



Κα ΛΑΙΜΟΥ:

Αγαπητοί καλεσμένοι, αρχικά θα ήθελα να σας ευχαριστήσω για την πρόσκλησή σας και να εκφράσω τη χαρά μου που βρίσκομαι στην Ελλάδα.

Παρόλο που η Τοσκάνη είναι η περιοχή που επέλεξα να ζήσω, η Ελλάδα βρίσκεται στην καρδιά μου. Γι' αυτό τον λόγο είναι μεγάλη τιμή για εμένα να μοιραστώ μαζί σας τις γνώσεις μου και να προσπαθήσω σήμερα να σας πω μερικές από τις εμπειρίες μου.

Θα ήθελα σε αυτό το σημείο να ζητήσω την κατανόησή σας που η συνέχεια της παρουσιάσής μου θα γίνει στα αγγλικά. Βλέπετε είναι ευκολότερο να εκφράζομαι στα αγγλικά, διότι δυστυχώς δεν είχα την τύχη να μεγαλώσω εδώ στην Ελλάδα, παρόλο που έλπιζα ότι λόγω των καταβολών μου θα ήταν πιο εύκολο.

Έτυχε η άφιξή μου στην Ιταλία το 1985 να συμπίσει με την εφαρμογή νέας νομοθεσίας και εμπορικών στρατηγικών για τη βιομηχανία του κρασιού και του τουρισμού. Αυτό προέκυψε από την αναγνώριση του γεγονότος ότι η ύπαιθρος υπέφερε. Υπέφερε λόγω οικονομικών αλλαγών. Η αγροτική κοινότητα δεν ήταν πλέον σε θέση να διατηρεί τον εαυτό της και ως αποτέλεσμα αυτού σπίτια και αγροκτήματα εγκαταλείπονταν.

Ήταν εμφανές ότι η απώλεια θα ήταν μόνιμη και ότι το ιστορικό, κοινωνικοοικονομικό και πολιτιστικό αντίκτυπο θα ήταν εντονότατα αισθητό σε ολόκληρη τη χώρα. Με τη γνώση αυτή και με την επιθυμία να διασώσει έναν από τους πλέον πολύτιμους πόρους της, η εθνική κυβέρνηση εφάρμοσε πολλές νέες κατευθυντήριες οδηγίες και κανονισμούς, με σκοπό όχι μόνο τη διατήρηση αλλά και την προώθηση της υψηλής κληρονομιάς που απαντάται στον τόπο αυτό, την παράδοση, τα προϊόντα και κυρίως τους ανθρώπους του.

Κατά την ανάπτυξη αυτών των κατευθυντήριων οδηγιών, πάρθηκε μια απόφαση να μην επιδιωχθεί ο εμπορικός τουρισμός αλλά μάλλον να ενθαρρυνθεί ο ελαφριάς μορφής τουρισμός και συγκεκριμένα ο οινοτουρισμός. Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να αναφέρω αυτά τα διαφορετικά είδη τουρισμού και τον ρόλο που παίζουν στη διατήρηση και προώθηση της αμπελουργικής και οινικής κληρονομιάς.

Ο ελαφρύς τουρισμός και ο οινοτουρισμός διαθέτουν πόρους στη διάθεσή τους, οι οποίοι κατά κάποιο τρόπο δεν επηρεάζονται από τα καπρίτσια των σύγχρονων τάσεων της μόδας. Διαθέτουν αληθινή κληρονομιά, τις καρδιές και τις επιθυμίες των ανθρώπων και τους φυσικούς πόρους του τόπου τους. Η ουσία αυτής της βαθιά ριζωμένης κληρονομιάς τέθηκε πριν από εκατοντάδες χρόνια και δεν υπόκειται στους αδύναμους ανέμους της αλλαγής.

Ο ελαφρύς τουρισμός στην καθαρότερη έννοιά του είναι μία βιομηχανία που δεσμεύεται να έχει ελαφρύ αντίκτυπο στο φυσικό περιβάλλον και την τοπική κουλτούρα, ενώ βοηθά στη δημιουργία θέσεων εργασίας για τους ντόπιους. Ο οινοτουρισμός το αναγάγει αυτό σε ένα ακόμα πιο συγκεκριμένο επίπεδο, χρησιμοποιώντας το φυσικό περιβάλλον της οινοπαραγωγικής περιοχής ως το υπόβαθρο της σχέσης συνάφειας ανάμεσα στον τόπο, τον παραγωγό και την τοπική ιστορία και την κουλτούρα των ανθρώπων του.

Εξαρχής ήταν κατανοητή η αναγκαιότητα της μακροχρόνιας ικανότητας ανοχής οποιασδήποτε προσπάθειας, με την ίδρυση προτύπων και κανονισμών που θα προστάτευαν αυτές τις πρωτοβουλίες. Αν και οι κατευθυντήριες οδηγίες δεν ισχύουν σε εθνικό επίπεδο, η συγκεκριμένη πρωτοβουλία μαζί με τους σχετικούς νόμους και κανονισμούς εκτελείται από την τοπική κυβέρνηση, σε συνεργασία με διάφορους τοπικούς συνεταιρισμούς.

Ένα παράδειγμα ενός πολύ επιτυχημένου τοπικού συνεταιρισμού στην Τοσκάνη είναι το Movimento del Turismo del Vino, το Κίνημα Οινοτουρισμού ή αλλιώς MTV. Θα χρησιμοποιήσω αυτόν και κάποιες εκδηλώσεις του ως παραδειγματικό πράκτορα οινοτουρισμού.

Η αποστολή αυτού του μη κερδοσκοπικού πρακτορείου, το οποίο ιδρύθηκε το 1993, είναι να ενθαρρύνει τους οινοπαραγωγούς να ανοίξουν τις πόρτες τους σε επισκέπτες. Ακόμα, πρωταρχικός του στόχος είναι η προώθηση του οινοτουρισμού και η βελτίωση της εικόνας της οινοπαραγωγικής περιοχής, του κύρους και της οικονομικής της ανάπτυξης, ενώ ταυτόχρονα προστατεύεται και προωθείται το φυσικό περιβάλλον.

Το MTV έχει σχεδόν 900 μέλη, συμπεριλαμβανομένων κάποιων από τα πλέον περίβλεπτα οινοποιεία της Ιταλίας, που επιλέγονται βάσει λεπτομερών κριτηρίων. Το MTV έχει δημιουργήσει έναν κώδικα συμπεριφοράς φιλοξενίας ο οποίος παρέχει μια πολύπλευρη και καθορισμένη εγγύηση παροχής υπηρεσιών ανάμεσα στον οινοπαραγωγό και τον επισκέπτη.

Η σφραγίδα εγγύησης του πιστοποιητικού ποιότητας υποδεικνύει την επαγγελματική υποδοχή στο οινοποιείο όπου έχει εφαρμοστεί ο κώδικας συμπεριφοράς. Στόχος είναι να γίνει άμεσα εμφανής στον επισκέπτη, που είναι παράλληλα και καταναλωτής, η ποιότητα της εξυπηρέτησης υποδοχής και ως σύμβολο χρησιμοποιείται το αμπελόφυλλο. Όσα περισσότερα αμπελόφυλλα δίνονται σε ένα οινοποιείο, τόσο καλύτερη και υψηλότερη είναι η ποιότητα εξυπηρέτησης που προσφέρει στον επισκέπτη.

Το Κίνημα Οινοτουρισμού στοχεύει στο να εκπληρώνει τις προσδοκίες όλων των επισκεπτών, προσφέροντας δρομολόγια,

πληροφορίες, συναισθήματα και ανακάλυψη. Όπως λέει το μότο του συνεταιρισμού, "Βλέπετε αυτό που πίνετε".

Βάζοντας τον επισκέπτη στην καρδιά της οινοπαραγωγής, στο κελάρι, σε άμεση επαφή με τον οινοπαραγωγό, δημιουργείται διαφάνεια στην παραγωγή του κρασιού και μια σχέση ανάμεσα στον παραγωγό και τον επισκέπτη, ο οποίος είναι ο μελλοντικός καταναλωτής. Επιτρέπει στον επισκέπτη να ανασάνει το άρωμα του κελαριού, προωθεί την κουλτούρα του κρασιού και ενισχύει το κύρος του αγροκτήματος και της γύρω περιοχής, δημιουργώντας νέες οικονομικές και επιχειρηματικές προοπτικές.

Πάνω απ' όλα, δημιουργεί ένα δυνατό δέσιμο ανάμεσα στον παραγωγό και τον επισκέπτη και ενδεχομένως δημιουργεί πίστη ανάμεσα στους δύο. Η εμπιστοσύνη αυτή, σε συνδυασμό με τη φιλοξενία, χαρίζει μία μοναδική εμπειρία στον επισκέπτη.

Το MTV είναι χορηγός σε αρκετές εκδηλώσεις οι οποίες επηρεάζουν σημαντικά την βιομηχανία του οινοτουρισμού στο σύνολό της. Οι εκδηλώσεις αυτές περιλαμβάνουν το 'Wine under the stars', την παραδοσιακή καλοκαιρινή εκδήλωση τη νύχτα του Αγίου Λορέντζο μέσα στον Αύγουστο, που προσφέρει στους τουρίστες και τους κατοίκους της περιοχής την ευκαιρία να θαυμάσουν την εξαιρετική καλλιτεχνία και την κληρονομιά των συμμετεχόντων περιοχών, κάτω από το φως των διαττόντων αστέρων.

Μία άλλη εκδήλωση είναι το 'Welcome Harvest' που πραγματοποιείται μια Κυριακή του Σεπτεμβρίου από περιοχή σε περιοχή και είναι αφιερωμένη στον εορτασμό του θερισμού και τη ζεστή του ατμόσφαιρα, στα οινοποιία μέλη του MTV.

Η 'St. Martin's day', είναι άλλη μία εκδήλωση η οποία πραγματοποιείται τη δεύτερη εβδομάδα του Νοεμβρίου και προωθεί το νέο κρασί και τις τελευταίες εσοδείες, ταυτόχρονα με την τελευταία δοκιμή τοπικών εποχιακών προϊόντων.

Υπάρχει ακόμα το 'Christmas in the wine cellar'. Τέλος, υπάρχει το 'Cantine Aperte', η πλέον διάσημη ετήσια εκδήλωση κρασιού στην Ιταλία, η οποία μόλις έλαβε χώρα. Προσελκύει πάνω από ένα εκατομμύριο επισκέπτες μέσα σε μία μέρα, όπου μια ποικιλία ανθρώπων επισκέπτονται τα κελάρια του κρασιού, οι απλοί, ανενημέρωτοι τουρίστες, οι ενημερωμένοι για το κρασί τουρίστες, εμπειρογνώμονες κρασιού, δημοσιογράφοι και ξένοι εισαγωγείς κρασιού.

Άλλες σημαντικές οινοτουριστικές πρωτοβουλίες περιλαμβάνουν όπως ξέρετε το Le Strade del Vino, τους Δρόμους του Κρασιού στην Ιταλία και τον αγροτουρισμό. Οι Δρόμοι του Κρασιού χρησιμοποιούνται για την αναγνώριση ενός συγκεκριμένου δρόμου ή δρόμων ως συμβολική διαδρομή μέσα στην οινοπαραγωγική περιοχή. Πάλι, οι κατευθυντήριες οδηγίες για τους Δρόμους του Κρασιού καθιερώθηκαν σε εθνικό επίπεδο, όπου οι συγκεκριμένοι νόμοι και πρότυπα τίθενται και ρυθμίζονται από το τοπικό κυβερνητικό σώμα, βάσει των μοναδικών χαρακτηριστικών της περιοχής.

Εφόσον οι Δρόμοι του Κρασιού εγκριθούν, μία επιτροπή συστήνεται για να παρουσιάζει την εξέλιξη, την προώθηση, την προστασία και τον έλεγχο της διαδρομής και των προϊόντων της. Η προσπάθεια αυτή περιλαμβάνει τη δημιουργία του μεγάλου Μουσείου Αμπέλου, τουριστικό γραφείο, φεστιβάλ, εκδηλώσεις, καταστήματα κρασιού, εστιατόρια και ούτω καθεξής.

Η 'Vin Italy' είναι η εκδήλωση ορόσημο για τον ιταλικό και διεθνή κόσμο του κρασιού. Η μεγαλύτερη έκθεση κρασιού στον κόσμο, σταδιακά και αυξανόμενα θεωρείται ως κύριο υποστηρικτικό μέσον ακόμα και σε διεθνές επίπεδο, καλωσορίζοντας την καινοτομία και προσελκύοντας επιχειρηματίες, όχι μόνο ως εμπορική έκθεση αλλά κυρίως ως μια εκδήλωση μεγάλης κλίμακας αναφοράς.

Η Vin Italy καλωσόρισε φέτος πάνω από 4.300 εκθέτες από περισσότερες από 30 χώρες. 150.000 επισκέπτες, το 30% των οποίων ήρθαν από περισσότερες από 100 ξένες χώρες. Τα εκθέματα και οι εκδηλώσεις παρέχουν πληροφόρηση και παρουσιάζουν τις καινοτομίες του κλάδου, ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες όλων των επιχειρηματιών.

Άλλη μια βασική συνιστώσα του ελαφριού τουρισμού είναι ο αγροτουρισμός. Το θέμα αυτό μου είναι πολύ προσφιλές και αγαπητό, καθώς είμαι ιδιοκτήτρια και διευθύντρια μίας αγροτουριστικής μονάδας στην οινοπαραγωγική περιοχή Chianti της Τοσκάνης. Όπως πολλά αγροκτήματα στην Τοσκάνη, ο χαρακτηρισμός αυτός μου επιτρέπει να παρέχω διαμονή σε επισκέπτες που θέλουν να γνωρίσουν τον χωριάτικο τρόπο ζωής της Τοσκάνης.

Καθ' όλη τη διάρκεια της παραμονής τους, εμβαπτίζονται στην τοπική κουλτούρα. Οι καρποί που τρώνε το πρωινό προέρχονται από καρποφόρα δέντρα του δενδρόκηπου. Το τυρί και τα αλλαντικά φτιάχνονται από τον αγρότη στο τέρμα του δρόμου. Τα κρεβάτια στα οποία κοιμούνται είναι κατασκευασμένα από τον σιδηρουργό του χωριού. Τα φωτιστικά στα κομοδίνα τους είναι φτιαγμένα από έναν φίλο καλλιτέχνη κεραμικής που ζει στον διπλανό λόφο.

Τα γεύματα ετοιμάζονται με κρέατα από τον ντόπιο χασάπη, με λαχανικά από τον κήπο μας και καρυκεύονται με το δικό μας αγνό παρθένο ελαιόλαδο. Και το κρασί που πίνουν φτιάχνεται από τα σταφύλια τα οποία βλέπουν από τα παράθυρα των δωματίων τους. Ακούγεται μπανάλ αλλά είναι πολύ σημαντικό.

Τις προτάσεις διαδρομών που τους προσφέρω τις φτιάχνω μόνη μου, βάσει των όσων ανακαλύπτω για τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντά τους, σε σχέση με το φαγητό και το κρασί, την ιστορία, την ανάβαση κοντινών λόφων ή ακόμα την ξεκούραση κάτω από ένα κυπαρίσσι.

Συνειδητά και ασυνείδητα οι επισκέπτες συγκινούνται με έναν τρόπο που τους κεντρίζει το κέφι και τον ενθουσιασμό. Αλλά αυτό δεν αρκεί. Είναι μέρος της δουλειάς μου, της δουλειάς όλων μας, να ενσωματώνω όλα τα κομμάτια και να λέω όλη την ιστορία σχετικά με το κρασί. Το φαγητό, την ιστορία και τον πολιτισμό, ενώ πάντα ο επισκέπτης πρέπει να παραμένει στο κέντρο αυτού του μύθου.

Αυτό είναι ζωτικής σημασίας στη δημιουργία μίας εντύπωσης με διάρκεια. Επιπλέον και σημαντικό για την επιτυχία οποιασδήποτε τέτοιας

προσπάθειας, είναι η συλλογική επιθυμία όλων των συμμετεχόντων, των οινοπαραγωγών, των τοπικών τουριστικών πρακτόρων, των ιδιοκτητών καταστημάτων κρασιού, των καλλιτεχνών και πολλών άλλων, στο να τηρούμε αυτά τα πρότυπα και να συμμορφωνόμαστε με τους κανονισμούς, διαφορετικά η προσπάθεια θα αποτύχει.

Για παράδειγμα, στην περίπτωση της 'Cantine Aperte', εάν ο ιδιοκτήτης δεν μπορεί να παρουσιάσει τον εαυτό του, οι οδηγοί δεν είναι ενημερωμένοι ή το κρασί δεν είναι αρκετά καλό, αυτό έχει κακό αντίκτυπο στο οινοποιείο και ρίχνει μια βαριά σκιά πάνω σε όλη την οινοπαραγωγική περιοχή.

Όλες αυτές οι πρωτοβουλίες που κατευθύνονται στις καλλιέργειες, την αγροτική ανάπτυξη και την προώθηση του οινοτουρισμού, εντάσσουν τώρα την οινοπαραγωγή σε ένα πολιτιστικό, περιβαλλοντικό, ιστορικό και κοινωνικό πλαίσιο. Επιβεβαίωση της επιτυχίας του αγροτικού τουρισμού αποτελούν οι επενδύσεις που έγιναν από τα οινοποιεία ώστε να αυξήσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.

Το 2001, το 5% του συνολικού κέρδους των συνεταιρισμένων οινοποιείων επενδύθηκε στη βελτίωση της ποιότητας του οινοτουρισμού. Συγκεκριμένα, έμφαση δόθηκε στη βελτίωση των υποδομών φιλοξενίας, στη δοκιμή κρασιού, στα μαθήματα μαγειρικής, στην οργάνωση συναυλιών, πολιτιστικών εκδηλώσεων, εργαστηρίων και σεμιναρίων.

Ως κλάδος, θα πρέπει επίσης να συνεχίσουμε να επενδύουμε στην έρευνα και την εξέλιξη, σε νέες μεθοδολογίες που αυξάνουν την ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων μας. Στη ρίζα όλων αυτών των προσπαθειών, βρίσκεται η κατανόηση ότι η επιμόρφωση και η προσωπική ανάμιξη του επισκέπτη είναι το ισχυρότερο εργαλείο μάρκετινγκ για να προωθήσουμε και να συντηρήσουμε την κληρονομιά μας.

Δημιουργώντας μία σύνδεση, πνευματική και συναισθηματική, ο επισκέπτης φεύγει με μία εντύπωση που δύσκολα ξεχνάει. Για τον λόγο αυτό, η εντύπωση πρέπει να είναι γνήσια και ενθουσιώδης.

Το κρασί αποτελεί τον τρίτο μεγαλύτερο πόλο έλξης ξένων επισκεπτών στην Ιταλία και αφορά πάντα καταναλωτές μεσαίου ή υψηλού επιπέδου, οι οποίοι εκτιμούν το καλό κρασί, τα τοπία, τα τοπικά γαστρονομικά προϊόντα και την τέχνη. Είναι οι επισκέπτες που κάθε οινοπαραγωγική περιοχή θέλει να προσελκύσει και η δημιουργία μιας εγκάρδιας εντύπωσης που διαρκεί είναι αυτό που θα τους κάνει να θέλουν να έρθουν ξανά.

Προωθώ την επιχείρησή μου κυρίως από στόμα σε στόμα, μέσω φίλους φίλων. Και η επιχείρησή μου έχει μεγαλώσει με το πέρασμα των χρόνων. Αυτό αποτελεί μαρτυρία του πόσο οικονομικά και κοινωνικά αποδοτικές μπορεί να είναι αυτές οι προσπάθειες, για τον ίδιο μας τον εαυτό αλλά και για ολόκληρη την περιοχή. Η δημιουργία μίας προσωπικής εμπειρίας είναι το κλειδί.

Το σύνθημα της δουλειάς μου είναι 'Μια πρόσκληση για να εξερευνήσετε τις αισθήσεις σας', για να επισκεφτεί κανείς την Τοσκάνη ως επισκέπτης, όχι ως τουρίστας. Ο τουρίστας επιστρέφει με φωτογραφίες και σουβενίρ. Ο επισκέπτης κρατά την επίσκεψη στην καρδιά του και τη μοιράζεται με πολλούς.

