



Κα ΑΣΚΕΛΗ:

Κυρίες και κύριοι καλησπέρα σας. Θα ήθελα πρώτα-πρώτα να ευχαριστήσω για την πρόσκληση, είναι μία εξαιρετική τιμή για μένα το να βρίσκομαι εδώ και να μιλάω σε ένα τέτοιο εκλεκτό κοινό για ένα θέμα που αγαπάω πάρα πολύ, τον οινoturισμό και το κρασί.

Θα ήθελα λίγο να επανεξετάσουμε τα όλα όσα ειπώθηκαν, γιατί ειπώθηκαν υπέροχα πράγματα σήμερα στο Συνέδριο και να δούμε λίγο το θέμα κάτω από ένα άλλο πρίσμα, από το πρίσμα του αγροτουρισμού και το τι σχέση έχει με τον οινoturισμό και πώς μπορούμε να συνδέσουμε αυτές τις δύο πρακτικές, εάν και εφόσον είναι εφαρμόσιμες στην Ελλάδα

Ας δούμε λοιπόν πώς μπορεί να διαμορφωθεί σήμερα στην Ελλάδα το μοντέλο αγροτουρισμός-οινoturισμός και τι συμβαίνει πραγματικά στην ελληνική πραγματικότητα.

Ας ξεκινήσουμε με κάποια πολύ απλά πράγματα. Για να μιλήσουμε με τους όρους της αγοράς, τι πουλάει σήμερα ένας αγρότης ή ένας κάτοικος της υπαίθρου, αν υποθέσουμε ότι αυτόν είναι που θέλουμε να ενισχύσουμε, αυτόν είναι που θέλουμε να τονώσουμε, ως ένα αγροτουριστικό προϊόν. Γιατί στον τουρισμό, κακά τα ψέματα, μιλάμε για υπηρεσίες αλλά μιλάμε και για προϊόντα.

Άρα λοιπόν έχουμε να κάνουμε με τα εξής. Ένας κάτοικος υπαίθρου σήμερα ή ένας αγρότης που θέλει να ασχοληθεί με μία επιχειρηματική δραστηριότητα που έχει να κάνει με τον αγροτουρισμό, πουλάει στην ουσία αυτό που έχει ως δική του καθημερινότητα.

Πουλάει δηλαδή το αγροτικό περιβάλλον ως διαμονή, το να έρθει ένας τουρίστας να μείνει στον χώρο διαμονής του, σε ένα κατάλυμα διαμορφωμένο ανάλογα με το αγροτικό περιβάλλον, τις αγροτικές δραστηριότητες και ασχολίες, ό,τι δηλαδή κάνει ως αγροτική δραστηριότητα για να ζήσει, την τοπική γαστρονομία και τα τοπικά παραδοσιακά και αγροτικά προϊόντα, τη φροντίδα των ζώων, τα παραδοσιακά εργαστήρια και τα πωλητήρια, τις παραδοσιακές ασχολίες, τις πολιτιστικές δραστηριότητες και όποιες άλλες δραστηριότητες μπορεί να κάνει κάποιος στο κτήμα ή στον αγροτικό χώρο.

Στην ουσία λοιπόν, έχουμε να κάνουμε με ένα αγροτουριστικό πακέτο. Αν στον μαζικό τουρισμό μιλάμε για ένα πακέτο το οποίο περιλαμβάνει διαμονή, εκδρομές, μεταφορές και όλα αυτά, στον αγροτουρισμό έχουμε επίσης να κάνουμε με ένα πακέτο. Μόνο που εδώ τα πράγματα είναι πολύ συγκεκριμένα.

Εδώ έχουμε να κάνουμε με τρία βασικά συστατικά. Είναι η διαμονή σε καταλύματα παραδοσιακού τύπου τα οποία είναι εναρμονισμένα με το περιβάλλον, παραδοσιακή τοπική γαστρονομία, δεν νοείται αγροτουρισμός χωρίς τοπική γαστρονομία και δραστηριότητες.

Ας δούμε για παράδειγμα μία εξαιρετική μονάδα στην Κρήτη. Είναι στον Πάνορμο, όταν πια φεύγεις από τις ορδές του μαζικού τουρισμού και πηγαίνεις σε κάποια σημεία της ενδοχώρας, είναι ο Δαλαμπέλος, που επικεντρώνει όλη του τη δραστηριότητα στο κρασί και στο λάδι. Οικογενειακή επιχείρηση, ολοκαίνουργια, όπου σερβίρονται πολύ-πολύ απλά εδέσματα.

Αυτό είναι ένα ωραίο μοντέλο αγροτουρισμού, που συνδυάζει όμως και τον οινοτουρισμό. Δηλαδή μπορεί κάποιος να δει πώς ακριβώς παράγεται το κρασί σε αυτή τη μονάδα.

Πολύ απλά λοιπόν, για να το κάνουμε πολύ απλό όπως απλός πρέπει να είναι και ο αγροτουρισμός, μιλάμε για σπιτική φιλοξενία και φαγητό. Δεν μιλάμε για τίποτα επιτηδευμένο, δεν μιλάμε για θεατρικά σκηνικά. Προσθέτουμε όμως κάποιες δραστηριότητες, αυτές οι οποίες είναι και απαραίτητες να προστεθούν, γιατί συνάδουν με τα χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού και καλύπτουν τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών στους οποίους στοχεύουμε.

Πρέπει να έχουμε ένα target group, ένα στόχο πελάτη. Άρα, πρέπει να ξέρουμε τι είναι αυτό που τον ικανοποιεί και μέσα από τις δραστηριότητες μπορούμε να το πετύχουμε.

Οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να είναι οικοτουρισμού, πολιτιστικού χαρακτήρα, αγροτικού χαρακτήρα, μορφωτικού, το να κάνουν δηλαδή κάποια επιμορφωτικά σεμινάρια, αθλητικού χαρακτήρα ή αθλημάτων περιπέτειας, είναι εκεί από όπου στην Ελλάδα πολύ λάθος ξεκίνησε η ιδέα του εναλλακτικού τουρισμού, δηλαδή συνδέσαμε τον εναλλακτικό τουρισμό με το rafting και με το trekking – καμία σχέση – του θρησκευτικού χαρακτήρα και της γαστρονομίας και του οινοτουρισμού.

Γιατί θέλουμε δραστηριότητες; Γιατί είναι απαραίτητες στον αγροτουρισμό; Γιατί εδώ έχουμε να κάνουμε με έναν άλλο τουρίστα, ο οποίος θέλει να είναι ενεργός. Δεν του αρκεί να κατέβει με το charter, να πάει σε μία παραλία και απλά να περάσει τον χρόνο του μέσα σε αυτές τις συνθήκες, χωρίς να ξέρει αν βρίσκεται στην Ελλάδα, στην Ισπανία ή αν αύριο θα βρεθεί στην Τυνησία.

Οι δραστηριότητες λοιπόν εμπλουτίζουν τον προορισμό. Δίνουν κίνητρο επίσκεψης, έχω έναν λόγο να πάω στον προορισμό, να τον επισκεφτώ, συγκεκριμένη θεματολογία και χαρακτήρα. Επίσης εστιάζουν και προσελκύουν συγκεκριμένη ομάδα πελατών. Στοχεύω στον πελάτη ο οποίος ενδιαφέρεται για το κρασί. Αυτό είναι μία στόχευση. Ταυτίζεται με αυτές η περιοχή. Πάω να κάνω rafting, για παράδειγμα, στον Εύηνο.

Δημιουργείται αναγνωρίσιμη ταυτότητα, κάτι το οποίο είναι εξαιρετικά σημαντικό, μιλάμε πλέον για brand name, ένας τύπος πρέπει να έχει brand name, δηλαδή την αναγνωρίσιμη ταυτότητα στο κοινό, στο πελατειακό του κοινό. Και επίσης, υποκινώ την τοπική ανάπτυξη και την επιχειρηματικότητα.

Αυτά τα αποτελέσματα λειτουργούν είτε μιλάμε για μία μεμονωμένη επιχείρηση, είτε μιλάμε για έναν προορισμό στο σύνολό του. Από τις πλέον σημαντικές δραστηριότητες είναι αυτές που συνδέονται με την τοπική γαστρονομία και ειδικά με τη χρήση, κατανάλωση και εμπορία των τοπικών αγροτικών προϊόντων.

Όταν μιλάμε για γαστρονομία, δεν μπορούμε να αφήσουμε απ' έξω οτιδήποτε παράγεται στον τόπο. Αυτό πλέον πρέπει να γίνει συνείδηση. Και είτε μιλάμε για τον τουρισμό στο σύνολό του, είτε μιλάμε για τον αγροτουρισμό, τα τοπικά προϊόντα είναι αυτά που πρέπει να έχουν την πρώτη θέση.

Δραστηριότητες γαστρονομίας λοιπόν μπορούν να είναι τα σεμινάρια τα οποία γίνονται σε κάποιους ξενώνες για παράδειγμα ή τα μαθήματα γευσιγνωσίας ή οινολογίας που μπορεί να γίνονται σε κάποιο οινοποιείο. Χρήσεις των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων. Έχουμε για παράδειγμα στο Ρέθυμνο, σε μία αγροτουριστική μονάδα, όχι απλά μαθήματα κρητικής κουζίνας, αλλά κουζίνα μινωική. Όπου εκεί μαθαίνουν οι επισκέπτες να χρησιμοποιούν τα τοπικά βότανα και τα τοπικά αρωματικά φυτά.

Παραδείγματος χάριν εδώ στη Λήμνο θα μπορούσαμε να έχουμε μαθήματα που συνδέουν τα τοπικά λημνιά γλυκά με τα κρασιά, το μοςχάτο ας πούμε που μπορεί να συνοδεύσει αυτά τα γλυκά.

Επίσης, οι επισκέψεις σε οινοποιεία και σε παρεμφερείς δραστηριότητες, δηλαδή σε τσιπουράδικα, σε ρακάδικα ή σε ελαιοτριβεία.

Όταν αυτές τις δραστηριότητες της γαστρονομίας τις συνδέσουμε με τις αγροτικές δραστηριότητες που μπορούν να γίνουν σε έναν τόπο, δηλαδή με τον τρύγο, με τη σπορά, με τη συλλογή της ελιάς για παράδειγμα ή του μανιταριού ή του κάστανου, των βοτάνων, όλα αυτά τα πράγματα, μαζί με την απόσταξη ρακής, τσίπουρου, ό,τι μπορεί να γίνει σε έναν τόπο, τότε έχουμε πια ένα ολοκληρωμένο μοντέλο παροχής αγροτουρισμού.

Τι είναι ο οινοτουρισμός. Νομίζω ότι έγινε σαφέστατο και ξεκάθαρο πλέον εδώ. Εγώ απλά αυτό που θέλω να υπογραμμίσω είναι ότι όταν μιλάμε για οινοτουρισμό δεν μπορούμε να μιλάμε χωρίς τη γαστρονομία και χωρίς την εμπορία κατ' επέκταση, κατανάλωση και εμπορία των τοπικών αγροτικών προϊόντων. Και όταν μιλάμε για τοπικά αγροτικά προϊόντα, πρέπει να έχουμε κατά νου ότι πλέον ο πελάτης θέλει τα ΠΟΠ, τα ΠΔΕ, όλα αυτά τα πιστοποιημένα προϊόντα τα οποία του εγγυώνται κάποια ποιότητα.

Ποιες είναι οι δραστηριότητες οινοτουρισμού οι οποίες μπορούν να γίνουν. Καταρχήν είναι ο συνδυασμός οίνου και γαστρονομίας, οινογνωσίας και γευσιγνωσίας. Δηλαδή έχουμε μαθήματα τοπικής κουζίνας και χρήση των παραδοσιακών προϊόντων. Παράλληλα, μπορούν να γίνουν σεμινάρια για το κρασί, να έχουμε οινογνωσία, οινολογία.

Επισκέψεις σε οινοποιεία, σε τσιπουράδικα, σε ρακάδικα ή και σε ελαιοτριβεία. Το λάδι συνδέεται πάρα πολύ στη χώρα μας με το κρασί. Τη

γνωριμία και την απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος με ημερήσιες επισκέψεις ή με πολυήμερη διαμονή. Όποιες συμπληρωματικές τουριστικές ή οικοτουριστικές δραστηριότητες μπορούν να γίνουν στο συγκεκριμένο τόπο και να συμπληρώσουν το πακέτο το οποίο προσφέρουμε.

Επίσης, η γνωριμία με την τοπική κοινότητα, αυτό είναι κάτι εξαιρετικά βασικό, την κουλτούρα, την ιστορία και τον τρόπο ζωής των οινοποιών. Ας δούμε για παράδειγμα τι γίνεται στο Cape Town στη νότιο Αφρική. Θα δούμε από μία ιστοσελίδα ενός τουριστικού γραφείου που ασχολείται αποκλειστικά και μόνο με τον οινοτουρισμό, πώς ακριβώς προσφέρουν τα tour.

Λέει για παράδειγμα, "Θέλετε να κάνετε γευσιγνωσία με τυρί, σοκολάτα ή γευσιγνωσία ελαιολάδου; Θέλετε να έχετε ένα γκουρμέ γεύμα;" Όλα αυτά είναι αντικείμενα ενός tour, ενός ταξιδιού που μπορεί να έχει κάποιος επισκέπτης στην περιοχή αυτή.

Ή για παράδειγμα τα lifestyle tours τα οποία διαφημίζουν, μονοήμερα ή πολυήμερα. Για παράδειγμα λέει 'Σοκολάτα και γευσιγνωσία'. Στην Ελλάδα έχουμε λίγο ένα κενό, δεν έχουμε συνδέσει τα γλυκά κρασιά με τα γλυκά, είναι κάτι το οποίο μπορεί ακόμα να ευοδωθεί. Ή 'Κρασί και γκολφ', ένα άλλο αντικείμενο τουρισμού που είναι σε διήμερα ταξίδια αυτό. Ή επίσης, θα δούμε τώρα 'Κρασί και σαφάρι'. Αυτό έχουν, αυτό που λάνε. Το θέμα είναι ότι το συνδυάζουν. Όπως, για παράδειγμα, θα δείτε δίπλα 'Κρασί και σιδηροδρομικά ταξίδια'.

Ποιά είναι τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη του οινοτουρισμού; Καταρχήν νομίζω ότι ήδη έχουν ειπωθεί πάρα πολύ, απλά θα κάνω μία επιγραμματική νύξη. Είναι ουσιαστικά αύξηση του αριθμού των επισκεπτών και επαναλαμβανόμενες επισκέψεις.

Έχουμε διαγνώσει ότι ο τουρίστας ο οποίος έρχεται σε έναν τόπο και βρίσκει τις δραστηριότητες του οινοτουρισμού, ξαναγυρίζει. Κάνει επανάληψη της επίσκεψής του. Έχουμε επιμήκυνση του χρόνου παραμονής στις οινοποιητικές περιοχές και επίσης έχουμε αύξηση των χρημάτων που δαπανούν οι επισκέπτες.

Στην Ελλάδα έχουμε επίσης ένα κενό εδώ. Ο επισκέπτης δεν ξέρει πού να αφήσει τα λεφτά του. Δεν έχουμε δημιουργήσει καλούς τρόπους μάρκετινγκ για να μπορούμε με ελκυστικό τρόπο να κάνουμε τους επισκέπτες να θέλουν να αγοράσουν. Αυτό λοιπόν μπορούμε να το πετύχουμε μέσα από το κρασί.

Ικανοποίηση των επισκεπτών, μέσω των δραστηριοτήτων και της ενεργούς συμμετοχής τους. Έχουμε να κάνουμε με έναν τουρίστα ενεργό. Είναι ένας άλλος τουρίστας, είναι ένα άλλο target group, πιο εκλεπτυσμένο, που θέλει να δραστηριοποιείται. Άρα λοιπόν, τον ικανοποιούμε με το να του προσφέρουμε κάποιες δραστηριότητες.

Και επίσης, πολύ σημαντικό, αύξηση των εσόδων από τις απευθείας πωλήσεις που έχουν ειδικά τα μικρά οινοποιεία και οι μικρές οικοτεχνίες.

Υποστηρίζω ότι ο αγροτουρισμός μπορεί να βρει την άριστη εφαρμογή του στην Ελλάδα μέσω του οινοτουρισμού. Και για ποιό λόγο; Γιατί απλούστατα στην Ελλάδα μάθαμε να λέμε αγροτουρισμό, κάτι που στην ουσία δεν υπάρχει ακριβώς.

Δηλαδή, ο αγροτουρισμός ο αυθεντικός, το αυθεντικό μοντέλο, αυτό που όλοι έχουμε κατά νου, είναι τα μεγάλα αγροκτήματα όπου μέσα υπάρχει μια ολοκληρωμένη οικονομική μονάδα, μια ολοκληρωμένη επιχείρηση και μέσα υπάρχει το σπίτι του αγρότη, καθώς και καταλύματα στα οποία μπορεί να μένει ο επισκέπτης, ο ταξιδιώτης και να συμμετέχει σε κάποιες εργασίες αγροτικές ή στην παραγωγική ζωή του τόπου.

Αυτό λοιπόν στην Ελλάδα είναι πολύ μικρό σε έκταση, λόγω και του τρόπου κατανομής του κλήρου, λόγω και του πώς έχει διαρθρωθεί η αγροτική μας ζωή.

Στην Ελλάδα όμως, μπορούμε μέσω του αμπελώνα να έχουμε τον πρωτογενή τομέα σε συνδυασμό με το οινοποιείο το οποίο μας δίνει τη μεταποίηση και τα οποία αυτά τα δύο μπορούν να δώσουν στον επισκέπτη την αίσθηση της επαφής με τη γη, της συμμετοχής με την παραγωγική διαδικασία και του ιδιαίτερου τρόπου ζωής που υπαγορεύει η καλλιέργεια του αμπελιού και η οινοποίηση επίσης.

Αντιμετωπίζονται με αυτόν τον τρόπο αυτά τα θέματα τα οποία εμποδίζουν στην ουσία την ανάπτυξη της αγροτουριστικής επιχειρηματικότητας.

Δηλαδή στην Ελλάδα, λόγω ακριβώς του κατακερματισμού του κλήρου και του τρόπου οργάνωσης αγροτικής παραγωγής που μάθαμε να έχουμε τα χωριά μας, τους οικισμούς μας, κάπου σε ένα χωριό και βρίσκονται κάπου πιο έξω τα χωράφια τα οποία καλλιεργούμε. Δεν έχουμε μάθει να υπάρχει ο αγρότης με ένα μεγάλο φέουδο με πολλά εκτάρια, όπως υπάρχει στην Ιταλία ή στη Γαλλία.

Με αυτόν τον τρόπο λοιπόν μπορούν να αντιμετωπιστούν αυτά τα θέματα και να έχουμε ένα αυθεντικό μοντέλο αγροτουρισμού. Είναι ένα προϊόν που δίνει πολλαπλά κίνητρα επίσκεψης. Είναι ιδιαίτερα δημοφιλές, είναι αγαπητό στον κόσμο, έχει δυνατότητα εκπαίδευσης, μπορώ να μάθω πράγματα.

Είναι όλα αυτά τα πράγματα, η τοπική ταυτότητα, ο πολιτισμός, η ιστορία, οι παραδόσεις, τα ήθη, τα έθιμα, όλα αυτά. Δίνεται επίσης η δυνατότητα πολλαπλής επιχειρηματικής δραστηριότητας, με τη δημιουργία διαφορετικών ειδών επιχειρήσεων.

Όταν μιλάμε για οινοτουρισμό δεν μιλάμε μόνο για Δρόμους του Κρασιού ούτε μιλάμε μόνο για επισκέψιμα οινοποιεία. Μιλάμε για μια πολλαπλή επιχειρηματικότητα.

Για παράδειγμα, εκτός από επισκέψιμο οινοποιείο μπορούμε να έχουμε οινοποιείο και κατάλυμα, δηλαδή το να μείνω σε ένα οινοποιείο, να μείνω στην περιοχή των αμπελώνων. Μιλάμε για πωλητήρια και εργαστήρια, μιλάμε για μαθήματα ή σεμινάρια οινογνωσίας και γευσιγνωσίας που μπορεί να οργανώσει κάποιος είτε στον χώρο του είτε να εργαστεί σε αυτόν ένας τρίτος, ένας οινολόγος για παράδειγμα. Να έχει κάποιος ένα οινοποιείο στο οποίο μπορεί να κάνει μαθήματα γευσιγνωσίας ή οινολογίας.

Η οργάνωση των ήπιων δραστηριοτήτων. Το να έχω περιπατητικό, ποδηλατικό τουρισμό ή οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων μέσα σε έναν αμπελώνων ή σε ένα οινοποιείο. Αυτά είναι όλα επιχειρηματικές δράσεις και εδώ είναι το πρόβλημα του θεσμικού πλαισίου. Γι' αυτό δεν υπάρχει θεσμικό πλαίσιο.

Δηλαδή ό,τι και να συζητάμε σήμερα, στην ουσία δεν μπορούμε να το κάνουμε. Είναι ακριβώς το ίδιο μοντέλο με τον αγροτουρισμό. Το λέμε αλλά είναι πάρα πολύ ωραίες οι ιδέες που εφαρμόστηκαν έξω, αλλά εδώ κάπου κολλάμε, κάπου δεν μπορούμε να προχωρήσουμε παραπέρα.

Έχουμε πει ότι είναι συμπληρωματικό εισόδημα για τον οينوποιό. Είναι η δυνατότητα επαφής του τουρίστα με την αγροτική ζωή, έχουμε τις αγροτικές εργασίες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, άρα μπορώ να έχω επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέσω του κρασιού, γιατί έχω το κίνητρο να επιστρέψω όταν είναι τρύγος, όταν είναι το άνοιγμα του πρώτου κρασιού και όλα αυτά.

Και προπαντός για τον τουρισμό, δημιουργεί αναγνωρίσιμη ταυτότητα. Συνδέει τον τόπο με το προϊόν, δημιουργεί brand name. Δηλαδή το να λέω μοσχάτο Λήμνου ή μαυροδάφνη Πάτρας ή οτιδήποτε άλλο έρχεται στο μυαλό σας, στην ουσία βοηθάει τον τόπο, βοηθάει το κρασί, ώστε ο πελάτης συνειρμικά κάνει αναφορά.

Με άξονα λοιπόν στο κρασί, δίνεται στην επιχείρηση οριοθετημένη ταυτότητα, προσωπικό στίγμα και θεματικός χαρακτήρας. Υπάρχει δυνατότητα επίσης εφαρμογής βιολογικών μεθόδων καλλιέργειας. Σήμερα πλέον ο επισκέπτης, ο τουρίστας, ο καταναλωτής, ζητάει βιολογικά προϊόντα ή πιστοποιημένα όπως είπαμε, ΠΟΠ και όλα αυτά.

Οι οينوποιοί επίσης, είναι ένα μεγάλο κεφάλαιο γιατί χαρακτηρίζονται από μεγάλη κουλτούρα και μεράκι γι' αυτό που κάνουν. Έχουν τη δυνατότητα να μυήσουν όσους επιθυμούν. Και επίσης είναι η δυνατότητα πωλήσεως όλων των αξεσουάρ, των συναφών προϊόντων και συνοδευτικών αντικειμένων και σκευών τα οποία μπορούν να πωληθούν μέσα σε ένα οينوποιείο.

Επίσης, μέσω του Δρόμου του Κρασιού προσφέρεται μία μεγάλη δυνατότητα δικτύωσης. Και κακά τα ψέματα, χωρίς δικτύωση δεν πετυχαίνουμε τίποτα. Είναι όπως λένε και οι Δανοί, 'ένα κι ένα κάνουν τρία', δεν κάνουν ποτέ δύο.

Γιατί να ασχοληθούμε με τον οινουτουρισμό; Γιατί απλούστατα έχουμε πλέον την ανάγκη να κάνουμε δημοφιλές το ελληνικό κρασί. Γιατί μπορούμε να πετύχουμε αύξηση του οινόφιλου κοινού, μπορούμε να πετύχουμε διάθεση του κρασιού από τον παραγωγό στον καταναλωτή χωρίς μεσάζοντες. Διατήρηση των ελληνικών ποικιλιών, κατανάλωση και διάθεση των αποθεμάτων και δημιουργία προπαντός ενός πολυποίκιλου τουριστικού μοντέλου, το οποίο είναι ο αγροτουρισμός, η γαστρονομία, η οινογνωσία, η επιμόρφωση, το θεματικό πολιτιστικό κίνητρο, ο εναλλακτικός τρόπος ζωής και η εμπορία πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων.

Έχουμε πλέον ανάγκη αναδόμησης του ρόλου του οينوπαραγωγού. Σε όλη την Ευρώπη, είτε μιλάμε για οينوπαραγωγό είτε μιλάμε για αγρότη, δεν μιλάμε πια απλά για κάποιον που παράγει ένα προϊόν. Μιλάμε για πολυ-δραστηριότητα, μιλάμε για πολυ-λειτουργικότητα.

Άρα λοιπόν και εδώ πρέπει να μπούμε στη διαδικασία της πολυ-λειτουργικότητας της οينوποιίας. Πρέπει να δώσουμε έμφαση στην ποιότητα και όχι στην ποσότητα και στην άμεση κατανάλωση. Και μέσω του οινουτουρισμού μπορούμε να επιτύχουμε μία διαφορετική αντιμετώπιση του κρασιού από τη νέα τάξη των οινόφιλων, να

βελτιώσουμε αυτή την εικόνα και να ξεφύγουμε από τη νοοτροπία του χύμα κρασιού.

Ποιός είναι ο ρόλος του οινοποιού στον οινοτουρισμό; Πολύ απλά, πρέπει να επενδύσει στη μεγάλη εικόνα. Είναι ένα κομμάτι, πρέπει να αντιληφθεί τον εαυτό του ως ένα κομμάτι ενός παζλ, μίας συλλογικής εικόνας και να καταλάβει ότι είναι αντιπρόσωπος, πρεσβευτής της παραγωγής του τόπου του, του ελληνικού κρασιού. Δεν είναι απλά και μόνο ένας παραγωγός που ενδιαφέρεται μόνο για το δικό του οινοποιείο. Είναι στην ουσία φορέας του τοπικού πολιτισμού και της τοπικής γαστρονομίας.

Χρειάζεται προσωπική εμπλοκή, όπως και στον αγροτουρισμό αποκτούμε μία προσωπική επαφή με τον πελάτη, που δεν είναι πλέον πελάτης, είναι ένας καλός φίλος, ένας επισκέπτης που έρχεται για εμάς, για την επιχείρησή μας.

Χρειάζεται αυτοδιάθεση. Έχει παρατηρηθεί ότι θέλουν οι πελάτες να ξεναγηθούν από τον ίδιο τον οινοποιό. Δεν θέλουν να ξεναγούνται από κάποιον τυχαίο για παράδειγμα που περιστασιακά δουλεύει στο οινοποιείο. Και να δημιουργήσει την εικόνα, την προσωπική του εικόνα για την επιχείρησή του.

Χρειάζεται η διάθεση να μνήσουμε τον επισκέπτη στον κόσμο του δικού μας κρασιού και ο στόχος μας να μην είναι απλά και μόνο να πουλήσουμε ένα-δυο μπουκάλια παραπάνω. Δεν είναι αυτό το ζητούμενο.

Επίσης πρέπει να έχουμε μία συνέπεια στα ωράρια, δηλαδή έχει παρατηρηθεί ότι όπου οι επισκέπτες πηγαίνουν και βρίσκουν κλειστά τα οινοποιεία και δεν τηρούνται κάποιοι όροι ωραρίου, απογοητεύονται και δεν επιστρέφουν πλέον.

Επίσης, η επιχείρηση δεν είναι ξεκομμένη. Πρέπει να τη συνδέουμε με τον τουρισμό και τα τοπικά αξιοθέατα. Να αξιολογούμε και να εστιάζουμε στην πολιτιστική κληρονομιά που έχει ο τόπος γύρω και να το συνδέουμε με αυτό.

Και επίσης, κάτι πολύ σημαντικό. Να εντοπίζουμε και να γνωρίζουμε τον πελάτη μας. Δηλαδή αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό και θέλω μισό λεπτό να σταθώ σε αυτό. Στις περισσότερες αγροτουριστικές επιχειρήσεις που το έχουμε διαπιστώσει, οι περισσότεροι δημιουργούν πρώτα μία επιχείρηση και μετά αναρωτιούνται πώς θα την πουλήσουν.

Αυτό είναι το μεγαλύτερο λάθος που μπορούν να κάνουν. Δηλαδή πρώτα πρέπει να διερευνήσω, αυτό που έχω σαν προϊόν σε ποιους το διαθέτω, ποιους ενδιαφέρει, ποιός πελάτης είναι αυτός που θέλει να το αγοράσει; Το ίδιο πρέπει να κάνουμε και με τον οινοτουρισμό.

Δηλαδή όταν μιλάμε για πελάτη μιλάμε για τον τουρίστα. Δεν είναι κάτι ομοιογενές, δεν είναι ίδιοι. Για παράδειγμα στη Γαλλία, φτιάχνουν αυτή τη στιγμή οινοποιεία με υποδομές για παιδιά. Γιατί παρατήρησαν ότι οι οικογένειες με παιδιά δυσκολεύονται να επισκεφτούν τα οινοποιεία, άρα θα πρέπει να υπάρχουν κάποιες υποδομές να απασχολούν τα παιδιά όταν οι γονείς κάνουν μια γευσιγνωσία.

Υπάρχουν αυτοί που είναι περισσότερο γνώστες, που γνωρίζουν περισσότερα για το κρασί, οι πιο εξειδικευμένοι. Είναι τα τουριστικά γκρουπ. Όλοι αυτοί είναι τα διαφορετικά γκρουπ στα οποία πρέπει να

κάνουμε διαφορετική ξενάγηση, διαφορετικό τρόπο επίσκεψης και διαφορετικές υποδομές πολύ περισσότερο.

Επίσης πρέπει να παρέχουμε γαστρονομία βασισμένη στα τοπικά προϊόντα. Γεύματα ποιοτικά τα οποία να είναι ταγμένα να συνοδεύουν τα κρασιά μας και να τονώνουν τα κρασιά μας και προπαντός – έχει ήδη ειπωθεί – δημιουργία του δικού μας μύθου.

Ο δικός μας μύθος δηλαδή. Ποια είναι η ιστορία μας, πώς ξεκινήσαμε, πώς φτιάξαμε το οινοποιείο, πώς ασχοληθήκαμε με αυτή τη δουλειά. Οικογενειακή παράδοση, η σχέση με το κρασί. Όλα αυτά μαγεύουν τον επισκέπτη. Χρειάζεται απλή, κατανοητή γλώσσα, να καταλάβει κι αυτός ακόμα που δεν είναι μυημένος και προπαντός δικτύωση, δικτύωση, δικτύωση.

Δεν θέλω να σας απασχολήσω περισσότερο. Ευχαριστώ.