



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ**

**ΔΙΔΡΥΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΝΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ  
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ Ο ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ**

**ΓΕΩΡΓΙΑΔΗ ΧΡΗΣΤΙΝΑ**

**Α.Μ. 20005**

**ΕΠΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ**

**ΠΟΥΛΑΚΗ ΠΑΝΩΡΑΙΑ**

**ΑΘΗΝΑ, 2023**

<b>ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ</b>	<b>ΥΠΟΓΡΑΦΗ</b>
<b>Δρ. Πουλάκη Πανωραία</b> <b>ΕΔΙΠ</b> <b>Πανεπιστήμιο Αιγαίου</b>	
<b>Δρ. Δημήτριος Λαγός</b> <b>Ομότιμος Καθηγητής</b> <b>Πανεπιστήμιο Αιγαίου</b>	
<b>Δρ. Κωνσταντίνος Μαρινάκος</b> <b>Επίκουρος Καθηγητής</b> <b>Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής</b>	

**ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ**

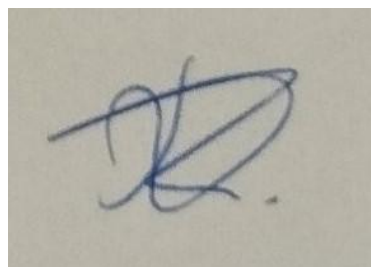
## **ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ**

Ο/Η κάτωθι υπογεγραμμένος/η Γεωργιάδη Χρηστίνα του Παναγιώτη με αριθμό μητρώου 20005 φοιτητής/τρια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό» του Τμήματος Διοίκησης Τουρισμού της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής 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».

**Ο/Η Δηλών/ούσα**



## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να πω ένα μεγάλο ευχαριστώ στην επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, την κυρία Πουλάκη Πανωραία, η οποία με βοήθησε αρκετά στην εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας και έδειξε πλήρη κατανόηση σε διάφορα προβλήματα που υπήρξαν τα οποία έφεραν μια καθυστέρηση στην ολοκλήρωσή της. Έπειτα, να ευχαριστήσω όλους τους φορείς που με τις απαντήσεις τους βοήθησαν στην έρευνά μου. Τέλος, ευχαριστώ θερμά την οικογένειά μου για την απaráμιλλη στήριξή της σε κάθε μου εγχείρημα.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί μια σημαντικότερη πηγή εσόδων για τις τουριστικές χώρες μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Τα τελευταία χρόνια έχει εκδηλωθεί ένα μεγάλο ενδιαφέρον στις μορφές εναλλακτικού τουρισμού μια εκ των οποίων είναι και ο οινοτουρισμός. Η Νεμέα μια περιοχή του Νομού Κορινθίας η οποία ενδείκνυται για την καλλιέργεια οίνου, ενώ παράλληλα προσελκύει τουρίστες με ενδιαφέροντα στη γευσιγνωσία και στην περιήγηση.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας αποτελεί η διερεύνηση της ανάπτυξης οινοτουρισμού στο Νομό της Κορίνθου. Γίνεται αναφορά σε Ελλάδα και εξωτερικό σχετικά με τον οινοτουρισμό ενώ μέσω της έρευνας παρατηρούνται κακώς κείμενα αλλά και ενέργειες ανάπτυξης που μπορούν να πραγματοποιηθούν προς καλύτερευση αυτής της εναλλακτικής μορφής. Επίσης, αναφέρεται και η επιρροή του προγράμματος Morias '21.

Για την εξέταση των ερευνητικών μας ερωτημάτων χρησιμοποιήθηκε ποσοτική έρευνα. Το δείγμα στην ποσοτική έρευνα αποτέλεσαν περί τους 30 φορείς μεταξύ των οποίων ήταν οινοποιεία, κρατικοί φορείς, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, σύλλογοι και σωματεία αλλά και ιδιωτικές επιχειρήσεις που ανήκουν στον κλάδο αλλά και στον υπό εξέταση νομό.

Τα αποτελέσματα μας έδειξαν ότι γίνεται μια προσπάθεια ανάπτυξης του οινοτουρισμού στον υπό εξέταση νομό από μια μερίδα φορέων, βρίσκεται όμως σε αρχικό στάδιο. Η τοπική αγορά δεν έχει αντιληφθεί ότι ο οινοτουρισμός είναι μια πηγή εσόδων για όλους. Κατά αυτόν τον τρόπο, όταν δεν γίνεται αντιληπτή η προσπάθεια δεν υπάρχει και συνεργασία μεταξύ ξενοδοχείων και οινοποιείων. Επιπροσθέτως, η περίοδος της πανδημίας όπως και σε όλο τον κόσμο λειτούργησε ανασταλτικά στην κάθε προσπάθεια βελτίωσης παρά ταύτα γίνονται βήματα βελτίωσης.

Ακόμη παρατηρείται μια εποχικότητα στον κλάδο, το θετικό όμως είναι πως οι τουρίστες επιλέγουν το μέρος λόγω του οινοτουρισμού. Το κράτος βοηθάει με διάφορα

προγράμματα επιχορηγήσεων τις επιχειρήσεις αλλά και εκείνες προσπαθούν να τα εκμεταλλευτούν για να διαφημιστούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Με αφορμή την επέτειο των 200 χρόνων ξεκίνησε το πρόγραμμα Morias'21 στον οποίο κρατούν ουδέτερη στάση αν και θεωρούν πως θα βοηθήσει στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού.

**Λέξεις – κλειδιά :** οινικές διαδρομές, πολιτιστικές διαδρομές, Νεμέα, Νομός Κορίνθου

## ABSTRACT

Tourism is a very important source of income for touristic countries, including Greece. In recent years, there has been a great interest in the forms of alternative tourism, one of which is wine tourism. Nemea is an area of the Prefecture of Corinth which is suitable for wine growing, while also attracting tourists with interests in tasting and sightseeing.

The purpose of this thesis is to investigate the development of wine tourism in the Prefecture of Corinth. Reference is made to Greece and abroad regarding wine tourism, while through the research, bad texts are observed as well as development actions that can be carried out to improve this alternative form. The influence of the Morias '21 program is also mentioned. Quantitative research was used to examine our research questions. The sample in the quantitative research consisted of about 30 entities, among which were wineries, state entities, hotel companies, associations and unions, as well as private companies belonging to the sector and the county under consideration.

The results showed us that there is an attempt to develop wine tourism in the prefecture in question by a number of organizations, but it is at an initial stage. The local market has not realized that wine tourism is a source of income for everyone. In this way, when the effort is not perceived, there is no cooperation between hotels and wineries. In addition, the period of the pandemic, like all over the world, acted as an inhibitor to any improvement effort, despite this, improvement steps are being taken.

There is still a seasonality in the industry, but the positive thing is that tourists choose the place because of wine tourism. The state helps businesses with various programs that are granted, but they also try to take advantage of them in the most efficient way as well as promote their services through social media.

In conclusion, on the occasion of the 200th anniversary, the Morias'21 program was created with the aim of developing wine tourism and cultural tourism. Although in general the agencies believe that the whole project will help, they take a more cautious attitude towards it.

**Key words:** wine tourism, cultural tourism, Nemea, Prefecture of Corinth

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	5
ABSTRACT .....	7
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ .....	8
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ .....	12
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ .....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	15
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	15
1.1 Εισαγωγή .....	15
1.2 Σκοπός και σημασία της έρευνας .....	16
1.3 Ερευνητικά ερωτήματα .....	16
1.4 Μεθοδολογία Έρευνας .....	17
1.5 Δομή της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας .....	17
1.6 Πρωτοτυπία και χρησιμότητα της έρευνας .....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	19
ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	19
2.1 Ορισμός των εναλλακτικών μορφών τουρισμού .....	19
2.2 Κίνητρα εναλλακτικού τουρίστα .....	20
2.3 Επιδράσεις εναλλακτικού τουρίστα .....	21
2.4 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη .....	22
2.5 Οινοτουρισμός .....	23
2.6 Πολιτιστικός Τουρισμός .....	23
2.7 Αγροτουρισμός .....	25



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	27
Ο ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ .....	27
3.1 Ισπανία .....	27
3.1.1 Η έρευνα της διαδρομής κρασιού στη περιοχή La Axarquía της Malaga .....	29
3.2 Πορτογαλία .....	30
3.3 Γαλλία .....	31
3.3.1 Βουργουνδία Γαλλίας .....	34
3.4 Ιταλία .....	34
3.4.1. Οινικές διαδρομές σε Ιταλικές περιφέρειες .....	36
3.4.2 Από την παραγωγή κρασιού στην τουριστική οινική εμπειρία .....	38
3.4.3 Οινικές και γαστρονομικές διαδρομές στην Ιταλία .....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	41
Ο ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	41
4.1 Σαντορίνη .....	44
4.2 Βόρεια Ελλάδα .....	47
4.3 Πρόγραμμα Morias '21 .....	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	56
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - Ο ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ .....	56
5.1 Γενικές πληροφορίες του νομού Κορινθίας .....	56
5.2 Τουριστικές υποδομές του Νομού Κορινθίας .....	57
5.3 Πολιτιστικός τουρισμός στον Νομό Κορινθίας .....	57
5.4 Εναλλακτικός τουρισμός στο Νομό Κορινθίας .....	58
5.5 Προφίλ τουριστών στον Νομό Κορινθίας .....	61
5.6 Εκδηλώσεις & γιορτές κρασιού του Νομού Κορινθίας .....	61
5.7 Οινικές διαδρομές & Επίσκεψιμα Οινοποιεία .....	62

5.8 SWOT Analysis .....	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 .....	70
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	70
6.1 Μεθοδολογία έρευνας .....	70
6.2 Βιβλιογραφική ανασκόπηση .....	72
6.3 Συλλογή δεδομένων - Ερευνητικό εργαλείο .....	72
6.4 Επιλογή δείγματος .....	74
6.5 Ηθικά και δεοντολογικά ζητήματα έρευνας .....	76
6.6 Ανάλυση δεδομένων .....	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 .....	77
ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	77
7.1. Περιγραφική ανάλυση δεδομένων .....	77
7.1.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....	77
7.1.2 Ανάπτυξη οινοτουρισμού Νομού Κορινθίας .....	80
7.1.3 Εμπόδια – Αδυναμίες ανάπτυξης οινοτουρισμού .....	84
7.1.4 Δράσεις – Ενέργειες Ανάπτυξης Οινοτουρισμού .....	89
7.1.5 Πρόγραμμα MORIAS '21 .....	92
7.2. Επαγωγική ανάλυση δεδομένων .....	94
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 .....	102
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	102
8.1 Συμπεράσματα θεωρητικού μέρους .....	102
8.2 Συμπεράσματα εμπειρικού μέρους .....	104
8.3 Προτάσεις πολιτικής .....	106
8.4 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα .....	106
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	107

Ελληνόγλωσση.....	107
Ξενόγλωσση.....	108
Διαδικτυακές αναφορές.....	110

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1 Κατανομή ηλικίας δείγματος.....	78
Γράφημα 2 Κατανομή φύλου δείγματος.....	78
Γράφημα 3 Κατανομή εκπαίδευσης δείγματος.....	79
Γράφημα 4 Θεωρείται ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ένα κίνητρο για ταξίδι στη περιοχή της Κορινθίας;.....	81
Γράφημα 5 Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης του οινοτουρισμού στο Νομό Κορινθίας;.....	81
Γράφημα 6 Τι δράσεις πραγματοποιούνται ετησίως σχετικά με τον οινοτουρισμό;.....	82
Γράφημα 7 Υπάρχει ενδιαφέρον αύξησης όλων των δράσεων μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων;.....	82
Γράφημα 8 Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας;.....	83
Γράφημα 9 Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;.....	84
Γράφημα 10 Ποια κατά τη γνώμη σας θεωρείτε πιο επικίνδυνα εμπόδια ως προς την ανάπτυξη του κλάδου ;.....	85
Γράφημα 11 Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;.....	85
Γράφημα 12 Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;.....	86
Γράφημα 13 Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;.....	87
Γράφημα 14 Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;.....	87
Γράφημα 15 Έχετε παρατηρήσει εποχικότητα στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού; .	88
Γράφημα 16 Πιστεύετε πως οι τουρίστες επιλέγουν τις διακοπές τους στην περιοχή αυτή για τις εναλλακτικές μορφές ή μόνο για ξεκούραση;.....	88
Γράφημα 17 Με ποιον από τους ακόλουθους τρόπους διαφημίζεται η επιχείρηση / φορέα σας ;.....	89

Γράφημα 18 Υπάρχουν πολιτιστικές δραστηριότητες που προωθούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή σας; .....	90
Γράφημα 19 Η επιχείρησή σας έχει συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα; .....	90
Γράφημα 20 Τι είδους ενίσχυση λαμβάνει η επιχείρησή σας; .....	91
Γράφημα 21 Ποιες από τις παρακάτω δράσεις θεωρείται πιο σωστή για την αύξηση του οινοτουρισμού στη περιοχή; .....	92
Γράφημα 22 Έχει γίνει καλή προώθηση του προγράμματος ώστε να γίνει ‘γνωστή’ και να προσελκύσει περισσότερο κόσμο στις εκδρομές της; .....	93
Γράφημα 23 Τέτοιες δράσεις θεωρείτε πως βοηθάνε στην προσέλκυση τουριστών στη χώρα μας; .....	94

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: SWOT Analysis .....	68
Πίνακας 2: Φορείς ερωτηματολογίου .....	75
Πίνακας 3: Κατανομή ηλικίας δείγματος .....	77
Πίνακας 4: Κατανομή φορέα απασχόλησης δείγματος .....	79
Πίνακας 5: Cronbach 's Alpha για αξιοπιστία προτάσεων .....	83
Πίνακας 6: Κατανομή της ενίσχυσης από τη δράση του προγράμματος Morias'21 .....	92
Πίνακας 7: Κατανομή της προώθησης του προγράμματος Morias '21 .....	93
Πίνακας 8: Αποτελέσματα συσχέτισης ανάμεσα στα εμπόδια και τις αδυναμίες ανάπτυξης του οινoturισμού με τις δράσεις και ενέργειες που πραγματοποιούνται ...	95
Πίνακας 9: Αποτελέσματα συσχέτισης ανάμεσα στα εμπόδια και τις αδυναμίες ανάπτυξης του οινoturισμού με το πρόγραμμα Morias '21 .....	96
Πίνακας 10: Αποτελέσματα συσχέτισης της αύξησης του οινoturισμού και της δράσης των εμπλεκόμενων φορέων .....	97
Πίνακας 11: Αποτελέσματα συσχέτισης της ενίσχυσης των θέσεων εργασίας στον οινoturισμό .....	98
Πίνακας 12: Αποτελέσματα συσχέτισης της ποιοτικής συνεργασίας ξενοδοχείων και οινοποιείων και η σωστή προβολή της περιοχής .....	99
Πίνακας 13: Αποτελέσματα συσχέτισης της ενίσχυσης των θέσεων εργασίας στον οινoturισμό .....	100
Πίνακας 14: Αποτελέσματα συσχέτισης της ανάκαμψης του οινoturισμού μετά την πανδημία .....	101

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1**

## **ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **1.1 Εισαγωγή**

Ο οινoturισμός είναι μια έννοια που συνδέεται άρρηκτα με τη γαστρονομία τις περισσότερες φορές. Οι τουρίστες συνηθίζουν όταν επισκέπτονται έναν τόπο για τον οίνο του να συνδυάζουν τα τοπικά εδέσματα. Με τη ζήτηση των τουριστών για τα οινοποιεία υπάρχει και ζήτηση στα καταλύματα της περιοχής είτε των γύρω περιοχών για τη διαμονή τους. Όλες αυτές οι διαδρομές κρασιού τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αντιληπτές ως ένα μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης το οποίο βοηθάει στην εκτίμηση και προστασία της κληρονομιάς των αγροτικών περιοχών. Πιο συγκεκριμένα, όλα τα καταλύματα που προσφέρουν διαμονή και σχετίζονται με τον αγροτουρισμό είναι ελκυστικά διότι μετατρέπουν την οικονομική δραστηριότητα σε βιώσιμη. Παρατηρείται, λοιπόν, πως τα οινοποιεία λειτουργούν ως κίνητρο για τους επισκέπτες για την κατανάλωση κρασιού. Βέβαια, δεν είναι το μοναδικό κίνητρο αυτό αλλά είναι η φύση, η κοινωνικοποίηση και η γαστρονομία.

Στη διπλωματική αυτή έρευνα παρουσιάζονται οι οινικές και πολιτιστικές διαδρομές στην περιφέρεια Πελοποννήσου αλλά γίνεται αναφορά και για χώρες της Ευρώπης. Μέσα από την ποσοτική έρευνα που έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου και έπειτα από μια εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση έγινε διερεύνηση της ανάπτυξης του οινoturισμού στο Νομό Κορινθίας. Η επιλογή του συγκεκριμένου νομού έγινε λόγω της μεγάλης αμπελουργικής ζώνης, Νεμέα, η οποία είναι μια από τις μεγαλύτερες της Ελλάδας. Έγινε διερεύνηση, λοιπόν κατά πόσο ο οινoturισμός είναι αναπτυγμένος και αν είναι παράγοντας αύξησης τουρισμού της περιοχής. Για να υπάρξει ένα καλύτερο αποτέλεσμα χωρίστηκε το ερωτηματολόγιο σε τέσσερις άξονες οι οποίοι ήταν η ανάπτυξη του οινoturισμού, τα εμπόδια και οι αδυναμίες του, οι δράσεις που γίνονται στην περιοχή και πόσο βοηθητικές είναι για την αύξηση των τουριστών καθώς και αν το κράτος δίνει επιχορηγήσεις στις εκάστοτε επιχειρήσεις. Επίσης, ο τελευταίος άξονας

αποτελούνταν από ερωτήσεις σχετικά με το αν το πρόγραμμα Μοριάς'21 έδωσε ένα λιθαράκι προσέλκυσης τουριστών στον υπό εξέταση νομό.

Στα κεφάλαια που θα ακολουθήσουν παρουσιάζονται γενικές έννοιες όπως τι είναι εναλλακτικός τουρισμός και ποιες είναι οι μορφές του, γίνεται μια μικρή αναφορά στον πολιτιστικό τουρισμό, στον αγροτουρισμό και στον οινοτουρισμό. Έπειτα, παρουσιάζονται οι οινικές διαδρομές στις Ευρωπαϊκές χώρες αλλά και σε άλλους νομούς της Ελλάδας. Επιπλέον, υπάρχει ένα κεφάλαιο που αναλύεται η περίπτωση του Νομού Κορινθίας λόγω της έρευνας που πραγματοποιήθηκε. Όσον αφορά τα τελευταία δύο κεφάλαια εκεί γίνεται όλη η ανασκόπηση της έρευνας και τα αποτελέσματά της. Τέλος, ολοκληρώνεται η εργασία με τα συμπεράσματα και τις προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

## **1.2 Σκοπός και σημασία της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας αποτελεί η διερεύνηση της ανάπτυξης οινοτουρισμού στο Νομό της Κορίνθου. Γίνεται αναφορά σε Ελλάδα και εξωτερικό σχετικά με τον οινοτουρισμό και μέσω της έρευνας παρατηρούνται αδυναμίες και ενέργειες ανάπτυξης αυτής της εναλλακτικής μορφής καθώς και πόσο έχει επηρεάσει το πρόγραμμα Μοριάς '21.

## **1.3 Ερευνητικά ερωτήματα**

Στην έρευνα αυτή τέθηκαν τα εξής ερευνητικά ερωτήματα :

- Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση του οινοτουρισμού στο Νομό Κορινθίας;
- Ποια εμπόδια και αδυναμίες ανάπτυξης του οινοτουρισμού υπάρχουν τη δεδομένη στιγμή στην περιοχή αυτή;
- Ποιες δράσεις είτε ενέργειες έχουν γίνει ή θα πραγματοποιηθούν στο άμεσο μέλλον για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;



- Πόσο έχει βοηθήσει την περιφέρεια Πελοποννήσου το πρόγραμμα Μορίας '21 που δημιουργήθηκε για την επέτειο των 200 χρόνων από την Επανάσταση του '21;

## **1.4 Μεθοδολογία Έρευνας**

Στην παρούσα έρευνα έχει χρησιμοποιηθεί η ποσοτική έρευνα για την καλύτερη ανάλυση των αποτελεσμάτων. Το ερωτηματολόγιο δόθηκε μόνο σε φορείς και πιο συγκεκριμένα σε όλα τα οινοποιεία του Νομού Κορινθίας καθώς και σε ξενοδοχεία και εστιατόρια, στους δήμους και στην περιφέρεια Πελοποννήσου, σε Επιμελητήρια, Ενώσεις κ.ά. Η μέθοδος δειγματοληψίας που επιλέχθηκε ήταν η δειγματοληψία κατά κρίση.

Η συμμετοχή της έρευνας ήταν εθελοντική ωστόσο οι συμμετέχοντες ενημερωθήκαν για τον σκοπό της έρευνας γραπτώς με εισαγωγικό σημείωμα πριν την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

## **1.5 Δομή της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας**

Η διπλωματική εργασία χωρίζεται σε οκτώ κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο ξεκινάει με την εισαγωγή της έρευνας, τον σκοπό της, τη μεθοδολογία αλλά και τα ερευνητικά της ερωτήματα καθώς και τη χρησιμότητα της έρευνας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται συνοπτικά οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, ο ορισμός, οι μορφές αλλά και οι επιδράσεις τους, τα κίνητρα που οδηγούν έναν εναλλακτικό τουρίστα να επισκεφθεί μια περιοχή. Λίγα λόγια, για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη που πλέον είναι άκρως απαραίτητη για περιβαλλοντικούς λόγους και μια μικρή αναφορά στις εναλλακτικές μορφές που θα ασχοληθούμε στη παρούσα εργασία.

Το τρίτο κεφάλαιο ασχολείται με τον οινοτουρισμό στο διεθνή χώρο. Εδώ αναφέρονται οι Ευρωπαϊκές χώρες: Ισπανία, Πορτογαλία, Γαλλία και Ιταλία σχετικά με τις οινικές

διαδρομές που έχουν δημιουργηθεί σε κάθε χώρα ξεχωριστά από τα προηγούμενα χρόνια έως και σήμερα και κατά πόσο έχει βοηθήσει στην ανάπτυξη της οικονομίας τους η εναλλακτική αυτή μορφή του τουρισμού.

Το τέταρτο κεφάλαιο ασχολείται αντίστοιχα με τον οινοτουρισμό στο χώρο της Ελλάδας. Σε αυτό το σημείο αναλύονται οι περιοχές: Σαντορίνη από το κομμάτι των Κυκλάδων και η Βόρεια Ελλάδα που περιλαμβάνει τις περιοχές της Μακεδονίας και της Θράκης. Αναλύεται σε κάθε τόπο η οινική διαδρομή που υπάρχει και κατ' επέκταση τα κτήματα των περιοχών αλλά και ποια αξιοθέατα μπορεί ένας τουρίστας να επισκεφθεί.

Το πέμπτο κεφάλαιο είναι το πιο σημαντικό καθώς παρουσιάζεται ο Νομός Κορινθίας που είναι η μελέτη περίπτωσης της έρευνάς μας.

Στο έκτο και έβδομο κεφάλαιο πραγματοποιείται η μεθοδολογία της έρευνας και τα αποτελέσματα της αντίστοιχα. Τέλος, στο όγδοο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα και κάποιες προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

Ολοκληρώνεται η διπλωματική εργασία με τη βιβλιογραφία και το παράρτημα με το ερωτηματολόγιο που δόθηκε για συμπλήρωση στους εκάστοτε φορείς.

## **1.6 Προτυπία και χρησιμότητα της έρευνας**

Μέσα από την παρούσα έρευνα που πραγματοποιήθηκε παρατηρήθηκε ότι δεν είχαν τεθεί ερωτήματα στους φορείς σχετικά με τον οινοτουρισμό στο Νομό Κορινθίας και κατά πόσο αυτό επηρεάζει την ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής. Έρευνες που έχουν γίνει στη περιοχή είναι σε πολίτες αλλά και σε οινοποιούς σχετικά με τα οινοποιεία τους και την επισκεψιμότητα τους.

Η χρησιμότητα της έρευνας αποσκοπεί στη διερεύνηση της ανάπτυξης του οινοτουρισμού από τον κάθε φορέα του Νομού Κορινθίας καθώς η περιοχή είναι προσοδοφόρα σε αυτό τον τομέα και χρειάζεται περαιτέρω έρευνα για την οικονομική της ανάπτυξη.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

### **ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

#### **2.1 Ορισμός των εναλλακτικών μορφών τουρισμού**

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ σημαντικός κλάδος της οικονομίας. Υπάρχει ο μαζικός τουρισμός και ο εναλλακτικός τουρισμός. Ο πρώτος είναι πασίγνωστος και τον προτιμάει μεγάλο μέρος του πληθυσμού, έχει συνδεθεί μάλιστα με το τρίπτυχο ήλιος, θάλασσα και σεξ (3 S's – sea, sun, sex). Από την άλλη πλευρά, ο εναλλακτικός είναι μια νέα μορφή τουρισμού που έχει γίνει γνωστή τα τελευταία χρόνια, περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού και φέρνει σε επαφή τον οικοδεσπότη με τον τουρίστα αλλά και το περιβάλλον (Smith & Eadington, 1992).

Υπάρχουν, όμως, κάποιες διαφορές μεταξύ των δυο μορφών τουρισμού οι οποίες είναι:

- Στο μαζικό τουρισμό δίνεται κύρια βάση στο οικονομικό κομμάτι ενώ στον εναλλακτικό τουρισμό κυριαρχεί η βελτίωση του περιβάλλοντος ως προς τη διαβίωση του τόπου.
- Χρησιμοποιεί τις εγκαταστάσεις του μαζικού τουρισμού, τα μέσα μεταφοράς και τα συστήματα κρατήσεων αλλά πρέπει να γίνουν νέα επενδύσεις μικρού κόστους.
- Ο εναλλακτικός τουρίστας είναι ενεργητικός, θέλει να έρθει σε επαφή με τη φύση, τον πολιτισμό και τους ανθρώπους του τόπου που επισκέπτεται ενώ ο μαζικός τουρίστας είναι παθητικός και οι δραστηριότητες του εναλλακτικού τουρίστα έρχονται σε δεύτερη σκέψη.
- Στον εναλλακτικό τουρισμό οι ντόπιοι είναι μέρος των δραστηριοτήτων ενώ στο μαζικό θεωρούνται ως επενδυτές, εργαζόμενοι και οικοδεσπότες.

Οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού σύμφωνα με τον Inskoop (1991) είναι:

- Ο τουρισμός σε χωριά
- Ο αγροτουρισμός
- Οι περιπατικοί και ποδηλατικοί γύροι
- Ο τουρισμός αλιείας
- Ο οικοτουρισμός
- Οι εθελοντικές δραστηριότητες

## **2.2 Κίνητρα εναλλακτικού τουρίστα**

Το βασικό κίνητρο ενός εναλλακτικού τουρίστα διαφέρει από αυτό του μαζικού τουρίστα. Σύμφωνα με τον Cazes (1989) ο εναλλακτικός τουρίστας έχει συνδυάσει το ταξίδι του με δραστηριότητες ενεργητικές, με την ανάγκη του να γνωρίσει και να επικοινωνήσει με τους ανθρώπους του εκάστοτε τόπου και του εθελοντισμού.

Ένας εναλλακτικός τουρίστας δεν θεωρείται «πελάτης» όπως ο μαζικός τουρίστας. Η διαμονή του γίνεται σε μικρά καταλύματα και όχι σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Επιπλέον, συμμετέχει σε τοπικές εκδηλώσεις, μαθαίνει συνταγές του τόπου που επισκέπτεται κλπ.

Γενικά, σύμφωνα και με τον Laarman and Durst, (1987) πηγαίνει σε προορισμούς που βρίσκονται στα πρώτα στάδια του κύκλου ζωής του μοντέλου του Butler (1980).

Τέλος, είναι σημαντικό να τονίσουμε πως το επίπεδο μόρφωσης του είναι αρκετά υψηλό και επιλέγει στο ταξίδι του να είναι λίγα άτομα μαζί του είτε και μόνος του.

## 2.3 Επιδράσεις εναλλακτικού τουρίστα

Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να διαφέρει από το μαζικό τουρισμό αλλά δεν παύει να έχει επιδράσεις είτε θετικές είτε αρνητικές σε οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικοπολιτιστικό επίπεδο.

Στο κομμάτι της οικονομίας δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και απασχολεί κυρίως ντόπιους. Γίνεται κατανάλωση των τοπικών προϊόντων σε αντίθεση από το μαζικό που γίνεται κατανάλωση σε προϊόντα εισαγωγής. Επιπλέον, η μορφή αυτή του τουρισμού βοηθάει στην προστασία του περιβάλλοντος δηλαδή τα έσοδα που λαμβάνουν οι κυβερνήσεις απορροφούν στις ανάγκες του κάθε τόπου που αφορούν το περιβάλλον όπως πυροπροστασία, καλύτερη ποιότητα στις υπηρεσίες υγείας, ηλεκτροδότηση, υδροδότηση, αντιμετώπιση προβλημάτων στο οδικό δίκτυο.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και αρνητικές επιδράσεις στον οικονομικό τομέα όπως άνθρωποι που εργάζονται στην επαρχία και δεν ανήκουν στους μόνιμους κατοίκους το εισόδημα τους δεν το απορροφάει η τοπική κοινωνία. Επίσης, άλλο ένα πρόβλημα είναι και η φοροδιαφυγή η οποία είναι πολύ συχνή στη χώρα μας και επηρεάζει αρκετά τον εναλλακτικό τουρισμό.

Μια άλλη επίδραση είναι και η περιβαλλοντική. Μπορεί ως βάση ο εναλλακτικός τουρισμός να σέβεται και να προστατεύει το περιβάλλον αλλά δυστυχώς με την καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών που θέλει να προσφέρει οδηγεί στην καταστροφή του. Για παράδειγμα, το μέσο μεταφοράς που θα επιλέξει για να φτάσει στον προορισμό συμβάλει στην ατμοσφαιρική ρύπανση. Άλλο ένα παράδειγμα είναι η ερημοποίηση μιας περιοχής λόγω της κατασκευής μιας ξενοδοχειακής μονάδας ή ενός δρόμου.

Τέλος, επιδράσεις δημιουργούνται και στο τομέα της κοινωνίας και τον πολιτισμό. Ο εναλλακτικός τουρισμός βοηθάει πολύ στη διατήρηση και διαβίωση του πολιτισμού των ηθών και των εθίμων του κάθε τόπου. Ένας εναλλακτικός τουρίστας αναζητά να μάθει για την κουζίνα, τον πολιτισμό και τις παραδόσεις της κοινωνίας και να επικοινωνήσει με τους ντόπιους. Οι ντόπιοι από τη πλευρά τους όσο παρατηρούν αύξηση του τουρισμού αλλάζουν τα παραδοσιακά επαγγέλματα τους και ασχολούνται με αυτόν. Ακόμα, αρκετοί ασχολούνται με χειροποίητα προϊόντα όπως κεραμικά,

κεντήματα, κοσμήματα αλλά και σουβενίρ μέσω αυτών προβάλλεται η ταυτότητα του προορισμού. Όμως, αυτό εγκυμονεί τον κίνδυνο της εμπορευματοποίησης και το φόβο πως θα χαθούν στοιχεία της παράδοσης.

## 2.4 Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Βιώσιμος ή αιεφόρος τουρισμός είναι εκείνος που λαμβάνει πλήρως υπόψιν του τις υφιστάμενες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις και ανταποκρίνεται στις ανάγκες των επισκεπτών, του κλάδου και των κοινοτήτων στους προορισμούς υποδοχής (UNWTO,2017).

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη είναι πολύ σημαντική και έχει αρχίσει να εφαρμόζεται ολοένα και περισσότερο. Αφορά θέματα περιβαλλοντικά, βελτίωσης ζωής των κατοίκων, προβλημάτων του υπερτουρισμού κ.ά. («Σχεδιασμός και βιωσιμότητα τουριστικών προορισμών», Σαραντάκου, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, 2020, Σημειώσεις μαθήματος).

Το 1996, δημιουργήθηκε ένα πρόγραμμα δράσης η Agenda 21 το οποίο είχε στόχο την ανάπτυξη της αιεφορίας μέσω διαφορετικών προσεγγίσεων στο τουρισμό. Συγκεκριμένα, το σχέδιο δράσης «Agenda 21 για την ταξιδιωτική και Τουριστική Βιομηχανία: Προς μια Περιβαλλοντικά Βιώσιμη Ανάπτυξη» υπογράφηκε από τους διεθνείς οργανισμούς «τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) και το Συμβούλιο Γης (Earth Council) όπου αναφέρονται 12 αρχές για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη (WTO,1997) κάποιες από αυτές είναι η προστασία του οικοσυστήματος και η συνεργασία μεταξύ των εθνών για ένα τουριστικό εμπόριο που θα δίνει τη δυνατότητα εξέλιξης με μια βάση αιεφορίας. Επίσης, μεγάλη βαρύτητα στις φυσικές καταστροφές θα πρέπει τα έθνη να επικοινωνούν μεταξύ τους γι' αυτές ώστε να μην δημιουργηθεί θέμα με τους τουρίστες.

Τέλος, οι τουριστικοί νόμοι που σκοπό έχουν την προστασία του περιβάλλοντος θα πρέπει να γίνονται αποδεκτοί και να δείχνει σεβασμό η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία.

## 2.5 Οινοτουρισμός

Ο οινοτουρισμός είναι μια ειδική και εναλλακτική μορφή τουρισμού και συγκεκριμένα ανήκει στη κατηγορία τουρισμού της υπαίθρου. Αφορά τη φιλοξενία και ξενάγηση σε χώρους που καλλιεργείται και παράγεται το σταφύλι (αμπελώνες). Ο τουρίστας που θέλει να επισκεφθεί το χώρο μπορεί να γνωρίσει τους αμπελώνες, να δει τους χώρους παραγωγής αλλά και να δοκιμάσει τους οίνους του κτήματος (γευσιγνωσία).

Σύμφωνα με την Αλαμπάκη (2012:16) ο οινοτουρισμός έχει καταναλωτικές αλλά και αναπτυξιακές ή επιχειρησιακές διαστάσεις και ορίζεται ως εξής: «η μορφή τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων (*Special Interest Tourism*), που σχετίζεται με την επίσκεψη σε οινοποιεία, αμπελώνες, εκθέσεις οίνου, οινικά φεστιβάλ και συναφείς εκδηλώσεις, με τη γευσιγνωσία και την αγορά οίνου ή αμπελοοινικών προϊόντων στον τόπο παραγωγής, καθώς και με το σχεδιασμό και την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εμπειριών αναμνηστικής, επιμόρφωσης ή πολιτισμού με κεντρικό άξονα τον οίνο».

Αν δινόταν μια άλλη ορολογία αυτή θα ήταν «Δρόμος του κρασιού» διότι μέσα από μια συγκεκριμένη διαδρομή που διασχίζει αρκετούς αμπελώνες μπορεί κανείς να επισκεφθεί διάφορα κτήματα αλλά και αξιοθέατα, μνημεία κ.ά.

Σύμφωνα με τους Hallet.at, 2000, Charters & Oneil 2001, αλλά και άλλους συγγραφείς υπάρχουν πλεονεκτήματα του οινοτουρισμού όσον αφορά τα οινοποιεία. Αρχικά, μέσω των αυξανόμενων επισκέψεων υπάρχει αύξηση του κέρδους και ενίσχυση του ανταγωνισμού μεταξύ των οινοποιείων. Επιπλέον, μέσω της γευσιγνωσίας γνωρίζουν περισσότεροι επισκέπτες τις ποικιλίες των οίνων και αυτό αργότερα οδηγεί σε μεγαλύτερη κατανάλωση των προϊόντων.

## 2.6 Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει ως βασικό κίνητρο τον πολιτισμό μιας περιοχής, δηλαδή μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους αλλά περιλαμβάνει και την Άυλη Πολιτιστική

Κληρονομιά με τα ήθη, τα έθιμα, τις παραδόσεις κ.ά. Είναι μια πολύ συχνή μορφή τουρισμού η οποία στηρίζεται στην επικοινωνία των ανθρώπων μέσω της κουλτούρας και στηρίζει την ανανέωση του τουρισμού (UNESCO, 2001-3).

Σύμφωνα με τον ορισμό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ταξιδιών (2005) ο πολιτιστικός τουρισμός είναι « η μετακίνηση ατόμων σε πολιτιστικά αξιοθέατα σε πόλεις και χώρες εκτός του κανονικού τόπου διαμονής τους, με σκοπό να συγκεντρώσουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες για να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες, καθώς και όλες οι μετακινήσεις ατόμων σε συγκεκριμένα πολιτιστικά αξιοθέατα, όπως οι τόποι πολιτιστικής κληρονομιάς, οι καλλιτεχνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι τέχνες και το θέατρο σε πόλεις εκτός της χώρας διαμονής τους».

Ένας ορισμός, ακόμα, που έχει δοθεί από το Διεθνές Συμβούλιο Χώρων και Μνημείων αναφέρει τον πολιτιστικό τουρισμό ως: *«οποιαδήποτε δραστηριότητα που επιτρέπει στους επισκέπτες να έχουν την εμπειρία της ανακάλυψης τρόπων ζωής άλλων ανθρώπων, επιτρέποντάς τους να γνωρίσουν τα έθιμα, τις παραδόσεις, το φυσικό περιβάλλον και τις ιδέες τους και να έχουν πρόσβαση σε χώρους με αρχιτεκτονικό, ιστορικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον ή άλλου τύπου πολιτιστική αξία» (ICOMOS,1999).*

Από την άλλη, η Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά είναι μέρος του πολιτιστικού τουρισμού καθώς περιλαμβάνει τα ήθη, τα έθιμα, τις τέχνες, τις πολιτιστικές εκδηλώσεις (UNESCO, 2021). Υπάρχουν κάποιοι σημαντικοί φορείς που προστατεύουν και προβάλλουν την πολιτιστική κληρονομιά αυτοί είναι:

- Η UNESCO
- Η Επιτροπή για την Παγκόσμια Κληρονομιά
- Το Διεθνές Συμβούλιο Μνημείων και Τοποθεσιών
- Η Διεθνής Επιτροπή για τη Διατήρηση της Βιομηχανικής Κληρονομιάς
- Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Βιομηχανικής και Τεχνικής Κληρονομιάς
- Η Πανευρωπαϊκή Ομοσπονδία για τη Κληρονομιά
- Το Διεθνές Κέντρο για τη Μελέτη της Συντήρησης και της Αποκατάστασης της Πολιτιστικής Περιουσίας



- Η Διεθνής Επιτροπή για την Ιστορία της Τεχνολογίας
- Το Ευρωπαϊκό Πανεπιστημιακό Κέντρο για τα Πολιτιστικά Αγαθά

Ο τουρίστας που επιλέγει τον πολιτισμό ως βασικό του κίνητρο για το ταξίδι διακρίνεται σε δυο κατηγορίες, το γενικό τουρίστα και τον εξειδικευμένο τουρίστα. (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2020)

Ο γενικός τουρίστας ταξιδεύει σε διαφορετικές πόλεις κάθε φορά με σκοπό να γνωρίζουν τον πολιτισμό τους και να λαμβάνουν αρκετές εμπειρίες. Από την άλλη πλευρά, ο εξειδικευμένος τουρίστας ταξιδεύει σε λίγες περιοχές ή κάποιες φορές και μόνο σε μια ώστε να γνωρίσει με λεπτομέρεια τον πολιτισμό της.

## 2.7 Αγροτουρισμός

Ο αγροτουρισμός κατηγοριοποιείται σε ένα υποσύνολο του εναλλακτικού τουρισμού. Είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την αύξηση των εισοδημάτων των αγροτών. Η ενασχόλησή τους με τον τουρισμό δημιουργήθηκε για μια συμπληρωματική πηγή εισοδήματος. Με αυτόν τον τρόπο ανοίχτηκαν θέσεις εργασίας, οι οποίες δίνονταν και σε γυναίκες, μειώνοντας την εξουσία που είχαν οι άντρες να θεωρούν τις γυναίκες μόνο ως νοικοκυρές χωρίς δικαίωμα στην εργασία.

Ωστόσο, ένας ορισμός που έχει δοθεί από τον Λογοθέτη, (1988), αναφέρει πως ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που βρίσκεται σε μη αστικό περιβάλλον και στοχεύει στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρώπινων τοπικών πόρων, βοηθάει στη συμπλήρωση του βασικού εισοδήματος και καλυτερεύει το βιοτικό και πολιτιστικό επίπεδο ζωής.

Για την περίπτωση της Ελλάδας, όμως, ο Lane (1994) έδωσε έναν άλλον ορισμό ο οποίος αναφέρει ότι: *«ο αγροτικός τουρισμός είναι αυτός που εκδηλώνεται σε αγροτικές περιοχές, είναι μικρός σε κλίμακα, χαρακτηρίζεται και λειτουργία και αντικατοπτρίζει το ανομοιογενές και πολύπλοκο πρότυπο του αγροτικού περιβάλλοντος, της οικονομίας και της ιστορίας του».*

Ένας τουρίστας που επισκέπτεται έναν τόπο με σκοπό τον αγροτουρισμό θέλει να γνωρίσει τον τρόπο ζωής των ντόπιων και αν του δοθεί η ευκαιρία να προσφέρει εθελοντική αγροτική εργασία.

Ο αγροτουρισμός έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία διαφέρουν από κάποιες άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αυτά είναι: ο γεωγραφικός χώρος, η συμπληρωματικότητα και το προφίλ και οι δραστηριότητες του αγροτουρίστα.

Στο κομμάτι του γεωγραφικού χώρου εννοούμε ότι βρίσκεται σε μη αστικό χώρο δηλαδή σε επαρχίες που έχουν ως κύρια βάση τη γεωργία, σε νησιά, σε παραδοσιακούς οικισμούς και σε προστατευμένες περιοχές (Καλδής, κ.ά., 1999). Ένα άλλο γνώρισμα είναι η συμπληρωματικότητα. Οι αγρότες πέρα από τις αγροτικές τους δραστηριότητες ασχολούνται με τον τουρισμό ως ένα συμπλήρωμα στο εισόδημά τους. Αυτό μπορεί να είναι ένα κατάλυμα μέσα στη φύση ή σε ένα αγρόκτημα, μια ξενάγηση στις καλλιέργειες είτε ακόμα και σε συμμετοχή σε δραστηριότητες όπως η ιππασία ή η παραγωγή. Το τρίτο γνώρισμα είναι το προφίλ του αγροτουρίστα. Μέσα από έρευνες που έχουν γίνει παρατηρήθηκε πως περισσότερα νέα άτομα επιλέγουν τον αγροτουρισμό με σπορ περιπέτειας και έχουν υψηλή μόρφωση και μεσαίο εισόδημα. Βέβαια, αυτό διαφέρει από χώρα σε χώρα. Κατά κύρια βάση, η επιλογή αυτής της εναλλακτικής μορφής είναι για να «ξεφύγει» από την ρουτίνα της καθημερινότητας το άτομο και να ασχοληθεί με κάτι διαφορετικό. Συνήθως οι δραστηριότητες που επιλέγουν είναι οι επισκέψεις σε καλλιέργειες, σε οινοποιεία και σε τυροκομεία. Αν οι ντόπιοι το επιθυμούν μπορεί να τους αφήσουν εθελοντικά να ασχοληθούν με το μάζεμα της ελιάς ή τον τρύγο.

Τέλος, οι μορφές του αγροτουρισμού είναι οι κάτωθι:

- Διαμονή σε αγροκτήματα (φάρμες)
- Οικοαγροτουρισμός
- Φιλοξενία σε μικρά καταλύματα
- Αγροτουρισμός από εθελοντές
- Αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **Ο ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ**

Ο οινοτουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί αρκετά και εκτός της παραδοσιακής περιόδου διακοπών. Ο κόσμος τείνει στο διαφορετικό, στο εναλλακτικό κομμάτι. Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία, η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Γερμανία, η Ελλάδα, η Σερβία, η Γεωργία και η Ρουμανία αλλά και χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης δηλαδή η Νέα Ζηλανδία, η ΗΠΑ, ο Καναδάς και η Νότια Αφρική είναι χώρες που τείνουν στον οινοτουρισμό ως μια νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού.

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθούν κάποιες χώρες ενδεικτικά για τις διαδρομές κρασιού τους και τη γαστρονομία τους.

#### **3.1 Ισπανία**

Η Ισπανία είναι μια τουριστική χώρα με πλούσια αμπελουργική παράδοση την οποία όμως δεν έχουν αξιοποιήσει σωστά οι χωρικοί. Περίπου 20 χρόνια πριν ξεκίνησαν να βρίσκουν διαδρομές κρασιού για να βοηθήσουν τις αγροτικές επαρχίες να αναπτυχθούν και να σταματήσει να προβάλλεται μόνο ο τουρισμός ήλιος και θάλασσα.

Μια προσπάθεια σχεδίασης του δρόμου του κρασιού στην Ισπανία ήταν το 1970. Δυστυχώς δεν είχε όμως τα επιθυμητά αποτελέσματα λόγω των ελάχιστων αξιοθέατων κρασιού αλλά και της έλλειψης τεχνογνωσίας και ανεπαρκούς εκπαίδευσης.

Το 1994 ιδρύθηκε η Ισπανική Ένωση Οινοπαραγωγών Πόλεων (ACEVIN), η οποία ήταν η πρώτη σχετικά με την εκπαίδευση και τη μεθοδολογία για τη μετατροπή των δρόμων κρασιού σε βιώσιμων. Η ένωση αυτή προσπαθούσε να αναπτύξει τις διαδρομές του κρασιού για να προωθηθεί ο οινοτουρισμός περισσότερο από τον τουρισμό των διακοπών μόνο.

Η επόμενη προσπάθεια έγινε το 2000 για την ανάπτυξη του συστήματος πιστοποίησης της διαδρομής του κρασιού. Το σύστημα αυτό αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του Συνολικού Σχεδίου Ποιότητας του Ισπανικού Τουρισμού 2000-2006, που καταρτίστηκε από το Ισπανικό Υπουργείο Τουρισμού. Ένα από τα προγράμματα του Σχεδίου αφορούσε την «ποιότητα τουριστικών προϊόντων» και είχε ως στόχο την προώθηση σχεδιασμού και δημιουργίας νέων τουριστικών προϊόντων. Με αυτόν τον τρόπο θα βοηθούσε στη διαφοροποίηση του προϊόντος και τη μείωση της εποχικότητας του τουρισμού της Ισπανίας.

Ο «Επίσημος Δρόμος του κρασιού» ήταν αποτέλεσμα αυτού του προγράμματος, ο οποίος ορίστηκε ως «η ενοποίηση τόσο των υφιστάμενων όσο και των δυνητικών πόρων και υπηρεσιών που ενδιαφέρουν τους τουρίστες σε περιοχές οινοποίησης για να σχηματίσουν μια ενιαία θεματική έννοια, διασφαλίζοντας έτσι μια αυθεντική εμπειρία. Στόχος αυτής είναι η ανάπτυξη ενός προϊόντος που ενσωματώνει την ταυτότητα του προορισμού, ενώ ισχύει το μάρκετινγκ των τοπικών προϊόντων γενικά και εγγυάται υψηλό επίπεδο ικανοποίησης των πελατών, με σκοπό την προώθηση της συνολικής οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της περιοχής (Ισπανικό Υπουργείο Τουρισμού, 2000).

Οι επίσημες πιστοποιημένες διαδρομές πρέπει να πληρούν πέντε υποσυστήματα.

Το πρώτο υποσύστημα είναι ο προγραμματισμός και η διαχείριση τα οποία είναι βασισμένα στη διαδρομή του τουριστικού προϊόντος. Το δεύτερο υποσύστημα είναι ο προορισμός ο οποίος είναι η γη και οι πόροι της. Το τρίτο υποσύστημα είναι η παραγωγή και το μάρκετινγκ και το τέταρτο σχετίζεται με τις τουριστικές υπηρεσίες. Τα οινοποιεία, για παράδειγμα είναι η βάση για να επισκεφθεί ο τουρίστας αλλά αν προσφέρεται στην περιοχή κάποιο κατάλυμα ή εστιατόριο με τοπική κουζίνα θα είναι ένας λόγος παραπάνω για να γίνει η επίσκεψη. Τέλος, το πέμπτο υποσύστημα είναι το κρασί και πιο συγκεκριμένα ο βαθμός στον οποίο η βιομηχανία κρασιού έχει προσαρμοστεί στον τομέα των τουριστικών υπηρεσιών.

Συνοψίζοντας μέσα σε όλα αυτά δημιουργήθηκε το Επίσημο Ισπανικό Δίκτυο Διαδρομών Κρασιού το οποίο περιλαμβάνει 19 Διαδρομές. Από αυτές οι 13 είναι πιστοποιημένες.

Συμπέρασμα όλων των παραπάνω είναι ότι ο οινοτουρισμός στην Ισπανία είναι μια λύση για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τόπου με σκοπό να βελτιωθεί η ποιότητα ζωής τους. Οι στόχοι είναι να αυξηθούν οι επισκέπτες στις αγροτικές περιοχές και παράλληλα να δημιουργηθούν νέες δραστηριότητες που θα αναπτύξουν την οικονομία του τόπου. Μέσα από αυτές τις δραστηριότητες θα γίνουν αλλαγές όπως η κατασκευή νέων δρόμων που είναι όφελος των ανθρώπων που ζουν εκεί και η σημασία της εποχικότητας.

Η εφαρμογή του σχεδίου κατηγοριοποιείται σε τρεις φάσεις: την έναρξη, την ανάπτυξη και την ενοποίηση (Ισπανικό Υπουργείο Τουρισμού, 2000).

Το πρώτο στάδιο της έναρξης ξεκινάει με την εμπλοκή των δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων στο τουριστικό προϊόν για να δημιουργηθεί ο φορέας της διαδρομής όπως ορίζει το Υπουργείο Τουρισμού. Η ολοκλήρωσή της γίνεται με τη χορήγηση του πιστοποιητικού Διαδρομής κρασιού. Η δεύτερη φάση που είναι η ανάπτυξη έχει διάρκεια ένα χρόνο και ξεκινάει από την ώρα που χορηγείται το πιστοποιητικό. Ο φορέας διαχείρισης πρέπει μέσα σε αυτό το διάστημα να εφαρμόσει όλα τα μέτρα που ορίζει το Υπουργείο. Εάν γίνει η εφαρμογή τους και έχει καλό αποτέλεσμα τότε διατηρείται η πιστοποίηση. Εάν το αποτέλεσμα δεν είναι ικανοποιητικό, η διαδρομή χάνει την έγκριση και σαν ποινή δεν γίνεται να υποβάλει νέα αίτηση για τουλάχιστον ένα χρόνο. Η τελευταία φάση είναι η ενοποίηση. Σε αυτό το σημείο η διαδρομή δέχεται συνεχείς επιθεωρήσεις για να φανεί αν ο φορέας και οι οργανισμοί – μέλη συνεχίζουν να πληρούν τις προϋποθέσεις. Αν υπάρχει θετική αξιολόγηση κρατά την πιστοποίηση της αν όχι δεν μπορεί να υποβάλει νέα αίτηση για ένα χρόνο.

### **3.1.1 Η έρευνα της διαδρομής κρασιού στη περιοχή La Axarquia της Malaga**

Στην Ισπανία οι διαδρομές του κρασιού δεν ήταν τόσο διαδεδομένες γιατί το κρασί λειτουργούσε ως βασικό αγαθό και στο ποιοτικό κρασί υπήρχαν κυκλώματα. Η Ισπανική Ένωση Πόλεων Κρασιού (ACEVIN) που συνεργάζεται με το Υπουργείο

Βιομηχανίας και Εμπορίου και το Υπουργείο Γεωργίας, Αλιείας και Τροφίμων προωθεί τον οινοτουρισμό και τον πολιτισμό. Έχουν δημιουργηθεί μέχρι τώρα 30 πιστοποιημένες διαδρομές. Για παράδειγμα, μέσα από μελέτες φαίνεται πως έχουν γίνει γνωστές για το κρασί τους οι περιοχές La Rioja, Jerez, Aragon, Valencia , οι Κανάριοι Νήσοι, η Μάλαγα κ.ά.

Η έρευνα που έγινε στην περιοχή της Μάλαγα και πιο συγκεκριμένα στην περιοχή της La Axarquía δείχνει ότι είναι μια περιοχή που έχει τη δικιά της ονομασία Προέλευσης στο κρασί που είναι και το δυνατό της σημείο για τον τουρισμό. Είναι μια περιοχή με πλούσια ιστορία και αρχαίο πολιτισμό που ξεκινάει από τη Ρωμαϊκή και Φοινικική περιοχή. Οι ονομασίες προέλευσης των κρασιών είναι: Malaga (MPDO), Sierras de Malaga και Padas de Malaga.

Η La Axarquía βρίσκεται ανατολικά της Μάλαγα και έχει μια ιδιόμορφη φυσιογνωμία με τα γεωργικά συστήματα, τα όμορφα τοπία και με υψόμετρο περίπου τα 391 μ. Η περιοχή αποτελείται από 31 δήμους μέχρι 67 περιφέρειες, έχει 214.188 κατοίκους ενώ η Velez – Malaga έχει 81.643. Οι διαδρομές κρασιού της Μάλαγα έχουν πιστοποιηθεί και πλέον το κρασί έχει την Ονομασία Προέλευσης της. Είναι πολύ σημαντικό που κατάφερε να έχει την πιστοποίηση γιατί στην Ισπανία όλα αυτά εξαρτώνται από πρωτοβουλίες δημόσιου – ιδιωτικού τομέα. Έτσι, έχει αποκτήσει το δικαίωμα χρήσης της επωνυμίας Spanish Wine Routes.

### **3.2 Πορτογαλία**

Η περιοχή της Bairrada δημιουργήθηκε το 1979 και βρίσκεται μεταξύ των περιοχών Aveiro και Coimbra στη κεντρική περιοχή της Πορτογαλίας. Η βασική πηγή εσόδων της περιοχής είναι η παραγωγή κρασιού, η οποία ενισχύει τις υπόλοιπες εταιρείες και δημιουργεί νέες ευκαιρίες εργασίας και μεγαλύτερο τζίρο στις επιχειρήσεις.

Υπάρχει, όμως, ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει να βελτιωθεί που αφορά τη προσέλκυση των τουριστών. Μέχρι στιγμής, τα δυο τοπικά ιαματικά λουτρά (Curgia και Luso) καθώς και το όρος Bucaco, οι πόλεις Coimbra και Aveiro και οι παραλίες είναι τα

αξιοθέατα που συνδυάζει ένας επισκέπτης με την επίσκεψη του στα οινοποιεία. Χρειάζονται όμως βελτίωση και να δημιουργηθούν και άλλες εγκαταστάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού της περιοχής.

Από την άλλη πλευρά, έχει τα περισσότερα υπόγεια οινοποιεία στην Πορτογαλία όπου αποθηκεύεται και ωριμάζει ο αφρώδης οίνος σε αντίθεση με άλλες οινικές περιοχές της Πορτογαλίας.

Το 1995 δημιουργήθηκε το Συμβούλιο Διαδρομής Κρασιού Bairrada (BWRC), το οποίο περιλάμβανε την επιτροπή οίνου Bairrada, περιφερειακούς και τοπικούς φορείς και την τοπική Επιτροπή Οικονομικής Ανάπτυξης και προωθούσε το κρασί και τα προϊόντα της περιοχής. Το 1999 πιστοποιείται επίσημα η διαδρομή η οποία περιλάμβανε 23 περιφερειακούς οινοπαραγωγούς και οινοποιεία τα οποία ανήκαν σε ιδιωτικούς φορείς. Το 2006 λόγω της ανάπτυξης της διαδρομής έγιναν 28 οι παραγωγοί και πάντα οδηγούνταν από δημόσιους φορείς με στήριξη της πορτογαλικής κυβέρνησης.

Η διαδρομή του κρασιού Bairrada περιλάμβανε δημόσιους αλλά και ιδιωτικούς φορείς και κάνει προσπάθειες για περισσότερους με σκοπό την προώθηση και την ανάπτυξη των αμπελώνων της περιοχής.

Για την προώθηση του οινοτουριστικού προϊόντος υπάρχουν κάποιες προϋποθέσεις ώστε να ικανοποιείται ο πελάτης. Όπως οι εγκαταστάσεις του οινοποιείου μαζί με το χώρο επίσκεψης να αναβαθμίζονται, να δίνεται βάση στην εικόνα της επιχείρησης, να γίνεται διαφήμιση μέσω των ιστοσελίδων, σε ηλεκτρονικά περιοδικά και προγράμματα κατάρτισης για το κρασί και τον τουρισμό.

### **3.3 Γαλλία**

Η Γαλλία έχει μια πόλη το Μπορντό που έχει δώσει το όνομα αυτό στα κρασιά της. Η πόλη αυτή το 2007 έχει χαρακτηριστεί ως Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO. Ανήκει στις τρεις πρώτες θέσεις μαζί με την Τοσκάνη και τη κοιλάδα Νάπα των διαδρομών κρασιού και έπειτα είναι η γαλλική σαμπάνια Ardenne και η κοιλάδα

Barossa της Αυστραλίας. Επιπλέον, υπάρχουν δυο περιοχές που προσελκύουν τους οινοτουρίστες το Saint – Emillion και το Medoc.

Η Γαλλία είναι ο πρώτος τουριστικός προορισμός και μια από τις καλύτερες χώρες σε ότι αφορά το κρασί αλλά δυστυχώς δεν έχει αρκετούς τουρίστες που έρχονται για το κρασί της σε αντίθεση με αυτούς που έρχονται για να επισκεφθούν τη χώρα γενικά.

Πλέον, έχει ξεκινήσει να δίνει περισσότερη βαρύτητα στον οινοτουρισμό διότι φαίνεται πως υπάρχει μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τον κόσμο έπειτα από την οικονομική κρίση του 2008 (Lignon, Darmailac, 2009).

Η κατανάλωση κρασιού παγκοσμίως γίνεται από χώρες όπως η Ρωσία, η Κίνα και η ΗΠΑ. Όμως, φαίνεται αύξηση στα κρασιά Chateaux και παράλληλα σταθεροποιούνται διεθνώς.

Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πως η περιοχή του Μπορντό έχει προωθηθεί ως προς τα κρασιά της και φαίνεται στο γεγονός ότι οι επισκέπτες έρχονται κατόπιν ραντεβού αλλιώς σε προκαθορισμένες ώρες. Σήμερα, υπάρχουν αρκετοί παραγωγοί που συναγωνίζονται τους άλλους προσφέροντας διαμονή, φαγητό, καταστήματα και ξεναγήσεις στα οινοποιεία.

Οι παραγωγοί έχουν αρχίσει να καταλαβαίνουν πόσο γρήγορη αύξηση έχει λάβει ο οινοτουρισμός όμως αρκετά οινοποιεία δεν είναι διαμορφωμένα καλά ώστε να εξυπηρετούν τους τουρίστες. Μπορεί τα οινοποιεία να αγκαλιάζουν το φυσικό, το ανθρώπινο και ιστορικό κεφάλαιο της περιοχής τους αλλά οι κληρονομικές παραδόσεις δεν το αφήνουν να αναπτύξει την πελατεία (Alant & Bruwer 2004, Brunori & Rossi 2000, Bouzdine – Chameeva 2011).

Άλλο ένα σημαντικό κομμάτι είναι η αύξηση των τουριστών με το πέρασμα των χρόνων. Το 2007 στην περιοχή του Μπορντό από τον Ιανουάριο μέχρι τον Αύγουστο ήταν 11.355 ενώ το 2013 ήταν πάνω από 14.000 επισκέπτες.

Σύμφωνα με το Atout France (2010) πάνω από 6 εκατομμύρια τουρίστες επισκέπτονται τα οινοποιεία της Γαλλίας κάθε χρόνο. Οι Κινέζοι φαίνεται από το 2010 να επισκέπτονται τη Γαλλία όλο και περισσότερο και το Μπορντό να έχει γίνει



αγαπημένος τους προορισμός. Πάνω από 60 διάσημα κρασιά Chateaux έχουν αγοράσει οι Κινέζοι τα τελευταία πέντε χρόνια λόγω της κινέζικης ζήτησης αλλά και της θέσης της τουριστικής αγοράς.

Επιπλέον, υπάρχουν αρκετές εκδηλώσεις στο Μπορντό που συνδυάζουν το κρασί με κάποιο άλλο αντικείμενο όπως στον αθλητισμό, τον πολιτισμό κ.ά. Μια από αυτές είναι η έκθεση Vin Expo που ξεκίνησε το 1981 από το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο του Μπορντό. Οι έρευνες έχουν δείξει πως είναι η καλύτερη εμπορική έκθεση για επαγγελματίες οίνου και οινοπνευματωδών κρασιών.

Άλλη μια εκδήλωση είναι ο Le Marathon du Medoc<sup>3</sup> με πάνω από 9.000 δρομείς. Ο μαραθώνιος διασχίζει πάνω από 50 οινοποιεία στα οποία καθώς περνάνε μπορούν να κάνουν μια στάση για γευσιγνωσία. Αρέσει πολύ στον κόσμο καθώς και στους οινοπαραγωγούς και προσελκύει καλλιτέχνες, 2.800 εθελοντές και αθλητές και γυναίκες από 50 διαφορετικές χώρες.

Ακόμα, άλλη μια εκδήλωση είναι το Φεστιβάλ Κρασιού στο Μπορντό που διοργανώνεται κάθε τελευταίο Σαββατοκύριακο του Ιουνίου στο Δημαρχείο του Μπορντό. Διάρκει 4 ημέρες και περιλαμβάνει 50 περίπτερα, 100 πύργους για διάφορες περιοδείες και πολλές εγκαταστάσεις φαγητού για τους τουρίστες. Σε αυτό το φεστιβάλ μπορεί κάποιος να μάθει για την παραγωγή κρασιού και τη γευσιγνωσία και μπορεί να παρακολουθήσει την παρέλαση με πλωτήρες Βάκχου, να περιηγηθεί στους αμπελώνες, να συμμετάσχει σε αγώνες οίνου και την τελευταία βραδιά να δει τα περίτεχνα πυροτεχνήματα στην τελετή λήξης του φεστιβάλ.

Με όλες αυτές τις εκδηλώσεις καθώς και με πολλές ακόμη που θα γίνουν στο μέλλον έχει προσελκύσει κάθε χρόνο όλο και περισσότερους τουρίστες, αρκετά γραφεία τουρισμού διοργανώνουν εκδρομές για γευσιγνωσία και ξεναγήσεις στα οινοποιεία του Chateaux και άλλα προσφέρουν και διαμονή το Σαββατοκύριακο που περιλαμβάνει οίνο, σπα, γκολφ και πολιτιστικές εκδηλώσεις.

### 3.3.1 Βουργουνδία Γαλλίας

Η Βουργουνδία είναι μια περιοχή της ανατολικής Γαλλίας φημισμένη για τα κρασιά της τουλάχιστον πριν από 1800 χρόνια. Μπορεί να έχει πολύ λιγότερα στρέμματα αμπελώνων σε αντίθεση με το Bordeaux αλλά κάποια από αυτά ανήκουν στις πρώτες θέσεις του κόσμου.

Οι βασικές ποικιλίες της είναι το Pinot Noir (κόκκινο Βουργουνδίας) και το Chardonnay (λευκό Βουργουνδίας). Υπάρχουν, όμως και οι Aligote και Gamay. Η Aligote έχει δική της ονομασία προέλευσης Bourgogne Aligote και η Gamay έχει ροζέ και κόκκινα κρασιά του Macon. Στα βόρεια της Βουργουνδίας, στο Chablis επικρατούν οι λευκοί οίνοι Chardonnay ενώ στα νότια τα κρασιά Cote Chalonnaise, Macon, Pinot Noir από Givry ή Mercurey.

Ο πρώτος Δούκας (14<sup>ος</sup> αιώνας) ήθελε να σταματήσει να καταναλώνεται η ποικιλία Gamay αλλά δεν τα κατάφερε διότι η διοίκηση του Ροδανού το επέτρεψε και πλέον το Gamay ανήκε στο Beaujolais.

Τέλος, όσον αφορά το κομμάτι παραγωγής υπάρχουν τρεις κατηγορίες: η πρώτη κατηγορία είναι εκείνοι που παράγουν και έχουν το δικό τους οινοποιείο, η δεύτερη κατηγορία είναι οι συνεταιρισμοί δηλαδή άτομα που όλοι μαζί ίδρυσαν το δικό τους οινοποιείο και η τρίτη κατηγορία είναι εκείνοι που αγοράζουν είτε το κρασί είτε τα σταφύλια και τα πουλάνε.

## 3.4 Ιταλία

Οι διαδρομές κρασιού στοχεύουν την κοινωνική βιωσιμότητα. Οι επιχειρήσεις όπως είναι τα οινοποιεία προβάλλουν το προϊόν τους, κρασί, με το οποίο γίνονται γνωστοί.

Η συγκομιδή, η επίσκεψη στο χώρο των οινοποιείων, η γευσιγνωσία και η οινοποίηση είναι οι υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση μέσω του προϊόντος της. Με αυτόν τον τρόπο, αποτελεί μια ολοκληρωμένη υπηρεσία που μπορεί οποιοσδήποτε να επισκεφθεί με τη σωστή συνεργασία των φορέων.

Η διαδρομή του κρασιού μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα δίκτυο σε μια περιοχή οίνου που σκοπός της είναι η προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης μέσω στρατηγικών για την ανάπτυξη περιφερειακού δικτύου για δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς από τις δραστηριότητες του κρασιού και του τουρισμού.

Οι διαδρομές αυτές πρέπει να διαθέτουν διάφορες υπηρεσίες για τον τουρίστα όπως οινοποιεία, ξενοδοχεία, εστιατόρια, τοπικούς παραγωγούς τροφίμων, πολιτιστικές δραστηριότητες κ.ά. Ένα οινοποιείο διατηρεί τα οικονομικά του από την αύξηση πωλήσεων και κερδών, του brand name και του πελατολογίου του αλλά χρειάζεται τακτικά αναδιοργάνωση. Ως ανταγωνιστές, οι καινοτόμες επιχειρήσεις επιζητούν τη διαφορετικότητα και ανανεώνουν τους εσωτερικούς τους στόχους βάση της αγοράς και των νέων ευκαιριών. Επίσης, το δίκτυο περιλαμβάνει ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς με διαφορετικούς στόχους και διαχείριση. Αν υπάρξει συνεργασία και των δυο μπορούν να αποφέρουν ένα πολύ καλό αποτέλεσμα. Για παράδειγμα, για τη διοίκηση ενός οινοποιείου απαιτείται σωστή οργάνωση και συντονισμός των δραστηριοτήτων. Αν ένα οινοποιείο είτε νέο είτε παλιό (υπάρχων) συνεργαστεί με ένα δημόσιο και ένα ιδιωτικό οργανισμό μπορεί να αναπτύξει τη διαδρομή κρασιού με εκδηλώσεις, με σωστό μάρκετινγκ, πακέτα εκδρομών κ.ά. (Bregoli et. Al).

Μέσα από μια έρευνα τριών διαδρομών ιταλικού κρασιού φάνηκε πως λίγοι πιστεύουν ότι η διαδρομή του κρασιού είναι ένα δίκτυο ενδιαφερόντων και πολλοί θεωρούν πως είναι μια καινοτομία που θα πετύχει τους στόχους της. Οι στόχοι αυτοί είναι η προβολή του τόπου, η δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων, η προώθηση του κρασιού και η αύξηση πώλησης του κρασιού.

Δυστυχώς, τα οινοποιεία δεν έχουν καταλάβει τι όφελος μπορεί να τους προσφέρει ο τουρισμός. Ασχολούνται μόνο με το προϊόν τους, το κρασί, χωρίς να δίνουν σημασία στο πόσο επωφελής θα ήταν για εκείνους μια διαδρομή κρασιού. Όλο αυτό γίνεται γιατί υπάρχει έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού στο κομμάτι του μάρκετινγκ και της ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος καθώς και στην έλλειψη εμπιστοσύνης για συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων.

Τέλος, ένα σημαντικό ζήτημα είναι η χρηματοδότηση για την επιτυχία της διαδρομής του κρασιού. Θα πρέπει να δίνεται βάση σε επενδύσεις που αφορούν τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και όχι σε βραχυπρόθεσμα κεφάλαια.

#### **3.4.1. Οινικές διαδρομές σε Ιταλικές περιφέρειες**

Τη δεκαετία του 1960 στο Βένετο και συγκεκριμένα στη περιοχή Prosecco έγινε η πρώτη διαδρομή ιταλικού κρασιού η οποία ονομάστηκε « La Strada del Vino Bianco»

(Η διαδρομή του Λευκού Κρασιού). Ήταν ένα μονοπάτι 45 χλμ. που έκανε εγκαίνια το 1966 και εμπνεύστηκε από το μοντέλο της διαδρομής «Deutsche Weinstraße» που έγινε το 1930 μεταξύ των κοιλάδων Reno και Mosella.

Σύμφωνα με τον νόμο με αριθμό 268/1999 οι ιταλικές διαδρομές έχουν στόχο τη διαχείριση των δρομολογίων κρασιού και τροφίμων και ο νόμος αυτός ορίζει τις κατευθυντήριες γραμμές σε εθνικό επίπεδο και αναβάλλει ειδικές διατάξεις σε περιφερειακό επίπεδο.

Η ιταλική νομοθεσία ορίζει τη διαδρομή κρασιού ως «τη διαδρομή που επισημαίνεται και διαφημίζεται με ειδικές πινακίδες, χαρακτηρίζεται από σημαντικές φυσικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές αξίες, όπου μπορεί κανείς να επισκεφθεί αμπελώνες και οινοποιεία ενός μόνο αγροκτήματος ή συναφών».

Η Ιταλία είναι η ευρωπαϊκή χώρα με το μεγαλύτερο αριθμό διαδρομών κρασιού έχοντας 139 επίσημες αναγνωρισμένες διαδρομές αντίθετα από την Ισπανία που έχει 19, η Γαλλία 15 και η Πορτογαλία 11. Ενώ όμως έχει δημιουργήσει τόσες διαδρομές και ασχολείται με τον τομέα του οινοτουρισμού δεν έχει συνδυάσει καινοτόμες υπηρεσίες. Επίσης, στον τομέα προώθησης και μάρκετινγκ παραμένει στα παραδοσιακά εργαλεία.

Η συνεργασία είναι μέτρια και υπάρχει μόνο σε μικρά και σε πολύ μικρά οινοποιεία που συνήθως συνεργάζονται με υπεύθυνους εστιατορίων, εκδηλώσεων και με άλλα οινοποιεία.

Όλη η παραπάνω έρευνα αφορά στην περιοχή για τις διαδρομές κρασιού του Abruzzo που είναι από τις πιο γνωστές οινοπαραγωγικές περιοχές της Ιταλίας σχετικά με την παραγωγή κρασιού και τη καλλιεργούμενη γη.

Υπάρχει όμως ακόμα μια μελέτη που αφορά την περιοχή της Τοσκάνης για να συγκρίνουμε ομοιότητες και διαφορές. Η Τοσκάνη έχει ίδια ποσότητα παραγωγής με το Abruzzo αλλά έχει αποκτήσει μια πιο πετυχημένη εικόνα ως προς τα κρασιά της και είναι πιο οργανωτική σε θέμα οινοτουρισμού.

Το Abruzzo διαθέτει έξι διαδρομές κρασιού σε τέσσερις επαρχίες της περιοχής. Αυτό το έργο ανατέθηκε στην περιφερειακή νομοθεσία (LR 101/2000) στον Περιφερειακό Οργανισμό Υπηρεσιών Αγροτικής Ανάπτυξης και συγχρηματοδοτήθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Αυτό δημιούργησε σήμανση δρόμων και επιχειρήσεων και προωθητικές δραστηριότητες.

Από την άλλη πλευρά, η Τοσκάνη το 1996 ήταν η πρώτη ιταλική περιφέρεια που όρισε τον ειδικό νόμο (LR 69/1996) για τις διαδρομές του κρασιού. Υπάρχουν επίσημα μέχρι τώρα είκοσι διαφορετικές διαδρομές. Το «Chianti Classico D.O.C.G. (Controlled and Guaranteed Denomination of Origin – Ελεγχόμενη και Εγγυημένη Ονομασία Προέλευσης)» με τη γνωστή μάρκα «Gallo Nero» (Black Cock).

Αν συγκρίνουμε τις δυο περιοχές διατηρώντας το ίδιο νομοθετικό πλαίσιο σε εθνικό επίπεδο η οργάνωση τους είναι πολύ διαφορετική. Στο Abruzzo, μια δημόσια επένδυση δημιούργησε τις διαδρομές του κρασιού και καθόρισε τα δρομολόγια που αφορούσαν την παροχή υλικών υποδομών. Με αποτέλεσμα τη λάθος οργάνωση και διαχείριση δραστηριοτήτων που επέφερε μεμονωμένες εταιρείες να δημιουργούν αυτοβούλως την τουριστική προσφορά. Επιπλέον, η Κοινοπραξία για την προστασία των ΠΟΠ κρασιών (Consorzio di Tutela Vini d'Abruzzo) δεν έχει χρησιμοποιήσει τα δρομολόγια που προσδιορίζονται από τις διαδρομές για την προώθηση των επιχειρήσεων.

Σε αντίθεση, στην Τοσκάνη υπάρχουν επίσημες ενώσεις που εμπλέκουν τη διακυβέρνηση με βασικούς παράγοντες των αμπελουργικών περιοχών. Στην περίπτωση μελέτης του Chianti Classico που αναφερθήκαμε προηγουμένως τη διαχείριση της διαδρομής την έχει μια δημόσια/ ιδιωτική ένωση. Αυτή περιλαμβάνεται από οινοποιεία,

λάδι, διάφορα τοπικά προϊόντα, παραγωγούς, δήμους, τουριστικές επιχειρήσεις και πολιτιστικούς συλλόγους και το πιο σημαντικό την προστασία του ΠΟΠ κρασιού Chianti Classico.

Συνοψίζοντας, οι δυο ιταλικές περιοχές έχουν αρκετά διαφορετικά στοιχεία. Στο Abruzzo έχει ξεκινήσει από τις περιφερειακές αρχές μια “θέση γραφείου” (ex – ante constitution) ενώ η Τοσκάνη έχει θεσμοθετήσει και έχει γίνει επίσημο το ήδη ενεργό δίκτυο (ex – post constitution).

### **3.4.2 Από την παραγωγή κρασιού στην τουριστική οινική εμπειρία**

Τα τελευταία 10 χρόνια, το ιταλικό κρασί έχει καλύτερη ποιότητα και αυτό οφείλεται είτε στις τεχνικές που χρησιμοποιούν οι παραγωγοί είτε από τα ίδια τα σταφύλια. Τα χαρακτηριστικά των περιοχών ποιοτικού κρασιού αποτελούνται από τις 6 ετικέτες του, την ποσότητα παραγωγής του κρασιού, την ποσότητα των οινοποιείων και τη συνολική έκταση του αμπελιού.

Η Ονομασία Ελεγχόμενης Προέλευσης με αριθμό (324) είναι η πιο σημαντική και έχει το 66% του συνόλου ονομασιών σε αντίθεση με την Ονομασία Ελεγχόμενης και Εγγυημένης Προέλευσης με 40 ονομασίες και με Τυπικές Γεωγραφικές ενδείξεις 125 που καλύπτει το 25%.

Φαίνεται, λοιπόν, πως ο Βορράς έχει περισσότερες ονομασίες κρασιού διότι από τις συνολικές 489 ετικέτες, οι 198 ανήκουν στο Βορρά. Από την άλλη πλευρά, ο Νότος και τα νησιά έχουν περισσότερες Τυπικές Γεωγραφικές Ενδείξεις. Όσον αφορά τη κατανομή του κρασιού, την πρώτη θέση έχει το Piemonte με 56 ονομασίες, έπειτα η Τοσκάνη με 49, το Βένετο με 39, η Σαρδηνία με 35 και η Λομβαρδία με 34.

Φαίνεται η αύξηση των οινοποιείων από 1.903 σε 3.909 την περίοδο 2000-2009 σύμφωνα με τα στοιχεία του ISMEA (Ινστιτούτο Υπηρεσιών για την αγορά Γεωργίας και Τροφίμων). Η Τοσκάνη με 749 οινοποιεία και το Πιεμοντέ με 605 είναι τα πιο δημοφιλή και έπειτα είναι το Veneto με 467 οινοποιεία.

Οι περιοχές που έχουν μεγαλύτερη ποσότητα παραγωγής κρασιού σύμφωνα με τα στοιχεία του ISMEA είναι το Veneto με 6.870 και η Emilia Romagna με 3.780 εκατόλιτρα.

Συνοψίζοντας, παρατηρείται πως το σύνολο της ιταλικής έκτασης αμπελιών είναι 789.272 εκτάρια. Πιο συγκεκριμένα, έχουμε 252.993 εκτάρια στο Βορρά με μεγαλύτερη έκταση να έχει το Veneto (73.314) και 221.716 εκτάρια στο Νότο με την Απουλία να έχει 107.715 εκτάρια και η Σικελία 133.518 εκτάρια.

### **3.4.3 Οινικές και γαστρονομικές διαδρομές στην Ιταλία**

Τα τελευταία δέκα χρόνια προσπάθησαν στην Ιταλία να βρουν νέα τουριστικά πακέτα για να προωθήσουν περιοχές που δεν είχαν τουριστική κίνηση (Valdani and Ancarani, 2000). Μια τέτοια περίπτωση ήταν οι Διαδρομές Κρασιού που είχαν στόχο να προβάλουν τις αγροτικές περιοχές ως τουριστικό προορισμό. Αυτό όμως συνεπαγόταν με δυο σημαντικούς τομείς: τον τουρισμό και την αμπελοκαλλιέργεια.

Οι Δρόμοι του Κρασιού θεσπίστηκαν με τον Εθνικό νόμο ν.268 του 1999 που τους ορίζει ως δρομολόγια που δημιουργούνται σε γεωγραφικές περιοχές όπου παράγονται κρασιά ποιότητας. Ο σκοπός του νόμου αυτού είναι η εκμετάλλευση των αμπελιών και των οινοποιών καθώς και του φυσικού τοπίου ώστε να προσελκύσει τους τουρίστες να τα επισκεφθούν. Πέρα όμως από την οινική διαδρομή που θα ακολουθήσει ο τουρίστας θα συνδυάσει και το φαγητό στην επίσκεψή του. Γι'αυτό άλλωστε έχει μετατραπεί η Διαδρομή του Κρασιού σε Διαδρομή Κρασιού και Τροφίμων (WFRs). Παρατηρείται, λοιπόν, πως υπερισχύουν οι διαδρομές που συνδυάζουν το κρασί με το φαγητό.

Στην Ιταλία, ο οινοτουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο γιατί αφενός δίνει βάση στο κρασί, στις επισκέψεις σε χώρους του οίνου, στη γευσιγνωσία αφετέρου συνδέεται και με το φαγητό. Αυτό επιβεβαιώνεται με την τουριστική ζήτηση των τουριστών σε μικρές πόλεις και χωριά που έχουν γίνει γνωστά λόγω του οίνου και των τοπικών εδεσμάτων τους.

Από την άλλη μεριά, έχει αλλάξει και η συμπεριφορά του οινοτουρίστα. Οι μελέτες των Cinelli Colombini, 2003 και CENSIS έδειξαν πως με την αλλαγή συμπεριφοράς είναι πολύ δύσκολη η κατάτμηση της αγοράς. Με τα επίσημα στοιχεία CENSIS φαίνεται πως το μεγαλύτερο κομμάτι του οινοτουρισμού αποτελείται από ενήλικες με μέτριο προς υψηλό επίπεδο εισοδήματος.

Η παραγωγή του κρασιού παίζει πολύ σημαντικό παράγοντα γι' αυτό υπάρχει και μια πολύ καλή σχέση μεταξύ των συλλόγων, των ιδρυμάτων, των ενώσεων εμπειρογνομόνων που προωθούν το κρασί και τα οινοποιεία. Το κίνημα του οινοτουρισμού, ο Εθνικός Σύλλογος Διαδρομών Κρασιού και Φαγητού είναι οι σύλλογοι που διευθετούν τα θέματα του οινοτουρισμού.

Όλα τα παραπάνω, λοιπόν, έχουν βάση το κρασί του οποίου ο βασικός παράγοντας είναι το οινοποιείο και οι φορείς αυτοί που θα το οδηγήσουν στην επιτυχία. Αλλά, το πιο σπουδαίο είναι το ποιοτικό κρασί γιατί θεωρείται ως «οδηγός» των διαδρομών του κρασιού (Antonioli Corigliano, 2000).



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **Ο ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η ιστορία του οινοτουρισμού της Ελλάδας ξεκινάει την παράδοση του από τον 7<sup>ο</sup> αιώνα π.Χ. μέχρι σήμερα. Το πρώτο ρόλο παίρνει ο Διόνυσος ο θεός του τρύγου των αμπελιών και του οινοτουρισμού στην Αρχαία Ελλάδα. Μαζί με τους υπόλοιπους θεούς γιόρταζαν και χόρευαν απολαμβάνοντας κρασί. Έπειτα, ο Ησίοδος και ο Θεόφραστος έγραψαν δοκίμια και έργα για την παραγωγή αμπέλου και οίνου. Στην Ιλιάδα, ο Όμηρος με κρασιά από τη Θράκη που κουβαλούσε με καράβια της Αχαΐας. Επίσης, πολύ σημαντικό για το κομμάτι της θρησκείας μας η Θεία Κοινωνία όπου ο οίνος είναι συστατικό της και αποτελεί το Αίμα του Κυρίου.

Την περίοδο της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας δεν υπήρχε κάποια εξέλιξη στην αμπελουργία παρά μόνο η εισαγωγή ξύλινων βαρελιών από τη Δυτική Ευρώπη για την παλαίωση του οίνου σε βαρέλια. Ένας πολύ διαδεδομένος οίνος εκείνη την εποχή σε Γαλλία, Γερμανία και Αγγλία είναι ο Μονεμβάσιος οίνος ως τον 18<sup>ο</sup> αιώνα.

Με την Άλωση της Πόλης το 1453 οι εξαγωγές διακόπηκαν καθώς και μετά την επανάσταση του 1821 πολλά κτήματα καταστράφηκαν εκτός από της Κρήτης, κάποιων νησιών του Ιονίου και του Αιγαίου. Τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα εξήχθησαν σε Ανατολή και Δύση τα Μοσχάτα της Σάμου. Τα επόμενα χρόνια δεν υπήρξε μεγάλη ανάπτυξη στον τομέα της αμπελουργίας παρά μόνο η ρετσίνα διότι το χύμα κρασί έπερνε την πρώτη θέση (<https://greeceandgrapes.com/greek-vineyard, 2023>).

Η Ελλάδα λόγω του διαφορετικού κλίματός της σε κάθε περιοχή παράγει διαφορετικές ποικιλίες κρασιών και αυτό είναι που την κάνει ξεχωριστή. Παρακάτω ακολουθεί ο πίνακας με τους δρόμους του κρασιού της Ελλάδος

<b>ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ</b>	<b>ΘΡΑΚΗ</b>	<b>ΘΕΣΣΑΛΙΑ</b>	<b>ΗΠΕΙΡΟΣ</b>
Καβάλα	Έβρο	Λάρισα	Ιωάννινα
Δράμα	Σαμοθράκη	Μαγνησία	Άρτα
Σέρρες	Ροδόπη	Σποράδες	Πρέβεζα
Χαλκιδική	Ξάνθη	Καρδίτσα	Θεσπρωτία
Θεσσαλονίκη		Τρίκαλα	
Κιλκίς			
Πέλλα			
Φλώρινα			
Καστοριά			
Γρεβενά			
Κοζάνη			
Ημαθία			
Πιερία			
<b>ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ</b>	<b>ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ</b>	<b>ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ</b>
Κέρκυρα	Αιτ/νία	Κορινθία	Λέσβος
Παξούς	Φωκίδα	Αχαΐα	Χίος
Λευκάδα	Ευρυτανία	Λακωνία	Λήμνος
Κεφαλονιά	Φθιώτιδα	Ηλεία	Σάμος
Ιθάκη	Βοιωτία	Μεσσηνία	Ικαρία
Ζάκυνθο	Εύβοια	Αρκαδία	Δωδεκάνησα
	Σκύρος	Αργολίδα	Κυκλάδες
	Αττική	Κύθηρα	Κρήτη

Πηγή: [http://www.visitgreece.gr/el/touring/wine\\_routes](http://www.visitgreece.gr/el/touring/wine_routes), 2023

## **Η παραγωγή κρασιού στην Ελλάδα**

Το 1970 υπήρχαν τέσσερις εταιρείες εμφιαλωμένων κρασιών, οι οποίες ήταν ο Καμπάς, ο Μπουτάρης, η Αχαΐα Κλάους και ο Κουρτάκης. Έπειτα, προστέθηκαν τα οινοποιεία του Ευάγγελου Τσάνταλη, του Αβέρωφ, του Πόρτο Καρρά, του Δημήτρη Χατζημιχάλη, του Θανάση Παρπαρούση, του Δημήτρη Κατσαρού και της οικογένειας Κοκοτού.

Στη δεκαετία του '80 ήρθαν αρκετές θετικές αλλαγές ως προς τη σωστή καλλιέργεια των αμπελώνων, του ειδικευμένου προσωπικού και της τεχνολογίας. Επίσης, κατασκευάστηκαν σύγχρονα οινοποιεία, με νέο εξοπλισμό για την καλύτερη παραγωγή οίνου.

Με τα διατάγματα 1971 και 1972 τα κρασιά Ο.Π.Α.Π (Ονομασία Προέλευσης Ανώτερης Ποιότητας) και Ο.Π.Ε (Ονομασία Προέλευσης Ελεγχόμενη) καθιερώθηκαν για οίνους με συγκεκριμένες προδιαγραφές. Πλέον, έχουν αλλάξει τα κρασιά Ο.Π.Α.Π έχουν γίνει Π.Ο.Π (Προστατευμένη Ονομασία Προέλευσης) και οι Ο.Π.Ε σε Π.Γ.Ε (Προστατευμένη Γεωγραφική Ένδειξη).

Στο πλαίσιο της παραγωγής και συγκεκριμένα των ποικιλιών, οι παλαιότεροι δεν γνώριζαν τα μονοποικιλιακά. Καθώς όμως εμφανίστηκε άρχισαν να δείχνουν ενδιαφέρον άτομα με γνώσεις του οίνου όπως οινοποιοί και αμπελοκαλλιεργητές. Οι πρώτες ποικιλίες που ασχολήθηκαν ήταν οι ελληνικές Αγιωργίτικο, Σαββατιανό, Ροδίτης, Μοσχοφίλερο και Ξινόμαυρο και Cabernet Sauvignon και Chardonnay από τις διεθνείς.

Τις επόμενες δεκαετίες '80 και '90 έκαναν τα πρώτα βήματα χαρμάνια τοπικών και διεθνών ποικιλιών. Υπήρξε αρκετό ενδιαφέρον για τις ποικιλίες αυτές που μέσα από έρευνες φαίνεται να ξεπερνούν τις 350 οι εγχώριες ενώ υπάρχουν χώρες που δεν έχουν κάποια τοπική ποικιλία. Οι πιο διαδεδομένες ερυθρές ποικιλίες είναι το Αγιωργίτικο, το Ξινόμαυρο, η Μαυροδάφνη, το Λιάτικο, το Κοτσιφάλι, το Βερτζαμί, το Λημιό, η Νεγκόσκα και η Μανδηλαριά. Από την άλλη πλευρά, οι λευκές ποικιλίες είναι το Μοσχοφίλερο, το Ασύρτικο, η Μαλαγουζιά, το Μοσχάτο Αλεξάνδρειας, η Μονεμβασιά, το Αθήρι, το Αηδάνι, η Βηλάνα, το Θρασαθήρι, η Ντεμπίνα, το Λαγόρθι και η Κυδωνίτσα.

Όσον αφορά τις διεθνείς ποικιλίες που καλλιεργούνται σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας είναι το Chardonnay, το Sauvignon Blanc, το Cabernet Sauvignon, το Merlot, το Syrah, το Sangiovese, το Riesling, το Semillon, το Ugni Blanc, το Cabernet franc, το Petit Verdot κ.ά.

Κάθε περιοχή του τόπου μας αναπτύσσει τη δική της ποικιλία βάση του κλίματος που διαθέτει. Οι ποικιλίες μας είτε οι εγχώριες είτε και οι διεθνείς που καλλιεργούνται εδώ έχουν αναγνωριστεί και βραβευτεί στη χώρα μας και στο εξωτερικό. Οι πιο δημοφιλείς είναι στη Νεμέα το Αγιωργίτικο, το Ξινόμαυρο της Βόρειας Ελλάδας και το Ασύρτικο και Visanto της Σαντορίνης (<https://greeceandgrapes.com/greek-vineyard>, 2023).

## 4.1 Σαντορίνη

Η Σαντορίνη είναι μια περιοχή με αυτόριζους αμπελώνες λόγω της ηφαιστειακής σύστασης του εδάφους. Το περιβάλλον βοηθάει αρκετά λόγω των δυνατών ανέμων, της ζέστης και των ελάχιστων βροχών. Η πιο δημοφιλής ποικιλία του νησιού είναι το Ασύρτικο. Έπειτα ακολουθεί το Αηδάνι, το Αθήρι, το Νυχτέρι και το Visanto. Όλες αυτές οι ποικιλίες αφορούν λευκούς οίνους.

Τα κρασιά αυτά συνοδεύονται κυρίως με προϊόντα όπως ντοματίνια, κάπαρη, φάβα και κριθάρι και με φαγητά όπως γεμιστά, τοματοκεφτέδες και σφουγγάτο.

Ακόμα, συνδυάζοντας την επίσκεψη στα οινοποιεία μπορεί κάποιος να επισκεφθεί το Ηφαίστειο της Σαντορίνης, τις περιοχές Οία, Ημεροβίγλι και Φηρά, το Ακρωτήριο και τη Κόκκινη παραλία. Επίσης, την αρχαία Θήρα και τα μουσεία της Θήρας και το Αρχαιολογικό.

### Επισκέψιμα Οινοποιεία:

Αμπελώνας Γαβαλά, Μεγαλοχώρι

Οινοποιείο Μποντάρη, Μεγαλοχώρι

Οινοποιείο Βενετσάνου, Μεγαλοχώρι

Κάναβα Αρβανίτη Αντώνη, Μεγαλοχώρι

Γαία Οινοποιητική, Βραχειές

Santo wines, Πύργος

Οινοποιείο Χατζηδάκη, Πύργος

Κάναβα Χρυσού και Τσέλεπου, Πύργος

Κάναβα Ρούσσος, Επισκοπή

Κτήμα Αργυρού, Επισκοπή

Κτήμα Σιγάλα, Οία

Οινοποιεία Κουτσογιαννόπουλου, Βόθωνας

Kasteli wines

Κάναβα Νομικού, Κοντοχώρι

Οινοποιείο ΣΑΝ...ΤΩΡΙΝΗ ( Καραμολέγκος ), Έξω γωνιά

Vassaltis Vineyards, Βουρβούλος

(<https://blog.botilia.gr/el/odigos-oinikou-tourismou-santorini>, 2023)

Τα αμπέλια της Σαντορίνης βρίσκονται στο νότιο και νοτιοδυτικό κομμάτι σε εδάφη ηφαιστειακής προέλευσης, αμμώδους σύστασης, με μηδενική υδατοχωρητικότητα και οργανική ύλη γι' αυτό δεν υπάρχει η φυλλοξήρα (ηφαιστειακά αμπελοτόπια). Το Ασύρτικο που είναι η πρώτη ποικιλία του νησιού οφείλεται στα χαμηλά επίπεδα καλίου στο έδαφος που γίνονται στην πλήρη ωρίμανση του. Το κλίμα του νησιού βοηθάει αρκετά διότι είναι ξηρό, έχει λίγες βροχές μέσα στο χρόνο και λόγω που περιβάλλεται από τη θάλασσα και λόγω του αέρα που είναι υγρός μειώνει τις μεγάλες θερμοκρασίες.

Το διάστημα που ξεκινάει ο τρύγος είναι το πρώτο δεκαήμερο του Αυγούστου και η αρχή γίνεται στην περιοχή Πύργος με υψόμετρο 350μ. Εκεί βρίσκονται τα σταφύλια που έχουν υψηλότερο αρωματικό δυναμικό.

Για να προστατεύσουν οι κάτοικοι τα αμπέλια στη Σαντορίνη λόγω των ανέμων αλλά και του καύσωνα το καλοκαίρι σχημάτισαν τα κλαδιά σαν καλάθι. Αυτά είναι οι λεγόμενες «αμπελιές» και δημιουργήθηκαν για να προστατεύονται τα σταφύλια (Σταυρακάκης, 2015, <https://winesofGreece.org/el/regions/σαντορίνη>, 2023)

Ένα ενδιαφέρον οινοποιείο στη Σαντορίνη είναι του κ. Κουτσογιαννόπουλου που έχει μετατραπεί σε μουσείο Οίνου. Διαθέτει εκθέματα από τα παλιά χρόνια με τα οποία ένας επισκέπτης μπορεί να δει όλη την ιστορία του δηλαδή από το ξεκίνημα του έως σήμερα. Το μουσείο βρίσκεται οκτώ μέτρα κάτω από το έδαφος και έχει 300 μέτρα μήκος. Για να δημιουργηθεί χρειάστηκε είκοσι χρόνια.

Ένας επισκέπτης μπορεί να δει μέσα από διάφορες αναπαραστάσεις τη ζωή των αμπελουργών από το 1600 και μέσω ενός ηχητικού οδηγού που έχει μεταφραστεί σε 14 γλώσσες ή ενός οδηγού σε 22 γλώσσες μπορεί να μάθει την ιστορία του κρασιού.

Επίσης, γίνονται ξεναγήσεις στο χώρο του μουσείου στις οποίες μπορεί κάποιος να δει όλα τα στάδια της οινοποίησης. Ξεκινώντας, λοιπόν, από τους αμπελώνες θα μάθει για τον τρύγο, το πάτημα και το ζύγισμα των σταφυλιών. Έπειτα, θα γνωρίσει τα μηχανήματα που χρειάζονται για την παραγωγή του κρασιού (<https://santoriniwinemuseum.com/book-your-wine-experience/wine-museum>, 2023).

Επιπλέον, ένα μέρος ακόμα για να δει ένας επισκέπτης είναι το Ακρωτήρι της Θήρας. Λέγεται ότι είναι η «Πομπηία» των Κυκλάδων, έχει έκταση 200 στρεμμάτων, ξεκίνησε από τη Νεολιθική εποχή και αναπτύχθηκε περισσότερο την εποχή του Χαλκού. Την ανακάλυψη αυτή τη ξεκίνησε ο Σπύρος Μαρινάτος, καθηγητής αρχαιολογίας και μετά το θάνατό του συνέχισε το έργο αυτό ο Χρήστος Ντούμας. Το Ακρωτήρι λόγω της θέσης του ασχολούταν με το εμπόριο κυρίως με τη Μινωική Κρήτη αλλά και με Αίγυπτο και Συρία. Κάθε χρόνο συγκεντρώνει αρκετούς τουρίστες που έρχονται για να δουν αυτή την αρχαιολογική ανακάλυψη σε συνδυασμό με τη πιο διάσημη παραλία της Σαντορίνης, την Κόκκινη Παραλία (<https://kathimerini.gr/k-travel/562102456/oinotoyrismos-deka-agapimeno-i-proorismo-i-stin-ellada>, 2023).

## 4.2 Βόρεια Ελλάδα

Το 1993 ιδρύθηκε η «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Μακεδονίας» από 13 οινοπαραγωγούς της Μακεδονίας (ΕΝ.ΟΑ.Μ).

Μετά από 3 χρόνια παράλληλα με το πρόγραμμα «Θεσσαλονίκη Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης» ξεκινάνε οι οινικές διαδρομές της Μακεδονίας. Από το 1997 μέχρι και το 2008 γίνεται η ολοκλήρωση δυο προγραμμάτων Leader τα οποία περιλαμβάνουν τα επισκέψιμα οινοποιεία των περιοχών αλλά και μονάδες ξενοδοχειακές, εστιατόρια και ότι τουριστικές επιχειρήσεις υπάρχουν ώστε να αυξηθεί ο τουρισμός στη Βόρεια Ελλάδα.

Με την ενσωμάτωση της Θράκης και της Ηπείρου, το 2002, η ένωση άλλαξε όνομα και πλέον σήμερα ονομάζεται Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος, έπειτα από τρεις αλλαγές μέσα στα τελευταία χρόνια.

Στόχος της ένωσης είναι να προωθηθούν οι ποικιλίες κρασιών της Βόρειας Ελλάδας αλλά και οι ποικιλίες του εξωτερικού που καλλιεργούνται στις περιοχές αυτές. Επίσης, σε συνδυασμό με την παραγωγή οίνου και μέσω διαφόρων δράσεων ετησίως γίνεται προσπάθεια για αύξηση του τουρισμού σε μια εναλλακτική μορφή του.

Μια από τις δράσεις αυτές είναι τα ΒορΟινά που είναι μια ημέρα Γευσιγνωσίας με κρασιά και αμπελοοινικά αποστάγματα των «Οινοποιών Βορείου Ελλάδος». Γίνεται κάθε χρόνο σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και κάποιες φορές και στο εξωτερικό.

Ακόμα, μια δράση που συμμετέχουν όλοι οι οινοπαραγωγοί της χώρας είναι οι «Ανοιχτές Πόρτες». Είναι μια εκδήλωση ετήσια στην οποία για δυο ημέρες όλα τα οινοποιεία της χώρας ανοίγουν τις πόρτες τους και χωρίς να πληρώσουν είσοδο οι επισκέπτες μπορούν να δοκιμάσουν τις ποικιλίες της εκάστοτε περιοχής ([Αρχική | WINEMAKERS OF NORTH GREECE](#), 2023).

Επιπλέον, κάθε χρόνο γιορτάζεται η Παγκόσμια Ημέρα Οινοτουρισμού η οποία ορίστηκε το 2009 ως Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού από το Δίκτυο Πόλεων Κρασιού (Recevin). Οι Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος συμμετέχουν στην εκδήλωση αυτή από το 2013 και πριν την έναρξη του κορονοϊού το 2019 συγκέντρωσαν 9.000

επισκέπτες όλα τα οινοποιεία της Βόρειας Ελλάδας. Συνήθως γίνεται τον μήνα Νοέμβριο, έχουν ελεύθερη είσοδο και γίνονται ξεναγήσεις και γευσιγνωσία χωρίς κόστος ([Η Παγκόσμια Ημέρα Οινοτουρισμού στα οινοποιεία βόρειου Ελλάδος! \(beater.gr\), 2023](#)).

Τέλος, γίνεται ετησίως ο Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου και Αποσταγμάτων Θεσσαλονίκης με τη βοήθεια του Υπουργείου Γεωργικής Ανάπτυξης και Τροφίμων αλλά και όλων των οινικών φορέων της Ελλάδας και επικεφαλής τον Κωνσταντίνο Λαζαράκη MW. Συμμετέχουν κρασιά απ' όλη την Ελλάδα αλλά και τον κόσμο και διακρίνεται το καλύτερο από μεγάλα ονόματα κριτών και γευσιγνωστών ([Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου και Αποσταγμάτων Θεσσαλονίκης \(tiwc.gr\), 2023](#))

Στη Βόρεια Ελλάδα υπάρχουν 33 επισκέψιμα οινοποιεία και 8 οινικές διαδρομές ξεκινώντας από τη Βόρεια Θεσσαλία (Ραψάνη και Κρανιά) μέχρι και τη Θράκη.

Πιο αναλυτικά, παρουσιάζονται παρακάτω:

1. Η διαδρομή των Θεών του Ολύμπου εδώ παράγεται η ποικιλία ΠΟΠ Ραψάνη από τις ερυθρές ποικιλίες Ξινόμαυρο, Κρασάτο και Σταυρωτό. Τα οινοποιεία που μπορεί να επισκεφθεί κανείς είναι το κτήμα Κατσαρού και ο αμπελώνας – οινοποιείο ΚΙΤΡVS. Στη περιοχή εκτός από τα οινοποιεία και τους χώρους εστίασης μπορεί κάποιος να επισκεφθεί τον οικισμό της Ραψάνης, τον αρχαιολογικό χώρο του Δίου, την περιοχή του Πλαταμώνα, τον παραδοσιακό οικισμό Παλαιό Παντελεήμων και της Σκοτεινάς και η περιοχή του Λιτόχωρου-Ολύμπου που αξιοποιείται και για ορειβατικό τουρισμό.
2. Η διαδρομή της Ηπείρου με κρασιά από τα αμπέλια του Μετσόβου της Ζίτσας με τον οίνο ΠΟΠ Ζίτσα. Στην Ήπειρο η κορυφαία ποικιλία είναι η Ντεμπίνα. Μια λευκή ποικιλία που παράγει αφρώδεις και ημιαφρώδεις οίνους. Μαζί με τη Ντεμπίνα υπάρχουν το Βλάχικο και το Μπεκάρι, δυο ερυθρές ποικιλίες τις οποίες όλες μαζί τις βρίσκουμε μόνο στη Ζίτσα Ιωαννίνων. Ακόμα, μπορεί κανείς να επισκεφτεί τον παραδοσιακό οικισμό του Μετσόβου, το λαογραφικό μουσείο και τη Πινακοθήκη « Ε. Αβέρωφ », το φαράγγι του Αώου στο οποίο βρίσκεται ο Εθνικός Δρυμός της Βάλιας Κάλντα. Έπειτα, είναι τα Ιωάννινα με



το κάστρο της και τη λίμνη Παμβώτιδα, η περιοχή της Ζίτσας στην οποία βρίσκεται το μοναστήρι του Προφήτη Ηλία στο οποίο έμεινε ο Λόρδος Βύρων και έγραψε στίχους για εκείνη. Ο Εθνικός Δρυμός Βίκου – Αώου με τις λίμνες του Πάπιγκου και τη Δρακολίμνη της Γκαμήλας και η περιοχή της Κόνιτσας με τους ποταμούς Σαρανταπόρου, Βοϊδομάτη και Αώου που προσφέρονται για rafting, kayak, πεζοπορία και διάφορα extreme sports.

3. Η διαδρομή των λιμνών έχει αφετηρία το Βελβεντό. Ένα από τα γνωστά της κρασιά είναι το ηλιαστό το οποίο είναι γλυκό κρασί από την περιοχή της Σιάτιστας από την ποικιλία Ξινόμαυρο. Στη Φλώρινα και στο οροπέδιο του Αμύνταιου συναντάμε το ΠΟΠ κρασί του Αμύνταιου που έχει έκταση 11.869 στρέμματα. Σε κοντινή απόσταση από το Αμύνταιο συναντάει κανείς την περιοχή Νυμφαίο έναν παραδοσιακό οικισμό στον οποίο υπάρχουν αρκετά οινοποιεία και είναι μια επιλογή για την εναλλακτική μορφή ορεινού τουρισμού. Επίσης, η περιοχή φημίζεται για τα τοπικά της προϊόντα και συγκεκριμένα για τα φασόλια και τις πιπεριές Φλωρίνης Το χειμώνα την προσελκύουν τουρίστες που αγαπούν τον χειμερινό τουρισμό λόγω των χιονοδρομικών της κέντρων, Καϊμακτσαλάν και Βίγλα. Ένα άλλο μέρος με μεγάλη επισκεψιμότητα είναι τα Λουτρά Πόζαρ Αριδαίας και οι Πρέσπες. Κάθε Αποκριά μαζεύει κόσμο το περίφημο καρναβάλι της Κοζάνης. Έπειτα, η πόλη της Φλώρινας και της Καστοριάς με το απολιθωμένο δάσος Νόστιμου και το μοναστήρι Κλεισούρας.
4. Η διαδρομή της Νάουσας φημίζεται για την ποικιλία Ξινόμαυρο. Έχει αφετηρία τη Βέροια και τη Βεργίνα η οποία είναι μια περιοχή με ιστορικό ενδιαφέρον λόγω του Μέγα Αλέξανδρου, συνεχίζει με την Ημαθία και τελειώνει στους αμπελώνες της Νάουσας. Εκεί μπορεί κάποιος να επισκεφθεί την παλιά πόλη της Νάουσας, το Λαογραφικό Μουσείο, το ιστορικό χώρο θυσίας των Ναουσαίων γυναικών το 1822 και τον Πύργο του Ρολογιού. Επίσης, κάθε χρόνο η Νάουσα φημίζεται για το καρναβάλι της. Στην περιοχή της Βέροιας υπάρχει το αρχαιολογικό Μουσείο, οι Βυζαντινοί ναοί και το Βήμα του Απόστολου Παύλου. Ακόμα, άλλος ένας χώρος είναι η σχολή του Αριστοτέλη και το αρχαίο θέατρο στη Μιέζα και για τους λάτρεις του χιονιού τα χιονοδρομικά κέντρα τα Τρία Πέντε Πηγάδια και το Σέλι. Τέλος, τα επισκέψιμα οινοποιεία της

- διαδρομής αυτής είναι: το οινοποιείο Αργατιά, το κτήμα Ταράλας, το κτήμα Μπουτάρη, το κτήμα Φούντη, το κτήμα Κυρ Γιάννη και το κτήμα Διαμαντάκος.
5. Η διαδρομή της Πέλλας – Γουμένισσας η οποία έχει τη ζώνη Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας Γουμένισσας. Η διαδρομή φτάνει μέχρι την Πέλλα που μπορεί κανείς να δει τον αρχαιολογικό χώρο και το μουσείο. Επιπλέον, υπάρχει η περιοχή του Κιλκίς η οποία έχει τα μουσεία του Πολέμου, της Φυσικής Ιστορίας και της Λαογραφίας. Για αυτούς που τους ενδιαφέρει ο θρησκευτικός τουρισμός υπάρχουν οι μονές της Παναγίας Γουμένισσας, του Οσίου Νικόδημου Πεντάλοφου Γουμένισσας και του Αγίου Ραφαήλ Γρίβας. Κάθε χρόνο τη 1<sup>η</sup> Φεβρουαρίου γιορτάζεται ο Άγιος Τρύφωνας ο οποίος είναι προστάτης της αμπελουργίας και γίνεται μεγάλη γιορτή με κυρίως το κρασί. Τέλος, τα επισκέψιμα μουσεία είναι: το κτήμα Ζην Ηδεώς και το μικρό κτήμα Τίτου.
  6. Η διαδρομή της Θεσσαλονίκης ξεκινάει από το Καλοχώρι και το Δέλτα Αξιού και συνεχίζει είτε Βόρεια στο Λαγκαδά είτε έως το Στρυμωνικό κόλπο. Έπειτα πιο κοντά στη συμπρωτεύουσα είναι στις περιοχές Περαιά, Αγία Τριάδα και φτάνει μέχρι την άκρη του Θερμαϊκού. Τα επισκέψιμα οινοποιεία είναι το οινοποιείο Κέχρης και τα κτήματα Φλόριαν και Γεροβασιλείου. Επιπλέον, υπάρχουν και τα αξιοθέατα που μπορεί κάποιος να επισκεφτεί όπως ο Λευκός Πύργος, το κάστρο και η Αρχαία Αγορά, τα Μουσεία Βυζαντινό, Αρχαιολογικό, Λαογραφικό και του Μακεδονικού Αγώνα. Καθώς επίσης υπάρχουν και οι Βυζαντινοί ναοί του Αγίου Δημητρίου, της Παναγίας των Χαλκέων, η Μονή Βλατάδων και η Αγία Σοφία.
  7. Η διαδρομή της Χαλκιδικής χωρίζεται σε τρία σημεία λόγω και της γεωγραφικής της έκτασης. Το πιο φημισμένο κομμάτι είναι η μεσαία χερσόνησος η γνωστή Σιθωνία και συγκεκριμένα ο Νέος Μαρμαράς. Το ανατολικό μέρος είναι η Αθωνική Πολιτεία στην οποία βρίσκεται το Άγιο Όρος του οποίου η παράδοση ξεκινάει από πολύ παλιά και φημίζεται για τους αμπελώνες του. Βέβαια, το μέρος αυτό είναι επισκέψιμο μόνο για τους άνδρες που φιλοξενούνται στα Μοναστήρια του. Η Χαλκιδική είναι πόλη που πέρα από το κρασί της προσφέρει στον επισκέπτη μεγάλη γκάμα γαστρονομίας με αρκετά

διακεκριμένα εστιατόρια. Τα τοπικά της εδέσματα είναι: το μέλι, τα τυροκομικά προϊόντα, τα μανιτάρια και τα βότανα για αφεψήματα. Ακόμα, υπάρχουν αρκετά μεγάλες μονάδες ξενοδοχείων. Όσον αφορά τα επισκέψιμα οινοποιεία αυτά είναι τα ακόλουθα: το κτήμα Πόρτο Καρράς της μεγάλης μονάδας ξενοδοχείων, το κτήμα Λειβαδιώτη και ο Μυλοπόταμος του Αγίου Όρους. Τέλος, τα αξιοθέατα της περιοχής είναι: το κάστρο της Τορώνης και της Ρεντίνας, ο Παρθενώνας, το Άλσος του Αριστοτέλη, η Ουρανούπολη, το Ελατοδάσος του Ταξιάρχη και το Αρχαιολογικό μουσείο του Πολύγυρου. Αξίζει να σημειωθεί ότι μια περιήγηση στις μονές του Αγίου Όρους όπως και ο γύρος του με το караβάκι είναι μια μοναδική εμπειρία.

8. Η διαδρομή του Διονύσου είναι η τελευταία στη σειρά καθώς φτάνουμε στην άκρη της Ελλάδας. Έχει πάρει το όνομά της από το Θεό Διόνυσο ο οποίος ήταν ο θεός του κρασιού βάση της Ελληνικής Μυθολογίας. Σύμφωνα με την αρχαιότητα στο Παγγαίον Όρος μεγάλωσε ο Θεός Διόνυσος και με το κρασί που παραγόταν μέθυσε τα σαρκοβόρα άλογα του βασιλιά Λυκούργου. Είναι το μέρος που ξεκινάει και η οινική διαδρομή της περιοχής συνεχίζοντας με τη Καβάλα, τη Δράμα και καταλήγει στη Κομοτηνή. Τα επισκέψιμα οινοποιεία της είναι: τα κτήματα Γ' Αποστόλη, Τέχνη Οίνου, Παυλίδη, Κώστα Λαζαρίδη, Βιβλία Χώρα και Οίνωψ. Στην περιοχή της Καβάλας μπορεί κανείς να επισκεφθεί το υδραγωγείο, το Βυζαντινό Κάστρο και τα Τείχη καθώς και τον αρχαιολογικό χώρο των Φιλίππων είναι κτισμένη αμφιθεατρικά βλέποντας τη θάλασσα. Από την άλλη πλευρά η περιοχή της Δράμας συνδυάζει βουνό και δάσος. Είναι κατάλληλη για χειμερινό τουρισμό λόγω και του χιονοδρομικού κέντρου του Φαλακρού καθώς και των ορεινών καταφυγίων αλλά και για τις υπόλοιπες εποχές που υπάρχουν το σπήλαιο του Μααρά, το δάσος της Ελάτης και οι Πηγές της Αγίας Βαρβάρας. Για αυτούς που ενδιαφέρονται για θρησκευτικό τουρισμό υπάρχει το βυζαντινό Μοναστήρι της Εικοσιφοινίτσας όπου βρίσκεται η Αχειροποίητη εικόνα της Παναγίας (<https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/>, 2023).

Στο κομμάτι της Βόρειας Ελλάδας υπάρχουν έξι ζώνες ΠΟΠ. Είναι το ΠΟΠ Αμύνταιο, ΠΟΠ Γουμένισσα, ΠΟΠ Ζίτσα, ΠΟΠ Νάουσα, ΠΟΠ πλαγιές Μελίτωνα και ΠΟΠ Ραψάνη.

Στη Βόρεια Ελλάδα η πιο γνωστή και με διάκριση ποικιλία είναι το Ξινόμαυρο, για το οποίο έχει οριστεί η 1<sup>η</sup> Νοεμβρίου ως Παγκόσμια Ημέρα Ξινόμαυρου. Είναι ερυθρή ποικιλία η οποία καλλιεργείται κυρίως στην κεντρική Μακεδονία. Υπάρχουν και άλλα στυλ ποικιλιών όπως ο λευκός οίνος, ο ροζέ, το orange style, ο αφρώδης οίνος, ο γλυκός και τα αμπελοοινικά αποστάγματα.

Ακόμη, μια ερυθρή ποικιλία είναι το Λημνιό που βρίσκεται σε κεντροανατολική Μακεδονία και Θράκη. Είναι μια από τις αρχαιότερες στον κόσμο και έχουν κάνει αναφορές σε αυτή ο Όμηρος, ο Ησίοδος και ο Πολυδεύκης.

Στη Χαλκιδική ξεκίνησε «την καριέρα της» η Μαλαγουζιά και έγινε γνωστή σε όλη την Ελλάδα. Είναι μια ποικιλία αρωματική λευκή γεμάτη ζωντάνια και καλλιεργείται στη Μακεδονία.

Το Ασύρτικο είναι μια ποικιλία που καλλιεργήθηκε πρώτη φορά στη Σαντορίνη και κατάφερε να φτάσει στο εξωτερικό. Στη Βόρεια Ελλάδα κατάφερε λόγω του εδάφους της να βρει ένα νέο σπίτι εντός της χώρας.

Στην περιοχή της Δράμας καλλιεργούνται ξένες ποικιλίες όπως Γαλλικές, Ιταλικές, Ισπανικές και Πορτογαλικές και το στυλ αυτών είναι το λευκό κρασί με χαρμάνι Sauvignon Blanc και Ασύρτικο. Επιπλέον, είναι γνωστή για τα κρασιά ΠΓΕ Αδριανή, ΠΓΕ Δράμα και ΠΓΕ Αγορά. Στο Κτήμα Τέχνη Οίνου υπάρχει το Nebbiolo ερυθρή ποικιλία από Ιταλία και στο κτήμα Παυλίδη υπάρχει η τριλογία Thema (λευκό, ροζέ, ερυθρό) και η τετραλογία Emphasis από τέσσερα μονοποικιλιακά κρασιά.

Συνοψίζοντας, οι ελληνικές ποικιλίες οίνων που βρίσκονται στη Βόρεια Ελλάδα είναι: Ροδίτης, Μοσχόμαυρο, Μοσχάτο, Αθήρι, Βιδιανό σε λευκό οίνο και σε ερυθρό: Νεγκόσκα, Μαυροδάφνη, Αγιωργίτικο, Μαυρούδι και Μαυροτράγανο. Από την άλλη πλευρά οι διεθνείς ποικιλίες που μπορεί κάποιος να συναντήσει είναι: Cabernet Sauvignon (Μέτσοβο), Cabernet Franc (Βελβεντό Κοζάνης), Sauvignon Blanc (Αμύνταιο και Καστοριά), Chardonnay (Κρασιά Ολύμπου), Grenache Rouge

(Χαλκιδική), Syrah, Merlot, Tempranillo, Touriga Nacional, Aglianico, Verdichio, Mantepoultiano, Tanat, Gewurztraminer, Semillon (<https://winemakersofnorthgreece.gr/gnorizo-simainei-apolamvano/>, 2023).

### 4.3 Πρόγραμμα Morias '21

Ο Morias '21 είναι ένα καινοτόμο πρόγραμμα που ξεκίνησε τη δράση του με αφορμή την επέτειο των 200 χρόνων από την επανάσταση του 1821. Συνεργάστηκαν περισσότεροι από 70 φορείς μεταξύ των οποίων ήταν Πανεπιστήμια και εταιρείες μαζί με την Περιφέρεια Πελοποννήσου και τους Δήμους. Βασικοί συντελεστές του προγράμματος ήταν το ξενοδοχείο Costa Navarino και το Ίδρυμα Καπετάν Βασίλη και Κάρμεν Κωνσταντακοπούλου. Σκοπός του προγράμματος είναι να αναβιώσουμε τα μεγάλα γεγονότα της ιστορίας που έγιναν τότε και να σκεφτούμε πως μπορούμε να ζήσουμε ένα καλύτερο αύριο διότι όπως έλεγαν και οι πρόγονοί μας μόνο όλοι μαζί ενωμένοι μπορούμε να πετύχουμε το καλύτερο.

Απευθύνεται σε όλους τους Έλληνες που θέλουν να θυμηθούν και να μάθουν καλύτερα τις ιστορικές μνήμες της ιστορίας μας καθώς και τουρίστες που θέλουν να γνωρίσουν την ιστορία μας μέσω διάφορων δραστηριοτήτων. Συνδυάζει δηλαδή την τέχνη, την ιστορία, τη γαστρονομία και τη φύση.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει 8 πόλεις με 11 προορισμούς και 21 σχεδιασμένες θεματικές διαδρομές από την εταιρεία πολιτιστικού τουρισμού Discover Greek Culture (DGC). Η κάθε περιοχή παρουσιάζει ιστορικά γεγονότα, πεδία μαχών, κλέφτικα λημέρια, ταμπούρια, κάστρα, πυργόσπιτα και αιωνόβια δέντρα. Υπάρχουν κάποια οργανωμένα ταξίδια τριών ημερών ή πέντε ημερών ή επτά ημερών. Οι εκδρομές των τριών ημερών είναι από Καλαμάτα, από Ναύπλιο, από Τρίπολη, από Καρδαμύλη, από Αρεόπολη, από Μονεμβάσια, από Κόρινθο, από Κυπαρισσία, από Πύλο και από Μεσσήνη. Οι εκδρομές των πέντε ημερών είναι από Καλαμάτα και από Ναύπλιο και οι εκδρομές των επτά ημερών είναι από Καλαμάτα, από Ναύπλιο, από Αρεόπολη και από Μονεμβάσια (<https://www.morias21.com/to-programma/>, 2023).

Το πρόγραμμα απαρτίζεται από τέσσερις άξονες, την ιστορία, την τέχνη, τη γαστρονομία και τη φύση. Σχετικά με την ιστορία παρουσιάζονται πίνακες Ελλήνων και ξένων δημιουργών που μέσω οπτικοακουστικών μέσων και υψηλής τεχνολογίας όπως είναι τα ψηφιακά εκθέματα δείχνουν διάφορα γεγονότα από την Πύλο (Οικία Τσικλητήρα), την Καλαμάτα (Πνευματικό Κέντρο), την Τρίπολη (Πετροπούλειο Κληροδότημα), την Ανατολική Μάνη (Παλιό Δημαρχείο Αρεόπολης) και το Ναύπλιο (Βουλευτικό). Τα εκθέματα τα έχουν δώσει το Μουσείο Μπενάκη, το Εθνικό Ιστορικό Μουσείο και το Λαογραφικό Μουσείο Καλαμάτας. Ακόμα, έχει δημιουργηθεί μια σπονδυλωτή έκθεση με τοπικές ενδυμασίες της εποχής εκείνης η οποία ολοκληρώθηκε τον Ιανουάριο το 2022. Η έκθεση ονομάζεται «ο Μοριάς της Ελευθερίας» και διοργανώθηκε από το Ίδρυμα Γεωργίου & Βικτωρίας Καρέλια μαζί με το Λύκειο των Ελληνίδων Καλαμάτας και τη Συλλογή Ελληνικών Ενδυμασιών «Βικτώρια Γ. Καρέλια» (<https://www.morias21.com/psifiaka-ekthemata/>, 2023).

Σχετικά με την τέχνη φοιτητές της Ανώτατης Σχολής Καλών Τεχνών έχουν δημιουργήσει 10 δημόσιες τοιχογραφίες που παρουσιάζουν προσωπικότητες και δράματα της εποχής τα οποία βρίσκονται σε κτίρια και δρόμους στη Καλαμάτα, στην Πύλο, στην Αρεόπολη, στην Καρδαμύλη, στο Ναύπλιο, στη Κόρινθο και την Τρίπολη (<https://www.morias21.com/prosopa/>, 2023).

Στο κομμάτι της γαστρονομίας το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου μαζί με το περιοδικό Γαστρονόμος μετά από έρευνα βρήκαν συνταγές που έφτιαχναν στην εποχή της Επανάστασης. Μαζί, λοιπόν, με τον σεφ Λευτέρη Λαζάρου δημιούργησαν 12 συνταγές. Έδωσαν στο μενού την ονομασία «Τα πιάτα της Επανάστασης». Το μενού περιλαμβάνει 3 μαγειρευτά, μια σαλάτα με τοπικά προϊόντα της Πελοποννήσου, 4 θαλασσινά και 4 κρεατικά. Θέλοντας να συνδυάσουν το φαγητό με το κρασί που είναι χαρακτηριστικό και με γνωστές ποικιλίες στην Πελοπόννησο συνεργάστηκαν με τον Master of Wine Κωνσταντίνο Λαζαράκη. Όλη αυτή η προσπάθεια έγινε για να προωθήσουν τις συνταγές αυτές στα εστιατόρια της Πελοποννήσου ώστε να τα δοκιμάσει ο κόσμος. Υπάρχουν και εστιατόρια που δεν ανήκουν στην Περιφέρεια Πελοποννήσου τα οποία έχουν πάρει ιδέες από τα πιάτα αυτά για νέες δικές τους δημιουργίες (<https://www.morias21.com/gastronomia/>, 2023).

Όσον αφορά τη φύση έχουν βρεθεί στις 21 διαδρομές κάποια δένδρα, που τους έδωσαν το τίτλο αιωνόβιοι σιωπηλοί μάρτυρες. Είναι στο σύνολό τους 27 δένδρα στα οποία έχουν αποτυπωθεί διάφορα γεγονότα όπως ο ιστορικός πλάτανος στον Άγιο Φλώρο ο οποίος ήταν μάρτυρας των μαχών με το στρατό του Ιμπραήμ Πασά και ένα ακόμα ο Φοίνικας που φύτεψε ο Καποδίστριας στο Ναύπλιο. Αυτά τα έχουν εντοπίσει και τους έχουν δώσει ειδική σήμανση το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου μαζί με το Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Καλαμάτας και το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Επίσης, έχει γίνει πρόταση σε όλους τους μαθητές από το Πανελλήνιο Μαθητικό Διαγωνισμό να φτιάξουν τις δικές τους δημιουργίες ώστε να τις προβάλλουν (<https://www.morias21.com/dentra/>, 2023).

Μια δράση πρωτότυπη που δημιούργησαν για μεγαλύτερη προβολή ήταν πίνακες από γεγονότα της Επανάστασης από Tableaux Vivants. Αυτός ο τρόπος βοηθάει το θεατή να δει πιο παραστατικά έναν πίνακα, καθώς υπάρχει ένα ταμπλό και μπροστά γίνεται αναπαράσταση της ιστορικής σκηνής. Τα παρουσιάζουν ηθοποιοί και τα σκηνοθετεί η Όλγα Μπρούμα με χορογραφία της Φρόσως Κορρού. Παράδειγμα ενός έργου είναι «*Η δολοφονία του Ιωάννη Καποδίστρια στις 27 Σεπτεμβρίου 1831, 1850 του Διονυσίου Τσόκου*». Βρίσκονταν σε ανοιχτούς χώρους και βιτρίνες καταστημάτων σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη υπό την αιγίδα του Μουσείου Μπενάκη και είναι στο πολυκατάστημα Attica και στα εμπορικά Athens Golden Hall, Mediterranean Cosmos & The Mall Athens (<https://www.morias21.com/tableaux-vivants/>, <https://www.ethnos.gr/greece/article/157412/morias2121diadromesempneymenesapothnapanastashsthnpeloponnhs>, 2023).

Το πρόγραμμα αυτό είναι μια πολύ καλή ευκαιρία για τους τουρίστες αλλά και για τους Έλληνες να γνωρίσουν στοιχεία του πολιτισμού και της ιστορίας μας τα οποία δεν έχουν διδαχθεί. Παράλληλα είναι μια όμορφη εμπειρία διότι συνδυάζει την ιστορία, τη γνώση, τη γαστρονομία, τις τέχνες και τη φύση μέσα από εκδρομές ολιγόημερες μέχρι και πολυήμερες.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - Ο ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ**

#### **5.1 Γενικές πληροφορίες του νομού Κορινθίας**

Η Περιφερειακή Ενότητα της Κορινθίας με πρωτεύουσα τη Κόρινθο εκτείνεται σε 2.290 τετραγωνικά χιλιόμετρα και χωρίζεται σε τρεις εκτάσεις. Η ορεινή της έκταση καταλαμβάνει σε ποσοστό το 59,19%, η πεδινή το 18,32% και η ημιορεινή το 22,49%. Η Κόρινθος βρέχεται από τον Κορινθιακό κόλπο και το Σαρωνικό. Στην περιφέρεια της ανήκουν οι Αλκυονίδες νήσοι αλλά και κάποιες μικρές νησίδες του Σαρωνικού. Τα πιο δημοφιλή της όρη είναι το όρος Κυλλήνη (2.376μ.), τα Όνεια Όρη (599 μ.), ο Ακροκόρινθος (573 μ.) και τα Αροάνια (2.341 μ.).

Το κλίμα της Πελοποννήσου είναι μεσογειακό και τα καλοκαίρια είναι ξηρό και θερμό και το χειμώνα ήπιο και βροχερό. Γενικά, οι νομοί της Πελοποννήσου έχουν διαφορετικό κλίμα και συγκεκριμένα η Κόρινθος που βρίσκεται βορειοανατολικά έχει ημίξηρο κλίμα.

Στον τομέα των μεταφορών η Κόρινθος διαθέτει εμπορικό λιμάνι που χρησιμοποιείται για τη κάλυψη των αναγκών της γεωργίας και της βιομηχανίας. Ο οδικός άξονας του Νομού είναι η Εθνική Οδός Αθηνών – Κορίνθου και από Πάτρα η Εθνική οδός Κορίνθου – Πατρών. Τέλος, υπάρχει ο Προαστιακός Σιδηρόδρομος που κάνει τη διαδρομή Αθήνα – Κιάτο.

Όσον αφορά τον πληθυσμό του Νομού Κορινθίας την περίοδο 2014-2019 βλέπουμε ότι μειώθηκε κατά 1% δηλαδή από περίπου 149.000 το 2014 έπεσε μέχρι το 2019 στους 148.000. Τέλος, από την ποσοστιαία κατανομή πληθυσμού της Περιφέρειας Πελοποννήσου για το έτος 2019 ο Νομός Κορινθίας κατέχει το 26% (INSETE, 2020).



## 5.2 Τουριστικές υποδομές του Νομού Κορινθίας

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Πελοποννήσου αντιστοιχεί σε 685 μονάδες οι οποίες διαθέτουν 19.853 δωμάτια και 39.384 κλίνες. Πιο συγκεκριμένα, ο Νομός Κορινθίας διαθέτει το 19% του δυναμικού της Περιφέρειας με 97 μονάδες οι οποίες έχουν 3.753 δωμάτια και 7.341 κλίνες. Από αυτές οι 3 μονάδες είναι πέντε αστέρων ξενοδοχεία, οι 12 είναι τεσσάρων αστέρων ξενοδοχεία, οι 38 τριών αστέρων ξενοδοχεία, οι 33 δύο αστέρων ξενοδοχεία και οι 11 με ένα αστέρι. Από τις παραπάνω μετρήσεις βλέπουμε πως υπάρχει μεγαλύτερη συγκέντρωση στα ξενοδοχεία τριών αστέρων και μικρότερη στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων.

Το δυναμικό των ενοικιαζόμενων δωματίων της Περιφέρειας Πελοποννήσου αντιστοιχεί σε 1.281 μονάδες με 7.779 δωμάτια και 18.975 κλίνες. Πιο αναλυτικά, ο Νομός Κορινθίας διαθέτει το 6% του δυναμικού της Περιφέρειας με 88 μονάδες οι οποίες έχουν 495 δωμάτια και 1.257 κλίνες. Από αυτές οι 9 μονάδες είναι με 4 κλειδιά, οι 31 μονάδες είναι με 3 κλειδιά, οι 43 μονάδες είναι με 2 κλειδιά και οι 5 μονάδες είναι με ένα κλειδί. Από τις παραπάνω μετρήσεις φαίνεται πως υπάρχει μεγαλύτερη συγκέντρωση στα ενοικιαζόμενα δωμάτια με δυο κλειδιά και μικρότερη στα ενοικιαζόμενα δωμάτια με ένα κλειδί.

Στο κομμάτι των τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων επικρατεί το 8% της Περιφέρειας Πελοποννήσου με 71 μονάδες και 109 δωμάτια και 634 κλίνες. Τέλος, στην κατηγορία κάμπινγκ διαθέτει το 9% της Περιφέρειας με 4 μονάδες, 0 οικίσκους και 372 θέσεις. (INSETE,2020)

## 5.3 Πολιτιστικός τουρισμός στον Νομό Κορινθίας

Ο Νομός Κορινθίας μπορεί να μην έχει πληθώρα πολιτιστικών στοιχείων σε σύγκριση με άλλους νομούς της Πελοποννήσου, όμως διαθέτει αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία καθώς και αρκετούς ιερούς ναούς.

Σύμφωνα με το Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού οι αρχαιολογικοί χώροι του Νομού είναι η Αρχαία Κόρινθος με το αμφιθέατρο της, ο αρχαιολογικός χώρος των Ισθμίων, της Νεμέας, της Περαχώρας και του Σικύωνος, οι αποθήκες του Α.Σ.Ο Κιάτου, ο αρχαίος λιμένας Κεγχρεών και Λεχάιου, το αρχοντικό Νοταράδων, το Ασκληπιείο και η Κρήνη Λέρνα, το Εξαμίλιο τείχος και το κάστρο Ακροκορίνθου. Επίσης, υπάρχουν και οι Ιερές μονές του Αγίου Βλασίου, της Θεοτόκου Καλών Νησιών, της Παναγίας, της Παναγίας του Βράχου, του Προφήτη Ηλία, του Αγίου Γεωργίου Φενεού, οι Άγιοι Ταξιάρχες, ο Άγιος Νικόλαος (Κορφιώτισσα) και ο Άγιος Πρόδρομος. Τέλος, υπάρχει το Ιερό Δήμητρας και Κόρης και το Ιερό του Διός Νεμέας.

Εκτός από τους αρχαιολογικούς χώρους ο Νομός Κορίνθου διαθέτει και μουσεία που είναι αναγνωρισμένα από το Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού. Ένα από αυτά είναι το Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Κορίνθου στο οποίο βρίσκουμε ευρήματα της περιοχής. Έπειτα, υπάρχει το Αρχαιολογικό Μουσείο Ισθμίων, το Αρχαιολογικό Μουσείο Νεμέας, το Αρχαιολογικό Μουσείο Αρχαίας Κορίνθου, το Μουσείο Σικύωνος και το Μουσείο Περιβάλλοντος Στυμφαλίας (INSETE, 2020).

## **5.4 Εναλλακτικός τουρισμός στο Νομό Κορινθίας**

Στο Νομό Κορινθίας υπάρχουν αρκετές εναλλακτικές τουριστικές δραστηριότητες για κάθε επιλογή τουρίστα. Πιο συγκεκριμένα, μπορεί κανείς να ασχοληθεί με ιαματικό τουρισμό, με τουρισμό πεζοπορίας, με ορειβατικό τουρισμό, με οινοτουρισμό, με χιονοδρομικό τουρισμό, με αθλητικό τουρισμό, με γαστρονομικό τουρισμό καθώς και με θρησκευτικό τουρισμό.

Όσον αφορά τον ιαματικό τουρισμό σύμφωνα με την Ειδική Επιτροπή Προστασίας Φυσικών Ιαματικών Πόρων του Υπουργείου Τουρισμού η Περιφέρεια Πελοποννήσου διαθέτει τρεις Ιαματικούς Φυσικούς Πόρους οι οποίοι είναι το Νερό υδρογεώτρησης I-IAM-1 περιοχής Λουτρακίου – Περαχώρας του Δήμου Λουτρακίου – Περαχώρας – Αγίων Θεοδώρων, το νερό Λουτρών Ωραίας Ελένης του Δήμου Κορίνθου και η πηγή Λουτρακίου (πρώην πηγή ΕΟΤ) του Δήμου Λουτρακίου – Περαχώρας – Αγίων Θεοδώρων.



[E%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/](https://korinthiaguide.com/%CE%B5%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/), 2023).

Σχετικά με τον αθλητικό τουρισμό υπάρχουν οι Νέμεοι Αγώνες τους οποίους ένας Αμερικανός προσπάθησε να τους αναβιώσει, ο αρχαίος Μυκηναϊκός δρόμος, οι αγώνες Skyrace & Scalerace, το τριάθλο που διοργανώνεται στη Λίμνη Δόξα και βόλτες με υδροποδήλατα στη Λίμνη αυτή(<https://korinthiaguide.com/%CE%B5%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/>, 2023).

Στην Πελοπόννησο η κουζίνα στηρίζεται αρκετά στο ελαιόλαδο της λόγω των πολλών ελαιόδεντρων και σε πολλά τοπικά προϊόντα ανάλογα την περιοχή. Στο Νομό Κορινθίας παράγονται τα φασόλια βανίλιες Φενεού (ΠΓΕ), η φάβα Φενεού (ΠΓΕ) και η φέτα ΠΟΠ. Υπάρχουν, όμως, διάφορα γνωστά τοπικά φαγητά που επιλέγουν οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή για το γαστρονομικό τουρισμό, όπως το αγριογούρουνο με κυδώνι, ο μπακαλιάρος πλακί με κορινθιακή σταφίδα, οι ταλιατέλες Νεμέας με καλκάνι, καρκασόπιτα, πρασόπιτα με σταφίδα και κεφαλοτύρι, ο κόκορας με σπιτικές χυλοπίτες, το βετούλι γάστρας, το βραστό βεργάδι, το ζυγούρι, το χοιρινό σαλμί, η καρυδόπιτα με σταφίδες και μπακλαβάς με σταφίδες. (INSETE, 2020)

Τέλος, ο οινοτουρισμός στο Νομό Κορινθίας είναι διαδεδομένος. Πρέπει να τονίσουμε ότι ο αμπελώνας της Νεμέας κατέχει το 1/3 από τους αμπελώνες της Ελλάδας. Πλέον, κατέχει τον οίνο ΠΟΠ Νεμέας και το ΠΓΕ Κορινθίας. Πολύ γνωστή είναι η ποικιλία του Αγιωργήτικου Νεμέας το οποίο υπάρχει σε όλα τα οινοποιεία της περιοχής. Αξίζει να σημειωθεί πως στο Λεόντιο Νεμέας υπάρχει το Σταφυλοσυλλεκτικό Συγκρότημα Νεμέας το οποίο είναι από τα λίγα στην Ελλάδα.

## 5.5 Προφίλ τουριστών στον Νομό Κορινθίας

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τις επισκέψεις στα μουσεία αλλά και τις επισκέψεις στους αρχαιολογικούς χώρους. Σχετικά με τις επισκέψεις στα μουσεία παρατηρήθηκε άνοδος στην Περιφέρεια Πελοποννήσου κατά 40% από το 2014 μέχρι το 2019. Πιο συγκεκριμένα, ο Νομός Κορινθίας κατέλαβε την τελευταία θέση σε αντίθεση με τους υπόλοιπους νομούς με ποσοστό 5%.

Η ίδια αύξηση παρατηρείται για το σύνολο της Περιφέρειας Πελοποννήσου αλλά για τις επισκέψεις στους αρχαιολογικούς χώρους δηλαδή 40% από το 2014 μέχρι το 2019. Ο Νομός Κορινθίας παίρνει τη δεύτερη θέση με ποσοστό 13% σε σχέση με τους υπόλοιπους νομούς (INSETE, 2020).

## 5.6 Εκδηλώσεις & γιορτές κρασιού του Νομού Κορινθίας

Η πιο γνωστή γιορτή κρασιού που γίνεται στο Νομό Κορινθίας είναι οι λεγόμενες «Μεγάλες Ημέρες Νεμέας». Κάθε χρόνο το πρώτο Σαββατοκύριακο του Σεπτεμβρίου διοργανώνεται η γιορτή αυτή από το Δήμο Νεμέας και το Σύνδεσμο Οινοποιών Νεμέας η οποία αφιερώνεται στους οίνους της περιοχής και ειδικά της πασίγνωστης ποικιλίας *Αγιωργήτικο*. Η Νεμέα ξεκινάει την ιστορία του κρασιού από τα αρχαία χρόνια και συγκεκριμένα από τα Νέμεα. Τα Νέμεα, ήταν αθλητικοί αγώνες κατά τους οποίους γινόταν κατανάλωση στον «φλιάσιο οίνο». Κατά την παράδοση, ο βασιλιάς Άρας έχτισε μια πόλη που τη διέσχιζε ένα ποτάμι εν ονόματι Φλιασία, η οποία πήρε το όνομά της από το γιο του, Φλία, που έμενε εκεί. Στην περιοχή αυτή καλλιεργήθηκε πρώτη φορά αμπέλι και παράχθηκε κρασί, ο φλιάσιος οίνος.

Όσον αφορά το Αγιωργήτικο αυτό πήρε το όνομά του από τον Άη Γιώργη όπως έλεγαν παλαιότερα τη Νεμέα και ήταν ο διάδοχος της Αρχαίας Φλιούντος.

Τις τρεις ημέρες της εκδήλωσης μπορεί κανείς να επισκεφθεί το οινοποιείο που είναι ανοιχτά για το κοινό τις μέρες αυτές και να δουν πως παράγεται αλλά και να κάνουν γευστικές δοκιμές. Επιπλέον, γίνονται συναυλίες, πολιτιστικά δρώμενα, εκθέσεις,

βραδιές κινηματογράφου κ.ά. Στόχος της εκδήλωσης είναι να έρθει σε επαφή με το κοινό με τους αμπελώνες και να ενισχυθεί η περιβαλλοντική συνείδηση σε συνδυασμό με την προστασία του προϊόντος (<https://mythicalpeloponnese.gr/megales-imeres-tis-nemeas-i-giorti-tou-krasiou-ston-megalytero-abelona-ton-valkanion/>, 2023).

Μια ακόμα εκδήλωση είναι η Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού, η οποία έχει καθιερωθεί κάθε δεύτερη Κυριακή του Νοέμβρη από το 2009. Έχουν δικαίωμα συμμετοχής οινοποιεία που βρίσκονται στο Ευρωπαϊκό Δίκτυο Πόλεων του Κρασιού (RECEVIN) ή σε δίκτυο οινοτουρισμού (<https://www.sansimera.gr/worldays/328>, 2023).

Τέλος, το προηγούμενο χρόνο 1-3 Απριλίου του 2022 πραγματοποιήθηκε το 3<sup>ο</sup> Συνέδριο Οινοτουρισμού στη Νεμέα το οποίο είχε σχεδιάσει η Υφυπουργός Τουρισμού Σοφία Ζαχαράκη σε συνεργασία με τον ΕΟΤ και την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Το τριήμερο Συνέδριο περιλάμβανε ομιλίες από οινοπαραγωγούς της περιοχής και από πολιτικά πρόσωπα, ξεναγήσεις στα οινοποιεία της Νεμέας, Workshops, συζητήσεις ανάμεσα σε επαγγελματίες του κλάδου και γευσιγνωσία (<https://www.athensvoice.gr/life/geusi/themata/753281/osa-zisame-sti-nemea-kai-sto-3o-synedrio-oinotoyris moy/>, 2023).

## 5.7 Οινικές διαδρομές & Επισκέψιμα Οινοποιεία

Η Νεμέα είναι μια από τις μεγαλύτερες ζώνες αμπελουργίας, η ετήσια παραγωγή κρασιού υπολογίζεται στα 220.000HL και απαρτίζεται από 40 οινοποιεία. Ανήκει στο Νομό Κορινθίας και περιλαμβάνει αμπελώνες στο Γυμνό και στο Μαλανδρένι του Νομού Αργολίδας (<https://enoap.org/%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%B5%CE%BB%CF%89%CE%BD%CE%B1%CF%82.html>, 2023)

Υπάρχουν τρεις κατηγορίες βάση ύψους των αμπελώνων:

- Η πεδινή, από 200 έως 350 μέτρα, η οποία περιλαμβάνει τις κοιλάδες της Νεμέας, της Αρχαίας Νεμέας, των Αρχαίων Κλεωνών και του Λεοντίου – Γυμνού.

- Η ημι – ορεινή, από 300 έως 600 μέτρα, η οποία περιλαμβάνει τους αμπελώνες στο Κούτσι και στη Δάφνη.
- Η ορεινή, από 600 έως 850 μέτρα, η οποία περιλαμβάνει τους ορεινούς αμπελώνες στον Ασπρόκαμπο, το Ψάρι, το Κεφαλάρι και τις πλαγιές στο Καστράκι, στο Μποζικά και τη Τιτάνη

(<https://enoap.org/%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%B5%CE%BB%CF%89%CE%BD%CE%B1%CF%82.html>, 2023).

Ένας επισκέπτης μπορεί να συνδυάσει την επίσκεψη στα οινοποιεία με την περιήγηση στον αρχαιολογικό χώρο της Νεμέας. Επίσης, μπορεί να δει τη λίμνη Στυμφαλία, τον Ασωπό ποταμό και την κοιλάδα του Φενεού όπως επίσης να δοκιμάσουν τοπικά φαγητά της περιοχής.

Παρακάτω στο χάρτη παρουσιάζονται οι οινικές διαδρομές του Νομού Κορινθίας:

- Η διαδρομή 22 περιλαμβάνει τις περιοχές Νεμέα, Ασπρόκαμπος, Κεφαλάρι, Λίμνη Στυμφαλία
- Η διαδρομή 23 περιλαμβάνει τις περιοχές Νεμέα, Αηδόνια, Ζήρεια (όρος Κυλλήνη)
- Η διαδρομή 24 περιλαμβάνει τις περιοχές Αρχαία Κόρινθος, Αρχαίες Κλεώνες, Αρχαία Νεμέα, Νεμέα
- Η διαδρομή 25 περιλαμβάνει τις περιοχές Νεμέα, Κούτσι, Στιμάγκα, Βραχάτι

(<https://peloponnesewineroads.com/%ce%bf%ce%b9%ce%bd%ce%bf%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%ce%bf%cf%82-%ce%ba%ce%bf%cf%81%ce%b9%ce%bd%ce%b8%ce%b9%ce%b1/>, 2023).

Στην Νεμέα υπάρχουν οι οίνοι ΠΟΠ (Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης) που χωρίζονται σε δυο περιφέρειες δηλαδή στο βορειοδυτικό τμήμα της Αργολίδας και στο νότιο κεντρικό τμήμα της Κορινθίας. Είναι ο λεγόμενος «φλιάσιος οίνος» που προέρχεται από το μύθο του Ηρακλή, το ΠΟΠ Νεμέα σημαίνει «το αίμα του Ηρακλή».

Η πιο γνωστή ποικιλία της Νεμέας είναι το Αγιωργήτικο που βγαίνει σε ερυθρό, λευκό και ροζέ ξηρό και ημίγλυκο

(<https://peloponnesewineroads.com/%ce%bf%ce%b9%ce%bd%ce%bf%ce%b9-%cf%80%ce%bf%cf%80-%cf%80%ce%b5%ce%bb%ce%bf%cf%80%ce%bf%ce%bd%ce%bd%ce%b7%cf%83%ce%bf%cf%85/>, 2023)

Επίσης, υπάρχουν και οι οίνοι ΠΓΕ (Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης). Αυτοί διακρίνονται βάση του γεωγραφικού εύρους σε τρία επίπεδα. Για το Νομό Κορινθίας υπάρχει ο ΠΓΕ Κορινθίας

(<https://peloponnesewineroads.com/%ce%bf%ce%b9%ce%bd%ce%bf%ce%b9-%cf%80%ce%b5%ce%bb%ce%bf%cf%80%ce%bf%ce%bd%ce%bd%ce%b7%cf%83%ce%bf%cf%85-%cf%80%ce%b3%ce%b5/>, 2023).

Τα επισκέψιμα οινοποιεία του Νομού Κορινθίας είναι τα κάτωθι:

- Αμπελώνας Ζαχαριά
- Κτήμα Ράπτη
- Κτήμα Στροφιλιά
- Γαία Οινοποιητική
- Κτήμα Γκιούλη
- Βιολογικός Αμπελώνας Παπαϊωάννου
- Κτήμα Ρεπάνη
- Λαφαζάνης Οινοποιητική
- Οινοποιεία Λαυκιώτη
- Κτήμα Παλυβού
- Κτήμα Λαντίδη
- Κτήμα Νέμειον
- Κτήμα Semeli
- Κτήμα Γκόφα
- Κτήμα Μπαϊρακτάρη



- Οινοποιία Γιαννίκου
- Κτήμα Νικολάου
- Κτήμα Μπίζιος

Από αυτά τα οινοποιεία θα γίνει ενδεικτική ανάλυση σε τέσσερα από αυτά κατά τα οποία υπήρξε άμεση επαφή λόγω επίσκεψης στο χώρο τους.

Το πρώτο οινοποιείο που θα αναλυθεί είναι το Λαφαζάνης Οινοποιητική. Στην περιοχή Κλεώνες το 1993 ο Σπύρος Λαφαζάνης ξεκίνησε τη λειτουργία του οινοποιείου στη ζώνη ΠΟΠ Νεμέας. Η παράγωγή του είναι περίπου κάθε χρόνο 4.000 τόνοι και οι ποικιλίες είναι κατά βάση το Αγιωργήτικο αλλά και άλλες εγχώριες και διεθνείς. Μπορεί κανείς να επισκεφθεί το οινοποιείο καθώς και τις εγκαταστάσεις βάση του ωραρίου λειτουργίας διότι απέχει μόλις 1,5 ώρα από την Αθήνα. Επίσης, πέρα από τη ξενάγηση και τη γευσιγνωσία, διαθέτει πωλητήριο κρασιών.

Τα βραβευμένα του κρασιά είναι η «Geometria» Μοσχοφίλερο 2020, η «Geometria» Αγιωργήτικο 2020, η «Geometria» Ασύρτικο 2020 και η «Geometria» Μαλαγουζιά 2020. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι σε αντίθεση με άλλα οινοποιεία της περιοχής παράγει το «Τσίπουρο των Φίλων» το οποίο είναι χωρίς γλυκάνισο

(<https://lafazanis.gr/>, 2023).

Το δεύτερο οινοποιείο είναι το Κτήμα Παλυβού. Το 1995, ο Γιώργος Παλυβός αποφασίζει να αλλάξει το παλιό πατητήρι σε ένα σύγχρονο οινοποιείο. Καθώς μας ξεναγεί στο χώρο αναφέρει πως κατά τη γνώμη του για ένα καλό κρασί όλα ξεκινούν από το αμπέλι. Αυτό εξηγεί και την επένδυση των 300 στρεμμάτων αμπελώνα.

(Νέτσικα Μαρία, 2006, «Τα κρασιά της Ελλάδος», Εκδόσεις Ιανός, Θεσσαλονίκη )

Το οινοποιείο λειτουργεί όλο το χρόνο. Βρίσκεται 1,5 ώρα από την Αθήνα και σε ακτίνα 800 μέτρων από τον Αρχαιολογικό χώρο της Αρχαίας Νεμέας. Ένας επισκέπτης μπορεί να επιλέξει τη ξενάγηση των αμπελώνων, τη γευσιγνωσία, το γεύμα στο οινοποιείο αλλά υπάρχει και η δυνατότητα αγοράς των κρασιών που επιθυμεί. Αξίζει να σημειωθεί πως η ετήσια παραγωγή τους είναι οι 250.000 φιάλες.

Οι οίνοι του κτήματος Παλυβού είναι κατά βάση ξηροί οίνοι και χωρίζονται σε ερυθροί, λευκοί και ροζέ. Οι ερυθροί ξηροί είναι: Ammos Terra Leone, Anemos, Ίχνος, Κτήμα Παλυβού Νεμέα, Νόημα, Πλούτος. Οι λευκοί ξηροί είναι: Vioigner, Άνεμος Λευκός, Πέτρινες πλαγιές. Οι ροζέ ξηροί είναι: La vie en Rose και Βυσσινόκηπος και ο Bee που είναι ροζέ ημίγλυκος και ημιαφρώδης. Τέλος, οι ποικιλίες που παράγει είναι: Αγιωργήτικο αλλά και με Ροδίτη, Μαλαγουζιά, Ασύρτικο, Κυδωνίτσα, Chardonnay, Merlot, Cabernet Sauvignon και Syrah (<https://palivos.gr/>, 2023)

Το τρίτο οινοποιείο είναι το κτήμα Semeli το οποίο ξεκινάει τη λειτουργία του από το 1979 και είναι μια από τις καλύτερες ελληνικές οινοποιητικές μονάδες με δικούς του αμπελώνες και ένα υπερσύγχρονο οινοποιείο το οποίο δημιουργήθηκε το 2003. Οι χώροι του μοιάζουν με πέντε αστέρων ξενοδοχείο. Το κτήμα κάνει εξαγωγές του οίνου του κυρίως σε Αμερική και Αγγλία και έχει 20% έσοδα από αυτούς. Η ετήσια παραγωγή του είναι 1.200.000 φιάλες.

Το Semeli διαθέτει ξεναγήσεις και γευσιγνωσία όλο το χρόνο καθημερινά εκτός Τρίτης και αργιών. Βρίσκεται στη Νεμέα και συγκεκριμένα στο χωριό Κούτσι. Το οινοποιείο, προσφέρει τη δυνατότητα φιλοξενίας αλλά μόνο στη περίπτωση εταιρικής εκδήλωσης. Η κράτηση και ενοικίαση των Semeli Estate Suites αφορά το σύνολο των εννέα σουιτών.

Επιπλέον, το οινοποιείο έχει πιστοποιητικά βιωσιμότητας για να βοηθήσει στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Οι εγκαταστάσεις του διαθέτουν σύστημα καθαρισμού και ασφαλούς διαχείρισης αποβλήτων.

Οι οίνοι του κτήματος Semeli είναι ξηροί και χωρίζονται σε ερυθρούς ξηρούς οι οποίοι είναι: το Nemea Grand Reserve, το Spondee, το Nemea Reserve Agiorgitiko, ο Ορεινός Ήλιος και η Γιορτή. Οι λευκοί ξηροί οίνοι είναι: η Aetheria, η Thea Mantinia, το Elixir, η Mantinia Λευκός Ήλιος και η Γιορτή Λευκός. Οι ροζέ ξηροί οίνοι είναι: το Delear και ο Ορεινός Ήλιος ροζέ.

Όσον αφορά τις ποικιλίες που παράγει αυτές είναι: το Αγιωργήτικο, η Μαλαγουζιά, το Μοσχοφίλερο, ο Ροδίτης, το Syrah Merlot, το Cabernet Sauvignon, το Grenache Rouge,

το Chardonnay, το Sauvignon Blanc και το Gewürztraminer (<https://www.semeliestate.gr/?lang=el>, 2023).

Τέλος, το τέταρτο οινοποιείο είναι το κτήμα Γκόφα. Η ιστορία του ξεκινάει το 1959 από τον αμπελώνα στις περιοχές Κούτσι και Δάφνη. Το 1998 ο Κωνσταντίνος Γκόφας παίρνει τα ηνία και δημιουργεί ένα σύγχρονο οινοποιείο με καινούργιες εγκαταστάσεις, χρησιμοποιεί καινοτόμες τεχνικές και φυτεύει νέες ποικιλίες. Η τωρινή τοποθεσία του οινοποιείου στο Κούτσι έγινε το 2011. Κάθε χρόνο δίνονται 80.000 φιάλες κατά τις οποίες το 80% εξάγεται σε χώρες της Ευρώπης, της Αμερικής και της Ασίας.

Στο οινοποιείο γίνονται ξεναγήσεις στο χώρο παραγωγής, στο κελάρι που βρίσκεται στο υπόγειο, γίνεται γευσιγνωσία και πωλούνται κρασιά νέας αλλά και παλιάς σοδιάς. Επιπλέον, μπορεί κανείς να δει το ποταμό Ασωπό με τα πλατάνια που τον σκεπάζουν, ο οποίος βρίσκεται δίπλα στο κτήμα Γκόφα.

Τα κρασιά που παράγονται είναι ξηροί οίνοι που χωρίζονται σε ερυθρούς, λευκούς και ροζέ. Οι ερυθροί ξηροί οίνοι είναι: η Νεμέα, το Romeo & Juliet, το Vasilio Grande Reserve και το Vin de Zennes. Οι λευκοί ξηροί οίνοι είναι: ο Μυθικός ποταμός, το Romeo & Juliet και το Μέρανυχτα. Οι ροζέ ξηροί οίνοι είναι μόνο ο Μυθικός ποταμός. Τέλος, οι ποικιλίες που παράγει είναι το Αγιωργήτικο, η Μαλαγουζιά, η Κυδωνίτσα, το Sauvignon Gris, το Chardonnay, το Syrah και το Cabernet Sauvignon (<https://www.ktimagofa.gr/to-ktima/>, 2023).

## 5.8 SWOT Analysis

Σε αυτή την ενότητα θα γίνει SWOT ανάλυση στο νομό Κορινθίας για να δούμε τα δυνατά και αδύνατα σημεία του καθώς και τις απειλές και ευκαιρίες που υπάρχουν για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού και πολιτιστικού τουρισμού στη περιοχή.

**Πίνακας 1: SWOT Analysis**

<b>ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</b>	<b>ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Τοποθεσία (βρίσκεται δίπλα στην Αθήνα)</li> <li>• Ύπαρξη οδικής αρτηρίας (Εθνική Οδός Αθηνών – Κορίνθου και Κορίνθου – Πατρών)</li> <li>• Ασφαλής τουριστικός προορισμός</li> <li>• Δημοφιλής περιοχή η Νεμέα λόγω των οινοποιείων</li> <li>• Ύπαρξη αρχαιολογικής ιστορίας <ul style="list-style-type: none"> <li>• Επιλογές εναλλακτικών δραστηριοτήτων τουρισμού</li> </ul> </li> <li>• Εμπορικό λιμάνι (Κορινθιακός)</li> <li>• Αρκετά καλές καιρικές συνθήκες όλο το χρόνο</li> <li>• Γνωστή για τον ιαματικό της τουρισμό</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προσβασιμότητα (μόνο μέσω οδικού δικτύου)</li> <li>• Δεν υπάρχει λιμάνι για επιβατικό κοινό καθώς και αεροδρόμιο <ul style="list-style-type: none"> <li>• Εποχικότητα τουρισμού</li> <li>• Έλλειψη προώθησης του οινοτουρισμού της περιοχής</li> </ul> </li> <li>• Έλλειψη συνεργασίας μεταξύ οινοποιείων και τουριστικών γραφείων ή ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για τη προώθηση του οινοτουρισμού</li> <li>• Ανεπαρκής ανάπτυξη της περιοχής (εστίαση, ξενοδοχεία) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Χαμηλών αστέρων ξενοδοχειακές επιχειρήσεις</li> </ul> </li> <li>• Ανεπαρκής προβολή των πολιτιστικών της στοιχείων</li> </ul>
<b>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</b>	<b>ΑΠΕΙΛΕΣ</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δημιουργία εκδηλώσεων σχετικά με τον οινοτουρισμό</li> <li>• Οικονομική χρηματοδότηση μέσω κρατικών προγραμμάτων (ΕΣΠΑ)</li> <li>• Μετατροπή του εμπορικού λιμανιού και σε επιβατικό</li> <li>• Βιώσιμη εκμετάλλευση της περιοχής και των φυσικών της πόρων</li> <li>• Νέο σήμα επισκέψιμων οινοποιείων</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πανδημίες και απαγορεύσεις ταξιδιών</li> <li>• Καθυστερήσεις σε κρατικές και ιδιωτικές χρηματοδοτήσεις <ul style="list-style-type: none"> <li>• Μείωση εισοδήματος</li> </ul> </li> <li>• Ανταγωνισμός μεταξύ άλλων περιοχών που ασχολούνται με τον οινοτουρισμό</li> </ul>
---	--

**Πηγή:** Ιδία επεξεργασία

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

### **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

#### **6.1 Μεθοδολογία έρευνας**

Ο σχεδιασμός της έρευνας είναι εξαιρετικά σημαντικός και βασίζεται στην αναγνώριση των διαστάσεων της έρευνας, ώστε ο ερευνητής να λάβει τις σωστές αποφάσεις για να οδηγηθεί στην απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων. Οι διαστάσεις της έρευνας που αναφέρθηκαν σχετίζονται με το δείγμα, το χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας, το σκοπό και τις τεχνικές ανάλυσης δεδομένων που εφαρμόζονται σε κάθε περίπτωση.

Αναφορικά με το σκοπό διεξαγωγής της έρευνας, αυτός είναι η διερεύνηση, η περιγραφή και η επεξήγηση μιας θεματικής. Μέσα από τη διερευνητική μελέτη στόχος είναι να δοθεί απάντηση στην ερώτηση «τι», ενώ η περιγραφική μελέτη χρησιμοποιείται για την απάντηση των ερωτήσεων «που, πότε, πώς» και η επεξηγηματική μελέτη απαντά στις ερωτήσεις «πως και γιατί». Η παρούσα έρευνα έχει σαν στόχο να απαντήσει τι θα συμβεί στον οινοτουρισμό στο Νομό Κορινθίας σχετικά με την ανάπτυξη του, αλλά και να δώσει απαντήσεις στο γιατί, πώς και πότε μπορούν να ξεπεραστούν τα εμπόδια και οι αδυναμίες που παρουσιάζονται (Neuman, 2006).

Η διάσταση του χρόνου είναι εξαιρετικά σημαντική για τη διεξαγωγή μιας έρευνας, καθώς ανάλογα με τα χρονικά χαρακτηριστικά της έρευνας, διακρίνονται οι περιπτώσεις διατομικής και διαχρονικής έρευνας αλλά και έρευνας περίπτωσης. Στη διατομική περίπτωση έρευνας, η έρευνα προσεγγίζει μία και μόνο πλευρά και δίνει τη δυνατότητα στον ερευνητή να ερευνήσει λεπτομερώς τη θεματική που έχει επιλέξει. Από την άλλη πλευρά στη διαχρονική έρευνα ο ερευνητής είναι σε θέση να παρακολουθεί τα γεγονότα, τους ανθρώπους, τα κοινωνικά φαινόμενα σε διάφορα χρονικά διαστήματα. Τέλος, η μελέτη περίπτωσης αποτελεί μια περίπτωση έρευνας που εστιάζει σε συγκεκριμένο παράδειγμα για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η έρευνα του Ragin (1994), υπογραμμίζει το γεγονός πως τα δεδομένα από τη μελέτη περίπτωσης είναι πιο αναλυτικά σε σύγκριση με άλλες μεθόδους. Ωστόσο, η συγκεκριμένη

ερευνητική μέθοδος δεν στηρίζεται στα δεδομένα της στατιστικής (Yin, 2009). Η παρούσα έρευνα, εξετάζει την πολιτισμική ανάπτυξη μέσω του οινοτουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, λαμβάνοντας σαν μελέτη περίπτωσης το Νομό Κορινθίας. Για το σκοπό της μελέτης επιλέχθηκε πληθυσμός – δείγμα εργαζομένων σε επιχειρήσεις και φορείς της ευρύτερης περιοχής.

Σχετικά με τη διάσταση της συλλογής και ανάλυσης δεδομένων, φαίνεται πως στην κοινωνική έρευνα, οι μέθοδοι που εφαρμόζονται είναι αυτές της ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης. Στην ποσοτική έρευνα περιλαμβάνεται η συλλογή και ανάλυση των δεδομένων με τη βοήθεια αριθμητικών δεδομένων ώστε να ακολουθήσει η στατιστική τους ανάλυση. Ο πιο συνήθης τρόπος συλλογής των δεδομένων στην ποσοτική έρευνα είναι το ερωτηματολόγιο και οι συνεντεύξεις. Παράλληλα, η ποιοτική έρευνα στοχεύει στη μελέτη μικρότερου δείγματος, ώστε να πετύχει τη σε βάθος παρουσίαση και ανάλυση εννοιών, αντιλήψεων και απόψεων που σχετίζονται με συμπεριφορές και διάφορα κοινωνικά φαινόμενα. Η συλλογή των δεδομένων στην ποιοτική έρευνα πραγματοποιείται μέσω της παρατήρησης, των ομάδων εστίασης και τη διεξαγωγή μη δομημένων συνεντεύξεων (Creswell, 2009). Ο συνδυασμός των δύο παραπάνω μεθόδων, της ποιοτικής και ποσοτικής μελέτης δημιουργούν ένα επιπλέον είδος έρευνας, αυτό της μεικτής έρευνας. Η πληροφορία που προσφέρει η μεικτή έρευνα είναι σαφώς περισσότερο εμπειριστατωμένη, ωστόσο δεν προτιμάται συχνά καθώς αποτελεί μια χρονοβόρα διαδικασία που προκαλεί προβλήματα στον ερευνητή, σε ότι αφορά την ενσωμάτωση των αποτελεσμάτων του (Bryman, 2007).

Στην έρευνα των Ritchie & Lewis (2003) αναφέρονται δύο τρόποι όπου μπορεί να εφαρμοστεί ο συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας. Ο πρώτος τρόπος εφαρμογής της μεικτής μεθόδου, προβλέπει τη διεξαγωγή της ποσοτικής έρευνας σε πρώτη φάση και στη συνέχεια την πραγματοποίηση ποιοτικής έρευνας με σκοπό να συμπληρώσει τα ευρήματα της πρώτης. Ο δεύτερος τρόπος εφαρμογής της μεικτής μεθόδου προβλέπει την ταυτόχρονη πραγματοποίηση ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας.

Στην περίπτωση της παρούσας έρευνας για το Νομό Κορινθίας, η ποσοτική έρευνα θεωρήθηκε η πιο κατάλληλη μέθοδος για την αντικειμενική ανάλυση του συνόλου των δεδομένων, μετά την συλλογή τους με στόχο την πρόβλεψη (Cears, 2022).

## 6.2 Βιβλιογραφική ανασκόπηση

Σύμφωνα με τον Neuman (2006), η διεξαγωγή βιβλιογραφικής ανασκόπησης θα πρέπει να έχει ορισμένα γνωρίσματα όπως είναι η επιλεκτική συμπερίληψη των ερευνών, η επιλογή των πιο πρόσφατων ερευνών, ενώ θα πρέπει να είναι κατανοητή και να υπάρχει στο στοιχείο της κριτικής σκέψης. Με τον τρόπο αυτό φαίνεται πως ο ερευνητής θα πρέπει να αναζητήσει πρόσφατες έρευνες συναφείς με τη δική του και να συγκρίνει τα ευρήματα της δικής του έρευνας με αυτά προηγούμενων ερευνών. Στην παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση για τον οινοτουρισμό ως μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Τα συμπεράσματα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης χρησιμοποιήθηκαν σε συνδυασμό με τα ευρήματα της συγκεκριμένης έρευνας, ώστε να ενισχύσουν τα νεότερα ευρήματα. Πηγές τις έρευνες αποτέλεσαν βιβλία, επιστημονικά περιοδικά, ηλεκτρονικά περιοδικά, διατριβές και εμπειρικές μελέτες.

## 6.3 Συλλογή δεδομένων - Ερευνητικό εργαλείο

Αναφορικά με τη συλλογή των δεδομένων είναι μια διαδικασία μέσω της οποίας μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι απόψεις, οι σκέψεις και οι συμπεριφορές των συμμετεχόντων, δημιουργώντας βάσεις δεδομένων, χρησιμοποιώντας και τις παρατηρήσεις προηγούμενων ερευνών (Bickamn & Rog, 2009). Στην παρούσα έρευνα η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου, ενώ τα δευτερογενή δεδομένα συλλέχθηκαν από ηλεκτρονικές πηγές και εμπειρικές μελέτες (Bryman, 2008).

Στην ποσοτική έρευνα το πιο συχνά χρησιμοποιούμενο ερευνητικό εργαλείο είναι το ερωτηματολόγιο, το οποίο χρησιμοποιείται ευρέως στον κλάδο των κοινωνικών επιστημών (Nardi, 2006). Το πλεονέκτημα των ερωτηματολογίων είναι πως το κόστος τους είναι χαμηλό σε σύγκριση με άλλες στρατηγικές συλλογής δεδομένων, η διανομή τους γίνεται εύκολα από τον ερευνητή και μπορεί να συμπεριλάβει στο δείγμα του ανθρώπους που βρίσκονται σε διαφορετικές γεωγραφικές τοποθεσίες. Η επιλογή του



ερωτηματολογίου ως εργαλείο γίνεται συχνά καθώς μέσω αυτού αποτυπώνονται οι απόψεις, οι αντιλήψεις και οι αξίες μεγάλου μέρους του πληθυσμού (Walter, 2010).

Τα δεδομένα που προκύπτουν από τις απαντήσεις του δείγματος είναι εύκολα επεξεργάσιμα και μπορούν να αποτυπώσουν με σαφήνεια τα αποτελέσματα της μελέτης με τη χρήση διαγραμμάτων και πινάκων. Η δημιουργία του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου βασίστηκε στη βιβλιογραφία που υπάρχει σχετικά με τον οινoturισμό και την ανάπτυξή του και την καθοδήγηση του υπεύθυνου καθηγητή.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει συνολικά 25 ερωτήσεις κλειστού τύπου, οι οποίες περιελάμβαναν ερωτήσεις τύπου κλίμακας Likert, ερωτήσεις κατάταξης και ερωτήσεις που μπορούν να απαντηθούν με «ναι» ή «όχι». Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου χωρίζονται σε πέντε κυρίως μέρη:

### **1<sup>ο</sup> Μέρος: Ανάπτυξη οινoturισμού Νομού Κορινθίας**

Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται 5 ερωτήσεις τύπου κλίμακας Likert και πολλαπλών ερωτήσεων σχετικά με τις δράσεις που πραγματοποιούνται σχετικά με τον οινoturισμό, το ενδιαφέρον των εμπλεκόμενων φορέων και την άποψη των συμμετεχόντων για την υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης της περιοχής.

### **2<sup>ο</sup> Μέρος: Εμπόδια και αδυναμίες ανάπτυξης του οινoturισμού**

Στη δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται 8 ερωτήσεις που στόχο έχουν να αποτυπώσουν τα εμπόδια ανάπτυξης του οινoturισμού στην περιοχή της Κορινθίας και τις αδυναμίες που σχετίζονται με την προβολή της περιοχής, την εποχικότητα του οινoturισμού και την επίδραση της πανδημίας.

### **3<sup>ο</sup> Μέρος: Δράσεις – ενέργειες ανάπτυξης οινoturισμού**

Η τρίτη ενότητα αποτελείται από 5 ερωτήσεις που αναφέρονται στον τρόπο διαφήμισης της περιοχής, τις πολιτιστικές δράσεις μέσω των οποίων προωθείται ο οινoturισμός, αλλά και τη συμμετοχή των επιχειρήσεων σε προγράμματα ενίσχυσης.

### **4<sup>ο</sup> Μέρος: Πρόγραμμα Morias'21**

Στην τέταρτη ενότητα του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται 3 ερωτήσεις τύπου κλίμακας Likert (5= συμφωνώ απόλυτα, 1 = διαφωνώ απόλυτα). Στις ερωτήσεις αυτές διερευνάται η αξία του συγκεκριμένου προγράμματος, μέσα από τις απόψεις των εργαζομένων.

#### **5<sup>ο</sup> Μέρος: Δημογραφικά στοιχεία**

Στο τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται 4 ερωτήσεις με στόχο την περιγραφή του προφίλ του δείγματος της έρευνας. Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις της ενότητας αυτής αφορούν το φύλο, την ηλικία, την εκπαίδευση και τον φορέα απασχόλησης των ερωτώμενων.

### **6.4 Επιλογή δείγματος**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα από τη 1<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου έως τις 20 Σεπτεμβρίου 2022, ενώ στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 30 εκπρόσωποι οιοποιείων, ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, δήμων και άλλων φορέων του Νομού Κορινθίας. Η προσέγγιση των συμμετεχόντων έγινε αρχικά από κοντά και στη συνέχεια στάλθηκαν τα ερωτηματολόγια προς συμπλήρωση ηλεκτρονικά στις διευθύνσεις των οργανισμών και των επιχειρήσεων. Ο ερευνητής έδωσε στους συμμετέχοντες τη δυνατότητα τηλεφωνικής επικοινωνίας σε περίπτωση που προκύπταν ερωτήματα ή προβληματισμοί από την πλευρά των συμμετεχόντων. Οι απαντήσεις του δείγματος σε ερωτήσεις κλειστού τύπου δίνει στον ερευνητή το πλεονέκτημα να λάβει ακριβείς και εύκολα επεξεργάσιμες απαντήσεις που θα τον οδηγήσουν σε πιο ασφαλή και συγκεκριμένα συμπεράσματα. Η μέθοδος δειγματοληψίας που ακολούθησε ο ερευνητής είναι η δειγματοληψία κατά κρίση, κατά την οποία ο ερευνητής προσέγγισε ένα δείγμα του πληθυσμού ενδιαφέροντος του, στο οποίο είχε πιο εύκολη πρόσβαση (Γάκη, 2012). Στην παρούσα έρευνα ερωτήθηκαν οι ακόλουθοι φορείς:

**Πίνακας 2: Φορείς ερωτηματολογίου**

Περιφέρεια Πελ/νήσου	Ομοσπονδία Ενοικιαζόμενων Δωματίων
Σωματείο Ξενοδοχοϋπαλλήλων Κορίνθου	Δήμοι: Ναυπλίου, Άργους – Μυκηνών, Νεμέας, Κορινθίας
Επιμελητήριο Κορινθίας	ΕΟΤ
Εκπρόσωπος ιδιοκτητών ενοικιαζόμενων δωματίων Κορινθίας	Κτήματα: Μπαϊρακτάρη, Παλυβού, Γκόφα, Αναστασίου, Αναγέννηση, Μπίζιος, Σκούρα
ΕΝΟΑΠ	Οινοποιείο Καραμήτσος
Peloponnese Wine Festival	Οινοποιείο Λαφαζάνης
Περιφερειακή Ένωση Δήμων Πελ/νήσου	Οινοποιείο Λαυκιώτη
Pelopolitismos	Οινοποιητικός Σύλλογος Νεμέας
Cuvee Wine Bar	Οινοποιείο Μπαρφακάκα
Εστιατόριο Σοφός	Οινοποιείο Ζαφείρη
Ταβέρνα Δαναός και Αναστάσης	Οινοποιείο Λιάκου
Ταβέρνα 17 χωριά	Semeli Estate
Mediterraneo Wine & Deli	Εστιατόριο Αίολος
Amalia Hotel	Ilion Hotel
Avra Hotel	Grand Bretagne Hotel
Grand Sarai Hotel	ACRO Upscale Residences
Ephira Hotel	Hotel Casino Loutraki
Korinthos Hotel	Hotel Acropolis
Kastro Karina	Unique Greek Tours (Τουριστικό γραφείο)
Panexpeditions (Γραφείο εναλλακτικού υπαίθριου τουρισμού)	Stavropoulos Tours (Γραφείο γενικού τουρισμού)
Zafiris Tours (Τουριστικό γραφείο)	Σύλλογος Επαγγελματιών Τολού

**ΦΟΡΕΙΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ**

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

## 6.5 Ηθικά και δεοντολογικά ζητήματα έρευνας

Εξαιρετικά σημαντική είναι η αναφορά σε θέματα ηθικής και δεοντολογίας. Πιο συγκεκριμένα, ο ερευνητής είναι υπεύθυνος για την προστασία των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων και την διατήρηση της ανωνυμίας τους. Στην ποσοτική έρευνα, η διατήρηση της ανωνυμίας των συμμετεχόντων είναι πιο εύκολη σε σύγκριση με την ποιοτική μελέτη. Επιπλέον, η έρευνα πραγματοποιήθηκε λαμβάνοντας υπόψη τη προστασία των συμμετεχόντων από κάθε ηθική, ψυχολογική ή φυσική βλάβη (Neuman, 2006). Η συμμετοχή των εκπροσώπων εταιριών και οργανισμών στην έρευνα ήταν εθελοντική, ενώ πριν από αυτή οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για το σκοπό της μελέτης και έδωσαν τη συγκατάθεσή τους για να λάβουν μέρος σ' αυτή (Habbis, 2010).

## 6.6 Ανάλυση δεδομένων

Η συλλογή των δεδομένων της έρευνας έγινε με τη χρήση της φόρμας google forms και τη συγκέντρωση των απαντήσεων του δείγματος δημιουργώντας βάση δεδομένων σε ένα Excel. Σημαντική είναι η διαδικασία κωδικοποίησης των δεδομένων που αποτελεί «τη συστηματική αναδιοργάνωση πρωτογενών δεδομένων σε μια μορφή που αναγνωρίζεται από ένα μηχάνημα» (Neuman, 2006), ώστε όλες οι απαντήσεις να μετατραπούν σε αριθμητικά δεδομένα, εύκολα επεξεργάσιμα από στατιστικά προγράμματα, όπως το SPSS – Statistical Product and Services Solution, το οποίο αποτελεί ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται ευρέως στην ακαδημαϊκή έρευνα (Walter, 2010). Το συγκεκριμένο στατιστικό πακέτο είναι ιδιαίτερα εύκολο στη χρήση και δίνει τη δυνατότητα ανάλυσης μεγάλου όγκου δεδομένων. Ακόμη, η χρήση του SPSS δίνει τη δυνατότητα στους ερευνητές να προχωρήσουν σε διαδικασίες όπως είναι η περιγραφική στατιστική, ο έλεγχος διαφοράς μέσων τιμών, ο έλεγχος συσχέτισης και η παραγοντική ανάλυση. Στην παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε παρουσίαση των αποτελεσμάτων της ανάλυσης των απαντήσεων του δείγματος με τη βοήθεια πινάκων και

διαγραμμάτων, όπου τα αριθμητικά αποτελέσματα παρουσιάστηκαν συνοπτικά και με σαφήνεια (Bryman, 2008).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

### **ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

#### **7.1. Περιγραφική ανάλυση δεδομένων**

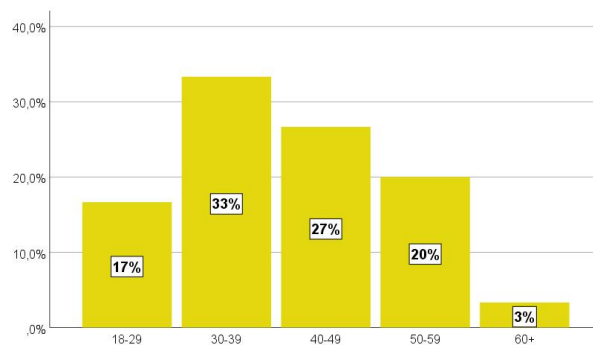
Στη συγκεκριμένη ενότητα θα πραγματοποιηθεί περιγραφική ανάλυση του προφίλ του δείγματος και των απόψεων των συμμετεχόντων σχετικά με την ανάπτυξη του οιοτουρισμού στο Νομό της Κορινθίας, με αναφορά στα εμπόδια που συναντά η ανάπτυξη του αλλά και των δράσεων που πραγματοποιούνται για την προώθηση του και για τα προγράμματα ενίσχυσης που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις.

##### **7.1.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά**

Από τον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται πως από τους 30 συμμετέχοντες, οι περισσότεροι έχουν ηλικία 30-39 ετών (33.3%), 8 εκ των ερωτηθέντων είναι μέσης ηλικίας 40-49 ετών (26.7%) και 1 (3.3%) μόνο από τους συμμετέχοντες είναι άνω των 60 ετών (Πίνακας 3).

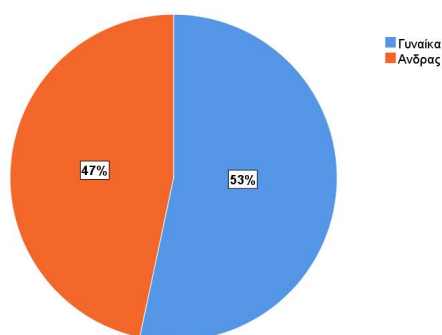
**Πίνακας 3: Κατανομή ηλικίας δείγματος**

	N	%
18-29	5	16,7%
30-39	10	33,3%
40-49	8	26,7%
50-59	6	20,0%
60+	1	3,3%
Σύνολο	30	100,0%



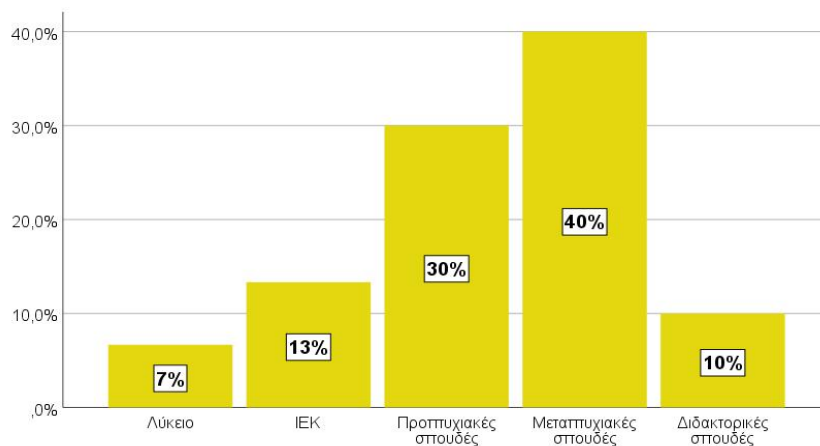
*Γράφημα 1 Κατανομή ηλικίας δείγματος*

Αναφορικά με το φύλο του δείγματος, φαίνεται πως δεν υπήρξε μεγάλη απόκλιση, καθώς στην έρευνα συμμετείχαν 16 (53.3%) γυναίκες και 14 (46.7%) άντρες.



*Γράφημα 2 Κατανομή φύλου δείγματος*

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας για το επίπεδο εκπαίδευσης του δείγματος, φαίνεται πως 12 από τους 30 συμμετέχοντες έχουν Μεταπτυχιακές Σπουδές (40%), 9 (30%) δηλώνουν κάτοχοι προπτυχιακού τίτλου σπουδών, 4 (13.3%) από τους συμμετέχοντες είναι απόφοιτοι ΙΕΚ, 3(10%) είναι κάτοχοι διδακτορικού τίτλου σπουδών και 2 (6.7%) είναι απόφοιτοι Λυκείου.



Γράφημα 3 Κατανομή εκπαίδευσης δείγματος

Σχετικά με την απασχόληση των συμμετεχόντων, 7 (23.3%) εργάζονται σε οινοποιείο, 2(6.6%) εργάζονται σε ξενοδοχειακή μονάδα, ενώ αρκετοί από τους συμμετέχοντες απασχολούνται σε διαφορετικούς δήμους του Νομού Κορινθίας και σε συλλόγους επαγγελματιών (Πίνακας 4).

Πίνακας 4: Κατανομή φορέα απασχόλησης δείγματος

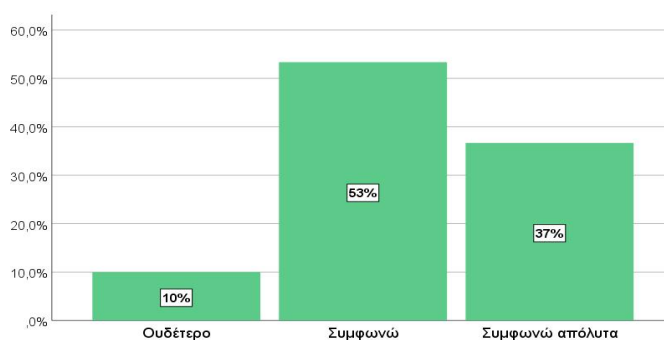
	N	%	
Ποιος είναι ο φορέας απασχόλησας;	Οινοποιητικός Σύλλογος Νεμέας	1	3,3%
	Γαστρονομία	1	3,3%
	Δήμος Επιδαύρου	1	3,3%
	Δήμος Ναυπλίου	1	3,3%
	Δήμος Κορίνθου	1	3,3%
	Διαγνωστικό κέντρο - blogger Pelo	1	3,3%
	Εκπρόσωπος ιδιοκτητών ενοικιαζόμενων δωματίων	1	3,3%
	ΕΝΟΑΠ	1	3,3%
	Λαυκιώτης Οινοποιείο ΑΕΒΕ	1	3,3%
	Ξενοδοχειακή μονάδα	2	6,6%

Οινοποιείο	7	23,3%
Ομοσπονδία τουριστικών καταλυμάτων	1	3,3%
Σύλλογος Επαγγελματιών Τολό	1	3,3%
Σύλλογος ξενοδόχων κ καταλυμάτων	1	3,3%
Σύμβουλος	1	3,3%
Τουριστικό Γραφείο	1	3,3%
Τουριστικό Γραφείο	1	3,3%
Τουριστικός Οργανισμός Πελ/νήσου	1	3,3%
Υπάλληλος σε οινοποιείο	1	3,3%
Υπηρεσία Δήμου Κορίνθου	1	3,3%
AOS NEMEAS	1	3,3%
Cuvee wine bar	1	3,3%
Kastro karina	1	3,3%
<b>Σύνολο</b>	<b>30</b>	<b>100,0%</b>

### 7.1.2 Ανάπτυξη οινοτουρισμού Νομού Κορινθίας

Στην παρούσα ενότητα αναφέρονται τα στοιχεία εκείνα που προσδιορίζουν την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στο Νομό Κορινθίας. Αναλυτικότερα:

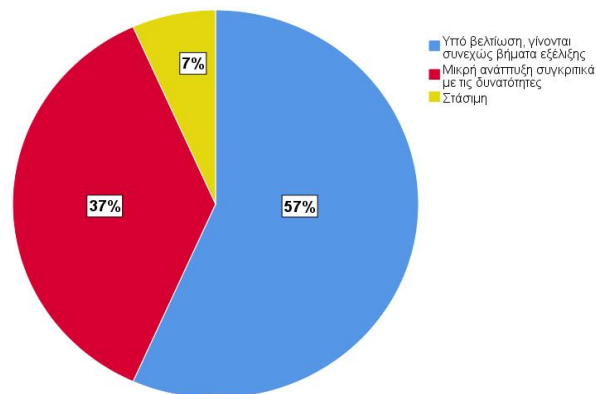
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα στην ερώτηση «1. Θεωρείται ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ένα κίνητρο για ταξίδι στην περιοχή της Κορινθίας;», 16 (53.31%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως συμφωνούν, 11 (36.7%) δήλωσαν πως συμφωνούν απόλυτα και 3 (10%) δήλωσαν πως είναι ουδέτεροι (Γράφημα 4).





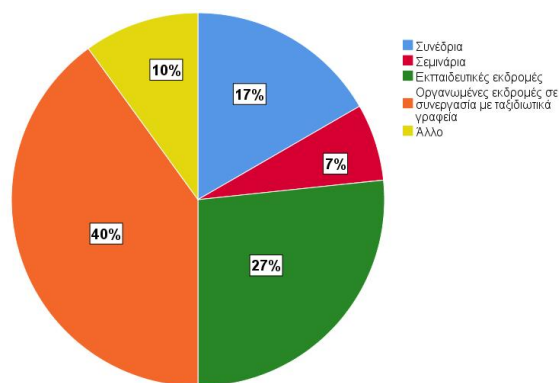
*Γράφημα 4 Θεωρείται ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ένα κίνητρο για ταξίδι στη περιοχή της Κορινθίας;*

Αναφορικά με την ερώτηση «2.Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης του οινοτουρισμού στο Νομό Κορινθίας;» 17 (56.7%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως είναι υπό βελτίωση, γίνονται συνεχώς βήματα εξέλιξης. Επιπλέον, 11 (36.7%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως υπάρχει μικρή ανάπτυξη συγκριτικά με τις δυνατότητες, ενώ 2 (6.7%) από τους συμμετέχοντες δήλωσαν πως η ανάπτυξη του οινοτουρισμού κρίνεται στάσιμη (Γράφημα 5).



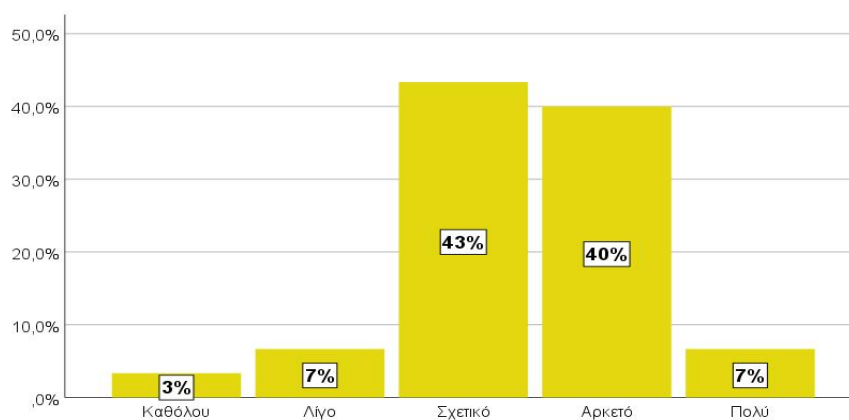
*Γράφημα 5 Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης του οινοτουρισμού στο Νομό Κορινθίας;*

Σύμφωνα με την ερώτηση «3.Τι δράσεις πραγματοποιούνται ετησίως σχετικά με τον οινοτουρισμό ;», 12 (40%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν τις οργανωμένες εκδρομές σε συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία, 8 (26.7%) απάντησαν τις εκπαιδευτικές εκδρομές και 7 (23.4%) απάντησαν σεμινάρια/ συνέδρια (Γράφημα 6).



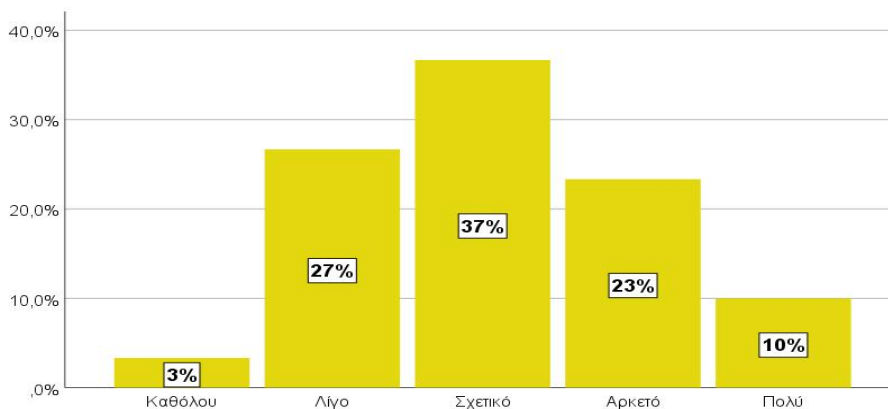
*Γράφημα 6 Τι δράσεις πραγματοποιούνται ετησίως σχετικά με τον οινοτουρισμό;*

Σχετικά με την ερώτηση «4.Υπάρχει ενδιαφέρον αύξησης όλων των δράσεων μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων;», 13 (43.3%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν σχετικό, 12 (40%) δήλωσαν αρκετό, 2 (6.7%) απάντησαν λίγο ή πολύ, ενώ 1 (3.3%) μόνο απάντησε καθόλου (Γράφημα 7).



*Γράφημα 7 Υπάρχει ενδιαφέρον αύξησης όλων των δράσεων μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων;*

Από τον πίνακα που ακολουθεί, στην ερώτηση «5.Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας;», 11 (36.7%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν σχετικό, 8 (26.7%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν λίγο, 7 (23.3%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν αρκετό, 3 (10%) απάντησαν πολύ και 1 (3.3%) μόνο απάντησε καθόλου (Γράφημα 8).



*Γράφημα 8 Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας;*

Από τον έλεγχο αξιοπιστίας που πραγματοποιήθηκε αποδεικνύεται πως υπάρχει εσωτερική συνάφεια στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου με τιμή του δείκτη Cronbach = 0.725 > 0.7.

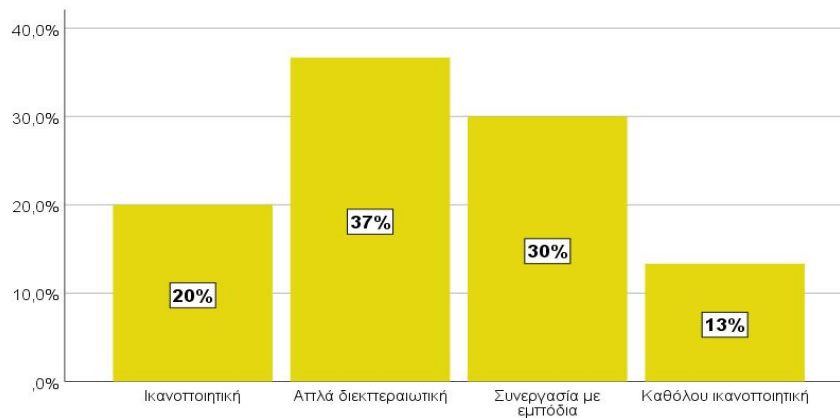
**Πίνακας 5: Cronbach 's Alpha για αξιοπιστία προτάσεων**

Cronbach 's Alpha	Number of Items
0.725	25

### 7.1.3 Εμπόδια – Αδυναμίες ανάπτυξης οινοτουρισμού

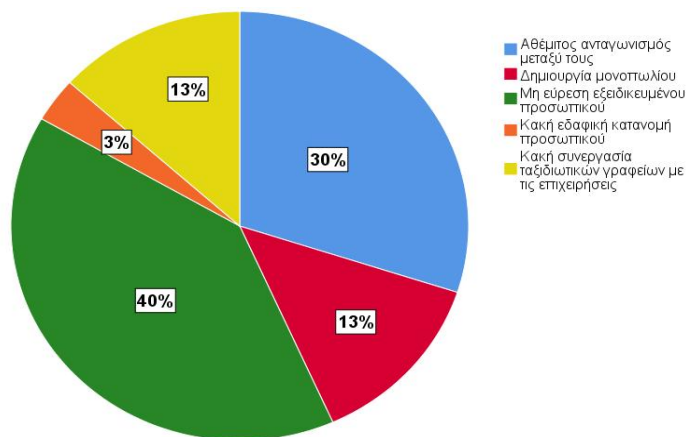
Στην ενότητα αυτή προσδιορίζονται τα εμπόδια και οι αδυναμίες ανάπτυξης του οινοτουρισμού μέσα από τις απόψεις των ερωτώμενων. Πιο συγκεκριμένα:

Αναφορικά με την ερώτηση «6.Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;» 11 (36.7%) απάντησαν πως είναι απλά διεκπεραιωτική, 9 (30%) απάντησαν πως είναι μια συνεργασία με εμπόδια, 6 (20%) δήλωσαν πως είναι ικανοποιητική και 4 (13.3%) χαρακτήρισαν τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων ως καθόλου ικανοποιητική (Γράφημα 9).



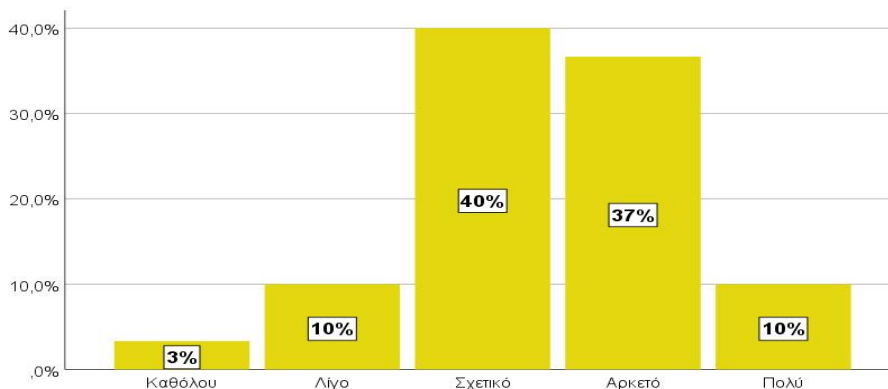
*Γράφημα 9 Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;*

Σχετικά με την ερώτηση «7. Ποια κατά τη γνώμη σας θεωρείτε πιο επικίνδυνα εμπόδια ως προς την ανάπτυξη του κλάδου;» 12 (40%) απάντησαν πως είναι η μη εύρεση εξειδικευμένου προσωπικού, 9 (30%) δήλωσαν πως είναι ο αθέμιτος ανταγωνισμός μεταξύ τους και 4 (13.3%) απάντησαν τη δημιουργία μονοπωλίου και την κακή συνεργασία ταξιδιωτικών γραφείων με τις επιχειρήσεις (Γράφημα 10).



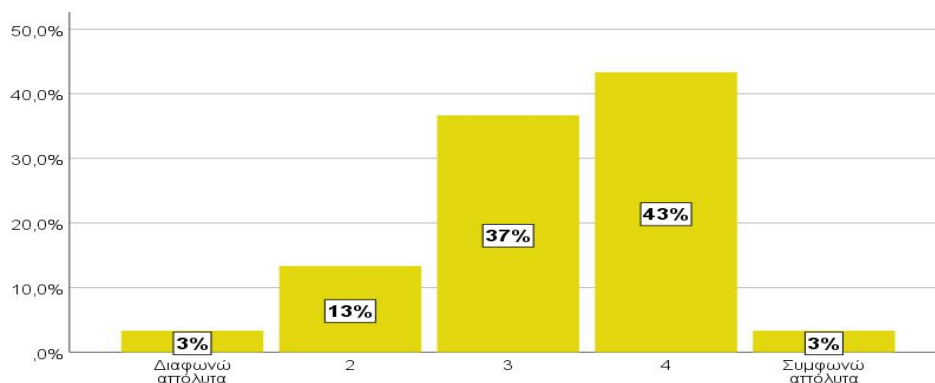
Γράφημα 10 Ποια κατά τη γνώμη σας θεωρείτε πιο επικίνδυνα εμπόδια ως προς την ανάπτυξη του κλάδου ;

Αναφορικά με την ερώτηση «8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;» 12 (40%) απάντησαν σχετικό, 11 (36.7%) απάντησαν αρκετό, 3 (10%) δήλωσαν λίγο ή πολύ και 1 (3.3%) απάντησε καθόλου (Γράφημα 11).



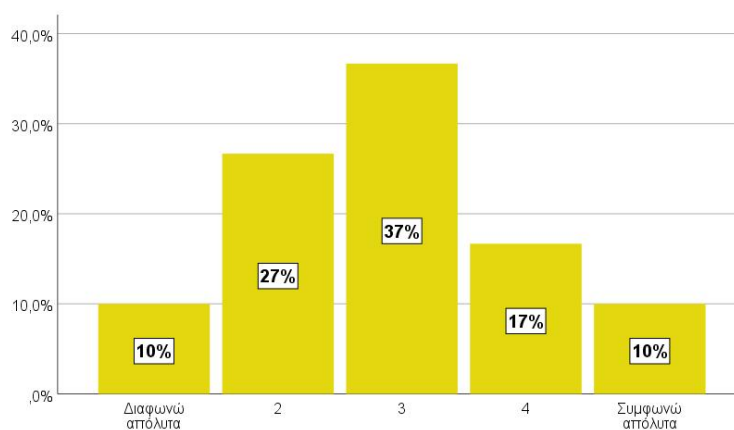
Γράφημα 11 Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;

Σχετικά με την ερώτηση «9.Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;» 13 (43.3%) απάντησαν συμφωνώ, και 1 (3.3%) απάντησε διαφωνώ απόλυτα ή συμφωνώ απόλυτα, ενώ 11 (36.7%) από τους συμμετέχοντες έδωσαν ουδέτερη απάντηση (Γράφημα 12).



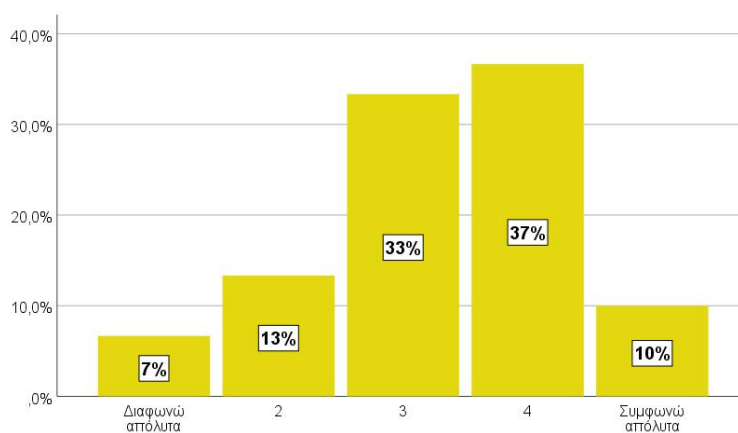
*Γράφημα 12 Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;*

Σχετικά με την ερώτηση «10.Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;» 11 (36.7%) από τους συμμετέχοντες έδωσαν ουδέτερη απάντηση, ενώ 3 (10%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν διαφωνώ απόλυτα ή συμφωνώ απόλυτα (Γράφημα 13).



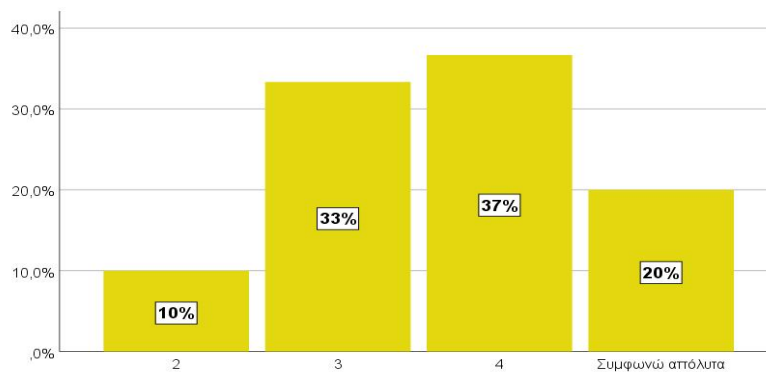
*Γράφημα 13 Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;*

Στην ερώτηση «11.Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;» 11 (36.7%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν συμφωνώ, 10 (33.3%) έδωσαν ουδέτερη απάντηση, 4 (13.3%) διαφωνούν με την πρόταση αυτή, ενώ 3 (10%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν συμφωνώ απόλυτα και 2(6.7%) διαφωνώ απόλυτα (Γράφημα 14).



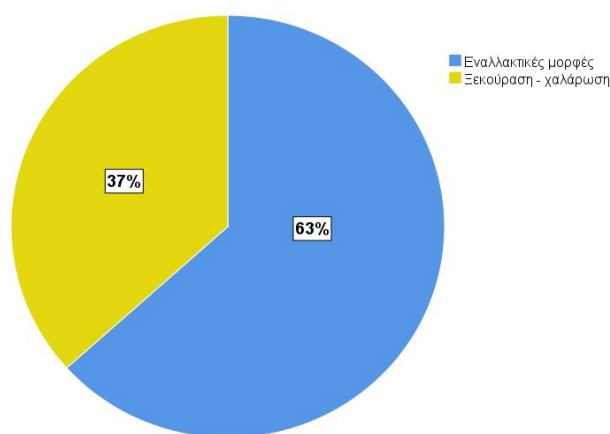
*Γράφημα 14 Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;*

Στην ερώτηση «12.Έχετε παρατηρήσει εποχικότητα στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού;» 11 (36.7%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν συμφωνώ, 10 (33.3%) έδωσαν ουδέτερη απάντηση, 6 (20%) συμφωνούν απόλυτα και 3 (10%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως διαφωνούν (Γράφημα 15).



*Γράφημα 15 Έχετε παρατηρήσει εποχικότητα στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού;*

Στην ερώτηση «13.Πιστεύετε πως οι τουρίστες επιλέγουν τις διακοπές τους στην περιοχή αυτή για τις εναλλακτικές μορφές ή μόνο για ξεκούραση;» 19 (63.3%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως οι τουρίστες επιλέγουν τη συγκεκριμένη περιοχή για τις διακοπές τους εξαιτίας των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που προσφέρει, ενώ 11 (36.7%) εκ των ερωτηθέντων απάντησαν πως η περιοχή επιλέγεται από τους τουρίστες για ξεκούραση και χαλάρωση (Γράφημα 16).



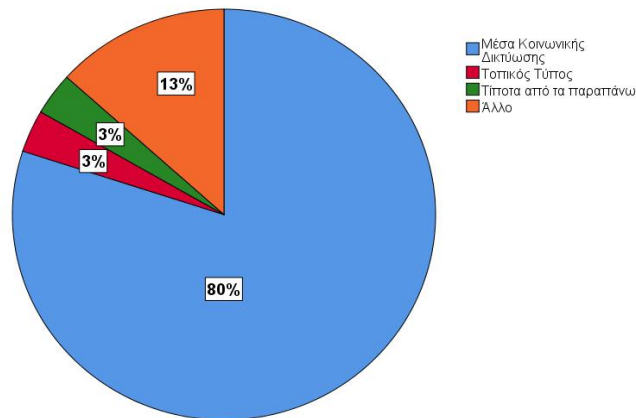
*Γράφημα 16 Πιστεύετε πως οι τουρίστες επιλέγουν τις διακοπές τους στην περιοχή αυτή για τις εναλλακτικές μορφές ή μόνο για ξεκούραση;*



#### 7.1.4 Δράσεις – Ενέργειες Ανάπτυξης Οινοτουρισμού

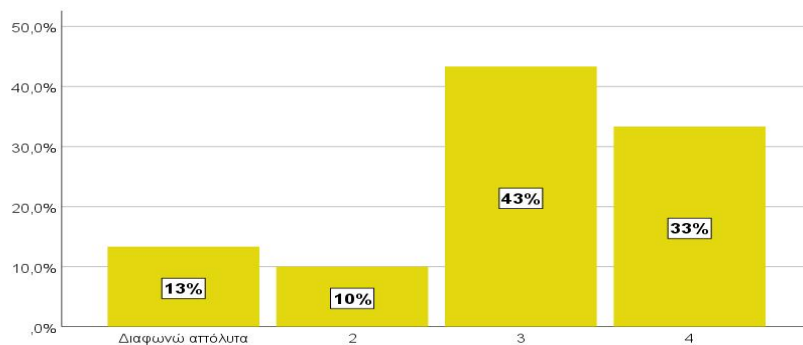
Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι δράσεις και ενέργειες ανάπτυξης του οινοτουρισμού σύμφωνα με τις απόψεις των ερωτώμενων. Πιο αναλυτικά:

Στην ερώτηση «14.Με ποιον από τους ακόλουθους τρόπους διαφημίζεται η επιχείρηση / φορέα σας ;» 24 (80%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως η διαφήμιση πραγματοποιείται με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και 1 (3.3%) από τους συμμετέχοντες απάντησε πως γίνεται μέσω του τοπικού τύπου, ενώ 5 (16.7%) εκ των ερωτηθέντων απάντησαν πως για τη διαφήμιση χρησιμοποιείται διαφορετική πηγή (Γράφημα 17).



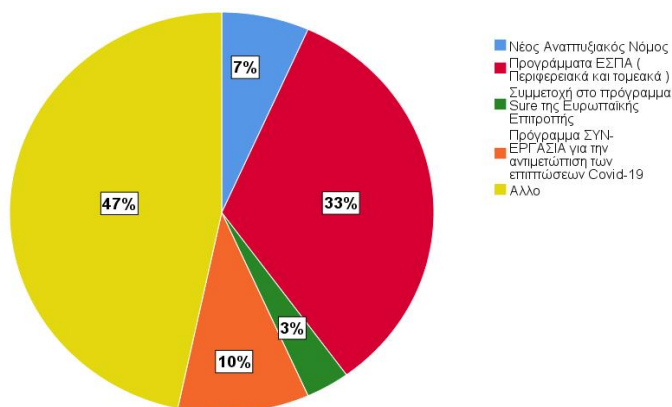
*Γράφημα 17 Με ποιον από τους ακόλουθους τρόπους διαφημίζεται η επιχείρηση / φορέα σας ;*

Στην ερώτηση «15.Υπάρχουν πολιτιστικές δραστηριότητες που προωθούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή σας;» 10(33.3%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως συμφωνούν, 13 (43.3%) έδωσαν ουδέτερη απάντηση, 4 (13.4%) δήλωσαν πως διαφωνούν απόλυτα και 3 (10%) απάντησαν πως διαφωνούν (Γράφημα 18).



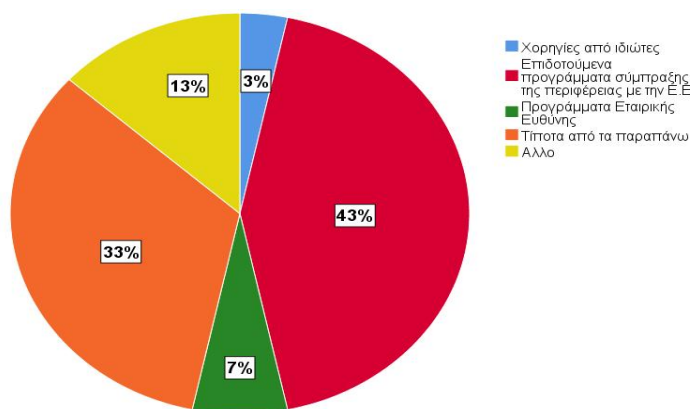
Γράφημα 18 Υπάρχουν πολιτιστικές δραστηριότητες που προωθούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή σας;

Στην ερώτηση «16.Η επιχείρησή σας έχει συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα;» 10 (33.3%) απάντησαν πως η επιχείρησή τους έχει συμμετάσχει σε Προγράμματα ΕΣΠΑ (Περιφερειακά και τομεακά), 3 (10%) δήλωσαν πως η επιχείρησή τους συμμετείχε σε Πρόγραμμα ΣΥΝ- ΕΡΓΑΣΙΑ για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων Covid-19, 2(6.7%) εκ των ερωτηθέντων απάντησαν πως συμμετείχαν στο πρόγραμμα του Νέου Αναπτυξιακού Νόμου και 1 (3.3%) μόνο απάντησε «Συμμετοχή στο πρόγραμμα Sure της Ευρωπαϊκής Επιτροπής» (Γράφημα 19).



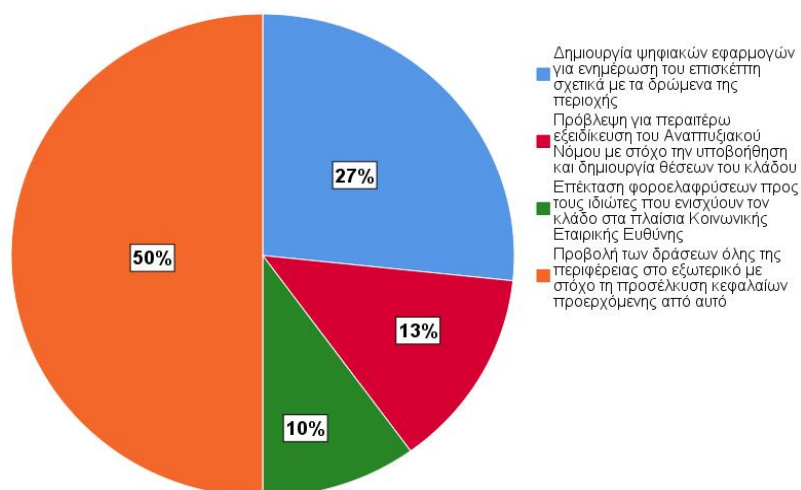
Γράφημα 19 Η επιχείρησή σας έχει συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα;

Στην ερώτηση «17.Τι είδους ενίσχυση λαμβάνει η επιχείρησή σας;» 13 (43.3%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως η επιχείρησή τους έχει λάβει Επιδοτούμενα προγράμματα σύμπραξης της περιφέρειας με την Ε.Ε, 2 (6.7%) δήλωσαν πως η επιχείρησή τους λαμβάνει ενίσχυση στο πλαίσιο του έργου Προγράμματα Εταιρικής Ευθύνης, ενώ 1 (3.3%) δήλωσε πως η επιχείρησή του λαμβάνει χορηγίες από ιδιώτες (Γράφημα 20).



Γράφημα 20 Τι είδους ενίσχυση λαμβάνει η επιχείρησή σας;

Στην ερώτηση «18.Ποιες από τις παρακάτω δράσεις θεωρείται πιο σωστή για την αύξηση του οινοτουρισμού στην περιοχή;» 15 (50%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν την προβολή των δράσεων όλης της περιφέρειας στο εξωτερικό με στόχο την προσέλκυση κεφαλαίων προερχόμενης από αυτό, 8 (26.7%) από τους ερωτηθέντες απάντησαν τη Δημιουργία ψηφιακών εφαρμογών για ενημέρωση του επισκέπτη σχετικά με τα δρώμενα της περιοχής, 4(13.3%) δήλωσαν την πρόβλεψη για περαιτέρω εξειδίκευση του Αναπτυξιακού Νόμου με στόχο την υποβοήθηση και δημιουργία θέσεων του κλάδου, ενώ 3 (10%) απάντησαν την Επέκταση φοροελαφρύσεων προς τους ιδιώτες που ενισχύουν τον κλάδο στα πλαίσια Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης (Γράφημα 21).



Γράφημα 21 Ποιες από τις παρακάτω δράσεις θεωρείται πιο σωστή για την αύξηση του οινοτουρισμού στη περιοχή;

### 7.1.5 Πρόγραμμα MORIAS '21

Στην ενότητα αυτή αναφέρονται οι απόψεις των συμμετεχόντων σχετικά με το πρόγραμμα Morias '21. Πιο αναλυτικά:

Στην ερώτηση «19.Η δράση του προγράμματος Morias '21 έχει βοηθήσει ντόπιους και τουρίστες να γνωρίσουν καλύτερα την ιστορία μας και τον πολιτισμό μας;» 12 (40%) από τους συμμετέχοντες έδωσαν ουδέτερη απάντηση, 3 (10%) δήλωσαν πως συμφωνούν απόλυτα και 2 (6.7%) πως διαφωνούν απόλυτα (Πίνακας 6).

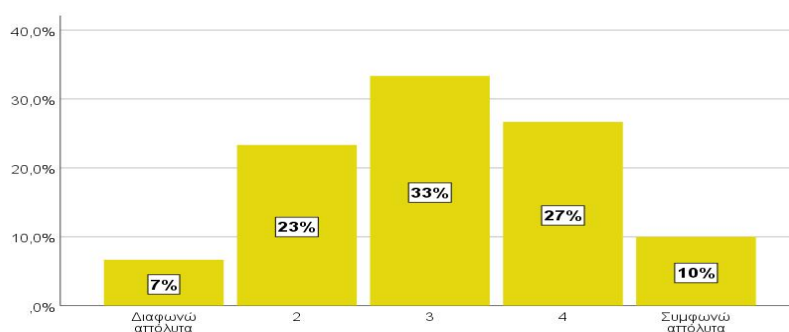
Πίνακας 6: Κατανομή της ενίσχυσης από τη δράση του προγράμματος Morias'21

		N	%
19.Η δράση του προγράμματος Morias '21 έχει βοηθήσει ντόπιους και τουρίστες να γνωρίσουν καλύτερα την ιστορία μας και τον πολιτισμό μας;	Διαφωνώ απόλυτα	2	6,7%
	2	5	16,7%
	3	12	40,0%
	4	8	26,7%
	Συμφωνώ απόλυτα	3	10,0%
Σύνολο		30	100,0%

Στην ερώτηση «20.Έχει γίνει καλή προώθηση του προγράμματος ώστε να γίνει “γνωστή” και να προσελκύσει περισσότερο κόσμο στις εκδρομές της;» 10 (33.3%) από τους συμμετέχοντες έδωσαν ουδέτερη απάντηση, 3 (10%) δήλωσαν πως συμφωνούν απόλυτα και 2 (6.7%) πως διαφωνούν απόλυτα (Πίνακας 7).

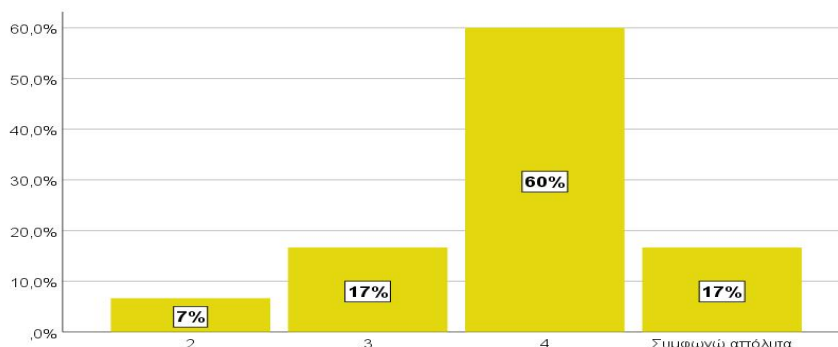
**Πίνακας 7: Κατανομή της προώθησης του προγράμματος Morias '21**

		N	%
20.Έχει γίνει καλή προώθηση του προγράμματος ώστε να γίνει “γνωστή” και να προσελκύσει περισσότερο κόσμο στις εκδρομές της;	Διαφωνώ απόλυτα	2	6,7%
	2	7	23,3%
	3	10	33,3%
	4	8	26,7%
	Συμφωνώ απόλυτα	3	10,0%
	Σύνολο	30	100,0%



*Γράφημα 22 Έχει γίνει καλή προώθηση του προγράμματος ώστε να γίνει “γνωστή” και να προσελκύσει περισσότερο κόσμο στις εκδρομές της;*

Στην ερώτηση «21.Τέτοιες δράσεις θεωρείτε πως βοηθάνε στην προσέλκυση τουριστών στη χώρα μας;» 18 (60%) από τους συμμετέχοντες απάντησαν πως συμφωνούν, 5 (16.7%) δήλωσαν πως συμφωνούν απόλυτα και 2 (6.7%) πως διαφωνούν (Γράφημα 23).



*Γράφημα 23 Τέτοιες δράσεις θεωρείτε πως βοηθάνε στην προσέλκυση τουριστών στη χώρα μας;*

## **7.2. Επαγωγική ανάλυση δεδομένων**

Από τον πίνακα 8 που ακολουθεί φαίνεται πως υπάρχει στατιστικώς σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στις πολιτιστικές δραστηριότητες που προωθούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή και τα εμπόδια και αδυναμίες που εμποδίζουν την ανάπτυξή του στην περιοχή του Νομού Κορινθίας ( $p < 0.05$ ). Πιο συγκεκριμένα, όσο περισσότερο ποιοτική είναι η συνεργασία ανάμεσα σε ξενοδοχεία/ ενοικιαζόμενα δωμάτια και οινοποιείων, τόσο περισσότερες δράσεις προώθησης του οινοτουρισμού διοργανώνονται στην περιοχή ( $p = 0.003 < 0.05$ ). Επιπλέον, όσο περισσότερα σημάδια ανάκαμψης παρατηρούνται μετά την πανδημία, τόσο περισσότερες δράσεις ανάπτυξης του οινοτουρισμού πραγματοποιούνται ( $p < 0.05$ ). Ακόμη, η διεξαγωγή πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην περιοχή έχει σαν συνέπεια την ενίσχυση της προβολής και της φήμης του Νομού για το κρασί του ( $p < 0.05$ ) και παράλληλα την αύξηση των τουριστών που προσέρχονται στα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν περισσότερα για τα κρασιά ( $p = 0.001 < 0.05$ ).

**Πίνακας 8: Αποτελέσματα συσχέτισης ανάμεσα στα εμπόδια και τις αδυναμίες ανάπτυξης του οινοτουρισμού με τις δράσεις και ενέργειες που πραγματοποιούνται**

		15.Υπάρχουν πολιτιστικές δραστηριότητες που προωθούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή σας;
6.Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;	Pearson	-,524**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,003
	N	30
9.Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;	Pearson	,602**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
10.Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;	Pearson	,610**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
11.Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;	Pearson	,566**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,001
	N	30

Σύμφωνα με τον πίνακα 9, υπάρχει στατιστικώς σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στις πολιτιστικές δραστηριότητες προώθησης του οινοτουρισμού στην περιοχή της Κορινθίας και στην προώθηση του προγράμματος Morias '21 ώστε η περιοχή να γίνει «γνωστή» και να προσελκύσει περισσότερο κόσμο ( $p=0.023<0.05$ ). Αυτό υποδεικνύει και την αξία και συμβολή του προγράμματος Morias '21 για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στο Νομό Κορινθίας.

**Πίνακας 9: Αποτελέσματα συσχέτισης ανάμεσα στα εμπόδια και τις αδυναμίες ανάπτυξης του οινοτουρισμού με το πρόγραμμα Morias '21**

		15.Υπάρχουν πολιτιστικές δραστηριότητες που προωθούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή σας;
20.Έχει γίνει καλή προώθηση του προγράμματος ώστε να γίνει “γνωστή” και να προσελκύσει περισσότερο κόσμο στις εκδρομές της;	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,413* 0,023 30

Από τον πίνακα 10 φαίνεται πως υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στη μεταβλητή «4. Υπάρχει ενδιαφέρον αύξησης όλων των δράσεων μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων;» και τις μεταβλητές «5.Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας;» ( $p=0.036<0.05$ ), «8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;» ( $p=0.029<0.05$ ), «9.Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας;» ( $p=0.008<0.05$ ) και «11.Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;» ( $p=0.030<0.05$ ). Αυτό σημαίνει πως όσο περισσότερο ενισχύεται το ενδιαφέρον των εμπλεκόμενων



φορέων και των δράσεων στις οποίες προχωρούν, τόσο περισσότερο ενισχύονται οι θέσεις εργασίας, αυξάνει το ενδιαφέρον των τουριστών για τον οινοτουρισμό, η ανάκαμψη μετά την πανδημία επισπεύδεται και αυξάνει τελικά και η προσέλευση των τουριστών στα οινοποιεία της περιοχής.

**Πίνακας 10: Αποτελέσματα συσχέτισης της αύξησης του οινοτουρισμού και της δράσης των εμπλεκόμενων φορέων**

		4. Υπάρχει ενδιαφέρον αύξησης όλων των δράσεων μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων;
5. Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας;	Pearson Correlation	,384*
	Sig. (2-tailed)	0,036
	N	30
8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;	Pearson Correlation	,398*
	Sig. (2-tailed)	0,029
	N	30
9. Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;	Pearson Correlation	,478**
	Sig. (2-tailed)	0,008
	N	30
11. Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;	Pearson Correlation	,397*
	Sig. (2-tailed)	0,030
	N	30

Αναφορικά με τον πίνακα 11 φαίνεται πως υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στη μεταβλητή «5. Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας;» και τις μεταβλητές «6. Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;» ( $p=0.021 < 0.05$ ) και «10. Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί

της;» ( $p=0.001<0.05$ ). Όσο περισσότερο ενισχύεται η ποιότητα συνεργασίας ξενοδοχείων /ενοικιαζόμενων και οινοποιείων και γίνεται μεγαλύτερη προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της, τόσο περισσότερο αυξάνει και ο αριθμός των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται στην τοπική αγορά.

**Πίνακας 11: Αποτελέσματα συσχέτισης της ενίσχυσης των θέσεων εργασίας στον οινoturισμό**

		5.Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινoturισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας;
6.Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινoturισμού;	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,421* 0,021 30
10.Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,575** 0,001 30

Σχετικά με τον πίνακα 12 φαίνεται πως υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στη μεταβλητή «6.Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινoturισμού;» και τις μεταβλητές «8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινoturισμό;» ( $p=0.008<0.05$ ) και «10.Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;» ( $p<0.05$ ). Αυτό σημαίνει πως όσο πιο υψηλή είναι η ποιότητα της συνεργασίας ανάμεσα σε ξενοδοχεία και οινοποιεία τόσο περισσότερο ενισχύεται το ενδιαφέρον των τουριστών για τον οινoturισμό και η σωστή προβολή της περιοχής.

**Πίνακας 12: Αποτελέσματα συσχέτισης της ποιοτικής συνεργασίας ξενοδοχείων και οινοποιείων και η σωστή προβολή της περιοχής**

		6.Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;
8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;	Pearson Correlation	-,476**
	Sig. (2-tailed)	0,008
	N	30
10.Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;	Pearson Correlation	-,664**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30

Σύμφωνα με τον πίνακα 13 φαίνεται πως υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στη μεταβλητή «8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;» και τις μεταβλητές «9. Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας;» ( $p < 0.05$ ), «10. Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;» ( $p = 0.045 < 0.05$ ), και «11. Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;» ( $p = 0.029 < 0.05$ ). Όσο μεγαλύτερο το ενδιαφέρον των τουριστών για τον οινοτουρισμό πριν την πανδημία, τόσο μεγαλύτερη είναι η ανάκαμψη που παρατηρείται στον οινοτουρισμό μετά την πανδημία, ενώ η προβολή της περιοχής είναι πιο σωστή και αυξάνει η προσέλευση των τουριστών στα οινοποιεία της περιοχής.

**Πίνακας 13: Αποτελέσματα συσχέτισης της ενίσχυσης των θέσεων εργασίας στον οινοτουρισμό**

		8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;
9. Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;	Pearson Correlation	,607**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30
10. Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;	Pearson Correlation	,368*
	Sig. (2-tailed)	0,045
	N	30
11. Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;	Pearson Correlation	,400*
	Sig. (2-tailed)	0,029
	N	30

Από τον πίνακα 14 φαίνεται πως υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στη μεταβλητή «9. Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;» και τις μεταβλητές «10. Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;» ( $p=0.038 < 0.05$ ) και «11. Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;» ( $p < 0.05$ ). Αυτό σημαίνει πως όσο περισσότερο γίνεται σωστή προβολή και προώθηση του οινοτουρισμού της περιοχής, τόσο περισσότερο παρατηρούνται σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού μετά την πανδημία.

**Πίνακας 14: Αποτελέσματα συσχέτισης της ανάκαμψης του οινοτουρισμού μετά την πανδημία**

		9. Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;
10. Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;	Pearson Correlation	,381*
	Sig. (2-tailed)	0,038
	N	30
11. Έχετε παρατηρήσει αύξηση στην προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;	Pearson Correlation	,682**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	30

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

#### **8.1 Συμπεράσματα θεωρητικού μέρους**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του εναλλακτικού τουρισμού όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά σε όλο το κόσμο. Ο τουρίστας θέλει να ζήσει μια διαφορετική εμπειρία από το τρίπτυχο θάλασσα, ήλιος και σεξ του μαζικού τουρισμού γι' αυτό καταφεύγει σε προορισμούς με μικρότερη ζήτηση αλλά διαφορετικές δραστηριότητες.

Στη διατριβή αυτή εστιάζονται οι εναλλακτικές μορφές, οινοτουρισμός και πολιτιστικός τουρισμός. Η πρώτη μορφή δεν περιλαμβάνει μόνο τους αμπελώνες και τη ξενάγηση αλλά και τα τοπικά εδέσματα, τη φύση, το πλούτο της κάθε αμπελουργικής περιοχής, την αρχιτεκτονική του οινοποιείου και την πολιτιστική κληρονομιά (<https://www.kathimerini.gr/k/travel/879544/oinotoyrismos/>, 2023).

Στις Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία καθώς και άλλες έχουν αναπτύξει τον οινοτουρισμό και πολλοί τουρίστες από όλο τον κόσμο επισκέπτονται τις αμπελουργικές περιοχές τους για παράδειγμα την Τοσκάνη για να δοκιμάσουν τις ποικιλίες των κρασιών. Μάλιστα, έχουν δημιουργηθεί wine hotels, δηλαδή ξενοδοχεία οίνων που δίπλα στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις έχουν τους αμπελώνες και με αυτόν τον τρόπο ο επισκέπτης μπορεί να συνδυάσει τη διαμονή του με τη γευστιγνωσία. Στο εξωτερικό, είναι πιο διαδεδομένος ο οινοτουρισμός από πολλά χρόνια πριν. Υπάρχουν αρκετές οινικές διαδρομές με διαφορετικές ποικιλίες κρασιού που σε συνδυασμό με τη φύση δημιουργούν στον τουρίστα την επιθυμία να επισκεφθεί την περιοχή ώστε να γνωρίσει και να γευτεί τις ποικιλίες.

Πέρα όμως από το εξωτερικό υπάρχουν και στην Ελλάδα κορυφαίοι και αξιόλογοι αμπελώνες που μπορεί κανείς να επισκεφθεί. Υπάρχουν αρκετά μέρη της Ελλάδας που παράγουν το καθένα διαφορετική ποικιλία κρασιού. Για παράδειγμα, στη Σαντορίνη καλλιεργείται το Ασύρτικο, στη Νεμέα το Αγιωργήτικο και στη Βόρεια Ελλάδα το Ξινόμαυρο. Δεν παράγουν όμως μόνο αυτό αλλά προσθέτουν και άλλες ποικιλίες είτε

εγγώριες είτε ξένες ώστε ένας τουρίστας να μπορεί να δοκιμάσει και κάποια διαφορετική. Η Σαντορίνη και η Βόρεια Ελλάδα καταλαμβάνουν μια μεγάλη μερίδα τουριστών που επισκέπτονται τις περιοχές για τη γευσιγνωσία αλλά και τις διαδρομές κρασιού.

Μια ακόμα περιοχή είναι ο Κορινθιακός αμπελώνας που έχει έδρα του τη Νεμέα, μια πόλη με αρχαία ιστορία. Έρευνες έχουν δείξει πως καταλαμβάνει το 1/3 των αμπελώνων της Ελλάδας. Η Νεμέα διαθέτει αρκετά οινοποιεία και συνδυάζει πέρα από τον οινοτουρισμό και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως τον αθλητικό τουρισμό, το θρησκευτικό τουρισμό, τον ορειβατικό τουρισμό κ.ά. Επιπλέον, μέσα από διάφορες δράσεις και εκδηλώσεις γίνεται μια προσπάθεια αύξησης του οινοτουρισμού. Ένας σημαντικός παράγοντας είναι πως η τοπική κοινωνία κρατάει μια επιφυλακτική στάση απέναντι σε νέα προγράμματα καθώς και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ένα από αυτά τα προγράμματα είναι ο Μορίας'21 ο οποίος δημιουργήθηκε στην επέτειο των 200 χρόνων της Επανάστασης και σκοπό έχει να έρθει ο Έλληνας σε επαφή με την ιστορία και παράλληλα να συνδυάσει τη γνώση, τη τέχνη και τη γαστρονομία. Τέτοιες δράσεις και εκδηλώσεις είναι καλό να γίνονται ώστε να προσελκύουν τους τουρίστες να έρχονται σε περιοχές με εναλλακτικές δραστηριότητες.

## 8.2 Συμπεράσματα εμπειρικού μέρους

Η διπλωματική έρευνα που είχε σαν στόχο να απαντήσει τι θα συμβεί στον οινοτουρισμό στο Νομό Κορινθίας σχετικά με την ανάπτυξή του έδειξε πως σε μια γενικότερη ανάλυση υπάρχει ενδιαφέρον αλλά βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο. Οι ερωτηθέντες ήταν το μισό δείγμα άνδρες και το άλλο μισό γυναίκες, μέσης ηλικίας από 30 έως και 49 ετών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Από τους 30 που απάντησαν οι 7 εργάζονται σε οινοποιείο και οι υπόλοιποι είναι από διάφορους άλλους φορείς. Η ποσοτική έρευνα απάντησε στους τέσσερις βασικούς άξονες δηλαδή στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού του υπό εξέταση νομού, στα εμπόδια που συναντά αλλά και στις δράσεις και τα προγράμματα που χρησιμοποιούνται.

Σύμφωνα με το αν υπάρχει τουριστική ανάπτυξη στη περιοχή λόγω των εναλλακτικών μορφών πολλοί συμφώνησαν, αλλά στο κομμάτι της ανάπτυξης του οινοτουρισμού αρκετοί δήλωσαν πως είναι υπό βελτίωση. Κάθε χρόνο γίνονται κάποιες δράσεις σχετικά με τον οινοτουρισμό. Οι 12 από τους συμμετέχοντες δήλωσαν πως οργανώνονται εκδρομές σε συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία και οι υπόλοιποι πως οργανώνουν εκπαιδευτικές εκδρομές και συνέδρια. Ακόμα, αρκετοί ερωτηθέντες έδειξαν ενδιαφέρον για περισσότερες δράσεις στον κλάδο όμως η τοπική κοινωνία δείχνει να έχει ουδέτερο ενδιαφέρον όπως συνάντησαν 11 συμμετέχοντες.

Στον άξονα των εμποδίων και αδυναμιών της ανάπτυξης του οινοτουρισμού παρατηρήθηκε πως δεν υπάρχει καλή συνεργασία μεταξύ ξενοδοχείων και οινοποιείων βάση των απαντήσεων που δόθηκαν. Υπάρχουν διάφορα επικίνδυνα εμπόδια όπως είναι η μη εύρεση εξειδικευμένου προσωπικού όπως απάντησαν 12 ερωτηθέντες αλλά και 9 από εκείνους απάντησαν πως υπάρχει αθέμιτος ανταγωνισμός μεταξύ τους.

Στο ερώτημα για την πανδημία του COVID 19 παρατηρήθηκε πως υπήρχε από πριν ένα ενδιαφέρον και μετά το πέρας της το 43% συμφώνησε πως φάνηκε ανάκαμψη του οινοτουρισμού στη περιοχή. Ένας εξίσου σημαντικός παράγοντας είναι η σωστή προβολή του κρασιού για την προσέλκυση των τουριστών. Αρκετοί ερωτηθέντες απάντησαν πως επικρατεί μια ουδέτερη φάση όπως και ουδέτερο ενδιαφέρον για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών.



Γενικά, παρατηρήθηκε από 11 ερωτηθέντες πως υπάρχει εποχικότητα αλλά το 33% έδειξε ουδέτερη στάση. Επίσης, πολλοί επιλέγουν τον Νομό Κορινθίας για διακοπές για να επισκεφθούν μέρη που απευθύνονται στον εναλλακτικό τουρισμό. Πέρα όμως από όλα αυτά υπάρχουν διάφορες δράσεις και ενέργειες που βοηθούν στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Αρχικά, το 80% διαφημίζει την επιχείρηση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και φαίνεται πως 13 ερωτηθέντες διατηρούν ουδέτερη στάση για την προώθηση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων.

Επιπροσθέτως, υπάρχουν διάφορα προγράμματα ΕΣΠΑ που δίνονται σε επιχειρήσεις για να αυξήσουν τα έσοδα τους και να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες. Το 43% λαμβάνει επιδοτούμενα προγράμματα σύμπραξης της περιφέρειας με την ΕΕ και το 33% δεν λαμβάνει καμία ενίσχυση. Τέλος, με τη δημιουργία του προγράμματος Morias'21 παρατηρούμε μια επιφυλακτική στάση βάση των αποτελεσμάτων από τους ερωτηθέντες ενώ στην ερώτηση αν τέτοιες δράσεις βοηθάνε στην προσέλκυση τουριστών στη χώρα μας απάντησε το 60% πως συμφωνεί.

Τα ευρήματα της έρευνας οδήγησαν στο συμπέρασμα πως η αύξηση του ενδιαφέροντος από τους εμπλεκόμενους φορείς, οδηγεί στην ανάπτυξη της περιοχής με αποτέλεσμα τη δημιουργία θέσεων εργασίας, ενώ οι δράσεις που πραγματοποιούνται έχουν σαν αποτέλεσμα σημάδια πιο άμεσης ανάκαμψης και μεγαλύτερη έλευση των τουριστών στην περιοχή οι οποίοι θέλουν να μάθουν τις ποικιλίες κρασιών. Επιπλέον, το γεγονός πως η τοπική αγορά αναγνωρίζει τη συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής και η αύξηση των θέσεων εργασίας σχετίζεται με την ποιοτική και αποδοτική συνεργασία ξενοδοχείων και οινοποιείων, αλλά και με την ορθή και στοχευμένη προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας το αυξημένο ενδιαφέρον για τον οινοτουρισμό πριν την πανδημία συνέβαλε στην εμφάνιση σημείων ανάκαμψης του οινοτουρισμού της περιοχής, και μαζί με την αυξημένη προβολή της περιοχής είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση της προσέλευσης τουριστών μετά το πέρας της πανδημίας.

Σχετικά με την ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην περιοχή με στόχο την προώθηση του οινοτουρισμού, φαίνεται πως οδήγησε στην ενίσχυση της συνεργασίας

ξενοδοχειακών μονάδων και οινοποιείων, βοήθησε στη σταδιακή ανάκαμψη του οινοτουρισμού μετά την πανδημία και ενίσχυσε τη φήμη της περιοχής για την προσέλκυση μεγαλύτερου μέρους των οινοτουριστών. Τέλος, μέσα από τη μελέτη καταδεικνύεται η συμβολή του προγράμματος Μορίας '21 για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στο Νομό Κορινθίας, καθώς μέσω αυτού η περιοχή έγινε περισσότερο γνωστή προσελκύνοντας μεγαλύτερο κοινό που επιθυμούσε να δοκιμάσει τις ποικιλίες κρασιού της περιοχής.

### **8.3 Προτάσεις πολιτικής**

Μέσα από την πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήθηκε θα πρέπει να γίνουν κάποιες δράσεις ώστε να μπορέσει να γίνει αύξηση του οινοτουρισμού της περιοχής. Μια ενέργεια που προτείνεται είναι να δημιουργηθεί μια ομάδα φορέων της περιοχής που θα συνεργάζεται με τα οινοποιεία και θα ασχοληθεί με δράσεις που αφορούν τον οινοτουρισμό για την προσέλκυση περισσότερων τουριστών. Επίσης, θα πρέπει να γίνει μεγαλύτερη κοινοποίηση όλων των δράσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και να πραγματοποιούνται περισσότερες εκδηλώσεις. Τέλος, θα πρέπει να βρεθεί κατάλληλο και καταρτισμένο προσωπικό για να βοηθήσει με τις γνώσεις και τις ιδέες του σε όλη αυτή την προσπάθεια.

### **8.4 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα**

Όσον αφορά προτάσεις για μελλοντικές έρευνες θα ήταν αναγκαίο να διερευνηθεί ο κάθε άξονας ξεχωριστά και πιο στοχευμένα για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Για παράδειγμα, μια νέα ανάλυση στα εμπόδια – αδυναμίες που προκύπτουν στον οινοτουρισμό είτε στον πολιτιστικό τουρισμό θα βοηθούσε ώστε να καλυτερέψει την ποιότητα παροχής υπηρεσιών. Επιπλέον, θα ήταν πιο αξιόπιστο αν συμμετείχαν περισσότεροι φορείς από όσους συμμετείχαν αυτή τη φορά. Τέλος, θα μπορούσε να γίνει μια καλύτερη διερεύνηση με τη χρήση συνεντεύξεων ώστε να υπάρχουν περισσότερες πληροφορίες από τους οινοποιούς για την υπάρχουσα κατάσταση.

# ***BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ***

## **Ελληνόγλωσση**

Αγαθαγγελίδου Η., (2020), Διερεύνηση των χαρακτηριστικών και των προοπτικών ανάπτυξης του οινικού τουρισμού στη Σαντορίνη, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, ΠΜΣ Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας (Διπλωματική εργασία)

Αναγνωστοπούλου Ι., (2022), Παυλοπέτρι: Πόλη κάτω από τα κύματα. Στάσεις και αντιλήψεις κατοίκων και τοπικών φορέων για τη δημιουργία ενός καταδυτικού κέντρου, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, ΠΜΣ Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας (Διπλωματική εργασία)

Ανδριώτης Κ. , Αειφορία και Εναλλακτικός τουρισμός , Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

Γάκη, Ε. (2012). *Ανάλυση Δεδομένων. Δειγματοληψία*. Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Καλλανιώτη Ε., (2021), Η συμβολή του οινοτουρισμού στην αναπτυξιακή διαδικασία του Νομού Κορινθίας, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων (Διπλωματική Εργασία)

Καράμαλη Α., (2022), Ο οινοτουρισμός ως ειδική μορφή τουρισμού – Η περίπτωση των Δρόμων του Κρασιού Βορείου Ελλάδος, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (Διπλωματική Εργασία)

Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. (2001), Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

Κοκκώσης Χ. & Τσάρτας Π. & Γκρίμπα Ε. (2020), Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

Λαλούμης Δ. , (2018) Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, Αθήνα: Εκδόσεις Φαίδιμος

Μπουλασίδου Κ., (2007), Ο οινικός τουρισμός και οι προοπτικές ανάπτυξης του στην Ελλάδα, Σχολή Δημόσιας Διοίκησης, Τμήμα Τουριστικής Οικονομίας και Ανάπτυξης

Νέτσικα Μ. (2006), Τα κρασιά της Ελλάδας, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ιανός

Sheela Agarwal, Graham Busby, Rong Huang, Τουρισμός Ειδικού Ενδιαφέροντος, Αθήνα: Π.Χ. Πασχαλίδης

Τσάρτας Π. (2010), Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική

Τσατσαρώνη Α., (2019), Οινοτουρισμός, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων (Πτυχιακή εργασία)

### **Ξενόγλωσση**

Agapito D., Valle P. & Mendes J. (2012), Sensory marketing and tourist experiences. Spatial and Organizational Dynamics, Discussion Papers

Bickman, L. & Rog, D.J. (2009). *Handbook of Applied Social Research Methods*. London: SAGA Publications.

Bouzdine-Chameeva T., Faugere C. & Pierre Mora, (2016), Wine Tourism in Bordeaux

Brown G.& Getz D. (2005), Linking wine preferences to the choice of wine tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 43, 266-276

Bryman, A. (2007). The Research Question in Social Research: What is its Role? *Int. J. Social Research Methodology*, 10 (1), 5-20.

Bryman, A. (2008). *Social research methods. 3rd Edition*. New York: Oxford University Press.

Carlsen, J. (2004). A Review of Global Wine Tourism Research. *Journal of Wine Research*, 15 (1), 5-13.

Cears. (2022). *Ποιοτική έρευνα vs ποσοτική έρευνα*. Ανακτήθηκε στις 20 Φεβρουαρίου 2023 από <https://cears.edu.gr/posotiki-vs-poiotiki/>

Charters & Fountain, (2006), Conclusion: The future of wine tourism research, management and marketing

Chiodo E., Giordano L., Tubi J. & Salvatore R., (2020), Wine Routes and sustainable social organization within local tourist supply: case studies of two Italian regions

Creswell, J.W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approaches. 3<sup>rd</sup> Edition*. Thousand Oaks CA: Sage Publications.

Donatella Cinelli Colombini, (2015), Wine Tourism in Italy

Elena Cruz-Ruiz, Gorca Zamarreno-Aramendia, Elena Ruiz-Romero de la Cruz (2020), Key Elements for the design of a wine route. The case of La Axarquia in Malaga (Spain)

Habbis, D. (2010). Ethics and Social Research. *Social Research Methods*, 3 (1), 89-121

Jose Miguel Bras, Carlos Costa & Buhalis D., (2010), Network analysis and wine routes: the case of the Bairrada Wine route

Karagiannis, D. & Metaxas. T. (2020). Sustainable Wine Tourism Development: Case Studies from the Greek Region of Peloponnese. *Sustainability*, 12, 1-15. DOI:10.3390/su12125223.

Neuman, W.L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative & Quantitative Approaches*. USA: Pearson Education.

Ragin, C.C. (1994). *Constructing Social Research*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Ritchie, J. & Lewis, J. (2003). *Qualitative research practice: A guide of social science students and researchers*. Thousand Oaks CA: Sage Publications

Thomas B., Quintal V.A & Phav I (2016), Wine tourist engagement with the winescale: scale development and validation, *Journal of hospitality and tourism research*

Tomas Lopez-Guzman Sandra Maria Sanchez Ganizares and Rodriguez Garcia, (2010), Wine routes in Spain: A case study

Vincenzo Asero & Sebastiano Patti, (2009), From wine production to wine tourism experience: The case study of Italy

Walter, M. (2010). *Social Research Methods*. Sydney: Oxford University Press

Yin, R.K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. USA: Sage Publications Inc.

### **Διαδικτυακές αναφορές**

athensvoice.gr (2022), Όσα ζήσαμε στη Νεμέα και στο 3<sup>ο</sup> συνέδριο Οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε από: <https://www.athensvoice.gr/life/geusi/themata/753281/osa-zisame-sti-nemea-kai-sto-3o-synedrio-oinotoyris moy/>

Arttravel.gr (2023), Οι δρόμοι του κρασιού της Ευρώπης. Ανακτήθηκε από: [http://www.arttravel.gr/arttravel-best\\_oinotourismos/article/16337/oi-dromoi-tou-krasiou-ths-europhs](http://www.arttravel.gr/arttravel-best_oinotourismos/article/16337/oi-dromoi-tou-krasiou-ths-europhs)

Arttravel.gr (2023), Τα καλύτερα οινοποιεία της Ελλάδας. Ανακτήθηκε από: [http://www.arttravel.gr/arttravel-best\\_oinotourismos/article/15791/ta-kalutera-oinopoieia-ths-elladas](http://www.arttravel.gr/arttravel-best_oinotourismos/article/15791/ta-kalutera-oinopoieia-ths-elladas)

arttravel.gr (2023), Τα πιο εντυπωσιακά οινοποιεία στον κόσμο. Ανακτήθηκε από: [http://www.arttravel.gr/food-wine\\_oinotourismos/article/23046/auta-einai-ta-pio-entuposiaka-oinopoieia-ston-kosmo](http://www.arttravel.gr/food-wine_oinotourismos/article/23046/auta-einai-ta-pio-entuposiaka-oinopoieia-ston-kosmo)

arttravel.gr (2023), Το πιο σικ και οικολογικό οινοποιείο βρίσκεται στο Bordeaux. Ανακτήθηκε από: [http://www.arttravel.gr/food-wine\\_oinotourismos/article/22906/to-pio-sik-kai-oikologiko-oinopoieio-brisketai-sto-bordeaux](http://www.arttravel.gr/food-wine_oinotourismos/article/22906/to-pio-sik-kai-oikologiko-oinopoieio-brisketai-sto-bordeaux)

beater.gr (2022), Η Παγκόσμια Ημέρα Οινοτουρισμού στα οινοποιεία Βορείου Ελλάδος (1<sup>η</sup> Νοεμβρίου 2022). Ανακτήθηκε από: <https://beater.gr/taste/world-wine-tourism-day-2022/>

blog.botilia.gr (2023), Οδηγός Οινικού τουρισμού: Σαντορίνη. Ανακτήθηκε από: <https://blog.botilia.gr/el/odigos-oinikou-tourismou-santorini/>

Enoap.gr (2023), ΕΝΟΑΠ – Πελοποννησιακός Αμπελώνας. Ανακτήθηκε από : <https://enoap.org/%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%B5%CE%BB%CF%89%CE%BD%CE%B1%CF%82.html>

ethnos.gr (2021) «Μοριάς'21»: 21 Διαδρομές εμπνευσμένες από την Επανάσταση στην Πελοπόννησο. Ανακτήθηκε από: <https://www.ethnos.gr/greece/article/157412/morias2121diadromesempneysmenesapothneparanastashthnpeloponnhs>

greeceandgrapes.com (2023), Ελληνικός Αμπελώνας – Η ιστορία του Ελληνικού κρασιού. Ανακτήθηκε από: <https://www.greeceandgrapes.com/greek-vineyard>

INSETE. (2020). Περιφέρεια Πελοποννήσου.Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2019.

Kathimerini.gr (2022), Οινοτουρισμός: Δέκα αγαπημένοι προορισμοί στην Ελλάδα (22 Οκτωβρίου 2022). Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/k/travel/562102456/oinotoyrismos-deka-agapimenoiproorismoi-stin-ellada/>

kathimerini.gr Οινοτουρισμός (18 Οκτωβρίου 2016). Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/k/travel/879544/oinotoyrismos/>

Korinthiaguide.com (2023), Εναλλακτικός τουρισμός. Ανακτήθηκε από: <https://korinthiaguide.com/%CE%B5%CE%BD%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82/>

Krasia.gr (2018), Λίγα λόγια για τη Βουργουνδία και τις ονομασίες προέλευσης της. Ανακτήθηκε από: <https://www.krasiagr.com/liga-logia-gia-tin-bourgoundia-kai-tis-onomasies-proeleysis/>

Κτήμα Παλυβού. (2023), Ανακτήθηκε από: <https://palivos.gr/>

Κτήμα Semeli. (2023), Ανακτήθηκε από: <https://www.semeliestate.gr/?lang=el>

Κτήμα Γκόφα. (2023), Ανακτήθηκε από: <https://www.ktimagofa.gr/>

Mixanitouxronou.gr (2023), Ποια είναι τα Νέμεα που αφιέρωσε τη ζωή του ο Στέφανος Μίλερ. Ο Αμερικανός που αναστήλωσε τον Ναό του Δία και αναβίωσε τους αρχαίους αγώνες. Ανακτήθηκε από: <https://www.mixanitouxronou.gr/o-amerikanos-pou-anaviose-tous-archeous-agonis-tis-nemeas-ke-iperaspizete-tin-ellinikotita-tis-makedonias/>

morias21.com (2021), Το πρόγραμμα Μοριάς: Συνοπτική παρουσίαση του προγράμματος. Ανακτήθηκε από: <https://www.morias21.com/to-programma/>

morias21.com (2021), Ψηφιακά εκθέματα. Ανακτήθηκε από: <https://www.morias21.com/psifiaka-ekthemata/>

morias21.com (2021), Δημόσιες τοιχογραφίες. Ανακτήθηκε από: <https://www.morias21.com/prosopa/>

morias21.com (2021), Tableaux Vivants. Ανακτήθηκε από: <https://www.morias21.com/tableaux-vivants/>

morias21.com (2021), Γαστρονομία. Ανακτήθηκε από: <https://www.morias21.com/gastronomia/>

morias21.com (2021), Φύση. Ανακτήθηκε από: <https://www.morias21.com/dentra/>

Mythicalpeloponnese.gr (2023), Αρχαιολογικός χώρος Νεμέας – Τόπος μύθων και παραδόσεων. Ανακτήθηκε από: <https://mythicalpeloponnese.gr/archeologikos-choros-nemeas-topos-mython-ke-paradoseon/>

Naftemporiki.gr (14 Αυγούστου 2018), Νέο σήμα για τα επισκέψιμα οινοποιεία. Ανακτήθηκε από : <https://www.naftemporiki.gr/business/725825/neo-sima-gia-ta-episkepsima-oinopoieia/>

Nemeawineland.com (2022), Μεγάλες μέρες Νεμέας 2022. Ανακτήθηκε από: <https://nemeawineland.com/events/megalesmeresnemeas-2022/>



Νέο σήμα για τα επισκέψιμα οινοποιεία. (2018, 14 Αυγούστου). Ανακτήθηκε από <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1381525/neo-sima-gia-ta-episkepsima-oinopoieia>

Οινικές Εξερευνήσεις – Οι Δρόμοι του κρασιού – Οινοτουρισμός στην Ελλάδα (2023). Ανακτήθηκε από : <https://winesurveyor.weebly.com/>

Οινοποιείο Λαφαζάνης (2023). Ανακτήθηκε από: <https://lafazanis.gr/>

Peloponnesewineroads.com - Δρόμοι του κρασιού Κορινθίας (2023). Ανακτήθηκε από: <https://peloponnesewineroads.com/%ce%bf%ce%b9%ce%bd%ce%bf%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%ce%bf%cf%82-%ce%ba%ce%bf%cf%81%ce%b9%ce%bd%ce%b8%ce%b9%ce%b1/>

santoriniwinemuseum.com (2023), Μουσείο Οίνου. Ανακτήθηκε από: <https://santoriniwinemuseum.com/book-your-wine-experience/wine-museum>

Sansimera.gr (2023), Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε από: <https://www.sansimera.gr/worldays/328>

tiwc.gr (2023), 23<sup>ος</sup> Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου & Αποσταγμάτων Θεσσαλονίκης. Ανακτήθηκε από: <https://www.tiwc.gr/el/>

tourismpress.gr (2017), Τι είναι βιώσιμος ή αειφόρος τουρισμός. Ανακτήθηκε από: <https://tourismpress.gr/ti-einai-viosimos-i-aeiforos-toyrismos/>

winemakersofgreece.gr (2023), Αρχική. Ανακτήθηκε από: <https://winemakersofnorthgreece.gr/>

winemakersofgreece.gr (2023), Οινικές διαδρομές Βορείου Ελλάδος. Ανακτήθηκε από: <https://winemakersofnorthgreece.gr/dromoi-tou-krasiou/oinikes-diadromes/>

winemakersofgreece.gr (2023), Γνωρίζω σημαίνει απολαμβάνω. Ανακτήθηκε από: <https://winemakersofnorthgreece.gr/gnorizo-simainei-apolamvano/>

Winesofgreece.org (2023), Οινοπαραγωγικές περιοχές σε λίστα. Ανακτήθηκε από: <https://winesofgreece.org/el/%cf%80%ce%b5%cf%81%ce%b9%ce%bf%cf%87%ce%b5%cf%83-%ce%ba%ce%b1%ce%b9->

<https://winesofgreece.org/el/regions/%CF%83%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%BD%CE%B7/>

Winesofgreece.org (2023). Ανακτήθηκε από:

<https://winesofgreece.org/el/regions/%CF%83%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%BD%CE%B7/>

Winesofgreece.org (2023), Οινοτουρισμός σε Κορινθία και Αργολίδα. Ανακτήθηκε από:

<https://winesofgreece.org/el/routes/%ce%bf%ce%b9%ce%bd%ce%bf%cf%84%ce%bf%cf%85%cf%81%ce%b9%cf%83%ce%bc%cf%8c%cf%82-%cf%83%ce%b5-%ce%ba%ce%bf%cf%81%ce%b9%ce%bd%ce%b8%ce%af%ce%b1-%ce%b1%cf%81%ce%b3%ce%bf%ce%bb%ce%af%ce%b4%ce%b1/>

Winesofgreece.org (2023), «Ανοιχτές Πόρτες» στα οινοποιεία της Ελλάδας!

Ανακτήθηκε από: <https://winesofgreece.org/el/opendoors/>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

# Ερωτηματολόγιο

Αγαπητέ/αγαπητή,

Ονομάζομαι Χρηστίνα Γεωργιάδη. Είμαι μεταπτυχιακή φοιτήτρια στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής στο μεταπτυχιακό τμήμα Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό.

Στα πλαίσια της εκπόνησης της μεταπτυχιακής μου διατριβής με τίτλο : «Πολιτιστικές και οικικές διαδρομές στη περιφέρεια Πελοποννήσου. Μελέτη περίπτωσης ο νομός Κορινθίας » διεξάγω μελέτη με κύριο θέμα τον οινοτουρισμό στη περιοχή της Νεμέας. Γι' αυτό το λόγο θα ήμουν ευγνώμων αν αφιερώσετε λίγο από τον χρόνο σας για να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο μου.

Οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου χρειάζεται λιγότερο από δεκαπέντε λεπτά.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για το χρόνο σας.

Με εκτίμηση,

Χρηστίνα Γεωργιάδη

Τηλ : 6982660622

[tinageo32@gmail.com](mailto:tinageo32@gmail.com) [Εναλλαγή λογαριασμού](#)

*Δεν κοινοποιήθηκε*

*\* Υποδεικνύει απαιτούμενη ερώτηση*

### **ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΝΟΜΟΥ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ**

**1. Θεωρείται ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ένα κίνητρο για ταξίδι στη περιοχή της Κορινθίας;**

*\**

Διαφωνώ απόλυτα

Διαφωνώ  
Ουδέτερο  
Συμφωνώ  
Συμφωνώ απόλυτα

**2. Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση ανάπτυξης του οινοτουρισμού στο νομό Κορινθίας;**

\*

Υπό βελτίωση, γίνονται συνεχώς βήματα εξέλιξης  
Μικρή ανάπτυξη συγκριτικά με τις δυνατότητες  
Στάσιμη  
Σταδιακά χειροτερεύει

**3. Τι δράσεις πραγματοποιούνται ετησίως σχετικά με τον οινοτουρισμό ;( μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση )**

\*

Συνέδρια  
Σεμινάρια  
Εκπαιδευτικές εκδρομές  
Οργανωμένες εκδρομές σε συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία  
Άλλο

**4. Υπάρχει ενδιαφέρον αύξησης όλων των δράσεων μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων;**

\*

Καθόλου  
Λίγο  
Σχετικό  
Αρκετό  
Πολύ

**5. Η τοπική αγορά αναγνωρίζει την συμβολή του οινοτουρισμού στην ανάπτυξη της περιοχής ώστε να υπάρχει ροπή των θέσεων εργασίας στον οινοτουρισμό ;**

\*

Καθόλου  
Λίγο  
Σχετικό  
Αρκετό  
Πολύ

**ΕΜΠΟΔΙΑ – ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**6. Πόσο ποιοτική θα χαρακτηρίζατε τη συνεργασία μεταξύ ξενοδοχείων/ ενοικιαζόμενων δωματίων και οινοποιείων για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού;**

\*

Ικανοποιητική  
Απλά διεκπεραιωτική  
Συνεργασία με εμπόδια  
Καθόλου ικανοποιητική

**7. Ποια κατά τη γνώμη σας θεωρείτε πιο επικίνδυνα εμπόδια ως προς την ανάπτυξη του κλάδου ;**

\*

Αθέμιτος ανταγωνισμός μεταξύ τους  
Δημιουργία μονοπωλίου  
Μη εύρεση εξειδικευμένου προσωπικού  
Κακή εδαφική κατανομή προσωπικού  
Κακή συνεργασία ταξιδιωτικών γραφείων με τις επιχειρήσεις

**8. Πριν την εκδήλωση της πανδημίας υπήρχε ενδιαφέρον από τους τουρίστες για τον οινοτουρισμό;**

\*

Καθόλου

1

2

3

4

5

Πολύ

**9. Με την έλευση του κορονοϊού πραγματοποιήθηκαν δραματικές αλλαγές σε όλους τους τομείς. Ο τουρισμός σε όλες του τις εκφάνσεις λόγω του περιορισμού των μετακινήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο επηρεάστηκε ιδιαίτερα. Παρατηρήσατε μετά το πέρας των δύο χρόνων σημάδια ανάκαμψης του οινοτουρισμού στην περιοχή σας ;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2

3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

**10. Έχει γίνει σωστή προβολή ώστε οι τουρίστες να γνωρίζουν πως η περιοχή φημίζεται για το κρασί της;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2

3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

**11. Έχετε παρατηρήσει αύξηση στη προσέλευση τουριστών για τα οινοποιεία της περιοχής για να μάθουν τις ποικιλίες των κρασιών;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2

3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

**12. Έχετε παρατηρήσει εποχικότητα στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2

3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

**13. Πιστεύετε πως οι τουρίστες επιλέγουν τις διακοπές τους στη περιοχή αυτή για τις εναλλακτικές μορφές ή μόνο για ξεκούραση;**

\*

Εναλλακτικές μορφές  
Ξεκούραση - χαλάρωση

#### **ΔΡΑΣΕΙΣ – ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**14. . Με ποιον από τους ακόλουθους τρόπους διαφημίζεται η επιχείρηση / φορέα σας ; ( μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση )**

\*

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης  
Τοπικός Τύπος  
Διαφημιστικά spot  
Αφίσες  
Τίποτα από τα παραπάνω  
Άλλο

**15 . Υπάρχουν πολιτιστικές δραστηριότητες που προωθούν τον οινοτουρισμό στην περιοχή σας ;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2

3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

**16. Η επιχείρηση σας έχει συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα ;**

\*

Νέος Αναπτυξιακός Νόμος  
Προγράμματα ΕΣΠΑ ( Περιφερειακά και τομεακά )  
Συμμετοχή στο πρόγραμμα Sure της Ευρωπαϊκής Επιτροπής  
Πρόγραμμα ΣΥΝ- ΕΡΓΑΣΙΑ για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων Covid-19  
Άλλο

**17. Τι είδους ενίσχυση λαμβάνει η επιχείρηση σας; ( μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση )**

\*

Χορηγίες από ιδιώτες  
Επιδοτούμενα προγράμματα σύμπραξης της περιφέρειας με την Ε.Ε  
Προγράμματα Εταιρικής Ευθύνης  
Τίποτα από τα παραπάνω  
'Άλλο

**18. Ποιες από τις παρακάτω δράσεις θεωρείται πιο σωστή για την αύξηση του οινοτουρισμού στη περιοχή; ( μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση )**

\*

Δημιουργία ψηφιακών εφαρμογών για ενημέρωση του επισκέπτη σχετικά με τα δρώμενα της περιοχής  
Πρόβλεψη για περαιτέρω εξειδίκευση του Αναπτυξιακού Νόμου με στόχο την υποβοήθηση και δημιουργία θέσεων του κλάδου  
Επέκταση φοροελαφρύσεων προς τους ιδιώτες που ενισχύουν τον κλάδο στα πλαίσια Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης  
Προβολή των δράσεων όλης της περιφέρειας στο εξωτερικό με στόχο τη προσέλκυση κεφαλαίων προερχόμενης από αυτό

#### **MOREAS '21**

**19. Πιστεύετε ότι η δράση του προγράμματος Moreas '21 έχει βοηθήσει ντόπιους και τουρίστες να γνωρίσουν καλύτερα την ιστορία μας και τον πολιτισμό μας μέσω των δραστηριοτήτων της;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2

3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

**20. Θεωρείτε ότι έχει γίνει καλή προώθηση του προγράμματος ώστε να γίνει "γνωστή" και με αυτό το τρόπο να προσελκύσει περισσότερο κόσμο στις εκδρομές της;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2



3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

**21. Τέτοιες δράσεις θεωρείτε πως βοηθάνε στην προσέλκυση τουριστών στη χώρα μας;**

\*

Διαφωνώ απόλυτα

1

2

3

4

5

Συμφωνώ απόλυτα

### **ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ**

**22. Φύλο\***

Γυναίκα

Άνδρας

**23. Ηλικία\***

18-29

30-39

40-49

50-59

60+

**24. Εκπαίδευση\***

Λύκειο

ΙΕΚ

Προπτυχιακές σπουδές

Μεταπτυχιακές σπουδές

Διδακτορικές σπουδές

**25. Ποιος είναι ο φορέας απασχόλησης σας;**

\*

Η απάντησή σας

Υποβολή

Εκκαθάριση φόρμας