρασί.....	12
1.3 Μια σταγόνα οίνο-ιστορίας .....	13
1.3.1 Άμπελος και κρασί στην Ελληνική μυθολογία /Αρχαία Ελλάδα.....	17
1.3.2 Άμπελος και κρασί στο Βυζάντιο .....	18
1.3.3 Άμπελος και κρασί στην Οθωμανική Αυτοκρατορία .....	19
1.3.4 Άμπελος και κρασί μετά την επανάσταση του '21 .....	20
1.3.5 Άμπελος και κρασί στην σύγχρονη Ελλάδα .....	21
1.4 Σύνοψη .....	24
Κεφάλαιο 2°.....	25
Η επιρροή του οίνου στην υγεία.....	25
2.1 Γενικά στοιχεία.....	25
2.2 Τα συστατικά του κρασιού .....	26
2.3 Μεσογειακή διατροφή και η θέση του κρασιού σε αυτήν .....	27
2.4. Το «Γαλλικό παράδοξο».....	29
2.5 Θετικές επιπτώσεις του οίνου στην υγεία.....	30
<b>2.5.1 Καρδιοπροστασία</b> .....	30
<b>2.5.2 Αντιφλεγμονώδης δράση</b> .....	32
<b>2.5.3 Αντικαρκινική δράση</b> .....	33
<b>2.5.4 Προστασία του νευρικού συστήματος</b> .....	34
<b>2.5.5 Προστασία των νεφρών</b> .....	35
<b>2.5.6 Αντιμικροβιακή και αντιβακτηριακή δράση</b> .....	35
<b>2.5.7 Αντιδιαβητική δράση</b> .....	36
2.6 Αρνητικές επιπτώσεις της κατάχρησης του οίνου στην υγεία .....	37
<b>2.6.1 Επιπτώσεις στο κυκλοφορικό σύστημα</b> .....	37
<b>2.6.2 Επιπτώσεις στο πεπτικό σύστημα</b> .....	38
<b>2.6.3 Επιπτώσεις στο Νευρικό σύστημα</b> .....	39
<b>2.6.4 Αλκοολισμός</b> .....	40
2.7 Σύνοψη .....	42
Κεφάλαιο 3ο .....	44
Η οινοποιία .....	44
3.1 Γενικά χαρακτηριστικά του οινοποιητικού κλάδου.....	44
3.2 Ταξινόμηση οίνων .....	44
3.3 Η ζήτηση του κρασιού.....	47
3.4 Η προσφορά του κρασιού.....	48
3.5 Η διεθνής και η ελληνική αγορά του οίνου .....	49
3.6 Σύνοψη .....	57
Κεφάλαιο 4°.....	58
Το κρασί στην Ελλάδα .....	58
4.1 Γενικά στοιχεία.....	58

4.2 Η ελληνική οινική πραγματικότητα.....	59
4.3 Οινικά δεδομένα εισαγωγών εξαγωγών.....	60
4.4 Πανδημία: διαχείριση επιπτώσεων της στον ελληνικό αμπελοοινικό κλάδο .....	66
4.5 Στοιχεία Νομοθεσίας Οίνου .....	67
4.6 Προοπτικές .....	69
4.7 Σύνοψη .....	70
Κεφάλαιο 5°.....	71
Η κατανάλωση του κρασιού .....	71
5.1 Γενικά στοιχεία.....	71
5.2 Παράγοντες διαμόρφωσης καταναλωτικής συμπεριφοράς.....	72
5.3 Διαδικασία λήψης αποφάσεων του καταναλωτή.....	74
5.4 Ιδιαιτερότητες οινικού μάρκετινγκ.....	76
5.5 Οινοτουρισμός και Καταναλωτική Συμπεριφορά.....	78
5.6 Σύνοψη .....	79
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	80
Ελληνική βιβλιογραφία .....	80
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία .....	82
Ηλεκτρονική βιβλιογραφία.....	88

## **Εισαγωγή**

Ο οίνος είναι ένα αλκοολούχο ποτό που παρασκευάζεται από χυμό σταφυλιού που

έχει υποστεί ζύμωση. Η ιστορία του οίνου σχετίζεται άμεσα με την ιστορία των ανθρώπων, από την εποχή που οι άνθρωποι σταμάτησαν τη νομαδική ζωή και άρχισαν να καλλιεργούν τη γη και ειδικά να καλλιεργούν την άμπελο. Ωστόσο, η ακριβής ιστορική στιγμή που δημιουργήθηκε και άρχισε να χρησιμοποιείται ο οίνος είναι ακόμα άγνωστη. Οι σπόροι σταφυλιού (gigarta) που βρέθηκαν σε σπήλαια προϊστορικών ανθρώπων μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι το κρασί μπορεί να είναι παλαιότερο από την ιστορία. Στις μέρες μας ο οίνος, καθώς είναι αναπόσπαστο κομμάτι πολλών πολιτισμών, αποτελεί την πρώτη επιλογή για να συνοδεύσει το φαγητό, την διασκέδαση και τις στιγμές χαλάρωσης των ανθρώπων αφού, εκτός των άλλων, η λελογισμένη κατανάλωση του επιδρά θετικά στην υγεία (καρδιοπροστατευτική, αντιοξειδωτική κλπ δράση).

Μετά την δεκαετία του 1960 αρχίζει η, με γοργούς ρυθμούς, ανάπτυξη της ελληνικής οινοποιίας. Ο κλάδος της οινοποιίας – αμπελοκαλλιέργειας ταυτίζεται και με την ιστορική εξέλιξη της Ελλάδας, γεγονός που απορρέει και από ευρήματα ανασκαφών σε διάφορες περιοχές της χώρας (Ντούμας, 1994).

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι βιομηχανίες που εμπλέκονται στην παραγωγή και την εμπορία κρασιού είναι ισχυρές και άκρως ανταγωνιστικές. Επειδή οι προτιμήσεις των καταναλωτών επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες, είναι δύσκολο για τους επιχειρηματίες σε συγκεκριμένους κλάδους να διαμορφώσουν συνεπείς στρατηγικές προώθησης. Εξίσου σημαντικό είναι ότι οι Οινοπαραγωγικές εταιρείες από χώρες που προηγουμένως δεν είχαν παράδοση στον κλάδο εισέρχονται επιθετικά στη σκακιέρα της παγκόσμιας αγοράς.

Η χώρα μας, με μακρά παράδοση στην αμπελοκαλλιέργεια και οινοποίηση, τα τελευταία χρόνια έχει πραγματοποιήσει σημαντικές διαρθρωτικές αλλαγές, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών κρασιών και τη θέση που τους αξίζει στη διεθνή αγορά. Παρά τη μείωση της ελληνικής οινοπαραγωγής, είναι εμφανής η στροφή προς την εμφιάλωση και την εξαγωγή κρασιών καλύτερης ποιότητας και την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου.

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>

# Γενικά περί οίνου

## 1.1 Η καταγωγή της Αμπέλου

Το ευρασιατικό άγριο αμπέλι (*Vitis sylvestris* C.C. Gmel.) αποτελεί το δίοικο γονέα των ποικιλιών *Vitis vinifera* L.- δηλ του καλλιεργήσιμου αμπελιού-, οι οποίες είναι συνήθως ερμαφρόδιτες (Rivera and Walker, 1989; Zohary and Hopf, 2000 ;This et al., 2006)

Η *Vitis sylvestris* είναι αυτοφυές φυτό του Ελλαδικού χώρου αλλά και μιας ευρύτερης περιοχής που αποτελείται από τις χώρες της μεσογείου, την βαλκανική χερσόνησο, τον Εύξεινο Πόντο (Μαύρη Θάλασσα), αλλά τις περιοχές από την σύγχρονη Τουρκία ως τον Καύκασο (Βαλαμώτη, 2009). Πιθανολογείται ότι η ήμερη άμπελος - *Vitis vinifera* L- εμφανίστηκε και άρχισε να καλλιεργείται σταδιακά στις περιοχές της λεκάνης της μεσογείου και υπάρχουν ενδείξεις ότι (Zohary, 1995) για κάποιο χρονικό διάστημα υπήρξε συνύπαρξη των δυο ειδών (του άγριου και του ήμερου). Χαρακτηριστικά δε ανευρέθηκαν αποτεφρωμένα κουκούτσια άγριων αμπελιών σε ευρήματα που αντιστοιχούν στα αρχικά στάδια κατοίκησης του οικισμού Σιταργών της Αν. Μακεδονίας, ενώ στην φάση IV αλλά και V της πρώιμης Χαλκοκρατίας (3η χιλιετία π.Χ.), έχουν βρεθεί κουκούτσια σταφυλιών που ανήκουν στο ήμερο είδος (Βαλαμώτη, 2009).

Παρά τις πολυάριθμες ανακαλύψεις και τις αναφορές σε κείμενα συγγραφέων της αρχαιότητας, σε απεικονίσεις αγγείων κα. κανείς δεν μπορεί να ισχυριστεί με σιγουριά ότι η ιστορία της αμπέλου είναι πλήρως καταγεγραμμένη. Στην χώρα μας, το αμπέλι καλλιεργείται από τα αρχαία χρόνια, υπήρχαν δε 663 μοναδικές ποικιλίες & 300 από αυτές συνεχίζουν να καλλιεργούνται για σταφύλια, σταφίδες και κρασί. (Σαμπουτζής, 2007; Parapetrou et al, 2020)

## 1.2 Ετυμολογική Ανάλυση της λέξης οίνος- κρασί

Η λέξη «οίνος» εμφανίζεται στην γραμμική Β γραφή της μυκηναϊκής περιόδου, αλλά παραμένει απροσδιόριστη η ακριβής πηγή της. Αυτή η λέξη απαντάται σχεδόν σε όλες τις μεσογειακές γλώσσες και τις περισσότερες ινδοευρωπαϊκές γλώσσες. Ως πιο πιθανή εκδοχή ωστόσο, θεωρείται η συγκεκριμένη λέξη να προέρχεται από μια

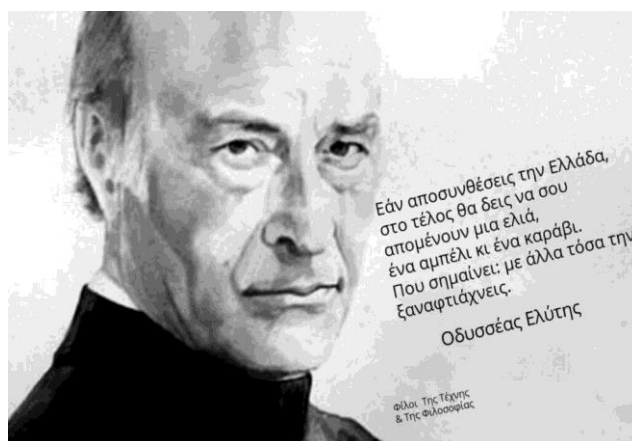
άγνωστη γλώσσα του Νοτίου Καυκάσου και συγκεκριμένα από την λέξη «βίνος», δηλ. αγαπητός, την προσφώνηση που χρησιμοποίησαν οι Αρειοί για τον χυμό των σταφυλιών(<http://www.e-istoria.com/44.html>) .

Η λέξη *κρασί* πήρε την θέση της λέξης *οίνος* στη βυζαντινή περίοδο. Αυτό πιστεύεται ότι οφείλεται στο γεγονός ότι ο «οίνος» (όπως ο άρτος= ψωμί) είναι πλέον όρος του χριστιανικού λειτουργικού /θρησκευτικού λεξιλογίου, δηλαδή αποτέλεσε πλέον λέξη ταμπού.

Κατάγεται από την λέξη *κράμα* ή *κράσης* (βλ. μίξη του με το νερό) η οποία εμπεριέχει το ελληνικό θέμα «κρα-» ( το ρήμα *κεράννυμι* δηλ. αναμειγνύω και το ουσιαστικό *κρατήρ* δηλ. το σκεύος στο οποίο γίνονταν μίξη οίνου και νερού) στην οποία προχωρούσαν οι αρχαίοι Έλληνες ώστε να μπορούν να το καταναλώσουν χωρίς να μεθούν. Η σημασία της λέξης καταδεικνύει τη συνήθεια των αρχαίων προγόνων μας να καταναλώνουν τον οίνο τους αναμειγμένο με νερό (*κεκραμένος οίνος*) σε ειδικά σκεύη/ποτήρια που ονομάζονταν «*Κρατήρες*».

Δεν είναι γνωστό πότε και για ποιο λόγο ακριβώς ξεκίνησε το ανακάτεμα οίνου και νερού. Κατά πάσα πιθανότητα άρχισε ανάποδα, δηλ μίξη νερού με οίνο, το οποίο αποτέλεσε θεραπευτικό μέσο, ενώ μετεξελίχθηκε σε μίξη οίνου με νερό- όπου η ποσότητα του οίνου αυξήθηκε σταδιακά- καθώς οι ιδιότητες του γίνονταν όλο και πιο ελκυστικές (<http://www.namethimasai.gr/krasi-larisa/oinos-150.html>)

### 1.3 Μια σταγόνα οίνο-ιστορίας



Εικόνα 1(<https://filoitexnisfilosofias.com>)

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο νομπελίστας ποιητής, Οδυσσέας Ελύτης (εικόνα 1), ο οίνος αποτελεί θεμελιώδες συστατικό του πολιτισμού, της κουλτούρας, της

θρησκείας, της οικονομικής και κοινωνικής ζωής του τόπου μας (<https://www.greekwineinsider.com/el/istoria/istoria-tou-ellinikou-oinou.html>).

Η ιστορία της χώρας μας είναι στενά συνδεδεμένη με την άμπελο και τον οίνο. Ο οίνος, έχει επηρεάσει καταλυτικά τις τέχνες, τα ήθη και τα έθιμά μας. Η ποίηση, η γλυπτική, η ζωγραφική, οι θρησκευτικές και οι διατροφικές μας συνήθειες έχουν ανεξίτηλη πάνω τους τη σφραγίδα του αμπελιού και του κρασιού (<http://www.wineroads.gr/>)

Η αρχή της ιστορίας του ελληνικού οίνου αναφορικά με την έναρξη της αμπελοκαλλιέργειας είναι απροσδιόριστη. Οι αρχαίοι Έλληνες γνώριζαν άριστα την καλλιέργεια των σταφυλιών καθώς και την παραγωγή κρασιού. Βέβαια οι μέθοδοι που χρησιμοποιούσαν διέφεραν από τις σημερινές. Έτσι για παράδειγμα αναμείγνυαν το κρασί με αλατισμένο νερό για λόγους συντήρησης. Εξ όσων γνωρίζουμε πρόσθεταν αρωματικά φυτά, όπως για παράδειγμα δυόσμο, θυμάρι, κανέλα ή μέλι, αλλά δεν πρόσθεταν ρετσίνα.

Οι αρχαίες ελληνικές πόλεις παρήγαγαν η κάθε μια το δικό της κρασί ακολουθώντας τον δικό της τρόπο παραγωγής. Το κρασί που προορίζονταν για εξαγωγή το φύλαγαν σε αμφορείς ή πήλινα πιθάρια τα οποία ήταν καλυμμένα εσωτερικά με πίσσα, ενώ εκείνο που απευθύνονταν σε εσωτερικούς καταναλωτές τοποθετούνταν σε δερμάτινους ασκούς φτιαγμένους από δέρμα κατσίκας ή χοίρου.

Στην περσική μυθολογία γίνεται αναφορά σε έναν βασιλιά -τον Jasmid- ο οποίος προκειμένου να μπορεί να καταναλώνει τα αγαπημένα του σταφύλια και τον χειμώνα, τα φύλαγε σε δοχεία από πηλό. Σύμφωνα με τον μύθο, κάποια στιγμή ανακάλυψε πως τα σταφύλια έπαψαν να είναι γλυκά και αποθήκευσε τον χυμό τους θεωρώντας ότι πρόκειται για δηλητήριο. Μια χορεύτρια του χαρεμιού του αποφάσισε να αυτοκτονήσει καταναλώνοντας το « δηλητήριο». Όμως αντί να πεθάνει, κοιμήθηκε βαθιά. Ξυπώντας και νιώθοντας εφορία, μετέφερε την εμπειρία της στον βασιλιά και από τότε ξεκίνησε η οινοποσία από τον ίδιο και τους αυλικούς του (<http://www.keosoe.gr/wine/istoriki-diadromi.html>).

Πιστεύεται ότι το αμπέλι προϋπήρχε του ανθρώπου. Από ευρήματα που έχουν βρεθεί φαίνεται ότι το αμπέλι υπήρχε ακόμη και στις πολικές περιοχές - Ισλανδία, Αλάσκα, Β. Ευρώπη, ΒΔ Ασία. (Woodhead, 1987). Στην εποχή των παγετώνων το αμπέλι μεταφέρεται πιο νότια σε ποιο εύκρατες περιοχές όπου η θερμοκρασία ήταν υψηλότερη όπως του Καυκάσου περιοχή η οποία θεωρείται ότι είναι η πατρίδα της αμπέλου αλλά και της Μεσοποταμίας (Standage, 2005). Εκεί λόγω της γεωγραφικής απομόνωσης μεταξύ των ποικιλιών, δημιουργήθηκαν νέα είδη.

Τα νέα είδη απαντώνται :

-Στην κεντρική Ανατολική Ασία από όπου τα ασιατικά καινούργια στελέχη πέρασαν και στην Αμερική .

-Στην κεντρική και νότια Ευρώπη

-Στην πλατύτερη περιοχή που περικλείεται από το νότιο Καύκασο, τον Εύξεινο Πόντο, την Κασπία θάλασσα και τη Μεσοποταμία.

Σε αυτή την μεγαλύτερη γεωγραφική περιοχή συναντάται το νέο είδος αμπέλου που έχει προκύψει, η *Οινοφόρος Άμπελος (Vitis vinifera, υποειδος caucasia)*. Διάφορες ποικιλίες και υβρίδια αυτού του είδους συναντάμε κατά κύριο λόγο να καλλιεργούνται σήμερα (Standage, 2005). Η ποικιλία *Vitis vinifera*, η οποία εκτός από την Ευρώπη καλλιεργήθηκε σε Αίγυπτο και Μεσοποταμία, εμφανίστηκε κατά την Ανώτερη Παλαιολιθική Περίοδο, στην οποία εξαφανίζεται σταδιακά ο ανθρωπολογικός τύπος του *Νεάντερταλ* ενώ εμφανίζεται ο σύγχρονος άνθρωπος (βλ. *Homo sapiens sapiens*) ( Φιλιππίδης & Κυπαρισσίου, 2002).

Στον Καύκασο, στην Μεσοποταμία και στην αρχαία Αίγυπτο έχουν βρεθεί κουκούτσια από σταφύλια μέσα σε σπηλιές προϊστορικών ανθρώπων. Έχουμε γραπτές αναφορές από αυτούς τους αρχαίους λαούς καθώς και των αρχαίων Ελλήνων οι οποίες συνδέουν το κρασί με τους τότε θεούς. Σε κάθε περίπτωση η ιστορία της αμπέλου έχει χρονική διαδρομή τουλάχιστον 5000 χρόνων από σήμερα.

Όμως το πιο αρχαίο σταφύλι -βλ. *Vitis sezzanensis*- είναι πάνω από ένα εκατομμύριο ετών. Μια άλλη προϊστορική ποικιλία σταφυλιού - βλ. *Vitis silvestris*- άντεχε στις χαμηλές θερμοκρασίες και μπορούσε να οινοποιηθεί. Η καλλιέργεια της συγκεκριμένης ποικιλίας μεταφέρθηκε σιγά σιγά και καθιερώθηκε σε περιοχές με πιο εύκρατο κλίμα.

Όμως το γεγονός ότι η ιστορία του ελληνικού κρασιού συνεχίζει να απασχολεί τους επιστήμονες είναι αναμφισβήτητο χάρη στην πληθώρα αναφορών σε αρχαιολογικά ευρήματα και σχετικές πηγές. Η μακρά ιστορία του ελληνικού οίνου, ο οποίος αποτελεί ένα από τα πιο ευπώλητα αλκοολούχα ποτά ανά τον κόσμο, σχετίζεται άμεσα με το κλίμα και την γεωμορφολογία της Ελλάδας .

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, σύμφωνα με τα αρχαιολογικά ευρήματα εικάζεται ότι η άμπελος ήταν η αιτία για την αγροτική επανάσταση. Και αυτό διότι η ζωή των ανθρώπων ήταν την εποχή εκείνη νομαδική και οι πληθυσμοί μετακινούνταν διαρκώς προς εξεύρεση τροφής και καλύτερων συνθηκών διαβίωσης.

Όμως όταν ήρθαν σε επαφή με την άμπελο, γύρω το 5.000 π.χ., άρχισαν να ριζώνουν στις περιοχές που την καλλιεργούσαν. Πρώτοι φαίνεται ότι ήταν τα μέλη της Άριας φυλής- πρόγονοι των Ινδών -οι οποίοι απαντώνται στην ευρύτερη περιοχή του Καυκάσου και της Κασπίας .

Ακολούθησαν οι αρχαίοι Πέρσες, οι Σημίτες και οι Ασσύριοι και το ταξίδι της αμπέλου συνεχίζεται στο πέρασμα των χρόνων, από φυλή σε φυλή.

Κατόπιν η σκυτάλη της αμπελουργίας αλλά και της οινοποίησης πέρασε στα χέρια των Αιγυπτίων, στην συνέχεια στους λαούς της Παλαιστίνης- Φοινίκης και φτάνει στους κατοίκους της Μικράς Ασίας, οπότε περνάει πια στον ελλαδικό χώρο. Ωστόσο από γραπτά κείμενα που έχουν διασωθεί φαίνεται πως η τέχνη της αμπελουργίας και της οινοποιίας υπήρχε και στην αρχαία Κίνα (Woodhead, 1989).

Η Αίγυπτος φαίνεται να έχει μακρά περίοδο αμπελοκαλλιέργειας και οινοποίησης πριν από το 4.000 π.χ (Paranek ,1992). Στις ανασκαφές που έχουν γίνει και στα ευρήματα που έχουν βρεθεί γίνεται αναφορά για βασιλικούς αμπελώνες, για καλλιέργεια της αμπέλου, για διάφορες μεθόδους οινοποίησης και για σταφύλια διαφορετικών χρωμάτων.

Εδώ γίνεται αναφορά και σε νέα δεδομένα , όπως είναι α) η σοδειά -βρέθηκαν αμφορείς που χρονολογούνται μεταξύ του 1600-1100 π.χ., τους οποίους αναγράφεται η προέλευση του σταφυλιού, η σοδειά καθώς και το ποιος έφτιαξε το κρασί, βλ. οινοποιός και β) η επιβεβαιωμένη ύπαρξη διαφορετικών ποικιλιών.

Ο «*Κώδικας του Χαμουραμί*»- πιθανώς η αρχαιότερη συλλογή με νόμους- ο οποίος δημιουργήθηκε από τον βασιλιά της Βαβυλώνας Χαμουραμί γύρω στο 1754 π.Χ, περιλαμβάνει την πρώτη νομοθεσία στην οποία ορίζεται όχι μόνο η τιμή του οίνου αλλά και η περίοδος κατανάλωσης του, η οποία περιοριζόταν την εποχή του τρύγου, καθώς δεν έχουμε αναφορές για παλαίωση του (Thorne, 1984).

Κατά την κλασική περίοδο έπαυσαν τα αιγυπτιακά κρασιά να είναι αρεστά στον τότε κόσμο, με επιπτώσεις στα οικονομικά δεδομένα της χώρας. Αυτό προφανώς συνέβη λόγω αλλαγής γεωγραφικών και κλιματολογικών παραγόντων και έτσι τα σκήπτρα πέρασαν στους Φοίνικες και στους Έλληνες, αφού στα δικά τους εδάφη η άμπελος έδινε καλύτερες ποικιλίες και κατά συνέπεια καλύτερα κρασιά. Υπάρχει όμως και μία άλλη άποψη, στο γιατί έχασαν την φήμη τους τα αιγυπτιακά κρασιά. Και αυτή είναι μάλλον η αγάπη των αρχαίων Αιγυπτίων για την μύρα (Standage 2005).

Όπως φαίνεται λοιπόν, οι Σημιτικοί λαοί της Ανατολικής Μεσογείου με καταγωγή και ρίζες από την Αίγυπτο ήρθαν νωρίς σε επαφή με την άμπελο και το κρασί (Woodhead, 1989). Οι μαρτυρίες στην Παλαιά Διαθήκη αφθονούν. Λέγεται χαρακτηριστικά ότι μετά το μεγάλο κατακλυσμό, το πρώτο φυτό που φύτεψε ο Νώε ήταν η άμπελος (Γένεσις θ'20). Έχουν βρεθεί φοινικικοί αμφορείς σχεδόν σε όλη την κεντρική και ανατολική μεσόγειο, γεγονός το οποίο μας επιβεβαιώνει ότι τα φοινικικά κρασιά ήταν φημισμένα στην συγκεκριμένη εποχή.



Στην συνέχεια της πορείας της αμπέλου την σκυτάλη λαμβάνουν οι Έλληνες ξακουστοί Οινοποιοί της Μεσόγειου. Μονοπώλησαν το εμπόριο οίνου για αιώνες. Δεν είναι σαφές πώς έφτασε η άμπελος και η τεχνική της οινοποίησης σε αυτούς. Κατά μία εκδοχή διδάχτηκαν από το Θεό Διόνυσο ενώ κατά μία άλλη έμαθαν τα μυστικά από τους Φοίνικες με τους οποίους είχαν εμπορικές σχέσεις τόσο οι Μυκηναίοι όσο και οι Κυκλαδίτες (Βέκιος κ.α 2002).

Η άμπελος ,λόγω γεωγραφικών και κλιματικών αλλαγών, μετακινήθηκε από τα βόρεια στα πιο ζεστά κλίματα και κατέληξε στη Μεσόγειο. Μέσα από τη μετακίνηση αυτή έδρασε ουσιαστικά στην πορεία και στον πολιτισμό των ανθρώπων, περνώντας από την νομαδική στην γεωργική εποχή. Δημιουργήθηκαν καινούργια επαγγέλματα εξ ανάγκης, γράφηκαν σχετικοί νόμοι και αναπτύχθηκε το εμπόριο.

### **1.3.1 Άμπελος και κρασί στην Ελληνική μυθολογία /Αρχαία Ελλάδα**

Στην χώρα μας, οι βοηθητικές συνθήκες του εδάφους και του κλίματος ευνοήσαν την καλλιέργεια του αμπελιού σε ευρεία κλίμακα κυρίως από τον 13<sup>ο</sup> έως τον 11<sup>ο</sup> π.Χ. αιώνα. Καλλιεργούσαν τα αμπέλια και δημιουργούσαν ξακουστά κρασιά τα οποία μάλιστα τα εξήγαγαν.

Υπάρχουν πολλές αναφορές για την λατρεία των Ελλήνων για την άμπελο και τον οίνο. Την λατρεία αυτή τη συναντάμε αποτυπωμένη σε αμφορείς σε αγγεία, σε παραστάσεις τοίχων, σε αγάλματα του Θεού Διονύσου κλπ.

Σύμφωνα με τη μυθολογία οι αρχαίοι Έλληνες γνώρισαν την άμπελο από το Θεό Διόνυσο. Ήταν δε τόση η λατρεία τους για τον οίνο ώστε τον θεοποίησαν στο πρόσωπό του Θεού Διονύσου. Κουρασμένοι καθώς ήταν από τους ψυχρούς και ηπειρωτικούς θεούς τους ,είχαν ανάγκη μιας θεότητας με χαρακτηριστικά πιο ανθρώπινα ,πιο κοντά σε εκείνους. Έναν Θεό ο οποίος να χαίρεται με τις χαρές της ζωής να θυμώνει... έναν Θεό ο οποίος θα βρισκόταν ανάμεσα τους και όχι απομακρυσμένος επάνω στις παγωμένες κορυφές του Ολύμπου.

Ο Θεός Δίας, ο πρώτος των θεών, είδε μία ημέρα από εκεί ψηλά που βρισκόταν την όμορφη Σεμέλη κόρη του βασιλιά Κάδμου, ο οποίος ήταν βασιλιάς της Θήβας. Έτσι κατέβηκε από τον Όλυμπο, μία σκοτεινή νύχτα και ενώθηκε με την όμορφη Σεμέλη. Καρπός του ερωτά τους ήταν ο Θεός Διόνυσος. Όταν το έμαθε η σύζυγος του, Θεά Ήρα ,στράφηκε κατά της Σεμέλης- αφού δεν μπορούσε να αναμετρηθεί με τον Δία- την

οποία και οδήγησε στον θάνατο με δόλο. Η γέννηση του Διόνυσου ήταν πρόωρη, ο δε Δίας για να προστατέψει το έμβρυο το έκρυψε στην κνήμη του (Kerenyi, 1984). Όταν δε συμπληρώθηκε το αναγκαίο χρονικό διάστημα, ο Διόνυσος, ουσιαστικά, γεννήθηκε ξανά (Διόνυσος ο Διμήτωρ- δηλαδή ο έχων δύο μητέρες). Στην συνέχεια ο Δίας παρέδωσε τον μικρό Διόνυσο στον Θεό Ερμή, ο οποίος και τον έδωσε στις νύμφες της Νήσας, μιας φανταστικής μάλλον πόλης στη Θράκη, για να τον μεγαλώσουν. Οι νύμφες τον έκρυψαν στο εσωτερικό μιας σπηλιάς, της οποίας η είσοδος ήταν καλυμμένη από ένα ανθηρό κλήμα. Όταν ο Διόνυσος μεγάλωσε, δοκίμασε τον οίνο κι ένιωσε μεγάλη χαρά κι ευθυμία. Άρχισε τότε να κερνά τους συνδαιτημόνες του. Όλοι δε έμειναν ευχαριστημένοι, γιατί είδαν να φεύγουν οι θλίψεις και οι αγωνίες τους (Διόνυσος Λύσιος).

Η ελληνική μυθολογία αποδεικνύει με τον πιο καταφανή τρόπο το πόσο παγιωμένη ήταν στην ελληνική σκέψη η σημασία της αμπέλου και του πολυτιμότερου προϊόντος αυτής, του κρασιού, που δεν μπορούσε παρά να είναι θείο δώρο: η ένωση του Διονύσου με την Αριάδνη αποτελεί το σύμβολο των διασταυρώσεων των θρησκειών, ενώ τα παιδιά τους (Ευανθής, Οينوπίων και Στάφυλος) αντικατοπτρίζουν τη διάδοση της αμπελουργίας, η οποία τελικά διαδίδει τη διονυσιακή λατρεία (Ελληνική μυθολογία).

### **1.3.2 Άμπελος και κρασί στο Βυζάντιο**

Στο Βυζάντιο, παρόλο που οι Χριστιανοί εμπόδισαν τη λατρεία του Διόνυσου καθώς επρόκειτο για ειδωλολατρική συνήθεια, το γεγονός ότι το κρασί αποτελούσε μέρος και της χριστιανικής θρησκευτικής λατρείας, οδήγησε σε παρόμοια ανάπτυξη με εκείνη που είχε γνωρίσει κατά την αρχαιότητα (Αναγνωστάκης, 2008).

Οι σταυροφορίες έδωσαν την δυνατότητα στους Ευρωπαίους να γνωρίσουν για πρώτη φορά τον ελληνικό αμπελώνα. Ξεχώρισαν τα κρασιά Muskat/Μοσχάτο, ως τα καλύτερα όλων των άλλων και τα προόριζαν μονάχα για τους εύπορους ευγενείς. Τα εν λόγω κρασιά έκαναν την εμφάνιση τους στη νότια Γαλλία τον 13<sup>ο</sup> αιώνα. Την περίοδο αυτή οι πιο γνωστές περιοχές παραγωγής κρασιού ήταν η Κρήτη, η Λέσβος, η Σάμος, η Κύπρος, η Πελοπόννησος και η Εύβοια (Μάλφας, 2005).

Το κρασί ήταν από τα βασικά στοιχεία της ζωής στο Βυζάντιο. Στα συμπόσια οι άρχοντες καθισμένοι γύρω από τις τάβλες, μιλούσαν για τα κατορθώματά τους, κρατώντας κούπες γεμάτες κρασί. Οι Ακρίτες φρουροί στα βόρεια σύνορα του ποταμού

Ευφράτη, όπως και οι αρχαίοι Έλληνες, έδιναν κρασί και στα άλογά τους, κι όπως η βασίλισσα Εκάβη αποχαιρετά τον γιό της Έκτορα, ο οποίος επιστρέφει στη μάχη κρατώντας ένα ποτήρι κρασί, το ίδιο πράττουν και οι βυζαντινές γυναίκες και μαναδες(Λιβέρη,1990).

Στο αρχαίο Βυζάντιο ο επονομαζόμενος *κάπηλος ή ταβερνιάρης* ήταν ο ιδιοκτήτης του καπηλειού ή του ταβερνείου ενώ *καπήλισσα ή ταβερνιάρισσα*, ήταν η γυναίκα ιδιοκτήτρια. Στα μαγαζιά αυτά, αλλά και στα ομογάλακτα καπηλομαγειρεία επιβαλλόταν ένας ειδικός φόρος, ο *καπηλειατικός*, (Λιβέρη,1990).

Η πτώση του Βυζαντίου οδήγησε στην συρρίκνωση της ελληνικής οινοποιητικής παράδοσης και την μεταφορά της οινοποίησης στα μοναστήρια, όπου και αποτέλεσε βασικό στοιχείο της μοναχικής ζωής. Το τέλος της βυζαντινής εποχής οδήγησε τους αγρότες, λόγω της οικονομικής δυσπραγίας που αντιμετώπιζαν, να πουλήσουν τα αμπέλια τους σε ντόπια μοναστήρια. Τα τελευταία συχνά ήταν αρκετά πλούσια και είχαν στην ιδιοκτησίς τους τα πιο μοντέρνα μέσα οινοποίησης (Anagnostakis et al., 2011).

Το βυζαντινό κρασί *Malvasia/Μαλβαζία* -ονομασία η οποία είναι γεωγραφική και υποδηλώνει το φρούριο της Μονεμβασιάς- κυριάρχησε ανάμεσα στο 13<sup>ο</sup> και 16<sup>ο</sup> μ.χ. αιώνα στις ξένες αγορές της ανατολής και της δύσης. Η παραγωγή του άρχισε στην βυζαντινή Μονεμβασία όπου μετά την υποδούλωση της στο οθωμανικό ζυγό μεταφέρθηκε στην Βενετοκρατούμενη Κρήτη. Εκεί οι ενετοί συνέχισαν την παραγωγή του κρασιού αυτού για 300 επιπλέον χρόνια όπου και έληξε μετά την τουρκική υποδούλωση του νησιού. Ενετοί κατάφεραν να μεταφέρουν τα συγκεκριμένα αμπέλια στην χώρα τους, την Ιταλία, όπου και ξεκίνησε ξανά η παραγωγή τους σε μη ελληνικό έδαφος αυτή τη φορά. Έτσι τα γνωστά ιταλικά σταφύλια *Malvasia di Candia, Malvasia Nera, & Malvasia Bianca* έχουν καταγωγή από Μονεμβασία και έφτασαν στην Ιταλία μέσω της νήσου Κρήτης (Μπαλτά, 2006).

Εκτός από τα κρασιά *Malvasia*, ένα άλλο νησιωτικό κρασί έγινε την περίοδο αυτή γνωστό στις αγορές και στα λιμάνια της Λευκής θάλασσας: το *Vinsanto/Βινσάντο Σαντορίνης*. Πρόκειται για ένα τοπικό γλυκό νόστιμο κρασί με μπρούτζινο χρώμα το οποίο παράγονταν στην Σαντορίνη και εξάγονταν σε Κρήτη, Μικρά Ασία και Ρωσία. Όταν η Γαλλία κυριάρχησε στο κυκλαδίτικο εμπόριο, οι Ενετοί την παραγωγή του Βινσαντο στην χώρα τους, γεγονός που ισχύει μέχρι σήμερα (Μάλφας, 2005).

### **1.3.3 Άμπελος και κρασί στην Οθωμανική Αυτοκρατορία**

Κατά την τουρκοκρατία, η ελληνική αμπελουργία δεν περιορίστηκε σημαντικά παρά τις αντικειμενικές δυσκολίες που υπήρχαν, όπως ήταν η βαριά φορολογία. Και στην περίπτωση αυτή πιο ευνοημένα βρέθηκαν τα κτήματα των μοναστηριών καθώς και τα νησιά, όπου η περίοδος της τουρκικής κατοχής ήταν, σε πολλές περιπτώσεις, μικρότερη και η φορολογία κάπως πιο ελαφριά (Ματθαίου, 1990).

Η μουσουλμανική θρησκεία ενώ απαγόρευε όχι μόνο την κατανάλωση οίνου αλλά και την αμπελοκαλλιέργεια στους μουσουλμάνους, επέτρεπε όμως την είσπραξη φόρων από τους Έλληνες χριστιανούς αμπελοκαλλιεργητές και οινοποιούς. Έτσι, σε αρκετές περιοχές της οθωμανικής επικράτειας, που οι ντόπιοι συνέχιζαν την καλλιέργεια αμπελιών, οι τοπικοί άρχοντες κρατούσαν μέρος από το κρασί που παράγονταν. Σε αρκετές περιπτώσεις που οι κάτοικοι αρνήθηκαν την καταβολή του εν λόγω φόρου υποτελείας, οι αμπελώνες τους είτε εγκαταλείφθηκαν είτε αφανίστηκαν ως αντίποινα. Υπήρξαν βέβαια και κάποιοι ιστορικοί αμπελώνες οι οποίοι εξακολούθησαν να καλλιεργούνται (Lambert-Gocs, 1993).

Τα μοναστήρια των ηπειρωτικών περιοχών κυρίως, που διέθεταν όχι μόνο μεγάλους ιδιοκτήτους αμπελώνες αλλά και οργανωμένα οινοποιεία, συνέβαλαν καταλυτικά στη διάσωση μεγάλου τμήματος του ποικιλιακού και οινικού δυναμικού της χώρας. Τα σπουδαιότερα ήταν τα μοναστικά συγκροτήματα του Αγίου Όρους και των Μετεώρων. Έτσι κατά την Τουρκοκρατία, τα μοναστήρια έχοντας αφορολόγητα προνόμια, κατάφεραν συνεχίσουν την παράδοση της οινοποίησης στην Ελλάδα (Μπαλτά, 2006).

### **1.3.4 Άμπελος και κρασί μετά την επανάσταση του '21**

Κατά την κήρυξη της εθνικής ανεξαρτησίας από τον τουρκικό ζυγό με την επανάσταση του 1821, η ελληνικοί αμπελώνες καταστράφηκαν σχεδόν ολοκληρωτικά, αλλά στην συνέχεια οι γρήγορα οι καλλιεργούμενες εκτάσεις όχι μόνο αποκαταστάθηκαν αλλά και αυξήθηκαν. Ένα μέρος όμως από αυτές, ειδικά στην Πελοπόννησο, φυτεύτηκε όχι πλέον με αμπέλι οινοποίησης, αλλά με το σταφιδάμπελο (Ματθαίου, 1990). Η περίφημη κορινθιακή σταφίδα- ο ελληνικός «μαύρος χρυσός» - αποτελούσε το κύριο εξαγωγικό προϊόν αφού κάλυπτε γύρω στο 70% των εγχώριων εξαγωγών και προσκόμιζε τεράστια κέρδη στο νεοσύστατο ελληνικό κράτος εμφανίζοντας ανοδικές τάσεις ως το τέλος του 19ου αιώνα. Η σταφίδα αυτή συνήθως χρησιμοποιούνταν για την παραγωγή κρασιού (σταφιδίτη οίνου) στο εξωτερικό και ειδικά στη Γαλλία, που εκείνη την περίοδο, τα αμπέλια της καταστρέφονταν από τη φυλλοξήρα -την «πανώλη

του κρασιού»- το έντομο που κατέστρεφε το ριζικό σύστημα των αμπελιών.

Περί τα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα η φυλλοξήρα θα κάνει την εμφάνισή της και στην Ελλάδα οδηγώντας στην κατάρρευση του σταφιδεμπορίου και μαζί στην κατάρρευση της εθνικής οικονομίας συμβάλλοντας σε σημαντικό βαθμό στο γνωστό «*δυστυχώς επτωχεύσαμεν*» του Χαρίλαου Τρικούπη το 1893

Ο 20<sup>ος</sup> αιώνας βρίσκει το ελληνικό κρασί σε ακόμα πιο δραματική κατάσταση καθώς εξαφανίζονται ιστορικοί αμπελώνες και σπάνιες ποικιλίες αμπέλου, χάνονται αγορές, κορυφώνεται η μετανάστευση, το κράτος αδυνατεί να οργανώσει την παραγωγή κρασιού ενώ οι επαναλαμβανόμενοι πόλεμοι (βλ. βαλκανικοί, δύο παγκόσμιοι και ο εμφύλιος) έρχονται να αποτελειώσουν ότι γλύτωσε από τη φυλλοξήρα.

Η σύγχρονη Ελλάδα, λόγω των υφιστάμενων συνθηκών έμεινε στο περιθώριο των παγκόσμιων οινικών εξελίξεων. Τα κύρια εξαγωγίμα ελληνικά κρασιά ήταν η Μαυροδάφνη Πατρών, τα κρασιά με την γεωγραφική ένδειξη (Γ.Ε) Σάμος και η ρετσίνα.

Όμως αρκετά ελληνικά νησιά (π.χ. Σαντορίνη) δεν επηρεάστηκαν από τη φυλλοξήρα με αποτέλεσμα να διασωθούν πολύτιμες γηγενείς ποικιλίες αμπέλου, ενώ ταυτόχρονα την ενδοχώρα ξεκίνησαν αναμπελώσεις με αντιφυλλοξηρικά υποκείμενα.

Για το μεγαλύτερο τμήμα του 20ού αιώνα η ελληνική βιομηχανία κρασιού επικεντρώθηκε στην παραγωγή και εμπόριο επιτραπέζιων χύμα κρασιών. Για αρκετά χρόνια οι ντόπιοι καταναλωτές είχαν πρόσβαση μόνο σε χύμα οίνους αποθηκευμένους σε βαρέλια, την ποιότητα των οποίων αδυνατούσαν να ελέγξουν. Η ρετσίνα δε ήταν το πιο λαοφιλές από τα εγχώρια κρασιά (Lambert-Gocs, 1993).

Σημαντικό πάντως για την εξέλιξη της ελληνικής οινοποιίας από την εποχή του απελευθερωτικού αγώνα του 1821 και ένθεν είναι ότι κατά την περίοδο αυτή μπόκαν οι βάσεις της ελληνικής οινολογίας και της επιστημονικά ελεγχόμενης παραγωγής ποιοτικού οίνου ξεφεύγοντας από τα δεδομένα του παραδοσιακού σπιτικού κρασιού (Αγριαντώνη, 1990).

### **1.3.5 Αμπελος και κρασί στην σύγχρονη Ελλάδα**

Στην σύγχρονη περίοδο (3<sup>ο</sup> τέταρτο του 20<sup>ου</sup> αιώνα) τα μεγάλα συνεταιριστικά οινοποιεία (Νεμέας, Σαντορίνης, Πάτρας, Κρήτης κλπ) αλλά και οι ιδιωτικές εταιρείες

οινοποίησης (του Κουρτάκη στην Αττική και των Τσάνταλη και Μπουτάρη στη Μακεδονία) οδήγησαν στην παραγωγή ποιοτικών εμπορικών κρασιών. Ταυτόχρονα ξεκίνησε η εξαγωγή εμφιαλωμένων κρασιών από ξακουστούς αμπελώνες της ηπειρωτικής Ελλάδας - ο αμπελώνας στη Νάουσα, στη Νεμέα και στη Μαντινεία- οι οποίοι κατά το παρελθόν υστερούσαν αναφορικά με τις εξαγωγές σε σχέση με τους αμπελώνες των παράλιων περιοχών και των νησιών, καθώς δυσκολεύονταν να φτάσουν στα λιμάνια.

Το 1971 κατηγοριοποιούνται για πρώτη φορά τα ελληνικά κρασιά καθώς νομοθετούνται κατά τα πρότυπα της γαλλικής νομοθεσίας οι πρώτες ονομασίες προέλευσης κρασιών στη χώρα.

Μέσα από την ερευνητική προσπάθεια του Ελληνικού Ινστιτούτου Οίνου (την δεκαετία του '70) αναδείχθηκαν οι οινικές δυνατότητες των ελληνικών γηγενών ποικιλιών, με συνέπεια ιστορικοί ελληνικοί αμπελώνες να αποκτήσουν νομοθετική προστασία και αναγνώριση καθώς και το δικαίωμα να αναγράφεται η ονομασία τους στις ετικέτες των κρασιών τους.

Αρκετά αργότερα και καθώς η Ελλάδα γίνεται πλήρες μέλος της ΕΕ, αρχίζουν να αναγνωρίζονται και οι Τοπικοί Οίνοι, γίνεται εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας για την παραγωγή και τη πώληση του κρασιού με την αντίστοιχη κοινοτική. Στην περίοδο αυτή ιδρύονται και οι φορείς του ελληνικού κρασιού -ο Σύνδεσμος Βιομηχανιών Οίνων & Ποτών (ΣΕΒΟΠ) ο οποίος αργότερα διασπάστηκε στον Σύνδεσμο Ελληνικών Αποσταγμάτων & Οιοπνευματωδών Ποτών (ΣΕΑΟΠ) και στον Σύνδεσμο Ελληνικού Οίνου (ΣΕΟ) ο οποίος μαζί με την Κεντρική Κλαδική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελουργικών Προϊόντων (ΚΕΟΣΟΕ) αποτελούν τη Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου & Οίνου (ΕΔΟΑΟ), η οποία ιδρύθηκε το 2000 (Πίκουλας, 2004).

Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική οινοβιομηχανία έχει υποστεί σημαντικές βελτιώσεις λόγω των σοβαρών επενδύσεων στη σύγχρονη τεχνολογία οινοποίησης. Μια νέα γενιά οινοποιών εκπαιδεύεται στις καλύτερες σχολές οίνου σε όλο τον κόσμο και οι προσπάθειές τους καρποφόρησαν καθώς τα ελληνικά κρασιά όχι μόνο συνεχίζουν να κερδίζουν κορυφαία βραβεία σε διεθνείς διαγωνισμούς, αλλά και την αναγνώριση που τους αξίζει παγκοσμίως.

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου συνέβη αυτό που είναι γνωστό ως η σύγχρονη ελληνική αναγέννηση του κρασιού. Τις τελευταίες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα συνέβησαν διάφορα γεγονότα .Στην ελληνική αγορά εμφανίστηκαν σταδιακά

καθετοποιημένες μικρές και μεσαίες εταιρείες οίνου, οι οποίες είναι αμπελώνες που παράγουν κρασί σε περιορισμένες ποσότητες. Χρησιμοποιούνται ελληνικές και ξένες ποικιλίες σταφυλιών. Πολλοί οινολόγοι (οινοποιοί) είναι παθιασμένοι με την καλλιέργεια και την παραγωγή κρασιού. Άλλοτε συνεχίζουν, άλλοτε αναβιώνουν ιστορικούς ελληνικούς αμπελώνες. Μερικές φορές δημιουργούν νέους.

Τα αποτελέσματα αυτά αρχίζουν να εκδηλώνονται στην ελληνική αγορά. Οι Έλληνες και οι ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο ανακαλύπτουν τη σύγχρονη Ελλάδα. Έτσι, η αναγέννηση του σύγχρονου ελληνικού κρασιού συνεχίστηκε και οι μικροί Έλληνες οινοπαραγωγοί άρχισαν να ανακαλύπτουν την ελληνική αγορά κρασιού. Στα τέλη του 20ού αιώνα και στο πρώτο μισό του 20ού αιώνα ο αριθμός των οινοποιείων αυξήθηκε κατακόρυφα και έφτασε στο ζενίθ.

Το δεύτερο μισό του 20ού αιώνα, από το τέλος του 19ου αιώνα έως το πρώτο μισό του 21<sup>ου</sup> αιώνα. Ορισμένα από αυτά τα οινοποιεία ανήκουν σε παραδοσιακούς οινοπαραγωγούς.

Εν τω μεταξύ, νέα και παλιά οινοποιεία προσελκύουν όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον στον οινοτουρισμό. Σήμερα, η σύγχρονη αναγέννηση του ελληνικού κρασιού καρποφορεί και οι διακρίσεις του σύγχρονου ελληνικού κρασιού είναι πλέον συνεχείς και μυριάδες. Έτσι, καλά εξοπλισμένα οινοποιεία τελευταίας τεχνολογίας, αφοσιωμένοι οινοποιοί, άρτια επιστημονικά εκπαιδευμένοι οινολόγοι, αξιοποιούν επιτυχημένα τα σταφύλια από ελληνικούς αμπελώνες.

Είναι σημαντικό να αναφερθούν τα εξής : Η χρήση και η παραγωγή αυτοφυών ποικιλιών που απαντούν στην ελληνική επικράτεια παράγουν εξαιρετικά, παγκοσμίου φήμης κρασιά. Η αναβάθμιση της ποιότητας των κρασιών είναι αυτονόητη. Η ποιότητα των σύγχρονων ελληνικών κρασιών δεν είναι καθόλου τυχαία, προσωρινή και δεν μπορεί να θεωρηθεί παροδικό φαινόμενο. Για την περαιτέρω εδραίωση αυτού του γεγονότος ,δίνεται όλο και μεγαλύτερη προσοχή στην ποιότητα του κρασιού. Μεγάλη προσοχή επικεντρώνεται τώρα στη βελτιστοποίηση των αμπελώνων, δηλαδή στην καλλιέργεια, και στην ανάπτυξη της ποιοτικής αμπελουργίας. Η τεράστια προσπάθεια που λαμβάνει χώρα στοχεύει την βελτιστοποίηση των αμπελώνων και την προώθηση των γηγενών ποικιλιών με κάθε σύγχρονο και εγκεκριμένο τρόπο. Έτσι γίνεται φανερό

ότι οι " σκοτεινές εποχές " του ελληνικού κρασιού έχουν τελειώσει, ανοίγοντας το δρόμο στο σύγχρονο ελληνικό κρασί.

## **1.4 Σύνοψη**

Στην μακράιωνη ιστορία του ελληνικού κρασιού, η σχέση αμπέλου και οίνου είναι αδιάσπαστα συνδεδεμένη με όλους τους κατοίκους της Ελλάδας από το ένα άκρο στο άλλο. Επομένως, κάθε αναφορά στην ιστορία του ελληνικού κρασιού περιλαμβάνει πάντα στοιχεία που σχετίζονται με την οικονομία, τον πολιτισμό, τη θρησκεία, την κοινωνική ζωή και την καθημερινότητα.

Δεν είναι γνωστό το πότε ξεκίνησε η αμπελοκαλλιέργεια στην Ελλάδα, ενώ οι περισσότεροι επιστήμονες την τοποθετούν γύρω στον 15<sup>ο</sup> αιώνα π.χ. Διαφωνία υπάρχει επίσης αναφορικά με τον δρόμο που ακολούθησε η άμπελος για να φτάσει στην χώρα μας. Μερικοί επιστήμονες πιστεύουν ότι η πορεία που ακολούθησε ήταν Φοινίκη, Κρήτη, Νάξος και από εκεί σε όλη την Ελλάδα(Standage, 2005).

Όμως όποια και αν ήταν η διαδρομή του οίνου, αυτός κατείχε σημαντική θέση σε πολλές εκφάνσεις της ζωής των αρχαίων Ελλήνων, της Βυζαντινής εποχής, της τουρκοκρατίας καθώς και των νεότερων ιστορικών χρόνων



## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>

### Η επιρροή του οίνου στην υγεία

#### 2.1 Γενικά στοιχεία

Την αρχαιότητα, ο Ιπποκράτης, γνωστός ως πατέρας της Ιατρικής, συνιστούσε το κρασί ως μέρος της υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής. Χρησιμοποιούσε το κρασί για την απολύμανση των πληγών καθώς και ως βάση για την ανάμειξη των φαρμάκων ώστε να είναι πιο εύκολο για τους ασθενείς να το καταναλώσουν. Επιπλέον πρότεινε το κρασί για την ανακούφιση του πόνου του τοκετού, για την αντιμετώπιση της διάρροιας αλλά και για τον λήθαργο. Το χρησιμοποιούσε δε ως αναισθητικό φάρμακο, διεγερτικό της όρεξης και τονωτικό, θεραπευτικό της αναιμίας, διουρητικό κλπ (Καμηλάκη, 2000).

Οι αρχαίοι Ρωμαίοι έφεραν βλαστούς σταφυλιών από την Ελλάδα στη Ρώμη. Από εκεί, το κέντρο της αμπελουργίας εξαπλώθηκε τελικά στη Γερμανία και στη συνέχεια σε όλη τη νότια Ευρώπη. Στη Βίβλο, ο Απόστολος Παύλος, στην πρώτη του επιστολή προς τον Τιμόθεο, συνιστά να πίνουμε κρασί κατά διαστήματα για να βελτιώσουμε την πέψη.

Ο οίνος έχει συνδεθεί με τον άνθρωπο εδώ και αιώνες, κατέχει δε κυρίαρχη θέση σε πληθώρα πολιτισμών και θρησκειών ως ένα ξεχωριστό ποτό του οποίου η λελογισμένη κατανάλωση δύναται να συμβάλλει στην καλή σωματική και ψυχολογική κατάσταση, στον ισορροπημένο τρόπο ζωής και την μακροζωία.

Υπάρχει πληθώρα επιστημονικών μελετών οι οποίες δείχνει ότι το κρασί και ειδικά το κόκκινο, έχει ιδιαίτερη θετική επίδραση στην υγεία ειδικά όταν καταναλώνεται καθημερινά με τα γεύματα σε μικρές ποσότητες (Boucheron, 2001).

Η κατανάλωση αυτού του κρασιού έχει βρεθεί ότι μειώνει τα καρδιαγγειακά επεισόδια κατά 20-60%, ότι βελτιστοποιεί την στομαχική λειτουργία και την συνολική πέψη, ότι αποτρέπει τον σχηματισμό χολόλιθων, ότι προάγει την κυκλοφορία, ότι αυξάνει την αντοχή στα κοινά κρυολογήματα και διευκολύνει τον ύπνο. Επιπλέον μειώνει την

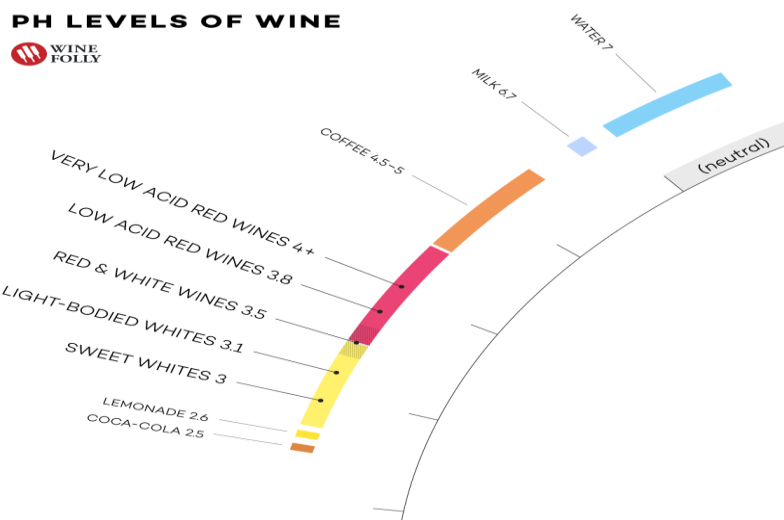
θνητότητα από όλες τις αιτίες κατά 10-20% προκαλώντας όχι μόνο ευεξία αλλά και μακροζωία.

Το κρασί αποτελεί βασικό συστατικό της μεσογειακής διαίτας και συνδέεται με την προαγωγή της υγείας και την πρόληψη των ασθενειών μόνο στην περίπτωση της μέτριας κατανάλωσης του. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στις Διατροφικές Κατευθυντήριες Οδηγίες των ΗΠΑ : τα οφέλη προκύπτουν από την κατανάλωσή όχι περισσότερων από ένα ποτήρι κρασιού την ημέρα για τις γυναίκες και ως δυο ποτήρια για του άνδρες και μόνο για του ενήλικες .

## **2.2 Τα συστατικά του κρασιού**

Η χημική σύσταση του κρασιού περιλαμβάνει τα παρακάτω βασικά συστατικά:

- ✓ *Νερό* : σε ποσοστό 80 έως 85% , το οποίο και ευθύνεται για τα υδατικά χαρακτηριστικά του κρασιού
- ✓ *Αλκοόλες* : πρόκειται για μείγμα απλών μονοαλκοολών, ανώτερων μονοαλκοόλων και πολυαλκοολων. Η αιθανόλη είναι η πιο σημαντική αλκοόλη του οίνου και περιέχεται σε ποσοστό 9 έως 15%. Αναφέρεται δε ως *Δυναμικός κατ'όγκο αλκοολικός βαθμός ή τίτλος (% vol)*. Ο υπολογισμός γίνεται στο μούστο με βάση την συνθήκη όπου ότι από τα 17gr ζάχαρης/lit παράγεται 1% vol οινόπνευμα
- ✓ *Λοιπά συστατικά*: σε ποσοστό κοντά στο 3% (20-30 gr ανα lit. των συστατικών αυτών είναι σε στερεή μορφή) και από τα οποία προκύπτουν τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του κρασιού (βλ. γεύση, άρωμα, υφή κλ). Χωρίζονται σε *οργανικά* (οργανικά οξέα, αρωματικές ενώσεις, σάκχαρα, ένζυμα, φαινολικές ενώσεις, βιταμίνες λιποειδή κλπ) και σε *ανόργανα* συστατικά (χλωριούχα, θειικά, φωσφορικά, ασβέστιο, μαγνήσιο, κάλιο, σίδηρο, αργίλιο, χαλκό κλπ) . Ενδεχομένως να υπάρχουν και ίχνη αρσενικού σε κρασιά που προήλθαν από αμπέλια στα οποία παράγωγα του αρσενικού χρησιμοποιήθηκαν για λόγους φυτοπροστασίας ( Καλαθάρα, 2008; Τσακίρης, 2008)



Εικόνα 2: <https://winefolly.com/deep-dive/understanding-acidity-in-wine/>

Το pH των κρασιών κυμαίνεται μεταξύ 2,7 και 3,3 (εικόνα 2), γεγονός που σημαίνει ότι βρίσκεται εξαιρετικά κοντά στο pH του γαστρικού υγρού (pH 2,0- 2,6), και άρα γίνεται πιο καλά ανεκτό από το στομάχι μας σε σχέση με τα με άλλα ποτά (Roulton, et al, 1996; Soleas, et al, 1997; German JB, Walzen RL, 2000; Τσακίρης, 2008).

Αναφορικά με τις αλκοόλες του κρασιού πρέπει να καταστεί σαφές ότι η περιεκτικότητα σε οινόπνευμα διαφοροποιείται με βάση τον τύπο του οίνου, γεγονός που σημαίνει ότι το κρασί που θα γετούμε τελικά, είναι αποτέλεσμα διαφορετικών συστατικών και παραγόντων που αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους αναλογα με τις συνθήκες (Τσακίρης, 2007; Τσακίρης, 2008).

Η αιθανόλη συμβάλει καθοριστικά στα οργαληπτικά χαρακτηριστικά του κρασιού καθώς σε συνδυασμό με την γλυκερίνη και τα αναγωγικά σάκχαρα είναι τα γλυκά συστατικά του κρασιού τα οποία μειώνουν τη όξινη γεύση των οξέων και τη πικρή γεύση που προσδίδουν οι φαινολικές ενώσεις. Οίνοι υψηλής περιεκτικότητάς σε αιθανόλη σε συνδυασμό με την ύπαρξη υψηλής οξύτητας προστατεύονται από τις βακτηριακές μολύνσεις. Επιπλέον η περιεκτικότητα των κρασιών σε αιθυλική αλκοόλη είναι σημαντική για εμπορικούς λόγους καθώς και για αγορανομικούς και φορολογικούς λόγους (Σουφλερος,2009, Σουφλερος 2015)

### 2.3 Μεσογειακή διατροφή και η θέση του κρασιού σε αυτήν

Η Μεσογειακή Διατροφή αποτελεί το διατροφικό πρότυπο το οποίο ακολουθήθηκε στις ελαιοπαραγωγικές περιοχές κατά μήκος των ακτών της Μεσογείου (βλ. Ελλάδα, Ιταλία,

Ισπανία, Πορτογαλία, Β. Αφρική και Μέση Ανατολή) την δεκαετία του 1960. Πρόκειται για μια υγιεινή διατροφή εμπνευσμένη από τις διατροφικές συνήθειες των μεσογειακών περιοχών και κυρίως της Κρήτης και της Ν. Ιταλίας και δίνει έμφαση στην κατανάλωση κυρίως οσπρίων, ελαιόλαδου, δημητριακών, φρούτων, λαχανικών και σπόρων, μέτρια κατανάλωση ψαριών και λευκού κρέατος, και περιστασιακή κατανάλωση κόκκινου κρέατος. Επιπλέον μέτρια κατανάλωση κόκκινου κρασιού.

Η επιλογή αυτών των δυο περιοχών (ήτοι της Κρήτης και της Ν. Ιταλίας) αλλά και της συγκεκριμένης περιόδου (αρχές της δεκαετίας του '60) δεν έγινε τυχαία αλλά στηρίχθηκε στις παρακάτω τρεις μεταβλητές:

- i) την συχνότητά εμφάνισης χρόνιων ασθενειών (οι λεγόμενες ασθένειες φθοράς) στους πληθυσμούς των περιοχών αυτών την δεδομένη περίοδο, η οποία και ήταν η μικρότερη στον κόσμο ενώ αντίθετα το προσδόκιμο επιβίωσης, παρά την περιορισμένη πρόσβαση σε υπηρεσίες υγείας, ήταν από τα μεγαλύτερα ανά την υφήλιο.
- ii) την ύπαρξη κοινών διατροφικών στοιχείων μεταξύ των δυο αυτών περιοχών
- iii) το γεγονός ότι η μεσογειακή διαίτα συνδέεται με χαμηλότερη συχνότητα εμφάνισης ασθενειών σύμφωνα με πολυάριθμες μελέτες σε παγκόσμιο επίπεδο. (Willett et al., 1995).

Οι λαοί της Μεσογείου έχουν μεγαλύτερο προσδόκιμο ζωής και λιγότερα καρδιαγγειακά επεισόδια σε σύγκριση με εκείνους που ζουν στις δυτικές χώρες. Οι επιστήμονες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι στο οφείλεται στα ενεργά συστατικά του ελαιόλαδου, το οποίο είναι πλούσιο σε μονοακορεστα λιπαρά, καθώς και στα υψηλά επίπεδα διαιτητικών ινών που βρίσκονται στα λαχανικά και στα φρούτα. Η κατανάλωση ελαιόλαδου πλούσιου σε αντιοξειδωτικά έχει συνδεθεί με την μείωση των καρδιαγγειακών παθήσεων, με αντιυπερτασικά αποτελέσματα και με μείωση της κακής LDL χοληστερόλης.

Η μέτρια κατανάλωση κρασιού, το οποίο είναι πλούσιο σε φλαβονοειδή και έχει αντιοξειδωτικές ιδιότητες μπορεί να συμβάλλει επίσης στην μείωση του καρδιαγγειακού κίνδυνου. Μια δεκαετής μελέτη που δημοσιεύθηκε στο έγκριτο περιοδικό της Αμερικανικής Ιατρικής Ένωσης (JAMA) περιέγραψε μείωση κατά 50% της καρδιαγγειακής θνησιμότητας σε ασθενείς που ακολουθούσαν έναν υγιεινό τρόπο ζωής με μεσογειακή διατροφή και άσκηση (Knoops KT, et.al., 2004)

## 2.4. Το «Γαλλικό παράδοξο»

Ο όρος "Γαλλικό Παράδοξο" (French Paradox διατυπώθηκε για πρώτη φορά το 1992 για να περιγράψει το επιδημιολογικό φαινόμενο της σχετικά χαμηλής επίπτωσης καρδιαγγειακών νοσημάτων μεταξύ των Γάλλων, παρά τη σχετικά μεγάλη κατανάλωση τροφίμων με υψηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά οξέα και το οποίο αποδόθηκε στην κατανάλωση ερυθρού οίνου (Lippi G., et. al, 2010 και Renault S.& Logreril M,1992).

Στις περισσότερες χώρες, η αυξημένη κατανάλωση κορεσμένου λίπους συσχετίζεται θετικά με υψηλότερη θνησιμότητα από στεφανιαία νόσο. Ωστόσο, στη Γαλλία, παραδόξως, η θνησιμότητα από στεφανιαία νόσο είναι χαμηλή παρά την υψηλή κατανάλωση κορεσμένων λιπαρών οξέων στη διατροφή του πληθυσμού. Αυτό το παράδοξο μπορεί να εξηγηθεί εν μέρει από την υψηλή κατανάλωση κόκκινου κρασιού. Επιδημιολογικές μελέτες έχουν δείξει ότι η κατανάλωση 20-30 γρ. αλκοόλ την ημέρα στη Γαλλία μπορεί να μειώσει τη συχνότητα εμφάνισης στεφανιαίας νόσου κατά τουλάχιστον 40% (Renault S.& Logreril M,1992).

Πολυάριθμες επιδημιολογικές μελέτες έχουν δείξει ότι η μέτρια κατανάλωση αλκοόλ συνδέεται με περιορισμένο κίνδυνο νοσηρότητας και θνησιμότητας από καρδιαγγειακά νοσήματα (Lagrué-Lak-Hal AH & Andriantsitohaina R., 2006)

Το αλκοόλ θεωρείται ότι προλαμβάνει την αθηροσκλήρωση και τη στεφανιαία νόσο μέσω των λιποπρωτεϊνών υψηλής πυκνότητας HDL και της LDL χοληστερόλης αλλά η συγκέντρωση αλκοόλ στον ορό δεν έχει βρεθεί να είναι υψηλότερη στους Γάλλους από ό,τι σε άλλες χώρες (Renault S.& Logreril M,1992).

Η χρήση του αλκοόλ για την πρόληψη των καρδιακών παθήσεων δεν υποστηρίζεται από τους επιστήμονες. Η κατανάλωση αλκοόλ συνδέεται με αυξημένο κίνδυνο εμφάνισης πολλών μορφών καρκίνου, υψηλής αρτηριακής πίεσης, γενετικών ανωμαλιών και οστεοπόρωσης. Η κατανάλωση αλκοόλ είναι επίσης άμεση αιτία πολλών θανάτων από τροχαία ατυχήματα και δυσάρεστα κοινωνικά φαινόμενα.

Η έρευνα σχετικά με το "γαλλικό παράδοξο" κινείται τώρα προς μια διαφορετική κατεύθυνση. Αντί για το αλκοόλ γενικά, ερευνώνται τα συστατικά που περιέχονται στο κόκκινο κρασί. Τα συστατικά αυτά είναι οι φαινόλες, τα οποία είναι φυσικά αντιοξειδωτικά. Αναστέλλουν την οξείδωση της κακής χοληστερόλης LDL σε μεγαλύτερο βαθμό από τη βιταμίνη E. Οι φαινόλες συμβάλλουν στην πρόληψη της θρόμβωσης και της στεφανιαίας νόσου.

## 2.5 Θετικές επιπτώσεις του οίνου στην υγεία

Πληθώρα επιστημονικών ερευνών έχουν δείξει την ύπαρξη θετικής συσχέτισης μεταξύ της κατανάλωσης κατανάλωσης κόκκινου οίνου και της υγείας . Η θετική αυτή σχέση οφείλεται κατά κύριο λόγο στις πολυφαινολικές ενώσεις του κρασιού (βλ. κερκετίνη, ρεσβερατρόλη, κατεχίνη κ.λπ). Έτσι επιδημιολογικές έρευνες μεταξύ από διαφορετικών πληθυσμών έχουν αποδείξει ότι άτομα που καταναλώνουν μικρές ποσότητες κρασιού εμφανίζουν μειωμένη θνησιμότητα κατά περίπου 20%-30% από κάθε αιτία γενικά αλλά ειδικότερα από τις καρδιαγγειακές νόσους (Fernandes et al., 2017).

Η μικρή και τακτική κατανάλωση οίνου (έως 1(ένα) ποτήρι την ημέρα για τις γυναίκες και 2(δυο) για τους άνδρες) προσδίδει στον ανθρώπινο οργανισμό θετικές ιδιότητες όπως: καρδιοπροστατευτικές, αντιφλεγμονώδεις, αντικαρκινικές, αντιοξειδωτικές, αντιμικροβιακές και αντιβακτηριακές, νεφροπροστατευτικές, αντιδιαβητικές κλπ

### 2.5.1 Καρδιοπροστασία

Η μικρή κατανάλωση κάθε είδους αλκοολούχου ποτού φαίνεται να είναι ευεργετική. Ωστόσο, μελέτες in vino έχουν δείξει ότι η κατανάλωση κόκκινου κρασιού προστατεύει περισσότερο από τη στεφανιαία νόσο σε σχέση με άλλα αλκοολούχα ποτά. Αυτή η αυξημένη καρδιοπροστατευτική δράση μπορεί να οφείλεται στις πολυφαινόλες, όπως η είναι η ρεσβερατρόλη, που βρίσκονται στη φλούδα των κόκκινων σταφυλιών (Laguer-Lak-Hal, et al., 2006 & Wu JM, Hsieh TC, 2011) .

Οι πολυφαινολικές ενώσεις του κόκκινου κρασιού έχουν διάφορες επιδράσεις, όπως αντιοξειδωτικές, ελεύθερες ρίζες, αντιαιμοπεταλιακές και αντιθρομβωτικές επιδράσεις. Επιπλέον, οι πολυφαινολικές ενώσεις που βρίσκονται στο κόκκινο κρασί είναι ισχυροί αγγειοδιασταλτικοί παράγοντες, προστατεύοντας την ακεραιότητα του ενδοθηλίου και αναστέλλοντας τον πολλαπλασιασμό και τη μετανάστευση των κυττάρων των λείων μυϊκών ινών. Όλες αυτές οι δράσεις του κόκκινου κρασιού μπορούν να υπεισέλθουν στο σχηματισμό και τη σταθεροποίηση των αθηρωματικών πλακών, της θρόμβωσης και της απόφραξης των αγγείων (Laguer-Lak-Hal, et al., 2006).

Μελέτες αποδεικνύουν επίσης την ύπαρξη μελανίνης στο κόκκινο κρασί. Σύμφωνα με τους Lamont KT., et. al (2011) οι συγκεντρώσεις της μελατονίνης που βρέθηκαν στο

κόκκινο κρασί παρέχουν καρδιοπροστασία λόγω της επίδρασης της στην βλάβη επαναιμάτωσης από την ισχαιμία (ischemia- reperfusion injury).

Εκτιμάται ότι η ευεργετική ποσότητα της λήψης κρασιού είναι περίπου διπλάσια στους άνδρες από ό,τι στις γυναίκες και αυτό οφείλεται σε διαφορές στον μεταβολισμό μεταξύ των δύο φύλων. Η τακτική και μέτρια κατανάλωση κρασιού σχετίζεται με μειωμένο κίνδυνο καρδιαγγειακής νόσου τόσο στους άνδρες όσο και στις γυναίκες. Όμως η απορρόφηση του αλκοόλ στις γυναίκες είναι διαφορετική αφενός λόγω του μικρότερου σωματότυπου τους και αφετέρου λόγω της μικρότερης περιεκτικότητας του σώματος τους σε νερό. Η αιθυλική αλκοόλη του κρασιού- αλλά και ποτών γενικότερα- στον οργανισμό οξειδώνεται προς ακεταλδεΐδη από το ένζυμο αλκοολική αφυδρογονάση (ADH) του ήπατος με ρυθμό περίπου 8 gr/ώρα. Οι γυναίκες επειδή έχουν λιγότερο ενεργή ADH χρειάζονται περισσότερος χρόνος για να επεξεργαστούν το αλκοόλ οπότε και είναι πιο ευαίσθητες στις αρνητικές επιπτώσεις σε παρόμοιο επίπεδο κατανάλωσης αλκοόλ (Chiva-Blanch & Badimon, 2019).

Σύμφωνα με στοιχεία της New York Academy (2001), η ρεσβερατρόλη, είναι 2 με 4 φορές δραστικότερη και έχει πιο πολλές φαρμακευτικές ιδιότητες, από την οιστραδιόλη – το κύριο ανθρώπινο οιστρογόνο- η οποία έχει αποδειχθεί ότι αυξάνει την HDL-χοληστερόλη, την επονομαζόμενη καλή χοληστερόλη). Η χοληστερίνη αποτελεί τον κύριο υπεύθυνο της εμφάνισης των καρδιαγγειακών παθήσεων. Πρόκειται για ουσία η οποία παράγεται στον ανθρώπινο οργανισμό σε ποσοστό 70 με 75% ενώ σε ποσοστό 25 με 30%, προσλαμβάνεται μέσω της από την διατροφή. Όταν αυξάνεται η συγκέντρωση της στο αίμα, η χοληστερίνη επικάθεται πάνω στα τοιχώματα των αγγείων δημιουργώντας την λεγομένη «Αθηρωματική ή Αθηροσκληρωτική Πλάκα» η οποία και ευθύνεται κατά κύριο λόγο για τις στεφανιαίες νόσους και ειδικά για το έμφραγμα. Υπάρχουν δε δύο μορφές χοληστερίνης : η "καλή" (HDL) χοληστερίνη και η "κακή" (LDL) χοληστερίνη. Υψηλές τιμές της HDL χοληστερίνης, φαίνεται να προστατεύουν από τις καρδιαγγειακές παθήσεις, ενώ οι υψηλές τιμές της LDL αυξάνουν τις πιθανότητες των παθήσεων αυτών (New York Academy, 2001).

Η αρτηριοσκλήρυνση ή αθηρωμάτωση, δηλ. η εκφυλιστική νόσος των αρτηριών (μεγάλου και μεσαίου μεγέθους), είναι υπεύθυνη περίπου για το 40% της συνολικής θνησιμότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες. Σύμφωνα δε με την οξειδωτική θεωρία, η αθηρογένεση επιτυγχάνεται με την οξείδωση της LDL -χοληστερόλης η οποία οφείλεται σε μια πληθώρα βιολογικών. Οι πολυφαινόλες που περιέχονται στο κόκκινο κρασί, δύναται να ελαττώσουν την ευαισθησία που έχει η LDL στην υπε-ροξείδωση

των λιπιδίων (Das et al., 2007).

Η φυτική χρωστική ουσία κερκετίνη, η οποία εντοπίζεται στο κόκκινο κρασί, ενεργοποιεί τα αντιοξειδωτικά ένζυμα (την S-τρανσφεράση της γλουταθειόνης, την οξυγενάση της αίμης και την αναγωγάση της θειορεδοξίνης) και αυξάνει την έκφραση της συνθετάσης του νιτρικού οξειδίου μειώνοντας ταυτόχρονα το οξειδωτικό στρες (Markoski et al., 2016).

Οι φλαβανόλες-3 αποτελούν, εκτός των άλλων ισχυρά αντιοξειδωτικά, τα οποία ελαττώνουν την οξείδωση της LDL χοληστερόλης, ελέγχουν τις κυτταρικές οδούς σηματοδότησης και ελαττώνουν την αιμοπεταλιακή συσσώρευση (Arranz et al., 2012). Ο βασικός αντιοξειδωτικός μηχανισμός των κατεχινών (πολυφαινόλες) έχει σχέση με την αδρανοποίηση του μεταγραφικού Πυρηνικού παράγοντα NF-κB, ο οποίος συμμετέχει στην ρύθμιση μιας μεγάλης γκάμας βιολογικών αντιδράσεων, όπως την ενεργοποίηση των κυτοκινών, οι οποίες είναι πεπτίδια που ελέγχουν την ανοσολογική αντίδραση, τη αιμοποίηση, τη φλεγμονή, την επούλωση των τραυμάτων αλλά και ρυθμίζουν τη φυσιολογική λειτουργία των κυττάρων του σώματος (Markoski et al., 2016).

Η προανθοκυανιδίνη- βιοφλαβονοεΐδες του κρασιού- αποτελεί ισχυρό αντιοξειδωτικό, το οποίο προστατεύει από την ισχαιμική επαναιμάτωση του μυοκαρδίου, η οποία προκαλείται κυρίως από το οξειδωτικό στρες, την κοιλιακής μαρμαρυγής και ταχυκαρδία, την απόπτωση των καρδιομυοκυττάρων, μειώνοντας τα γονίδια JNK-1 & c-JUN (Das et al., 2007)

## **2.5.2 Αντιφλεγμονώδης δράση**

Ως φλεγμονή ορίζεται μια σειρά από τοπικούς και συστημικούς μηχανισμούς που το σώμα ενεργοποιεί αντιδραστικά όταν διάφοροι επιβλαβείς παράγοντες όπως παθογόνα, χημικές ουσίες και κατεστραμμένοι ιστοί το επηρεάσουν.

Η φλεγμονή θεωρείται ως ο κυριότερη αιτία για την δημιουργία των αθηρωματικών πλακών και των θρόμβων – παράγοντες που ευθύνονται για το έμφραγμα. Επιστημονικές έρευνες αποδεικνύουν ότι η ανάπτυξη της στεφανιαίας νόσου είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ύπαρξη ή όχι φλεγμονής στα αιμοφόρα αγγεία του ασθενή, ενώ παλαιότερα θεωρούνταν ότι υπεύθυνες για την νόσο ήταν κυρίως οι αθηρωματικές πλάκες καθώς και τα αυξημένα επίπεδα χοληστερόλης και λιπιδίων. Επιπλέον η απελευθέρωση της ισταμινη και της προσταγλαδινη, οι οποίες



ενοχοποιούνται για την δημιουργία φλεγμονών, εμποδίζεται από τις φαινόλες του κρασιού (Dell' Agli M., et al, 2004).

Αναφορικά με την αντιφλεγμονώδη δράση του κρασιού, θα πρέπει να αναφερθεί ότι τόσο το κόκκινο όσο και το λευκό κρασί έχει αποδειχθεί πως έχει προστατευτική δράση έναντι της συσσώρευσης των αιμοπεταλίων που προκαλείται από τον Ενεργοποιητικό Παράγοντα των Αιμοπεταλίων (Platelet-Activating Factor, PAF). Πρόκειται για έναν πολύ ισχυρό αντιφλεγμονώδη παράγοντα ο οποίος ενοχοποιείται για την αρτηριοσκλήρυνση και την αθηρωμάτωση. Σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό *European Journal of Nutrition* (2017) η προαναφερθείσα προστατευτική δράση βασίζεται στα μικροσυστατικά /αναστολείς του παράγοντα PAF που βρίσκονται στους ερυθρούς και λευκούς οίνους. Σύμφωνα με τα δεδομένα σημαντικό ρόλο παίζει όχι το χρώμα αλλά η ποικιλία του κρασιού. Έτσι διαπιστώθηκε ότι από τα κόκκινα κρασιά ήταν πιο δραστικό ( δηλ είχε πιο πολλούς αναστολείς PAF) το Cabernet Sauvignon και από τα λευκά η Ρομπόλα. Παρόμοιες δραστικές ουσίες - αδρανικοποιητές του PAF, βρέθηκαν στα στέμφυλα και στο γλεύκος. Σε διατροφικές παραβάσεις δε που έγιναν σε ανθρώπους βρέθηκε ότι η προστατευτική δράση ασκείται από τα συγκεκριμένα στοιχεία του κρασιού που τους χορηγήθηκε και όχι την αλκοόλη που περιέχονταν στο κρασί (Xanthoroulou M. et. al, 2016)

### **2.5.3 Αντικαρκινική δράση**

Η ρεσβερατρόλη (RVT) είναι μια φυσική ουσία που βρίσκεται σε υψηλές συγκεντρώσεις κυρίως στη φλούδα των σταφυλιών, ιδιαίτερα στα κόκκινα σταφύλια, στα φύλλα ευκαλύπτου και ελάτης, στους ξηρούς καρπούς και στα φρούτα του δάσους (όπως τα βατόμουρα). Βρίσκεται δε σε μικρές ποσότητες σε περισσότερες από 70 φυτικές τροφές. Δεδομένου ότι είναι μια πολύ οξειδώσιμη ουσία, δεν μπορεί να διατηρηθεί καθαρή για μεγάλο χρονικό διάστημα. Η ρεσβερατρόλη, όπως και άλλες πολυφαινόλες προστατεύει τα φυτά από εισβολείς (έντομα, μύκητες), την επιβλαβή οξείδωση και τα χαμηλές θερμοκρασίες (και για το λόγο αυτό συναντώνται σε υψηλές συγκεντρώσεις σε σταφύλια του ψυχρού κλίματος).

Πρόκειται για έναν φυτοχημικό παράγοντα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως φάρμακο για τη συμπλήρωση της χημειοθεραπείας. Επιπλέον, η RVT μπορεί να αυξήσει σημαντικά την ευαισθησία των διαφόρων καρκινικών κυττάρων στα

αντινεοπλασματικά φάρμακα και να ενισχύσει τη δράση των φαρμάκων αυτών αναχαιτίζοντας ή δημιουργώντας ξεχωριστά μονοπάτια σηματοδότησης, συντονίζοντάς τις μεταβολικές οδούς (Brockmueller et al., 2021).

Μια σειρά ερευνών έχουν δείξει ότι η RVT ενεργοποιεί πλήθος χημείο-προληπτικών και θεραπευτικών αποκρίσεων αναφορικά με διάφορους τύπους καρκίνου, βλ. του πνεύμονα, του παχέος εντέρου, του ήπατος και του μαστού. Για πρώτη φορά, το 2005, υπήρξαν ερευνητικά αποτελέσματα αναφορικά με την αντίστροφη συσχέτιση της ρεσβερατρόλης με το κίνδυνο του καρκίνου του μαστού. Μεταξύ άλλων, η RVT έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον αναφορικά με την καρκινογένεση στο μαστό και αυτό εξαιτίας τις ιδιότητας της ως φυτοιστρογόνο (Ferraz da Costa et al., 2020).

Η ρεσβερατρόλη φαίνεται λειτουργεί ως καταστολέας πολλαπλών στόχων και στα τρία στάδια της καρκινογένεσης (κατά την έναρξη, την προαγωγή και την εξέλιξη) και ρυθμίζει τις οδούς μεταφορά των σημάτων τα οποία ελέγχουν τη διαίρεση των κυττάρων, την αγγειογένεση και τέλος την μετάσταση. Επίσης η ρεσβερατρόλη βελτιώνει την αποδοτικότητα της κλασικής χημειοθεραπείας και της ακτινοθεραπείας, ελαττώνοντας την αντίστασή στα φάρμακα και ευαισθητοποιώντας περισσότερο τα καρκινικά κύτταρα στους χημειοθεραπευτικούς παράγοντες (Ferraz da Costa et al., 2020).

## **2.5.4 Προστασία του νευρικού συστήματος**

Το κόκκινο κρασί περιέχει σημαντικές ποσότητες συγκεκριμένων πολυφαινολικών ενώσεων οι οποίες φαίνεται να επηρεάζουν τις βιολογικές διεργασίες της νόσου του Parkinson και της νόσου του Alzheimer .

Η ρεσβερατρόλη διασχίζει τον αιματοεγκεφαλικό φραγμό και έχει νευροπροστατευτικές ιδιότητες στις εγκεφαλικές βλάβες που προκαλούνται από τη β-αμυλοειδή πρωτεΐνη. Αναστέλλει τη συσσώρευση των μορίων του βήτα αμυλοειδούς (Αβ) και τον σχηματισμό διάφορων μορφών ευκάμπτων ολιγομερών τα οποία είναι τοξικά για τα νευρικά κύτταρα.

Επιστήμονες έχουν ανακαλύψει ότι η ρεσβερατρόλη ενεργοποιεί την πρωτεΐνη Sirtuin 1 ή SIRT-1 - πρόκειται για ένζυμο το οποίο αποακετυλιώνει πρωτεΐνες που κωδικοποιούν την κυτταρική ρύθμιση - η οποία συμβάλει στην υγεία και στην μακροζωία (Bastianetto et al., 2015). Επιπλέον έχει αποδειχθεί ότι διαθέτει ικανότητα

να δεσμεύει τις ελεύθερες ρίζες σε αρκετά μοντέλα κυττάρων (Basli et al., 2012).

Το φλαβονοειδές του κρασιού κατεχίνη δύναται να ακυρώσει την παραγωγή ενδογενών νευροτοξινών οι οποίες συμβάλλουν στην εκδήλωση της νόσου Parkinson.

Η κατεχίνη αλλά και το παραγωγό της, η γαλλική επικατεχίνη (epicatechin gallate ή ECG) ,καταστέλλουν τις νευροφλεγμονές και έχουν την ικανότητα να καθυστερούν την εμφάνιση των νευροεκφυλιστικών διαταραχών, όπως συμβαίνει στην νόσο Alzheimer (Basli et al., 2012).

Οι ανθοκυανίνες – φωτοχημικές ουσίες που ευθύνονται για το έντονο χρώμα των φρούτων, των λαχανικών και των βοτάνων - έχουν νευροπροστατευτικά οφέλη στη ελάττωση του οξειδωτικού στρες που σχετίζεται με την ηλικία και στη ενίσχυση της γνωστικής λειτουργίας του εγκεφάλου, του κατακερματισμού του DNA και της υπεροξειδωσης λιπιδίων του εγκεφάλου των ποντικών (Basli et al., 2012)

### **2.5.5 Προστασία των νεφρών**

Η νεφρική ισχαιμία αποτελεί συχνή παθολογική κατάσταση της οξείας νεφρικής ανεπάρκειας. Η επαναιμάτωση κρίνεται απαραίτητη για την επιβίωση του νεφρικού ιστού. Το οξειδωτικό στρες έχει καθοριστικό ρόλο στον τραυματισμό ισχαιμίας-επαναιμάτωσης (IRI) του νεφρού με την ρεσβερατρόλη να έχει προστατευτική δράση, μέσω ενός μηχανισμού που ρυθμίζεται από το μονοξειδίο του αζώτου (Kitada και Koya, 2013).

Επιπλέον η διαβητική νεφροπάθεια, μια από τις πιο σοβαρές επιπλοκές του διαβήτη και η πιο συνήθης αιτία νεφρικής ανεπάρκειας τελικού σταδίου (ESRD), οφείλεται κατά κύριο λόγο στο οξειδωτικό στρες. Η ρεσβερατρόλη έχει δείχθει ότι μπορεί να καλυτερεύσει την διαβητική νεφροπάθεια, μέσω των αντιοξειδωτικών της δράσεων που προέρχονται από την άμεση δέσμευση των ελευθέρων ριζών ή τον έλεγχο των αντιοξειδωτικών ενζύμων (Kitada και Koya, 2013).

### **2.5.6 Αντιμικροβιακή και αντιβακτηριακή δράση**

In vitro μελέτες που αφορούσαν στην αντιμικροβιακή δράση των φαινολικών συστατικών του οίνου, έχουν φέρει στο φως σημαντικές επιδράσεις έναντι συγκεκριμένων Gram (+) και Gram (-) παθογόνων βακτηρίων, εντεροβακτηριδίων καθώς και παθογόνων βακτηρίων του αναπνευστικού συστήματος (Sánchez et al.,

2019). Η αντιμικροβιακή δράση του φαινολικού περιεχομένου του κρασιού σχετίζεται με τον τύπο της φαινολικής ένωσης και με τα είδη των βακτηρίων.

Έτσι οι φαινόλες του κρασιού εμποδίζουν την ανάπτυξη διαφόρων στελεχών *Streptococcus* spp., τα οποία σχετίζονται με την ανάπτυξη τερηδόνας. Τα φαινολικά παράγωγα έχουν μεγαλύτερη ανασταλτική επίδραση στα εντερικά βακτήρια, σε σύγκριση με την κατεχίνη και την επικατεχίνη. Επιπλέον, μη φλαβονοειδείς ενώσεις του κρασιού (βλ. γαλλικό οξύ, γαλλικός αιθυλεστερας και καφεϊκό οξύ) αναστέλλουν την ανάπτυξη πιθανών παθογόνων του αναπνευστικού συστήματος. Το γαλλικό οξύ και ο γαλλικός αιθυλεστερας έχουν ευρύτερο αντιμικροβιακό φάσμα δράσης και καταπολεμούν αποτελεσματικά όλα τα βακτήρια, εξαιρουμένων των στελεχών *Streptococcus* spp. (Cueva et al., 2012)

### **2.5.7 Αντιδιαβητική δράση**

Τα πολυφαινολικά συστατικά του κρασιού επηρεάζουν ποικιλοτρόπως τα επίπεδα γλυκόζης του αίματος. Η υπογλυκαιμική τους δράση έχει σχέση με αναστολή της α-γλυκοσιδάσης και της α-αμυλάσης, οπότε και αναστέλλεται η πέψη των υδατανθράκων, επιβραδύνεται η εντερική απορρόφηση της γλυκόζης, διεγείρεται η έκκριση ινσουλίνης και προστατεύονται τα βήτα κύτταρα του παγκρέατος (Sabadashka et al., 2021).

Πολλές μελέτες που πραγματοποιήθηκαν *in vitro*, έδειξαν ότι το κόκκινο κρασί είναι ισχυρός αναστολέας του ενζύμου α-γλυκοσιδάση, το οποίο δρα ως καταλυτής της αντίδρασης διάσπασης της γλυκόζης αλλά και του ενζύμου α-αμυλάση, το οποίο κατακερματίζει τους υδατάνθρακες μακράς αλυσίδας κατά την διάρκεια της πέψης. Τα φλαβονοειδή του κρασιού εμποδίζουν την απορρόφηση της γλυκόζης από το έντερο μέσω του εξαρτώμενου μεταφορέα νατρίου/γλυκόζης-1 (SGLT-1), ο οποίος ενεργοποιεί την έκκριση της ινσουλίνης ελαττώνοντας συγχρόνως την ηπατική παραγωγή της γλυκόζης (Fernandes et al., 2017).

Η μικρή κατανάλωση κόκκινου κρασιού σχετίζεται με την ελάττωση του κινδύνου για εκδήλωση διαβήτη τύπου 2 σε ποσοστό 30% (Rasines-Perea & Teissedre, 2017). Υπάρχουν δε αποτελέσματα ερευνών τα οποία καταδεικνύουν ότι η ρεσβερατρόλη επιδρά θετικά στην ομοιοστάση της γλυκόζης, μειώνοντας τόσο την αντίσταση στην ινσουλίνη όσο και τις μεταβολικές διαταραχές, ανοίγοντας τον δρόμο για την χρήση της στην θεραπεία του διαβήτη τύπου-2 (Weiskirchen S. και Weiskirchen R., 2016)

## **2.6 Αρνητικές επιπτώσεις της κατάχρησης του οίνου στην υγεία**

Μια από τις γνωστότερες ρήσεις της αρχαίας ελληνικής σκέψης, το «μέτρον άριστον», όπως διατυπώθηκε από τον Κλεόβουλο τον Ρόδιο - έναν από τους επτά σοφούς της αρχαιότητας- βρίσκει εφαρμογή και στην κατανάλωση του οίνου. Και έτσι ενώ η μέτρια κατανάλωση κρασιού είναι ποικιλοτρόπως ευεργετική για την ανθρώπινη υγεία, η κατάχρηση του έχει ολέθρια αποτελέσματα για τον οργανισμό. Παρακάτω γίνεται αναφορά στις κυριότερες από αυτές:

### **2.6.1 Επιπτώσεις στο κυκλοφορικό σύστημα**

Πολλές είναι οι μελέτες οι οποίες δείχνουν θετική συσχέτιση ανάμεσα στην υπέρμετρη κατανάλωση κρασιού και στον κίνδυνο εμφάνισης καρδιακής ανεπάρκειας, τόσο σε υγιείς όσο και σε ασθενείς με ιστορικό στεφανιαίας νόσου ή/και εμφράγματος του μυοκαρδίου.

Τα αποτελέσματα μιας μέτα -ανάλυσης που έγινε το 2015 (Larsson SC, et. al) και αφορούσε στη σύγκριση μεταξύ υγιών ατόμων ηλικίας 21 έως 81 ετών τα οποία κατανάλωναν κρασί και ατόμων που δεν έπιναν, έδειξαν ότι η κατανάλωση αλκοόλ με μέτρο σχετίζεται με μειωμένο κίνδυνο καρδιακής ανεπάρκειας. Η μετα-ανάλυση δόσης/απόκρισης έδειξε ότι η κατανάλωση επτά ποτών την εβδομάδα σχετίζεται με 17% χαμηλότερο κίνδυνο καρδιακής ανεπάρκειας. Όσον αφορά άλλες καρδιαγγειακές παθήσεις, η ελαφριά έως μέτρια κατανάλωση αλκοόλ σχετίζεται με μειωμένο κίνδυνο ισχαιμικής καρδιοπάθειας και ισχαιμικού εγκεφαλικού επεισοδίου. Αντίθετα, η κατανάλωση αλκοόλ, ακόμη και με μέτρο, σχετίζεται θετικά με τον κίνδυνο κολπικής μαρμαρυγής. Η κατανάλωση αυξάνει επίσης κινδύνους όπως ο αλκοολισμός, τα ατυχήματα και η βία και αυξάνει τον κίνδυνο υπέρτασης, ηπατικής νόσου και ορισμένων μορφών καρκίνου. Η παρατηρούμενη μείωση του κινδύνου καρδιακής ανεπάρκειας που σχετίζεται με την ελαφριά έως μέτρια κατανάλωση αλκοόλ, μπορεί να συσχετιστεί με την μείωση των παραγόντων κινδύνου για στεφανιαία νόσο. Για παράδειγμα, η μέτρια κατανάλωση αλκοόλ αυξάνει τα επίπεδα της HDL χοληστερόλης, της απολιποπρωτεΐνης-A1 και της αδιπονεκτίνης. Επίσης η ελαφριά έως μέτρια κατανάλωση αλκοόλ μπορεί να βελτιώσει την ευαισθησία στην ινσουλίνη και την ενδοθηλιακή λειτουργία, να μειώσει το οξειδωτικό στρες και να επηρεάσει την πήξη

του αίματος.

Η αλκοολική μυοκαρδιοπάθεια (ACM) είναι η πάθηση του καρδιακού μυός που παρουσιάζεται σε άτομα με ιστορικό μακροχρόνιας και βαριάς κατανάλωσης αλκοόλ.

Τα συμπτώματα της ACM είναι το περιφερικό οίδημα καθώς και η δεξιά καρδιακή ανεπάρκεια. Η πιθανότητα ανάπτυξης αλκοολικής μυοκαρδιοπάθειας είναι ευθέως ανάλογη του συνόλου του οινοπνεύματος που καταναλώνει ένα άτομο στην διάρκεια της ζωής του. Έτσι στατιστικά δεδομένα δείχνουν ότι ασθενείς με μέση κατανάλωση περίπου 90 γρ. αλκοόλης/ημέρα για περισσότερα των πέντε ετών διατρέχουν αυξημένο κίνδυνο ανάπτυξης ασυμπτωματικής ACM. Το κρασί παρόλα αυτά θεωρείται το λιγότερο επιβλαβές σε σύγκριση με τα υπόλοιπα ποτά, πιθανώς λόγω της αντιοξειδωτικής δράσης των φαινολικών συστατικών του. (Fernández- Solà, 2020).

Αναφορικά με την επίδραση της κατανάλωσης κρασιού στην αύξηση της αρτηριακής πίεσης, μελέτες έχουν δείξει ότι η κατανάλωση περισσότερων από 5 ποτών την ημέρα οδηγεί στην παροδική αύξηση της αρτηριακής πίεσης (Piano, 2017).

Η ανάλωση πάνω από 20gr αλκοόλης την ημέρα οδήγησε στην αύξηση της αρτηριακής πίεσης στις γυναίκες ενώ η κατανάλωση 31-40gr/ημέρα οδήγησε σε αυξημένο κίνδυνο υπέρτασης μεταξύ των ανδρών (Briasoulis, et. al., 2012)

## **2.6.2 Επιπτώσεις στο πεπτικό σύστημα**

Η κατάχρηση του οινοπνεύματος - η οποία σύμφωνα με στοιχεία του 2012 οδήγησε σε 3,3 εκατομμύρια θανάτους- αποτελεί παγκόσμιο υγειονομικό ζήτημα, το οποίο εκτός από την επιβάρυνση των συστημάτων υγείας ανά την υφήλιο έχει κοινωνικές και οικονομικές προεκτάσεις.

Η υπερβολική και μακροχρόνια κατανάλωση αλκοόλ επηρεάζει καταστροφικά σχεδόν κάθε όργανο του ανθρώπινου οργανισμού, με το ήπαρ να δέχεται από νωρίς την πλέον τοξική επίδραση, αφού εξ ορισμού αποτελεί το κύριο όργανο μεταβολισμού του οινοπνεύματος (Osna et al., 2017). Η απλή στεάτωση, η κίρρωση, το ηπατοκυτταρικό καρκίνωμα και η αλκοολική ηπατίτιδα αποτελούν τις κυριότερες ηπατικές βλάβες της αλκοολικής κατάχρησης (Gao & Bataller, 2011)

Στην αλκοολική κίρρωση του ήπατος παρατηρείται μεγάλου βαθμού ίνωσης με συνέπεια την σκλήρυνση των αιμοφόρων αγγείων και παραμόρφωση της εσωτερικής

δομής του συκωτιού(Maher, 1997). Το κυριότερο παθολογικό εύρημα είναι ο ουλώδης ιστός και τα «αναγεννητικά» οζίδια του ηπατικού παρεγχύματος. Στην μη αναστρέψιμη κίρρωση ο ουλώδης ιστός έχει επεκταθεί πλήρως στο όργανο οπότε και έχουμε κατακόρυφη αύξηση της πυλαίας πίεσης(Osna et al., 2017).Τα κυριότερα συμπτώματα στη φάση αυτή είναι η αιμορραγία, ο ασκίτης, ο ίκτερος, η ηπατική εγκεφαλοπάθεια κλπ.

Στις δυτικές κοινωνίες, η χρόνια και υπέρμετρη κατανάλωση οινοπνεύματος αποτελεί την κύρια αιτία της χρόνιας παγκρεατίτιδας, σε ποσοστό μεγαλύτερο του 70% (Clemens & Mahan, 2010). Πρόκειται για μια παθολογική κατάσταση η οποία χαρακτηρίζεται από φλεγμονή η οποία οδηγεί σε βλάβη στην εξωκρινή και ενδοκρινή μοίρα του παγκρέατος . Ως συμπτώματα της πάθησης αναφέρονται το έντονο κοιλιακό άλγος, η στεατόρροια και ο σακχαρώδης διαβήτης(Kleeff et al., 2017). Η κατανάλωση αλκοόλ σε συχνότητα 4 με 5 ποτήρια την ημέρα αυξάνει τον κίνδυνο για εμφάνιση χρόνιας παγκρεατίτιδας (Yadav & Lowenfels, 2013).

Η κατάχρηση του οινοπνεύματος επιδρά και στην ανάπτυξη του γαστρικού καρκίνου καθώς η λιποδιαλυτή αιθανόλη καταστρέφει τον βλεννογόνο του γαστρεντερικού συστήματος. Επιπλέον η αιθανόλη προκαλεί διαταραχή της αμυντικής ισορροπίας του βλεννογόνου ενώ το οξικό οξύ δύναται να προκαλεί τοπική βλάβη (Ma et al., 2017). Ο καρκίνος του στομάχου στην αρχή είναι ασυμπτωματικός. Στην συνέχεια όμως εμφανίζονται σύμπτωμα όπως, απώλεια βάρους, αιματηροί έμετοι, κόπωση, κλπ. Διεθνείς έρευνες έχουν δείξει ότι ο καρκίνος του στομάχου αποτελεί την δεύτερη αιτία θανάτου μετά τον καρκίνο του πνεύμονα. Στις αναπτυγμένες χώρες ένας ενήλικας διατρέχει 6% πιθανότητα να αναπτύξει τον εν λόγω καρκίνο. Οι μηχανισμοί μέσω των οποίων το αλκοόλ συμβάλλει στην ανάπτυξη του καρκίνου του στομάχου είναι: λογω της βλάβης του βλεννογόνου, της ρύθμισης στην πρόσληψη του φιλικού οξέος, της δράσης της ακεταλδεΐδης και των νιτροζαμινών κλπ. Ο μεταβολισμός της αλκοόλης δημιουργεί γενικά είδη του αντιδραστικού οξυγόνου (ROS) τα οποία έχουν επιβλαβή δράση στις πρωτεΐνες, τα λιπίδια και το DNA (McNabb et al., 2020).

### **2.6.3 Επιπτώσεις στο Νευρικό σύστημα**

Η αλκοολική νευροπάθεια προκαλείται από τις τοξικές επιδράσεις του οινοπνεύματος και των μεταβολιτών του πάνω στα δομικά συστατικά του περιφερικού νευρικού

συστήματος(ΠΝΣ). Κύρια γενεσιουργός αιτία είναι η ανεπάρκεια σε βιταμίνη β1(Θειαμίνη) η οποία σχετίζεται με τον αλκοολισμό, καθώς η αλκοόλη ελαττώνει την εντερική απορρόφηση της β1 καθώς και τα ηπατικά αποθέματά της ενώ αναστέλλει την φωσφορυλίωση της στην ενεργό μορφή της. Τα συμπτώματα της αλκοολικής νευροπάθειας, κάνουν αρχικά την εμφάνισή τους περιφερικά στα κάτω άκρα με άλγη, μυϊκή αδυναμία, κράμπες και κινητικά προβλήματα (Chopra & Tiwari, 2012). Επιπλέον είναι δυνατό να εμφανίζονται συμπτώματα και από το ΑΝΣ (Αυτόνομο Νευρικό Σύστημα) όπως, μεταβολές της αρτηριακής πίεσης, σεξουαλική δυσλειτουργία κλπ. Μελέτη του 2019 από τον Julian et al., έδειξε ότι το χρονικό διάστημα της υπερκατανάλωσης του αλκοόλ αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα της αλκοολικής νευροπάθειας καθώς ήπια σύμπτωμα εμφανίστηκαν μετά από κατάχρηση 1 έως 5 ετών αλλά η σοβαρή της μορφή έκανε την εμφάνιση της μετά τα 10 χρόνια υπερκατανάλωσης.

Η αλκοολική τοξίκωση ή μέθη αποτελεί μια κατάσταση δηλητηρίασης από την αλκοόλη η οποία περιλαμβάνεται DSM-5 δηλ στην 5<sup>η</sup> έκδοση του Διαγνωστικού και Στατιστικού Εγχειρίδιου Ψυχικών Διαταραχών και η οποία έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την διαταραχή της συμπεριφοράς με συνέπειες στην κοινωνική και λειτουργική καθημερινότητα του ατόμου. Η επίδραση του οινοπνεύματος στο ΚΝΣ (Κεντρικό Νευρικό Σύστημα) είναι ευθέως ανάλογη της ποσότητας του στο αίμα, αλλά μετά από κάποιο όριο συγκέντρωσης, οι εκδηλώσεις είναι πολύ πιο σφοδρές. Αρχικά η αλκοόλη διεγείρει τον οργανισμό, προκαλεί υπερεκτίμηση των ικανοτήτων του ατόμου, ευφορία και μείωση των αναστολών του. Όσο η συγκέντρωση στις αλκοόλης αυξάνεται τα συναισθήματα γίνονται ευμετάβλητα, οι κινήσεις αδέξιες, το βάδισμα ασταθές και οι σεξουαλικές παρορμήσεις αυξάνουν. Σε μεγαλύτερη συγκέντρωση δε το ΚΝΣ καταστέλλεται, επέρχεται κόμα, παράλυση των αναπνευστικών μυών και τελικά θάνατος (Παπαδημητρίου et al., 2013)

Ως αλκοολικό στερητικό σύνδρομο αποκαλούμε την κλινική εικόνα που κάνει την εμφάνιση της όταν διακόπτεται ή απλά μειώνεται η λήψη αλκοόλ (Λύκουρας & Σολδάτος, 2007). Κάνει την εμφάνισή του 6 - 24 ώρες, αλλά ακόμα και 36 ώρες μετά την τελευταία κατανάλωση αλκοόλ (Αντωνίου & Κρίγκου, 2005) ενώ τα συμπτώματα ποικίλουν από ναυτία, κεφαλαλγία, έμετο, σύγχυση μέχρι, τρόμο χεριών, παραλήρημα, αύξηση αρτηριακής πίεσης κλπ (Παπαδημητρίου et al., 2013).

#### **2.6.4 Αλκοολισμός**

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (Π.Ο.Υ.), η κατάχρηση του αλκοόλ



έχει δυσμενείς συνέπειες στην δημόσια υγεία και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες επιβάρυνσης της υγείας σε παγκόσμιο επίπεδο. Το κοινωνικό κόστος εξαιτίας της ελαττωμένης αποδοτικότητας στην εργασία, της αυξημένης ανεργίας αλλά και της επιβάρυνσης των συστημάτων υγείας είναι τεράστιο σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο (WHO 2010) .

Ο ορισμός που δόθηκε από τον WHO το 1952 είναι ο ακόλουθος: *«ο αλκοολισμός είναι μια χρόνια διαταραχή της συμπεριφοράς που εκδηλώνεται με επανειλημμένη, σταθερή και συνεχή χρήση οινοπνεύματος και οινοπνευματωδών ποτών, σε ποσότητες οι οποίες είναι έξω από το κοινωνικό ή και ιατρικό πλαίσιο. Η χρήση αυτή γίνεται σε βαθμό που επηρεάζει δυσμενώς την υγεία του χρήστη και την επαγγελματική, κοινωνική και ευρύτερη λειτουργία του. Ο αλκοολισμός είναι ασθένεια και σαν τέτοια πρέπει να αντιμετωπιστεί»* (Μπικηρόπουλος Θ., 2015)

Κατά πόσο όμως ο αλκοολισμός είναι ασθένεια; Η τ. διευθύντρια της Μονάδας Απεξάρτησης 18 ΑΝΩ, του Ψυχιατρικού Νοσοκομείου Αττικής, ψυχίατρος κ. Κατερίνα Μάτσα αναφέρει χαρακτηριστικά (Τσαρούχας, 2000): *«Ο αλκοολισμός είναι μια κατάσταση που αφορά όλη την ανθρώπινη ύπαρξη, και σηματοδοτεί την υποταγή της ύπαρξης αυτής στο αλκοόλ, την απώλεια της ελευθερίας του ατόμου απέναντι στο αλκοόλ. Όταν μιλάμε για αλκοόλ δεν αναφερόμαστε απλά στην κατάχρηση του αλκοόλ, στην κατανάλωση μεγάλων ποσοτήτων αλκοόλ, αλλά αναφερόμαστε σε μια κατάσταση που σηματοδοτεί εξάρτηση. Δηλαδή η ουσία του αλκοόλ έχει μπει στο επίκεντρο της ζωής αυτού του ατόμου και την έχει αλλάξει, έχει εκτοπίσει ενδιαφέροντα, σχέσεις, ασχολίες, κάνοντάς το άτομο να περιστρέφεται γύρω από το αλκοόλ. Βρίσκεται διαρκώς στη σκέψη του, η μόνη του επιθυμία είναι να καταναλώσει αλκοόλ. Δημιουργώντας τεράστια προβλήματα σε επίπεδο οικογενειακό, κοινωνικό, επαγγελματικό και υγείας. Γιατί το αλκοόλ είναι πολύ σκληρό ναρκωτικό που επηρεάζει σοβαρά τον οργανισμό»*

Το αλκοόλ αποτελεί μια ψυχοτρόπο ουσία η κατάχρηση της οποίας οδηγεί σε εξάρτηση γεγονός που παρατηρείται και στα ναρκωτικά. Η διαφορά από τα λοιπά ναρκωτικά είναι η νόμιμη πώληση του και ο συσχετισμός του με πολλές εκφάνσεις της κοινωνικής μας ζωής, γεγονός που καθιστά το αλκοόλ «κρυφή απειλή».

Σύμφωνα με το *«Ιατρικό Μοντέλο»* του αλκοολισμού (Ποταμιάνος, 1991) το οποίο ουσιαστικά ξεκίνησε από τον Αμερικάνο Ψυχίατρο E. M. Jellinek, οποίος ήταν εκείνος που εξέφρασε την άποψη ότι ο αλκοολισμός είναι ασθένεια και άρα ο αλκοολικός πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ασθενής, λαμβάνοντας την απαραίτητη

ιατρονοσηλευτική φροντίδα, αντί να θεωρείται ως κοινωνικά απόκληρος ο οποίος οδηγείται στην περιθωριοποίηση.

Ο Jellinek προκειμένου να αναδείξει τα κοινωνικά και θεραπευτικά ζητήματα κάθε κατηγορίας, κατέταξε τους αλκοολικούς σε 5 κατηγορίες, χρησιμοποιώντας γράμματα του ελληνικού αλφάβητου (Τσαρούχας, 2000):

Τύπος alpha : ο πότης έχει ψυχολογική εξάρτηση από το ποτό, χωρίς όπως να υπάρχουν βιολογικές επιπλοκές.

Τύπος beta: ο πότης εμφανίζει σωματικά προβλήματα λόγω του αλκοόλ, χωρίς όμως να συνυπάρχει και ψυχολογική εξάρτηση από αυτό.

Τύπος gamma: ο πότης αδυνατεί να ελέγξει την ποσότητα του αλκοόλ που καταναλώνει.

Τύπος delta: ο πότης αδυνατεί να διατηρήσει την αποχή από το αλκοόλ.

Τύπος epsilon: ο πότης καταναλώνει αλκοόλ περιοδικά εναλλάσσοντας διαστήματα αποχής και λήψης

Όμως ο αλκοολισμός – εξάρτηση δεν είναι νόσος αλλά αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο και ως τέτοιο θα πρέπει η πολιτεία να το αντιμετωπίζει. Η ιατροκοποίηση της εξάρτησης οδηγεί στο στιγματισμό των ατόμων και στην απενοχοποίηση της κοινωνίας από τις ευθύνες που έχει για την εγκατάσταση του προβλήματος

Η διαδικασία αντιμετώπισης του αλκοολισμού αποτελείται από δύο στάδια: i) το στάδιο της στέρησης από το αλκοόλ, δηλ. σωματικής εξάρτησης ή αποτοξίνωση και ii) ψυχολογική εξάρτηση ή αποκατάσταση των αλκοολικών προκειμένου να διατηρηθεί η αποχή. Η βραχυπρόθεσμη πρώτη φάση απαιτεί αποτελεσματική θεραπεία του στερητικού συνδρόμου, το οποίο μπορεί να εμφανιστεί με μείωση της κατανάλωσης αλκοόλ ή τα συμπτώματα στέρησης. Στη μακροχρόνια δεύτερη φάση, χρησιμοποιούνται θεραπευτικές παρεμβάσεις για τη διατήρηση της αποχής των εξαρτημένων (Λύκουρας Λ.& Σολδάτος Κ., 2007).

Απαραίτητη προϋπόθεση όμως για την ουσιαστική διαχείριση αυτού του τεράστιου κοινωνικού φαινομένου είναι η ανάπτυξη δράσεων κοινωνικής αλληλεγγύης οι οποίες θα λειτουργούν προληπτικά απέναντι σε κάθε είδους εθισμό.

## 2.7 Σύνοψη

Η κατανάλωση κρασιού αποτελεί πρακτική η οποία έχει διπλή ανάγνωση. Έτσι η μέτρια κρασιού και ειδικά του ερυθρού, έχει προστατευτικό ρόλο έναντι των καρδιαγγειακών νοσημάτων και ορισμένων τύπων καρκίνου. Αυτό όμως δεν σημαίνει

ότι θα πρέπει να ενθαρρύνονται βαριοί πότες να καταναλώνουν κρασί για λόγους υγείας και σε καμιά περίπτωση δεν θα πρέπει η κατανάλωση αλκοόλ να υποκαθιστά τον υγιεινό τρόπο ζωής.

Ωστόσο, η μέτρια κατανάλωση κρασιού είναι μια υγιεινή συνήθεια και μπορεί κανείς να είναι σίγουρος ότι έχει μια σειρά από οφέλη για την υγεία του οργανισμού του.

## Κεφάλαιο 3ο

### Η οινοποιία

#### 3.1 Γενικά χαρακτηριστικά του οινοποιητικού κλάδου

Για αιώνες το κρασί αποτελούσε σημείο αναφοράς για όλες τις αγροτικές περιοχές ανά την υφήλιο, επιδρώντας καθοριστικά στις τοπικές κοινωνίες και στον πολιτισμό τους, στην τουριστική ανάπτυξη και στην οικονομία. Έτσι και στην χώρα μας υπάρχει μακρά παράδοση της αμπελουργίας και της οινοποίησης παρόλο που ο εκσυγχρονισμός στο τομέα αυτό ξεκίνησε δυναμικά την δεκαετία του '60. Τότε ήταν που εταιρείες, πραγματοποιώντας μεγάλες επενδύσεις, στράφηκαν στην παραγωγή εμφιαλωμένου κρασιού.

Στην σύγχρονη εποχή η εγχώρια οινοποιία απαρτίζεται από έναν μικρό αριθμό ισχυρών βιομηχανιών οίνου οι οποίες μέσω ενός εκτεταμένου πλέγματος διανομής κατέχουν την μερίδα του λέοντος την εγχώρια αγορά του εμφιαλωμένου κρασιού. Παράλληλα υφίσταται μια πληθώρα μικρομεσαίων επιχειρήσεων οινοποίησης, αγροτικών συνεταιρισμών και εισαγωγικών εταιριών. Αυτές παράγουν είτε χύμα είτε εμφιαλωμένο κρασί το οποίο προωθείται στην τοπική αγορά. Μερικές από αυτές δημιουργούν κρασί «περιορισμένου αριθμού φιαλών» το οποίο έχει ιδιαίτερες ιδιότητες και χαρακτηριστικά και η διανομή του γίνεται μέσω εξειδικευμένων δικτύων (ICAP, 2010).

Η ποιότητα και η αναγνώριση των ελληνικών εμφιαλωμένων κρασιών έχει άνοδο τα τελευταία χρόνια όπως αποδεικνύεται από το γεγονός ότι κερδίζουν βραβεία σε διεθνείς δοκιμασίες.

Σήμερα το μέλλον της ελληνικής οινοπαραγωγής διαφαίνεται περισσότερο υποσχόμενο από ποτέ αφενός λόγω της νέο-εισαγόμενης μοντέρνας τεχνολογίας των κραταιών οίνο- βιομηχανιών και αφετέρου λόγω της επανάκαμψης των μικρών παραγωγών οι οποίοι απουσίαζαν από την αγορά για μεγάλο χρονικό διάστημα.

#### 3.2 Ταξινόμηση οίνων

Πολυάριθμες ποικιλίες κρασιού υπάρχουν σε όλο τον κόσμο αλλά και στην χώρα μας. Κρασιά τα οποία ονοματοδοτούνται είτε βάση της ποικιλίας του σταφυλιού από το οποίο προέρχονται είτε βάση του τόπου παραγωγής τους.

Η κύρια ταξινόμηση των κρασιών βασίζεται σε τρεις κύριους παράγοντες (Κρασανάκης, 2003):

1. Το χρώμα
2. Τη γλυκύτητα
3. Τη περιεκτικότητα σε διοξείδιο του C

Επιπλέον μπορεί τα κρασιά να ταξινομηθούν με βάση τον χρόνο παλαίωσης ή ορισμένα διοικητικά χαρακτηριστικά.

### **Ταξινόμηση με βάση το χρώμα**

Το χρώμα του κρασιού εξαρτάται τόσο από την ποικιλία της αμπέλου όσο και από τον είδος της οινοποίησης και δεν καθορίζεται από το χρώμα του σταφυλιού – επειδή οι χρωστικές βρίσκονται στα *στέμφυλα* δηλ. τα υπολείμματα από το πάτημα των σταφυλιών αφού αφαιρεθεί ο μούστος –

Έτσι τα κρασιά χωρίζονται σε:

- ✓ Λευκά
- ✓ Ερυθρά &
- ✓ Ροζέ

### **Ταξινόμηση με βάση τη γλυκύτητα**

Η γλυκύτητα του κρασιού εξαρτάται από την περιεκτικότητα του σε σάκχαρα. Η μέτρηση δύναται να πραγματοποιηθεί και κατά τη συγκομιδή, αλλά η κύρια διαδικασία αφορά στη συγκέντρωση των σακχάρων που υπάρχει ακόμη και μετά την ολοκλήρωση της αλκοολικής ζύμωσης.

Έτσι τα κρασιά χωρίζονται σε :

- ✓ Ξηρά
- ✓ Ημίξηρα
- ✓ Ημίγλυκα
- ✓ Γλυκά

### **Ταξινόμηση με βάση τη περιεκτικότητα σε CO<sub>2</sub>**

Το διοξείδιο του άνθρακα που περιέχεται στους οίνους είτε προέρχεται από την αλκοολική ζύμωση, είτε προστίθεται αργότερα. Να σημειωθεί ότι απαγορεύεται να προστεθεί διοξείδιο του άνθρακα στο μπουκάλι εμφιάλωσης. Έτσι η διαφορετική περιεκτικότητα σε CO<sub>2</sub> επιτυγχάνεται είτε με την εμφιάλωση του κρασιού προτού περατωθεί η ζύμωση, είτε με την ολοκλήρωση της ζύμωσης σε δεξαμενές που σφραγίζονται αεροστεγώς.

Έτσι τα κρασιά χωρίζονται σε :

- ✓ *Ήσυχα*
- ✓ *Ημιαφρώδη*
- ✓ *Αφρώδη*

### **Ταξινόμηση με βάση τον χρόνο παλαίωσης**

Ο χρόνος παλαίωσης του οίνου αφορά στο χρονικό διάστημα που έχει παρέλθει μεταξύ του τρύγου και της στιγμής που τα κρασιά διατίθενται στην αγορά. Αυτό το χρονικό διάστημα ορίζεται νομοθετικά και καταγράφεται στο ειδικό βιβλίο που υποχρεούται να τηρεί το οινοποιείο.

Έτσι τα κρασιά χωρίζονται σε :

- ✓ *Πρώιμα* : πρόκειται για κρασιά που επιτρέπεται να κυκλοφορήσουν στην αγορά πολύ σύντομα μετά τον τρύγο και πρέπει επίσης να καταναλωθούν σε σύντομο διάστημα λίγων μηνών (π.χ. τα κρασιά Beaujolais nouveau).
- ✓ *Φρέσκα* : πρόκειται για κρασιά που μπορούν να κυκλοφορήσουν πολύ σύντομα μετά τον τρύγο αλλά δεν είναι απαραίτητο να καταναλωθούν σύντομα.
- ✓ *Παλαιωμένα* : πρόκειται για κρασιά που βρίσκονται σε βαρέλια στα οποία αναγράφεται ένας αριθμός που υποδηλώνει τους μήνες παλαίωσης.
- ✓ *Κάβα (Cava) επιτραπέζιων οίνων* : σύμφωνα με το ΦΕΚ 512/Β/22-9-1987 «η ένδειξη «κάβα» χρησιμοποιείται ως δηλωτική οίνων που παρέμειναν αποθηκευμένοι για να αποκτήσουν τους οργανοληπτικούς χαρακτήρες του παλιού οίνου, επιτρέπεται να αναγράφεται επί της ετικέτας και των μέσων συσκευασίας ως περιγραφικό στοιχείο λευκών και ερυθρών ελληνικών «επιτραπέζιων οίνων» εφόσον πληρούνται οι διατάξεις της. απόφασής αυτής, δεδομένου ότι όλοι οι οίνοι δεν είναι κατάλληλοι για παλαίωση και επομένως η ποιότητά τους δεν βελτιώνεται πάντοτε με την παλαίωση, αντίθετα μάλιστα ορισμένοι οίνοι γερνάνε ή και αλλοιώνονται οι χαρακτήρες τους» .

Ο όρος αφορά σε λευκά κρασιά που παλαιώνονται για 24 μήνες εκ των οποίων οι 6 μήνες είναι σε βαρέλια και οι υπόλοιποι 18 σε φιάλες και ερυθρά 36 μηνών από τους οποίους οι 6 μήνες αφορούν σε παλαίωση σε νέα δρύινα βαρέλια κάτω των 600lt ή οι 12 μήνες σε παλιά βαρέλια και τουλάχιστον 24 μήνες σε φιάλη.

- ✓ *Επιλεγμένα (Reserve) & Ειδικά Επιλεγμένα (Grande Reserve) κρασιά* : οι «Reserve» οίνοι έχουν παλαιωθεί σε ξύλινα βαρέλια και σε φιάλες. Ειδικότερα τα λευκά παλαιώνονται συνολικά για 2 χρόνια ενώ τα κόκκινα για 3 χρόνια από τα οποία οι 6 μήνες είναι σε βαρέλια και οι υπόλοιποι σε φιάλες. Ο όρος

«Grande Reserve» αναφέρεται σε λευκούς οίνους που έχουν παλαιωθεί για τρία χρόνια- 1 χρόνο σε βαρέλια και 1 χρόνο σε φιάλες-. Τα κόκκινα κρασιά έχουν παλαιωθεί 4 χρόνια - 2 σε βαρέλια και τα υπόλοιπα σε φιάλες-. Τις ενδείξεις «Επιλεγμένος» & «Ειδικά Επιλεγμένος» μπορούν να φέρουν μόνο τα κρασιά με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π)

### **Διοικητική Ταξινόμηση κρασιών**

Εδώ η ταξινόμηση γίνεται με βάση τη νομοθετικά οριοθετημένη αμπελουργική ζώνη ως εξής:

- ✓ Κρασιά με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π): Τα κρασιά αυτά παράγονται από ποικιλίες σταφυλιών οι οποίες είναι γηγενείς της προστατευμένης περιοχής, οι αμπελώνες βρίσκονται μέσα στα όρια της περιοχής και η οινοποίηση τους γίνεται κυρίως σε οινοποιεία που βρίσκονται στην περιοχή αυτή.
- ✓ Κρασιά με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (Π.Γ.Ε): και εδώ ισχύουν οι προϋποθέσεις των Π.Ο.Π. οίνων με την διαφορά ότι οι ποικιλίες σταφυλιών από τις οποίες παράγονται τα κρασιά Π.Γ.Ε. μπορεί και να μην είναι γηγενείς.
- ✓ Κρασιά χωρίς Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης: πρόκειται για κρασιά που μπορούν να φτιάχνονται από οποιαδήποτε ποικιλία και σε οποιαδήποτε περιοχή ενώ δύναται να λαμβάνουν χώρα και αναμειξεις διάφορων κρασιών.

### **3.3 Η ζήτηση του κρασιού**

Η ζήτηση του κρασιού επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες όπως:

- **Η εποχικότητα :** η μεγαλύτερη κατανάλωση παρατηρείται μεταξύ Οκτωβρίου και Μαΐου γεγονός που σχετίζεται με τις γιορτινές περιόδους (Χριστούγεννα, Πάσχα κλπ) και καταναλωτικές ιδιαιτερότητας που τις διέπουν. Το καλοκαίρι οι προτιμήσεις των καταναλωτών στρέφονται προς την μπύρα και τα αναψυκτικά, ενώ οι τουρίστες που έρχονται στην χώρα μας συνεχίζουν τις καταναλωτικές τους συνήθειες αναφορικά με το κρασι ανεξάρτητα της εποχής(Ρούσου, 2008).
- **Η τιμή και το εισόδημα των καταναλωτών:** σε συνθήκες κρίσης και οικονομικής στενότητας η ζήτηση του κρασιού δεν έχει μεταβληθεί ιδιαίτερα. Εκείνο που παρατηρείται είναι η μετατόπιση των προτιμήσεων των καταναλωτών σε κρασιά χύμα χαμηλότερης τιμής αντί για τα ακριβότερα

εμφιαλωμένα .

- **Οι διατροφικές συνήθειες και τα καταναλωτικά πρότυπα:** όπως τονίστηκε παραπάνω η μέτρια κατανάλωση κρασιού αποτελεί βασικό συστατικό της μεσογειακής διατροφής η οποία έχει θετικό αντίκτυπο στην υγεία των ατόμων. Σε αντιδιαστολή με αυτή την υγιεινή διατροφική συνήθεια έρχεται ο σύγχρονος τρόπος ζωής με τους ξέφρενους ρυθμούς της καθημερινότητας και την συμπίεση του ελεύθερου χρόνου, όπου ο καταναλωτής ειδικά στις μεγαλουπόλεις αναζητά γρήγορες διατροφικές λύσεις, ακόμα και αμφιβόλου ποιότητας. Αυτό οδηγεί στην μείωση της ζήτησης του κρασιού του οποίου η κατανάλωση απαιτεί χρόνο προκειμένου να το απολαύσει κάποιος και αύξηση της ζήτησης άλλων αλκοολούχων ποτών τα οποία καταναλώνονται πιο γρήγορα.
- **Η διαφήμιση :** η διαφήμιση και ο συνδυασμός των διάφορων μέσων επικοινωνίας- του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κλπ.- αποτελούν επιπλέον τρόπους με τους οποίους επηρεάζεται η ζήτηση του οίνου.
- **Ο Τουρισμός/ Οινοτουρισμός:** Το γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί την «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας επιδρά στην αύξηση της ζήτησης των εγχώριων οίνων και φυσικά στην άνοδο των εξαγωγών των ελληνικών κρασιών.
- **Η πανδημία:** η πρωτόγνωρη για τα σύγχρονα παγκόσμια δεδομένα Covid-19 πανδημία και τα επακόλουθα lockdown επηρέασαν την ζήτηση του οίνου. Λόγω του Covid-19, αυξήθηκε ο φόβος των πολιτών για την επιβίωση τους και οδήγησε στην άνοδο της ζήτησης για φυσικά κρασιά και επιπλέον οδήγησε νέες συμπεριφορές αποφυγής κατανάλωσης κρασιού ή κατανάλωσης μόνο στο σπίτι. Αυτό με την σειρά του οδήγησε στην άνοδο των διαδικτυακών αγορών οι οποίες κατευθύνθηκαν σε οίνους με μικρή περιεκτικότητα σε αλκοόλ αλλά και σε αφρώδη κρασιά.

### **3.4 Η προσφορά του κρασιού**

Η ιστορία του κρασιού χάνεται στα βάθη της αρχαιότητας ενώ στις μέρες μας διαγραφεί μια ανοδική πορεία. Ο αριθμός των οινοποιείων στη χώρα μας έχει διπλασιαστεί τα τελευταία χρόνια και αυτό οδηγεί στην ανάπτυξη, στη βελτίωση του τομέα και του προσωπικού που εμπλέκονται σε αυτόν.



Η προσφορά των προϊόντων οινοποίησης επηρεάζεται από τους παρακάτω παράγοντες:

- a. **Την διάρθρωση του κλάδου της οινοποίησης :** εδώ περιλαμβάνονται οι παραγωγικές επιχειρήσεις ,οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι αγροτικοί συνεταιρισμοί και οι επιχειρήσεις εισαγωγής. Ο κλάδος είναι κατακερματισμένος με αποτέλεσμα η παραγωγή του κρασιού να χωρίζεται σε επίπεδα. Ο κύριος όγκος του εμφιαλωμένου κρασιού παράγεται από τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν μοντέρνες εγκαταστάσεις οινοποίησης. Οι μικρότερες επιχειρήσεις καθώς και οι αγροτικοί συνεταιρισμοί παράγουν κυρίως κρασί χύμα το οποίο διαθέτουν είτε στην τοπική αγορά είτε στις οινοβιομηχανίες. Όσον αφορά τέλος τις επιχειρήσεις εισαγωγής οι οποίες και είναι ολιγάριθμες, εισάγουν από χώρες της ΕΕ κυρίως αφρώδη κρασιά όπως σαμπάνια κλπ.
- b. **Διαφημιστικό κόστος :** στις μέρες μας παρατηρείται στροφή της διαφήμισης των προϊόντων οινοποίησης από τα ΜΜΕ προς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο γενικότερα καθώς οι καταναλωτές ξοδεύουν αρκετό χρόνο καθημερινά σε αυτά.
- c. **Σημεία πώλησης & δίκτυα διανομής :** κυριότερα σημεία πώλησης των προϊόντων οινοποίησης αποτελούν οι κάβες ,τα σούπερ-μάρκετ, το διαδίκτυο, τα πρατήρια των συνεταιρισμών καθώς και επισκέψιμα οινοποιεία . Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν δικά τους δίκτυα διανομής γεγονός που τους προσδίδει αυτονομία. Τέλος υπάρχουν οι αντιπρόσωποι, που καλύπτουν μεγάλο μέρος της αγοράς προωθώντας τα προϊόντα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- d. **«Πιστωτική πολιτική» των επιχειρήσεων :** πρόκειται για την τακτική που ακολουθεί μια επιχείρηση αναφορικά με την χορήγηση πιστώσεων στους πελάτες της, ακολουθώντας βέβαια τις συνθήκες της αγοράς, τον ανταγωνισμό και φυσικά τις δυνατότητές της. Συνήθεις πρακτικές που ακολουθούνται είναι οι εκπτώσεις στις αναφερόμενες τιμές, οι προσφορές, οι παροχές σε είδος και σε ποσότητα του προϊόντος φυσικά ανάλογα με το ύψος της παραγγελίας.

### **3.5 Η διεθνής και η ελληνική αγορά του οίνου**

Στη χώρα μας λειτουργούν περίπου 1200 οινοποιεία, η πλειοψηφία των οποίων

προμηθεύεται την ακατέργαστη ύλη από αμπελουργούς που έχουν μακροχρόνια συνεργασία, ενώ ορισμένα οινοποιεία έχουν ιδιόκτητους αμπελώνες (Stochasis.com, 2018). Η παραγωγή κρασιού έχει εξελιχθεί από μια παραδοσιακή σε μια επιστημονική διαδικασία. Για να μεγαλώσει το αμπέλι και να ωριμάσει σωστά, πρέπει πρώτα να καλλιεργηθεί στη σωστή περιοχή, λαμβάνοντας υπόψη το κλίμα, θερμοκρασία, χρώμα και νερό. Αν και πρόκειται για μια φυσική διαδικασία, απαιτεί ανθρώπινη επέμβαση και μηχανική υποστήριξη σε διάφορα στάδια. Κάθε οινολόγος-οινοποιός καθοδηγεί τη διαδικασία μέσα από διάφορες τεχνικές οινοποίησης. Σε γενικές γραμμές, υπάρχουν πέντε κύρια στάδια της οινοπαραγωγικής διαδικασίας: α) ο τρύγος σταφυλιών, β) η σύνθλιψη και στύψιμο σταφυλιών με τη βοήθεια ειδικών πιεστηρίων, γ) η ζύμωση του κρασιού που πραγματοποιείται συνήθως σε ειδικές ανοξείδωτες δεξαμενές, δ) η διαύγαση και ε) η άμεση εμφιάλωση ή ωρίμανση και παλαίωση σε δρύινα βαρέλια και μετά η εμφιάλωση. Οι οινοποιοί δίνουν σημασία σε καθένα από τα 5 στάδια καθώς και στην ποιότητα και τα χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης. Προσθέτοντας τις προσωπικές τους παρεμβάσεις προσπαθούν να παρουσιάσουν ένα ιδιαίτερο κρασί.

Τα ελληνικά οινοποιεία, που επωφελούνται από τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εξοπλίστηκαν με σύγχρονα μηχανήματα, αυξάνοντας την παραγωγική τους δυνατότητα και εξασφαλίζοντας κρασί καλύτερης ποιότητας.

Σύμφωνα όμως με στοιχεία του Κλαδικού Εθνικού Αγροτικού Συνεταιρισμού Αμπελοοινικών Προϊόντων (Κ.Ε.Ο.Σ.Ο.Ε), η παραγωγή κρασιού φθίνει τα τελευταία 15 χρόνια .

Όσον αφορά την εγχώρια κατανάλωση κρασιού, όπως φαίνεται στην εικόνα 3, τα τελευταία τρία χρόνια έφτασε σε ιστορικό χαμηλό από το 2001/2002. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η κατανάλωση του εγχώριου κρασιού έχει μειωθεί την τελευταία δεκαετία περισσότερο από 25% (Keosoe.gr, 2018β).

Σύμφωνα με το οινικό ισοζύγιο που απέστειλε το Τμήμα Οίνου και Αλκοολούχων Ποτών στην Επιτροπή με τα οριστικά στοιχεία για την αμπελουργική περίοδο 2017-2018 και την επεξεργασία των δεδομένων από την Κ.Ε.Ο.Σ.Ο.Ε (Keosoe.gr, 2018β), η πτώση στην κατανάλωση κρασιού στη χώρα μας καταγράφεται κατά 2,86% την περίοδο 2017-2018 σε σχέση με την περίοδο 2016-2017. Η πτώση είναι υψηλότερη (-17%) εάν η κατανάλωση του 2017-2018 (2.143.000 HL) συγκριθεί με τον μέσο όρο των 5 προηγούμενων ετών (2.582.000 HL).

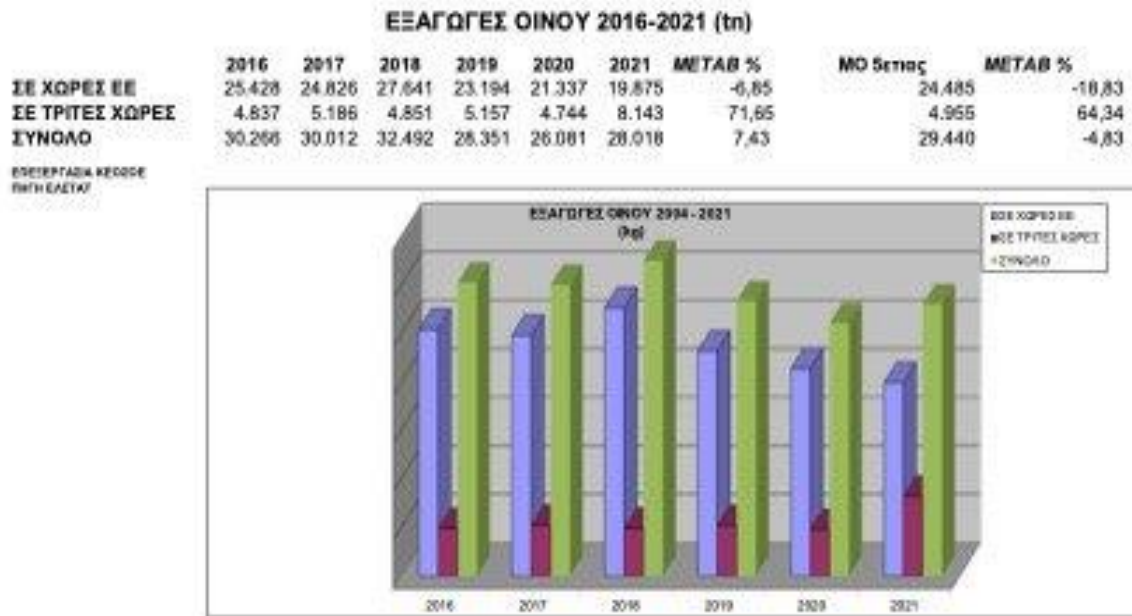


Εικόνα 3: <https://www.keosoe.gr/statistikaelladas/katanalosi.html>

Εκτός από τη συρρίκνωση της κατανάλωσης, η έλλειψη τραπεζικής χρηματοδότησης τα τελευταία χρόνια έχει δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα ρευστότητας στα ελληνικά οινοποιεία. Για ορισμένους από τους οινοποιούς το πρόβλημα λύθηκε μέσω της σύναψης συμβάσης με παραγωγούς οινοποιήσιμων σταφυλιών για αγορά σε «προκαθορισμένη» τιμή. Τα τραπεζικά ιδρύματα που εμπλέκονται σε αυτή η διαδικασία ενισχύουν τους αντισυμβαλλομένους με ρευστότητα (excelixi.org, enallaktikos.gr).

Έτσι η εξωστρέφεια της ελληνικής οινοποιίας φαίνεται να είναι πιο απαραίτητη από ποτέ και υπάρχουν ελληνικές οινικές εταιρείες που επενδύουν προς αυτή την κατεύθυνση, όπως φαίνεται και από τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (εικόνα 4) όπου και παρατηρείται μια συνολική αύξηση των εξαγωγών κατά 7,43% μεταξύ 2016 και 2021. Επιπλέον είναι σημαντικό τα ελληνικά κρασιά να διατηρήσουν τη δεσπόζουσα θέση τους στην ελληνική αγορά έναντι των εισαγόμενων κρασιών. Οι συνολικές εισαγωγές κρασιού το 2017 υπολογίζονται σε 192.600 HL (Ec.europa.eu, 2018) και αντιπροσωπεύουν μόνο το 8,7% της εγχώριας κατανάλωσης 2.206.000 HL (Keosoe.gr, 2018β). Αν η κατανάλωση του εγχώριου χύμα κρασιού το οποίο σε πολλές περιπτώσεις είναι ανεξέλεγκτο, προστεθεί στο σύνολο της κατανάλωσης εννοείται ότι το μερίδιο των εισαγωγών σε σύγκριση με την ετήσια κατανάλωση κρασιού στην χώρα μας είναι

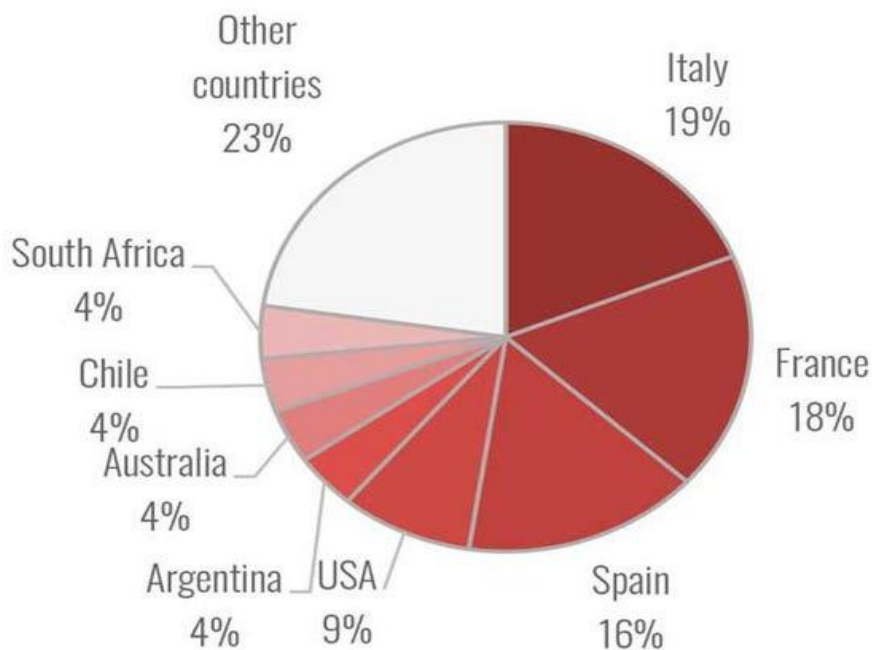
ακόμα πιο χαμηλό.



Εικόνα 4 : Στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ 2022

Η παραγωγή κρασιού παγκοσμίως είναι παραδοσιακά υπόθεση τριών ευρωπαϊκών χωρών: της Ιταλίας, της Γαλλίας και της Ισπανίας (εικόνα 5).

## Breakdown of wine production in 2020



**OIV**

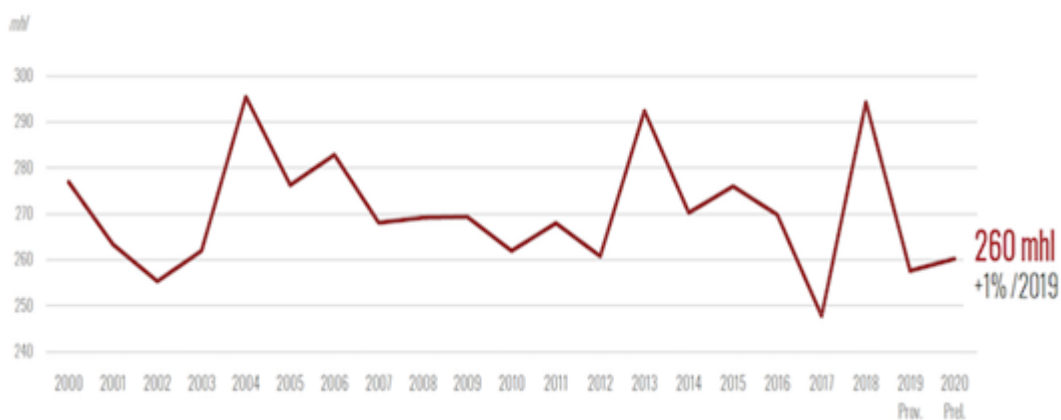
(Εικόνα 5) Source: OIV-International Organization of Vine and Wine

Η παγκόσμια παραγωγή κρασιού το 2020 εκτιμάται (OIV. International Organization of Vine and Wine. 2021) σε 260 εκατομμύρια εκατόλιτρα (Mhl). Πρόκειται για αύξηση 1%, σχεδόν 3 Mhl, από το 2019. Αυτό είναι λίγο κάτω από τον μακροπρόθεσμο μέσο όρο. Από το 2000 έχουμε τρεις πολύ μεγάλες χρονιές, το 2018, το 2013 και το 2004, φτάνοντας τα 290-295 Mhl. Το χειρότερο έτος σε αυτήν την περίοδο ήταν το 2017 που ήταν κάτω από 250 Mhl, δεύτερο μετά το 2002 που έφτασε μόλις τα 255 Mhl. Παρακάτω παρουσιάζονται οι δέκα κορυφαίες οινοπαραγωγές χώρες στον κόσμο:

- Ιταλία 49,1 Mhl
- Γαλλία 46,6 Mhl
- Ισπανία 40,7 Mhl
- ΗΠΑ # 22,8 Mhl
- Αργεντινή 10,8 Mhl
- Αυστραλία 10,6 Mhl
- Νότια Αφρική 10,4 Mhl
- Χιλή 10,3 Mhl
- Γερμανία 8,4 Mhl

- Κίνα # 6,6 Mhl

Το 2020 ήταν κατά κάποιον τρόπο μια απογοητευτική χρονιά για τους οινοπαραγωγούς στην Ευρώπη και όχι μόνο (εικόνα 6). Ορισμένοι από τους οργανισμούς του αμπελοοινικού τομέα κατέληξαν ότι οι αγορές ήταν αδύναμες, η ζήτηση φαινόταν να μειώνεται κυρίως λόγω της πανδημίας. Αυτό τους οδήγησε στο να περιορίσουν τους όγκους παραγωγής (όπως σημειώνει ο ΟΙΒ στα σχόλιά του) ώστε να προσπαθήσουν να διατηρήσουν τις τιμές υψηλά ή να αποφύγουν την πτώση των τιμών όχι μόνο προσπαθώντας αλλά και πετυχαίνοντας τον περιορισμό της παραγωγής.



**Εικόνα 6:** παγκόσμια παραγωγή κρασιού ανά έτος ως 2020 (πηγή ΟΙΒ)

Οι μεγαλύτερες χώρες εξαγωγής κρασιού, μετρημένες σε όγκο, εκατομμύρια εκατόλιτρα, για το 2020 είναι (ΟΙΒ):

Ιταλία: 20,8 Mhl

Ισπανία: 20,2 Mhl

Γαλλία: 13,6 Mhl

Χιλή: 8,5 Mhl

Αυστραλία: 7,5 Mhl

Αργεντινή: 4,0 Mhl

ΗΠΑ: 3,6 Mhl

Νότια Αφρική: 3,6 Mhl

Γερμανία: 3,4 Mhl

Πορτογαλία: 3,1 Mhl

Νέα Ζηλανδία: 2,9 Mhl

Σύμφωνα με το Forbes .com, το 2020 το παγκόσμιο εμπόριο κρασιού φαίνεται να

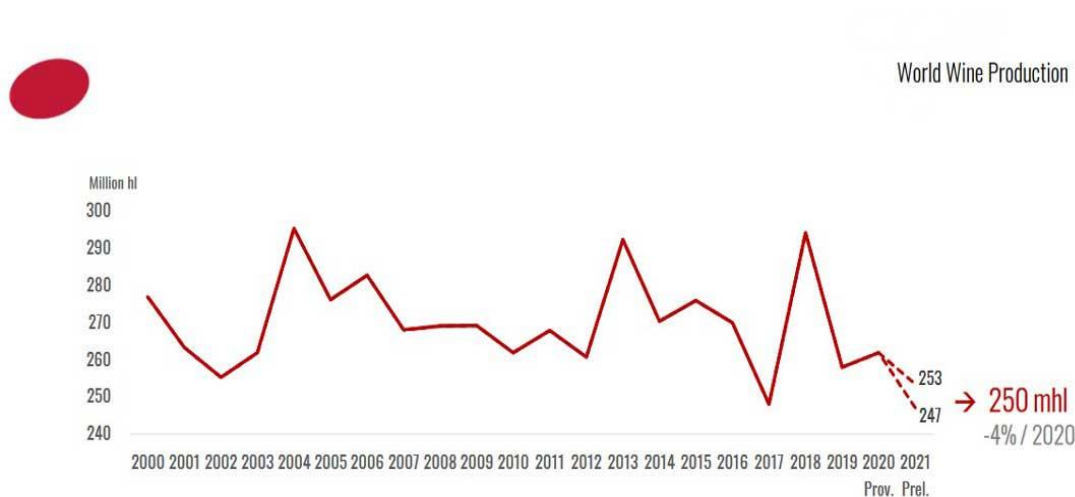
έμεινε λίγο-πολύ στάσιμο ενώ οι τιμές έπεσαν. Πρόκειται φυσικά για αριθμούς που επηρεάζονται σε πολύ μεγάλο βαθμό από το πρώτο έτος της πανδημίας. Αλλά η εξέταση των λεπτομερειών δείχνει μερικά ενδιαφέροντα γεγονότα.

Η Ιταλία είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας κρασιού στον κόσμο, σε όγκο, ακολουθούμενη από την Ισπανία και αρκετά πίσω από τη Γαλλία. Εξετάζοντας την αξία των εξαγωγών, η Γαλλία βρίσκεται σε ένα πολύ άνετο προβάδισμα ως ο μακράν μεγαλύτερος εξαγωγέας. Το παγκόσμιο εμπόριο κρασιού συρρικνώθηκε ελαφρά σε όγκο το 2020 σε 105,8 Mhl, -1,7%. Ωστόσο, μετρημένη σε αξία η πτώση ήταν μεγαλύτερη, οι συνολικές εξαγωγές κρασιού έφτασαν τα 29,6 δισ. ευρώ, -6,7%. Με άλλα λόγια, το παγκόσμιο εμπόριο ήταν σχεδόν σταθερό (σε όγκο) αλλά οι μέσες τιμές έπεσαν. Σύμφωνα με τον ΟΙΥ υπάρχουν αρκετοί προφανείς παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτήν την αρνητική απόδοση: η κρίση του Covid-19 που είχε ιδιαίτερα αρνητική επίδραση σε ορισμένους μεγάλους εξαγωγείς, ο εμπορικός πόλεμος μεταξύ της ΕΕ και οι ΗΠΑ που οδήγησαν σε αμερικανικούς δασμούς στο κρασί, τους κινεζικούς δασμούς στο αυστραλιανό κρασί και την επιβραδυντική επίδραση στο εμπόριο του Brexit.

Αναφορικά τώρα με το 2021 (<https://www.bkwine.com/features/more/2021-wine-production>), ήταν μια χρονιά (σχεδόν) ρεκόρ χαμηλής παραγωγής, με πτώση 4% από το 2020 που ήταν ήδη μια χρονιά μικρής σοδειάς (εικόνα 8). Ήταν οι τρεις μεγάλες χώρες – η Ιταλία, η Γαλλία και η Ισπανία – που είχαν πληγεί από κακές καιρικές συνθήκες σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια της καλλιεργητικής περιόδου. Το χειρότερο χτύπημα δέχθηκε η Γαλλία με 27% λιγότερο κρασί από το 2020. Αυτό σημαίνει ότι η Ισπανία εξελίχθηκε στον δεύτερο μεγαλύτερο παραγωγό κρασιού (εικόνα 7). Τα πρόσφατα ανακοινωθέντα στοιχεία από τον Διεθνή Οργανισμό Αμπέλου και Οίνου (ΟΙΥ) αποκαλύπτουν μια ζοφερή εικόνα για την παγκόσμια παραγωγή κρασιού το 2021.



**Εικόνα 7 :** Παγκόσμια παραγωγή κρασιού ανά χώρα 2021



**Εικόνα 8:** Παγκόσμια παραγωγή κρασιού ανά έτος ως 2021 ( πηγή ΟΙV)

Ο κύριος λόγος της πολύ χαμηλής παραγωγής – στην πραγματικότητα, ο μόνος λόγος – είναι η πολύ μικρή σοδειά σε λίγες ευρωπαϊκές χώρες, και συγκεκριμένα στις τρεις μεγάλες οινοπαραγωγικές χώρες, τις τρεις μεγαλύτερες στον κόσμο, Ιταλία, Γαλλία και Ισπανία. Παρόλα αυτά η Ιταλία εξακολουθεί να είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός κρασιού στον κόσμο. Όμως η Γαλλία έχασε τη δεύτερη θέση της και έπεσε στην τρίτη λόγω της εξαιρετικά κακής συγκομιδής της. Η Ισπανία έγινε ο δεύτερος μεγαλύτερος



παραγωγός κρασιού το 2021. Τα σχεδόν καταστροφικά στοιχεία από τη Γαλλία προκλήθηκαν από πολύ δυσμενείς κλιματικές συνθήκες κατά το μεγαλύτερο μέρος της καλλιεργητικής περιόδου: παγετός, χαλάζι, καταιγίδες και υγρασία το καλοκαίρι (προκαλώντας ασθένειες). Η γαλλική παραγωγή κρασιού είναι η χαμηλότερη από το 1957. Οι πτώσεις στην Ιταλία και την Ισπανία έχουν παρόμοιες αιτίες, αλλά λιγότερο σοβαρές.

### **3.6 Σύνοψη**

Τα παγκόσμια αποθέματα κρασιού παραμένουν ισορροπημένα ή έχουν μειωθεί ελαφρώς. Οι τιμές των χύμα οίνων των περισσότερων ποικιλιών παραμένουν σε γενικές γραμμές αμετάβλητες ή παρουσιάζουν αύξηση. Η παγκόσμια αγορά παρουσιάζει μεταβολή αναφορικά με την οινοπαραγωγό Γαλλία η οποία καταλαμβάνει πια την τρίτη θέση παγκοσμίως.

Όσον αφορά τον ελληνικό αμπελοοινικό τομέα, ορισμένες μεγάλες εταιρείες έχουν πραγματοποιήσει σημαντικές επενδύσεις και έχουν περάσει στην παραγωγή εμφιαλωμένου κρασιού. Η ποιότητα και η φήμη του εμφιαλωμένου κρασιού έχουν βελτιωθεί τα τελευταία χρόνια.

Η σημαντική βελτίωση της ποιότητας του κρασιού τα τελευταία χρόνια αποδεικνύεται από το γεγονός ότι κερδίζει συνεχώς βραβεία σε διεθνείς διαγωνισμούς. Πολλές εταιρείες επενδύουν στον εκσυγχρονισμό και στις νέες τεχνολογίες. Έτσι, το ελληνικό κρασί έχει αρχίσει να αποκτά ένα νέο προφίλ αναγνώρισης στην παγκόσμια κατάταξη.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>

### Το κρασί στην Ελλάδα

#### 4.1 Γενικά στοιχεία

Στην αρχαία Ελλάδα το κρασί ήταν το προτιμώμενο ποτό των θεών και των ανθρώπων, το χρησιμοποιούσαν δε για θεραπευτικούς-ιαματικούς και θρησκευτικούς στόχους (Μαραγκού, 1992)

Ως σημεία σταθμοί στην νεότερη ιστορία του ελληνικού κρασιού μπορούν να αναφερθούν τα παρακάτω:

- 1859 ο Γουστάβος Κλάους αναπτύσσει τον «*Αμπελώνα της Αχαΐας*» και στην πορεία την πρώτη μεγάλη οινοβιομηχανία της *Αχαΐα Κλάους*. Το 1872 η οινοποιία της της Achaia Clauss μετατρέπεται σε μεγάλη μετοχική εταιρία και ένα χρόνο αργότερα παράγεται η *Μαυροδάφνη* ένας γλυκός επιδόρπιο οίνος από ώριμα κόκκινα σταφύλια που προωθήθηκε και ως θεραπευτικό ελιξίριο και το συνεχίζει να υπάρχει ως τις μέρες μας.
- 1879 ο Ιωάννης Μπουτάρης ιδρύει την εταιρεία *Μπουτάρη Οινοποιητική* το στο Στενήμαχο της Νάουσας. Η εταιρεία έκανε το ξεκίνημα της με πρωτοποριακό εγχείρημα την παραγωγή της «*ΝΑΟΥΣΑΣ ΜΠΟΥΤΑΡΗ*», που ήταν το πρώτο ερυθρό εμφιαλωμένο κρασί που κυκλοφόρησε στον ελλαδικό χώρο. Η Μπουταρη οινοποιητική συνέβαλλε στην διαφύλαξη και ανάπτυξη της ποικιλίας Ξυνομαυρο και επιπλέον στην ανάδειξη της την αμπελοοινικής ζώνης της Νάουσας ως Π.Ο.Π
- 1895 ο Βασίλης Κουρτάκης που υπήρξε ο πρώτος διπλωματούχος Έλληνας οινολόγος της νεότερης Ελλάδας, ξεκινά το οινοποιητικό του ταξίδι από το Μαρκόπουλο Αττικής όπου το οινοποιείο που δημιούργησε διέθετε και το δικό του εργαστήριο. Παρότι η εταιρία Κουρτάκη έχει ταυτιστεί με την ρετσίνα σήμερα συγκαταλέγεται μεταξύ των κορυφαίων οινο-βιομηχανιών της χώρας.
- 1934 στην Σάμο δημιουργείται η «*Ένωση Οινοποιητικών Συνεταιρισμών Σάμου*» η οποία συνέβαλε στην συντήρηση ενός από τους σημαντικότερους αμπελώνες ανά τον κόσμο
- 1965 κυκλοφορεί το Κατώγι Αβέρωφ, ένα πρότυπο κόκκινο κρασί που προερχόταν από τα πρώτα κλίματα της γαλλικής ποικιλίας Cabernet Sauvignon,

που φυτεύτηκαν από τον Ευάγγελο Αβέρωφ στις πλαγιές της Πίνδου και εμφανίστηκε στο κατάγι του σπιτιού του που βρισκόταν στο Μέτσοβο. Το κρασί αυτό έκανε ρεκόρ πωλήσεων φτάνοντάς τους 400.000 φιάλες.

- 1971 κυκλοφορεί το πρώτο «ελληνικό Cabernet» το Chateau Carras, που προερχεται από τις Πλαγιές του Μελίτων Χαλκιδικής και το οποίο είναι ένα βιολογικό προϊόν που είχε παραχθεί με μοντέρνες για την εποχή καλλιεργητικές τεχνικές.
- 1981 κυκλοφορεί ο Λευκός Αγιορείτικος του Τσάνταλη που περιείχε τις ποικιλίες Αθήρι Ασύρτικο, και Ροδίτη, ο οποίος και αναζωογόνησε την αμπελουργία του Αγίου Όρους.
- 1981 κυκλοφορεί το Αγιωργίτικο του κτήματος Παπαϊωάννου στην Νεμέα σπάζοντας την κυριαρχία των Cabernets

## 4.2 Η ελληνική οινική πραγματικότητα

Η Ελλάδα αποτελεί μια μικρή οινική χώρα, η οποία διαθέτει οινοπαραγωγικούς αμπελώνες έκτασης περίπου 64.000 στρεμμάτων. Το μεγαλύτερο ποσοστό του παραγόμενου οίνου καταναλώνεται εντός της χώρας, είτε από τους ντόπιους είτε από τους χιλιάδες τουρίστες που καταφθάνουν στην χώρα, γεγονός που σημαίνει ότι ένα μόνο μέρος της συνολικής εγχώριας παραγωγής τελικά εξάγεται.

Η μέση ετήσια εγχώρια παραγωγή κρασιού για το 2020 και το 2021 ήταν 2,3 και 1,7 Mhl αντίστοιχα, με αποτέλεσμα η χώρα μας να κατατάσσεται στην 17η θέση των οινοπαραγωγικών χωρών παγκοσμίως για το 2020. Το 2021 δε τα κρασιά ΠΟΠ αντιστοιχούσαν στο 9,5% της συνολικής εγχώριας οινοπαραγωγής, ενώ τα κρασιά ΠΓΕ στο 23,5% (ΚΕΟΣΟΕ).

Ο ελληνικός αμπελώνας είναι μικρός και κατακερματισμένος με το μέσο μέγεθος του να βρίσκεται λίγο άνω των 5 στρεμμάτων. Στη χώρα υπάρχουν περίπου 180.000 καλλιεργητές, για ορισμένους δε από αυτούς η αμπελοκαλλιέργεια δεν αποτελεί την κύρια απασχόληση τους αλλά είτε είναι συνοδευτικό εισόδημα είτε πρόκειται για κληρονομικό αμπελώνα. Στην Ελλάδα παράγεται κυρίως λευκό κρασί ενώ το κόκκινο αποτελεί μόνο το 1/3 της συνολικής παραγωγής. Αναφορικά με τις ποικιλίες το 90%

των φυτεύσεων αφορά σε αυτόχθονες ποικιλίες σταφυλιών, με το λευκό Σαββατιανό σταφύλι να κατέχει την πρώτη θέση ενώ έπεται ο ερυθρωπός Ροδίτης. Η ποικιλία Αγιωργίτικο κυριαρχεί μεταξύ των ερυθρών σταφυλιών με το Ξινόμαυρο και το Μοσχάτο Αμβούργου να ακολουθούν. Τέλος από τις εισαγόμενες ποικιλίες περισσότερο δημοφιλείς είναι τόσο το Cabernet Sauvignon όσο και το Merlot (<https://winesofgreece.org/el/articles>).

### **4.3 Οινικά δεδομένα εισαγωγών εξαγωγών**

Κατά την περίοδο 2021-2022 (πίνακας 1) η παραγωγή των ποικιλιακών οίνων παρουσίασε μείωση κατά 17,63% με την κατηγορία ΠΟΠ οίνων να μειώνεται κατά 13,01%. Παράλληλα μικρή άνοδο 3,29% κατέγραψαν οι ΠΓΕ οίνοι. Σύμφωνα με την εκτίμηση της ΚΕΟΣΟΕ αυτό οφείλεται στα ακραία καιρικά φαινόμενα της δεδομένης περιόδου.

<b>Κατηγορία Οίνων</b>	<b>Ποσοστιαία % μεταβολή 2021/2020</b>
Οίνοι ΠΟΠ	-13,01
Οίνοι ΠΓΕ	+3,29
Ποικιλιακοί οίνοι	-17,63
Οίνοι χωρίς ΓΕ	-35,51

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1:** παραγωγή ανά κατηγορία οίνων (πηγή ΚΕΟΣΟΕ)

Αντίστοιχα ελαττωμένος κατά 28,88% ήταν ο όγκος οινοπαραγωγής για το 2021 σε σύγκριση με τον μέσο όρο της τελευταίας 5ετίας (Εικόνα 9).

Η μείωση της παραγωγή οίνου το 2021 επέδρασε αρνητικά στο εισόδημα των αμπελοκαλλιεργητών, παρόλη την μικρή αύξηση του 5% με 8% που παρατηρήθηκε στις τιμές των σταφυλιών που προορίζονταν για οινοποίηση στις μεγάλες αμπελουργικές ζώνες της πατρίδας μας, γεγονός ενέτεινε την παρατηρούμενη εγκατάλειψη των μικρών αμπελουργικών εκμεταλλεύσεων ([winetrails.gr](http://winetrails.gr)).

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΗ (σε 1000 HL)									
ΕΤΗ	ΟΙΝΟΙ ΧΩΡΙΣ ΠΟΠ/ΠΓΕ	ΠΟΠ	ΠΓΕ	ΠΟΙΚΙΛΙΑΚΟΙ ΟΙΝΟΙ	ΆΛΛΟΙ ΟΙΝΟΙ ΚΑΙ ΓΛΕΥΚΗ	ΠΗΓΗ: ΥΠ. ΓΕΩΡΓΙΑΣ			
						ΣΥΝΟΛΟ	ΜΟ 5 ΕΤΙΑΣ	Μεταβολή πραγ. έτους	Μεταβολή τρέχοντος έτους με ΜΟ βετίας
1990	2.766	259			501	3.526			
1991	3.381	199			436	4.016		13,90	
1992	3.543	236			271	4.050		0,85	
1993	3.184	203			5	3.392		-16,25	
1994	2.795	223			33	3.051		-10,05	
1995	3.554	266			30	3.850	3.607,0	26,19	6,74
1996	3.738	313			58	4.109	3.671,8	6,73	11,91
1997	3.602	342			43	3.987	3.690,4	-2,97	8,04
1998	3.466	358			2	3.826	3.677,8	-4,04	4,03
1999	3.343	337			0	3.680	3.764,6	-3,82	-2,25
2000	3.224	327			7	3.558	3.890,4	-3,32	-8,54
2001	3.037	338			2	3.377	3.832,0	-5,09	-11,87
2002	2.836	249			13	3.098	3.685,6	-8,26	-15,94
2003	3.491	372			1	3.864	3.507,8	24,73	10,15
2004	3.929	366				4.295	3.515,4	11,15	22,18
2005	3.755	338				4.093	3.638,4	-4,70	12,49
2006	3.530	370				3.900	3.745,4	-4,72	4,13
2007	3.150	350				3.500	3.850,0	-10,26	-9,09
2008	3.510	345			12	3.867	3.930,4	10,49	-1,61
2009	2.254	340	485		285	3.364	3.931,0	-13,01	-14,42
2010	2.270	280	550			3.100	3.744,8	-7,85	-17,22
2011	1.716	280	470		284	2.750	3.546,2	-11,29	-22,45
2012	2.099	310	571	70	65	3.115	3.316,2	13,27	-6,07
2013	2.358	315	600	70		3.343	3.239,2	7,32	3,20
2014	2.010	237	439	114		2.800	3.134,4	-16,24	-10,67
2015	1.729	234	427	111		2.501	3.021,6	-10,68	-17,23
2016	1.737,1	243,7	481,6	118,2		2.580,6	2.901,8	3,18	-11,07
2017	1.716,1	234	440	111		2.501,1	2.867,9	-3,08	-12,79
2018	1.510,3	200,6	392,7	131,03	1	2.235,2	2.745,1	-10,63	-18,58
2019	1.699,0	162,8	379,8	175,6	7	2.424,2	2.523,6	8,46	-3,94
2020	1.528,7	186,7	387,1	179,9	1	2.283,2	2.448,4	-5,82	-6,75
2021*	985,8	162,4	399,85	148,18	14	1.710,4	2.404,8	-25,09	-28,88
ΠΗΓΗ Υπ.ΑΑΤρ, ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΕ ΟΣΟΕ * α' εκτίμηση									

Εικόνα 9 :Μεταβολή όγκου ελληνικής οινοπαραγωγής

Στον πίνακα 2 φαίνεται ότι η μεταβολή της ποσότητας των εισαγωγών του οίνου μεταξύ 2020 (έτος έναρξης πανδημίας) και 2021 ήταν +53,9% ενώ η αντιστοιχη αξία των εισαγωγών έφτασε στο +84,85% (πίνακας 3)

<b>Έτος</b>	<b>Χώρες ΕΕ</b>	<b>Τρίτες χώρες</b>	<b>Σύνολο</b>
<b>2004</b>	25.046	160	25.207
<b>2005</b>	14.721	260	14.981
<b>2006</b>	16.071	226	16.297
<b>2007</b>	18.740	1.930	20.670
<b>2008</b>	25.458	401	25.859
<b>2009</b>	17.426	692	18.119
<b>2010</b>	14.425	525	14.950
<b>2011</b>	21.137	505	21.642
<b>2012</b>	17.139	752	17.891
<b>2013</b>	16.880	463	17.343
<b>2014</b>	16.374	227	16.601
<b>2015</b>	14.133	182	14.315
<b>2016</b>	20.572	221	20.793
<b>2017</b>	16.529	309	16.838
<b>2018</b>	16.811	648	17.459
<b>2019</b>	22.250	1.350	23.600
<b>2020</b>	11.906	341	12.247
<b>2021</b>	17.903	945	18.848
<b>Μεταβολή από 2020 σε 2021</b>	<b>50,37%</b>	<b>177,13%</b>	<b>53,90%</b>
ΜΟ 5ετίας	17.614	574	18.187
<b>% Μεταβολή</b>	<b>1,64%</b>	<b>64,71%</b>	<b>3,63%</b>
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία: ΚΕΟΣΟΕ			

**Πίνακας 2** :Εισαγωγές οίνου 2004 - 2021 (σε tn)

Έτος	Χώρες ΕΕ	Τρίτες χώρες	Σύνολο
2000	20.223.030	195.802	20.418.832
2001	27.968.464	253.513	28.221.977
2002	43.762.962	401.341	44.164.303
2003	22.670.144	1.039.983	23.710.127
2004	27.381.169	1.041.221	28.422.390
2005	14.342.672	933.551	15.276.223
2006	27.896.772	768.908	28.665.680
2007	30.348.428	2.673.824	33.022.252
2008	35.595.421	1.576.704	37.172.125
2009	27.902.423	2.191.097	30.093.520
2010	23.010.076	1.911.486	24.921.562
2011	24.810.560	1.782.135	26.592.695
2012	25.261.980	1.246.826	26.508.806
2013	26.829.498	783.322	27.612.820
2014	29.139.790	862.221	30.002.011
2015	28.752.216	898.120	29.650.336
2016	32.728.603	1.137.145	33.865.748
2017	35.745.222	1.270.092	37.015.314
2018	40.947.775	1.222.686	42.170.461
2019	46.952.550	1.425.644	48.378.194
2020	28.172.945	930.050	29.102.995
2021	51.610.129	2.185.485	53.795.614
<b>Μεταβολή από 2020 σε 2021</b>	<b>83,19%</b>	<b>134,99%</b>	<b>84,85%</b>
ΜΟ 5ετίας	36.909.419	1.197.123	38.106.542
<b>% Μεταβολή</b>	<b>39,83%</b>	<b>82,56%</b>	<b>41,17%</b>
<i>Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία: ΚΕΟΣΟΕ</i>			
<b>Πίνακας 3 :Αξία εισαγωγών οίνου 2000 - 2021 σε (€)</b>			

Αντίστοιχα οι ποσότητα των εξαγωγών της περιόδου 2020-2021 αυξήθηκε κατά 7,43%(πίνακας 4) με την αξία των εξαγωγών να φτάνει το +19,92% (πίνακας 5)

Έτος	Χώρες ΕΕ	Τρίτες χώρες	Σύνολο
2004	33.644	5.111	37.855
2005	36.244	4.084	40.328
2006	35.218	3.971	39.188
2007	32.889	5.176	38.065
2008	25.458	4.627	30.085
2009	30.094	3.715	33.809
2010	27.594	5.004	32.597
2011	32.515	4.903	37.418
2012	31.569	4.554	36.123
2013	22.642	4.472	27.114
2014	23.502	4.327	27.829
2015	23.340	4.675	28.015
2016	25.428	4.837	30.266
2017	24.826	5.186	30.012
2018	27.641	4.851	32.492
2019	23.194	5.157	28.351
2020	21.337	4.744	26.081
2021	19.875	8.143	28.018
Μεταβολή από 2020 σε 2021	-6,85%	71,65%	7,43%
ΜΟ 5ετίας	24.485	4.955	<b>29.440</b>
<b>% Μεταβολή</b>	<b>-18,83%</b>	<b>64,34%</b>	<b>-4,83%</b>
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία: ΚΕΟΣΟΕ			
<b>Πίνακας 4: Εξαγωγές οίνου 2004 - 2021 (σε tn)</b>			



Έτος	Χώρες ΕΕ	Τρίτες χώρες	Σύνολο
2000	57.668.969	10.809.683	68.478.652
2001	67.346.823	11.624.787	78.971.610
2002	40.238.086	10.749.167	50.987.253
2003	55.576.724	10.671.173	66.247.897
2004	56.489.199	12.837.954	69.327.153
2005	52.892.921	10.380.737	63.273.658
2006	48.719.366	11.055.198	59.774.564
2007	49.904.134	13.372.844	63.276.978
2008	46.905.716	13.096.354	60.002.070
2009	47.804.230	11.310.051	59.114.281
2010	45.373.139	13.068.375	58.441.514
2011	50.308.473	15.445.299	65.753.772
2012	49.233.059	17.126.718	66.359.777
2013	43.129.454	16.180.010	59.309.464
2014	45.991.432	16.645.812	62.637.244
2015	46.875.055	19.997.875	66.874.945
2016	52.592.841	21.124.599	73.717.440
2017	52.841.750	24.090.923	76.932.673
2018	59.385.245	23.215.976	82.601.221
2019	53.813.571	25.703.669	79.517.240
2020	48.563.737	22.106.013	70.669.750
2021	46.693.405	38.052.340	84.745.745
Μεταβολή από 2020 σε 2021	-3,85%	72,14%	19,92%
ΜΟ πενταετίας	53.439.429	23.248.236	76.687.665
% Μεταβολή	-12,62%	63,68%	10,51%
<i>Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία: ΚΕΟΣΟΕ</i>			
Πίνακας 5: Αξία εξαγωγών οίνου 2000 - 2021 σε (€)			

#### 4.4 Πανδημία: διαχείριση επιπτώσεων της στον ελληνικό αμπελοοινικό κλάδο

Ο Αμπελοοινικός Κλάδος της χώρας μας επλήγη σημαντικά από την πανδημία του Κορωνοϊού γεγονός που αναγνωρίστηκε και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, με την έκδοση και σχετικών Εκτελεστικών Κανονισμών. Το «κλείσιμο» της εστίασης και του τουρισμού προκάλεσε τεράστια πτώση των πωλήσεων καθώς και των εξαγωγών. Όπως έχει γίνει εμφανές η κρίση δεν θα είναι προσωρινή αλλά θα απαιτηθεί χρόνος και επενδύσεις για να επανακάμψει το τομέας.

Ανάμεσα στα βραχυπρόθεσμα μέτρα που προκρίθηκαν τόσο σε ελληνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κρίσης και την αποσυμφόρηση του τονάζ των πλεονασμάτων οίνου ο οποίος θα οδηγούσε σε υπερπροσφορά μετά τον νέο τρύγο ενώ θα δημιουργούσε και πρόβλημα στην αποθήκευση, ήταν και τα παρακάτω:

- η ιδιωτική αποθεματοποίηση : Σύμφωνα με το άρθρο 32 του 2018/273 κανονισμού της ΕΕ, όλοι οι παραγωγοί κρασιού, οι εμφιαλωτές, οι μεταποιητές και οι έμποροι που διαθέτουν αποθέματα, εμφιαλωμένα ή μη, υποχρεούνται στην υποβολή των αποθεμάτων οίνου & γλεύκους που διαθέτουν στις 31 Ιουλίου κάθε έτους, ανεξαρτήτως της χρονιάς εσοδείας τους. Έχουν δε προθεσμία διαπεραίωσης 41 ημέρες , ήτοι από την 1/8 έως και τις 10/9 κάθε έτους. Σε περιπτώσεις μη υποβολής των υποχρεωτικών δηλώσεων αποθεμάτων οίνου εντός των προβλεπόμενων προθεσμιών επιβάλλονται κυρώσεις με τη μορφή χρηματικού προστίμου σύμφωνα το άρθρο 10 της υπ. αριθμ. 2453/235850/20-09-2019 Υπουργικής Απόφασης (βλ. ΦΕΚ 3673/Β'/20-9-2019). Κατά την διάρκεια της πανδημίας ζητήθηκε επιδότηση από την Κ.Ε.Ο.Σ.Ο.Ε. της ιδιωτική αποθεματοποίηση του επιτραπέζιου οίνου, του γλεύκους σταφυλιών, του συμπυκνωμένου γλεύκους σταφυλιών καθώς και του διορθωμένου συμπυκνωμένου γλεύκους σταφυλιών.
- ο πράσινος τρύγος : Με το ΦΕΚ 2594/Β/26.06.2020 εφαρμόστηκε στην χώρα μας για πρώτη φορά το μέτρο του «πράσινου τρύγου ή πρώιμης συγκομιδής» των οινοστάφυλων που δεν είναι παρά η συνολική καταστροφή ή απομάκρυνση των σταφυλιών που δεν έχουν ακόμη ωριμάσει με συνέπεια τον μηδενισμό της απόδοσης της συγκεκριμένης έκτασης. Το συγκεκριμένο μέτρο στοχεύει στην στήριξη των αμπελοκαλλιεργητών ώστε τα αμπέλια τους να γίνουν οικονομικά βιώσιμα. Το πρόγραμμα «Πράσινος Τρύγος» 2022 του Υπουργείου Αγροτικής

Ανάπτυξης & Τροφίμων έφτασε στο συνολικό ύψους 500.000 ευρώ.

- η απόσταξη κρίσης: Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων προκειμένου να αντιμετωπίσει τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας έθεσε σε ισχύ το πρόγραμμα στήριξης *Απόσταξη οίνου σε περίπτωση κρίσης* «σύμφωνα με το άρθρο 3 του κατ' εξουσιοδότηση Κανονισμού (ΕΕ) 2020/592 όπως τροποποιήθηκε από τον καν. (ΕΕ) 2021/95» (ΚΥΑ αριθμ. 1903/194939/22-7-2021 (Β' 3275). Με αυτό τον τρόπο οι οινοπαραγωγοί που επιθυμούσαν να διαθέσουν προς απόσταξη ποσότητα οίνου παραγωγής τους που είχαν σε δεξαμενές, μπορούσαν να υποβάλλουν αίτηση για την ένταξη τους στο εν λόγω πρόγραμμα. Απαραίτητη προϋπόθεσή ήταν να έχει προηγηθεί η δήλωση των συνολικών αποθεμάτων του στην ψηφιακή πλατφόρμα "*Δήλωση παραγωγής / αποθεμάτων / επεξεργασίας - εμπορίας οίνου*". Για το 2021 η οικονομική ενίσχυση σε 83 δικαιούχους από την εφαρμογή του μέτρου , έφτασε στο ύψος των 12.075.642,90 ευρώ.

#### 4.5 Στοιχεία Νομοθεσίας Οίνου

Ο άμπελο-οινικός τομέας καθορίζεται από την πλέον σύνθετη νομοθεσία σε σχέση με τα λοιπά αγροτικά προϊόντα. Ο οίνος στην ΕΕ είναι το πιο αυστηρά νομοθετικά καθορισμένο γεωργικό προϊόν ενώ αναφορικά με την ελληνική νομοθεσία αυτή καλύπτεται από την ευρωπαϊκή σε σημαντικό βαθμό.

Το περιεχόμενο της ετικέτας των φιαλών κρασιού ρυθμίζεται από συγκεκριμένους κανόνες και αποτελεί την «ταυτότητα» του. Στην ετικέτα υπάρχουν οι λεγόμενες υποχρεωτικές ,βάση νομοθεσίας, αναγραφές οι οποίες είναι οι παρακάτω (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2020):

- **η ονομασία κατηγορίας** του προϊόντος, δηλαδή εάν πρόκειται για λικέρ, οίνο, αφρώδη οίνο, λιαστό κ.α.
- **η καθαρή ποσότητα του περιέκτη-φιάλης**, (π.χ. 750ml)
- **ο αλκοολικός τίτλος** π.χ. 12,5% vol.
- **η παρουσία αλλεργιογόνων ουσιών** όπως καζεΐνης, αλβουμίνης ή θειωδών (π.χ. περιέχει θειώδη).
- **η ένδειξη προέλευσης** δηλαδή η περιοχή καλλιέργειας και παραγωγής σταφυλιών και οίνου.
- **η ονομασία του εμφιαλωτή** ενώ στους αφρώδης οίνους αναγράφεται η

**επωνυμία του παραγωγού ή του πωλητή.**

- **η ονομασία του εισαγωγέα** στους οίνους εισαγωγής.
- **η περιεκτικότητα σε ζάχαρη** με ένδειξη, π.χ. Ξηρός, γλυκός, ημίγλυκος κλπ
- **η ένδειξη ΠΟΠ ή ΠΓΕ** με ταινία ελέγχου ή κωδικό εμφιάλωσης αντίστοιχα. Όταν πρόκειται για κρασί ΠΟΠ ή ΠΓΕ δύναται να παραληφθεί η ονομασία αμπελοοινικού προϊόντος.
- **ο αριθμός της παρτίδας.**

Η ελληνική νομοθεσία οίνου που θεσπίστηκε το 1971 έχει υποστεί αρκετές τροποποιήσεις, ενώ αναφέρει δύο βασικές κατηγορίες οίνου, εκείνους με **Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π.)** και τους **Επιτραπέζιους Οίνους**. (Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας, 2016). Στην πρώτη κατηγορία υπάγονται οι πρώην οίνοι Ο.Π.Α.Π. (δηλ Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας) και οι Ο.Π.Ε. (δηλ .Ονομασία Προέλευσης Ελεγχόμενη). Στην χώρα μας έχουν οροθετηθεί γεωγραφικές ζώνες οινοπαραγωγών περιοχών στις οποίες ισχύουν αυστηρές δεσμεύσεις για τα κρασιά που θα παραχθούν σε αυτές όπως:

- Η ποιότητα και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του κρασιού να οφείλονται αποκλειστικά στο ειδικό γεωγραφικό περιβάλλον καλλιέργειας της πρώτης ύλης.
- Τα σταφύλια από τα οποία προέρχεται το κρασί να καλλιεργούνται μόνο μέσα στην συγκεκριμένη γεωγραφική ζώνη.
- Το οινοποιείο παραγωγής του οίνου να εδράζεται επίσης στη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.
- Να υπάρχουν συγκεκριμένες ποικιλίες μέσα στην κάθε γεωγραφική ζώνη, ενώ συχνά ορίζεται τόσο η αναλογία τους όσο και τα τεχνικά χαρακτηριστικά της οινοποίησής τους.
- Τα κρασιά τους είναι υποχρεωτικό να έχουν στο στόμιό τους την ενδεικτική ταινία ασφαλείας.
- Η εμφιάλωση τους γίνεται μόνο σε γυάλινη φιάλη ενώ έχουν πώμα φελλού.

## 4.6 Προοπτικές

Σε όλη την χώρα αναπτύσσονται συνεχώς νέοι οινοπαραγωγικοί αμπελώνες. Ταυτόχρονα πολλά κτήματα δραστηριοποιούνται στον τομέα του οινικού τουρισμού συμβάλλοντας και στην διαφήμιση των εγχωρίων κρασιών στην πληθώρα των οινόφιλων τουριστών. Το μεσογειακό κλίμα, οι μοναδικές ντόπιες ποικιλίες σταφυλιών αλλά και το πάθος σε συνδυασμό με τη διαρκώς αυξανόμενη γνώση των οινοπαραγωγών μας καθιστούν τα ελληνικά κρασιά μοναδικά και με διεθνή αναγνώριση.

Αν συγκρίνει κανείς τις βιομηχανίες οίνου της χώρας μας με εκείνες του εξωτερικού εύκολα θα διαπιστώσει ότι υπολείπονται σε μέγεθος. Όμως το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των ελληνικών οίνων στηρίζεται στην μοναδικότητα των ελληνικών τοπικών ποικιλιών όπως είναι το αγύρτικο, το αγιωργίτικο, το ξινόμαυρο κλπ.

Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat (<https://gr.oensights.com>) οι εξαγωγές του ελληνικού κρασιού για το διάστημα Ιαν-Νοεμβ. 2022 σημείωσαν 17% αύξηση στην συνολική αξία και 6.5% αύξηση στην συνολική ποσότητα σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2021 κατακτώντας νέο ρεκόρ συνολικής αξίας 91εκ

Η περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου αποτελεί την μοναδική επιλογή της ελληνικής οινοβιομηχανίας προκειμένου να μπορέσουν να ανταγωνιστούν με προοπτική τα ξένα οινοποιητικά προϊόντα. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω:

- Της στήριξης της αμπελοκαλλιέργειας και της οινοπαραγωγής
- Την οικοδόμηση ισχυρών δεσμών μεταξύ των μελών της αμπελοοινικής ομάδας
- Την εγκατάσταση μιας μελλοντικής δια λειτουργικής βιώσιμης ανάπτυξης.

Αναγκαία προϋπόθεση για την επίτευξη των παραπάνω στόχων είναι ενεργοποίηση και η συνεργασία όλων των εμπλεκομένων στον τομέα της οινοποίησης ,μέσα και από την Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου (ΕΔΟΑΟ), για την πραγματοποίηση του κοινού οράματος που δεν μπορεί να είναι άλλο από το να λάβουν τα ελληνικά ,τυποποιημένα κρασιά την αναγνώριση και αξία που τους αντιστοιχεί.

Έτσι απαραίτητος κρίνεται ένας εθνικός στρατηγικός σχεδιασμός που θα στοχεύει :

- ✓ Ανάπτυξη μέσω της αυθεντικότητας των γηγενών ποικιλιών αμπέλου και άρα και των ελληνικών κρασιών
- ✓ Στην στήριξη της καινοτομίας και στην προώθηση του οινοτουρισμού

- ✓ Στην διαρκή επιστημονική εξέλιξη όλων των εμπλεκομένων του κλάδου και την επένδυση στις νέες τεχνολογίες
- ✓ Την συνεχή παρακολούθηση των παγκόσμιων εξελίξεων στον τομέα του κρασιού και της αμπέλου και την συνεχομένη επικαιροποίηση της εθνικής στρατηγικής με βάση τις διεθνείς απαιτήσεις (Δημόπουλος, 2013)

#### **4.7 Σύνοψη**

Στον κλάδο την εγχώριας οινοπαραγωγής δραστηριοποιείται ένα πλήθος μικρομεσαίων κυρίως επιχειρήσεων αλλά και ένα σύνολο Αγροτικών Συνεταιρισμών. Οι Εισαγωγές κρασιού βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα οπότε και είναι μικρός ο αριθμός των επιχειρήσεων που ασχολούνται με τον εν λόγω τομέα. Τα εγχώρια οινικά προϊόντα καλύπτουν την εσωτερική ζήτηση με αποτέλεσμα η εισαγωγική διείσδυση να διατηρείται χαμηλά. Δεν συμβαίνει όμως το ίδιο με τις εξαγωγικές παραγγελίες οι οποίες σημειώνουν άνοδο.

Τα ελληνικά οινικά προϊόντα χαρακτηρίζονται από μοναδικότητα και υψηλή ποιότητα εξαιτίας κυρίως και των αυξημένων επενδύσεων του οινοποιητικού τομέα τόσο σε τεχνογνωσία όσο και σύγχρονη τεχνολογία.

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup>

### Η κατανάλωση του κρασιού

#### 5.1 Γενικά στοιχεία

Όλοι οι άνθρωποι στην καθημερινή μας ζωή προβαίνουμε σε αγοραπωλησίες οι οποίες στοχεύουν στην χρήση υπηρεσιών ή στην απόκτηση αγαθών έτσι ώστε να ικανοποιήσουμε συγκεκριμένες ανάγκες μας.

Η δυνατότητα κατανάλωσης του ατόμου είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την επιβίωση του, την ποιότητα της ζωής του, τις σχέσεις του και την στάση ζωής του. Η καταναλωτική συμπεριφορά του ατόμου αποτελεί αντικείμενο μελέτης πολλών και διαφορετικών επιστημονικών κλάδων όπως είναι η οικονομική επιστήμη, η κοινωνιολογία, η ψυχολογία κλπ αλλά και των επιχειρήσεων οι οποίες παράγουν και προωθούν τα προϊόντα τους στην αγορά.

Τα ανθρώπινα όντα έχουν αμέτρητες επιθυμίες αλλά περιορισμένους πόρους, και αυτός ο περιορισμός τους οδηγεί στο να επιλέγουν μεταξύ των εναλλακτικών. Οι καταναλωτές ενθαρρύνονται να γνωρίζουν την πιο πρόσφορη εναλλακτική χρήση ενός πόρου (π.χ. χρήματος και χρόνου), η οποία είναι γνωστή ως *Κόστος ευκαιρίας*. Πρόκειται για το κόστος που προέρχεται την επίτευξη μιας δοσοληψίας συγκριτικά με το διαφυγόν κέρδος που θα επέφερε μια διαφορετική συναλλαγή (Becker et al., 1974).

Ως *συμπεριφορά του καταναλωτή (consumer behavior)* -δηλ του ατόμου που επιλέγει αγαθά και υπηρεσίες για την κάλυψη των αναγκών του- ορίζεται η διαδικασία λήψης αποφάσεων αλλά και η επακόλουθη δραστηριότητα που πραγματοποιεί το άτομο κατά την αξιολόγηση, την κτήση και τελικά την χρησιμοποίηση ή όχι των προϊόντων (Rucker et al, 2014).

Στην σύγχρονη εποχή-και κυρίως στην Covid και μετα-Covid περίοδο - παρατηρείται η ταχεία μετάβαση της αγοραστικής τάσης από τις αγορές μέσω φυσικής παρουσίας στις αγορές μέσω διαδικτύου. Ως *διαδικτυακή συμπεριφορά του καταναλωτή (e-consumer behaviour)* ορίζεται η διαδικασία λήψης αποφάσεων του καταναλωτή για τις ηλεκτρονικές αγορές προϊόντων, η οποία βασίζεται σε ανάγκες και προσδοκίες για την κάλυψη τους. Και ενώ οι ανάγκες διαφέρουν ανάλογα με τον αγοραστή, οι καινούργιες προσδοκίες που καθορίζουν την καταναλωτική συμπεριφορά στο διαδίκτυο εμφανίζουν πολλά κοινά στοιχεία (Öztürk & Engizek, 2017).

Έτσι προσδοκίες όπως είναι η διαθεσιμότητα των προϊόντων, η διαφάνεια στην παράδοση, η πολιτική επιστροφών, η προσιτή τιμή αποστολής, η ταχεία αποστολή κλπ επιδρούν καθοριστικά στον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές λαμβάνουν αποφάσεις για τις ηλεκτρονικές αγορές τους καθώς και για το αν μείνουν πιστοί πελάτες μετά την αγορά τους ή όχι. Οι ηλεκτρονικές αγορές δίνουν την δυνατότητα στους καταναλωτές να αγοράζουν οποιαδήποτε στιγμή θελήσουν, από οπουδήποτε θέλουν, χρησιμοποιώντας οποιαδήποτε συσκευή και οποιαδήποτε πλατφόρμα να ψωνίζουν όποτε, οπουδήποτε θέλουν σε πολλά κανάλια, σε διάφορες πλατφόρμες και συσκευές. (Lee et. Al., 2019)

Οι Smith & Mitry (2007) υποστηρίζουν ότι η κατά κεφαλήν κατανάλωση κρασιού σχετίζεται με τις γενικές οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σε μια χώρα, καθώς και με την αυξανόμενη συνείδηση για την υγεία των καταναλωτών με τη στροφή σε ποτά που περιέχουν λιγότερο αλκοόλ.

## 5.2 Παράγοντες διαμόρφωσης καταναλωτικής συμπεριφοράς

Η γνώση και η κατανόηση της συμπεριφοράς και της στάση των καταναλωτών αποτελεί τον στόχο των διάφορων ερευνών μάρκετινγκ. Ως *στάση καταναλωτή* ορίζεται η προδιάθεσή του να αξιολογεί κάποιο προϊόν, κάποια κατάσταση, κάποιο περιστατικό κλπ είτε θετικά είτε αρνητικά. (Σιώμοκος Ι. Γ, 2011) Η προδιάθεση αυτή δύναται να εκφράζεται μέσω της συμπεριφοράς του ατόμου.

Η σχέση μεταξύ στάσης και συμπεριφοράς του καταναλωτή αποτυπώνεται στις δύο θεωρίες της κοινωνικής ψυχολογίας (Ajzen & Fishbein, 1975):

- a) *της αιτιολογημένης δράσης* (*Theory of Reasoned Action - TRA*). Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία η στάση του καταναλωτή δύναται να έχει διάρκεια στον χρόνο και η διαμόρφωσή της επηρεάζεται από περιστασιακούς παράγοντες. Έχει δε τρεις διαστάσεις: την γνωστική, τη συγκινησιακή & τα στοιχεία δράσης. Μελέτες έχουν δείξει (<https://opencourses.auth.gr/>):

- Ότι οι στάσεις επηρεάζουν τις συμπεριφορές
- Την ύπαρξη θετικής συσχέτισης μεταξύ στάσης και συμπεριφοράς
- Την ύπαρξη διαφορών στην συσχέτιση αυτή ανάλογα με την κατηγορία του προϊόντος και τις υπάρχουσες συνθήκες.

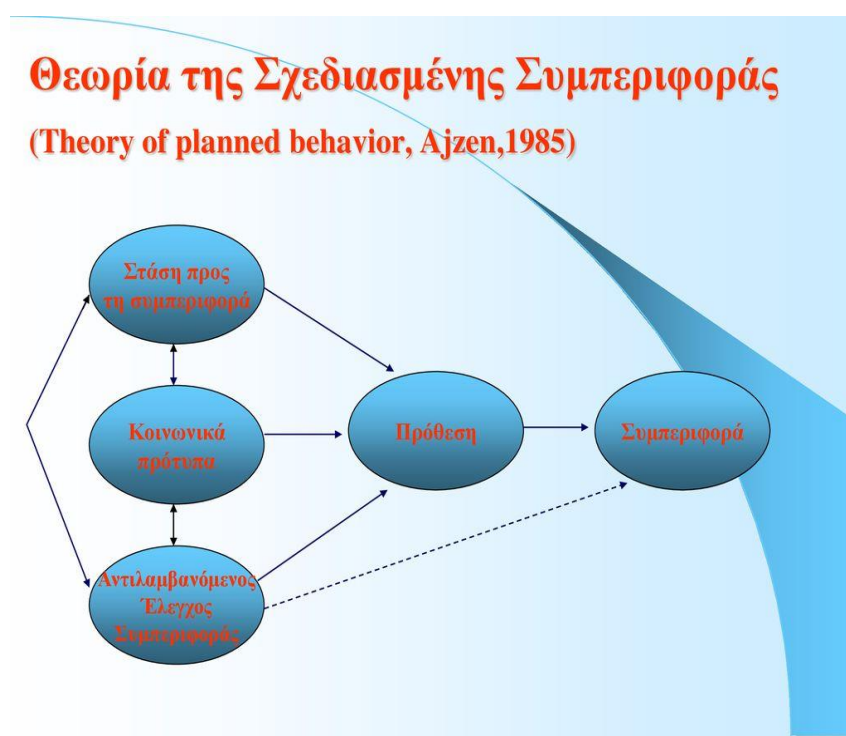
Εν κατακλείδι

$$\text{Συμπεριφορά} = \text{Στάσεις} + \text{Περιστασιακές Συνθήκες}$$



Σύμφωνα λοιπόν με την TRA όλοι οι υπόλοιποι παράγοντες επιδρούν έμμεσα στην συμπεριφορά μέσα από την επίδραση των στάσεων ή/και των συνθηκών. Οι παράγοντες αυτοί θεωρούνται εξωγενείς μεταβλητές και μπορεί να είναι π.χ. τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, οι πολιτικές συνθήκες κλπ. Στην θεωρία αυτή βασίζεται και η συμπεριφορά των ηγετικών στελεχών μιας επιχείρησης τα οποία αποφασίζουν να στραφούν στο ηλεκτρονικό επιχειρείν.

b) της προσχεδιασμένης συμπεριφοράς (*Theory of planned behaviour - TPB*). Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία – η οποία προτάθηκε το 1985 από τον Ajzen –TPB) οι ανθρώπινες πράξεις μπορεί να προβλεφθούν σε σημαντικό βαθμό από τις αντίστοιχες προθέσεις. Η πρόθεση πάλι όταν έχουμε να κάνουμε με συνειδητές πράξεις, υπάρχει περίπτωση να προβλεφθεί με βάση τρεις παράγοντες: α) *την στάση ως προς τη συγκεκριμένη συμπεριφορά* β) *τα κοινωνικά πρότυπα* και γ) *τον αντιλαμβανόμενο έλεγχο της συμπεριφοράς* (Εικόνα 11)



Εικόνα 10: <https://estia.hua.gr/>

Η κεντρική ιδέα της θεωρίας αυτής βασίζεται στην υπόθεση ότι η πρόθεση προηγείται πάντα της συμπεριφοράς και είναι ευθέως ανάλογη αυτής. Έχει χρησιμοποιηθεί για να προβλέψει και να ερμηνεύσει την ανθρώπινη κοινωνική συμπεριφορά σε διάφορες

εκφάνσεις της. Σύμφωνα με την αντίληψη των επιστημόνων που δημιούργησαν αυτή τη θεωρία, το μοντέλο αυτό μπορεί να οδηγήσει στην πρόβλεψη μιας μεγάλης γκάμας κοινωνικών συμπεριφορών -μεταξύ αυτών και της καταναλωτικής συμπεριφοράς- (Ajzen και Fishbein, 2011). Παρόλο αμφισβητήθηκε ποικιλοτρόπως από την επιστημονική κοινότητα, η θεωρία βρήκε εφαρμογή σε αρκετούς και διαφορετικούς επαγγελματικούς και κοινωνικούς κλάδους όπως π.χ. στις επιχειρήσεις στην υγεία στον αθλητισμό κλπ

### 5.3 Διαδικασία λήψης αποφάσεων του καταναλωτή

Η καταναλωτική συμπεριφορά είναι από την φύση της πολύπλοκη και σχεδόν η πλειοψηφία των καταναλωτών αντιμετωπίζει δυσκολίες προκειμένου να κάνει την «άριστη επιλογή» προϊόντων ή/και υπηρεσιών για την κάλυψη των αναγκών τους συνδυάζοντας ποσοτικά, οικονομικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά. Έτσι οι καταναλωτές αναπτύσσουν με συνειδητό ή όχι τρόπο, στάσεις, πεποιθήσεις και άμυνες οι οποίες επηρεάζουν το επίπεδο αγοράς.

Η πιο αποδεκτή θεωρία για την αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή(εικόνα 11) είναι το μοντέλο των πέντε σταδίων (Kotler P., 2003).



Εικόνα 11 : Τα στάδια του αγοραστικού Κύκλου (<https://www.gimagency.gr>)

Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό τα τρία αρχικά στάδια αφορούν στην διαδικασία της λήψης της απόφασης για την πραγματοποίηση της αγοράς, το τέταρτο στάδιο αφορά αυτή καθαυτή τη αγορά ενώ στο τελευταίο στάδιο ο αγοραστής αξιολογεί τα υπέρ και τα κατά της αγοράς του. Σύμφωνα με έρευνες όταν ο αγοραστής έχει χαμηλή ανάμιξη (involvement) με το προϊόν που πρόκειται να αγοράσει ο αγοραστικός κύκλος είναι πιο μικρός με τους καταναλωτές να μην προβαίνουν σε εκτεταμένη συλλογή πληροφοριών, η αναζήτηση εναλλακτικών (Mowen & Minor, 2001). Επιπλέον για τις καθημερινές αγορές ρουτίνας (π.χ. αγορά γιαουρτιού) ο καταναλωτής προβαίνει απευθείας στην αγορά παραλείποντας τα προηγούμενα στάδια.

Αναφορικά τώρα με την αγορά ενός κρασιού και στο στάδιο της λήψης απόφασης, παίζουν επιπλέον ρόλο κάποιοι βιολογικές, ψυχολογικές και πολιτιστικές παραμέτρους. Οι βιολογικές παράμετροι αφορούν σε υποκειμενικές προτιμήσεις, που σχετίζονται με την γεύση, την όσφρηση αλλά και την όραση(λευκό, κόκκινο, ροζέ ή μπλε κρασί) και οι οποίες διαφέρουν από άνθρωπο σε άνθρωπο.

Οι ψυχολογικές παράμετροι έχουν να κάνουν με τα κίνητρα του καταναλωτή- κάποια εκ των οποίων μπορεί να μην είναι συνειδητά (Wilkie,1994)- και την εξερευνητική συμπεριφορά σε σχέση με την αναζήτηση της ποικιλίας, της προέλευσης και ποιότητας του κρασιού. Συχνά οι αγοραστές ρισκάρουν επιλέγοντας καινούρια προϊόντα παρακινούμενοι από περιέργεια (Steenkamp & Baumgartner, 1996). Επιπλέον η τάση για αναζήτηση νέων ποικιλιών κρασιού δείχνει την ανάγκη για δομική του καινούργιου, την αντιμετώπιση της ανίας και της υπερπλήρωσης (κορεσμού) καθώς και την ανάγκη για νέα ερεθίσματα. Οι καταναλωτές συχνά πλήττουν από τα ίδια και τα ίδια και επιλέγουν νέα προϊόντα στην προσπάθεια τους μεταξύ των άλλων να βρουν την προσωπική τους «ταυτότητα γεύσεων». Οι Steenkamp & Baumgartner, (1996) θεωρούν ότι το ενδιαφέρον για την ποιότητα αποτελεί νοητική τάση η οποία τροφοδοτείται μέσα από την συμπεριφορά την μάθησης.

Τέλος η κουλτούρα (πολιτισμός) επιδρά καταλυτικά στην καταναλωτική συμπεριφορά των ατόμων. Οι πολιτισμοί δύναται να διαφέρουν ως προς την αποδοχή συγκεκριμένων τροφίμων, τον τρόπο επεξεργασίας τους και τα πρότυπα κατανάλωσης τους. Έτσι αναφορικά με το κρασί το οποίο κατέχει κυρίαρχη θέση στην ελληνική νοοτροπία και κουλτούρα, σε άλλους πολιτισμούς είναι απαγορευμένο είδος για λόγους θρησκευτικών πεποιθήσεων.

## 5.4 Ιδιαιτερότητες οινικού μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ ή η αγοραλογία του οίνου δεν είναι τίποτε άλλο από το «σύνολο των δραστηριοτήτων που πραγματοποιεί μια επιχείρηση ώστε να πωλήσει στους πελάτες της τα οινικά προϊόντα που παράγει με τρόπο κερδοφόρο ικανοποιώντας τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους» (Mercator, 1996). Οι ομοιότητες μεταξύ οινικού και τουριστικού μάρκετινγκ είναι αρκετές, αφού για να μπορέσει κάποιος να προωθήσει το κρασί του στον καταναλωτή, θα πρέπει αρχικά να διαφημίσει την περιοχή που καλλιεργείται το σταφύλι και παράγεται το κρασί, την ιστορία της και τους ανθρώπους της, με άλλα λόγια την προέλευση και τα χαρακτηριστικά του οίνου (ΠΟΠ/ΠΓΕ).

Σύμφωνα με την θεωρία του E. Jerome McCarthy (1960) το *Μείγμα Μάρκετινγκ* ή αλλιώς το *Marketing Mix*, αποτελεί ένα σπουδαίο εργαλείο για την προώθηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας και περιλαμβάνει τις παρακάτω τέσσερις μεταβλητές γνωστές παγκοσμίως ως *4P* (εικόνα 12) : *Προϊόν (Product)*, *Τιμή (Price)*, *Προώθηση (Promotion)*, *Τοποθεσία (Place)*.



Εικόνα 12: Τα 4P του «marketing mix» (<https://creative-solution.com/4-ps-of-marketing-mix/>)

Έκτοτε δημιουργήθηκαν πολλές παραλλαγές συμπεριλαμβανομένου και του *7P μοντέλου* που πρόσθεσε τρεις ακόμη παραμέτρους : *Διαδικασίες (Processes)*, *Ανθρώπους (People)* και *Φυσική υπόσταση (Physical evidence)* της επιχείρησης. Όμως τα *7P* αναφέρονται μόνο σε ορισμένες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τριτογενή τομέα ή τομέα παροχή υπηρεσιών.

Στον τομέα της οινοποίησης, ο τόπος (βλ. *Place*), αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα της παραγωγής, της κατανάλωσης και του μάρκετινγκ του οίνου. Έτσι πρώτοι οι Γάλλοι χρησιμοποίησαν τον όρο (Αμπελοοινικό) **Terroir** ο οποίος αναφέρεται σε μια γεωγραφικά ορισμένη περιοχή όπου η γνώση και η εμπειρία του ανθρώπινου δυναμικού της, τα φυσικά χαρακτηριστικά της (σύνθεση εδάφους, κλιματολογικές

συνθήκες κλπ) και η πολιτιστική της κληρονομιά συνθέτουν ένα μοναδικό σύνολο το οποίο αποτυπώνεται στον παραγόμενο οίνο, οποίος είναι και αυτός μοναδικός από την πλευρά του.

Η λήψη των αποφάσεων που καλείται να λάβει η οινική επιχείρηση για κάθε μεταβλητή του Marketing Mix, μπορεί να γίνει είτε ανεξάρτητα είτε συνδυαστικά στα πλαίσια της εφαρμογής ενός ολιστικού επιχειρηματικού πλάνου. Έτσι οι αποφάσεις που λαμβάνονται αναφορικά με τα 4P μπορεί να είναι οι ακόλουθες:

- I. **Αποφάσεις που σχετίζονται με το προϊόν** και οι οποίες μπορεί να αφορούν στο branding (δηλ. στην ταυτότητα του προϊόντος που το διαφοροποιεί από άλλα παρόμοια), στην στον τόπο παραγωγής του κρασιού, στις περιβαλλοντικές ιδιαιτερότητες της περιοχής, στην συσκευασία κλπ.
- II. **Αποφάσεις που σχετίζονται με τα κανάλια διανομής** και αφορούν στο αν η διανομή θα γίνεται μέσω χονδρέμπορων, σούπερ μάρκετ, digital κλπ.
- III. **Αποφάσεις που σχετίζονται με τη τιμολόγηση** και αφορούν στο ποιο είναι το κόστος παραγωγής του τελικού προϊόντος, ποιο το είναι το κόστος φορολογίας, ποιο είναι το κόστος διανομής, ποια η τιμή του ώστε να είναι ανταγωνιστική, ποια είναι τα αναμενόμενα κέρδη ανά μπουκάλι κρασιού, ποιες επενδύσεις απαιτούνται κλπ
- IV. **Αποφάσεις που σχετίζονται με την προώθηση** και αφορούν στη επαφή του κρασιού με τον πελάτη π.χ. μέσω των οινοτουριστικών δρώμενων, των Social Media, των εκθέσεων κρασιών κλπ

Σημαντικός παράγοντας στο οινικό μάρκετινγκ αποτελεί η έρευνα αγοράς αναφορικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών, τις ανάγκες τους, τους ανταγωνιστές της επιχείρησης κλπ, ενώ απαραίτητη είναι η SWOT Analysis, που αναφέρεται στην ανάλυση εσωτερικού/εξωτερικού περιβάλλοντος της οινικής επιχείρησης, στα δυνατά και αδύνατα στοιχεία της, στις ευκαιρίες και στις απειλές που έχει να αντιμετωπίσει.

Σύμφωνα με την ΚΕΟΣΟΕ (<https://www.keosoe.gr/marketingbranding/ethniki-stratigiki-marketing.html>) «ο επιχειρησιακός σχεδιασμός του εθνικού marketing αφορά στην:

- Εφαρμογή ολοκληρωμένης διαχείρισης εθνικής οινικής οντότητας (*integrated national wine brand management*)
- Δημιουργία κορυφαίας ποιότητας on-brand περιεχομένου (οπτικού και λεκτικού) και υλικού μάρκετινγκ (*marketing collateral*)
- Κεφαλαιοποίηση στη χρήση του διαδικτύου

- *Επένδυση στην ανταγωνιστικότητα του προϊόντος*
- *Επικοινωνία και συνοχή μεταξύ των μελών του κλάδου (internal marketing)»*

Σχετικά με την εγχώρια αγορά:

- *Πάταξη αθέμιτου ανταγωνισμού και κακών πρακτικών*
- *Ηθική και νομική «αποκαθήλωση» του «χύμα» - αποκατάσταση ορθών οινικών αντιλήψεων*
- *Αναβάθμιση ελληνικής οινικής εμπειρίας*

Ενώ σχετικά με την διεθνή αγορά:

- *Προστασία και διαχείριση εθνικής οινικής οντότητας και υπογραφής*
- *Απόκτηση ελέγχου στις αναφορές για το ελληνικό κρασί στη διεθνή δημοσιότητα και διάλογο, και στη διαμόρφωση αντιλήψεων στα κρίσιμα κοινά*
- *Οικοδόμηση και διεύρυνση σχέσεων αξίας με τα κρίσιμα κοινά»*

## **5.5 Οινοτουρισμός και Καταναλωτική Συμπεριφορά**

Ο οινοτουρισμός βρίσκεται με ανοδική πορεία σε αγροτικές ή ημιαστικές περιοχές όπου η αμπελοκαλλιέργεια αποτελεί την κύρια δραστηριότητα των κατοίκων. Το γεγονός αυτό δημιουργεί την ανάγκη απόκτησης γνώσεων αναφορικά με τις ανάγκες, τις προτιμήσεις και την συμπεριφορά των επισκεπτών-οινοτουριστών. Έτσι οι οινικοί καταναλωτές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους και με αυτό τον τρόπο οι επιχειρηματίες της οινοποίησης μπορούν να σκοπεύσουν στην επιθυμητή κατηγορία επισκεπτών προσφέροντας τις προσδοκώμενες από αυτούς υπηρεσίες και προϊόντα.

Ο πιο γνωστός τρόπος κατηγοριοποίησης των οινοτουριστών οφείλεται στον Hall , έγινε το 1996 και περιλαμβάνει τις παρακάτω κατηγορίες:

- ✓ *Τον απόλυτο λάτρη του Κρασιού (ή wine lover) του οποίου η τουριστική δραστηριότητα επικεντρώνεται μόνο στον οινικό προορισμό αφού το κρασί είναι το πάθος του.*
- ✓ *Τον ενδιαφερόμενο για θέματα του κρασιού (ή wine interested) ο οποίος αγαπά το κρασί χωρίς να παθιάζεται, η δε τουριστική δραστηριότητα του επηρεάζεται κα άλλους παράγοντες πλην της οινογευσίας.*
- ✓ *Τον περίεργο (ή curious tourist) ο οποίος δεν γνωρίζει από κρασί και η*

επίσκεψη του στο οινοποιείο είναι είτε τυχαία είτε αντιμετωπίζεται ως εναλλακτικό βίωμα

Ένας άλλος τρόπος ταξινόμησης των οινοτουριστών είναι βάση δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών παραμέτρων, όπως είναι το φύλο, η εκπαίδευση, η ηλικία και το εισόδημα. Οι Charters & Ali- Knight (2002) παρατήρησαν ότι οι ηλικιακές κατηγορίες των οινοτουριστών διαφέρουν ανά περιοχή αλλά και ανά οινοποιείο ανάλογα με στόχευση του σε συγκεκριμένο αγοραστικό κοινό.

Τέλος σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2010, από τους Alebaki & Iakovidou, σε οινοποιεία της Μακεδονίας, το κοινωνικοοικονομικό προφίλ του μέσου οινοτουρίστα αφορούσε σε άνδρα νεαρής ηλικίας, υψηλού μορφωτικού επιπέδου, μεσαίου προς υψηλού εισοδήματος. Έτσι οι επισκέπτες των οινοποιείων ταξινομήθηκαν ως εξής:

- *σε λάτρεις του κρασιού* οι οποίοι χαρακτηρίζονται από ανώτερη εκπαίδευση και υψηλό εισόδημα και οι επισκέπτονται το οινοποιείο αποκλειστικά με στόχο να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους για το κρασί και να γνωρίσουν τον παραγωγό.
- *σε αρχάριους* οι οποίοι είναι κατά κύριο λόγο φοιτητές που ενδιαφέρονται για το κρασί και που έχουν μικρό εισόδημα
- *σε περιστασιακούς επισκέπτες* οι οποίοι δεν αποβλέπουν στην οινολογική μάθηση αλλά στοχεύουν σε μια τοπική γαστρονομική εμπειρία και
- *σε συνοδούς* οι οποίοι αδιαφορούν για το κρασί ενώ το οινοποιείο αποτελεί για αυτούς μια καθαρά τουριστική ατραξιόν.

## 5.6 Σύνοψη

Η Συμπεριφορά του Καταναλωτή -και στο κλάδο της οινοποιίας -αποτελεί ένα εξαιρετικά πολύπλοκο επιστημονικό πεδίο το οποίο ασχολείται με την διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο λαμβάνονται οι διάφορες καταναλωτικές αποφάσεις, τον τρόπο που δρουν οι άνθρωποι που συμμετέχουν στην αγορά και στη χρήση προϊόντων και υπόκεινται σε μεταβολές με βάση τον χρόνο και τις συνθήκες.

Η κατηγοριοποίηση των επισκεπτών -καταναλωτών στην περίπτωση του οινικού τουρισμού με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και η αναγνώριση αυτών είναι απαραίτητη για την παροχή στοχευμένων υπηρεσιών και προϊόντων υψηλής απόδοσης.

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## *Ελληνική βιβλιογραφία*

- Αγριαντώνη, Χ., «Η ελληνική οινοβιομηχανία τον 19ο αιώνα: από την αναζήτηση της ποιότητας στο σταφιδίτη», Πρακτικά Β΄ Τριμήνου Εργασίας «Η ιστορία του ελληνικού κρασιού», Διοργάνωση : Πολιτιστικό Τεχνολογικό Ίδρυμα ΕΤΒΑ, Σαντορίνη, 7εως 9 Σεπτεμβρίου, σελ. 133-144, 1990.
- Αναγνωστάκης, Η., «Βυζαντινός Οινικός Πολιτισμός», Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, 2008.
- Anagnostakis, I., T. G. Kolias and E. Papadopoulou, “Animals and Environmet in Byzantium ( 7 th– 12 th )”, Proceedings of the International Symposium, Institute for Byzantine Research, Series International Symposia 21, Athens, Αθήνα, 2011.
- Αντωνίου Μ., Κρίγκου Χ.Οι επιπτώσεις της κατάχρησης του αλκοόλ στις διαπροσωπικές σχέσεις. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης (2005).
- Βαλαμώτη Σ. Μ. Η Αρχαιοβοτανική Έρευνα της Διατροφής στην Προϊστορική Ελλάδα, Θεσσαλονίκη , 91-92,2009
- Βέκιος, Γ., Κούκης, Δ., Τσακίρης, Α. «Το Βιβλίο του Κρασιού», 2<sup>η</sup> έκδοση , Εκδόσεις Ψύχαλος, Αθήνα, 2002
- Δημοπουλος Δ., Διεθνής Εξωστρέφεια & Στρατηγικές Σχέσεις των Ελληνικών Οινοποιητικών Επιχειρήσεων [Buch], Πάτρα, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, 2013
- Ελληνική Μυθολογία, vol. 3,156- 306.
- Καλαθάρα, Κ. Μελέτη αντιοξειδωτικής/ αντιφλεγμονώδους δράσης, εκχυλισμάτων ερυθρού και λευκού οίνου, Πτυχιακή εργασία, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Διαιτολογίας -Διατροφής, Αθήνα, 2008.
- Καμηλάκη, Α. « Η διατροφή των Ελλήνων», Το Βήμα, φύλλο 24



Δεκεμβρίου, σελ. 03, Κωδικός άρθρου: B13152C031 ID: 231186, 2000.

- Κρασανάκης Γ. Αδαμάντιος, Ελληνική οινολογία και ποτοποιία, Εκδόσεις « Η ΑΘΗΝΑ», Κεφ.2 ΟΙΝΟΠΟΙΑ, 10-15 ,2003.
- Λιβέρη, Α. «Καλλιέργεια αμπελιού και παραγωγή κρασιού στην παλαιοχριστιανική και βυζαντινή τέχνη», Πρακτικά Β΄ Τριμήνου Εργασίας «Η ιστορία του ελληνικού κρασιού», Διοργάνωση : Πολιτιστικό Τεχνολογικό Ίδρυμα ΕΤΒΑ, Σαντορίνη, 7εως 9 Σεπτεμβρίου, σελ. 256-262, 1990.
- Λύκουρας Λ., Σολδάτος Κ., Αλκοολισμός: Ιατρικές και Ψυχοκοινωνικές Προσεγγίσεις, 2007.
- Μάλφας, Μ., «Η αμπελοκαλλιέργεια στον κόσμο, στην Ευρώπη και στα Ιόνια Νησιά», Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Ιονίων Νήσων, Λευκάδα, 2005.
- Μαραγκού, Α., «Το εμπόριο του κρασιού στην αρχαιότητα» στο: «Ιστορία του ελληνικού κρασιού», Αθήνα ,1992.
- Ματθαίου, Α. «Το κρασί ως βασικό είδος διατροφής στην Τουρκοκρατία», Πρακτικά Β΄ Τριμήνου Εργασίας «Η ιστορία του ελληνικού κρασιού», Διοργάνωση : Πολιτιστικό Τεχνολογικό Ίδρυμα ΕΤΒΑ, Σαντορίνη, 7εως 9 Σεπτεμβρίου, σελ. 183-190, 1990.
- Μπαλτά, Ε., «Το κρασί στους Οθωμανικούς χρόνους» στο Οίνος: Πολιτισμός και Κοινωνία, Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, Αθήνα, 2006.
- Ντούμας Χρ., «Ο Σαντορίνη της Σαντορίνης», σελίδα 27, Ίδρυμα Φάνη Μπουτάρη, ΑΘΗΝΑ, 1994
- Παπαδημητρίου Γ., Λιάππας Ι., Λύκουρας Ε., Σύγχρονη ψυχιατρική. Βήτα Ιατρικές Εκδόσεις, Αθήνα, 2013.
- Πίκουλας, Γ., Α., «Οίνον ιστορώ ΙΙΙ. Τ' αμπελανθίσματα», Αθήνα, 2004.
- Σαμπουτζής ,Δ. Το κρασί και ο ρόλος του στην κοινωνική ζωή των Ελλήνων, από την αρχαιότητα έως σήμερα, μεταπτυχιακή διατριβή, 2007
- Μπικηρόπουλος Θεοχάρης, Αλκοόλ-Αλκοολισμός. Χρήση και Κατάχρηση.,Εκδόσεις Όστρια, Αθήνα ,2015.
- Ποταμιάνος Γρ., Νόμιμες ουσίες εξάρτησης ΑΛΚΟΟΛ, Εκδόσεις

Παπαζήση, Αθήνα, 1991.

- Ρούσου, Α., «Ανάλυση του κλάδου της οινοποιίας και οι προοπτικές εξέλιξης του ελληνικού εμφιαλωμένου κρασιού στην εγχώρια & διεθνή αγορά», πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ Κρήτης, 2008.
- Σιώμκος Ι. Γ., «Συμπεριφορά Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ», εκδοτικό οίκος Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 2011.
- Σουφλερός Ε., Οίνος και Αποστάγματα, Εκδόσεις Σουφλερός Ευάγγελος, Θεσσαλονίκη, 2009.
- Σουφλερός Ε., Οινολογία, Επιστήμη & Τεχνογνωσία, Εκδόσεις Σουφλερός Ευάγγελος, Θεσσαλονίκη, 2015.
- Τσακίρης Αργύρης Ν. Ποτογραφία. Εκδόσεις Ψυχάλου, 2007.
- Τσακίρης Αργύρης Ν. Οινολογία: Από το σταφύλι στο κρασί. Εκδόσεις Ψυχάλου, 2008.
- Τσαρούχας Κ., Αλκοόλ ένα σκληρό Ναρκωτικό, ΑΓΚΥΡΑ, Αθήνα, 2000.
- Φιλιππίδης Δ. & Κυπαρισσίου Π. “Ο Οίνος στην Ελλάδα και στον Κόσμο” Les Livres du Tourisme Επιμέλεια Έκδοσης: Ν. Βελισσαρόπουλος Επιμέλεια Κειμένων: Ομάδα Επιμέλειας Κειμένων Εκδόσεων Les Livres du Tourisme, 2002
- Kerényi, K. «Η μυθολογία των Ελλήνων», Βιβλιοπωλείον της Εστίας, 3<sup>η</sup> έκδοση, Αθήνα, 1984.
- Lambert – Gocs, M., «Τα Ελληνικά Κρασιά», Αθήνα, Εκδόσεις Τρίαίνα, (1993).
- Standage, T. Η ιστορία του κόσμου σε 6 ποτήρια. Κέδρος, Αθήνα, 51-78, 2005

### ***Ξενογλώσση βιβλιογραφία***

- Alebaki, M. & Iakovidou, O. ,Segmenting the Greek wine tourism market using a motivational approach. New MEDIT Journal, 9(4): 31-40, 2010α.
- Ajzen, I., Fishbein, M., “Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research”, Addison-Wesley, Reading MA, 1975.

- Ajzen, I., Fishbein, M. Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. Psychology Press, 2011.
- Arranz, S., Chiva-Blanch, G., Valderas-Martínez, P., Medina-Remón, A., Lamuela Raventós, R. M., & Estruch, R. Wine, beer, alcohol and polyphenols on cardiovascular disease and cancer. *Nutrients*, 4(7), 759-781, 2012.
- Basli, A., Soulet, S., Chaher, N., Mérillon, J. M., Chibane, M., Monti, J. P., & Richard, T. Wine polyphenols: potential agents in neuroprotection. *Oxidative medicine and cellular longevity*, 2012.
- Bastianetto, S., Ménard, C., & Quirion, R. Neuroprotective action of resveratrol. *Biochimica et Biophysica Acta (BBA)-Molecular Basis of Disease*, 1852(6), 1195-1201, 2015.
- Becker, S. W., Ronen, J., & Sorter, G. H. Opportunity costs-an experimental approach. *Journal of Accounting Research*, 12, 317–329, 1974.
- Boucheron, P. "Better psychological functioning and higher social status may largely explain the apparent health benefits of wine: A study of wine and beer drinking in young Danish adults", *Archives of Internal Medicine* 161:1844-1848, 2001.
- Briasoulis, A., Agarwal, V., & Messerli, F. H. Alcohol consumption and the risk of hypertension in men and women: a systematic review and meta-analysis. *The Journal of Clinical Hypertension*, 14(11), 792-798, 2012.
- Brockmueller, A., Sameri, S., Liskova, A., Zhai, K., Varghese, E., Samuel, S. M., & Shakibaei, M. Resveratrol's anti-cancer effects through the modulation of tumor glucose metabolism. *Cancers*, 13(2), 188, 2021.
- Clemens, D. L., & Mahan, K. J. Alcoholic pancreatitis: Lessons from the liver. *World journal of gastroenterology: WJG*, 16(11), 1314, 2010.
- Charters, S and Ali-Knight, J. Who is the Wine Tourist? *Tourism Management*, 23(3):311-319, 2002.
- Chiva-Blanch, G., & Badimon, L. Benefits and risks of moderate alcohol consumption on cardiovascular disease: current findings and controversies. *Nutrients*, 12(1), 108, 2019.
- Cueva, C., Mingo, S., Muñoz-González, I., Bustos, I., Requena, T., Del Campo, R., & Moreno-Arribas, M. V. Antibacterial activity of wine phenolic compounds and oenological extracts against potential respiratory pathogens.

Letters in Applied Microbiology, 54(6), 557-563, 2012.

- Das, S., Santani, D. D., & Dhalla, N. S. Experimental evidence for the cardioprotective effects of red wine. *Experimental & Clinical Cardiology*, 12(1), 5, 2007.
- Dell' Agli M, Buscialà A, Bosisio E. Vascular effects of wine polyphenols. *Cardiovasc Res. Sep 1;63(4):593-602*, 2004.
- Fernandes, I., Pérez-Gregorio, R., Soares, S., Mateus, N., & De Freitas, V. Wine flavonoids in health and disease prevention. *Molecules*, 22(2), 292, 2017.
- Ferraz da Costa, D. C., Pereira Rangel, L., Quarti, J., Santos, R. A., Silva, J. L., & Fialho, E. Bioactive compounds and metabolites from grapes and red wine in breast cancer chemoprevention and therapy. *Molecules*, 25(15), 3531, 2020.
- Gao, B., & Bataller, R. Alcoholic liver disease: pathogenesis and new therapeutic targets. *Gastroenterology*, 141(5), 1572-1585, 2011.
- German JB, Walzem RL. The health benefits of wine. *Annu Rev Nutr.;20:561-593*, 2000.
- Julian, T., Glasgow, N., Syeed, R., & Zis, P. Alcohol-related peripheral neuropathy: a systematic review and meta-analysis. *Journal of Neurology*, 266(12), 2907-2919, 2019.
- Hall, C.M. Wine tourism in New Zealand. In: Kearsley, G. (Ed.) *Proceedings of Tourism Down Under II: A Tourism Research Conference*. Dunedin: Centre for Tourism, University of Otago, 1996.
- Kitada, M., & Koya, D. Renal protective effects of resveratrol. *Oxidative medicine and cellular longevity*, 2013.
- Kleeff, J., Whitcomb, D. C., Shimosegawa, T., Esposito, I., Lerch, M. M., Gress, T., & Neoptolemos, J. P. Chronic pancreatitis. *Nature reviews Disease primers*, 3(1), 1-18, 2017.
- Knoop KT, de Groot LC, Kromhout D, Perrin AE, Moreiras-Varela O, Menotti A, van Staveren WA. Mediterranean diet, lifestyle factors, and 10-year mortality in elderly European men and women: the HALE project. *JAMA. Sep 22;292(12):1433-9*, 2004.
- Kotler Philip, (2003), "Marketing Management", 11th Edition
- Larsson, S. C., Orsini, N., & Wolk, A. (2015). Alcohol consumption and risk of heart failure: a dose-response meta-analysis of prospective studies. *European*

journal of heart failure, 17(4), 367-373.

- Lagrue-Lak-Hal AH, Andriantsitohaina R. Red wine and cardiovascular risks. Arch Mal Coeur Vaiss. Dec;99(12):1230-5, 2006.
- Lee, K. H., & Choi, Y. H. Evidence for ethical consumption: The social network structure of companion animal fashion and vegan fashion. In International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings (Vol. 76, No. 1). Iowa State University Digital Press, 2019.
- Lippi G, Franchini M, Favaloro EJ, Targher G. Moderate red wine consumption and cardiovascular disease risk: beyond the "French paradox". Semin Thromb Hemost. 2010 Feb;36(1):59-70. Epub Apr 13, 2010
- Ma, K., Baloch, Z., He, T. T., & Xia, X. Alcohol consumption and gastric cancer risk: A meta-analysis. Medical science monitor: international medical journal of experimental and clinical research, 23, 238, 2017.
- Maher, J. J. Exploring alcohol's effects on liver function. Alcohol health and research world, 21(1), 5, 1997.
- Markoski, M. M., Garavaglia, J., Oliveira, A., Olivaes, J., & Marcadenti, A. Molecular properties of red wine compounds and cardiometabolic benefits. Nutrition and metabolic insights, 9, NMI-S32909, 2016.) New York Academy of Sciences Academy Update, June p.5., 2001.
- McNabb, S., Harrison, T. A., Albanes, D., Berndt, S. I., Brenner, H., Caan, B. J. & Peters, U. Meta-analysis of 16 studies of the association of alcohol with colorectal cancer. International journal of cancer, 146(3), 861-873, 2020.
- Mercator : Théorie et pratique du Marketing, published by Dalloz, 1996
- Mowen C. John, Minor S. Michael, (2001), " Consumer behavior: a framework"
- This, P., Lacombe, T., & Thomas, M. Historical origins and genetic diversity of wine grapes. Trends Genet, 22, 511–519,2006.
- OIV. International Organization of Vine and Wine. 2021.
- Osna, N. A., Donohue Jr, T. M., & Kharbanda, K. K. Alcoholic liver disease: pathogenesis and current management. Alcohol research: current reviews, 38(2), 147, 2017.
- Öztürk, S., &Engizek, N. An exploratory study on consumers attitudes towards ethical fashion consumption: Motivators and barriers. In 10th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business ,pp. 1294-1308, 2017.

- Papanek, J. «Egypt: Land of the Pharaohs», Time Life Books, Richmond Virginia, pp. 10-15, 1992.
- Papapetrou et al, Genetic Diversity of Local Greek and Bulgarian Grapevine (*Vitis Vinifera* L.) Varieties, *Diversity* 2020, 12, 273; doi:10.3390/d12070273,2020.
- Piano, M. R. Alcohol's effects on the cardiovascular system. *Alcohol research: current reviews*, 38(2), 219, 2017.
- Rasines-Perea, Z., & Teissedre, P. L. Grape polyphenols' effects in human cardiovascular diseases and diabetes. *Molecules*, 22(1), 68, 2017.
- Renaud S, de Lorgeril M. Wine, alcohol, platelets, and the French paradox for coronary heart disease. *Lancet*. Jun 20;339(8808):1523-6, 1992
- Rivera, D., & Walker, M. A review of paleobotanical findings of early *Vitis* in the Medierranean and on the origin of cultivated grapevines, with special reference to new pointers to prehistoric exploitation in the Western Mediterranean. *Rev Paleobot Palyno*, 6, 205–237, 1989.
- Roulton B.R., Singleton V.L., Bisson L.F., Kunkee R.E. Principles and practices of winemaking, USA, 1996.
- Rucker, D. D., Tormala, Z. L., Petty, R. E., & Briñol, P. Consumer conviction and commitment: An appraisal-based framework for attitude certainty. *Journal of Consumer Psychology*, 24(1), 119-136, 2014.
- Sabadashka, M., Hertsyk, D., Strugała-Danak, P., Dudek, A., Kanyuka, O., Kucharska, A. Z., ... & Sybirna, N. Anti-Diabetic and Antioxidant Activities of Red Wine Concentrate Enriched with Polyphenol Compounds under Experimental Diabetes in Rats. *Antioxidants*, 10(9), 1399, 2021.
- Sánchez, M. C., Ribeiro-Vidal, H., Esteban-Fernández, A., Bartolomé, B., Figuero, E., Moreno-Arribas, M. V., & Herrera, D. Antimicrobial activity of red wine and oenological extracts against periodontal pathogens in a validated oral biofilm model. *BMC complementary and alternative medicine*, 19(1), 1-12, 2019.
- Soleas G.J, Diamantidis E.P, Goldberg D.M. Wine as a Biological Fluid: History, Production and Role in Disease Prevention. *Journal of clin nutr*. 11:287-313, 1997.
- Smith, D.E., Mitry, D.J.,. Cultural convergence: consumer behavioral changes in

the European wine market. *J. Wine Res.* 18 (2), 107–112, 2007.

- Steenkamp J.-B., Baumgartner H., Exploratory Consumer Buying Behavior: Conceptualization and Measurement *International Journal of Research in Marketing* 13(2):121-137 DOI:10.1016/0167-8116(95)00037-2, 1996.
- Thorne, J., Collocott, T. «Chambers Biographical Dictionary», W&R Chambers Ltd, Edinburgh, 1984.
- Weiskirchen, S., & Weiskirchen, R. Resveratrol: how much wine do you have to drink to stay healthy?. *Advances in Nutrition*, 7(4), 706-718, 2016.
- WHO ,The Global Strategy to reduce the Harmful Use of Alcohol, 2010
- Wilkie, W., Consumer Behavior, New York,: John Wiley & Sons, 1994
- Willett W. C., Sacks F., Trichopoulou A., Drescher G., Ferro-Luzzi A., Helsing E., & Trichopoulos D. Mediterranean diet pyramid: a cultural model for healthy eating. *The American journal of clinical nutrition*, 61(6), 1402S-1406S, 1995.
- Woodhead, H. Time life History of the world: 3000-1500BC The age of good Kings. Time life Books, Richmond Virginia, 1987
- Woodhead, H. “Time Life History of the World: 400 BC – AD 200 Empires Ascendant”, Time Life Books, Richmond Virginia, 1989.
- Wu JM, Hsieh TC. Resveratrol: a cardioprotective substance. *Ann N Y Acad Sci.* Jan;1215:16-21, 2011.
- Xanthopoulou M., Kalathara K., Melachroinou S., Arampatzi-Menenakou K., Antonopoulou S., Yannakoulia M., Fragopoulou E. Wine consumption reduced postprandial platelet sensitivity against platelet activating factor in healthy men. *Eur J Nutr .*;56(4):1485-1492 , 2017.
- Yadav, D., & Lowenfels, A. B. The epidemiology of pancreatitis and pancreatic cancer. *Gastroenterology*, 144(6), 1252-1261, 2013.
- Zohary, D. The Domestication of the Grapevine *Vitis Vinifera* L. in the Near East, in: McGovern, Fleming & Katz, 23-30, 1995.
- Zohary, D., & Hopf, M. Domestication of plants in the Old World. The origin and spread in West Asia, Europe and the Nile Valley. Oxford: Oxford University Press, 2000.

## *Ηλεκτρονική βιβλιογραφία*

- <http://www.e-istoria.com/44.html>
- <https://filoitexnisfilosofias.com>
- <https://www.greekwineinsider.com/el/istoria/istoria-tou-ellinikou-oinou.html>
- <http://www.namethimasai.gr/krasi-larisa/oinos-150.html>
- <http://www.wineroads.gr/>
- <http://www.keosoe.gr/wine/istoriki-diadromi.html>
- <https://winefolly.com/deep-dive/understanding-acidity-in-wine/>
- Excelixi.org. (2019). Συμβολαϊκή γεωργία: απενίζοντας το μέλλον. Available at:  
[http://www.excelixi.org/knowledgebase/agro/symvolaiaki\\_georgia\\_atenizontas\\_to\\_mellon](http://www.excelixi.org/knowledgebase/agro/symvolaiaki_georgia_atenizontas_to_mellon)
- ICAP (2010). Κλαδική Μελέτη: Οινοποιία . Available at:  
[http://www.messinianchamber.gr/mesiniaimages/OINOPOIIA2010\\_F520.pdf](http://www.messinianchamber.gr/mesiniaimages/OINOPOIIA2010_F520.pdf).
- Stochasis Company Consultants (2017)- Sector Analysis: Winery. Available at:  
[http://www.stochasis.com/stochasis/uploads/pdfs/el/PERIEXOMENA\\_MELET\\_WN/wineryc.pdf](http://www.stochasis.com/stochasis/uploads/pdfs/el/PERIEXOMENA_MELET_WN/wineryc.pdf)
- Κ.Ε.Ο..Σ.Ε.: Available at:  
<https://www.keosoe.gr/statistikaelladas/paragogi.html>  
<https://www.keosoe.gr/statistikaelladas/katanalosi.html>
- Keosoe - Central Cooperative Union of Wine Products (2018b) (Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων – ΚΕΟΣΟΕ). Vertical (statistical) decline in wine consumption in Greece- Κάθετη πτώση της κατανάλωσης οίνου στην Ελλάδα) Available at:  
<http://www.keosoe.gr/news/2813-k.html>
- <https://www.bkwine.com/features/more/2021-wine-production/>
- <https://winesofgreece.org/el/articles>
- <https://winetrails.gr>
- Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων ,Νομοθεσία οίνου, 10 Ιανουαρίου 2020, <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/ampeli/oin/353-oinos>
- <https://gr.oensights.com/>



- <https://www.gimagency.gr>
- <https://estia.hua.gr/>
- <https://creative-solution.com/4-ps-of-marketing-mix/>
- E Jerome McCarthy, 1960:  
<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100143321>.
- <https://www.keosoe.gr/marketingbranding/ethniki-stratigiki-marketing.html>