



Α.Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Μορφές προβολής οινοτουρισμού στην Ανατολική
Μακεδονία. Μελέτη περίπτωσης ανάπτυξης
στρατηγικής μανάτζμεντ και μάρκετινγκ.**

Μπύρος Θεοφάνης Α.Μ. 012/12

Επιβλέπων καθηγητής: Κοκκίνης Γεώργιος

Θεσσαλονίκη, Φεβρουάριος 2019

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Δράμα αν και μικρή πόλη της ανατολικής Μακεδονίας έχει αρκετά μεγάλη ιστορία για την παραγωγή των κρασιών. Κατά κύριο λόγο αποτελείται από γεωργικές περιοχές και πολλοί είναι εκείνοι που ασχολούνται από τα παλαιά χρόνια με τις αμπελοκαλλιέργειες όπου όσο περνούν τα χρόνια αυξάνονται, με αποτέλεσμα σήμερα να έχει επτά από τα καλύτερα οινοποιεία της Μακεδονίας και της χώρας.

Η εξέλιξη αυτή του κρασιού είχε ως αποτέλεσμα να γνωστοποιήσει και να αναπτύξει τον οινοτουρισμό, όπου αποτελεί πλέον μια ειδική κατηγορία τουρισμού, όπου πολλοί είναι οι υποστηρικτές του. Ο οινοτουρισμός συνδυάζει τη γεωργία, τη βιομηχανία και την παροχή υπηρεσιών, συνδυάζει ψυχαγωγία και γνώση. Έτσι είναι πολλοί εκείνοι που επισκέπτονται έναν τέτοιο προορισμό γι' αυτό το σκοπό.

Ένας τέτοιος προορισμός είναι η Δράμα, διότι διαθέτει τα επτά οινοποιεία που αναφέρθηκαν παραπάνω. Αυτά είναι, το Κτήμα Μιχαηλίδη, το Κτήμα Γέννημα Ψυχής του Γιώργου Μανωλεσάκη, το Κτήμα του Κώστα Λαζαρίδη, το Κτήμα του Νίκου Λαζαρίδη, το Κτήμα του Χριστόφορου Παυλίδη, το Κτήμα Τέχνη Οίνου των Γιάννη Παπαδόπουλου και Γιάννη Καλαϊτζίδη και το Κτήμα Οينوγένεσις του Μπάκη Τσάλκου. Κατά την διάρκεια της εργασίας, τα οινοποιεία αυτά θα παρουσιαστούν, ώστε να γίνει γνωστή η ιστορία τους και τα προϊόντα τους.

Στη συνέχεια αναλύονται δύο πολύ σημαντικά γεγονότα που αφορούν τη βόρεια Ελλάδα, τη Μακεδονία και πιο συγκεκριμένα τη Δράμα. Οι Δρόμοι του Κρασιού της βορείου Ελλάδος, στο οποίο παίρνουν μέρος οινοποιεία απ' όλη τη βόρεια Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένης της Δράμας και μερικών οινοποιείων που αναφέρθηκαν παραπάνω και η Δραμοινογνωσία, που είναι εκδήλωση που συμμετέχουν μερικά από τα οινοποιεία της Δράμας, και παρουσιάζουν τα προϊόντα τους σε όλο τον κόσμο που θα επισκεφθεί την περιοχή. Επίσης, γίνεται μια αναφορά στο Ιερό του Διονύσου της Καλής Βρύσης, μιας περιοχής του Νομού Δράμας.

Τελειώνοντας, η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί στην έρευνα, θα είναι ποιοτική. Θα μελετηθεί η περίπτωση του οινοποιείου Τέχνη Οίνου και θα αναλυθούν τα ερωτηματολόγια τεσσάρων οινοποιείων, για την κατανόηση, του πως τα οινοποιεία αυτά προωθούν τις επιχειρήσεις και τα προϊόντα τους και τι στρατηγικές ακολουθούν.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΞΩΦΥΛΛΟ.....	Αρ. Σελίδων
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	1
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	2-3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4-5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Κρασί και Οινοτουρισμός	
1.1 :Ιστορική Αναδρομή του Κρασιού.....	6-9
1.2 :Οινοτουρισμός.....	9-13
1.3 :Συμπεριφορά των καταναλωτών.....	13-15
1.4 :Τρόποι ανάπτυξης.....	15-16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 :Παρουσίαση οινοποιείων και δραστηριοτήτων στο Νομό Δράμας	
2.1 :Οινοποιεία της Δράμας	17-29
2.2 :Δραμοινογνωσία	30-34
2.3 : Δρόμοι του Κρασιού Βορείου Ελλάδος	35-38
2.4 : Ιερό Διονύσου – Καλή Βρύση	39-40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ3 : Μεθοδολογία	41-43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Έρευνα	
4.1 :Μελέτη Περίπτωσης – Οινοποιείο «ΤΕΧΝΗ ΟΙΝΟΥ».....	44-51
4.2 : Ανάλυση έρευνας.....	52-55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : Συμπεράσματα.....	56-58
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	59-62
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	63-74

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, όπως βγαίνει και από τον τίτλο της, παρουσιάζει τον τρόπο που προβάλλεται ο οινoturισμός, καθώς και οι μορφές του, στην Ανατολική Μακεδονία και πιο συγκεκριμένα στη Δράμα. Εξετάζει το πώς τα οινοποιεία κάποιων περιοχών της Δράμας, αναπτύσσουν τη στρατηγική τους στο μάρκετινγκ και το μάρκετινγκ, ώστε να προωθήσουν τα προϊόντα τους, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Εστιάζοντας στο θέμα της εργασίας, μπορούμε να δούμε την ιστορία του κρασιού, όπου υπάρχουν πάρα πολλές αναφορές στα πολύ παλαιά χρόνια, μέχρι σήμερα. Επίσης κάτι ακόμα που μας απασχολεί, είναι ότι ο οινoturισμός έχει γίνει πλέον μια ειδική μορφή τουρισμού και αξίζει να ερευνηθεί και να εξαπλωθεί, ώστε να υπάρχει σωστή γνώση και άποψη των ανθρώπων, πόσο μάλλον των επαγγελματιών και των ενδιαφερόμενων αυτού του τομέα.

Το θέμα έχει ενδιαφέρον επίσης, λόγω της αύξησης της ζήτησης του κρασιού τα τελευταία χρόνια, καθώς και της γνώσης που έχουν οι άνθρωποι πάνω σε αυτό. Πολλοί είναι εκείνοι που ασχολούνται με την παραγωγή κρασιού, ούζου και άλλων αποσταγμάτων, είτε επαγγελματικά, είτε ερασιτεχνικά. Ο χώρος απασχολεί πολύ, ακόμα και άτομα που δεν παράγουν, αλλά καταναλώνουν τα προϊόντα.

Το κύριο ερώτημα που θα διερευνήσει η εργασία είναι η εξέλιξη του οινoturισμού και του ίδιου του κρασιού, όπως επίσης και οι τρόποι προώθησης του κρασιού από διάφορα οινοποιεία του Νομού Δράμας. Επιπλέον θα αναλυθεί το μάρκετινγκ που ακολουθούν τα οινοποιεία, ώστε να διαφημίσουν την ίδια την επιχείρησή τους σαν όνομα, αλλά και τα προϊόντα που παράγουν φυσικά.

Οι επιμέρους στόχοι που θα ασχοληθούμε, είναι αρχικά η παράθεση κάποιων ορισμών σχετικά με τον οινoturισμό. Στη συνέχεια θα παρουσιάσουμε επτά πολύ γνωστά οινοποιεία, σε περιοχές της Δράμας, για να γνωρίσουμε και να

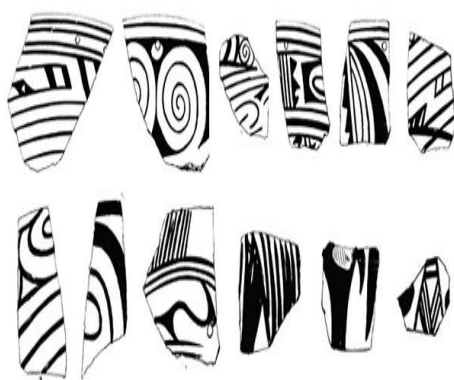
γνωστοποιήσουμε το έργο τους και να δούμε τη δουλειά τους, από την καλλιέργεια των αμπέλων, μέχρι την κατανάλωση του κρασιού. Επιπρόσθετα, θα αναφερθούμε σε ένα γεγονός που λαμβάνει χώρα στην πόλη της Δράμας, τη «Δραμοινογνωσία», όπου συμμετέχουν όλα τα μεγάλα οινοποιεία του Νομού, ώστε να παρουσιάσουν και να διαφημίσουν τα προϊόντα τους, καθώς και τους «Δρόμους του Κρασιού», όπου αφορά συγκεκριμένα οινοποιεία της βορείου Ελλάδος.

Τελειώνοντας, για να στηρίξουμε τα όσα θα ειπωθούν στο θεωρητικό κομμάτι της εργασίας θα βασιστούμε σε μία έρευνα. Πριν όμως από την έρευνα θα ασχοληθούμε εκτενέστερα με τον ορισμό και την έννοια της μεθοδολογίας και έπειτα με τη μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί για τη διεξαγωγή αυτής. Η μεθοδολογία περιλαμβάνει μία μελέτη περίπτωσης, όπου θα αναλύσουμε εκτενέστερα ένα από τα επτά οινοποιεία και τα ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν από ανθρώπους που εργάζονται σε αυτά και θα γίνει μια μικρή ανάλυση αυτών.

1. ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Ιστορική Αναδρομή του Κρασιού

Η καλλιέργεια της αμπέλου στην αρχαία Ελλάδα ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένη, όχι μόνον στην Αθήνα και την Πελοπόννησο, αλλά και στα νησιά, στη Μακεδονία και τη Θράκη. Ειδικότερα στην περιοχή της Μακεδονίας το κρασί έχει μεγάλη ιστορία. Σύμφωνα με τον Κλέαρχο τον Σολέα, ο πρώτος που ανακάλυψε την τέχνη της οινοποιίας ήταν ο Μάρων, ο γιος του Ευάνθη, που τον τιμούσαν στη Μαρώνεια της Θράκης.



Εικόνα 1. Θραύσματα προϊστορικών αγγείων από το Ντακί Τας (Φίλιπποι Καβάλας).



Εικόνα 2. Απανθρακωμένα κουκούτσια αμπέλου στις Κρηνίδες Καβάλας.

Όμως τα πρώτα δείγματα αμπελοκαλλιέργειας βρέθηκαν στην ανατολική Μακεδονία. Κοντά στις Κρηνίδες της Καβάλας σε πρόσφατη ανασκαφή βρέθηκαν σπόροι σταφυλιού, που ανάγονται στα τέλη της προϊστορικής περιόδου. Σπόροι σταφυλιών έχουν βρεθεί ακόμη στις ανασκαφές στην Τούμπα του Φωτολίβους της Δράμας, που χρονολογούνται στη Νεολιθική εποχή (περίπου το 4.000 π.Χ.). Επίσης

σπόροι σταφυλιών που μοιάζουν σε γενικές γραμμές με τις οινοποιήσιμες ποικιλίες, έχουν βρεθεί και στην ίδια περιοχή κοντά στο χωριό Σιταγροί Δράμας σε μια περιοχή που υδρευόταν με τεχνητό τρόπο. Οι σπόροι αυτοί χρονολογούνται από το 3000 π.Χ. Ως πρώτη αμπελουργική περιοχή στην Ελλάδα θεωρούνται οι Φίλιπποι Καβάλας στην ανατολική Μακεδονία ήδη από την περίοδο 2800-2200 π.Χ, όπου τα ευρήματα δείχνουν ότι πρόκειται για απανθρακωμένα κουκούτσια και συμπιεσμένους φλοιούς, δηλαδή στέμφυλα, άγριας και ήμερης αμπέλου, ένδειξη αμπελοκαλλιέργειας, αλλά και της αρχαιότερης οινοπαραγωγής, τουλάχιστον στην Ευρώπη.

Για τους επόμενους αιώνες μέχρι την ύστερη μυκηναϊκή περίοδο οι γνώσεις μας για το κρασί στη Μακεδονία είναι περιορισμένες. Η σημαντικότερη πληροφορία μας έρχεται από τον Όμηρο. Αναφέρει στην Οδύσσεια ότι ο Μάρων είχε προσφέρει δέκα αμφορείς κρασί στον Οδυσσέα, με το οποίο μάλιστα ο τελευταίος μέθυσε τον Κύκλωπα. Στον ίδιο οίνο, της πόλης του Ίσμαρου, έδειχναν προτίμηση και οι Αχαιοί κατά την Τρωική εκστρατεία. Για την αρχαϊκή και την κλασική περίοδο έχουμε πολλές πληροφορίες για την καλλιέργεια της αμπέλου και την οινοποιία στη Μακεδονία κυρίως από κείμενα της περιόδου, από παραστάσεις σε νομίσματα κυρίως του 6ου αι π.Χ. και σε μικρότερο βαθμό από παραστάσεις σε αγγεία της κλασικής περιόδου. Σύμφωνα με τις πληροφορίες, υπήρχαν αμπελώνες στη Χαλκιδική (στη Μένδη, Σκιώνη, Άκανθο και στη χερσόνησο του Αγίου Όρους), στη Θάσο, στην Πέλλα και στα Στάγειρα, όπου και ο ίδιος ο Αριστοτέλης διατηρούσε αμπελώνα. Επίσης, σε επιγραφή του 5^{ου} αι. π.Χ. που βρίσκεται στη Θάσο σώζεται κείμενο που καθορίζει όλα τα θέματα σχετικά με τον τρύγο, την οινοποιία, αλλά και την πώληση του οίνου, ο οποίος πωλούνταν μόνο μέσα σε αμφορείς σφραγισμένους από τους ελεγκτές της αγοράς. Ο ίδιος νόμος, προκειμένου να προστατεύσει τη γνησιότητα του τοπικού οίνου, όριζε ότι απαγορευόταν σε κάθε πλοίο που μετέφερε κρασί να προσεγγίσει το λιμάνι της Θάσου, επί ποινή δημεύσεως του πλοίου. Η καλλιέργεια στις οινοπαραγωγικές περιοχές του Αγίου Όρους, της Πέλλας, της Θάσου, της Καβάλας και της Δράμας συνεχίστηκε ανελλιπώς. Αν και πολλές φορές οι αμπελοκαλλιέργειες καταστράφηκαν από τις κακές καιρικές συνθήκες, από αρρώστιες και από τις πολεμικές συγκρούσεις, ωστόσο γνωρίζουμε ότι τον 5^ο αι. μ.Χ. είχαν αυξηθεί οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις, ενώ τα κρασιά χαρακτηρίζονταν πλέον από την περιοχή όπου παράγονταν. Ιδιαίτερα φημισμένη για το κρασί που παρήγαγε ήταν η περιοχή του Παγγαίου, την οποία επισκέφθηκαν και οι αυτοκράτορες

Νικηφόρος Φωκάς και Ανδρόνικος Καντακουζηνός προκειμένου να γευτούν το κρασί της.

Οι Έλληνες θεώρησαν την άμπελο αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής τους και ενέταξαν τον οίνο στην καθημερινότητά τους. Αυτό επιβεβαιώνεται καταρχήν από τους διάφορους θεούς που λάτρευαν, με κεντρικό τον Θεό Διόνυσο, καθώς και από τις πολλές γιορτές που διοργανώνονταν προς τιμή του, όπως τα Διονύσια, τα Ανθεστήρια και τα Λήναια, αλλά και από τις περίφημες αναφορές σε αρχαία κείμενα όπως του Ομήρου, του Πινδάρου, του Στράβωνα και του Αθηναίου. Ο Διόνυσος ήταν θεός της χαράς, του οποίου οι θηλυκοί ακόλουθοι γνωστές ως «Μαινάδες», υμνούσαν τις μυστηριώδεις ιδιότητες του κρασιού. Ήταν ένας θεός «σωτηρίας» που έφερνε ανακούφιση από τα καθημερινά βάρη της ζωής. Στις πρώιμες διονυσιακές γιορτές ανακαλύπτουμε τις ρίζες της ελληνικής τραγωδίας και του δυτικού θεάτρου. Μερικές από τις αρχαίες παραδόσεις της διονυσιακής λατρείας υιοθετήθηκαν από την χριστιανική εκκλησία και πολλές αναφορές στην άμπελο βρίσκουμε στη διακόσμηση των βυζαντινών εκκλησιών, πέρα από τη χρήση του κρασιού στη θεία κοινωνία.

Στη διάρκεια της Τουρκοκρατίας οι καλλιεργούμενες με αμπέλια εκτάσεις μειώθηκαν σημαντικά. Κύρια αιτία ήταν η εχθρική στάση των Μουσουλμάνων προς το κρασί, στάση που απορρέει από την απαγόρευση κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών που επιβάλλει το Κοράνι στους Μουσουλμάνους. Όμως η αμπελοκαλλιέργεια και η οινοποιία δεν έσβησε. Οι κύριες οινοποιητικές ζώνες ήταν πλέον αυτή της Σιάτιστας, των Σερβίων, του Αμυνταίου, της Νάουσας, της Γουμένισσας, του Κίτρου κοντά στην Κατερίνη, των Γιαννιτσών, τα μετόχια των μονών του Αγίου Όρους στη Χαλκιδική και η περιοχή της Θεσσαλονίκης.

Η αμπελοκαλλιέργεια στη Μακεδονία δέχθηκε ένα σοβαρότατο χτύπημα στα τέλη του 19^{ου} αι. και στις αρχές του 20^{ου}. Φυλλοξήρα προσέβαλε το 1898 για πρώτη φορά τους αμπελώνες στην Πυλαία έξω από τη Θεσσαλονίκη και μέσα στις επόμενες δεκαετίες επεκτάθηκε και στους αμπελώνες της υπόλοιπης Μακεδονίας και της Θράκης. Η επέκτασή της ήταν ταχεία και καταστροφική, ιδιαίτερα στη Μακεδονία. Τέλος η Ελλάδα μετά από τους δύο παγκόσμιους πολέμους και έναν εμφύλιο, άρχισε να απολαμβάνει πολιτική και οικονομική σταθερότητα. Ένα σύστημα ονομασιών προέλευσης εισήχθηκε και η αμπελουργία και η οινοπαραγωγή αναδιοργανώθηκαν φέρνοντας την Ελλάδα σε κοινή γραμμή με την πολιτική της Ευρωπαϊκής

Ένωσης.(Χατζηνικολάου,2003: 18-20) Για την Ελλάδα το κρασί ήταν πάντα σημαντικό στοιχείο της διατροφής και του τρόπου ζωής της. Με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου οι Έλληνες αναζήτησαν μια καλύτερη ποιότητα. Το αποτέλεσμα ήταν οι οινοποιοί να επενδύσουν και στην αναπροσαρμογή των αμπελώνων με νέες φυτεύσεις και νέες μεθόδους καλλιέργειας, αλλά και σε τεχνολογία, και γνώση στην παραγωγή του κρασιού. Αυτό μας οδήγησε στην αναγέννηση της παραγωγής ποιοτικών οίνων στην Ελλάδα με αρχή στην δεκαετία του '70 και αποτελέσματα που απολαμβάνουμε σήμερα, με τη θεσμοθέτηση των ποικιλιών και των ζωνών παραγωγής κρασιών, με ένδειξη ονομασίας προέλευσης και ολοκληρώνεται τη δεκαετία του 1990 με την εφαρμογή κατάλληλων τεχνολογικών επεξεργασιών, ώστε οι καταναλωτές να γεύονται την καλύτερη ποιότητα κρασιού. Στην Ελλάδα το 5% των καλλιεργούμενων εκτάσεων είναι αμπελώνες. Αν και η Ελλάδα είναι μια κατεξοχήν οινοπαραγωγός χώρα καλύπτει μόνο το 2,5% περίπου της συνολικής ευρωπαϊκής παραγωγής κρασιών και το 2% περίπου της παγκόσμιας. Το παραγόμενο κρασί στην Ευρώπη καλύπτει περίπου το 70% της παγκόσμιας παραγωγής. (Βέκιος κ. συν., 1994: 66-84), (Βέκιος κ. συν., 2011: 15-17, 93-96).

1.2 Οινοτουρισμός

Σε μια χώρα με μακρά παράδοση τόσο στον τουρισμό όσο και στο κρασί, όπως η Ελλάδα, ο «γάμος» των δύο αυτών εννοιών που θα οδηγήσει στη γέννηση του οινοτουρισμού είναι μια πρόκληση επιθυμητή αλλά και δύσκολη.

Ως οινικός τουρισμός ή οινοτουρισμός ορίζεται η επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, εκθέσεις και γιορτές κρασιού, κατά την οποία η γευστιγνωσία και η εξερεύνηση των χαρακτηριστικών μιας αμπελουργικής περιοχής είναι το κυριότερο κίνητρο για τους επισκέπτες και αποτελεί μία ειδική και εναλλακτική μορφή τουρισμού. Πρόκειται για μια κατηγορία θεματικού τουρισμού, ενταγμένου στην κατηγορία του αγροτουρισμού, στο πλαίσιο της οποίας η επαφή με το κρασί είναι το επίκεντρο, όχι όμως ο αυτοσκοπός. Είναι μια σύνθετη οικονομική δραστηριότητα σε συνεχή εξέλιξη και σε συνεχή διαδικασία ενσωμάτωσης της καινοτομίας, καθώς συνδυάζει και περιλαμβάνει τη γεωργία, τη βιομηχανία, αλλά και την παροχή υπηρεσιών, δεδομένου ότι η δραστηριότητα έχει εξαπλωθεί στον τουρισμό. Η Ελλάδα, με ιστορία αιώνων στην καλλιέργεια της αμπέλου και διεθνή φήμη για

πολλές από τις ποικιλίες και τα κρασιά της, συγκεντρώνει πολλά στοιχεία δυνητικού οινoturιστικού ενδιαφέροντος, όπως φυσικές ομορφιές, χαρακτηριστικά τοπικά προϊόντα και κουζίνα, μουσεία και αρχαία μνημεία, ώστε να μπορούμε να συζητήσουμε σε σοβαρή βάση την προοπτική του οινoturισμού. Έχουν κατά καιρούς κατατεθεί από τους ασχολούμενους με το προϊόν του χώρου σημαντικές προτάσεις για την ανάπτυξη πρότυπων αναπτυξιακών δραστηριοτήτων με βάση το τρίπτυχο ποιότητα – παράδοση – καινοτομία, στοιχείο που θεωρείται γόνιμη συνεισφορά στην προσπάθεια αιεφόρου ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Ο οινoturισμός είναι μία κατηγορία θεματικού τουρισμού, στο πλαίσιο της οποίας η επαφή με το κρασί είναι το επίκεντρο, όχι όμως ο αυτοσκοπός. Για να υπάρξει ολοκληρωμένος οινoturισμός, ένας τουρίστας πρέπει να επισκεφθεί μία οινοπαραγωγική περιοχή προκειμένου να μάθει περισσότερα για τα κρασιά της και να τα δοκιμάσει. Ωστόσο, για να είναι ολοκληρωμένη η εμπειρία του, η περιοχή πρέπει να έχει την δυνατότητα να του προσφέρει επιπλέον δραστηριότητες πολιτιστικού, λαογραφικού, ή ακόμα και αθλητικού-ψυχαγωγικού ενδιαφέροντος. Ακόμα, ο οινoturιστής πρέπει να έχει στη διάθεσή του βασικές υποδομές υψηλού επιπέδου, όπως διαμονή, σίτιση και διασκέδαση, οι οποίες όμως να σχετίζονται με κάποιο έξυπνο τρόπο με το κρασί της περιοχής, προκειμένου να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά το μήνυμα ότι η συγκεκριμένη περιοχή έχει υψηλό οινoturιστικό ενδιαφέρον.

Για παράδειγμα, ένα ξενοδοχείο πρέπει να παρέχει οινoturιστικές δραστηριότητες και πληροφορίες που να οδηγούν σε αυτές, ενώ ένα εστιατόριο πρέπει να αναδεικνύει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την τοπική οινογαστρονομία. Ακόμη, εννοείται ότι στον οινoturιστή πρέπει να παρέχονται στοιχειώδεις ευκολίες όπως σήμανση προς τους χώρους που τον ενδιαφέρουν, εύκολη πρόσβαση σε αυτούς και επικοινωνιακό υλικό στη γλώσσα του ή τουλάχιστον σε μία ή παραπάνω διεθνείς γλώσσες. Μόνο όταν όλα αυτά τα στοιχεία διασφαλιστούν και λειτουργήσουν σωστά και συμπληρωματικά έχουμε οργανωμένο οινoturισμό, ο οποίος θα αποτελέσει πηγή έλξης τουριστικού ενδιαφέροντος από την Ελλάδα και το εξωτερικό όλες τις εποχές του χρόνου, και κατ' επέκταση πηγή εισοδήματος και ανάπτυξης. Και για να γίνει αυτό, θα πρέπει να υπάρχει σύμπνοια απόψεων και σωστή συνεργασία ανάμεσα

στην κυβέρνηση, την Τοπική Αυτοδιοίκηση, τον αμπελο - οινικό κλάδο, τους κλάδους της φιλοξενίας και της εστίασης, καθώς και τους τουριστικούς πράκτορες.

Η εμπειρία και οι πρακτικές χωρών που έχουν ασχοληθεί ώριμα πια με τον οινοτουρισμό υποδεικνύουν τη μεθοδολογία βάσει της οποίας οι οινοποιοί αλλά και όλοι οι εμπλεκόμενοι κλάδοι συνεργάστηκαν για την ανάπτυξή του. Με έμφαση στις υποδομές και στην επαγγελματική εξυπηρέτηση του οινοτουρίστα, αλλά και με σημαντικές επενδύσεις στην έρευνα και την τεχνολογία, κατόρθωσαν να συλλάβουν και να υλοποιήσουν την κύρια φιλοσοφία, τη σημασία δηλαδή της εξυπηρέτησης του οινοτουρίστα, ο οποίος πρέπει να αισθάνεται καλεσμένος και όχι πελάτης. Επιπλέον, ασχολήθηκαν με τις δραστηριότητες που πρέπει να παρέχονται και οι οποίες αφορούν τη γαστρονομία, τα τοπικά προϊόντα της περιοχής, αλλά και τον πολιτισμό και τα σπορ, προκειμένου οι φιλοξενούμενοι να έχουν μια ολοκληρωμένη εμπειρία που θα θελήσουν να επαναλάβουν, αλλά και να μεταφέρουν και στους φίλους τους. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στα υψηλά πρότυπα εξυπηρέτησης που το κοινό αυτό περιμένει. Τα οινοποιεία, λοιπόν, για να προσβλέπουν σε αύξηση της προβολής, της αναγνωρισιμότητας, καθώς και των πωλήσεών τους, απαιτείται να αντιμετωπίσουν πολύ σοβαρά το θέμα αυτό της οινικής επικοινωνίας.

Αναφορικά με τις οινοτουριστικές εμπειρίες και εντυπώσεις των Ελλήνων οινοφίλων, ποσοστό πάνω από 60% όσων έχουν ήδη επισκεφθεί ένα οινοποιείο απάντησαν ότι θα το επαναλάβουν στο μέλλον. Πρέπει να επιδιωχθεί το ποσοστό αυτό να αυξηθεί δραστικά, αλλά και να περιλαμβάνει και οινοτουρίστες από το εξωτερικό, οι οποίοι θα γίνουν με τη σειρά τους πρεσβευτές του ελληνικού κρασιού και της ελληνικής φιλοξενίας στη χώρα τους. Η επιτυχία του οινοτουρισμού εξαρτάται από τις εμπειρίες του επισκέπτη, αφού αυτός και όχι το προϊόν είναι ο πρωταγωνιστής της διαδικασίας. Η επιτυχής μετάβαση από τις υπηρεσίες στις εμπειρίες, είναι η κυρίαρχη ιδέα του οινοτουριστικού μοντέλου που πρέπει να υλοποιηθεί. Η δημιουργία υποδομών διαμονής με διακριτική πολυτέλεια για τη φιλοξενία μικρού αριθμού ατόμων που θα μπορούν να ζουν για κάποιες μέρες “την εμπειρία του κρασιού” είναι το μήνυμα που μας μεταφέρουν από άλλες χώρες οι επαγγελματίες του οινοτουρισμού. Αν και στο εξωτερικό η ανάπτυξη του οινοτουρισμού βρίσκεται ήδη σε ένα ώριμο στάδιο, στην Ελλάδα, παρά την υστέρηση ανάπτυξης του τομέα αυτού, αποτελεί ένα εξαιρετικής δυναμικής τουριστικό προϊόν και έχουν γίνει πολλά αξιόλογα βήματα. Φυσικά, δεν είναι όλα τα οινοποιεία

επισκέψιμα ή κατάλληλα ώστε να προσφέρουν στους επισκέπτες τους τις εμπειρίες που αναζητούν. Ένα οινοποιείο, για να παρουσιάζει κάποιο ενδιαφέρον για επίσκεψη, οφείλει να καλύπτει την ανάγκη της ξενάγησης στους χώρους παραγωγής και παλαίωσης με άτομο που γνωρίζει σε βάθος το αντικείμενο, αλλά και να διαθέτει ειδική αίθουσα γευσιγνωσίας, ώστε η δοκιμασία των κρασιών να αποκτά μυσταγωγικό χαρακτήρα. Προτείνεται επίσης η συμπλήρωση και η ενίσχυση της εμπειρίας με διαδραστικό πολυθέαμα για τον αμπελώνα και την περιοχή, αλλά και με ένα οργανωμένο boutique πωλητήριο με κρασιά όλων των τιμολογιακών επιπέδων. Φυσικά η υποδοχή του επισκέπτη πρέπει να αποπνέει πολιτισμό, οι χώροι να είναι προσβάσιμοι και καθαροί, να υπάρχουν διακριτοί χώροι πάρκινγκ, κλπ. Είναι προφανές, λοιπόν, πως η ανάπτυξη του οινικού τουρισμού χρειάζεται στοχευμένες στρατηγικές που διαμορφώνονται και προωθούνται σε όλο και περισσότερες χώρες λόγω των βελτιωμένων οικονομικών αποδόσεων που μπορεί να παρέχει η εναλλακτική αυτή τουριστική μορφή, των κοινωνικών αξιών, αλλά και του αυξανόμενου ανταγωνισμού. Άλλωστε, οι χώρες που πρωτοπορούν στον τομέα αυτό, παρέχουν χρηματοδότηση υποστηρίζοντας δράσεις για την ανάπτυξη ειδικών χώρων, ξενοδοχειακών μονάδων, εστιατορίων, οινικών διαδρομών και άλλων στοιχείων υποδομής για την προώθηση του οινοτουρισμού.

Το κομμάτι του οινοτουρισμού μπορεί κάποιος να το δει ακόμη από δύο διαφορετικές σκοπιές, δύο διαφορετικές ταχύτητες. Το ένα κομμάτι είναι να δει τον οινοτουρισμό σαν μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού η οποία δίνει εμπειρίες και απευθύνεται σε εξειδικευμένους επισκέπτες (μόνο το 15% από τους 600.000 που επισκέπτονται τα ελληνικά οινοποιεία γνωρίζει από κρασί) Έλληνες ή ξένους. Εδώ ο διεθνής ανταγωνισμός είναι οξύς με περιοχές όπως η Γαλλία ή η Ιταλία να βρίσκονται λόγω παράδοσης και οργάνωσης 20 χρόνια μπροστά μας.

Το δεύτερο κομμάτι έχει σχέση με το πώς μπορούν να αξιοποιηθούν τα 13 εκατομμύρια αφίξεις που έχει η χώρα μας, τους τουρίστες που είναι πλάι μας, και τι θα κάνουν για να τους γνωρίσουν το κρασί μας και την γαστρονομία μας, σαν επιπρόσθετα συστατικά μιας συνολικής ολικής εμπειρίας του τόπου μας. Και όταν λέμε γνωριμία με το κρασί και την γαστρονομία όπως αναφέρθηκε δεν εννοούμε μόνο την γευστική απόλαυση, αλλά την ολιστική, αυτή που τοποθετεί το κρασί στο επίκεντρο ενός τρόπου διασκέδασης, ενός τρόπου ζωής, ενός πολιτισμού. Οι δύο αυτές αντιλήψεις του Οινοτουρισμού, για τους αδαείς και τους οινόφιλους, για τον

μαζικό τουρίστα και τον ψαγμένο δεν πρέπει να λειτουργήσουν αντιθετικά, αλλά συμπληρωματικά. Μην ξεχνάμε ότι οι αδαείς κάποια στιγμή γνωρίζουν, στην συνέχεια γίνονται φίλοι και κάποια στιγμή προκύπτουν τινές εξ αυτών να γίνουν ειδήμονες.

Στην Ελλάδα και συγκεκριμένα η Βόρεια Ελλάδα είναι μια πολύ εκτεταμένη περιοχή, που περιλαμβάνει 3 αμπελουργικές περιφέρειες: την αμπελουργική περιφέρεια Ηπείρου, με τους οίνους ΠΓΕ Ήπειρος, την αμπελουργική περιφέρεια Μακεδονίας, με τους οίνους ΠΓΕ Μακεδονία και την αμπελουργική περιφέρεια Θράκης, με τους οίνους ΠΓΕ Θράκη. Πρόκειται για κάποιους από τους πιο ιστορικούς αμπελώνες στην Ελλάδα. Ταυτοχρόνως, οι αμπελώνες στη Βόρεια Ελλάδα διακρίνονται για το υψηλό δυναμικό τους. Σε ανάλογο επίπεδο, οινοτουρισμός στη Βόρεια Ελλάδα είναι σαφώς πολύ πιο οργανωμένος από κάθε άλλο τμήμα της Ελλάδας.

Ο οινοτουρισμός, δεν αποτελεί απλά και μόνο κομμάτι του αγροτουρισμού, αλλά είναι ένας τομέας τουρισμού που στοχεύει σε συγκεκριμένο κοινό, με διαφορετικά κίνητρα επίσκεψης, κοινό που αναζητά νέες εμπειρίες, επαφή με την τοπική κοινωνία, με την τοπική παράδοση και την ιστορία, επαφή με τη φύση και άσκηση δραστηριοτήτων. Αυτή η πολυπλοκότητα χαρακτηρίζει και την τυπολογία του προσφερόμενου οινοτουριστικού προϊόντος ανά περιοχή, αλλά και τις στρατηγικές προώθησης.

1.3 Συμπεριφορά των καταναλωτών

Η μελέτη της συμπεριφοράς των καταναλωτών έχει τεράστια σημασία για το εμπόριο του κρασιού, γιατί αποτελεί στοιχείο που συμβάλλει σημαντικά στην κατάσταση μίας αποτελεσματικής στρατηγικής, με την εφαρμογή της οποίας η επιχείρηση θα μπορέσει τελικά να πετύχει τους αντικειμενικούς της σκοπούς. Με τον όρο «συμπεριφορά του καταναλωτή» εννοούμε όλες εκείνες τις ενέργειες των ατόμων - πράξεις ή παραλήψεις - που οδηγούν στην αγορά και τη χρήση διαφόρων προϊόντων ή υπηρεσιών ή τη μη αποδοχή τους, δηλαδή την απόρριψή τους. Η καταναλωτική συμπεριφορά των ατόμων αποτελεί μια από τις κύριες εκφράσεις της ανθρώπινης συμπεριφοράς, την οποία μελετούν και προσπαθούν να ερμηνεύσουν σε βάθος οι

επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων, όπως ψυχολόγοι, κοινωνιολόγοι, οικονομολόγοι κ.ά.

Η συμπεριφορά του καταναλωτή επηρεάζεται από βασικούς παράγοντες που είναι: οικονομικοί, κοινωνικοί, ψυχολογικοί, φυσικοί και προσωπικοί.

- **Κοινωνικοί παράγοντες**
 1. Οικογένεια
 2. Κοινωνική τάξη
 3. Ομάδες αναφοράς
 4. Καθοδηγητές γνώμης
- **Οικονομικοί παράγοντες**
- **Ψυχολογικοί παράγοντες**
 1. Αντίληψη
 2. Κίνητρα
 3. Γνώση
- **Πολιτιστικοί παράγοντες**
- **Προσωπικοί παράγοντες**
 1. Προσωπικότητα
 2. Ηλικία και Φύλο
 3. Επάγγελμα και είδος εργασίας
 4. Τρόπος ζωής

Η καταναλωτική συμπεριφορά ως προς το κρασί όπως προείπαμε μπορεί να οφείλεται σε πολλούς και διάφορους παράγοντες. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Ramona Teuber (καθηγήτρια πανεπιστημίου Κοπεγχάγης) στη Γερμανία το 2011 σκοπός ήταν η διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών όσον αφορά τις γεωγραφικές ενδείξεις στα κρασιά. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι καταναλωτές δεν ενδιαφέρονταν ιδιαίτερα για τη γεωγραφική ένδειξη στην ετικέτα των κρασιών και η γνώση τους ήταν πολύ περιορισμένη. Παρόλα αυτά διαπιστώθηκε ότι οι καταναλωτές ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν μεγαλύτερα ποσά για την αγορά τοπικών οίνων ώστε να προσφέρουν στην τοπική οικονομία.

Σε μια άλλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Ελβετία από τους Brunner et.al το 2011 σκοπός ήταν να εντοπιστούν οι βασικοί παράγοντες του τρόπου ζωής που οδηγούν στην κατανάλωση κρασιού καθώς και τα ποσά που δαπανώνται σε αυτό. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι καθοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά την κατανάλωση και τις δαπάνες για το κρασί ήταν: η γνώση σε θέματα που αφορούν το κρασί (ποιότητα, τόπος προέλευσης κ.α), οι προσφορές, η ηλικία και η μόρφωση. Επίσης έδειξαν ότι οι καταναλωτές που δίνουν μεγάλη προσοχή σε προσφορές πίνουν περισσότερο κρασί, αλλά πληρώνουν λιγότερο γι 'αυτό. Οι καταναλωτές που έχουν την τάση να πίνουν για να νιώσουν άνετα καταναλώνουν περισσότερο κρασί σε χαμηλότερη τιμή ανά φιάλη. Οι γηραιότεροι σε ηλικία καταναλώνουν ως επί το πλείστον μεγαλύτερες ποσότητες κρασιού σε σχέση με τους νεότερους ηλικιακά καταναλωτές αλλά ξοδεύουν λιγότερα. Τέλος, οι καταναλωτές που πίνουν κρασί για χαλάρωση καταναλώνουν λιγότερες ποσότητες αλλά δαπανούν περισσότερα χρήματα.

1.4 Τρόποι ανάπτυξης

Στην Ελλάδα υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης του οινοτουρισμού και συνεχώς βλέπουμε να αξιοποιούνται κτήματα και να γίνονται σύγχρονα οινοποιεία. Τα περισσότερα από αυτά είναι επισκέψιμα για την αποτελεσματικότερη προβολή της διαδικασίας παραγωγής του κρασιού στους οινόφιλους επισκέπτες της χώρας μας. Η προώθηση του οινοτουρισμού στηρίζεται μεταξύ άλλων στην προβολή οργανωμένων δράσεων μέσω εκθέσεων, συμμετοχών σε διαγωνισμούς και εφαρμογή μεθόδων στρατηγικού marketing. Για την ανάπτυξη του απαιτούνται συνεργασίες σύγχρονων οινοποιείων με τουριστικά γραφεία και ξενοδοχειακές μονάδες για την ξενάγηση των επισκεπτών. Όπως επίσης και η διοργάνωση φεστιβάλ με δράσεις γευσιγνωσίας κρασιού και προβολή των δραστηριοτήτων της οινοπαραγωγής στα ηλεκτρονικά μέσα σε κάθε χώρα του κόσμου είναι ένας ακόμα τρόπος ανάδειξης.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει και η πραγματοποίηση επενδύσεων στις δράσεις του οινοτουρισμού λόγω των προσδοκίων προοπτικών που αναμένεται να δώσουν στην χώρα μας. Τέτοιες επενδύσεις θα βοηθήσουν τους επισκέπτες να έχουν ένα πλήρες πακέτο διακοπών προσαρμοσμένο στις δικές τους απαιτήσεις.

Απαραίτητη είναι η εκμετάλλευση των δράσεων επιχορήγησης βιώσιμων επενδύσεων μέσω του προγράμματος αγροτικής ανάπτυξης αλλά και όλων των υπόλοιπων αναπτυξιακών προγραμμάτων. Οι παραγωγικές επενδύσεις σε τομείς που αποτελούν βασικές πηγές εσόδων για την χώρα, συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη της οικονομίας. Ο οινοτουρισμός συνδυάζει δύο βασικούς τομείς παραγωγικής δραστηριότητας, πρώτον τον πρωτογενή τομέα με την παραγωγή και μεταποίηση των αγροτικών προϊόντων και δεύτερον, τον τουρισμό στον οποίο στηρίζεται ίσως το μεγαλύτερο μέρος εισοδημάτων της ελληνικής οικονομίας.

Ως τρόπους ανάπτυξης σύμφωνα και με τα παραπάνω λοιπόν θα συγκέντρωνα τα εξής:

- Ενημέρωση και εκπαίδευση οινοποιών και προσωπικού
- Βελτίωση υποδομών επισκέψιμων χώρων
- Ανάπτυξη των περιφερειακών δρόμων για τα οινοποιεία
- Ένταξη σε Εθνικά αλλά και Ευρωπαϊκά προγράμματα προβολής οινοτουριστικού προϊόντος (π.χ. ΕΣΠΑ)

2. Παρουσίαση οινοποιείων και δραστηριοτήτων στο Νομό Δράμας

2.1 Οινοποιεία της Δράμας

1) Κτήμα Μιχαηλίδη –Domaine Michaelidi

Το Κτήμα Μιχαηλίδη βρίσκεται στον Άγιο Αθανάσιο Δράμας, μια εύφορη περιοχή που γειτνιάζει με τους αρχαίους Φιλίππους, όπου τα αρχαιολογικά ευρήματα μαρτυρούν την καλλιέργεια της αμπέλου, αλλά και την ύπαρξη αρχαίου πατητηρίου στους Ελληνιστικούς χρόνους.



Εικόνα 3. Ο Ιορδάνης Μιχαηλίδης στα αμπέλια του.

Το Κτήμα

Το 2004 ο Ιορδάνης Μιχαηλίδης ξεκίνησε την κατασκευή του σύγχρονου οινοποιείου, δίπλα στον ιδιόκτητο αμπελώνα. Οι εργασίες ολοκληρώθηκαν το 2005 με το εργονομικό οινοποιείο που περιλαμβάνει τον χώρο παραγωγής με την αίθουσα παραλαβής και επεξεργασίας του τρυγητού και τις δεξαμενές ζυμώσεων, τον χώρο παλαίωσης με το κελάρι των δρύινων γαλλικών βαρελιών, τον χώρο εμφιάλωσης με την σύγχρονη εμφιαλωτική γραμμή και τον χώρο αποθήκευσης – παλαίωσης του εμφιαλωμένου οίνου. Όραμα του Ιορδάνη Μιχαηλίδη είναι η παραγωγή ποιοτικών οίνων που εκφράζουν τον τόπο παραγωγής τους αλλά και την τέχνη του οινοποιού με απόλυτο σεβασμό στην φύση και στον άνθρωπο.

Οι Αμπελώνες

Η οικογένεια Μιχαηλίδη το 1992 άρχισε την εγκατάσταση του αμπελώνα με την φύτευση 8 στρεμμάτων, ενώ σήμερα η συνολική έκταση του ιδιόκτητου αμπελώνα αγγίζει τα 120 στρέμματα. Οι καλλιεργούμενες, σύμφωνα με τις αρχές της ολοκληρωμένης διαχείρισης, ποικιλίες είναι οι : Ασύρτικο, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Gewürztraminer, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot και Syrah. Ταυτόχρονα, σχεδιάζεται η επέκταση του αμπελώνα με την φύτευση Μαλαγουζιάς και άλλων ελληνικών ποικιλιών στις οποίες έχει γίνει πειραματισμός με πολύ ικανοποιητικά αποτελέσματα.

Τα Κρασιά

Πύλη (Ερυθρός, Ροζέ, Λευκός)

Κλειδί Λευκός

2) Κτήμα Γέννημα Ψυχής – Γιώργος Μανωλεσάκης

Το 1989 ο Γιώργος Μανωλεσάκης αρχίζει να καλλιεργεί στους ιδιόκτητους αμπελώνες του στην Αδριανή Δράμας, ποικιλίες που εγκλιματίστηκαν τέλεια στο μικροκλίμα της περιοχής όπως Sauvignon Blanc, Chardonnay, Ασύρτικο, Ugni Blanc, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah. Το 1998 ιδρύει την εταιρεία Γ. Μανωλεσάκης & Σια Ο.Ε. με διακριτικό τίτλο: Κτήμα Μανωλεσάκη.



Εικόνα 4. Κάτοψη του Κτήματος Γέννημα Ψυχής.

Το Κτήμα

Το ιδιόκτητο οινοποιείο της εταιρείας, έκτασης 1500 τμ., εξοπλίζεται με μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας που απαιτείται να έχει ένα σύγχρονο οινοποιείο που παράγει οίνους υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών. Το 2007 το οινοποιείο μετονομάζεται σε Κτήμα Γέννημα Ψυχής.

Οι Αμπελώνες

Στον ιδιόκτητο γραμμικό αμπελώνα 250 στρεμμάτων, η αμπελοκαλλιέργεια πραγματοποιείται με την προσωπική φροντίδα του Σταύρου Μανωλεσάκη (γιού του Γιώργου), με στόχο την ανώτερη ποιότητα της πρώτης ύλης - του πολύτιμου σταφυλιού που δίνει κρασιά εκλεκτής ποιότητας.

Τα Κρασιά

Γέννημα Ψυχής (Λευκός, Ερυθρός, Ροζέ)

Merlot – CabernetSauvignon (Ερυθρό)

Μαλαγουζιά Λευκός

Syrah

Αναστασία

Λιαστό

Exis (Ερυθρός, Λευκός)

3) Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη – Domaine Costa Lazaridi

Το Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη, με τον διακριτικό τίτλο Chateau Julia, ιδρύθηκε το 1992 στην Αδριανή Δράμας. Αποτελεί εξέλιξη μιας μικρής οικογενειακής οινοποιίας που ξεκίνησε να παράγει μικρές ποσότητες στις αρχές της δεκαετίας του '80. Ξεκινώντας από αυτόν τον προσωπικό αμπελώνα των 100 περίπου στρεμμάτων, έχουν φτάσει σταδιακά να καλλιεργούνται σήμερα περίπου 2200 στρέμματα, όπου ευδοκιμούν οι ευγενέστερες διεθνείς και ελληνικές ποικιλίες σταφυλιών, διατηρώντας χαμηλές αποδόσεις ώστε να διασφαλίζεται η υψηλότερη δυνατή ποιότητα της πρώτης ύλης.



Εικόνα 5. Πανοραμική εικόνα του Κτήματος Domaine Costa Lazaridi.

Το Κτήμα

Το κτήμα βρίσκεται στην κοινότητα Αδριανής, περιοχή Δράμας. Η περιοχή εκεί, αγκαλιασμένη από τους ορεινούς όγκους του Φαλακρού, του Μενοίκιου και του Παγγαίου. Μια γη ευλογημένη, που όπως μαρτυρούν οι αρχαιολογικές έρευνες, είχε εμπνεύσει από τους νεολιθικούς χρόνους τη τέχνη της αμπελοκαλλιέργειας. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν, που κατά την αρχαιότητα, η Ηδωνίδα Γη, όπως λεγόταν τότε η περιοχή, ήταν ένα από τα σημαντικότερα κέντρα Διονυσιακής λατρείας. Δεν είναι επίσης τυχαίο, που σήμερα η πολύτιμη παράδοση της χαρισματικής αυτής γης διατηρείται ζωντανή και εμπλουτίζεται από το Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη. Σε μια συνολική επιφάνεια που αγγίζει τα 13.000 τ.μ. και περιλαμβάνει ένα πρότυπο αρχιτεκτονικά οινοποιείο, αποστακτήριο, υπόγειες κάβες παλαίωσης και χώρους

υποδοχής, το Κτήμα μας, έργο ζωής του Κώστα Λαζαρίδη, γράφει από το 1992, τη δική του σελίδα στην οινοποιητική παράδοση της χώρας μας.

Παράλληλα με την επιτυχία στην Ελληνική αγορά η εταιρεία έδωσε έμφαση από την αρχή στις εξαγωγές ώστε τα κρασιά της να βρεθούν στον δύσκολο διεθνή στίβο. Με πρώτη την αγορά της Γερμανίας, τα προϊόντα μας εξάγονται ακόμη σε Βέλγιο, Ολλανδία, Δανία, Σουηδία, Γαλλία, Ελβετία, Αυστρία, Κύπρο και Αλβανία όπως επίσης σε ΗΠΑ, Καναδά, Κίνα, Βραζιλία, Αυστραλία και Σιγκαπούρη.

Οι Αμπελώνες

Στον πρότυπο γραμμικό αμπελώνα που φτάνει σήμερα τα 1.800 στρέμματα καλλιεργούνται οι πιο γνωστές ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες. Τα γενναιόδωρα χώματα, το ιδανικό μικροκλίμα αλλά και ο σεβασμός που τους αποδίδουμε, διατηρώντας χαμηλές τις αποδόσεις ανά στρέμμα, γεννούν την εκλεκτή πρώτη ύλη των κρασιών και αποσταγμάτων.

Μουσείο Οίνου

Μισή ώρα από το κέντρο της Αθήνας, στο Καπανδρίτι Αττικής, δημιουργήθηκε το Μουσείο Οίνου Κώστα Λαζαρίδη. Ένα χώρο που τιμά την άμπελο, τα προϊόντα της και την άρρηκτη σχέση τους με τον άνθρωπο, από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Τα Πολυάριθμα εκθέματα και αντικείμενα από τον 17ο αιώνα, που πλαισιώνονται από υπερσύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα παρέχουν στον επισκέπτη σημαντικές γνώσεις τόσο για την ιστορία όσο και για την διαδικασία παραγωγής του κρασιού, των αποσταγμάτων και του ξυδιού.

Τα Κρασιά

Από εμπορικής πλευράς, οι πρώτες φιάλες διατέθηκαν στην αγορά στα τέλη του 1992: τρία ξηρά κρασιά ο Αμέθυστος Λευκός, ο Αμέθυστος Ροζέ και ο Αμέθυστος Ερυθρός. Σήμερα από το Κτήμα παράγονται πέντε οικογένειες κρασιών, Amethystos, Chateau Julia, Domaine Costa Lazaridi, Οινωδία και Οινότρια Γη.

Ακόμη στα πλαίσια της πολιτικής προώθησης των προϊόντων της η εταιρεία συμμετέχει σε σημαντικές εκθέσεις του κλάδου σε όλο τον κόσμο όπως η έκθεση Prowein στη Γερμανία. Στον τομέα των διεθνών βραβεύσεων στους μεγαλύτερους και εγκυρότερους διαγωνισμούς ανά τον κόσμο το Κτήμα έχει να επιδείξει μια σημαντικότερη συλλογή άνω των 700 βραβείων και διακρίσεων, μεταξύ των οποίων πολλά χρυσά μετάλλια.

Αμέθυστος (Λευκός, Ερυθρός, Ροζέ, Sauvignon Blanc, Cava)

Πύργος Ιουλία (Chardonnay, Ασύρτικο, Merlot, Refosco – Αγιωργίτικο)

Οινότρια Γη (Cabernet Sauvignon Agiorgitiko, Syrah - Αγιωργίτικο)

Domaine Costa Lazaridi (Syrah, Semillon)

Οινωδία (Λευκός, Ερυθρός)

Ηδωνικό (Τσίπουρο Ηδωνικό, Τσίπουρο Ηδωνικό με γλυκάνισο, Ούζο Ηδωνικό)

Methexis (Μοσχάτο, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Cigar)

Botanico (Λευκός, I, II, Brown Seal, Red Seal, Gold Seal)

Magnum (Φιάλες 1,5 και 3 λίτρων, Collector's)

4) Κτήμα Νίκου Λαζαρίδη - Οινοποιείο Château Nico Lazaridi

Το Κτήμα

Στις πλαγιές του Παγγαίου Όρους, εκεί που ανατράφηκε ο Διόνυσος, στην καρδιά της αμπελουργικής ζώνης της Πιέριας Κοιλιάδας, βρίσκεται το οινοποιείο Μακεδών. Ένα σύγχρονο οινοποιείο που συνδυάζει μοντέρνα και διαχρονικά υλικά για την παραγωγή κρασιών υψηλών απαιτήσεων.



Εικόνα 6. Πανοραμική κάτοψη του Κτήματος Château Nico Lazaridi.

Οι Αμπελώνες

Οι αμπελώνες είναι εγκατεστημένοι σε δύο από τις γνωστότερες και ανερχόμενες αμπελουργικές ζώνες της Βόρειας Ελλάδας, και συγκεκριμένα στην Δράμα- μεταξύ των τοπικών κοινοτήτων Αγοράς, Πηγαδίων και Αδριανής, και στην Καβάλα – στον Πλατανότοπο, στην Πιέρια Κοιλιάδα, στις πλαγιές του Παγγαίου όρους. Ο Νίκος Λαζαρίδης, πετυχημένος επιχειρηματίας στο χώρο του μαρμάρου, δεν έκρυψε ποτέ την ιδιαίτερη αγάπη του για το κρασί που εξελίχθηκε μέσα στο χρόνο σε επιχειρηματική ενασχόληση. Η αναζήτησή του στον μαγευτικό κόσμο του κρασιού, κράτησε πάνω από δύο δεκαετίες και τον οδήγησε το 1987 στο να δημιουργήσει στην πολλά υποσχόμενη περιοχή της Ανατολικής Μακεδονίας και συγκεκριμένα στο Νομό Δράμας, την Οινοποιία Nico Lazaridi. Στην τοπική κοινότητα Αγοράς, μια περιοχή που είναι γνωστή για την αμπελοοινική της παράδοση, ο Νίκος Λαζαρίδης το 1997

μετακομίζει την έδρα της εταιρίας και κατασκευάζει το Οινοποιείο Château Nico Lazaridi. Πολύ σύντομα τα κρασιά του κατορθώνουν να κερδίσουν το οινόφιλο κοινό εντός και εκτός Ελλάδος. Είναι εξάλλου ευρύτερα αναγνωρισμένο το γεγονός ότι υπήρξε πρωτεργάτης στην δημιουργία μιας ολόκληρης οινοποιητικής περιοχής στη Δράμα. Το 2000, εγκαταστάθηκε ένας νέος αμπελώνας στις πλαγιές του Παγγαίου Όρους στο Νομό Καβάλας, δημιουργήθηκε το οινοποιείο Μακεδών και οι νέες ετικέτες μοντέρνων κρασιών ποιότητας διευρύνουν ακόμη περισσότερο τους ορίζοντες της εταιρίας.

Στην τοπική κοινότητα Αγοράς στο Νομό Δράμας επιλέγεται για να εγκατασταθεί το πρωτοποριακό, σύγχρονο οινοποιείο της εταιρίας. Οι κτιριακές εγκαταστάσεις καταλαμβάνουν περίπου 6.500 τ.μ. και αποτελούν ένα ενοποιημένο συγκρότημα που περιλαμβάνει χώρους οινοποίησης, παραγωγής, εμφιάλωσης, χώρους αποθήκευσης, υπόγειες κάβες για την ωρίμανση των κρασιών, γραφεία, χώρους γευσιγνωσίας και σεμιναρίων καθώς και την πινακοθήκη “Μαγικό Βουνό” η οποία μπορεί να λειτουργήσει ως αίθουσα πολλαπλών χρήσεων.

Τα Κρασιά

Οίνοι Λευκοί Ξηροί (Perpetuus, Μαγικό Βουνό, Cavalieri Lazaridi, Château Nico Lazaridi, Το Μαύρο Πρόβατο Semillon - Sauvignon Blanc, Χρυσός Λέων Chardonnay, Ντάμα Κούπα.

Οίνοι Ροζέ (Οίνος Ροζέ Ημίξηρος Roze Nico Lazaridi)

Οίνοι Ερυθροί (Perpetuus, Μαγικό Βουνό, Cavalieri Lazaridi, Château Nico Lazaridi Το Μαύρο Πρόβατο Syrah – Merlot, F-εῦ, Χρυσός Λέων Cabernet Sauvignon, Ρήγας Κούπα.

Οίνοι Επιδόρπιοι (Ερυθρός Φυσικώς Γλυκός Οίνος Μελισσουργός)

Οίνοι Αφρώδεις (Λευκός Ημιαφρώδης Οίνος Solitaire)

5) Κτήμα Παυλίδη – Χριστόφορος Παυλίδης

Το Κτήμα Παυλίδη βρίσκεται στα Κοκκινόγεια Δράμας, στις παρυφές του όρους Φαλακρού, σε πολύ κοντινή απόσταση από το σπήλαιο του Αγγίτη και το χιονοδρομικό κέντρο του Φαλακρού. Δημιουργήθηκε το 1998 από το Χριστόφορο Παυλίδη, ο οποίος μετά από επίμονη αναζήτηση επέλεξε αυτήν την περιοχή για την εγκατάσταση του αμπελώνα και του οινοποιείου του. Κύριος στόχος του Κτήματος Παυλίδη είναι η παραγωγή εκλεκτών οίνων. Η διάθεση στον καταναλωτή ποιοτικών προϊόντων, αναγνωρίσιμων, με εκλεπτυσμένα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά. Για την επίτευξη των στόχων το κτήμα διαθέτει αμπελώνα 600 στρεμμάτων, ενώ υπάρχει η προοπτική συστηματικής επέκτασής με βασικό σκοπό την κάλυψη της παραγωγής μας από ιδιόκτητα αμπέλια, έτσι ώστε η ποιότητα της πρώτης ύλης να είναι πλήρως ελεγχόμενη. Στους αμπελώνες καλλιεργούνται ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες, γνωστές αλλά και λιγότερο διαδεδομένες, επιδιώκοντας πάντα, να φέρουν τον ιδιαίτερο χαρακτήρα των εδαφών που από την αρχαιότητα μέχρι και τη νεότερη Ελλάδα, είχαν επιλεγθεί από τους προγόνους για την εγκατάσταση των αμπέλων τους.



Εικόνα 7. Η είσοδος του Κτήματος Παυλίδη.

Το Κτήμα

Το οινοποιείο, το οποίο εμπνεύστηκε και δημιούργησε ο αρχιτέκτονας Παναγιώτης Χατζήνας, είναι ένα κτίσμα μοντέρνο, πρωτοποριακό, έκτασης 3000 τ.μ και βρίσκεται στη βόρεια πλευρά του αμπελώνα στα Κοκκινόγεια. Η minimal αισθητική του, με μοντέρνες, λιτές γραμμές, παραπέμπει ευθέως στη φιλοσοφία του Νέου Κόσμου. Ο σχεδιασμός του οινοποιείου αναδεικνύει τη λειτουργικότητα των

χώρων που στεγάζουν τον τελευταίας τεχνολογίας εξοπλισμό οινοποίησης. Ο εξοπλισμός αυτός, επιλέχθηκε με βάση την αρχή της ελάχιστης δυνατής καταπόνησης του σταφυλιού, του μούστου και του οίνου, έτσι ώστε να μην του στερεί σε καμία φάση τη δυνατότητα έκφρασης των χαρακτηριστικών που είχε αποκτήσει από το αμπέλι.

Οι Αμπελώνες

Οι αμπελώνες του Κτήματος Παυλίδη εκτίθενται στις περιοχές των Κοκκινογείων και Περιχώρας Δράμας. Και οι δύο αυτές περιοχές ήταν γνωστές για τα αμπελοτόπια τους από την αρχαιότητα ακόμη, και μέχρι τα μισά του περασμένου αιώνα.

Τα Κρασιά

Thema (Λευκός, Ροζέ, Ερυθρός)

Emphasis Assyrtiko

Emphasis Chardonnay

Emphasis Tempranillo

Emphasis Syrah

6) Κτήμα Τέχνη Οίνου

Πίσω από το Κτήμα Τέχνη Οίνου βρίσκονται οι Γιάννης Παπαδόπουλος πολιτικός μηχανικός και Γιάννης Καλαϊτζίδης αρχιτέκτονας μηχανικός, πετυχημένοι επαγγελματίες και οι δύο. Το ξεκίνημα γίνεται το 1993 όταν ο Γ. Παπαδόπουλος επενδύει το μεράκι του σ' έναν μικρό οικογενειακό αμπελώνα στο Μικροχώρι Δράμας και ταυτόχρονα στεγάζει το όνειρό του σε ένα χώρο λιτό και αρχίζει την οινοποίηση για χόμπι και προσωπική ικανοποίηση. Δύο χρόνια αργότερα, το 1995, περνάει το κατώφλι του οινοποιείου και ο Γ. Καλαϊτζίδης. Η δημιουργία του κτήματος Τέχνη Οίνου είναι πλέον γεγονός και συνοδεύεται από την κυκλοφορία των πρώτων τους κρασιών, τη σειρά του λευκού, ροζέ και ερυθρού «Τέχνη Αλυπίας» που πολύ γρήγορα κατέλαβαν τη θέση τους στην αγορά των νέων ποιοτικών ελληνικών κρασιών.

Το Κτήμα

Το κομψό, σύγχρονο οινοποιείο του κτήματος Τέχνη Οίνου βρίσκεται στις παρυφές του οικισμού στο Μικροχώρι Δράμας. Το πρώτο τμήμα του οινοποιείου κατασκευάστηκε το 1998 και ακολούθησε, το 2007, η επέκταση του στην άλλη πλευρά του παρακείμενου δρόμου. Οι εργασίες ολοκληρώθηκαν το 2008, αποκαλύπτοντας δύο καλόγουστα κτιριακά συγκροτήματα. Οι δύο πύργοι κτισμένοι παράλληλα στα άκρα των δύο συγκροτημάτων αποτελούν αρχιτεκτονικά δείγματα καλαισθητικής αρμονίας.



Εικόνα 8. Η αριστερή είσοδος του Κτήματος Τέχνη Οίνου.

Οι Αμπελώνες

Οι αμπελώνες του κτήματος Τέχνη Οίνου στο Μικροχώρι Δράμας ατενίζουν το Παγγαίο όρος, βουνό που στην αρχαιότητα συνδέθηκε με τη Διονυσιακή λατρεία και την ορφική διδασκαλία. Για τη δημιουργία τους επιλέχθηκαν επικλινείς τοποθεσίες, με ευνοϊκό νότιο προσανατολισμό, που δεν πλήττονται από ανοιξιάτικους παγετούς. Τα εδάφη είναι κυρίως αμμοαργιλοπηλώδη, ιδανικά για την ανάδειξη των χαρακτηριστικών των ελληνικών και ξενικών ποικιλιών που φυτεύτηκαν. Οι γαλλικές Sauvignon Blanc, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, οι ιταλικές Sangiovese, Nebbiolo, η πορτογαλική Touriga Nacional και οι ελληνικές Ασύρτικο, Αγιορείτικο και Λυμεώνα καλλιεργούνται με ιδιαίτερη φροντίδα και προσήλωση στην ποιοτική έκφραση της πρώτης ύλης. Η σημερινή έκταση των ιδιόκτητων αμπελώνων του κτήματος Τέχνη Οίνου ανέρχεται σε 160 στρέμματα και

από το 2009 ξεκίνησε η φύτευση επιπλέον 100 στρεμμάτων στην Καλή Βρύση σε μια τοποθεσία όπου από αρχαιοτάτων χρόνων ήταν γνωστή η αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή κρασιού όπως μαρτυρεί και η ύπαρξη του Ιερού του Διόνυσου.

Τα Κρασιά

Τέχνη Αλυπίας (Λευκός, Ροζέ, Ερυθρός)

Ήδυσμα Δρυός (Chardonnay Λευκός, Ασύρτικο Λευκός, Merlot Ερυθρός, Syrah Ερυθρός)

“Τέχνη” Μαλαγουζιά Λευκός

Nebbio Ερυθρός

7) Κτήμα Οινογένεσις

Το Κτήμα

Ο Μπάκης Τσάλκος είναι ασφαλώς γνωστότερος από το δημιούργημά του, το Κτήμα Οινογένεσις. Και αυτό γιατί ήταν επί πολλά χρόνια ο οινολόγος του κτήματος Nico Lazaridi, αλλά και δημιουργός του τόσο πετυχημένου Μαγικού Βουνού. Έχει σπουδάσει οινολογία στη Γαλλία, και τα τελευταία χρόνια ασχολείται με το δικό του οινοποιείο, το Κτήμα Οινογένεσις, στην πατρίδα του, το Δοξάτο της Δράμας

Οι Αμπελώνες

Το οινοποιείο έχει στην διάθεσή του υπερσύγχρονο εξοπλισμό και 245 στρεμμάτων ιδιόκτητων αμπελώνων(και 55στρ. συνεργαζόμενα) φυτεμένα με Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Petit Verdot, Ξινόμαυρο, Ασύρτικο, Μαλαγουζιά ,Μοσχάτο, Sauvignon Blanc, Ugni Blanc, Semillon και Viognier. Το 2007 κυκλοφόρησαν τα πρώτα κρασιά του κτήματος, ένα λευκό Sauvignon Blanc Ασύρτικο πετυχημένο blend με πολύ καλά αποτελέσματα στη περιοχή Δράμας -

Καβάλας όπως και το κόκκινο Φεγγίτες blend Cabernet Sauvignon/Cabernet Franc/
Merlot, και ένα ροζέ Cabernet Sauvignon/ Grenache Rouge.



Εικόνα 9. Είσοδος του Κτήματος Οινογένεσις.

Τα Κρασιά

Φεγγίτες (Λευκός, Ροζέ, Ερυθρός)

Δέκα (Λευκός, Ερυθρός)

Σκέρτσο (Λευκός, Ροζέ)

Thyrsus Λευκός

2.2 Δραμοινογνωσία



Εικόνα 10. Λογότυπο της Δραμοινογνωσίας.

Η Δραμοινογνωσία είναι ένα κάλεσμα για τον επισκέπτη ώστε να γνωρίσει τη Δράμα με οδηγό τον οίνο όπου πραγματοποιείται στην πόλη της Δράμας εδώ και δύο έτη. Η ονομασία αυτή προέρχεται από την ένωση των λέξεων Δράμα + Οίνος + Γευσιγνωσία = Δραμοινογνωσία. Πρόκειται για μια γιορτή που ξετυλίγεται από τους αμπελώνες στην ύπαιθρο μέχρι τα εστιατόρια, τα στέκια διασκέδασης και τους δρόμους της πόλης, πάντα με επίκεντρο τον οίνο. Ένα ταξίδι σε εικόνες, αρώματα, γεύσεις και μυρωδιές μέσα από τα μονοπάτια του Διόνυσου. Μια περιήγηση με οδηγό το κρασί σ' έναν τόπο όπου η κουλτούρα της γεύσης του οίνου και του φαγητού αποτελεί ιδιαίτερο κομμάτι της ταυτότητας του. Η γεύση αναδεικνύεται σε μνήμη και πολιτισμό. Η Δράμα αποκαλύπτει σιγά - σιγά τη δύναμη της πολυσυλλεκτικότητας της ως ταυτότητα. Ο τόπος ταυτίζεται με το κρασί και το Διόνυσο. Η πόλη γιορτάζει το κρασί και ανοίγει τις πόρτες των 7 οινοποιείων της περιοχής φτιάχνοντας μια διαδρομή που περνά μέσα από τον πολιτισμό, την οινογευσία και την γαστρονομία.

Η Δραμοινογνωσία αποτελεί πλέον για την πόλη της Δράμας θεμέλιο δημιουργίας τουριστικού προϊόντος υψηλού επιπέδου. Σκοπός της είναι να κινητοποιηθούν όλες οι δημιουργικές δυνάμεις του τόπου της Δράμας, να αναδειχθεί η πόλη ως σημείο συνάντησης των ειδικών και φίλων του κρασιού από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό, παρουσιάζοντάς τους παράλληλα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της γης, ήθη, έθιμα, γαστρονομικές λιχουδιές και τοπικά προϊόντα. Ενός τόπου με πλούσια ιστορία που αξίζει να επισκεφθεί κανείς όλο τον χρόνο, να τον γνωρίσει, να μάθει για αυτόν και μέσω του οινοτουρισμού να επενδύσει σε αυτόν.

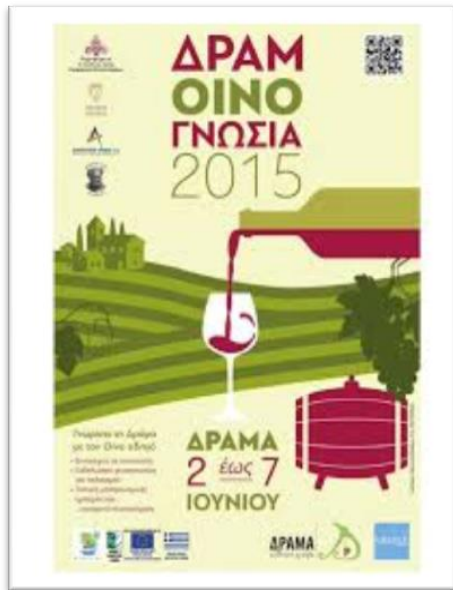
Υπεύθυνοι για την δημιουργία και την διεξαγωγή την Δραμοινογνωσίας είναι η Περιφερειακή Ενότητα Δράμας και ο Αντιπεριφερειάρχης Δράμας. Στόχος της

περιφέρειας είναι η προβολή, και σε βάθος χρόνου καθιέρωση του Νομού Δράμας ως προορισμού οινικού τουρισμού, έχοντας την αμέριστη στήριξη του Περιφερειάρχη Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης. Η διαδικασία αυτή της θεμελίωσης της ταυτότητας του τόπου είναι μακρόχρονη και επίπονη αλλά και ταυτόχρονα επιβεβλημένη από τον ίδιο τον χαρακτήρα του τόπου της Δράμας.

- Ένα ποιοτικό, βραβευμένο και αναγνωρίσιμο τοπικό προϊόν, το κρασί. Γέννημα της δραμινής υπαίθρου.
- Επτά εξαιρετικά οινοποιεία, η αρχιτεκτονική τους, η παρουσία της τέχνης σε αρκετά από αυτά, η ποιότητα των εγκαταστάσεων τους και η ατομική φήμη του κάθε οινοποιού επιχειρηματία μέσα από την ποιότητα και την εικόνα του προσφερόμενου προϊόντος.
- Ο πολιτισμός και η παράδοση σε σχέση με τον Διόνυσο και την ταύτιση του με το κρασί στο τόπο.
- Ο γαστρονομικός πλούτος της περιοχής λόγω της πολυσυλλεκτικότητας του.
- Η δυνατότητα για πλήθος εναλλακτικών δραστηριοτήτων στην ευρύτερη περιοχή.

Στα πλαίσια της Δραμοιγνωσίας την πόλη της Δράμας έχουν επισκεφτεί σημαντικοί άνθρωποι όπου έχουν έρθει για να δουν, να γευτούν, να συμμετάσχουν και να ενισχύσουν με όποιο τρόπο μπορούν, όπως ο Υφυπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κ. Παναγιώτης Σγουρίδης, η Υφυπουργός Εσωτερικών και Διοικητικής Ανασυγκρότησης (Μακεδονίας-Θράκης), κα. Μαρία Κόλλια – Τσαρουχά. Ακόμη παραβρέθηκαν στην Δραμοιγνωσία και ο Πρόξενος της Γερμανίας στην Θεσσαλονίκη κ. Ingo Von Voss, ο Πρόξενος της Βουλγαρίας στη Θεσσαλονίκη κ. Ivan Kostadinov, η Πρόξενος της Σερβίας στην Θεσσαλονίκη, κ. Sasa Kolundzija, ο πρόξενος των Η.Π.Α. στην Θεσσαλονίκη, κ. Robert Sanders οι οποίοι επισκέφθηκαν την Δράμα αποδεχόμενοι την πρόσκληση του Αντιπεριφερειάρχη. Σημαντική ήταν και η επίσκεψη της αρχισυντάκτριας του Lonely Planet, Karyn Noble, όταν επισκέφτηκε τη Δράμα στα πλαίσια των εκδηλώσεων της Δραμοιγνωσίας 2015, μετά από πρόσκληση του Δημάρχου Δράμας, και δημοσίευσε άρθρο με τον τίτλο: Exploring Drama, northern Greece's best- kept

secret (Εξερευνώντας την Δράμα, ένα καλά κρυμμένο μυστικό της Βόρειας Ελλάδας), δημοσιεύτηκε στις 7 Αυγ 2015, στο Lonely Planet το μεγαλύτερο εκδότη ταξιδιωτικών οδηγιών στον κόσμο, ένα εξαιρετικό άρθρο για την Δράμα αλλά και την ευρύτερη περιοχή του Νομού. Το άρθρο για τη Δράμα κοινοποιήθηκε από το Lonely Planet σε 3.2 εκατ. Followers. Μπορείτε να διαβάσετε όλο το άρθρο (αγγλικά) εδώ: <http://www.lonelyplanet.com/greece/travel-tips-and-articles/exploring-drama-northern-greeces-best-kept-secret#ixzz3iF9MTZzS>



Εικόνα 11. Δραμοινογνωσία 2015



Εικόνα 12. Δραμοινογνωσία 2016

Για την διεξαγωγή και την υλοποίηση της Δραμοινογνωσίας στο Νομό Δράμας συμμετέχουν φορείς όλων των ειδών. Σε αυτούς ανήκουν πρώτα από όλα τα οινοποιεία της Δράμας, οι Δήμοι του νομού διοργανώνοντας κοινωνικές και μουσικές εκδηλώσεις, σχολεία, τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί, ξενοδοχεία, μουσικοί, εικαστικοί καλλιτέχνες, χορωδίες, λαογραφικά μουσεία, πολιτιστικοί και μορφωτικοί σύλλογοι δημοτικών κοινοτήτων, συνεταιρισμοί όπου εκθέτουν τα προϊόντα τους, εστιατόρια και καφέ – μπαρ όπου οργανώνουν βραδιές που συνδυάζουν τα κρασιά με επιλεγμένα γι αυτήν την περίπτωση πιάτα, αρχαιολόγοι όπου μιλούν για θέματα όπως την διονυσιακή λατρεία στην ευρύτερη περιοχή της Δράμας. Επίσης διοργανώνονται σε κάθε γωνιά της πόλης μικρές και μεγάλες μουσικές και χορευτικές παραστάσεις καθημερινά, που έχουν ως αποτέλεσμα να επικρατεί ένα κλίμα εορτασμού στην πόλη, δίνοντας έτσι χαρά και ζωή τόσο στην πόλη, όσο και στους πολίτες της Δράμας.



Εικόνα 13. Οινικός χάρτης Νομού Δράμας.

Τα οινοποιεία που συμμετέχουν στην Δραμοινογνωσία είναι 7 και είναι τα εξής: Κτήμα Γέννημα Ψυχής, Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη, Κτήμα Μιχαηλίδη, Κτήμα Παυλίδη, Κτήμα «Τέχνη Οίνου», Οινογένεσις, Château Nico Lazaridi.



Εικόνα 14. Δραμοινογνωσία 2017

Φέτος η Δραμοινογνωσία 2018 ανοίγει τις πόρτες τις για απανταχού οινόφιλους την τελευταία εβδομάδα του Μαΐου, από τη Δευτέρα 20 έως την Κυριακή 27. Η κορύφωση των εορταστικών εκδηλώσεων το Σαββατοκύριακο συμπίπτει φέτος με τον θεσμό «Ανοιχτές Πόρτες».



Εικόνα 15. Δραμοινογνωσία 2018

2.3 Δρόμοι του Κρασιού

Οι Δρόμοι του κρασιού είναι μία εκδρομική πρόταση προς τον σύγχρονο περιηγητή, οι οποίοι προτείνουν επιλεγμένες διαδρομές που διασχίζουν τα πιο γραφικά σημεία μιας αμπελουργικής ζώνης. Δρόμους του Κρασιού βρίσκουμε σχεδόν σε όλες τις οινοπαραγωγικές χώρες. Στην Ελλάδα, η πρώτη προσπάθεια πραγματοποιήθηκε από 13 οινοπαραγωγούς του βορειοελλαδικού χώρου, οι οποίοι το 1993 ίδρυσαν την Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος με το διακριτικό τίτλο «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος».

Το κρασί, όπως παλαιότερα το μετάξι, έχει δημιουργήσει μια ιδιαίτερη γεωγραφία. Οι δρόμοι του κρασιού στην Ελλάδα διέρχονται μέσα από τις σημαντικότερες αμπελουργικές και οινοποιητικές περιοχές, έτσι δίνεται η ευκαιρία στον ταξιδιώτη να απολαύσει εξαιρετικά κρασιά, μικρής παραγωγής, βιολογικής καλλιέργειας, βραβευμένα και καταξιωμένα σε διεθνείς διαγωνισμούς, ακριβώς στον τόπο παραγωγής τους. Η γνωριμία με τον κόσμο του κρασιού είναι μια βαθιά μυσταγωγική εμπειρία, που επιτρέπει στον άνθρωπο να εκτιμήσει ακόμα περισσότερο αυτό το εκλεκτό προϊόν.

Σήμερα, τα 29 μέλη της Ένωσης προτείνουν 34 επισκέψιμα οινοποιεία σε 8 διαδρομές που διασχίζουν απ' άκρη σε άκρη τη Βόρεια Ελλάδα, κάνοντας στάσεις στους σημαντικούς αμπελοτόπους της Θεσσαλίας, της Ηπείρου, της Μακεδονίας και της Θράκης. Πινακίδες δείχνουν τον δρόμο για αμπελώνες και οινοποιεία. Ο χάρτης συμπληρώνεται με αξιολογία εστιατόρια, ταβέρνες, ξενώνες και ξενοδοχεία, καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα και χώρους με εναλλακτικές δραστηριότητες, όλα συνεργαζόμενα μέλη των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος που έχουν αξιολογηθεί βάσει κοινών προδιαγραφών και φέρουν το αντίστοιχο ειδικό σήμα.

Οι διαδρομές χωρίζονται στις διαδρομές του κρασιού της Χαλκιδικής, της Θεσσαλονίκης, της Ηπείρου, της Νάουσας, της Πέλλας – Γουμένισσας, του Διονύσου, των Θεών του Ολύμπου και των Λιμνών. Η περιοχή του Νομού της Δράμας, μαζί με τους γειτονικούς Νομούς Καβάλας, Ξάνθης, Ροδόπης ανήκουν στην οινική διαδρομή του Διονύσου. (Νέτσικα 2001: 7)

Η διαδρομή του κρασιού του Διονύσου αρχίζει από το Παγγαίο Όρος, το Κοκκινοχώρι στο Δήμο Ορφανού και περνά από την πόλη της Καβάλας για να συνεχίσει προς την πόλη της Δράμας, περνώντας από το Μικροχώρι. Στη συνέχεια, ανηφορίζοντας προς το Φαλακρόν Όρος, φτάνει στα Κοκκινόγεια στο Δήμο Προσοτσάνης και διασχίζει προς τα δυτικά το νομό Σερρών προς τον πλούσιο υδροβιότοπο της Κερκίνης.

Επιστρέφοντας στην Καβάλα, ο επισκέπτης θα κατευθυνθεί ανατολικά προς τη Θράκη, με τελικό προορισμό το νομό Έβρου. Στη διαδρομή, η Κοιλιάδα του Νέστου, η παραδοσιακή Ξάνθη, τα Άβδηρα, πατρίδα του Δημόκριτου, η λιμνοθάλασσα Βιστωνίδα με το φυσικό όρμο Πόρτο Λάγος και η Κομοτηνή. Πιο ανατολικά ο επισκέπτης θα συναντήσει τη Μαρώνεια, το όμορφο χωριό με τα παλιά αρχοντικά στις πλαγιές του Ίσμαρου και θα κλείσει την περιήγησή του στο Σουφλί.

Στη Διαδρομή, ερχόμενοι από τη Θεσσαλονίκη, θα συναντήσουμε πρώτα το περίφημο λιοντάρι και τα ερείπια της αρχαίας πόλης της Αμφιπόλεως. Σε μικρή απόσταση στην Κάρυανη βρίσκεται το Κτήμα Χατζηγεωργίου και λίγα χιλιόμετρα πιο βόρεια, στο Κοκκινοχώρι, βρίσκεται το Κτήμα Βιβλία Χώρα. Συνεχίζοντας παραλιακά τη Διαδρομή μας, θα συναντήσουμε την αμφιθεατρικά κτισμένη η Καβάλα με το περίφημο Βυζαντινό κάστρο, τα Τείχη και το επιβλητικό υδραγωγείο.

Ο δρόμος που οδηγεί από την Καβάλα στη Δράμα περνά από τον αρχαιολογικό χώρο των Φιλίππων. Οι ανασκαφές στη θέση της αρχαίας πόλης και στα περίχωρα απεκάλυψαν ίχνη της Εγνατίας οδού, τη περίφημη ρωμαϊκή αγορά, το γνωστό αρχαίο θέατρο και πλήθος οικοδομημάτων. Πιο ψηλά στο Παγγαίον Όρος βρίσκεται το βυζαντινό μοναστήρι της Εικοσιφοινίτσας, με την Αχειροποίητη εικόνα της Παναγίας.

Πριν φτάσουμε στη Δράμα, ο δρόμος κατευθύνεται για λίγο ανατολικά, στο Μικροχώρι. Εκεί, θα επισκεφθούμε το Κτήμα Τέχνη Οίνου Μικροχωρίου. Η πόλη της Δράμας είναι χτισμένη στους πρόποδες του Φαλακρού Όρους που οι ντόπιοι ονομάζουν `βουνό των λουλουδιών`. Η περιήγηση στην περιοχή είναι ιδανική για όσους αγαπούν το βουνό και το δάσος. Θα βρουν: χιονοδρομικό κέντρο και τέσσερα ορεινά καταφύγια, το σπήλαιο του Μααρά με πολύχρωμους σταλακτίτες και αντανακλάσεις, το πανέμορφο δάσος της Ελάτης. Θα συνεχίσουμε βορειοανατολικά,

στα Κοκκινόγεια Δράμας μετά την Προσοτσάνη, για να επισκεφθούμε το Κτήμα Παυλίδη.

Στη συνέχεια, ο δρόμος κατευθύνεται στη Θράκη. Περνά από την Ξάνθη, την πόλη με τα χίλια χρώματα, με στολίδι την ανέπαφη και διατηρητέα Παλιά Πόλη, όπου ένας περίπατος στα στενά σοκάκια και αρχοντικά που θυμίζουν το μεγαλείο της θα συναρπάσει τον επισκέπτη και φυσικά τη νέα πόλη με τα μοντέρνα κτίρια και εμπορικά της κέντρα.

Έπειτα, κατηφορίζει προς το Θρακικό πέλαγος και φτάνει στα Άβδηρα, για να επισκεφτούμε το οινοποιείο του Κτήματος Βουρβουκέλη, τον παραδοσιακό οικισμό, το λαογραφικό και το αρχαιολογικό μουσείο και την αρχαία πόλη. Συνεχίζει δίπλα στη Βιστωνίδα, απέραντη λιμνοθάλασσα μοναδικής ομορφιάς και παγκοσμίως γνωστή ως καταφύγιο άγριων πτηνών της Μεσογείου. Κάνει μια στάση στο γραφικό λιμάνι του Πόρτο Λάγος και φτάνει στο κέντρο της Θράκης, στη Ροδόπη με τη Μαρώνεια και την ομηρική Ίσμαρο - την πατρίδα του οίνου με τον οποίο, σύμφωνα με τον Όμηρο στην Οδύσσεια, ο πολυμήχανος Οδυσσέας μέθυσσε τον Κύκλωπα απελευθερώνοντας εαυτό και συντρόφους. Σήμερα, οι νεοφύτευτοι αμπελώνες, αποδεικνύουν τη προσπάθεια αναβίωσης και συνέχισης μιας πανάρχαιας οινοποιητικής παράδοσης. Η διαδρομή του Διονύσου συνεχίζεται στην ανατολική Ελλάδα, περνώντας από την Αλεξανδρούπολη, τις Φέρες και το Σουφλί, την πόλη με την μεγάλη παράδοση στην παραγωγή μεταξιού.

Σημαντικό είναι επίσης ότι το οινοτουριστικό δίκτυο «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος» επιβραβεύθηκε πρόσφατα με τιμητική διάκριση ως μία από τις «κορυφαίες πρακτικές του Ελληνικού Τουρισμού» στα Tourism Awards 2014, για τη συμβολή του στην ανάπτυξη και την προώθηση του οινοτουρισμού στην Ελλάδα, γεγονός που δείχνει πόσο σημαντικός τομέας του τουρισμού της χώρας γίνεται ολοένα και περισσότερο το κρασί.

Αξίζει να σημειωθεί πως μία από τις σημαντικότερες δράσεις που σχετίζεται άμεσα με το θεσμό «Δρόμοι του κρασιού Βορείου Ελλάδος» είναι η διοργάνωση του θεσμού «Ανοιχτές Πόρτες».

Οι «Ανοιχτές Πόρτες» πραγματοποιούνται εδώ και 12 χρόνια στα οινοποιεία – μέλη των «Δρόμων του κρασιού της Βορείου Ελλάδος» έχοντας καθιερωθεί πλέον τα

τελευταία χρόνια και στους υπόλοιπους «Δρόμους του Κρασιού» της Ελλάδας. Στόχος της εκδήλωσης είναι, κάθε οινοποιείο που συμμετέχει να δημιουργήσει ένα ιδιαίτερο γεγονός γύρω από το κρασί σε εορταστικό κλίμα που θα προσκαλέσει το καταναλωτή στο χώρο παραγωγής του. Οι φίλοι του κρασιού αντίστοιχα, περιμένουν το γεγονός και προγραμματίζουν την επίσκεψή τους σε ένα ή περισσότερα οινοποιεία, ακολουθώντας τις οκτώ διαφορετικές οινικές διαδρομές. Στα οινοποιεία πραγματοποιούνται εκδηλώσεις, όπως ειδικές ξεναγήσεις, κάθετες γευστικές δοκιμές, εικαστικές εκθέσεις και δρώμενα, μουσικές παραστάσεις, ειδικό πρόγραμμα για τους μικρούς φίλους και πολλά ακόμη. Οι επισκέπτες των οινοποιείων μπορούν να αγοράσουν κρασιά σε ειδικές τιμές, αλλά και να συμμετέχουν σε κλήρωση δώρων, εφόσον συμπληρώσουν το σχετικό δελτίο συμμετοχής.



Εικόνα 16. Χάρτης περιοχών από τους δρόμους του κρασιού Βορείου Ελλάδος.

2.4 Ιερό Διονύσου – Καλή Βρύση, Νομού Δράμας

Στο Νομό Δράμας αποτελεί κυρίαρχη θεότητα ο Διόνυσος, ο μασκοφόρος θεός της έκστασης, της γονιμότητας της Γης, του κρασιού, της διασκέδασης, της ίδιας της ζωής. Γι' αυτό και εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζει η ύπαρξη στο Δημοτικό Διαμέρισμα Καλής Βρύσης Ιερού Διονύσου λατρείας πρώιμων ελληνιστικών χρόνων, που σώζεται σε αρκετά καλή κατάσταση. Η περιοχή πλούσια σε αρχαιότητες από τους προϊστορικούς μέχρι τους βυζαντινούς χρόνους, έπαιξε σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της πολιτιστικής και ιστορικής φυσιογνωμίας του τόπου αυτού.

Το Ιερό βρίσκεται στη θέση «μικρή τούμπα» και απέχει 2,5 χιλιόμετρα από το Δημοτικό Διαμέρισμα Καλής Βρύσης και δεσπόζει σε όλη την κοιλάδα του ποταμού Αγγίτη, επάνω σε ένα πλάτωμα – φυσική θέση σημαντική και αξιόλογο πέρασμα για διάφορες εποχές, ανάμεσα στα βουνά Μενοίκιο και Φαλακρό, που βρίσκεται απέναντι, και σε μικρή απόσταση από το Σπήλαιο των Πηγών του ποταμού Αγγίτη.

Το κτίριο ωραίας τοιχοδομίας, είναι μοναδικό δείγμα κτίσματος ιστορικών χρόνων για το Νομό Δράμας. Μια πρώτη προσπάθεια χρονολόγησης που στηρίζεται σε ευρήματα μας οδηγεί στα τέλη του 4ου αιώνα με αρχές του 300 π.Χ.

Με τις ανασκαφές αποκαλύφθηκε ένα παχύ στρώμα καταστροφής από φωτιά και θραύσματα αγγείων καθώς και νομίσματα μαζί με κομμάτια από πλιθιά και καμένα ξύλα, τα οποία μαρτυρούν το βίαιο πέρασμα της φωτιάς που προκάλεσε μεγάλες καταστροφές. Στην ίδια περιοχή βρέθηκε μαρμάρινη προτομή του θεού Διόνυσου ρωμαϊκών χρόνων.

Η σπουδαιότητα του ναού και η δυνατότητα προσέλκυσης επισκεπτών οι οποίοι θα μπορέσουν από κοντά να θαυμάσουν το μεγαλοπρεπή ιερό του Διόνυσου επέβαλε την πραγματοποίηση μιας σειράς έργων και ενεργειών όπως: προσεκτική ανασκαφή η οποία έγινε από ομάδες ειδικευμένων αρχαιολόγων και η οποία ανάδειξε πλήρως το ιερό του Διονύσου, περίφραξη του χώρου του ιερού προς αποφυγή καταστροφών και κλοπών, κατασκευή στεγάστρου η οποία συμβάλει στην προστασία τόσο του ιερού όσο και των επισκεπτών από δυσμενή καιρικά φαινόμενα, απαλλοτρίωση των γύρω

αγροτεμαχίων και δημιουργία χώρων στάθμευσης καθώς και ασφαλτόστρωση του δρόμου από το Δημοτικό Διαμέρισμα Καλής Βρύσης προς το ιερό.

Έτσι για έναν τουρίστα που επισκέπτεται τον νομό Δράμας το Ιερό του Διονύσου αποτελεί μια εναλλακτική επιλογή για κάποιον που θα ήθελε να δει την ιστορία του τόπου όσον αφορά αρχαία μνημεία τα οποία σχετίζονται με το κρασί και την λατρεία του. Η πρόσβαση με τα έργα που έχουν γίνει, γίνεται με πολύ εύκολο τρόπο, έτσι το μόνο που μένει για έναν οινοτουρίστα είναι να το επισκεφτεί.



Εικόνα 17. Εξωτερική εικόνα του Ιερού.



Εικόνα 18. Εσωτερική εικόνα του Ιερού.

3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μεθοδολογία αναφέρεται στην πορεία, τις αρχές και τις διαδικασίες μέσω των οποίων προσεγγίζονται τα προβλήματα και αναζητούνται λύσεις. Η μεθοδολογία συνδέεται με τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας κατά την οποία οι υποθέσεις, τα ενδιαφέροντα και οι στόχοι επηρεάζουν άμεσα τις μεθοδολογικές διαδικασίες που επιλέγονται. Οι μέθοδοι τις περισσότερες φορές σχετίζονται με υποθέσεις και στόχους παρά με τη θεωρία και τις προοπτικές. Σύμφωνα με τον Rose είναι πολύ σημαντική η μεθοδολογία σε μία έρευνα. Χαρακτηριστικά σημειώνει ότι τα γεγονότα δε βρίσκονται απλά γύρω μας περιμένοντας να τα ανασύρουμε, αλλά χρειάζεται να αποκοπούν από το συνεχές του ιστού της τρέχουσας πραγματικότητας, να παρατηρηθούν σε ένα συγκεκριμένο πλαίσιο αναφοράς, να μετρηθούν με ακρίβεια και να παρατηρηθούν σε σχέση με άλλα γεγονότα. Όλα τα παραπάνω συνιστούν τη σημασία της μεθόδου. Οι μέθοδοι στην πραγματικότητα είναι μέρος του ευρύτερου θεωρητικού κοινωνιολογικού πλαισίου το οποίο περιλαμβάνει τη θεωρία, τις υποθέσεις, τους στόχους, τις προοπτικές και τις τεχνικές. Η χρησιμοποίηση κάποιας ερευνητικής μεθόδου, απαλλαγμένη από τα ατομικά κίνητρα των επιστημόνων, τις προσωπικές τους απόψεις και προκαταλήψεις, τις αξίες και τις ιδεολογίες τους είναι σε θέση να προωθήσει τη μεταβίβαση των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Το συμπέρασμα είναι ότι υπάρχει μία συνεχής σχέση μεταξύ προβλημάτων και λύσεων που καταδεικνύει τη μεγαλύτερη σημασία που χρειάζεται να δίνεται στο ρόλο της θεωρίας κατά την ερευνητική διαδικασία. (Σιάρδος, 2009: 6-10)

Στο επόμενο κεφάλαιο πρόκειται να διεξάγουμε μία ποιοτική έρευνα χρησιμοποιώντας ως μέθοδο τη μελέτη περίπτωσης και τα ερωτηματολόγια.

Με τον όρο ποιοτική μέθοδο έρευνας εννοούμε οποιαδήποτε μέθοδο συλλογής δεδομένων, ερμηνείας και εξαγωγής συμπερασμάτων χωρίς να κάνουμε χρήση των μαθηματικών μεθόδων. Δεν καταμετρώνται συχνότητες ή ποσοστά, αλλά προσπαθούμε να ανακαλύψουμε τα βαθύτερα αίτια που δημιουργούν ένα φαινόμενο. Στις ποιοτικές έρευνες θα πρέπει τις περισσότερες φορές να απευθυνθούμε σε κάποιον ειδικό για να κατανοήσουμε τα αίτια εμφάνισης ενός φαινομένου και να βοηθηθούμε στην διεξαγωγή έγκυρων συμπερασμάτων. Τέλος, τα συμπεράσματά της

βασίζονται σε παρατήρηση, συζήτηση και άλλες μεθόδους, αλλά όχι σε αριθμητικά δεδομένα.

Κατά την μελέτη περίπτωσης χρησιμοποιούμε πολλαπλές μεθόδους έρευνας, δεν πρόκειται για μία αυτοτελή μέθοδο, αλλά για μία ποικιλία διαφορετικών ποσοτικών και ποιοτικών μεθόδων. Είναι λοιπόν μία μελέτη ενός φαινομένου που έχει ως στόχο την εφαρμογή της θεωρητικής γνώσης στην πράξη και την ανάπτυξη της αναλυτικής σκέψης, της κρίσης και των επικοινωνιακών δεξιοτήτων των συμμετεχόντων. Οι μελέτες περιπτώσεων είναι ουσιαστικά ασκήσεις στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Κάποιες φορές στις μελέτες περιπτώσεων χρησιμοποιούμε για την ενίσχυσή τους ορισμένα εργαλεία όπως είναι τα ερωτηματολόγια. Το χαρακτηριστικό των ερωτηματολογίων είναι ότι πρόκειται για κατασκευασμένες ερωτήσεις, οι οποίες πρέπει να απαντηθούν χωρίς αλλαγές από όλους τους ερωτώμενους. Συγκεκριμένα στη δική μας έρευνα θα χρησιμοποιήσουμε το ερωτηματολόγιο, όπου έχει απαντηθεί από τα οινοποιεία που επισκεφθήκαμε, ώστε να πάρουμε τις απαντήσεις που θέλουμε για την ανάλυση της έρευνας μας. Το ερωτηματολόγιο έγινε ως προσωπική συνέντευξη στους υπεύθυνους που μας ξενάγησαν, στα πλαίσια των επισκέψεων μας στα οινοποιεία. Έπειτα από τηλεφωνική συνεννόηση με τις γραμματείες των οινοποιείων, κλείσαμε το πρώτο μας ραντεβού στο οινοποιείο Τέχνη Οίνου, όπου εκεί μας περίμενε και μας ξενάγησε ο κύριος Ηρακλής, ο οποίος ήταν υπεύθυνος για τις ξεναγήσεις και μας απάντησε ο ίδιος στο ερωτηματολόγιο μας. Στη συνέχεια, και κατά τη διάρκεια της περιόδου μετά τον τρύγο, επισκεφθήκαμε και τα υπόλοιπα τρία οινοποιεία. Παρόλο το φορτωμένο τους πρόγραμμα, όπως μας ανέφεραν, και κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας, μπόρεσαν να μας δεχτούν, με τη διαφορά πως ξεναγηθήκαμε από τους ίδιους τους ιδιοκτήτες. Τον κύριο Νίκο Λαζαρίδη, τον κύριο Κώστα Λαζαρίδη και τον κύριο Χριστόφορο Παυλίδη, αντίστοιχα για τα οινοποιεία τους, οι οποίοι απάντησαν και στα ερωτηματολόγια. Το ερωτηματολόγιο ξεκινά με κάποιες γενικές ερωτήσεις για τον οινοτουρισμό και την Δραμοινογνωσία, καθώς και τις εντυπώσεις που άφησαν. Στη συνέχεια περνάμε σε ερωτήσεις που αφορούν τους τρόπους που προωθούν τα προϊόντα και γενικά την επιχείρησή τους. Επίσης, ζητάμε να μας απαντήσουν για τον ανταγωνισμό και τις αγορές που στοχεύουν και τελειώνουμε με τις ειδικές ερωτήσεις που έχουν να κάνουν με τις τιμές και την επισκεψιμότητα που έχει κάθε οινοποιείο.

Ως μελέτη περίπτωσης θα αναλύσουμε το οινοποιείο Τέχνη Οίνου. Θα ασχοληθούμε με τον τρόπο που προωθούν την επιχείρησή τους και τα προϊόντα τους. Θα παρουσιάσουμε το πλάνο ξενάγησης του οινοποιείου, όπως επίσης και κάποια οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης, που μας δόθηκαν από τη γραμματεία της. Με τη βοήθεια της γραμματείας του οινοποιείου, όπου ήταν πολύ συνεργάσιμη μαζί μας καταφέραμε να συλλέξουμε πολλά στοιχεία για την έρευνα μας και την εξαγωγή των αποτελεσμάτων που θα αναφερθούν παρακάτω. Κατά την διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας είχαμε συνεχή επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και μας έδωσαν αρκετό υλικό, ώστε να μπορέσουμε να ολοκληρώσουμε όσο το δυνατόν πληρέστερα την εργασία μας.

4. ΕΡΕΥΝΑ

Το παρόν κεφάλαιο ασχολείται με την έρευνα που έγινε στα οινοποιεία των περιοχών της Δράμας, στην Ανατολική Μακεδονία και συγκεκριμένα θα αναλυθεί εκτενέστερα η μελέτη περίπτωσης για το οινοποιείο Τέχνη Οίνου των Γιάννη Παπαδόπουλου και Γιάννη Καλαϊτζίδη, στο Μικροχώρι, Δράμας. Θα δούμε το πλάνο ξενάγησης της επιχείρησης, θα παραθέσουμε ορισμένα από τα πολλά μετάλλια που έχουν πάρει, θα δούμε φωτογραφίες και θα εξηγήσουμε κάποια διαγράμματα σχετικά με την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Όλα αυτά τελειώνοντας θα τα αποδείξουμε με το ερωτηματολόγιο και θα τα συνδέσουμε με τη θεωρία της εργασίας.

4.1 Μελέτη Περίπτωσης– Οινοποιείο «ΤΕΧΝΗ ΟΙΝΟΥ»

Επισκεπτόμενος κάποιος το οινοποιείο Τέχνη Οίνου έρχεται αντιμέτωπος με ένα υπέροχο κτίσμα. Υπάρχουν δύο κτήρια κτισμένα παράλληλα το ένα με το άλλο, όπου χωρίζονται με δρόμο, αποτελούν αρχιτεκτονικά δείγματα καλαισθητικής αρμονίας, όπως θα δούμε και στις φωτογραφίες που ακολουθούν.



Εικόνα 19. Λήψη από τη δεξιά πλευρά των κτηρίων του οινοποιείου Τέχνη Οίνου



Εικόνα 20. Λήψη από την αριστερή πλευρά των κτηρίων του οινοποιείου Τέχνη Οίνου

Τα κτήρια είναι πολύ όμορφα και σχετικά καινούρια, διότι η ιστορία τους ξεκινά το 1993. Αμέσως η γραμματεία υποδέχεται τον επισκέπτη και καλεί τον υπεύθυνο που θα κάνει την ξενάγηση στο οινοποιείο. Όλοι είναι πολύ ευγενικοί και η ξενάγηση αρχίζει. Μπαίνοντας από τη δεξιά είσοδο του κτηρίου και κατεβαίνοντας στο υπόγειο η μυρωδιά του κρασιού και των βαρελιών είναι μεθυστική. Ο φωτισμός είναι πολύ χαμηλός και η θερμοκρασία κατάλληλη για την διατήρηση των κρασιών. Το θέαμα είναι εντυπωσιακό. Προκαλείται δέος γι' αυτή την κομψότητα και την ομορφιά. Όλα τα κρασιά τακτοποιημένα κατά χρονολογία, χρώμα, ποικιλία.



Εικόνα 21. Υπόγεια κάβα και συλλογή των φιαλών κατά χρονολογία χρώμα και ποικιλία

Στη συνέχεια και επειδή τα δύο κτήρια επικοινωνούν μέσω υπόγειου τούνελ, όπου έχει μετατραπεί σε κάβα παλαίωσης, όπως φαίνεται και στη φωτογραφία που ακολουθεί με έκταση 2.500 τ.μ., έχουν δυναμικό παραγωγής 300.000 φιαλών ετησίως.



Εικόνα 22. Υπόγεια κάβα παλαίωσης

Η ξενάγηση πραγματοποιείται στους χώρους παραγωγής, οινοποίησης και παλαίωσης των κρασιών, όπως αναφέρεται και παραπάνω. Μία ακόμη δυνατότητα που έχει κάποιος επισκεπτόμενος το οινοποιείο είναι η γευστική δοκιμή, η οποία περιλαμβάνει 3-5 ετικέτες κρασιών που συνοδεύονται (προαιρετικά) από ποικιλία τυριών και αλλαντικών. Επιπλέον, υπάρχει ειδικός χώρος για δεξιώσεις ή εκδηλώσεις, όπου μπορούν να λάβουν μέρος στο οινοποιείο, καθώς και για φιλοξενούμενους φίλους του κρασιού.

Στόχος του κτήματος είναι η ανάδειξη του άριστου εγκλιματισμού συγκεκριμένων κοσμοπολίτικων, αλλά και ελληνικών ποικιλιών σταφυλιού, στο οικοσύστημα της Δράμας.

Από την επίσκεψη κάποιου στο οινοποιείο Τέχνη Οίνου προκύπτουν τα εξής πλεονεκτήματα. Αρχικά, έχει την δυνατότητα να δοκιμάσει τα κρασιά και να γνωρίσει από κοντά τους ανθρώπους που τα φτιάχνουν. Μπορεί να αγοράσει κρασιά που δεν μπορεί να βρει πουθενά αλλού, όπως είναι τα συλλεκτικά. Ανακαλύπτει, βιώνει, συμμετέχει και γνωρίζει τα ειδικότερα στοιχεία που εμπλέκονται στην

παραγωγή του κρασιού. Και ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα είναι, ότι μαθαίνει την ιστορία, τον πολιτισμό και την κουλτούρα της περιοχής.

Η δημιουργία του κτήματος, το 1995 συνοδεύεται από την κυκλοφορία των πρώτων τους κρασιών, τη σειρά του λευκού, ροζέ και ερυθρού "Τέχνη Αλυπίας", που πολύ γρήγορα κατέλαβαν τη θέση τους στην αγορά των νέων ποιοτικών ελληνικών κρασιών. Στη συνέχεια ακολούθησαν το Chardonnay Ήδυσμα Δρυός, το 1999, στην οποία σειρά μονοποικιλιακών κρασιών σταδιακά προστέθηκαν τα: "Ασύρτικο", "Merlot" και "Syrah". Για πρώτη φορά το 2011 κυκλοφόρησε από το κτήμα, η "Τέχνη Μαλαγουζιά". Μάλιστα το κρασί αυτό είναι ένα από τα τρία κρασιά που ήπιαν ο Francois Hollande, κατά την επίσκεψη του στην Ελλάδα σε δείπνο που του παρατέθηκε με τον πρωθυπουργό της χώρας μας Αλέξη Τσίπρα.

Ένα ακόμη πολύ αξιόλογο γεγονός που μάθαμε από την έρευνα μας για το οινοποιείο «Τέχνη Οίνου» είναι η συμμετοχή του στη Δραμοινογνωσία, στην πρωτόγνωρη αυτή εκδήλωση κρασιού που γίνεται στη Δράμα για δεύτερη χρονιά το 2015, καθώς και η συμμετοχή του στους Δρόμους του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος από το 2009.

Το κτήμα «Τέχνη Οίνου» από το 1999 έχει κατακτήσει πάρα πολλά βραβεία και μετάλλια, που το κατατάσσουν σε ένα από τα καλύτερα οινοποιεία στην Ελλάδα. Το 1999 λοιπόν κατακτά το ασημένιο μετάλλιο, για το κρασί "Τέχνη Αλυπίας Ερυθρό" της χρονιάς 1996, σε διεθνή διαγωνισμό στη Γαλλία. Είναι το πρώτο τους μετάλλιο και ακολουθούν πολλά ακόμα. Παρακάτω παρατίθενται δύο πίνακες με βραβεία, μετάλλια και αριστεία που έχουν κατακτήσει σε διάφορους διαγωνισμούς εντός κι εκτός Ελλάδας.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται όλα μετάλλια που έχουν καταλάβει κρασιά του οινοποιείου Τέχνη Οίνου από το 2005 έως το 2015, τα χρυσά, τα ασημένια και τα χάλκινα, όπως και μια διαφορετική κατηγορία μεταλλίων που ονομάζονται ειδικά μετάλλια τα οποία είναι μια εξίσου σημαντική διάκριση για την συμμετοχή ενός οινοποιείου σε διαγωνισμό. Στον πίνακα παρατηρείτε η σταθερή διάκριση που λαμβάνουν τα κρασιά του οινοποιείου κάθε χρόνο, δείχνοντας έτσι πως η ποιότητα τους είναι τελικά αυτή που ξεχωρίζει και τους κάνει να έχουν διακρίσεις συνεχώς.

Μετάλλια/ Έτος	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Χρυσά	6	3	5	2	4	4	4	2	2	3	4
Ασημένια	17	6	3	0	1	0	6	9	13	8	9
Χάλκινα	2	3	1	0	0	1	1	8	4	7	14
Ειδικά Μετάλλια	0	3	1	2	2	1	2	2	5	2	0

Πίνακας 1. Μετάλλια Κτήματος "Τέχνη Οίνου" από 2007 έως 2017

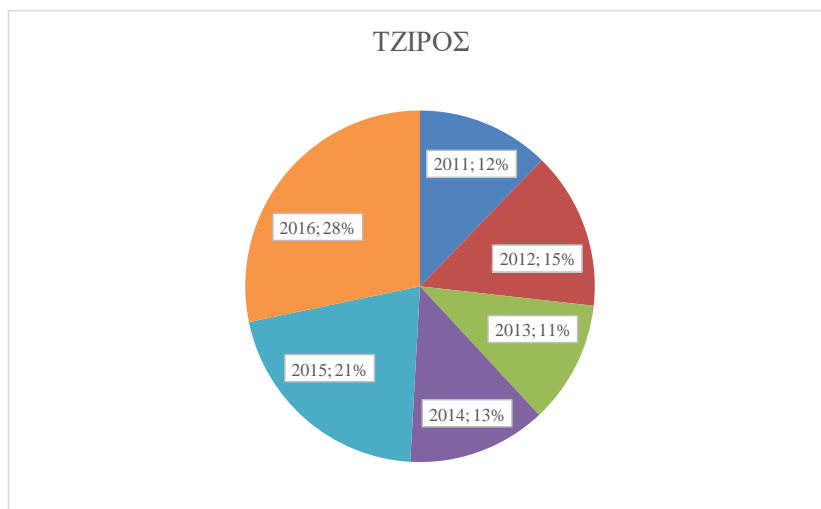
Στον επόμενο πίνακα ζητήσαμε από τους υπευθύνους του οινοποιείου να μας υποδείξουν ποια είναι τα τρία σημαντικότερα βραβεία που έχουν λάβει τα κρασιά τους την τελευταία δετία, δηλαδή από το έτος 2012 έως το 2017. Μας τόνισαν πως οι διακρίσεις που έλαβαν, φέρνουν τα κρασιά τους στην πρώτη γραμμή των καλύτερων κρασιών της χώρας, και πως μέσω των βραβείων η φήμη τους εξαπλώνεται τόσο στην Ελλάδα όσο και το εξωτερικό με τάχιστο βαθμό.

Έτος 2017	Χρυσό	-GOLD medal," Techni Assyrtiko " 2015, "Mundus Vini 2017", Germany.
	Ασημένιο	-SILVER medal," Plano " Malagousia 2016,"VinaliesInternationales 2017", France.
	Χάλκινο	- BRONZE medal," Techni Alipias " White 2016, "Challenge International du vin 2017", France.
Έτος 2016	Χρυσό	-GOLD medal, " Idisma Drios " Assyrtiko 2015, "Asia Wine Trophy 2016", South Korea, Asia
	Ασημένιο	-SILVER medal," Idisma Drios " Chardonnay 2014, "Concours Mondial de Bruxelles 2016", Belgium
	Χάλκινο	-BRONZE medal, " Techni " Malagousia 2015, "TEXSOM" 2016, Texas

Έτος 2015	Χρυσό	GOLD medal, "Techni Alipias" Red 2012, "Berliner Wein Trophy" 2015, Germany.
	Ασημένιο	SILVER medal, "Idisma Drios" Merlot 2010, "Concours Mondial Bruxelles 2015", Belgium.
	Χάλκινο	BRONZE MEDAL, "Techni" Malagousia 2011, "Challenge International du vin 2015", France.
Έτος 2014	Χρυσό	GOLD medal, "Techni Alipias" White 2013, "I.W.C of Thessalonica 2014", Greece.
	Χρυσό	GOLD medal, "Idisma Drios Chardonnay" 2012, "I.W.C of Thessalonica 2014", Greece.
	Ειδικό Μετάλλιο	"BEST DRY WHITE WINE" TROPHY, "Techni Alipias" White 2013, "B.I.W.C 2014", Bulgaria.
Έτος 2013	Χρυσό	GOLD medal, "Techni Alipias" White 2012, "Berliner WeinTrophy2013", Germany.
	Ασημένιο	SILVER medal, "Techni Alipias" White 2012, "I.W.C of Thessalonica 2013", Greece.
	Ειδικό Μετάλλιο	"Best White Wine made exclusively from Greek grape varieties", "Techni" Malagousia 2012, "I.W.C of Thessalonica 2013", Greece.
Έτος 2012	Χρυσό	GOLD medal, "Techni Alipias" Rosé 2011, "I.W.C of Thessalonica 2012", Greece.
	Χάλκινο	BRONZE, "Techni" Malagousia 2011, "Decanter 2012", U.K.
	Ειδικό Μετάλλιο	BEST DRY WHITE WINE" TROPHY, "Idisma Drios" Chardonnay 2010, "B.I.W.C 2012", Bulgaria.

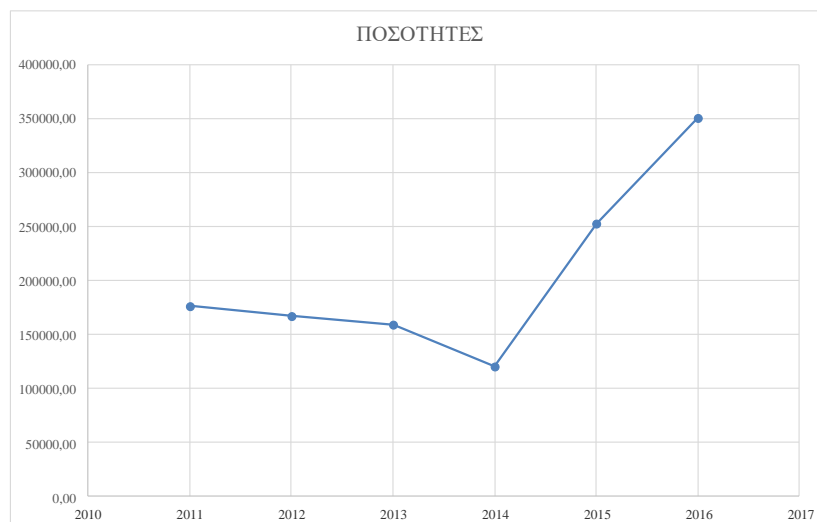
Πίνακας 2. Τα 3 Σημαντικότερα βραβεία κατά έτος, σύμφωνα με το Κτήμα Έγχεση Οίνου από 2010 έως 2015.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται σε ποσοστά, ο τζίρος που έχει κάνει η επιχείρηση μέσα σε έξι χρόνια, τα έτη δηλαδή από το 2011 έως το 2016. Παρατηρούμε ότι υπάρχει αύξηση καθώς περνούν τα χρόνια, εκτός από το 2013 που υπάρχει μια μικρή μείωση λόγω της οικονομικής κρίσης όπως μας είπαν, όπου το 2012 ο τζίρος ήταν στο 15% ενώ το 2013 έπεσε στο 11%, ένα μικρό γενικά ποσοστό της τάξεως του 4%. Σε όλες τις υπόλοιπες χρονιές βλέπουμε αύξηση. Το 2011 η επιχείρηση είχε 12% τζίρο, το 2014 ανήλθε στο 13%, 2% περισσότερο από το 11% που είχε όπως προείπαμε το 2013, ενώ το 2015 το ποσοστό ανέβηκε κατά πολύ φτάνοντας το 21%, 10% μονάδες περισσότερο. Και τέλος το έτος 2016 ο τζίρος έφτασε να είναι 28%, ανεβαίνοντας 7% περισσότερο από την προηγούμενη χρονιά.



Πίνακας 3. Τζίρος του οινοποιείου 2011-2016

Το παρακάτω γράφημα δείχνει τις ποσότητες κρασιών που πουλήθηκαν, στα ίδια επίσης έτη με τον προηγούμενο πίνακα παρατηρώντας την πτώση των πωλήσεων που είχε η επιχείρηση. Πιο αναλυτικά λοιπόν παρατηρούμε, πως οι ποσότητες το έτος 2011 είναι λίγο περισσότερες από τις 175.000 φιάλες. Τόσο το 2012 όσο και το 2013 υπάρχει μια πολύ μικρή πτώση, που κυμαίνεται το έτος 2012 στις 152.000 φιάλες περίπου ενώ το έτος 2013 οι ποσότητες πέφτουν περίπου στις 151.000. Το 2014 όπου είναι και η μεγαλύτερη πτώση στις πωλήσεις σύμφωνα με τα στοιχεία που μας δόθηκαν, οι ποσότητες βρίσκονται κοντά στις 110.000 φιάλες, ενώ το 2015 σκαρφαλώνουν στις 250.000, δύο φορές περισσότερες πωλήσεις φιαλών από το προηγούμενο έτος. Τέλος το 2016 οι πωλήσεις φτάνουν τις 350.000, που είναι τεράστια άνοδος για την επιχείρηση.



Πίνακας 4. Διάγραμμα ποσοτήτων φιαλών που πουλήθηκαν τα έτη 2011 - 2016

4.2 Ανάλυση Έρευνας

Για τον εμπλουτισμό της έρευνάς μας κατασκευάσαμε και χρησιμοποιήσαμε ερωτηματολόγιο, ώστε να μάθουμε περισσότερα για το κρασί, τα οινοποιεία και πώς οι επιχειρήσεις αυτές προωθούν τα προϊόντα τους, κάνοντας χρήση του σωστού κατά τη γνώμη τους μάρκετινγκ και μανάτζμεντ. Παρακάτω θα παρουσιαστούν αναλυτικά οι απαντήσεις, τόσο του οινοποιείου, όπου ασχοληθήκαμε εκτενέστερα στην έρευνα, δηλαδή το Τέχνη Οίνου, όσο και οι απαντήσεις από τρία ακόμα οινοποιεία, όπου επισκεφθήκαμε.

Βασισμένοι τώρα στο ερωτηματολόγιο που συμπλήρωσε ένας από τους υπεύθυνους του οινοποιείου Τέχνη Οίνου, παίρνουμε κι άλλες πληροφορίες σχετικά με την προώθηση των προϊόντων που παράγουν, καθώς και για την στρατηγική που ακολουθούν για να αναπτύξουν την επιχείρησή τους. Το οινοποιείο διαθέτει ηλεκτρονικό κατάστημα, από το οποίο οι καταναλωτές μπορούν να ενημερωθούν για την διαθεσιμότητα των κρασιών και τις τιμές τους και να παραγγείλουν ό,τι τους ενδιαφέρει. Επίσης, μας απαντούν πως δίνουν βάση στο όνομα του κρασιού και της επιχείρησης, στο περιεχόμενο του κρασιού και στην εμφάνιση του μπουκαλιού, διότι σ' αυτά δίνει βάση ο καταναλωτής. Διαφημίζουν ελάχιστα τα προϊόντα τους στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, διότι θεωρούν πως δεν είναι τόσο σημαντικό το να διαφημιστούν σε αυτά, όσο στην διαφήμιση που γίνεται μεταξύ των καταναλωτών τους. Κάτι πολύ σημαντικό που πήραμε σαν απάντηση από το ερωτηματολόγιο, είναι το ότι στοχεύουν περισσότερο στην αγορά του εξωτερικού και λιγότερο στην ελληνική αγορά και αυτό γιατί η αγορά του εξωτερικού είναι πιο δυναμική σε σχέση με αυτή της Ελλάδος. Μαθαίνουμε πως η ζήτηση και ο ανταγωνισμός στην ελληνική αγορά είναι μεγάλος, λόγω των πολλών, καλών, τόσο ποιοτικά όσο και σε φήμη, οινοποιείων που υπάρχουν. Στην αγορά εξωτερικού όμως, αυξάνονται τόσο ο ανταγωνισμός όσο και η ζήτηση. Παρ' όλα αυτά ο ανταγωνισμός μέσα στην πόλη της Δράμας είναι μικρός και οι τιμές τους είναι πολύ προσιτές στην ελληνική αγορά, καθώς έχουν υποστεί και μια μικρή μείωση τα τελευταία χρόνια λόγω κρίσης, ενώ δεν έχουν μειώσει καθόλου τις τιμές στο εξωτερικό μιας και τα οικονομικά σε χώρες που εξάγουν τα προϊόντα τους είναι σχετικά καλύτερα από αυτά της χώρας μας. Μας είπαν, ότι τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί η επισκεψιμότητα στο οινοποιείο τους. Γενικά, μιας και περνώντας τα χρόνια, ο κόσμος θέλει και προσπαθεί να μάθει

πράγματα, τόσο για το κρασί όσο και γύρω από αυτό. Πιστεύουν πως ο οινoturισμός είναι το κομμάτι του τουρισμού, στο οποίο θα πρέπει να δοθεί κίνητρο από την χώρα. Επίσης, απαντούν πως η προτίμηση των καταναλωτών στο κρασί έχει αυξηθεί πάρα πολύ τα τελευταία χρόνια. Επιπλέον, έχουν βελτιώσει πολύ την ποιότητα των κρασιών τους με το πέρασμα των χρόνων, στηριζόμενοι στο γεγονός ότι μία επιχείρηση πρέπει να βασίζεται στην ποιότητα, διότι με αυτόν τον τρόπο καθιερώνει στην αγορά το προϊόν της.

Στα ίδια ερωτήματα μας απάντησαν όμως και άλλα τρία οινοποιεία της περιοχής και είναι αξιοσημείωτο, να τα παρουσιάσουμε και να βρούμε ομοιότητες και διαφορές μεταξύ τους. Τα οινοποιεία αυτά είναι του Κώστα Λαζαρίδη, του Νίκου Λαζαρίδη και του Χριστόφορου Παυλίδη. Ξεκινώντας με μια διαφορά μεταξύ του οινοποιείου Τέχνη Οίνου και των τριών άλλων βλέπουμε πως κανένα από τα τρία δεν διαθέτουν ηλεκτρονικό κατάστημα. Όλοι συμμετέχουν στη Δραμοινογνωσία και έχουν πολύ καλές εντυπώσεις γι αυτή και τονίζουν πως είναι μια σημαντική γιορτή για το κρασί στο νομό Δράμας. Η γνώμη τους για τον οινoturισμό είναι η καλύτερη και προσπαθούν με την πάροδο των χρόνων να δημιουργούν προϋποθέσεις για κάποιον οινoturίστα, ώστε να επισκεφτεί τα οινοποιεία τους. Μια ακόμη ομοιότητα και των τριών είναι ότι δεν έχουν ηλεκτρονικό κατάστημα γιατί θεωρούν πως δεν επιφέρει κέρδος στην επιχείρησή τους, γι' αυτό και οι τρεις από αυτούς δεν έχουν σκοπό να το χρησιμοποιήσουν στο μέλλον, όπως επίσης, δεν διαφημίζουν τα προϊόντα τους στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, γιατί η καλύτερη διαφήμιση όπως είπαν είναι τα κρασιά τους και ο κόσμος που τους επιλέγει. Το οινοποιείο του Κώστα Λαζαρίδη, όπως και το Τέχνη Οίνου θεωρούν, ότι οι καταναλωτές στηρίζονται στο όνομα του κρασιού και της επιχείρησης, στο περιεχόμενο και στην εμφάνιση του μπουκαλιού, ενώ τα οινοποιεία του Νίκου Λαζαρίδη και του Χριστόφορου Παυλίδη πιστεύουν πως οι καταναλωτές στηρίζονται περισσότερο στο όνομα του κρασιού και της επιχείρησης και στην εμφάνιση του μπουκαλιού και λιγότερο στο περιεχόμενο του. Και τα τρία οινοποιεία στοχεύουν τόσο στην ελληνική αγορά, όσο και στην αγορά του εξωτερικού και μας απαντούν πως η ζήτηση στην Ελλάδα είναι πολύ μεγάλη. Όσον αφορά τη ζήτηση στην αγορά εξωτερικού, τα οινοποιεία του Κώστα και του Νίκου Λαζαρίδη μας είπαν, πως είναι επίσης μεγάλη, αλλά του Παυλίδη πως είναι μικρή. Σχετικά με τον ανταγωνισμό στην Ελλάδα και στο εξωτερικό μας απάντησαν πως είναι μεγάλος, εκτός από το οινοποιείο του Νίκου Λαζαρίδη που

απάντησε πως ο ανταγωνισμός στην ελληνική αγορά είναι μικρός, όπως και ο ανταγωνισμός στη Δράμα, ενώ τα άλλα δύο, του Παυλίδη και του Κώστα Λαζαρίδη, είπαν πως είναι μεγάλος. Και τα τρία έχουν προσιτές τιμές στην Ελλάδα. Του Κώστα και του Νίκου Λαζαρίδη έχουν μειώσει λίγο τις τιμές τους τα τελευταία χρόνια λόγω κρίσης, ενώ του Παυλίδη τις έχει μειώσει πολύ, γιατί όπως μας είπαν κατανοούν την κρίση που επικρατεί, και θέλοντας να μείνουν κοντά στους Έλληνες καταναλωτές διατηρούν τις τιμές χαμηλές. Οι τιμές του εξωτερικού έχουν αλλάξει ελάχιστα ή καθόλου. Για το πόσο πιστεύουν ότι έχει αυξηθεί η προτίμηση των καταναλωτών στο κρασί, στην αγορά τα τελευταία χρόνια τα οινοποιεία του Νίκου Λαζαρίδη και του Παυλίδη μας απάντησαν πολύ, ενώ του Κώστα Λαζαρίδη, λίγο. Τελειώνοντας, και τα τρία οινοποιεία μας είπαν, πως με το πέρασμα των χρόνων έχει βελτιωθεί η ποιότητα των κρασιών τους και ότι έχει αυξηθεί κατά πολύ η επισκεψιμότητα του κοινού στα οινοποιεία τους.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να πούμε, ότι η κάθε επιχείρηση ξεχωριστά κάνει οτιδήποτε για να προωθήσει το όνομά της και τα προϊόντα της. Μέσω των διάφορων δράσεων, που ολοένα τείνουν να γίνονται περισσότερες, διαφημίζονται και ανεβαίνουν επίπεδο. Θέλοντας τώρα να συνδέσουμε το θεωρητικό μέρος με το κομμάτι της έρευνας της εργασίας, βλέπουμε ότι στις μέρες μας και όσο περνούν τα χρόνια, παίρνουν μέρος σε πολλούς διαγωνισμούς και κατακτούν βραβεία και μετάλλια. Αυτά συνέχεια αυξάνονται και καταλαβαίνουμε ότι ο κλάδος αυτός του κρασιού αναπτύσσεται διαρκώς. Ο οινοτουρισμός έχει μπει στις ζωές μας και έχει κατακτήσει μια ειδική κατηγορία στον τομέα του τουρισμού. Επιπρόσθετα, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι πλέον υπάρχει μεγάλη ζήτηση των κρασιών στις αγορές διεθνώς, για κατανάλωση, από ότι τα παλαιότερα χρόνια, έτσι κατά κάποιο τρόπο εδραιώνονται τα κρασιά της Ελλάδος στο εξωτερικό. Επίσης, είναι πολλοί αυτοί, που δείχνουν ενδιαφέρον για να κάνουν επισκέψεις σε διάφορα οινοποιεία της Ελλάδας, διότι έχουν προωθηθεί πάρα πολύ καλά μέσω των φεστιβάλ και των δραστηριοτήτων που υπάρχουν, όπως οι Δρόμοι του κρασιού, η τοπική Δραμοινογνωσία και άλλες, ώστε να γνωρίσουν τον δελεαστικό κόσμο του κρασιού.

Έχει τεράστιο ενδιαφέρον για κάποιον που είτε ασχολείται, είτε απλώς θέλει να αποκτήσει γνώσεις, να μάθει την ιστορία του κρασιού, των αμπέλων την διαδικασία που περνούν τα σταφύλια, μέχρι την κατανάλωση του κρασιού. Το κάθε οινοποιείο έχει την δική του ιστορία, με το πώς ξεκίνησε και που έχει φτάσει σήμερα

και είναι αξιοσημείωτο να γνωρίζουμε κάποια πράγματα γι' αυτά. Άλλωστε από αρχαιοτάτων χρόνων το κρασί έχει μεγάλη σημασία για την Ελλάδα, λόγω του θεού Διονύσου.

Μπορούμε λοιπόν, να μιλήσουμε για μια επανάσταση στον τουρισμό της Ελλάδας, μια μεγάλη ανάπτυξη στον δρόμο του κρασιού, όπου ολοένα αυξάνεται σε όλο τον κόσμο και δημιουργεί δεσμούς μεταξύ των οινοπαραγωγών και των καταναλωτών.

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με δειλά βήματα κάποιοι άνθρωποι ξεκίνησαν πριν αρκετά χρόνια να καλλιεργούν αμπέλια, κυρίως για προσωπική τους χρήση. Έχοντας όνειρα μερικοί να στήσουν την δική τους επιχείρηση, το δικό τους οινοποιείο και με τη βοήθεια του χρόνου και της εξέλιξης όχι μόνο των μηχανημάτων, αλλά και του ανθρώπου, κατάφεραν να αναπτύξουν τα αρχικά τους σχέδια. Με πολλή δουλειά, θέληση και αγάπη για τον κλάδο του κρασιού έχουμε σήμερα περισσότερα από ογδόντα οινοποιεία σε όλη την Ελλάδα.

Τα τελευταία χρόνια έχουν καταφέρει οι οινοπαραγωγοί να προωθήσουν τόσο τις επιχειρήσεις τους όσο και τα κρασιά τους και οποιαδήποτε προϊόντα παράγει το κάθε οινοποιείο, όχι μόνο στην ελληνική αγορά, αλλά και στην αγορά του εξωτερικού ακόμα περισσότερο. Δεν είναι τυχαίο που τα οινοποιεία που κάναμε την έρευνα μας στοχεύουν περισσότερο στην ξένη αγορά. Η ιστορία μας, καθώς και η αρχιτεκτονική των κτηρίων, που στεγάζονται τα περισσότερα οινοποιεία είναι οι κυριότεροι λόγοι για την πρώτη προσέγγιση των επιχειρηματιών, αλλά και των καταναλωτών. Φυσικά παίζει πολύ σημαντικό ρόλο η φήμη και η επωνυμία, καθώς από στόμα σε στόμα διαδίδονται τέτοιου είδους επιχειρήσεις.

Στις μέρες μας υπάρχουν πάρα πολλοί τρόποι για να προωθηθούν τα οινοποιεία. Το να παίρνουν μέρος σε εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα σε διάφορες πόλεις της Ελλάδος (Αθήνα, Θεσσαλονίκη κ.α.), αλλά και σε πόλεις στο εξωτερικό, (Γαλλία, Ιταλία κ.α.) και να κερδίζουν μετάλλια, βραβεία και αριστεία για τις ποικιλίες κρασιών τους, είναι κάτι που τους κάνει να ξεχωρίζουν, να διαφημίζονται κι έτσι να απορροφούν περισσότερους καταναλωτές και επιχειρηματίες.

Ο οινοτουρισμός είναι μια ειδική κατηγορία τουρισμού, όπου έχει εισχωρήσει και έχει ενσωματωθεί στον κλασικό τουρισμό της Ελλάδας. Ακόμα είναι σε αρχικό στάδιο και ο Έλληνας ή ξένος τουρίστας ελκύεται και θέλει να τον γνωρίσει. Λόγω του ότι συνδυάζει και περιλαμβάνει τρεις τομείς: τη γεωργία με την καλλιέργεια της αμπέλου, τη βιομηχανία με τη μετατροπή του σταφυλιού σε κρασί και την παροχή υπηρεσιών, όπου έχει εξαπλωθεί στον τουρισμό, τον κάνει να προσεγγίζει πολύ

περισσότερο το ενδιαφέρον των φίλων του κρασιού. Αυτό συμβαίνει επειδή ο εκάστοτε τουρίστας θέλει να συνδυάζει τις διακοπές του, την εκδρομή του, την εξόρμησή του, όχι μόνο για διασκέδαση, αλλά για να γνωρίσει νέους πολιτισμούς, έθιμα, να ασχοληθεί με κάποιο σπορ, να δοκιμάσει νέες γεύσεις. Όλα τα παραπάνω αποτελούν κίνητρα για έναν επισκέπτη και πολλές οινοτουριστικές περιοχές παρέχουν αυτές τις δυνατότητες. Επομένως, είναι πολύ λογικό να πούμε, πως ένας επισκέπτης, σε περιοχή όπου υπάρχουν επισκέψιμα οινοποιεία, είναι από τις πρώτες του δραστηριότητες, να γνωρίσει και να γευτεί την ανάλογη ποικιλία κρασιών.

Έχουν γίνει μεγάλες προσπάθειες από τους οινοπαραγωγούς για να φτάσουν τον τομέα τους, εδώ που είναι σήμερα. Σε μια χώρα με τόσο πλούτο στον πρωτογενή τομέα, όπως η Ελλάδα, με την τόσο εύφορη γη της, για πάρα πολλών ειδών καλλιέργειες, φαίνεται πως τα αμπέλια καρποφορούν και δίνουν τις καλύτερες σοδιές τους, για τις καλύτερες ποικιλίες κρασιών, κάθε χρόνο. Είναι αξιοσημείωτο να αναφέρουμε πως η ιστορία και ο πολιτισμός μας, είναι από τα σημαντικότερα κίνητρα, για να κινηθούν την περιέργεια και να τραβήξουν την προσοχή κάθε επισκέπτη. Οι ιδιοκτήτες των οινοποιείων προωθούν, όσο καλύτερα μπορούν και με οποιαδήποτε επιχειρηματική και κερδοφόρα δράση σκεφτούν, τις επιχειρήσεις τους και τον τόπο τους. Γίνεται φανερό πως οι δράσεις αυτές έχουν αντίκτυπο στις προσπάθειες τους και τους αποζημιώνουν, λαμβάνοντας ξεχωριστά βραβεία που αναδεικνύουν τα οινοποιεία τους και τους ίδιους τους ιδιοκτήτες, αλλά λαμβάνουν και την επισκεψιμότητα του κόσμου στα οινοποιεία, καθώς και τη διαφήμιση και μετέπειτα την αγορά των προϊόντων τους.

Λίγοι είναι εκείνοι που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά καταστήματα (on-line shopping), για αγορές των προϊόντων των οινοποιείων τους μέσω του διαδικτύου. Ένας τόσο διαδεδομένος τομέας, όπου όλοι στις μέρες μας χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, αλλά δεν προτιμάται και όπως φαίνεται ούτε πιστεύουν στη δύναμη του για τον κλάδο του κρασιού, ότι μπορεί να βοηθήσει στις παραπάνω πωλήσεις. Αυτό συμβαίνει όμως, επειδή, τα περισσότερα οινοποιεία δουλεύουν με επιχειρήσεις, όπου είναι συγκεκριμένες οι παραγγελίες και πολύ λιγότερο με μεμονωμένες αγορές από καταναλωτές. Επιπλέον, έχουν μεγαλύτερες συναλλαγές με την αγορά του εξωτερικού.

Τελειώνοντας, ο κόσμος του κρασιού είναι ένας πολύ ελκυστικός κόσμος, που αφήνει τον κάθε άνθρωπο να ταξιδέψει μέσα σ' αυτόν, γνωρίζοντάς τον από την αρχή μέχρι το τέλος του. Δεν είναι μόνο η γεύση που σου τραβάει την προσοχή, αλλά ένας συνδυασμός ικανοποίησης, διασκέδασης, ψυχαγωγίας και γνώσης. Αν λοιπόν βρεθείτε σε κάποιον τέτοιο προορισμό, να επισκεφθείτε και να γνωρίσετε από κοντά την μαγεία του κρασιού, γιατί είναι ένα προϊόν που θα ενεργοποιήσει όλες τις αισθήσεις σας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία:

Βέκιος Γ., Κούκης Δ., Τσακίρης Α. (1994) Το Βιβλίο Του Κρασιού. Εκδόσεις Ελληνική Ακαδημία Οίνου , με την υποστήριξη του περιοδικού ΑΘΗΝΟΡΑΜΑ, Αθήνα.

Βέκιος Γ., Κούκης Δ., Τσακίρης Α. (2011) Το Βιβλίο Του Κρασιού. Εκδόσεις Ψύχαλος, Νέα Εμπλουτισμένη Έκδοση, Αθήνα.

Νέτσικα Μ., (2001) 180 βραβευμένα κρασιά απ' όλη την υφήλιο. Εκδόσεις Ζήτρος, Θεσσαλονίκη.

ΣιάρδοςΚ. Γ. (2009). Μεθοδολογία Κοινωνιολογικής Έρευνας, Τρίτη έκδοση . Εκδόσεις Ζήτη, Θεσσαλονίκη.

Χατζηνικολάου Δ. Α. (2003) Οι Δρόμοι Του Κρασιού – Περιήγηση στα οινοποιεία και στους αμπελώνες της Ελλάδας. Εκδόσεις Explorer, Αθήνα.

Επιστημονικά άρθρα στο Internet.

Byrd E. T. , Canziani B. , Hsieh (Jerrie) Yu- Chin, Debbage K. , Sonmez,s Sevil (2016) Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary services. Vol 52, pp 19-29.

Άρθρα στο Internet.

Παντόπουλος Φ., (2013) “Οινοτουρισμός: Δυναμικό τουριστικό προϊόν και προοπτική βιώσιμης ανάπτυξης”,

<http://traveldailynews.gr/columns/article/2611>,

(πρόσβαση στις 9 Ιουλίου 2018)

‘Makedones News: Δραμοινογνωσία: Θεμέλιο δημιουργίας τουριστικού προϊόντος υψηλού επιπέδου’, (2015)

http://makedonesnews.blogspot.gr/2015/06/blog_post_24.html,

(πρόσβαση στις 11 Ιουλίου 2018)

“Ο μεγαλύτερος ταξιδιωτικός οδηγός του κόσμου δημοσίευσε άρθρο για τη Δράμα!!”

<http://www.dramini.gr/%CE%BF%CE%BC%CE%B5%CE%B3%CE%B1%CE%BB%CF%8D%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%BF%CF%82%CF%84%CE%B1%CE%BE%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CF%89%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82%CE%BF%CE%B4%CE%B7%CE%B3%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF/>

(Πρόσβαση στις 18 Αυγούστου 2018)

NobleK., (2015) “Exploring Drama, northern Greece’s best-kept secret”,

<https://www.lonelyplanet.com/greece/travel-tips-and-articles/exploring-drama-northern-greeces-best-kept-secret#ixzz3iF9MTZzS> ,

(πρόσβαση στις 18 Αυγούστου 2018)

Ιστοσελίδες

Μακεδονική Κληρονομιά, <http://www.imma.edu.gr/macher/subjects/wine/01.html>,

(πρόσβαση στις 13 Ιουνίου 2018)

Alexakis Wines, <http://alexakiswines.com/istoria-tou-krasiou/>,

(πρόσβαση στις 13 Ιουνίου 2018)

Ελληνίδες του κρασιού, <http://www.womenofwine.gr/istoria-tou-ellenikou-oinou-0>,

(πρόσβαση στις 14 Ιουνίου 2018)

Κτήμα Πόρτο Καρράς, <http://www.portocarraswines.gr/el/2013-11-27-14-57-38/%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%83.html>,

(πρόσβαση στις 9 Ιουλίου 2018)

PBS, <http://www.pbs.gr/cms/?q=node/1060>, (πρόσβαση στις 8 Ιουλίου 2015)

Σημάδια του Αιγαίου, <https://simadiatouaigaiou.wordpress.com/2008/08/>,

(πρόσβαση στις 8 Ιουλίου 2018)

My CM S <http://domaine-michaelidi.gr/>,

(πρόσβαση στις 3 Ιουλίου 2018)

Κτήμα Γέννημα Ψυχής, <http://www.manolesakis.gr/new/>,

(πρόσβαση στις 3 Ιουλίου 2018)

Κτήμα Κώστα Λαζαρίδη, <http://www.domaine-lazaridi.gr/gr/homepage>,

(πρόσβαση στις 3 Ιουλίου 2018)

Κτήμα Νίκου Λαζαρίδη, <http://www.chateau-lazaridi.com/>,

(πρόσβαση στις 3 Ιουλίου 2018)

KTIMA PAVLIDIS <http://www.ktima-pavlidis.gr/>,

(πρόσβαση στις 5 Ιουλίου 2018)

Wine art. Τέχνη Οίνου, <http://www.wineart.gr/>,

(πρόσβαση στις 5 Ιουλίου 2018)

Τυπολογία για τη στρατηγική ανάπτυξη του οινοτουρισμού, http://www.citybranding.gr/2012/06/blog-post_11.html,

(πρόσβαση στις 11 Ιουλίου 2018)

Περιφερειακή Ενότητα Δράμας ,

<http://www.pedramas.eu/index.php/tr/component/content/article/2877.html>,

(πρόσβαση στις 20 Σεπτεμβρίου 2018)

Οι δρόμοι του κρασιού, <http://www.wineroads.gr/diadromes.php?did=7>,

(πρόσβαση στις 10 Δεκεμβρίου 2018)

Οι δρόμοι του κρασιού, <http://www.wineroads.gr>,

(πρόσβαση στις 10 Δεκεμβρίου 2018)

Greece all time classic, http://www.visitgreece.gr/el/touring/wine_routes,

(πρόσβαση στις 10 Δεκεμβρίου 2018)

Ιερό Διονύσου – e-CITYmapDRAMA,

<http://drama.ecitymap.gr/%CE%B9%CE%B5%CF%81%CF%8C%CE%B4%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CF%8D%CF%83%CE%BF%CF%85/> ,

(πρόσβαση στις 16 Δεκεμβρίου 2018)

ΙΕΡΟ ΤΟΥ ΔΙΟΝΥΣΟΥ – Πολιτιστικός Σύλλογος Καλής Βρύσης,

http://www.kalivrisi.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=58 ,

(πρόσβαση στις 16 Δεκεμβρίου 2018)

Μεθοδολογία ανάλυσης case study,

<http://bizwriter.gr/2006/11/case-study-methodology/>,

(πρόσβαση στις 6 Δεκεμβρίου 2018)

https://www.researchgate.net/publication/241702256_Consumers'_and_producers'_expectations_towards_geographical_indications_Empirical_evidence_for_a_German_case_study

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ι.Ερωτηματολόγια που δόθηκαν στα οινοποιεία.

1) Η γνώμη σας για τον οινοτουρισμό είναι:

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ	ΚΑΚΗ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ

2) Πιστεύετε πως ο οινοτουρισμός θα μπορούσε να αποφέρει φήμη και κέρδος στην επιχείρησή σας;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

3) Συμμετείχατε στην Δραμοινογνωσία όπου διοργανώθηκε φέτος για 2^η φορά στην πόλη της Δράμας;

1	2
ΝΑΙ	ΟΧΙ

4) Οι εντυπώσεις που σας άφησε η Δραμοινογνωσία ήταν:

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΚΑΚΗ	ΚΑΚΗ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ

5) Διαθέτετε στην επιχείρησή σας on- line shop (ηλεκτρονικό κατάστημα);

1	2
ΝΑΙ	ΟΧΙ

6) Πιστεύετε πως μια υπηρεσία όπως είναι το e- shop (ηλεκτρονικό κατάστημα) θα φέρει κέρδος στην επιχείρησή σας;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

7) Διαφημίσετε τα προϊόντα του οινοποιείου σας σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για την καλύτερη προώθησή τους;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

8) Θεωρείτε πως οι καταναλωτές στηρίζονται όσον αφορά την αγορά ενός κρασιού στο όνομα του κρασιού/επιχείρησης;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

9) Θεωρείτε πως οι καταναλωτές στηρίζονται όσον αφορά την αγορά ενός κρασιού στο περιεχόμενό του;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

10) Για την εισαγωγή ενός νέου κρασιού στην αγορά, πόσο σημαντικό ρόλο πιστεύετε πως παίζει η εμφάνιση του μπουκαλιού (μέγεθος, χρώμα, ετικέτα);

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

11) Κατά πόσο στοχεύετε στην ελληνική αγορά;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

12) Κατά πόσο στοχεύετε στην αγορά του εξωτερικού;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

13) Σχετικά με τη ζήτηση των προϊόντων σας στην ελληνική αγορά, η ζήτηση είναι:

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΗ	ΜΙΚΡΗ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΜΕΓΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ

14) Σχετικά με τη ζήτηση των προϊόντων σας στην αγορά του εξωτερικού, η ζήτηση είναι:

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΗ	ΜΙΚΡΗ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΜΕΓΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ

15) Ο ανταγωνισμός σχετικά με τα κρασιά στην Ελλάδα είναι:

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΟΣ	ΜΙΚΡΟΣ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΜΕΓΑΛΟΣ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΟΣ

16) Ο ανταγωνισμός σχετικά με τα κρασιά σε χώρες του εξωτερικού είναι:

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΟΣ	ΜΙΚΡΟΣ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΜΕΓΑΛΟΣ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΟΣ

17) Ο ανταγωνισμός με ανάλογες επιχειρήσεις στη Δράμα είναι:

1	2	3	4	5
ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΟΣ	ΜΙΚΡΟΣ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΜΕΓΑΛΟΣ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΟΣ

18) Πόσο προσιτές είναι οι τιμές των προϊόντων σας στην ελληνική αγορά εν μέσω κρίσης;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

19) Έχετε μειώσει τις τιμές τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κατάστασης της χώρας;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

20) Στο εξωτερικό έχουν γίνει αλλαγές στις τιμές των προϊόντων σας;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

21)Πόσο πιστεύετε ότι έχει αυξηθεί η προτίμηση των καταναλωτών στο κρασί στην αγορά τα τελευταία χρόνια;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

22)Όσον αφορά την εξέλιξη στην ποιότητα των κρασιών σας, πόσο πιστεύετε ότι έχει βελτιωθεί με το πέρασμα των χρόνων;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

23)Τα τελευταία χρόνια κατά πόσο έχει αυξηθεί η επισκεψιμότητα του κοινού στο οινοποιείο σας;

1	2	3	4	5
ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΔΕΝ ΞΕΡΩ/ ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

II. Απαντήσεις των ερωτηματολογίων από τα οινοποιεία.

1) Η γνώμη σας για τον οινοτουρισμό είναι:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ καλή

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ καλή

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Καλή

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ καλή

2) Πιστεύετε πως ο οινοτουρισμός θα μπορούσε να αποφέρει φήμη και κέρδος στην επιχείρησή σας;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πάρα πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ

3) Συμμετείχατε στην Δραμοινογνωσία όπου διοργανώθηκε φέτος για 5^η φορά στην πόλη της Δράμας;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Ναι

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Ναι

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Ναι

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Ναι

4) Οι εντυπώσεις που σας άφησε η Δραμοινογνωσία ήταν:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Καλή

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ καλή

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Καλή

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Καλή

5) Διαθέτετε στην επιχείρησή σας on-line shop (ηλεκτρονικό κατάστημα);

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Ναι

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Όχι

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Όχι

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Όχι

6) Πιστεύετε πως μια υπηρεσία όπως είναι το e-shop (ηλεκτρονικό κατάστημα) θα φέρει κέρδος στην επιχείρησή σας;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Καθόλου

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Λίγο

7) Διαφημίζετε τα προϊόντα του οινοποιείου σας σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για την καλύτερη προώθησή τους;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Λίγο

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Λίγο

8)Θεωρείτε πως οι καταναλωτές στηρίζονται όσον αφορά την αγορά ενός κρασιού στο όνομα του κρασιού/επιχείρησης:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πάρα πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ

9)Θεωρείτε πως οι καταναλωτές στηρίζονται όσον αφορά την αγορά ενός κρασιού στο περιεχόμενο του:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πάρα πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Λίγο

10)Για την εισαγωγή ενός νέου κρασιού στην αγορά, πόσο σημαντικό ρόλο πιστεύετε πως παίζει η εμφάνιση του μπουκαλιού (μέγεθος, χρώμα, ετικέτα);

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ

11)Κατά πόσο στοχεύετε στην ελληνική αγορά;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Λίγο

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ

12) Κατά πόσο στοχεύετε στην αγορά του εξωτερικού;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πάρα πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πάρα πολύ

13) Σχετικά με τη ζήτηση των προϊόντων σας στην ελληνική αγορά, η ζήτηση είναι:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Μεγάλη

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Μεγάλη

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ Μεγάλη

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ μεγάλη

14) Σχετικά με τη ζήτηση των προϊόντων σας στην αγορά του εξωτερικού, η ζήτηση είναι:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ μεγάλη

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Μεγάλη

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Μεγάλη

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Μικρή

15)Ο ανταγωνισμός σχετικά με τα κρασιά στην Ελλάδα είναι:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Μεγάλος

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Μεγάλος

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Μικρός

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ μεγάλος

16)Ο ανταγωνισμός σχετικά με τα κρασιά σε χώρες του εξωτερικού είναι:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ μεγάλος

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ μεγάλος

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Μεγάλος

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ μεγάλος

17)Ο ανταγωνισμός με ανάλογες επιχειρήσεις στη Δράμα είναι:

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Μικρός

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Μεγάλος

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Μικρός

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Μεγάλος

18)Πόσο προσιτές είναι οι τιμές των προϊόντων σας στην ελληνική αγορά εν μέσω κρίσης;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πάρα πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ

19) Έχετε μειώσει τις τιμές τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κατάστασης της χώρας;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Λίγο

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πολύ

20) Στο εξωτερικό έχουν γίνει αλλαγές στις τιμές των προϊόντων σας;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Καθόλου

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Καθόλου

21) Πόσο πιστεύετε ότι έχει αυξηθεί η προτίμηση των καταναλωτών στο κρασί στην αγορά τα τελευταία χρόνια;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πάρα πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Λίγο

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πόλυ

22) Όσον αφορά την εξέλιξη στην ποιότητα των κρασιών σας, πόσο πιστεύετε ότι έχει βελτιωθεί με το πέρασμα των χρόνων;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πόλυ

23) Τα τελευταία χρόνια κατά πόσο έχει αυξηθεί η επισκεψιμότητα του κοινού στο οινοποιείο σας;

Οινοποιείο Τέχνη Οίνου: Πολύ

Οινοποιείο Κώστα Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Νίκου Λαζαρίδη: Πολύ

Οινοποιείο Χριστόφορου Παυλίδη: Πόλυ

III. Περιεχόμενα Εικόνων

Αρ. Σελίδας

Εικόνα 1. Θραύσματα προϊστορικών αγγείων από το Ντακίλι Τας (Φίλιπποι Καβάλας)	7
Εικόνα 2. Απανθρακωμένα κουκούτσια αμπέλου στις Κρηνίδες Καβάλας.....	7
Εικόνα 3. Ο Ιορδάνης Μιχαηλίδης στα αμπέλια του.....	15
Εικόνα 4. Κάτοψη του Κτήματος Γέννημα Ψυχής.....	16
Εικόνα 5. Πανοραμική εικόνα του Κτήματος Domaine Costa Lazaridi.....	18
Εικόνα 6. Πανοραμική κάτοψη του Κτήματος Château Nico Lazaridi.....	21
Εικόνα 7. Η είσοδος του Κτήματος Παυλίδη.....	23
Εικόνα 8. Η αριστερή είσοδος του Κτήματος Τέχνη Οίνου.....	25
Εικόνα 9. Είσοδος του Κτήματος Οιογένεσις.....	27

Εικόνα 10. Λογότυπο της Δραμοινογνωσίας.....	28
Εικόνα 11. Δραμοινογνωσία 2015.....	30
Εικόνα 12. Δραμοινογνωσία 2016.....	30
Εικόνα 13. Οινικός χάρτης Νομού Δράμας.....	31
Εικόνα 14. Δραμοινογνωσία 2017.....	31
Εικόνα 15 . Δραμοινογνωσία 2018.....	31
Εικόνα 16. Χάρτης περιοχών από τους δρόμους του κρασιού Βορείου Ελλάδος.....	35
Εικόνα 17. Εξωτερική εικόνα του Ιερού.....	37
Εικόνα 18. Εσωτερική εικόνα του Ιερού.....	37
Εικόνα 19. Λήψη από τη δεξιά πλευρά των κτηρίων του οινοποιείου Τέχνη Οίνου..	41
Εικόνα 20. Λήψη από την αριστερή πλευρά των κτηρίων του οινοποιείου Τέχνη Οίνου.....	42
Εικόνα 21. Υπόγεια κάβα και συλλογή των φιαλών κατά χρονολογία χρώμα και ποικιλία.....	42
Εικόνα 22. Υπόγεια κάβα παλαίωσης.....	43

IV. Περιεχόμενα Πινάκων

Αρ. Σελίδας

Πίνακας 1. Μετάλλια Κτήματος "Τέχνη Οίνου" από 2005 έως 2015.....	45
Πίνακας 2. Τα 3 Σημαντικότερα βραβεία κατά έτος, σύμφωνα με το Κτήμα "Τέχνη Οίνου" από 2010 έως 2015.....	45- 46
Πίνακας 3. Τζίρος του οινοποιείου 2009-2014.....	47
Πίνακας 4. Διάγραμμα ποσοτήτων φιαλών που πουλήθηκαν τα έτη 2009–2014.....	48

