ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»



Αμπελοοινικός τομέας και Τοπική Ανάπτυξη

Μελέτη περίπτωσης στην ευρύτερη περιοχή του δήμου Μονεμβασιάς

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Επιβλέπων: Σδράλη Δ.

Μέλη: Θεοδωροπούλου Ε.
Μητούλα Ρ.

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ

Σπυριδάκου Παρασκευή

Α.Μ.: 29102

ΑΘΗΝΑ 2012

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Έχοντας ολοκληρώσει τη μεταπτυχιακή μου διατριβή, θα ήθελα να
ευχαριστήσω όλους εκείνους που στάθηκαν δίπλα μου κατά το δύσκολο
αυτό διάστημα της συγγραφής.
Πρώτα από όλους θα ήθελα να ευχαριστήσω την Λέκτορα κα Σδράλη Δέσποινα
για τις πολύτιμες συμβουλές της κατά τη διάρκεια της έρευνας μου αλλά και για τις παρεμβάσεις
και υποδείξεις της που συνέβαλαν στη βελτίωση
της διατριβής μου.
Επίσης ευχαριστώ τους γονείς μου και
την ψυχολογική υποστήριξη που μου παρείχαν όλο αυτό το καιρό.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Κύριος στόχος της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση του ρόλου του αμπελοοινικού τομέα στη βιωσιμότητα της οικονομίας στην ευρύτερη περιοχή της Μονεμβασιάς. Στη μελέτη αυτή εξετάζεται το προφίλ του αμπελοοινικού τομέα, η εξέλιξή του μέχρι σήμερα και η συμβολή του στην ανάπτυξη της περιοχής. Η έρευνα αναπτύχθηκε σε δύο πτυχές, η πρώτη εστιάζεται στα οινοποιεία και η δεύτερη εστιάζεται στους κατοίκους της περιοχής μελέτης. Και στις δύο πτυχές έγινε χρήση ερωτηματολογίου. Τόπος διεξαγωγής της έρευνας ορίστηκε ο Δήμος Μονεμβασιάς. Μετά την επεξεργασία και ανάλυση των στοιχείων της μελέτης τόσο από την πλευρά των οινοποιείων όσο και από την πλευρά των κατοίκων της περιοχής προέκυψε μια σειρά συμπερασμάτων. Από τη θετική πορεία των οινοποιείων την τελευταία δεκαετία διαπιστώνεται η σημαντική συμβολή του αμπελοοινικού τομέα στην τοπική ανάπτυξη. Επίσης, ο τόπος προέλευσης, η τιμή και η ενημέρωση είναι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τη συμπεριφορά των κατοίκων της περιοχής όσον αφορά τη κατανάλωση κρασιού, στοιχεία που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από την πλευρά των οινοποιείων και από τους αρμόδιους φορείς ώστε ο αμπελοοινικός τομέας να αποτελέσει επιπρόσθετη πηγή στη βιωσιμότητα της οικονομίας της περιοχής.

Λέξεις κλειδιά: τοπική ανάπτυξη, κατανάλωση, οίνος, κρασί, συμπεριφορά καταναλωτή, οινοπαραγωγοί

The main objective of this study is to investigate the role of wine sector on the sustainable economy in the wider area of Monemvasia. This study explores the profile of the wine sector, its evolution and contribution to the development of the region. The survey was developed in two aspects, the first focuses on the wineries and the second focuses on the residents of the study area. Both aspects used a questionnaire. Location of research was the Municipality of Monemvasia. Included a sample from its population and the results were generalized to the entire population. After processing and analyzing data of the study both, from the site of wineries and from the site of local residents found a number of conclusions. On the positive rise of wineries in the last decade shows the significant contribution of wine sector in local development. Also the place of

origin, the price and information are factors that influence the behavior of local residents as regards the wine consumption, which could be used by the part of wineries and by appropriate authorities for wine sector being additional resource on sustainability in the region's economy.

Keywords: local development, consumption, wine, wine, consumer behavior, winemakers

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ **3**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ **5**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ **7**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΕΡΙ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ **9**
1.1. Τοπική ανάπτυξη 9
1.2. Βιώσιμη ανάπτυξη 16
1.2. Αγροτική ανάπτυξη 17

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΝΟΙ ΠΟΠ **23**
2.1. Εισαγωγή 23
2.2. Ιστορία κοινής αμπελοοινικής νομοθεσίας 23
2.3. Γεωγραφική προέλευση οίνων 25
2.4. Οίνοι ονομασίας προελεύσεως 25
2.5. Οίνοι ΠΟΠ Μονεμβασιά– Malvasia 27

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟ ΚΡΑΣΙ **29**
3.1. Εισαγωγή 29
3.2. Η στάση των καταναλωτών απέναντι στο κρασί σε διεθνή επίπεδο 29
3.3. Η στάση των καταναλωτών απέναντι στο κρασί σε εθνικό επίπεδο 35

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑΣ **38**
4.1. Ιστορική φυσιογνωμία 38
4.2. Γεωγραφικός προσδιορισμός 40
4.3. Δημογραφικά χαρακτηριστικά 41
4.4. Οικονομικές δραστηριότητες 42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΟΟΙΝΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ **44**
5.1. Η αμπελοκαλλιέργεια στη Λακωνία κατά τους Βυζαντινούς χρόνους 44
5.2. Η αμπελοκαλλιέργεια στη Μονεμβασία κατά τους Βυζαντινούς χρόνους 46
5.2.1. Ληνοί 46
5.2.2. Αμπελοκαλλιέργεια και οίνος 47
5.3. Η ποικιλία αμπέλου μονεμβασιά- Malvasia και οι ταυτώνυμες μαλβαζίες 49
5.4. Η εξέλιξη της αμπελοκαλλιέργειας στην περιοχή μελέτης 50
5.5. Ποικιλίες αμπέλου 54

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΟΟΙΝΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ **60**
6.1. Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιχειρήσεων στην ανάδειξη του αμπελοοινικού τομέα 60
6.1.1. Μαθήματα γευσιγνωσίας 61
6.1.2. Συμπόσια με θέμα τον οίνο και την άμπελο 61
6.1.3. Εκδηλώσεις -Γιορτή κρασιού 62

6.1.4. Ο οίνος ως βάση τοπικών επιχειρήσεων 62
6.1.5. Διαδρομές και περιηγήσεις..... 63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ..... 65
7.1. Σκοπός έρευνας- Συλλογή στοιχείων..... 65
7.2. Δομή ερωτηματολογίου οινοποιείων 66
7.3. Δομή ερωτηματολογίου κατοίκων Δήμου Μονεμβασιάς 66

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ..... 67
8.1 Τα αποτελέσματα της έρευνας των οινοποιείων..... 67
8.1.1. Περιγραφή οινοποιείων στη περιοχής μελέτης..... 67
8.1.2. Παραγωγή και επεξεργασία πρώτης ύλης 68
8.1.3. Εργασιακές σχέσεις 71
8.1.4. Οικονομικά στοιχεία οινοποιητικών μονάδων 72
8.1.5. Σύνοψη- Συμπεράσματα έρευνας οινοποιείων..... 73
8.2. Τα αποτελέσματα της έρευνας των κατοίκων της περιοχής μελέτης..... 74
8.2.1. Επεξεργασία των στοιχείων με περιγραφική στατιστική..... 74
8.2.2. Επεξεργασία ων στοιχείων με λογιστική παλινδρόμηση..... 97
8.2.3. Σύνοψη- συμπεράσματα έρευνας των κατοίκων της περιοχής μελέτης 105

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ 108

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 110

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ..... 115
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α. Πίνακες περιγραφικής στατιστικής 115
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β. Πίνακες λογιστικής παλινδρόμησης..... 128
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ. Ερωτηματολόγια 130
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ. Γεωγραφικός προσδιορισμός..... 145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε. Οικονομικές δραστηριότητες..... 145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ. Ληνοί 146
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ. Η εξέλιξη της αμπελοκαλλιέργειας στην περιοχή μελέτης 148
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Η. Ποικιλίες αμπέλου..... 149
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Θ. Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιχειρήσεων στην ανάδειξη του αμπελοοινικού τομέα..... 153
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι. Περιγραφή οινοποιείων στη περιοχής μελέτης..... 155

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι. Εφημερίδα της Κυβερνήσεως Φ.Ε.Κ. 1125/Β/2010 156

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ευρύτερη περιοχή της Μονεμβασιάς (δήμος Μονεμβασιάς, Ασωπού, Βοιών και Μολάων) κατά τους Βυζαντινούς χρόνους ήταν ευρύτατα γνωστή για την παραγωγή του φημισμένου γλυκού της κρασιού, του Μαλβάζια οίνου. Η αμπελοκαλλιέργεια όμως περιορίστηκε μετά την κατάκτηση της περιοχής από τους Τούρκους. Παρόλο που η αμπελοκαλλιέργεια της περιοχής ασκείται κυρίως ως δευτερεύουσα απασχόληση, την τελευταία δεκαπενταετία το ενδιαφέρον για την καλλιέργεια της αμπέλου αναζωπυρώθηκε, κυρίως λόγω των γηγενών ποικιλιών, είτε ποικιλιών ελληνικών άλλων περιοχών, είτε ξενικών. Με την ευαισθητοποίηση των τοπικών οινοπαραγωγών ξεκίνησε η καλλιέργεια ορισμένων από τις πιο αξιόλογες ντόπιες ποικιλίες, όπως είναι η Κυδωνίτσα και ο Πετρουλιανός, και η ανάδειξη του οινικού τους δυναμικού, ενώ αναμένεται η οινική αξιολόγηση όλων των ποικιλιών μέσα από τη γενετική τους μελέτη, την ταυτοποίησή τους και την εγκατάσταση πιστοποιημένων αμπελώνων που θα επιτρέψουν την οινική αξιολόγηση των άγνωστων γηγενών ποικιλιών.

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει εάν ο αμπελοοινικός τομέας θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό τομέα που θα παίξει θετικό ρόλο στη βιωσιμότητα της οικονομίας της περιοχής μελέτης. Αφορμή αυτής της εργασίας ήταν η πραγματοποίηση του 17ου Διεθνούς Συμποσίου με θέμα «Μονεμβάσιος οίνος- Μονοβασ(ι)ά – malvasia» που πραγματοποιήθηκε το Μάιο του 2006 από το Ινστιτούτο Βυζαντινών Ερευνών και αργότερα τον Ιούλιο του 2010 η θεσμοθέτηση αμπελουργικής ζώνης των οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά – Malvasia (PDO Monemvasia – Malvasia).

Η παρούσα εργασία διαιρείται σε εννιά κεφάλαια. Μετά από τα περιεχόμενα και την εισαγωγή, το πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζει τις γενικές έννοιες της ανάπτυξης, της τοπικής, της βιώσιμης και της αγροτικής ανάπτυξης, όπως προέκυψαν από την ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας.

Το δεύτερο κεφάλαιο περιγράφει την ποιότητα στον κλάδο του οίνου. Θεωρήθηκε αναγκαίο να γίνει αναφορά για την ποιότητα και τους οίνους ονομασίας προελεύσεως, αφού πρόσφατα θεσμοθετήθηκε η περιοχή της Μονεμβασιάς να παράγει οίνους ονομασίας προελεύσεως. Έτσι, σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται μία ιστορική αναδρομή για το πώς εισήχθη η ποιότητα στους οίνους, αναλύεται τι σημαίνει ‘οίνοι ονομασίας προελεύσεως’ και παρουσιάζεται η νομοθεσία οίνων ονομασίας προελεύσεως της περιοχής μελέτης.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται η ανασκόπηση των εμπειρικών μελετών, που σχετίζονται με την ανθρώπινη συμπεριφορά και τακτική στον τρόπο κατανάλωσης κρασιού.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη περιγραφή των κύριων χαρακτηριστικών της περιοχής μελέτης και στη συνέχεια τα επόμενα κεφάλαια περιγράφουν τον αμπελοοινικό τομέα στην περιοχή μελέτης.

Αναλυτικότερα, στο κεφάλαιο πέντε γίνεται μία ιστορική αναδρομή του αμπελοοινικού τομέα στην περιοχή μελέτης με στοιχεία που κάνουν εμφανή την έντονη αμπελοοινική δραστηριότητα στην περιοχή. Επίσης περιγράφει τη σημερινή κατάσταση του αμπελοοινικού τομέα στην περιοχή μελέτης, την έκτασή του και τις ποικιλίες που καλλιεργούνται.

Το κεφάλαιο έξι παρουσιάζει τη συμβολή του αμπελοοινικού τομέα στην ανάπτυξη της περιοχής, παρατάσσοντας γεγονότα που συνδέουν τον αμπελοοινικό τομέας και την ανάπτυξη της περιοχής, καθώς επίσης και επιχειρήσεις της περιοχής που λειτουργούν με βάση τον οίνο.

Στο κεφάλαιο επτά γίνεται η λεγόμενη έρευνα πεδίου που περιλαμβάνει τη μεθοδολογία, τη δομή των ερωτηματολογίων των οινοποιείων, καθώς επίσης και τη δομή των ερωτηματολογίων των κατοίκων.

Στο κεφάλαιο οχτώ παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας τόσο από την πλευρά των οινοποιείων όσο και από την πλευρά των κατοίκων. Γίνεται επίσης σύνοψη των συμπερασμάτων των δύο ερευνών αντίστοιχα.

Στο κεφάλαιο εννιά παρατίθενται γενικά συμπεράσματα και προτάσεις για την περιοχή.

Στο τέλος της παρούσας μελέτης αναφέρεται η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε και το παράρτημα με το υπόδειγμα των δύο ερωτηματολογίων, καθώς επίσης και φωτογραφικό υλικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΕΡΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1.1.Τοπική ανάπτυξη

Με τον όρο «ανάπτυξη» εννοείται η επίτευξη ή η επιδίωξη μιας ή περισσοτέρων θετικών μεταβολών στα βασικά συστατικά της Κοινωνικο- Οικονομικής κυρίως δραστηριότητας των ανθρώπων. Η ανάπτυξη σχετίζεται με τον ποσοτικό, ποιοτικό, δομικό ή ιδεολογικό χαρακτήρα των πιο πάνω μεταβολών. Εν ολίγοις η ανάπτυξη έχει σχέση με την εξέλιξη αλλά κυρίως με την καλύτερη ποιότητα ζωής, που δικαιούνται να έχουν όλοι οι άνθρωποι, ανεξαρτήτως τού εάν ζουν σε μία ανεπτυγμένη ή μη ανεπτυγμένη χώρα.

Στην προσπάθεια προσδιορισμού του περιεχομένου και των προϋποθέσεων εφαρμογής μιας αναπτυξιακής στρατηγικής σε τοπικό επίπεδο έχουν διατυπωθεί αρκετές έννοιες, που η κάθε μία τονίζει από την πλευρά της κάποιες πτυχές του φαινομένου, ενώ παράλληλα παρατηρούνται σημαντικές αλληλοεπικαλύψεις μεταξύ των σχετικών εννοιών που ερμηνεύουν την τοπική ανάπτυξη. Έτσι, έχουν αναπτυχθεί έννοιες όπως αυτές της τοπικής ανάπτυξης, της ενδογενούς ή αυτοτροφοδοτούμενης ανάπτυξης, της ανάπτυξης «εκ των κάτω», της ολοκληρωμένης ανάπτυξης κ.ά. Σ’ αυτό συμβάλλει η πολυμορφία του τοπικού επιπέδου και η σημαντική διαφοροποίηση των περιπτώσεων. Η προβληματική της ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο, μ’ όλες τις αποχρώσεις και τις διάφορες στρατηγικές με τις οποίες συνδέεται και με την εδαφική, πολιτική, οικονομική και πολιτιστική διάσπαση που αυτή συνεπάγεται, τονίζει τον πλουραλισμό των απόψεων και πολιτικών. Ο πλουραλισμός σε αυτή την περίπτωση έχει σχέση με τις ιδιαίτερες συνθήκες της κάθε περιοχής και με την επιλογή από τους κατοίκους και τοπικούς φορείς των κριτηρίων και των τρόπων οικονομικής οργάνωσης και αξιοποίησης των ιδιαιτεροτήτων του τόπου τους (Χριστοφάκης, 2004).

Ο Garofoli (1990, 1992), προσπαθώντας να οριοθετήσει τις έννοιες τοπική και ενδογενής ανάπτυξη υποστηρίζει ότι η τοπική ανάπτυξη χαρακτηρίζεται από ενδογενείς παράγοντες, καθώς και από εξωγενείς μεταβλητές. Η αναπτυξιακή διαδικασία σε πολλές περιπτώσεις, βασίζεται περισσότερο σε εξωγενείς παράγοντες απ’ ότι σε ενδογενείς. Μια προσεκτική ανάλυση της τυπολογίας της τοπικής ανάπτυξης εξαίρει άμεσα τις διαφορές μεταξύ των υποδειγμάτων της εξωγενούς ανάπτυξης (εξαρτώμενα από αποφάσεις λαμβανόμενες κυρίως εκτός της τοπικής

κοινωνίας) και υποδειγμάτων ενδογενούς ή αυτόνομης ανάπτυξης (βασιζόμενα σε μεταβλητές οι οποίες κυρίως ελέγχονται από παράγοντες της τοπικής κοινωνίας). Οι σημαντικότεροι παράγοντες οι οποίοι αποτελούν τη βάση των δύο παραπάνω ομάδων αναπτυξιακών υποδειγμάτων είναι προφανώς πολύ διαφορετικοί. Προφανώς, η ιδιαίτερη φύση του υποδείγματος ανάλογα με την περίπτωση που αναφέρεται, είναι πιο σημαντική στη δεύτερη ομάδα υποδειγμάτων. Απ' αυτή την άποψη, οι όροι τοπική και ενδογενής ανάπτυξη, αν και είναι στενά συνδεδεμένοι, διαφοροποιούνται μερικώς, με τον πρώτο να έχει σαφώς ευρύτερο περιεχόμενο από τον δεύτερο. Σύμφωνα με την ανάλυση αυτή, ο ορισμός και το περιεχόμενο της τοπικής ανάπτυξης, είναι λιγότερο περιοριστικός από αυτόν που προτείνεται από τη μεγαλύτερη πλειοψηφία των απόψεων, οι οποίες ταυτίζουν την τοπική με την ενδογενή ανάπτυξη (Χρισταφάκης 2004).

Με τον όρο τοπική ανάπτυξη οι Friedman –Weaver (UCLA- 1978) θεωρούν τη βάση για ένα διακριτό τοπικό σύστημα αξιών, την αντίδραση του τοπικού πληθυσμού στο επικρατέστερο τοπικό ήθος, τις τοπικές αρχές και αξίες, μια ιδεολογία , τους τοπικούς κώδικες επικοινωνίας, τα ήθη τα έθιμα, παράγοντας ένα (τοπικό) περιβάλλον κοινωνικής συνοχής και εμπιστοσύνης, στο τοπικό επίπεδο (Papakonstantinidis, 2008).

Σύμφωνα με τον Ποταμιανό (1991), η ανάπτυξη ως διαδικασία που λαμβάνει χώρα σε ένα συγκεκριμένο τόπο, θεωρείται τοπική. Η έννοια δεν αφορά μόνο την συγκεκριμένη χωρική μονάδα, αλλά αναφέρεται σε κάθε δραστηριότητα και διαδικασία που γίνεται με την πρωτοβουλία ή την υποστήριξη των τοπικών φορέων και γενικότερα του τοπικού πληθυσμού. Η τοπική ανάπτυξη αποτελεί μια μορφή περιφερειακής ανάπτυξης στην οποία οι τοπικοί παράγοντες, η τοπική πρωτοβουλία και επιχειρηματικότητα, οι τοπικοί φορείς, οι τοπικές επιχειρήσεις, αποτελούν τους βασικούς μοχλούς της αναπτυξιακής διαδικασίας. Αυτή η πολιτική έκανε την εμφάνισή της στις αρχές του ΄80 όπου επιχειρείται η μέγιστη συνεισφορά των περιφερειών στην ανάπτυξη και αναδιάρθρωση της εθνικής οικονομίας μέσω κυρίως της ανάπτυξης του ενδογενούς δυναμικού των καθυστερημένων περιοχών και της διάδοσης των τεχνολογικών καινοτομιών. Η έννοια της τοπικής ανάπτυξης περιλαμβάνει όλες τις πρωτοβουλίες που αποσκοπούν στην τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας μιας περιοχής τόσο μέσω των δημοσίων οργανισμών όσο και μέσω των επιχειρήσεων του ιδιωτικού ή του

κοινωνικού τομέα. Σκοποί της είναι: α) η ενθάρρυνση επιχειρηματικού πνεύματος, των γνώσεων των ικανοτήτων διαχείρισης και του πολιτιστικού υποβάθρου των τοπικών παραγόντων, β) η ανάδειξη και η εκμετάλλευση των τοπικών πόρων για την δημιουργία απασχόλησης, γ) η προώθηση της ανάπτυξης και της δημιουργίας επιχειρήσεων, και δ) η δημιουργία δικτύων συνεργασίας μεταξύ ατόμων και φορέων για τον συνδυασμό της δράσης και των συντονισμό των ενεργειών τους. Οι διασυνδέσεις και οι συνεργασίες σε τοπικό επίπεδο που περιλαμβάνει η έννοια οδηγούν σε μεγαλύτερη συμμετοχή των τοπικών παραγόντων στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Η τοπική ανάπτυξη στηρίζεται σε δύο άξονες: τον τομέα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και τον τομέα των τοπικών πρωτοβουλιών για τη στήριξη της απασχόλησης.

Σύμφωνα με τον Blakely (1994), η τοπική οικονομική ανάπτυξη αντιπροσωπεύει μια σημαντική αλλαγή στα υποκείμενα δράσης και στις δραστηριότητες που σχετίζονται με την οικονομική ανάπτυξη. Πρόκειται στην ουσία για μια διαδικασία με την οποία οι τοπικές αρχές και οι οικονομικές ομάδες διαχειρίζονται τους υπάρχοντες πόρους τους και προβαίνουν σε νέες συνεργασιακές ρυθμίσεις και συμφωνίες με τον ιδιωτικό τομέα ή μεταξύ τους, με σκοπό τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την παρακίνηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μία σαφώς ορισμένη οικονομική ζώνη. Το κεντρικό χαρακτηριστικό στην τοπικά προσανατολισμένη ή βασισμένη ανάπτυξη είναι η έμφαση στις πολιτικές ενδογενούς ανάπτυξης, οι οποίες χρησιμοποιούν το δυναμικό των τοπικών φυσικών, ανθρώπινων και θεσμικών πόρων και που τελικά αποτέλεσαν τη βάση του προτύπου της τοπικής – ενδογενούς ανάπτυξης.

Σε μια συγκεκριμένη ιστορική στιγμή, μία χωρική κοινότητα με δική της πρωτοβουλία μπορεί να ανακαλύψει νέες ιδέες, που τις επιτρέπουν να χρησιμοποιήσει τους πόρους της και να επιλύσει τα προβλήματά της. Στις οικονομίες της αγοράς, η ανάδυση μιας τοπικής επιχειρηματικότητας είναι απαραίτητη συνθήκη για να αρχίσει ή να συνεχιστεί ένας καινούριος τρόπος αυτόνομης ανάπτυξης. Η ικανότητα χάραξης της κατάλληλης αναπτυξιακής διαδικασίας, σε συνδυασμό με την ενεργοποίηση των διαθέσιμων πόρων μιας περιοχής και την ενδογενή δυναμικότητά της οδηγεί σε μία μορφή ανάπτυξης που ονομάζεται ενδογενής ανάπτυξη (Barquero, 1991). Κατά τον Παπακωνσταντινίδης (2007) με τον όρο «Ενδογενής Ανάπτυξη» νοείται η διαδικασία ανάπτυξης μιας χωρικής οντότητας, η οποία, σε κάποια ιστορική στιγμή, αποφασίζει με τη δική της πρωτοβουλία να ενεργοποιήσει τους πόρους (ανθρώπινο δυναμικό, κεφάλαιο, φυσικούς πόρους)

τους οποίους διαθέτει αποκλείοντας όλους, ή τουλάχιστον ορισμένους από τους εξωτερικούς παράγοντες, που θέτουν φραγμούς στη δική της ανάπτυξη.

Κατά το Slee (1993) το ενδογενές αναπτυξιακό μοντέλο είναι ένα μοντέλο τοπικής ανάπτυξης και ως τέτοιο προκύπτει από τις δυνατότητες που υφίστανται σε τοπικό επίπεδο για τη δημιουργία απασχόλησης, την πλήρη εκμετάλλευση των τοπικών πόρων, τη διαμόρφωση ενός κατάλληλου θεσμικού πλαισίου που να ευνοεί την οικονομική ανάπτυξη και από την ύπαρξη μιας ιστορικής- πολιτιστικής κληρονομιάς.

Σύμφωνα με τη Μητούλα κ.α. (2008), μέχρι τη δεκαετία του ’70, στην αναπτυξιακή διαδικασία εφαρμοζόταν το μοντέλο της «από τα πάνω προς τα κάτω» ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο και στις περιοχές- δέκτες των αναπτυξιακών ενεργειών κυριαρχούσαν οι εξωτερικά κατευθυνόμενες οικονομικές δυνάμεις («εξωγενές μοντέλο») χωρίς να λαμβάνουν υπόψη το ενδογενές δυναμικό των περιοχών. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του ’80, οι θέσεις των ερευνητών και οι υποθέσεις ενισχύουν τις μέχρι τότε στρατηγικές ανάπτυξης, άρχισαν σταδιακά να αναθεωρούνται και να μεταβάλλονται. Την περίοδο αυτή αναγνωρίζεται πλέον ότι οι τοπικοί ανθρώπινοι, πολιτισμικοί και περιβαλλοντικοί πόροι, παραμένουν αναξιοποίητοι και ότι μέσω αυτών μπορεί να επιτευχθεί η οικονομική ανάπτυξη. Ως αποτέλεσμα των προηγουμένων, είναι η σταδιακή αντικατάσταση του μοντέλου της «από τα πάνω προς τα κάτω» ανάπτυξης, από εκείνο το οποίο ενισχύει την ανάπτυξη, που προέρχεται από τη βάση (bottom up) («ενδογενές μοντέλο»). Στόχος αυτής της στρατηγικής επιλογής είναι η επίτευξη μιας αυτοδύναμης και ανατροφοδοτούμενης αναπτυξιακής διαδικασίας, από μέσα, χωρίς εξαρτήσεις από ξένα κέντρα αποφάσεων, χωρίς επενδύσεις από έξω, έτσι ώστε οι κάτοικοι να μπορούν να αξιοποιούν μόνοι τους πόρους του χώρου. Βέβαια κάτι τέτοιο, που βρίσκεται πέρα από τη λογική που υπαγορεύουν οι μηχανισμοί της αγοράς, δείχνει να είναι δύσκολο, κάτι σαν ουτοπία. Έτσι για να είναι πιο ρεαλιστικό, ο στόχος είναι να υπάρχει λιγότερο εξάρτηση με παράλληλη την πιο ενεργό συμμετοχή των κατοίκων – μελών της τοπικής κοινωνίας στο αναπτυξιακό γίγνεσθαι του τόπου τους. Οι ίδιοι οι κάτοικοι που αντιμετωπίζουν το πρόβλημα στη καθημερινή τους ζωή, οι ίδιοι μπορούν και πρέπει να προτείνουν λύσεις για την αντιμετώπιση του. Αυτό σημαίνει ότι όλοι οι κάτοικοι ενός τόπου μπορούν να συμμετέχουν ενεργά στη διαδικασία σχεδιασμού της ανάπτυξης του τόπου τους, καταθέτοντας τις σκέψεις και τις προτάσεις του (Παπακωνσταντινίδης, 2007).

Σύμφωνα με τους Coffey και Polese (1985), η τοπική ανάπτυξη μπορεί να θεωρηθεί ως μια διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης και διαρθρωτικών αλλαγών που οδηγεί σε μία βελτίωση του επιπέδου ζωής του τοπικού πληθυσμού και στη οποίαν μπορούν να διακριθούν τουλάχιστον δύο διαστάσεις. Καταρχήν η οικονομική, όπου οι τοπικοί επιχειρηματίες χρησιμοποιούν την ικανότητά τους να οργανώσουν τους τοπικούς παραγωγικούς συντελεστές σε ικανοποιητικά επίπεδα παραγωγικότητας, ώστε να είναι ανταγωνιστικοί στις αγορές. Η άλλη διάσταση είναι η κοινωνικο- πολιτιστική και σε αυτήν οι αξίες και οι τοπικοί θεσμοί αποτελούν τη βάση της αναπτυξιακής διαδικασίας. Ο Stohr(1985) αναφέρει ότι στρατηγική της τοπικής ανάπτυξης θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της και μία επιπλέον διάσταση, τη πολιτικο- διοικητική, όπου οι χωρικές πολιτικές επιτρέπουν τη δημιουργία ενός τοπικού ευνοϊκού πλαισίου, προστατεύοντάς το από τις εξωτερικές επιδράσεις και προωθώντας την ανάπτυξη της τοπικής δυναμικής (Barquero, 1991).

Κατά τον Παπακωνσταντινίδη (2007) η τοπική ανάπτυξη συνιστά όριο διαδικασία μετασχηματισμού της τοπικής κοινωνίας. Δεν είναι απλά διαδικασίας ανάπτυξης. Είναι, ταυτόχρονα, και διαδικασία μεταβολής της διάρθρωσης συντελεστών παραγωγής, των τομέων και κλάδων της τοπικής οικονομίας. Αυτή η διαδικασία έχει ένα συγκεκριμένο πεδίο δράσης, τη χωρικά καθορισμένη κοινότητα και έναν πού συγκεκριμένο στόχο, τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της χωρικά καθορισμένης κοινότητας. Η στρατηγική της ανάπτυξης διαθέτει την δική ερμηνεία με τον όρο «ολοκλήρωση», και μάλιστα όχι μία, αλλά δύο: «την κάθετη ολοκλήρωση» και την «οριζόντια ολοκλήρωση». Η «κάθετη ή τομεακή ολοκλήρωση» είναι εκείνη κατά τη οποία, κλάδοι, ή τομείς της οικονομίας ανεξάρτητα από τον τόπο εγκατάστασης και λειτουργίας των αντίστοιχων μονάδων, εντάσσονται ή ενσωματώνονται με ένα τρόπο αυστηρά ιεραρχικά δομημένο, σε μια σχέση καθαρής εξάρτησης. Η «οριζόντια ή πολυτομεακή ολοκλήρωση» είναι εκείνη, όπου οι εγκαταστημένες, σε έναν συγκεκριμένο τόπο, μονάδες, διαφορετικών κλάδων ή τομέων της τοπικής οικονομίας, είτε αυτές είναι ατομικές ή συνεταιριστικές επιχειρήσεις, είτε είναι βιοτεχνίες- οικοτεχνίες, είτε απλά οικογενειακές ασχολίες που μπορούν να παράγουν εισόδημα, είτε ακόμα ολόκληρα τοπικά παραγωγικά συστήματα, αποφασίζουν να λειτουργήσουν από κοινού σε μια βάση συμπληρωματικότητας και συνέργειας, γύρω από ένα κεντρικό θέμα, που αυτοί επιλέγουν ελεύθερα, όπως ελεύθερα

αποφασίζουν και το βαθμό συμμετοχής τους στη κοινή προσπάθεια. Από αυτές τις δύο προσεγγίσεις, η πρώτη δίνει έμφαση στο οικονομικό στοιχείο, ενώ η δεύτερη δίνει έμφαση στο κοινωνικό στοιχείο, στην ανθρώπινη επικοινωνία, συν-λειτουργία και συνέργεια. Η έννοια της ολοκλήρωσης θα μπορούσε να έχει μια μορφή στενότερης σύνδεσης όπου αφετηρία των τοπικών κοινωνιών να είναι η αμοιβαία εμπιστοσύνη (το τρίτο win) και να εκφράζει κάτι παραπάνω από τη δημιουργία νέων εισοδημάτων, νέων θέσεων εργασίας και υλικοτεχνικές υποδομές. Να έχει να κάνει με την καλυτέρευση της ανθρώπινης ζωής, την καλυτέρευση του ανθρώπινου εγώ, την ελεύθερη πρόσβασή του στη μόρφωση, την καλλιέργεια του πνεύματος, την παιδεία, με τη καθολική έννοια του όρου, την ελεύθερη πρόσβαση στους πόρους του ίδιου του τόπου του, στην πιο ενεργό συμμετοχή του ση διαμόρφωση θεσμών, στη δημιουργικότητά του, τη φαντασία, την καινοτομία, την υγεία, την ασφάλεια.

Σύμφωνα με την Τζεδάκη- Παπαδάκη (1999) η τοπική ανάπτυξη είναι μια διαδικασία διαρθρωτικής αλλαγής, η οποία επιδρά σε μία καθορισμένη κοινότητα και αποβλέπει καταρχήν στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της. Η στρατηγική, όμως της ενδογενούς τοπικής ανάπτυξης «είναι πιο ολοκληρωμένη», όταν δεν απομονώνει τις τοπικές κοινότητες από τη συνοχή που προσδιορίζεται από το οικονομικό σύστημα, μέσα στο οποίο λειτουργεί, η εθνική οικονομία, ενώ συνδέεται ταυτόχρονα με την προώθηση της βελτίωσης του επιπέδου ζωής. Ο καθορισμός της στρατηγικής της ενδογενούς τοπικής ανάπτυξης παρουσιάζει μια ιδιαιτερότητα, αφού πρέπει να αντιμετωπιστεί σε κάθε περίπτωση με διαφορετικό τρόπο και σύμφωνα με το επίπεδο ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας, τη δομή και τη λειτουργία του παραγωγικού συστήματος, την αγορά εργασίας και τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν την τοπική κουλτούρα.

Η Δημαδάμα (2008) αναφέρει ότι η τοπική ανάπτυξη είναι η διαδικασία με την οποία επιδιώκεται η προώθηση όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων, στις οποίες ένας τόπος παρουσιάζει πλεονεκτήματα, όπως και η εκμετάλλευση και αξιοποίηση όλων των πλουτοπαραγωγικών πηγών του. Έτσι, επιδιώκεται η ισόρροπη ανάπτυξη όλων των χωρικών μονάδων της ευρύτερης περιφέρειας με τη διατήρηση του υπάρχοντος οικιστικού δικτύου χωρίς τη συγκέντρωση του πληθυσμού και των δραστηριοτήτων σε ένα ορισμένο αστικό περιβάλλον. Ένας τόπος χαρακτηρίζεται ως αναπτυσσόμενος, όταν σε αυτόν καταγράφεται:

- Μακροπρόθεσμη σταθερότητα
- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας
- Αύξηση της παραγωγικότητας
- Ενίσχυση της απασχόλησης
- Καταπολέμηση της ανεργίας
- Ενδυνάμωση των δημιουργικών δυνάμεων
- Ορθολογική χρήση της γης και των φυσικών πόρων
- Ενδυνάμωση των ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων
- Παροχή και εξασφάλιση των βασικών δικαιωμάτων παιδείας, υγείας και ποιότητας ζωής.

Ο συνδυασμός όλων των παραπάνω παραγόντων, χωρίς υποτίμηση του ενός ή του άλλου, μπορεί να οδηγήσει έναν τόπο στην ανάπτυξη ή πιο σωστά στη βιώσιμη ανάπτυξη (Μητούλα, 2006).

Οι Τομαράς και Λαγός (2005) αναφέρουν ότι οι νέες τάσεις στην τοπική ανάπτυξη εστιάζονται στην αξιοποίηση του ενδογενούς δυναμικού κάθε περιοχής, στην αποκέντρωση της λήψης των αποφάσεων, στην ενίσχυση των τοπικών πρωτοβουλιών για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, στην ενεργοποίηση του κοινωνικού μηχανισμού της «τοπικής συνείδησης», στην ανάπτυξη πολυκεντρικών δικτύων και συνεργασίας και στην αντιμετώπιση οικονομικών προβλημάτων (μόλυνση περιβάλλοντος, ανεργία, παγκοσμιοποίηση, ανάπτυξη νέων τεχνολογιών κλπ.) με στόχο την αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων κάθε περιφέρειας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και την προώθηση της τοπικής αειφορίας. Η τοπική ανάπτυξη εξαρτάται και από το πώς οι Τοπικές Διοικήσεις ή Οργανισμοί ενεργοποιούν και διατηρούν τη επιχειρηματική δραστηριότητα και απασχόληση. Ο βασικός στόχος της Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης είναι να δημιουργήσει τοπικές ευκαιρίες απασχόλησης σε τομείς που συντελούν στη βελτίωση της τοπικής κοινότητας χρησιμοποιώντας το υπάρχον ανθρώπινο, φυσικό και θεσμικό «Κεφάλαιο». Αυτό σημαίνει ότι οι τοπικοί παράγοντες, όπως Οργανισμοί, Φορείς, Τοπικές Επιχειρήσεις, Τοπική Πρωτοβουλία και Επιχειρηματικότητα, συνιστούν τους βασικούς μοχλούς της αναπτυξιακής διαδικασίας. Έτσι, αξιοποιούνται τοπικά η παραγωγική δομή, οι παραδόσεις και η πολιτιστική κληρονομιά, πάνω στα οποία μπορεί να στηριχτεί η οικονομική μεγέθυνση και η βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών.

Ο ρόλος του κράτους και η παρέμβαση στην τοπική ανάπτυξη κρίνεται αναγκαίος αν και υπάρχουν διαφορετικές εκτιμήσεις για τον τρόπο άσκησης των πολιτικών από το τοπικό κράτος ή από το συγκεντρωτικό κράτος. Ο βαθμός συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στη λήψη αποφάσεων αλλά και στην υλοποίηση των τοπικών πολιτικών αποτελεί κρίσιμο σημείο νεότερων τοποθετήσεων, που εστιάζουν σε θέματα διακυβέρνησης και πολιτικής νομιμοποίησης (Δημαδάμα, 2008).

1.2.Βιώσιμη ανάπτυξη

Πολλοί υποστηρίζουν πως η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης είναι αλληλένδετη με αυτή της τοπικής ανάπτυξης (Moss και Fichter, 2003). Την άποψη αυτή απηχεί ο ορισμός της βιώσιμης ανάπτυξης που διατυπώθηκε το 1987 από την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη του Ο.Η.Ε. (World Commission on Environment and Development- WCED), ο ορισμός της 'βιώσιμης ανάπτυξης'(sustainable development). Σύμφωνα με αυτόν: «βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη η οποία ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να υποθηκεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες». Όπως δείχνει το παρακάτω σχήμα, η Βιώσιμη Ανάπτυξη στηρίζεται δηλαδή σε τρεις πυλώνες: το περιβάλλον, την οικονομία, και την οικολογία. Εκτός από τις κατευθυντήριες γραμμές αναπτύσσεται και σε κάθετα επίπεδα: διεθνές, περιφερειακό, εθνικό, τοπικό, οικιακό.



Σχήμα 1. Τα επίπεδα της Βιώσιμης Ανάπτυξης (World Commission on Environment and Development,1987 στο Αμπελιώτης, 2008)

Η σύνδεση της βιώσιμης με την τοπική ανάπτυξη φαίνεται και από τη δημιουργία της Τοπικής Agenda 21. Η Τοπική ατζέντα είναι μια διαδικασία, σύμφωνα με την οποία οι τοπικές αρχές, σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης, καλούνται να εργαστούν από κοινού με όλους τους φορείς της τοπικής κοινωνίας και με τους πολίτες. Στόχος της συνεργασίας είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση δράσεων που θα εφαρμόσουν τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο (Τσάρτας και Σταυρινούδης, 2006).

1.3.Αγροτική ανάπτυξη

Εφόσον η περιοχή μελέτης αποτελεί αγροτική περιοχή, καθίσταται αναγκαίο να γίνει μια σύντομη αναφορά στην αγροτική και γεωργική ανάπτυξη. Εδώ πρέπει να αναφερθεί, ότι η περιοχή αυτή εκτός από γεωργική, ανήκει και στους νομούς που αποτελούν τους ορεινούς, παραμεθόριους και περιμετρικούς, που έχουν κατά κεφαλήν ΑΕΠ κατώτερο του 80% του μέσου κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας καθώς επίσης ταξινομείται στους προβληματικούς νομούς βάσει του μεγέθους και της εξέλιξης του κατά κεφαλήν ΑΕΠ. (Παπαδασκαλόπουλος κ.α., 2004) Αποτέλεσμα αυτών των χαρακτηριστικών είναι οι περιοχές αυτές να μην συνιστούν τον πλέον επιθυμητό τόπο μόνιμης κατοίκησης, εξαιτίας των περιορισμένων παροχών σε κρίσιμους τομείς όπως η παιδεία και η υγεία, του υψηλού κόστους διαβίωσης, των περιορισμένων ευκαιριών απασχόλησης, της έλλειψης ψυχαγωγικών και πολιτιστικών επιλογών και των δυσκολιών επικοινωνίας με τις υπόλοιπες, ακόμη και γειτονικές περιοχές της χώρας. Τα δεδομένα αυτά οδηγούν συνήθως στη σταθερή μείωση του πληθυσμού (ιδιαίτερα των νέων) και στην εμφάνιση φαινομένων, έντονης πληθυσμιακής συγκέντρωσης στους μεγαλύτερους οικισμούς- πόλεις (Τσάρτας και Σταυρινούδης, 2006).

Σύμφωνα με τα παραπάνω στις γεωγραφικές περιοχές, όπου πραγματοποιείται η αγροτική ανάπτυξη κυριαρχεί ο πρωτογενής τομέας παραγωγής (γεωργία, κτηνοτροφία, δάση, αλιεία) αν και, από δεκαετιών, παράλληλα και με σχέσεις αλληλεξάρτησης αναπτύσσονται και άλλες οικονομικές δραστηριότητες του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα παραγωγής (μεταποίηση, τουρισμός, υπηρεσίες) (Λουκάκης, 2005).

Ο όρος «αγροτική ανάπτυξη» αναφέρεται σε μια διαφορετική προσέγγιση των κρατικών παρεμβάσεων στις οικονομίες των λιγότερο αναπτυγμένων χωρών, η οποία είναι ταυτόχρονα ευρύτερη και πιο συγκεκριμένη από τη αντίστοιχη προσέγγιση της «γεωργικής ανάπτυξης». Είναι ευρύτερη διότι περιλαμβάνει αρκετά περισσότερα από την ανάπτυξη της γεωργικής παραγωγής- από τη στιγμή που στην πραγματικότητα συνιστά μια διαφορετική προσέγγιση στην ανάπτυξη της οικονομίας συνολικά. Είναι πιο συγκεκριμένη με την έννοια ότι επικεντρώνεται (στη ρητορική της και στις αρχές της) στη φτώχεια και την ανισότητα. Με αυτή την έννοια, η αγροτική ανάπτυξη στηρίζεται σε μία διεπιστημονική προσέγγιση που εξετάζει την αλληλεπίδραση των κοινωνικο- πολιτικών παραγόντων με τις οικονομικές διαδικασίες και, επιπρόσθετα, δε λαμβάνει τους μη οικονομικούς παράγοντες ως σταθερούς, ούτε θεωρεί ότι αυτοί έχουν την ίδια πάντα επίδραση στην οικονομία (Παπαδόπουλος, 2004).

Στη Διακήρυξη του Cork (Ιρλανδία), η οποία ήταν αποτέλεσμα ενός Ευρωπαϊκού Συνεδρίου για την Αγροτική Ανάπτυξη (Cork Declaration, 1996), διατυπώθηκε ξεκάθαρα η ανάγκη για τοποθέτηση της *αειφόρου αγροτικής ανάπτυξης* στην κορυφή της ατζέντας για την ΕΕ. Στόχοι της αγροτικής ανάπτυξης είναι η αντιστροφή της αγροτικής εξόδου, η καταπολέμηση της φτώχειας, η αναζωογόνηση της απασχόλησης και η ισότητα ευκαιριών και η ανταπόκριση στα απαιτήσεις για περισσότερη ποιότητα, υγεία, ασφάλεια και ατομική ανάπτυξη και αναψυχή, αλλά και βελτίωση της ποιότητα ζωής στις αγροτικές περιοχές. Η αειφόρος αγροτική ανάπτυξη αποτελεί σήμερα το νέο υπόδειγμα ανάπτυξης του αγροτικού χώρου που χαρακτηρίζεται τόσο από την παραδοχή της ανάγκης για μείωση του περιβαλλοντικού κόστους της γεωργίας όσο και από την αναγνώριση των περιβαλλοντικών οφελών που πηγάζουν από την βιωσιμότητα του αγροτικού χώρου. Η νέα αυτή προσέγγιση οργανώνεται με βάση τα χαρακτηριστικά αλλά και την επιδίωξη της «πολυλειτουργικότητας της γεωργίας». Τα βασικά χαρακτηριστικά της πολυλειτουργικότητας είναι: 1) η ύπαρξη πολλαπλών εμπορευματικών και μη-εμπορευματικών αποτελεσμάτων που παράγονται από κοινού στη γεωργία, και 2) το γεγονός ότι μερικά από τα μη-εμπορευματικά αποτελέσματα επιδεικνύουν χαρακτηριστικά που δεν μπορούν να κοστολογηθούν ή είναι δημόσια αγαθά, με αποτέλεσμα οι αγορές αυτών των αγαθών να μην υπάρχουν ή να λειτουργούν ανεπαρκώς» (OECD, 2001). Αυτό που προσφέρει η έννοια της πολυλειτουγικότητας είναι ότι δίνει τη δυνατότητα να αναγνωρισθούν οι διαφορετικοί ρόλοι της γεωργίας. Πέρα από τον παραγωγικό της ρόλο, η γεωργία ενσωματώνει μια σειρά άλλους ρόλους όπως τη διατήρηση, τη

διαχείριση και την αξιοποίηση του αγροτικού τοπίου, την προστασία του περιβάλλοντος ενώ, επίσης, συνεισφέρει στη βιωσιμότητα των αγροτικών περιοχών. Οι «ρόλοι» της γεωργίας δεν αποτελούν απλώς μη-κοστολογήσιμα έξοδα ή οφέλη από τη γεωργική παραγωγική διαδικασία αλλά αποτελούν τη βάση για την εμπέδωση (embeddedness) της γεωργίας στο θεσμικό και κοινωνικοπολιτικό ιστό των αγροτικών περιοχών. Η γεωργία παραμένει ακόμα ο κύριος χρήστης των εδαφικών πόρων, συγκεκριμένα στις απομακρυσμένες και λιγότερο ευνοημένες αγροτικές περιοχές η γεωργία αποτελεί ουσιαστικά τη ραχοκοκαλιά της τοπικής οικονομίας. Στις τελευταίες περιοχές τουλάχιστον χρειάζεται να ενθαρρυνθεί και να στηριχθεί παραπέρα ο πολυλειτουργικός ρόλος της γεωργίας ώστε να προωθηθεί η βιωσιμότητα των αγροτικών περιοχών και η ισόρροπη χωρική ανάπτυξη. Για να επιτευχθεί αυτό προϋποθέτει όχι μόνο την χρήση των κατάλληλων εργαλείων, αλλά κυρίως την διαμόρφωση ενός νέου συστήματος πολιτικής διαχείρισης (governance). Ενός συστήματος που βασίζεται στην τοπική ενδυνάμωση και δράση, την αναδιανομή εξουσιών προς τα κατώτερα ικανά κλιμάκια και, τελικά, την δυνατότητα ανάληψης αποτελεσματικών, και τοπικά εξειδικευμένων, πολυτομεακών δράσεων μέσω ενός κατάλληλου συστήματος εταιρικότητας, συνεργασίας και συντονισμού (Παπαδόπουλος κ.α., 2000).

Σύμφωνα με την Καραβέλη (1995), οι νέες λειτουργίες των αγροτικών περιοχών της Ευρώπης έχουν οδηγήσει σε μεταβολές στην αγροτική πολιτική και σε μια νέα αντίληψη για την αγροτική ανάπτυξη (rural development), η οποία: (i) δίνει έμφαση στον ‘πολυλειτουργικό’ (multifunctional) χαρακτήρα και τον ‘πέραν της αγοράς’ ρόλο (non-market function) της γεωργίας; (ii) τονίζει τη συσχέτιση μεταξύ γεωργίας, αγροτικού χώρου (rurality) και περιοχής (territory); (iii) ενισχύει την ‘ενδογενή’ (endogenous) προσέγγιση στην αγροτική ανάπτυξη (η οποία συνεπάγεται την όσο το δυνατό μεγαλύτερη εκμετάλλευση των εγχώριων πόρων). Το νέο μοντέλο πολιτικής σημαίνει μεγαλύτερη προσαρμογή στις τοπικές ιδιαιτερότητες, ενώ περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως η αναψυχή, ο τουρισμός και η προστασία του περιβάλλοντος, οι οποίες στο μέλλον θα αποτελούν τη βάση για νέες στρατηγικές τοπικής οικονομικής ανάπτυξης. Η Ευστράτογλου κ.α. (1995) αναφέρουν ότι οι αγροτικές περιοχές συχνά ταυτίζονται με την ικανότητα της τοπικής οικονομίας να συγκρατεί ή και να αυξάνει τον τοπικό της πληθυσμό, να εξασφαλίζει δυνατότητες απασχόλησης και να διατηρεί σε μακροχρόνια βάση την οικονομική και κοινωνική βιωσιμότητα της τοπικής

κοινωνίας. Καθώς οι οικονομικές επιδόσεις των αγροτικών περιοχών διαφέρουν σημαντικά, ιδιαίτερα ως προς τις μεταβολές στην απασχόληση, «η επίτευξη μιας περισσότερο ισόρροπης ανάπτυξης της απασχόλησης παραμένει μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει η Ευρωπαϊκή Ένωση» (European Commission, 2001).

Η αγροτική ανάπτυξη (ανάπτυξη της υπαίθρου) έχει μια ολοκληρωμένη διάσταση και αφορά στην ευρύτερη οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών όπου ο γεωργικός τομέας είναι ο επικρατέστερος τομέας οικονομικής δράσης. Επιδιώκει τη σύνδεση του γεωργικού κλάδου με τους υπόλοιπους τομείς της τοπικής οικονομίας, την ενεργοποίηση του εγχώριου πληθυσμού, τη θεμελίωση της αναπτυξιακής λογικής στα άτομα της αγροτικής κοινότητας, την οργάνωση αναπτυξιακών μηχανισμών και την εφαρμογή ολοκληρωμένων αναπτυξιακών προγραμμάτων. Τα προγράμματα στην περίπτωση αυτή αποβλέπουν στην ενίσχυση του γεωργικού εισοδήματος από συμπληρωματική εξωγεωργική απασχόληση του πληθυσμού και είναι συνδεδεμένα με τον πολυτομεακό χαρακτήρα της γεωργίας. Ο πολυτομεακός αυτός χαρακτήρας στηρίζεται στην αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος, του αγροτικού τοπίου και της πολιτιστικής κληρονομιάς της υπαίθρου (Αλέγρας, 2003). Η πολιτική για την ολοκληρωμένη και βιώσιμη ανάπτυξη του αγροτικού χώρου εισάγει τα εξής χαρακτηριστικά (Χατζηθεοδωρίδης κ.α., 2006):

• Την αντιμετώπιση των προβλημάτων σε γεωγραφικό επίπεδο, καθότι ο αγροτικός χώρος παρουσιάζει μεγάλη ποικιλομορφία και επομένως η πολιτική πρέπει να είναι κατάλληλα προσαρμοσμένη στα ειδικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. Στο πλαίσιο αυτό εξειδικεύονται περιοχές παρέμβασης οι οποίες αποτελούν θύλακες (με ομοιογενή χαρακτηριστικά που ενδέχεται να μην συμπίπτουν με τα όρια της διοικητικής διαίρεσης Νομαρχία– Περιφέρεια), με κύρια χαρακτηριστικά την ύπαρξη διαρθρωτικών αδυναμιών αλλά και προοπτικών ανάπτυξης. Κατ' αυτό το τρόπο λαμβάνεται υπόψη η προσαρμογή στις ειδικές ανάγκες, απαιτήσεις και προοπτικές κάθε αγροτικής περιοχής.

• Τη συμμετοχή στην ανάπτυξη όλων των τομέων της οικονομίας και την ενδυνάμωση των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων στην τοπική οικονομία.

• Την ολοκληρωμένη προσέγγιση με στόχο την προώθηση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, τη δημιουργία των κατάλληλων υποδομών και την παροχή δημόσιων υπηρεσιών.

• Την αξιοποίηση του ενδογενούς δυναμικού κάθε περιοχής.

• Τη συνεργασία και το συντονισμό μεταξύ των εμπλεκομένων κεντρικών και τοπικών φορέων.
• Την επεξεργασία και προσαρμογή της πολιτικής σε τοπικές ανάγκες, απαιτήσεις και δυνατότητες, μέσω πολυσυλλεκτικών διαδικασιών σχεδιασμού "εκ των κάτω προς τα άνω" (bottom up).
• Την προστασία του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος, μέσω "εισαγωγής" ήπιων αναπτυξιακών δράσεων σε όλα τα επίπεδα.
• Την ενθάρρυνση εκ μέρους της πολιτείας των επενδύσεων και
• τη βελτίωση του επιπέδου ποιότητας ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών.

Ο Λαμπριανίδης (2004) αναφέρει ότι, παρά την ύπαρξη υψηλής επιδότησης γεωργικών εκμεταλλεύσεων και ευρύτερων προγραμμάτων για την υποβοήθηση της ανάπτυξης της υπαίθρου, οι καθυστερημένες περιφέρειες της ΕΕ συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν προβλήματα, όπως: μη ευνοϊκή δομή αγροκτημάτων, χαμηλά εισοδήματα, ηλικιωμένος πληθυσμός, μετανάστευση, σχετική απομόνωση από βασικά κέντρα οικονομικής δραστηριότητας. Η γεωργία σε τέτοιες περιοχές περιθωριοποιείται ολοένα και περισσότερο σε σχέση με την οικονομική βιωσιμότητα της γης, παρότι εμφανίζονται κάποιες νέες δραστηριότητες, όπως τουρισμός και βιομηχανία. Μια δυνατότητα για την υποβοήθηση της αναπτυξιακής δυναμικής για ης ορεινές περιοχές της υπαίθρου φαίνεται να βρίσκεται στην αγορά τοπικών προϊόντων. Το ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο ζήτημα είναι ότι η σημερινή πολιτική της ΕΕ για την ύπαιθρο προωθεί ένα πλέγμα μέτρων με στόχο την «πολυλειτουργικότητα». Στο πλαίσιο αυτό, η προώθηση της παραγωγής τοπικών προϊόντων θεωρείται ότι οδηγεί στην ανάπτυξη της υπαίθρου. Συγκεκριμένα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή των Περιφερειών (1996) θεωρεί τα «τοπικά προϊόντα» (δηλαδή «φυσικά αγαθά ή υπηρεσίες που παράγονται ή παρέχονται από διαφορετικές επιχειρήσεις στην ύπαιθρο με καθιερωμένη κοινωνικοοικονομική ταυτότητα») ως πιθανό «ατού των περιφερειών». Εφόσον η εμπιστοσύνη ανάμεσα σε παραγωγούς και καταναλωτές είναι δύσκολο να καθιερωθεί σε μεγάλες αγορές, η Επιτροπή αναγνωρίζει «την αυξανόμενη σημασία της ελεγμένης περιοχής προέλευσης ενός προϊόντος ως εγγύηση της ποιότητας»· Βλέπει τα τοπικά προϊόντα ως «αναγκαίο εφόδιο σε εποχή παγκοσμιοποίησης του εμπορίου» και αναγνωρίζει τρεις βασικές δυνατότητες συνεισφοράς των τοπικών προϊόντων στην ενίσχυση των περιοχών της υπαίθρου, ιδιαίτερα των μειονεκτικών. Πρώτον, η αναγνώριση δίνει τη δυνατότητα σχηματισμού μιας σχέσης ανάμεσα στο προϊόν, στο τοπίο και στον πολιτισμό μιας περιοχής, και

-όπου είναι απαραίτητο- ανάμεσα στο προϊόν και σε κάποιες πρακτικές ή υπηρεσίες στον τομέα προστασίας των ζώων ή του περιβάλλοντος. Δεύτερον, η προστασία των «Σπεσιαλιτέ Τροφίμων» σημαίνει ότι μια γαστρονομική κληρονομιά που συνεισφέρει στην ταυτότητα της περιοχής μπορεί να διατηρηθεί Τέλος, η ενίσχυση της συνεργασίας για την παραγωγή τοπικών προϊόντων μπορεί, μέσω συνεταιρισμών, να έχει ιδιαίτερα σημαντική επίδραση στην προώθησή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΝΟΙ ΠΟΠ

2.1.Εισαγωγή

Η νομοθεσία της ΕΕ (Κανονισμοί 2081/92 και 2082/ 92) προσφέρει προστασία σε δύο τύπων τρόφιμα και ποτά: Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) (Protected Designation of Origin - PDO) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) (Protected Geographical Indication – PGI). Ο πρώτος τύπος δηλώνει ότι το προϊόν προέρχεται από γεωγραφική περιοχή που του προσδίδει συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, οφειλόμενα στο συγκεκριμένο γεωγραφικό περιβάλλον, με τους δεδομένους ανθρωπογενείς και φυσικούς παράγοντες. Ο δεύτερος δηλώνει, συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή (χαρακτηριζόμενη από ποιότητα, φήμη ή άλλα χαρακτηριστικά), αλλά όχι αναγκαστικά το φυσικό περιβάλλον της. Ο ορισμός των ΠΟΠ είναι πιο ισχυρός και αποκλειστικός από αυτόν των ΠΓΕ. Με αφορμή την τη θεσμοθέτηση τον Ιούλιο 2010 αμπελουργική ζώνη των οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά – Malvasia (PDO Monemvasia – Malvasia), στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει περιγραφή όσον αφορά την ποιότητα στον κλάδο του οίνου.

2.2. Ιστορία κοινής αμπελοοινικής νομοθεσίας

Η ελεγχόμενη από τη νομοθεσία και το κράτος ποιοτική κατάταξη των οίνων ξεκίνησε από τη Γαλλία και σταδιακά επεκτάθηκε σε όλο τον κόσμο. Οι λόγοι που κατέστησαν την παραπάνω ενέργεια αναγκαία ήταν:

- Οι προσβεβλημένοι αμπελώνες από ασθένειες (Φυλλοξήρα, Ωίδιο, Περονόσπορος) μετά το 1862 οδήγησε είτε στη χρήση αμερικάνικων υποκειμένων είτε στη φύτευση νέων αμπελώνων.
- Αργότερα η υπερπαραγωγή και η πτώση των τιμών που οδήγησε τους καλλιεργητές στην εξαθλίωση και στην στην εναντίωση στη χρήση ζάχαρης. Για πρώτη φορά έγινε νομοθέτηση της δήλωσης παραγωγής και των αποθεμάτων με σκοπό να ελεγχθεί η παραγωγή νοθευμένων κρασιών και τον ορισμό του κρασιού ως προϊόν αλκοολικής ζύμωσης φρέσκων σταφυλιών ή φρέσκου χυμού σταφυλιών χωρίς όμως να λύνεται το πρόβλημα της υπερπαραγωγής.

Έτσι πάρθηκαν μέτρα με σκοπό να προστατέψουν τις περιοχές παραγωγής κρασιών ποιότητας απαγορεύοντας νέες φυτεύσεις και την εμπορία κρασιών που παράγονται από υβρίδια, δηλαδή φυτών από διασταύρωση αμερικανικών και ευρωπαϊκών ποικιλιών.

Κάποιες περιοχές στο μεταξύ άρχισαν να παίρνουν μέτρα με σκοπό να προωθήσουν και να κατοχυρώσουν το όνομα των κρασιών τους. Τέτοια ήταν η κίνηση το 1900 των παραγωγών του Chablis να προστατέψουν το όνομα τους ενάντια σε ξένες χώρες που το χρησιμοποιούσαν. Σε πολλά σημεία είχαν φτάσει σε ακραίες καταστάσεις όπως για παράδειγμα το Chablis να είναι στις ΗΠΑ συνώνυμο των λευκών ξηρών κρασιών. Το ίδιο έκαναν και οι παραγωγοί του Medoc με αποτέλεσμα να αρχίσει να κατοχυρώνεται νομοθετικά το σύστημα των ονομασιών προέλευσης. Τότε βέβαια άρχισε να δημιουργείται το πρόβλημα της οριοθέτησης των περιοχών παραγωγής και χρειάστηκαν πολλές και έντονες διαμάχες πριν μπουν τα οριστικά όρια. Για παράδειγμα ως Bordeaux το 1911 ορίστηκε η περιοχή που περικλείεται στο διαμέρισμα Gironde αφήνοντας περιοχές όπως το Bergerac απ' έξω. Στο μεταξύ και στις περιοχές που είχαν οριοθετηθεί άρχισαν να μπαίνουν μηχανισμοί ώστε το κρασί που παράγεται να έχει αποδεκτά ποιοτικά όρια καθορίζοντας τις ποικιλίες και τον τρόπο οινοποίησης και να θεσμοθετούνται οι τρόποι κλαδέματος, το μέγιστο παραγωγής η ωριμότητα των σταφυλιών.

Το 1935 ψηφίζεται ο ιδρυτικός νόμος *του* Institut National des Appellations d'Origine (Εθνικό Ινστιτούτο Ονομασίας Προέλευσης ΙΝΑΟ) με σκοπό να νομοθετεί για το κρασί ένα προϊόν με τόσες διαφοροποιήσεις. Η μεθοδολογία ακολουθήθηκε από πολλά κράτη και σήμερα για όλες τις χώρες της Ε.Ε. ισχύει κοινή αμπελοινική νομοθεσία που έχει στηριχτεί κατά κύριο λόγο στο προϋπάρχον γαλλικό μοντέλο (Τσακίρης, 2000).

2.3. Γεωγραφική προέλευση οίνων

Η νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 1970 κατατάσσει τα κρασιά σε δύο μεγάλες κατηγορίες: Τα VQPRD (που σημαίνει Οίνοι Ποιότητας Παραγόμενοι σε Καθορισμένη Περιοχή από τα αρχικά των γαλλικών λέξεων Vins de Qualite Produits dans une Region Determinee) και τα Επιτραπέζια υποκατηγορία των οποίων είναι τα Τοπικά.

2.4. Οίνοι ονομασίας προελεύσεως

Η έννοια της ονομασίας προελεύσεως είναι συνδεδεμένη με μία συγκεκριμένη αμπελουργική περιοχή, ο καθορισμός της οποίας γίνεται με αμπελοτεμάχια (Γαλλία, Ισπανία) ή με βάση τις κοινότητες (Ελλάδα, Ιταλία), όπως αυτές υπήρχαν πριν τη συνένωσή τους σε Δήμους. Φυσικά, ο πρώτος τρόπος είναι ο μόνος σωστός γιατί όλα τα εδάφη μιας κοινότητας δεν είναι κατάλληλα για αμπελοκαλλιέργεια. Στις χώρες, όμως, που δεν υπάρχει αμπελουργικό κτηματολόγιο, ο τρόπος αυτός δεν είναι δυνατό να εφαρμοστεί. Έτσι, στην Ελλάδα, ένα κρασί Ονομασίας Προέλευσης Αμύνταιο π.χ. σημαίνει ότι ο οίνος που παράγεται αποκλειστικά από σταφύλια της ποικιλίας Ξινόμαυρο, τα οποία προέρχονται από αμπελώνες κοινοτήτων των οποίων τα ονόματα αναφέρει επακριβώς η νομοθεσία. Εμφιαλωμένοι οίνοι λοιπόν, με ονόματα γεωγραφικών περιοχών (π.χ. Νεμέα, Νάουσα, Σαντορίνη), πρόκειται για κρασιά Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας (ΟΠΑΠ). Κανένας παραγωγός δεν έχει δικαίωμα να ονομάσει το κρασί με το όνομα κάποιας γεωγραφικής περιοχής, αν η περιοχή αυτή δε δίνει κρασί ΟΠΑΠ ή αν το κρασί του δε καλύπτει τις νομοθετικές προδιαγραφές για κρασί ΟΠΑΠ (Τσακίρης, 2000).

Οι κύριοι παράγοντες που θεωρούνται για τη διαμόρφωση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του οίνου είναι το οικοσύστημα και η οινοποίηση. Ο άνθρωπος, με την εφαρμογή των κατάλληλων μεθόδων καλλιέργειας αλλά και οινοποίησης, αξιοποιεί τον φυσικό παράγοντα με σκοπό την παραγωγή ενός κρασιού υψηλής ποιοτικής στάθμης. Η παραπάνω συσχέτιση οδήγησε στη γέννηση των κοινοτικών Vins de Qualite Produits dans une Region Determinee- V.Q.P.R.D. (Κρασιά Ποιότητας Παραχθέντα σε μια Καθορισμένη Περιοχή). Έτσι, ένα κρασί, για να ανήκει στη κατηγορία αυτή και επομένως να φέρει το τοπωνύμιο που έχει αναγνωριστεί ως κοινόχρηστο εμπορικό όνομα, πρέπει να πληροί κάποιους όρους. Οι όροι αυτοί σχετίζονται με τα εξής (www.keosoe.gr):

1. Οριοθέτηση της ζώνης παραγωγής του σταφυλιού αλλά και του κρασιού
2. Ποικιλία της αμπέλου
3. Μέθοδοι οινοποίησης
4. Καλλιεργητικές τεχνικές
5. Στρεμματική απόδοση
6. Περιεκτικότητα σε αλκοόλη

Πίνακας 1. Κατηγορίες οίνων

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΟΙΝΩΝ			
ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΕΩΣ(ΠΟΠ)		**ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟΙ (ΠΓΕ)**	
Ονομασία **Π**ροελεύσεως **Ε**λεγχόμενη **(ΟΠΕ)**	**Ο**νομασία **Π**ροελεύσεως **Α**νωτέρας **Π**οιότητας **(ΟΠΑΠ)**	**Τ**οπικοί	**Ο**νομασία κατά παράδοση

Πηγή: Τσακίρης (2010 **)** Κατηγορίες Οίνων

Οι οίνοι ΠΟΠ της Ελλάδας («Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης») περιλαμβάνουν την κατηγορία ελληνικών οίνων «Οίνοι Ονομασίας Προέλευσης» (ΟΠΑΠ και ΟΠΕ). Η κατηγορία Ο.Π.Α.Π. (Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας), περιλαμβάνει πολλά από τα καλύτερα κρασιά της Ελλάδας. Υπάρχουν 20 περιοχές ως τώρα που έχουν δικαίωμα Ονομασίας Προέλευσης. Στη Βόρεια Ελλάδα, υπάρχουν οι ονομασίες Ζίτσα, Αμυνταίο, Γουμένισα και Νάουσα. Στη Χαλκιδική η Ονομασία Πλαγιές Μελιτονά, στη Θεσσαλία ο Αγχίαλος και το Ραψάνη. Κοντά στην Αθήνα, υπάρχει η ονομασία της Κάντζας, στην Πελοπόννησο, οι ονομασίες

της Πάτρας, Μαντινεία και Νεμέα. Στα Ιόνια νησιά, υπάρχει το Ρόμπολα Κεφαλονιάς και στα νησιά της Πάρου, της Λήμνου, της Ρόδου και της Σαντορίνης υπάρχουν το Πάρος, το Λήμνος, το Ρόδος, το Σαντορίνη. Τέλος, στην Κρήτη υπάρχουν οι ονομασίες Προέλευσης Αρχάνες, Πεζά, Σητεία και Δάφνες.

Οι οίνοι ΠΓΕ της Ελλάδας («Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης») περιλαμβάνουν την κατηγορία ελληνικών οίνων Τοπικοί Οίνοι και κάποιους από τους οίνους με «Ονομασία κατά Παράδοση». Κατά την ευρωπαϊκή και την ελληνική οινική νομοθεσία οι τοπικοί οίνοι αποτελούν υπο-κατηγορία των επιτραπέζιων και έχουν αναπτυχθεί πολύ, τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Θεσπίστηκαν για να ενισχυθούν οι έννοιες της αυθεντικότητας και της τυπικότητας και είχαν εξαρχής το δικαίωμα αναγραφής της χρονιάς της εσοδείας και της ποικιλιακής σύνθεσης, ενώ γι' αυτούς καθορίζονται τόσο γεωγραφικά όρια, όσο και ποικιλιακές συνθέσεις.

2.5. Οίνοι ΠΟΠ Μονεμβασιά - Malvasia

Το 2010 θεσμοθετήθηκε η **α**μπελουργική ζώνη των οίνων ΠΟΠ Μονεμβασία-Malvasia**.** Είναι ο νεώτερος οίνος Ονομασίας Προέλευσης καθώς θεσπίστηκε τον Ιούλιο 2010. Η διπλή ονομασία Μονεμβασία-Malvasia είναι υποχρεωτική με τις 2 λέξεις ισότιμες και σε ενιαίο σύνολο. Η ζώνη των οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia βρίσκεται στο νοτιοανατολικό άκρο της Λακωνίας, στη χερσόνησο της "Επιδαύρου Λιμηράς" που καταλήγει στο ακρωτήριο Μαλέας (ή Κάβο Μαλιάς) και στις περιοχές των πρώην δήμων Μονεμβασίας, Ασωπού, Βοιών & Μολάων (νυν ενιαίος δήμος Μονεμβασιάς). Ουσιαστικά, αντικαθιστά τον τοπικό οίνο περιοχής Μονεμβάσιο, ο οποίος καταργείται και απαγορεύεται, πλέον, η παραγωγή του (αναμένεται ότι όλοι οι μονεμβάσιοι τοπικοί οίνοι θα κυκλοφορούν πλέον με την ένδειξη ΠΓΕ Λακωνία). Η περιοχή παραμένει η ίδια (με την εξαίρεση της Ελαφονήσου), η ποικιλιακή σύνθεση περιορίζεται και οι τύποι οίνων αλλάζουν ριζικά (http://winesurveyor.weebly.com/pop_monemvasia-malvasia.html).

Οι ποικιλίες που θα αποτελούν οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia είναι Μονεμβασιά τουλάχιστον 51%, Ασύρτικο, Ασπρούδες, Κυδωνίτσα. Η λευκή ποικιλία Μονεμβασιά καλλιεργείται εκτεταμένα και στην Πάρο συμμετέχοντας στους λευκούς και ερυθρούς οίνους ΠΟΠ Πάρος. Η Κυδωνίτσα είναι χαρακτηριστική τοπική ποικιλία αμπέλου της Λακωνίας και

συμμετέχει σε αρκετά λευκά κρασιά της περιοχής είτε μόνη της είτε σε χαρμάνια με άλλες λευκές ποικιλίες, όπως η επίσης χαρακτηριστική της Λακωνίας ποικιλία Πετρουλιανός. Οι Ασπρούδες είναι οικογένεια αταυτοποίητων λευκών ποικιλιών που συμμετέχουν και στους οίνους ΠΟΠ Μαντίνεια.

Για την παρασκευή οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia είναι υποχρεωτική η οξειδωτική παλαίωση (παραμονή σε βαρέλια) τουλάχιστον 2 ετών και στη συνέχεια 4 ή πολλαπλάσιά του καθώς επίσης θα επιτρέπεται η ανάμειξη οίνων διαφορετικών εσοδειών με αναγραφή της νεότερης εσοδείας.

Τύποι οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia: λευκός γλυκύς

α) από λιαστά σταφύλια (λιαστός, vin liastos / vin de raisin passerile)

β) οίνος λικέρ από λιαστά σταφύλια (λιαστός, vin de liqueur de raisin passerile)

Πρόκειται για προσπάθεια αναβίωσης του ιστορικού μαλβαζία οίνου, ο οποίος ξεκίνησε από την περιοχή της Μονεμβασιάς και επεκτάθηκε στις Κυκλάδες (κυρίως στην Πάρο) και από εκεί στην Κρήτη, η οποία με τον όγκο παραγωγής της τον έκανε ουσιαστικά διάσημο στα μεσαιωνικά χρόνια της Φραγκοκρατίας (Παράρτημα Θ).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟ ΚΡΑΣΙ

3.1.Εισαγωγή

Είναι ευρέως αποδεκτό ότι η παγκόσμια βιομηχανία οίνου υποβάλλεται σε θεμελιώδεις διαρθρωτικές αλλαγές εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης και του διεθνούς ανταγωνισμού. Ενώ μερικές μεγάλες εταιρείες θα αναδυθούν και άλλες θα ενισχύσουν τη θέση τους, οι μικρότεροι παραγωγοί μπορούν να αναζητήσουν την επιβίωσή τους σε ένα συνδυασμό παράδοσης και καινοτομίας, στην προσαρμογή τοπικής τεχνογνωσίας ως προς τις απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς και στην παραγωγή υψηλής ποιότητας προϊόντων. Η διαφοροποίηση του προϊόντος χαρακτηριζόμενο από 'προσωπικότητα' είναι ένα βασικό εργαλείο για την αγορά καθώς η γνώση των καταναλωτών για το κρασί αυξάνεται. Έτσι οι νέοι μάνατζερ οίνου θα πρέπει να συνδυάσουν την παράδοση και την καινοτομία για να δώσουν προϊόντα 'τοπικού' περιεχομένου (Benetti et al,2006).

3.2. Η στάση των καταναλωτών απέναντι στο κρασί σε διεθνές επίπεδο

Παρακάτω γίνεται μια αναφορά σε προηγούμενες έρευνες του εξωτερικού όσον αφορά τη στάση των καταναλωτών απέναντι στο κρασί. Σύμφωνα με τους Drummond and Rule (2005), η επιλογή του κρασιού είναι μια δύσκολη υπόθεση για τους καταναλωτές λόγω της πληθώρας προϊόντων που μπορεί να βρει κανείς στην αγορά και του μεγάλου όγκου πληροφοριών που υπάρχουν στην ετικέτα (όνομα εταιρίας παραγωγής, περιοχή προέλευσης, ποικιλία κ.τ.λ).

Οι Lattey et al (2007) μελέτησαν τα χαρακτηριστικά του κρασιού (οργανοληπτικά κυρίως) που προτιμούν οι καταναλωτές. Η έρευνα έγινε στο Σύδνεϋ και συμμετείχαν 203 καταναλωτές που κατανάλωναν συχνά κρασί. Εκτός από διάφορα χαρακτηριστικά κληρονομικότητας (π.χ. το χρώμα, το άρωμα, η γεύση) που θεωρούσαν οι καταναλωτές ότι κάνουν ένα κρασί ποιοτικό, προέκυψε πως, παρά το γεγονός ότι οι περισσότεροι κατανάλωναν κρασί πάνω από 10 χρόνια, θεωρούν ότι έχουν λίγη γνώση γι' αυτά. Επίσης για την επιλογή ενός κρασιού δίνουν πρώτα έμφαση στην ποικιλία του σταφυλιού και ακολουθούν η τιμή, η περιοχή, η σοδειά, ο πωματισμός του κρασιού (π.χ. με φυσικό φελλό ή συνθετικό) και η ύπαρξη μεταλλίων.

Οι Mtimet και lbisu Miguel (2006) μελέτησαν τη συμπεριφορά των καταναλωτών για να επιλέξουν κρασί. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε τρεις επιλεγμένες περιοχές (προστατευόμενες ονομασίας προέλευσης) στην Ισπανία από τον Ιούνιο μέχρι τον Ιούλιο του 2005 με μέγεθος δείγματος 357 άτομα. Κίνητρο της έρευνας αποτέλεσε η μείωση της κατανάλωσης κρασιού στην Ισπανία και η ταυτόχρονη σταδιακή αύξηση κατανάλωσης οίνων ονομασίας προέλευσης. Ο σκοπός της έρευνας ήταν να προσδιοριστούν τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά των οίνων ονομασίας προέλευσης που παρακινούν τους καταναλωτές να τα αγοράσουν. Τα αποτελέσματα που βρέθηκαν ήταν ότι η ονομασία προέλευσης, η τιμή και η παλαίωση του κρασιού αποτελούν σημαντικούς παράγοντες κατά την επιλογή των καταναλωτών. Αναλυτικότερα, οι ερωτηθέντες δείχνουν να προτιμούν τα κρασιά από την περιοχή προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης που διεξήχθη η έρευνα σε σχέση με γνωστότερη περιοχή προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης της Ισπανίας. Επίσης, η παλαίωση των κρασιών δείχνει να αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής διότι η παλαίωση αντιστοιχεί σε καλύτερη ποιότητα. Όσον αφορά την ποικιλία του σταφυλιού, οι καταναλωτές δείχνουν να τη λαμβάνουν υπόψη τους. Το παράδοξο όμως φαίνεται να είναι στην τιμή. Ενώ θα περίμενε κανείς με τη αύξηση της τιμής να μειώνονται οι αγορές, στην παρούσα έρευνα η αύξηση της τιμής αυξάνει και την προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν παραπάνω μέχρι ένα όριο (μέχρι 10€).

Οι Kolyesnikova και Todd (2008) μελέτησαν τις απόψεις των κατοίκων για τα τοπικά κρασιά σε μια αναδυόμενη οινοπαραγωγική περιοχή, στο Τέξας των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής. Η έρευνα διεξήχθη από τον Ιούλιο μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2006. Το μέγεθος των ερωτηθέντων ήταν 5.650 άτομα, η έρευνα έγινα τηλεφωνικά και τα στοιχεία της έρευνας επεξεργάστηκαν με τη μέθοδο κατά συστάδες (cluster analysis). Οι καταναλωτές διαχωρίστηκαν σε τέσσερις ομάδες βασιζόμενες σε μεταβλητές, όπως είναι η εκτίμηση τοπικών κρασιών, η σύσταση τοπικών κρασιών σε άλλους και η αξιολόγηση της ποιότητας. Σύμφωνα με την έρευνα, η πρώτη ομάδα καταναλωτών δείχνει να εκτιμά και να αξιολογεί πάρα πολύ θετικά τα τοπικά κρασιά και τα συστήνει σε άλλους καταναλωτές. Αυτή η ομάδα καταναλωτών αγοράζει τα τοπικά κρασιά σε τακτική βάση δείχνοντας πιο πολύ ενδιαφέρον στα ροζέ κρασιά. Ίσως να είναι νέοι καταναλωτές οίνων και να γνωρίζουν αυτά τα κρασιά επισκεπτόμενοι τα τοπικά οινοποιεία ή διαβάζοντας γι' αυτά από τοπικές εφημερίδες. Η δεύτερη ομάδα καταναλωτών δεν αξιολογεί θετικά τα τοπικά κρασιά και είναι απίθανο να τα συστήσει σε άλλους καταναλωτές. Το εισόδημά της δείχνει να

είναι υψηλότερο από τις υπόλοιπες ομάδες καταναλωτών. Αυτή διαθέτει χρήματα για εισαγόμενα κρασιά και κυρίως από χώρες ονομασίας προέλευσης και δείχνει σεβασμό στις μάρκες. Η τρίτη ομάδα καταναλωτών δείχνει να εκτιμά και να αξιολογεί θετικά τα τοπικά κρασιά αλλά όχι τόσο πολύ όσο η πρώτη ομάδα καταναλωτών. Καταναλώνει λιγότερο συχνά κρασί αλλά προτιμά το λευκό και το ροζέ και είναι πρόθυμη να συστήσει τα τοπικά κρασιά σε άλλους. Η τέταρτη ομάδα εκτιμά και αξιολογεί θετικά τα τοπικά κρασιά αλλά λιγότερο από την πρώτη ομάδα καταναλωτών και παρόλο αυτά δε τα συστήνει σε άλλον.

Οι Locksin et al (2006) διερεύνησαν πώς οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τις πληροφορίες της ετικέτας για να επιλέξουν ένα κρασί. Η έρευνα διεξήχθη το 2004 στην Αυστραλία σε δείγμα 250 ατόμων. Σε αυτήν την έρευνα έγινε διαχωρισμός μεταξύ των καταναλωτών σε καταναλωτές υψηλής και χαμηλής ανάμειξης. Αυτό έχει να κάνει με το ενδιαφέρον και τον ενθουσιασμό του καταναλωτή για την απόκτηση ενός προϊόντος. Μελετήθηκαν 4 χαρακτηριστικά, που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή.
Αυτά ήταν:

- Η επωνυμία του προϊόντος
- Η περιοχή προέλευσης
- Η τιμή
- Η βράβευση (εάν έχει κερδίσει κάποιο μετάλλιο)

Σύμφωνα με την έρευνα, οι πολύ γνωστές εταιρίες πιθανότατα δεν θα αυξήσουν τις πωλήσεις τους εάν αυξηθούν οι τιμές των κρασιών ανεξάρτητα από την περιοχή προέλευσης και την ύπαρξη χρυσού μεταλλίου. Επίσης όταν ένα κρασί προέρχεται από μια γνωστή περιοχή, τότε το επίπεδο των πωλήσεων αυξάνεται για όλες τις εταιρίες παραγωγής, μικρές και μεγάλες. Η επίδραση διαφοροποιείται για τους καταναλωτές υψηλής και χαμηλής ανάμειξης σε συνδυασμό και με την τιμή. Καθώς οι τιμές αυξάνονται, οι καταναλωτές υψηλής ανάμειξης είναι πιο πιθανό να αυξήσουν τις αγορές κρασιού, το οποίο προέρχεται από μια πολύ γνωστή περιοχή σε σχέση με τους καταναλωτές χαμηλής ανάμειξης που θα ελαττώσουν τις αγορές τους. Άλλο ένα χαρακτηριστικό που επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών είναι η ύπαρξη χρυσού μεταλλίου στην ετικέτα. Γενικότερα η βράβευση αυξάνει τις αγορές κρασιού. Καθώς όμως οι τιμές των κρασιών αυξάνονται, η επίδραση του χρυσού μεταλλίου ελαττώνεται, δηλαδή οι καταναλωτές στρέφονται σε άλλα κρασιά.

Οι Freitas Santos και Cadima Ribeiro (2005) διερεύνησαν την επίδραση της περιοχής προέλευσης τριών αγροτικών προϊόντων (κρασί, λάδι και τυρί) στην τιμή των προϊόντων αυτών. Συγκεκριμένα, σε ορισμένες περιοχές ονομασίας προέλευσης αναμένεται να έχουν πριμοδότηση τιμών, ενώ σε άλλες αναμένεται να έχουν μείωση τιμών. Όσον αφορά την περίπτωση του κρασιού η έρευνα έγινε από τον Σεπτέμβρη μέχρι τον Οκτώβρη το 2001 στην Πορτογαλία. Συλλέχτηκαν 711 τιμές πώλησης κρασιών και όλα τα κρασιά προέρχονταν από περιοχές ονομασίας προέλευσης ή έφεραν γεωγραφική ένδειξη. Τα δεδομένα που συλλέχτηκαν από το κάθε προϊόν αποτελούνταν από την τιμή, την ηλικία, την κατηγορία κρασιού (λευκό ή ερυθρό) ,τις ειδικές αναφορές (reserve ή ποικιλία) και την ονομασία προέλευσης (Douro, Dao, Bairrada, Alentejo, Ribatejo,Setubal). Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος t-test. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν ήταν (Λαμπριανίδης, 2004):

- Το 'χρώμα' δείχνει να έχει σημαντική επίδραση στην τιμή και οι καταναλωτές δείχνουν προθυμία να πληρώσουν για ερυθρούς οίνους. Ο Πορτογάλος καταναλωτής δείχνει να συνδέει το ερυθρό κρασί με την παράδοση, την καλύτερη ποιότητα και την παραδοσιακή γαστρονομία.
- Η 'ηλικία' δείχνει να έχει θετική επίδραση στην τιμή δείχνοντας ότι η χρονική περίοδος παραγωγής είναι σημαντική για την τιμή του μπουκαλιού . Η ηλικία δείχνει την ποιότητα του κρασιού γιατί τότε ένα κρασί θα έχει καλά χαρακτηριστικά (εμφάνιση, γεύση, οσμή) και θα προέρχεται από καλούς αμπελώνες.
- Οι μεταβλητές 'ποικιλία' και 'reserve' έχουν σημαντική επίδραση στο κρασί. Για παράδειγμα στην Πορτογαλία η ποικιλία Cabernet Sauvignon, που έχει θεωρηθεί ποικιλία της μόδας τα τελευταία χρόνια, έχει θετική επίδραση στη τιμή.
- Οι καταναλωτές προτιμούν περισσότερο τα κρασιά με τη μάρκα παραγωγού παρά με τη μάρκα λιανικού εμπορίου γιατί η πρώτη προσδίδει μεγαλύτερη ασφάλεια με την ποιότητα.
- Η ετικέτα δείχνει να έχει σημαντική επίδραση στους καταναλωτές κυρίως για καταναλωτές που δεν έχουν σχέση με το κρασί.
- Η αμπελουργική ζώνη αποτελεί σημαντικό χαρακτηριστικό κρασιού. Οι καταναλωτές δείχνουν προθυμία να διαθέσουν περισσότερα χρήματα για να αποκτήσουν κρασιά κυρίως από τις περιοχές Douro, Alentejo και Dao που έχουν παράδοση στα κρασιά. Η ονομασία προέλευσης λειτουργεί σαν υποκατάστατο. Έτσι οι φυσικές πηγές μια περιοχής

(όπως η γη και το κλίμα), και η παράδοση (ιστορικό και πολιτιστικό υπόβαθρο) μπορούν να επηρεάσουν τις επιλογές των καταναλωτών .

Τα παραπάνω μπορούν να χρησιμοποιηθούν στα σχέδια μάρκετινγκ παραγωγών. Εάν ένα κρασί προέρχεται από ονομασία προέλευσης τότε στην ετικέτα πρέπει να υπάρχει καθαρή ένδειξη με την ονομασία προέλευσης. Εάν το κρασί προέρχεται από περιοχές μικρότερης φήμης τότε το κρασί θα πρέπει να γίνει ανταγωνιστικό με άλλες στρατηγικές, όπως τη διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, την έρευνα αγοράς και την προώθηση. Επίσης, η μάρκα παραγωγού θα μπορούσε να αποτελέσει πολύτιμο χαρακτηριστικό αυξάνοντας την κερδοφορία της επιχείρησης και ενισχύοντας την τοπική ανάπτυξη. Ο συσχετισμός προϊόντων με συγκεκριμένα τοπία, πολιτιστικές παραδόσεις και ιστορικά μνημεία επιτρέπει την αύξηση της τιμής τους, γιατί οι καταναλωτές τείνουν να ταυτίζουν ορισμένα προϊόντα με ορισμένα μέρη. Έτσι, οι περιοχές της υπαίθρου επανεκτιμώντας τον τόπο μέσω της πολιτιστικής ταυτότητας και «συνδέοντας» οπτικά τα προϊόντα με την περιοχή, έχουν τη δυνατότητα να επωφεληθούν οικονομικά. Η απόδοση τέτοιων ετικετών υιοθετεί την αντίληψη της εξειδίκευσης, δηλαδή της χρήσης συγκεκριμένων παραγωγικών μεθόδων και πρώτων υλών από συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Ακολούθως, ο προσδιορισμός ενός προϊόντος με τέτοια ετικέτα προσφέρει τα οφέλη ενός μονοπωλίου γης (χωρικό μονοπώλιο) στους παραγωγούς στις συγκεκριμένες περιοχές.

Οι McCutheon et al (2009) εξέτασαν τη σημασία της περιοχής προέλευσης οίνου ως κριτήριο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων του καταναλωτή στην αυστραλιανή εγχώρια αγορά. Η μεθοδολογία βασίστηκε σε δύο πλαίσια έρευνας. Η πρώτη έρευνα έγινε με ερωτηματολόγια σε τρία μαγαζιά (δύο μπαρ και ένα εστιατόριο) στο Erskineville, προάστιο του Σύδνεϋ, και η δεύτερη έρευνα μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων οίνου Qwoff.com.au και Winestar.com.au. Όλοι οι συμμετέχοντες ήταν 352 άτομα. Στην έρευνα έγινε η υπόθεση εάν η περιοχή προέλευσης αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη διαδικασία λήψης απόφασης. Τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν την υπόθεση αυτή. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (35%) δήλωσε τη Τιμή/ Προσφορά ως το κυριότερο χαρακτηριστικό που συμβάλει στη διαδικασία λήψης απόφασης αγοράς οίνου. Ακολουθούν η περιοχή (33%), η ποικιλία (31%), η ετικέτα/συσκευασία (21%), η μάρκα/οινοπαραγωγός (18%), η γεύση (15%), η αξία χρήματος (14%), η σύσταση του οίνου (13%), το στυλ/τύπος/χρώμα (13%), η ποιότητα (12%), η προηγούμενη εμπειρία (11%) και άλλα (47%). Παρόλο που η τιμή αποτελεί την πιο κοινή απάντηση, η περιοχή προέλευσης είναι επίσης

σημαντική και αυτό ενισχύεται από το γεγονός ότι αναφερόταν περισσότερο συχνά πρώτη ή δεύτερη επιλογή στις απαντήσεις των καταναλωτών. Η σχετική σημασία της περιοχής βρέθηκε να ποικίλλει, υπό ορισμένες προϋποθέσεις και για ορισμένες ομάδες καταναλωτών. Πιο συγκεκριμένα, η σημασία της περιοχής για τους οίνους προέλευσης δείχνει να εξαρτάται από το φύλο του καταναλωτή και συγκεκριμένα από τις γυναίκες. Οι εμπλεκόμενοι με τον οινοτουρισμό έδωσαν υψηλότερη βαθμολογία στην περιοχή προέλευσης από τους μη εμπλεκόμενους. Ένα άλλο συμπέρασμα που βασίζεται στην τμηματοποίηση της συμπεριφοράς ήταν ότι οι λάτρεις του κόκκινου κρασιού είναι περισσότεροι επηρεασμένοι από την περιοχή προέλευσης σε αντίθεση με τους λάτρεις του λευκού κρασιού. Οι καταναλωτές που είναι υψηλά εμπλεκόμενοι με τον χώρο του κρασιού (high involvement wine consumers) δίνουν περισσότερο έμφαση στην περιοχή προέλευσης από εκείνους που είναι χαμηλά εμπλεκόμενοι με το χώρο του κρασιού (low involvement wine consumers). Για να βρεθεί το επίπεδο εμπλοκής των καταναλωτών διεξήχθησαν συμπεράσματα μέσα από ερωτήσεις, όπως π.χ. 'μου αρέσει να πίνω κρασί με το φαγητό' σε πέντε βαθμούς συμφωνίας, π.χ. συμφωνώ παρά πολύ =5 μέχρι διαφωνώ πάρα πολύ =1) και ερωτήσεις σχετικά με τη συχνότητα κατανάλωσης κρασιού. π.χ. πόσο κρασί καταναλώνουν το μήνα, την εβδομάδα. Ως εκ τούτου, τα οινοποιεία και οι έμποροι κρασιού θα πρέπει να χρησιμοποιούν ισχυρή τοπική μάρκα (regional branding) σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες ενδογενή και εξωγενή χαρακτηριστικά κρασιού.

Οι Gil και Sanchez (1997) μελέτησαν τα κίνητρα αγοράς του κρασιού ανάμεσα σε δυο διαφορετικές περιοχές της Ισπανίας, στις πόλεις Ναβάρα και Άραγκον. Η έρευνα διεξήχθη από τον Απρίλιο έως τον Ιούλιο του 1995 και πήραν μέρος 289 άτομα σε κάθε περιοχή. Εφαρμόστηκε η ανάλυση σε συστάδες. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν ήταν ότι οι καταναλωτές της Ναβάρα αξιολογούσαν ως βασικά κίνητρα αγοράς κρασιού την προέλευση, την τιμή και τέλος την ποικιλία, ενώ οι καταναλωτές του Άραγκον επιλέγουν κρασί με βάση την προέλευση, την ποικιλία και τελευταία την τιμή. Επίσης, οι καταναλωτές του Άραγκον προτιμούσαν τοπικά, φθηνά κρασιά, ενώ οι καταναλωτές τις Ναβάρα προτιμούσαν ακριβότερα κρασιά. Τέλος, οι καταναλωτές των αγροτικών περιοχών προτιμούν τοπικά και φθηνά κρασιά, ενώ αυτοί των αστικών περιοχών επιθυμούν κρασιά καλής ποιότητας υψηλής τιμής.

Σύμφωνα με τους Gunay και Baker (2011), η κατανάλωση κρασιού στο Izmir της Τουρκίας επηρεάζεται από ένα σύνολο κοινωνικο-οικονομικών και δημογραφικών χαρακτηριστικών. Στην έρευνα έλαβαν μέρος συνολικά 431 καταναλωτές κρασιού. Η έρευνα διεξήχθη από τον Μάιο μέχρι τον Ιούλιο του 2008, τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από καταναλωτές κρασιού κατά την διάρκεια εμπορικών εκθέσεων στο Izmir και τα υπόλοιπα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από καταναλωτές σε σούπερ μάρκετ. Το ερωτηματολόγιο ήταν χωρισμένο σε 3 μέρη (δημογραφικά χαρακτηριστικά, καταναλωτικές προτιμήσεις και δηλώσεις). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, οι ερωτηθέντες προτιμούν το κόκκινο ξηρό κρασί λόγω του τούρκικου ρακιού. Ο τύπος του κρασιού, το άρωμα και η γεύση δείχνουν να είναι σημαντικοί παράγοντες στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για τα άτομα μεγάλης ηλικίας . Οι παράγοντες που ορίζουν την αγορά στόχος είναι η σημαντικότητα της τιμής, τα προωθητικά μέσα, το επίπεδο ποιότητας του κρασιού, η επωνυμία και ο τύπος κρασιού. Αυτοί οι παράγοντες ποικίλουν ανάμεσα στην ηλικία, το φύλο, την οικογενειακή κατάσταση, το εισόδημα και την εκπαίδευση. Άτομα υψηλής εκπαίδευσης και εισοδήματος δείχνουν ενδιαφέρον για την ποιότητα, ενώ αντίθετα, οι λογικές και χαμηλές τιμές, τα προωθητικά μέσα, στοχεύουν σε νεώτερα και χαμηλού επιπέδου άτομα. Γυναίκες και άγαμοι έχουν τη πρόθεση να πληρώσουν υψηλότερες τιμές για ποιοτικά κρασιά. Τέλος, η απασχόληση δείχνει να μην επηρεάζει την κατανάλωση κρασιού.

3.3.Η στάση των καταναλωτών απέναντι στο κρασί σε εθνικό επίπεδο

Ελάχιστες έρευνες έχουν γίνει στη Ελλάδα όσον αφορά τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τον οίνο. Σύμφωνα με την ICAP (2010), οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του οίνου στην Ελλάδα είναι η τιμή του σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα, οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, η εποχικότητα και ο τουρισμός.

Οι Skuras και Vakrou (2002) πραγματοποίησαν έρευνα με στόχο να αναγνωρίσουν πώς επηρεάζουν τα κοινωνικό-οικονομικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών τη θέληση να πληρώσουν για κρασιά Ονομασίας Προέλευσης. Η έρευνα διεξήχθη το 1998 σε τρεις πόλεις, Αθήνα, Πάτρα και Τρίπολη, και το μέγεθος του δείγματος ήταν 744 άτομα. Για την εξαγωγή των συμπερασμάτων χρησιμοποιήθηκε η περιγραφική στατιστική. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν είναι ότι οι καταναλωτές μη ποιοτικών κρασιών είναι μεγαλύτερης ηλικίας, με κατώτερο επίπεδο μόρφωσης, γυναίκες, ανύπαντρες ή αν είναι παντρεμένες έχουν μεγάλη οικογένεια. Είναι κυρίως

κάτοικοι αγροτικών περιοχών με χαμηλό εισόδημα. Επίσης, καθώς το επίπεδο μόρφωσης βελτιώνεται αυξάνεται και η θέληση να πληρώσουν για κρασιά ποιότητας. Τέλος, οι καταναλωτές μπορούν να διαθέσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά κρασιών ονομασίας προέλευσης.

Άλλη έρευνα ήταν των Dimara και Skuras (2005), που διεξήχθη σε Αθήνα, Πάτρα και Τρίπολη. Εφαρμόστηκε περιγραφική στατιστική με αρχικό μέγεθος δείγματος 740 ατόμων αλλά χρησιμοποιήθηκε μόνο μέγεθος δείγματος 640 ατόμων διότι απέκλεισαν τους καταναλωτές επιτραπέζιων κρασιών. Οι καταναλωτές επιτραπέζιων κρασιών δεν αναζητούν πληροφορίες στην ετικέτα του κρασιού όσον αφορά τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά (γεωγραφική ένδειξη, πιστοποίηση) για δύο κυρίως λόγους. Πρώτον, οι περισσότεροι επιτραπέζιοι οίνοι πωλούνται χύμα χωρίς να φέρουν ετικέτα και δεύτερον, εάν ένα επιτραπέζιο κρασί φέρει ετικέτα τότε αυτή θα αναγράφει πολύ βασικές πληροφορίες, όπως το όνομα του παραγωγού και τη μάρκα του κρασιού. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι βασικές πληροφορίες που αναζητούν στην ετικέτα οι καταναλωτές κρασιού είναι η χρονιά εμφιάλωσης (74%), ο τόπος προέλευσης (65,4%), η παλαιότητα (58,3%) η πιστοποίηση (56,7%) και η ποικιλία (53,1%) ενώ δευτερεύουσα σημασία έχει η τοποθεσία εμφιάλωσης (46,5%), ο αλκοολικός βαθμός (44,8%), οι οδηγίες σερβιρίσματος (36,1%), ο αριθμός παραγόμενων φιαλών (32,9%), η ένδειξη βιολογικής κατανάλωσης (19,8%), άλλες πληροφορίες (4%). Επίσης για την αναζήτηση αυτών των πληροφοριών της ετικέτας παίζουν ρόλο και διάφορα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών, όπως η εκπαίδευση, η ηλικία και το εισόδημα. Καταναλωτές με υψηλότερη εκπαίδευση, εισόδημα και ηλικία δείχνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για την ετικέτα του κρασιού.

Οι Tzimitra et al. (1999), πραγματοποίησαν έρευνα έχοντας ως στόχο να αναγνωρίσουν τις αντιλήψεις των Ελλήνων για το κρασί. Η έρευνα έγινε στη Θεσσαλονίκη, από τον Ιούλιο έως τον Αύγουστο του 1995, σε δείγμα 150 καταναλωτών . Για την εξαγωγή των συμπερασμάτων χρησιμοποιήθηκε ποιοτική και ποσοτική έρευνα. Η ποσοτική έρευνα διεξήχθη με ερωτηματολόγιο και χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS. Από την έρευνα προέκυψε ότι το κρασί αποτελεί παράδοση στην ελληνική διατροφή και οι περισσότερες οικογένειες παράγουν το δικό τους κρασί. Μέτριας ποιότητας κρασιά είναι χαμηλότερης τιμής και

καταναλώνονται σε καθημερινά γεύματα, ενώ υψηλότερης ποιότητας κρασιά είναι υψηλότερης τιμής και καταναλώνονται συνήθως σε εστιατόρια. Η επιλογή φτηνού εμφιαλωμένου κρασιού γίνεται από άτομα χαμηλής εκπαίδευσης και εισοδήματος, ενώ η επιλογή ακριβότερου εμφιαλωμένου κρασιού γίνεται από άτομα με υψηλότερη εκπαίδευση και εισόδημα. Τα τοπικά κρασιά προτιμούνται από ό,τι τα εισαγόμενα και φαίνεται οι καταναλωτές να μην δίνουν σημασία στην ονομασία προέλευσης παρά το γεγονός ότι τα εισαγόμενα κρασιά κάνουν το γεύμα πιο επίσημο. Οι Έλληνες γενικά προτιμούν να αγοράζουν εμφιαλωμένο κρασί κυρίως από σούπερ μάρκετ και κάβες. Για τα πρώτα πιστεύουν ότι είναι φθηνά ενώ για τα δεύτερα πως παρέχουν καλύτερες συνθήκες αποθήκευσης και συντήρησης σε συνδυασμό με μια πιο ολοκληρωμένη πληροφόρηση για τα χαρακτηριστικά του κρασιού. Υπάρχουν και αυτοί που προτιμούν το χύμα και αγοράζουν απευθείας από παραγωγούς. Το γεγονός αυτό προϋποθέτει πως οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε οινοπαραγωγικές περιοχές. Οι τιμές του κρασιού στην αγορά εμφανίζονται ως χαμηλές ή μέτριες και για την πλειοψηφία των αγοραστών το κρασί με υψηλή τιμή έχει μικρή κατανάλωση. Το 60% θεωρεί πως υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στην εμφιάλωση και την τιμή, και πιστεύει πως το χύμα είναι πιο φθηνό. Το κρασί συνοδεύει ευχάριστα όλα τα γεύματα και καταναλώνεται σταθερά όλη τη διάρκεια του χρόνου. Οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν ξηρά κρασιά. Το επίπεδο της πληροφόρησης των Ελλήνων είναι μάλλον χαμηλό. Εμφανίζονται να καταναλώνουν κρασί συχνά (σχεδόν κάθε μέρα), ενώ οι γνώσεις τους για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κρασιού είναι περιορισμένες. Το 85% των καταναλωτών θεωρεί τη γεύση ως το σπουδαιότερο χαρακτηριστικό του και ακολουθεί η καθαρότητα (80%) και η τιμή (75%). Η περιοχή προέλευσης, η ελκυστική ετικέτα, ο τόπος αγοράς και η διαφήμιση φαίνεται να είναι δευτερεύουσας σημασίας για τους περισσότερους Έλληνες, αφού το 67% των καταναλωτών δίνει σημασία στην περιοχή προέλευσης και το 60% για τον τόπο αγοράς και τη διαφήμιση.

.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑΣ

4.1. Ιστορική φυσιογνωμία

Η Μονεμβασιά, «το περιώνυμον άστυ», ιδρύθηκε το 582 μ.Χ. από Λάκωνες που εγκαταστάθηκαν μαζί με τον επίσκοπό τους στο δύσβατο βράχο εξαιτίας των αβαροσλάβικων επιδρομών. Η πόλη άντλησε το όνομά της από τη στενή λωρίδα Γης, «μόνη έμβαση» που συνδέει τη χερσόνησο με τη λακωνική ακτή (Σχέδιο Επιχειρησιακού Προγράμματος Μονεμβασιάς 2011-2014).

Κατά τους μέσους βυζαντινούς χρόνους ($9^{ος}$ -$12^{ος}$ αιώνας) εξελίχθηκε σε σημαντικό εμπορικό και ναυτικό σταθμό που προστατευόταν από «θεοφρούρητον κάστρον». Το $10^{ο}$ αιώνα αποτέλεσε βάση του βυζαντινού στόλου. Το $12^{ο}$ αιώνα ήταν μία ισχυρή πόλη με ικανή στρατιωτική δύναμη, που απέκρουσε τους Νορμανδούς. Στο α' μισό του $13^{ου}$ αιώνα η επισκόπιση της Μονεμβασιάς προήχθη σε μητροπολιτική έδρα.

Το $13^{ο}$ και $14^{ο}$ αιώνα η Μονεμβασιά, το μοναδικό λιμάνι της βυζαντινής αυτοκρατορίας στην Πελοπόννησο, ευνοήθηκε και ενισχύθηκε από τους αυτοκράτορες με χρυσόβουλλα που παραχώρησαν σημαντικά εμπορικά προνόμια και φοροαπαλλαγές στην πόλη και τη μητρόπολή της. Οι Μονεμβασιώτες, σπουδαίοι ναυτικοί και έμποροι, επάνδρωσαν το βυζαντινό στόλο και ανέπτυξαν εμπορική δραστηριότητα στην ανατολική Μεσόγειο και τη Μαύρη θάλασσα, διακινώντας τα περίφημα προϊόντα της πόλης τους, όπως το λάδι και το «μονεμβάσιον οίνον».

Από το 1349 έως το 1460 η Μονεμβασιά υπαγόταν στο δεσποτάτο του Μορέως με έδρα τον Μυστρά, και οι δεσπότες ανανέωσαν με αργυρόβουλλα τα προνόμιά της. Στο πλαίσιο της εμφύλιας διαμάχης ανάμεσα στους Παλαιολόγους και τους Καντακουζηνούς, ο δεσπότης Θεόδωρος Α΄ Παλαιολόγος έκαμψε το 1391/2 την αντίσταση του άρχοντα της Μονεμβασιάς Μαμωνά και έγινε κυρίαρχος της πόλης. Το 1394 η πόλη παραδόθηκε για λίγους μήνες στους Τούρκους και επανήλθε με τη βοήθεια των Βενετών στη βυζαντινή κυριαρχία.

Μετά τη κατάλυση του δεσποτάτου του Μορέως από τους Τούρκους, η Μονεμβασιά το 1460 αρχικά περιήλθε στον έλεγχο του Καταλανού πειρατή Lupo de Bertagna και λίγο αργότερα

τέθηκε υπό την προστασία του πάπα Πίου Β'. Το 1463 ο τελευταίος βυζαντινός άρχοντάς της, ο Νικόλαος Παλαιολόγος, την παρέδωσε στους Βενετούς. Από τότε άρχισε μία μακρά περίοδος ξένης κυριαρχίας με διαδοχική εναλλαγή Βενετών (1463 – 1540 και 1690 – 1715) και Τούρκων (1540 – 1690 και 1715 – 1821).

Στην περίοδο της Α' Ενετοκρατίας (1463 – 1540) η Μονεμβασιάς άρχισε να παρακμάζει, καθώς έχασε ένα σημαντικό τμήμα της ενδοχώρας της, εξαιτίας τριών διαδοχικών βενετουρκικών πολέμων. Το 1540 παραδόθηκε με συνθήκη στους Τούρκους και μεγάλο τμήμα του πληθυσμού της αναγκάσθηκε να μετοικήσει στις βενετοκρατούμενες περιοχές της Μεσογείου. Κατά την περίοδο της Α' Τουρκοκρατίας (1540 – 1715) η πόλη ήταν η έδρα του καζά (διοικητική περιφέρεια) της Μονεμβασιάς και γνώρισε οικονομική ανάπτυξη και δημογραφική αύξηση.

Η περίοδος της Β' Ενετοκρατίας (1690 – 1715) ήταν πολύ σύντομη και οι νέοι κυρίαρχοι δεν κατόρθωσαν να ανασυγκροτήσουν την πόλη. Το 1715 οι Βενετοί την παρέδωσαν στους Τούρκους και οι Μονεμβασιώτες σύρθηκαν στην Κωνσταντινούπολη, όπου απαγχονίστηκαν ή πουλήθηκαν ως σκλάβοι.

Κατά την περίοδο της Β' Τουρκοκρατίας (1715 – 1821) η Μονεμβασιά ήταν η έδρα του ομώνυμου βιλαετίου (διοικητική περιφέρεια) και αποτέλεσε σημαντικό λιμάνι. Η αποτυχημένη εξέγερση, όμως, των Ελλήνων κατά των Τούρκων το 1770 είχε ως συνέπεια τη συρρίκνωση του χριστιανικού πληθυσμού της πόλης αλλά και της ευρύτερης περιοχής, καθώς οι κάτοικοι κατέφυγαν στα νησιά του Αιγαίου και του Ιουνίου πελάγους και στη Μικρά Ασία.

Στις 23 Ιουλίου 1821 η Μονεμβασιά ήταν το πρώτο κάστρο της Πελοποννήσου που απελευθερώθηκε από τις ελληνικές επαναστατικές δυνάμεις. Στους μετεπαναστατικούς χρόνους ο εμφύλιος σπαραγμός ανάμεσα σε αντιμαχόμενες παρατάξεις για τον έλεγχο του κάστρου οδήγησε στην ερήμωση και την παρακμή της πόλης. Από το 1828 η Μονεμβασιά ακολούθησε ως τοπικό, επαρχιακό κέντρο την πορεία του νεοσύστατου ελληνικού κράτους. Στις αρχές του 20^{ού} αιώνα πολλοί κάτοικοι εγκατέλειψαν την Κάτω Πόλη για να εγκατασταθούν στο νέο οικισμό της Γέφυρας.

Στις αρχές του 1950, οι δημόσιες υπηρεσίες εγκαθίστανται στη νέα πόλη, τη Γέφυρα, και στους Μολάους σε απόσταση 25 χιλιομέτρων. Οι κάτοικοί της φεύγουν σιγά σιγά, αλλά η πόλη ποτέ δεν εγκαταλείπεται εντελώς σε αντίθεση με την πάνω πόλη που εγκαταλείφθηκε μετά την Τουρκοκρατία. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1960 με ιδιωτική πρωτοβουλία αρχίζει η αναστύλωση – αναπαλαίωση της πόλης και συνεχίζεται αυξανόμενη με την αυστηρή επιτήρηση της αρχαιολογικής υπηρεσίας.

Σήμερα η Μονεμβασιά με τη φυσική ομορφιά της και τον ανεκτίμητο μνημειακό της πλούτο αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης επισκεπτών. Η Άνω Πόλη είναι ένας ανοιχτός αρχαιολογικός χώρος και η Κάτω Πόλη ένας ενεργός οικισμός, που έχει εξελιχθεί σε πασίγνωστο τουριστικό θέρετρο (Σχέδιο Επιχειρησιακού Προγράμματος Μονεμβασιάς 2011-2014).

4.2. Γεωγραφικός Προσδιορισμός

Ο Δήμος Μονεμβασιάς βρίσκεται στο νοτιοανατολικό άκρο της Περιφέρειας Πελοποννήσου και ανήκει διοικητικά στο Νομό Λακωνίας. Στο νότιο τμήμα του συνορεύει με το Δήμο Βοιών , στο δυτικό με το Δήμο Ασωπού, βορειοανατολικά με το Δήμο Ζάρακα και βορειοδυτικά με το Δήμο Μολάων. Προήλθε από τη συνένωση δέκα κοινοτήτων σύμφωνα με το Νόμο 2539/1997 και η έκτασή του φτάνει τα 209 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Απέχει 88 χλμ. από την Πρωτεύουσα του Νομού, την Σπάρτη, 320 χιλιόμετρα από την Αθήνα , 152 χιλιόμετρα από την Τρίπολη, από τους Μολάους 25 χιλιόμετρα και βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα της Επιδαύρου Λιμηράς. Ανατολικά βρέχεται από το Μυρτώο. Μορφολογικά ο Δήμος είναι μία κατ’ εξοχήν ημιορεινή και ορεινή περιοχή (Παράρτημα Γ).

4.3. Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.), η οποία πραγματοποιήθηκε το 2001, ο πληθυσμός του Δήμου Μονεμβασιάς φτάνει τους 4.194 κατοίκους. Η πλειοψηφία του πληθυσμού και συγκεκριμένα το 31% αυτού, είναι κάτοικοι του Δημοτικού Διαμερίσματος της Μονεμβασιάς. Ο υπόλοιπος πληθυσμός είναι σχετικά ομοιόμορφα κατανεμημένος στα άλλα εννέα Δημοτικά Διαμερίσματα, από τα οποία τα Δημοτικά Διαμερίσματα των Ταλάντων και του Αγίου Νικολάου είναι τα μικρότερα σε πληθυσμό με 185 και 181 κατοίκους αντίστοιχα (Σχέδιο Επιχειρησιακού Προγράμματος Μονεμβασιάς 2011-2014).

Πίνακας 2. Διαχρονική Εξέλιξη Πληθυσμού Δημοτικών Διαμερισμάτων Δήμου Μονεμβασιάς

Α/Α	**Δημοτικό Διαμέρισμα**	**1971**	**1981**	**1991**	**2001**
1	Μονεμβασίας	445	631	875	1.272
2	Αγγελώνα	532	481	505	460
3	Αγίου Δημητρίου	396	392	283	275
4	Αγίου Ιωάννου	514	484	508	512
5	Αγίου Νικολάου	247	201	210	181
6	Βελίων	554	532	591	475
7	Ελληνικού	399	381	287	268
8	Λιρών	257	224	168	238
9	Νομίων	344	343	306	328
10	Ταλάντων	204	202	217	185
Σύνολο		3.892	3.871	3.950	4.194

Πίνακας 2. Πηγή: ΕΣΥΕ, Δήμος Μονεμβασιάς

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία της Ε.Σ.Υ.Ε., ο πληθυσμός του Δήμου Μονεμβασιάς ακολουθεί μια σημαντικά αυξητική τάση. Πιο συγκεκριμένα, από το 1971 μέχρι και σήμερα έχει σημειωθεί αύξηση του πληθυσμού της τάξης του 7,76%. Η εξέλιξη αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία αν παρουσιασθεί σε σχέση με την αντίστοιχη εξέλιξη του πληθυσμού της Ελλάδας και του Νομού Λακωνίας.

4.4. Οικονομικές δραστηριότητες

Όσον αφορά την οικονομία της περιοχής, ο πρωτογενής τομέας απασχολεί το 60% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού του Δήμου Μονεμβασιάς και αφορά κυρίως την αμπελουργία, την παραγωγή ελαιολάδου, την καλλιέργεια εσπεριδοειδών, τη βιολογική γεωργία καθώς επίσης την μελισσοκομία και την κτηνοτροφία. Παρόλο που έχει σημαντική παράδοση στην παραγωγή αμπελοοινικών προϊόντων, κύριο γεωργικό προϊόν της περιοχής είναι το ελαιόλαδο που προέρχεται σχεδόν αποκλειστικά από τις αρίστης ποιότητας ποικιλίες αθηνολιά και κορωνέικη. Αξίζει να σημειωθεί πως το ελαιόλαδο στο Νομό Λακωνίας κατέχει το πιστοποιητικό Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ), ύστερα από τις σχετικές ενέργειες της Ένωσης Συνεταιρισμών Λακωνίας (ΕΑΣ, 1995). Εκτός από τις παραπάνω καλλιεργήσιμες εκτάσεις, καλλιεργούνται επίσης σημαντικές ποικιλίες εσπεριδοειδών, από τις οποίες η πιο γνωστή είναι η βαλέντσια. Όσον αφορά τον κλάδο της μελισσοκομίας, έχει αντιμετωπίσει σημαντικά προβλήματα, όπως οι παρατεταμένες ξηρασίες και οι διάφορες ασθένειες με αποτέλεσμα να υπάρχουν αρνητικές επιδράσεις στο προϊόν. Τέλος, ο πρωτογενής τομέα του Δήμου Μονεμβασιάς δείχνει να στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην κτηνοτροφία και αφορά κυρίως την εκτροφή αιγοπροβάτων (Σχέδιο Επιχειρησιακού Προγράμματος Μονεμβασιάς 2011-2014).

Ο δευτερογενής τομέας της οικονομίας αντιπροσωπεύει το μικρότερο ποσοστό της οικονομικής δραστηριότητας του Δήμου και απασχολεί το 11% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού. Πολλές από τις δραστηριότητες του δευτερογενή τομέα της οικονομίας λειτουργούν υποστηρικτικά σε δραστηριότητες του κυρίαρχου πρωτογενή τομέα. Πιο συγκεκριμένα, στο Δήμο λειτουργούν οκτώ ελαιοτριβεία και τρία εργαστήρια τυποποίησης ελαιόλαδου που υποστηρίζουν τη γεωργία και συγκεκριμένα την κυριότερη γεωργική δραστηριότητα του Δήμου που είναι η παραγωγή ελαιολάδου. Επιπρόσθετα λειτουργούν δύο σταφυλοπιεστήρια και δύο εργαστήρια οινοποιίας και

τυποποίησης που λειτουργούν υποστηρικτικά στην καλλιέργεια των αμπελώνων του Δήμου Μονεμβασιάς.

Όσον αφορά τον τριτογενή τομέα, ο Δήμος Μονεμβασιάς αποτελεί έναν σημαντικό πόλο έλξης τόσο του εσωτερικού, όσο και του εξωτερικού τουρισμού και αποτελεί βασικό πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης του Δήμου (Παράρτημα Δ).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΟΟΙΝΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

5.1. Η αμπελοκαλλιέργεια στη Λακωνία κατά τους Βυζαντινούς χρόνους

Για την αμπελοκαλλιέργεια, την παραγωγή και, κυρίως, την εμπορία οίνου στην υστερορωμαϊκή Λακωνία υπάρχουν γραπτές πηγές, όπως για παράδειγμα το αγορανομικό διάταγμα του Διοκλητιανού που καθόριζε την ανώτατη τιμή των ειδών το 301 μ.Χ. Επίσης, στη Σπάρτη μοναδική μαρτυρία αποτελεί ένα πιεστήριο έκθλιψης σταφυλιών , το οποίο εντοπίστηκε μετά από ανασκαφική διερεύνηση στα κτηριακά κατάλοιπα μιας αγροικίας του 6^{ου} αιώνα.

Για την αμπελοκαλλιέργεια στη Λακωνία κατά τους μέσους βυζαντινούς χρόνους (τον 10^{ο} και 11^{ο} αιώνα) υπάρχουν πληροφορίες από το Βίο και τη διαθήκη του οσίου Νίκωνος (997-1005)[1]. Σύμφωνα με το βίο του, από αμπέλια της περιοχής της Σπάρτης παραγόταν το κρασί από το οποίο οι κάτοικοι της πόλης προσέφεραν στον όσιο Νίκωνα και σε όσους εργάζονταν για την ανέγερση του ναού του Σωτήρος Χριστού. Ο προσφερόμενος οίνος που σπάνια ήταν εύγευστος και κατάλληλος προς πόση μετατράπηκε σε κατάλληλο και εύγεστο οίνο ύστερα από προσευχή και επίκληση του οσίου στο Θεό. Επίσης υπάρχουν μαρτυρίες ότι η υπερβολική κατανάλωση του οίνου οδηγούσε σε μέθη. Η ύπαρξη αμπελοκαλλιέργειας στην περιφέρεια της ευρύτερης περιοχής του Μυστρά αναφέρεται και στη διαθήκη του οσίου Νίκωνος, αφού μετά τη κοίμησή του, ο στρατηγός και ο κριτής του θέματος της Πελοποννήσου θα προστάτευαν το ναό του Σωτήρος με αντάλλαγμα για τις υπηρεσίες τους ένα κοφίνι μήλα και κρασί. Το κρασί θα προερχόταν από αμπελώνες στα μετόχια του ναού στα χωριά Σλαβοχώρι, Παρόρι και Περισού, οικισμοί γύρω από τη Σπάρτη.

[1] : Ο όσιος Νίκωνος , μοναχός από τον Πόντο, άφησε τον τόπο του για να περιπλανηθεί σε νοτιότερα μέρη. Το έργο του γίνεται γνωστό από το Βίο του και από τη διαθήκη του που συντάχτηκε κατά τον 11^{ο} ή 12^{ο} αι. και αποτελείται από δύο μέρη: τη βιογραφία και τα θαύματά του. Το απόσπασμα περί οίνου ανήκει στο πρώτο τμήμα , το οποίο συντάχτηκε μεταξύ 1005-1025.

Αν και η αμπελοκαλλιέργεια, όπως διαπιστώνεται, ήταν γνωστή παραγωγική διαδικασία στη Λακωνία κατά τους μέσους βυζαντινούς χρόνους, ωστόσο φαίνεται ότι το παραγόμενο κρασί, που αναφέρεται στο βίο του οσίου Νίκωνος, δεν είχε αποκτήσει ακόμη τη φήμη του Μονεμβάσιου οίνου των επομένων αιώνων.

Αυτό πιθανώς να σχετίζεται ότι στη λακωνική γη υπήρχαν οι εγχώριοι και οι ξενόφερτοι Σλάβοι, οι οποίοι προτιμούσαν τον ζύθο που παρασκεύαζαν από κριθάρι, παρά το κρασί. Αργότερα όμως υιοθετείται το κρασί από τους Σλάβους που αποτυπώνεται στα σλαβικά τοπωνύμια που εντοπίζονται στην Έξω Μάνη και δηλώνουν αμπελοκαλλιέργεια και παραγωγή οίνου.

Από τον 13^{Ο} αιώνα και εξής πληθαίνουν οι μαρτυρίες για την αμπελοκαλλιέργεια στη λακωνική γη κυρίως στις περιοχές του Μυστρά, της Μάνης και της Μονεμβασιάς, η οποία συνυπάρχει σχεδόν πάντοτε με καλλιέργειες ελιάς, δημητριακών, οπωροφόρων δένδρων και περιβολιών. Αμπέλια καταγράφονται μεταξύ των περιουσιακών στοιχείων γαιοκτημόνων, μοναστηριών και ναών με ιδιαίτερη συχνότητα τον 14^{Ο} και 15^{Ο} αιώνα. Ο οίνος που παράγεται από τα αμπέλια συλλέγεται μέσα σε βουτζία, ξύλινα βαρέλια, που τον 14^{ο} αιώνα κατασκευάζονται στην περιοχή της Μονεμβασιάς και της Λακεδαίμονος. Το σημερινό Λιμάνι του Γέρακα απαντάται από τα μέσα του 14^{ου} αιώνα, τοπωνύμιο που δηλώνει το «λιμάνι των βαρελιών». Επίσης, στην περιοχή Λακεδαίμονος βρίσκεται ο οικισμός Βουτιάνοι που απαντάται μόλις στα τέλη του 17ου αιώνα, ενώ το τοπωνύμιο αποδίδεται στο όνομα Βουτάς (γνωστό το 1314 στη Λακεδαίμονα), δηλαδή τον κατασκευαστή βουτίων, των ξύλινων βαρελιών για την αποθήκευση οίνου. Η οινική παραγωγή όμως στον 17^{ο} αιώνα είναι ποσοτικά μικρή και το κρασί προορίζεται για εγχώρια κατανάλωση.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι η απεικόνιση του αγίου Τρύφωνος, προστάτη της αμπελουργίας, στη μνημειακή ζωγραφική των βυζαντινών ναών της Λακωνίας, πιο συχνά σε ναούς γύρω από το Πάρνωνα, αποδεικνύει τη σημασία της λατρείας του στη λακωνική χερσόνησο που ήταν άρρηκτα συνδεδεμένη με την καλλιέργεια της αμπέλου και την παραγωγή του οίνου, όπως για παράδειγμα στο Παλιομονάστηρο του Βρονταμά (1201), στον Άγιο Γεώργιο στο κάστρο Γερακίου (αρχές

14ου αι.), στην Παναγία Χρυσαφίτισσα στα Χρύσαφα(1292), στον Άγιο Κωνσταντίνο στα Βελανίδια (Σκάγκος, 2008).

5.2. Η αμπελοκαλλιέργεια στη Μονεμβασιά κατά τους Βυζαντινούς χρόνους

5.2.1 .Ληνοί

Η περιοχή μελέτης στους βυζαντινούς χρόνους παρήγαγε έναν από τους πιο γνωστούς επώνυμους οίνους, με εξέχουσα θέση στο εμπόριο κυρίως της Ανατολής. Ο οίνος αυτός διακινούνταν από το λιμάνι της Μονεμβασιάς, το οποίο οι Φράγκοι αποκαλούσαν Malvasia, και παράγονταν στην απέναντι ακτή της επαρχίας Επιδαύρου-Λιμηράς, στους αμπελώνες των περιοχών Μονεμβασίας, Ασωπού και Βοιών. Ο οίνος αυτός πωλούνταν στους μεν ελληνόφωνους ως «μονεμβασιά» στους δε Λατίνους ως «malvasia» (Κουράκου,2001).

Η γεωργία της περιοχής βασιζόταν κυρίως στην αμπελοκαλλιέργεια, έως τα μέσα του 14ου αι., η οποία μαρτυρείται είτε μέσα από γραπτά κείμενα είτε από ευρήματα, για παράδειγμα τους ληνούς. Από τη μέχρι σήμερα έρευνα στην ανωτέρω περιοχή της Μονεμβασιάς έχουν καταγραφεί 38 κτίσματα ληνών. Οι ληνοί βρίσκονται στην ύπαιθρο κοντά σε οικισμούς και χρησιμοποιήθηκαν σε εποχές που η διαδικασία του πατήματος των σταφυλιών και η παραγωγή μούστου γίνονταν στο χώρο καλλιέργειας του αμπελιού (Παράρτημα Ε).

Αναλυτικότερα, δεδομένης της μορφολογίας της καστροπολιτείας , η οποία δεν επιτρέπει οποιαδήποτε μορφή καλλιέργειας, βασικές αμπελουργικές ζώνες παραγωγής του οίνου αποτέλεσαν η ενδοχώρα της και ο κάμπος των Βοιών, του Ασωπού, του Έλους, των Μολάων. Σύμφωνα με τις πηγές, μεγάλο μέρος της καλλιεργήσιμης έκτασης της περιοχής της Μονεμβασιάς καλύπτονταν με αμπελώνες (Σκάγκου, 2008) (Παράρτημα Ε).

Από στατιστική περιγραφή της επαρχίας Μονεμβασιάς που συντάχτηκε το 1828 από την Ε. Μπελιά, γράφεται ότι η περιοχή Μονεμβασιά που το ονομάζεται Τοπαλτί (καταλαμβάνει την περιοχή από το Γέρακα έως τον Άγιο Φωκά) ήταν κατάφυτη από αμπελώνες αφού υπάρχουν ίχνη εκτεταμένων αμπελώνων. Μάρτυρες της πλούσιας αμπελοοινικής παράδοσης της ενδοχώρας της Μονεμβασιάς αποτελούν τα διάσπαρτα ερειπωμένα κτίσματα ληνών, αλλά και τα άγρια κλήματα που αναπτύσσονται στις ρεματιές και αναρριχώνται στα δένδρα- κυρίως στην περιοχή του

Σώρακα και των Φουτίων. Επίσης αναφέρει ότι έκαναν οίνο εξαίρετο και ότι ο οίνος μαζί με το λάδι αποτελούσαν εξαγωγικά προϊόντα.

5.2.2. Αμπελοκαλλιέργεια και οίνος

Εκτός από τους σωσμένους ληνούς, πληθώρα γραπτών ιστορικών κειμένων πληροφορούν τόσο για τις καλλιεργούμενες εκτάσεις όσο και για τον παραγόμενο οίνο, που αποτέλεσε, μαζί με το λάδι, το προϊόν της μεσοβυζαντινής Λακωνίας. Αμπέλια καταγράφονται μεταξύ των περιουσιακών στοιχείων γαιοκτημόνων, μοναστηριών και ναών με ιδιαίτερη συχνότητα τον 13^{ο}, 14^{ο} και 15^{ο} αι., οπότε φαίνεται να εξαπλώνεται η αμπελοκαλλιέργεια, λόγω της αυξημένης διάθεσης στο εμπόριο του οίνου ως ανταγωνιστικό προϊόν σε σχέση με το ελαιόλαδο και τα υπόλοιπα γεωργοκτηνοτροφικά προϊόντα της περιοχής (Σκάγκος, 2008).

Επίσης, βυζαντινός ρήτορας, ο Ιωάννης Χούμνος, αναφέρει σε επιστολή του τον εύθυμο τρόπο με τον οποίο διασκέδαζαν οι Βυζαντινοί την εποχή των Παλαιολόγων, πριν από τις εβδομάδες των νηστειών. Γράφει ότι περιελάμβανε χορό και παιχνίδια, ιδίως με τα ζάρια, και άφθονη κατανάλωση οίνου που προερχόταν είτε από την Τρίγλεια της Βιθυνίας είτε από τη Μονεμβασιά. Αυτή η ιδιαίτερη προτίμηση των Βυζαντινών στο κρασί που προερχόταν από τη Μονεμβασιά υποδηλώνει σαφώς τη φήμη και την ποιότητά του. Οι αμπελώνες περιελάμβαναν μαζί με διάφορα δένδρα, περιβόλια και μύλους της μητρόπολης Μονεμβασιάς. Η έκταση της μητρόπολης Μονεμβασιάς γίνεται γνωστή με δύο επικυρωμένα χρυσόβουλλα έγγραφα (του 1314 του Ανδρονίκου 2^{ου} Παλαιολόγου και του 1353/54 του Ιωάννη 6^{ου} Καντακουζηνού), τα οποία οριοθετούν τα όρια δικαιοδοσίας της μητρόπολης Μονεμβασίας, και η οποία κάλυπτε μεγάλη έκταση της νότιας Πελοποννήσου: την οροσειρά του Πάρνωνα στην περιοχή της Τσακωνιάς, την περιοχή του Έλους στις εκβολές του Ευρώτα, το νοτιοδυτικό τμήμα της ραχοκοκκαλιάς του Ταϋγέτου στη Μάνη, την κεντρική και νότια Μεσσηνία μέχρι τον Αβαρίνο. Στην έκταση αυτή πολλοί προσοδοφόροι αμπελώνες παρήγαγαν την πρώτη ύλη για τον φημισμένο μονεμβάσιο οίνο που εξαγόταν από το λιμάνι της ομώνυμης πόλης. Από ένα άλλο χρυσόβουλλο που απέλυσε ο Ανδρόνικος Γ΄ Παλαιολόγος για τους μονεμβασιώτες εμπόρους, πληροφορεί τον δασμό που πλήρωναν για να διακινήσουν κυρίως λάδι και κρασί στις χώρες της Μεσογείου και της Μαύρης θάλασσας. Από βενετικά διατάγματα του 1314 και 1342 συμπεραίνεται πως οι έμποροι πρέπει να

αντιμετώπιζαν σοβαρό πρόβλημα στους δασμούς και στο διαχωρισμό του κρασιού που παραγόταν στην περιοχή της Μονεμβασιάς, από εκείνο που είχαν αρχίσει να παράγουν σταδιακά οι Βενετοί στην Κρήτη με την ίδια επωνυμία (malvasia). Πράγματι, ο μονεμβάσιος οίνος ή malvasia παραγόταν από συγκεκριμένη ποικιλία κλημάτων, που κατά τις γραπτές πηγές είχε μεταφερθεί στην Κρήτη: vites malvasie ή vites monovasienses. Στο αργυρόβουλλο του 1391/92 του δεσπότη Θεοδώρου Α΄ Παλαιολόγου το κρασί ανήκει σε μία από τις τρεις κύριες κατηγορίες προϊόντων που παραγόταν στην περιοχή της Μονεμβασιάς και εμπορεύονταν οι μονεμβασιώτες. Τον 15ο αιώνα στο λιμάνι της πόλης το κυριότερο εμπορευόμενο είδος ήταν το κρασί, το οποίο οι βενετοί έμποροι εξήγαγαν στη Βενετία και ζητούσαν άλλοτε παράταση στην καταβολή του τελωνειακού δασμού και άλλοτε φορολογική απαλλαγή. Από νοταριακό έγγραφο του 1426, πληροφορούμαστε ότι ο ιερομόναχος και ηγούμενος της βασιλικής και πατριαρχικής μονής συμφώνησε να εκμισθώσει σε δύο γεωργούς, χωράφι της μονής, στο οποίο καλλιεργούνταν σιτηρά και αμπέλια. Η εκμίσθωση του χωραφιού θα διαρκούσε τρία χρόνια και οι γεωργοί ήταν υποχρεωμένοι να αποδίδουν ως ετήσιο μίσθωμα το ένα τρίτο της παραγωγής. Δικαιοπρακτικό έγγραφο του 1432 πληροφορεί ότι επωλήθη στον Ανδρέα Κόμη ένα χωράφι με μουριές και αμπέλια στην περιοχή της Μονεμβασιάς. Ο τοπογραφικός προσδιορισμό της γαιοκτησίας δε γίνεται σαφής αλλά το γεγονός ότι το πωλητήριο έγγραφο υπεγράφη στο Μυστρά υποδηλώνει ότι η ιδιοκτησία βρισκόταν στην εγγύς περιφέρεια της Μονεμβασιάς και πιθανότατα κοντά στη μεθόρια γραμμή με την περιφέρεια του Μυστρά.

Η ουσιαστική παρακμή της αμπελοκαλλιέργειας σημειώθηκε μετά τον αποκλεισμό της πόλης από τους Τούρκους, οι οποίοι της στέρησαν την καλλιεργήσιμη γη (1540 μ.Χ.). Στην περίοδο της Β' Τουρκοκρατίας παρατηρείται και πάλι διάδοση της αμπελοκαλλιέργειας σε πολύ μικρότερο βέβαια βαθμό, με την ενθάρρυνση των τουρκικών αρχών, χωρίς όμως να παρατηρείται καμία εξαγωγική δραστηριότητα, αφού το παραγόμενο κρασί επαρκούσε μόλις για να καλύψει τις ανάγκες των ντόπιων κατοίκων. Έκτοτε η αμπελοκαλλιέργεια περιορίστηκε και πάλι και επανήλθε σε πολύ μικρότερη βέβαια έκταση μόλις στις αρχές του προηγούμενου αιώνα. Σημαντικό βέβαια μερίδιο μέχρι τη δεκαετία του 1960 κατείχε η καλλιέργεια της σταφίδας, ενώ η καλλιέργεια οινοποιήσιμων ποικιλιών ήταν πιο περιορισμένη (Σκάγκος, 2008).

Η πιο παλιά αναφορά που αναφέρει ότι ο Μονεμβάσιος οίνος ή vinum de Malvasia ονοματοδοτεί την περιοχή παραγωγής του ή το λιμάνι από το οποίο εξάγεται, τη Μονεμβασιά, γνωστή στις ιταλικές πηγές από τον 12ο αιώνα ως Malvasia, χρονολογείται το έτος 1214 στη λατινοκρατούμενη Κωνσταντινούπολη. Αυτή γράφτηκε από τη πένα του Νικόλαου Μεσαρίτη, μητροπολίτη Εφέσου, σε συνάντηση με τον λεγάτο του Πάπα για θρησκευτικά θέματα. Με αυτή την αναφορά συμπεραίνεται ότι ο Μονεμβάσιος οίνος ονοματοδοτεί περιοχή καταγωγής καθώς και ότι ήταν ονομαστός στις αγορές της Ανατολής τουλάχιστον από τον προηγούμενο αιώνα (Κουράκου, 2008).

5.3. Η ποικιλία αμπέλου Μονεμβασιά- Malvasia και οι ταυτώνυμες μαλβαζίες

Όπως έχει ειπωθεί παραπάνω, το κρασί που παραγόταν στην ενδοχώρα της Μονεμβασιάς αποτελούσε αντικείμενο εξαγωγικού εμπορίου τουλάχιστον επί τέσσερις αιώνες (12ος- 15ος). Μονεμβασιώτικα , βενέτικα και γενουάτικα καράβια το φόρτωναν από το λιμάνι της Μονεμβασιάς, της πόλης στα ριζά του Μαλεβού – όπως λεγόταν τότε ο Πάρνωνας – απ' όπου και το φράγκικο όνομα Mal(e)vasia της Καστρόπολης. Και επειδή στους δρόμους της θάλασσας το εμπόρευμα είχε το όνομα του λιμανιού φόρτωσης, το κρασί ήταν γνωστό στις αγορές με το όνομα μονεμβασιά- malvasia (Κουράκου, 2008).

Ο Μονεμβάσιος οίνος εκτός από τον τόπο καταγωγής του δήλωνε και την ποικιλία με την οποίαν παρασκευαζόταν, καθώς επίσης και τα μοσχεύματα της. Το εμπόρευμα λοιπόν έφευγε από το λιμάνι της Μονεμβασιάς και ταξίδευε είτε μέσω Κρήτης στη Βενετία είτε στα Κυκλαδονήσια. Το πέρασμα από την Κρήτη γινόταν με σκοπό την καταβολή μειωμένου φόρου από την επανεξαγωγή. Την ίδια εποχή παράγονταν στην Κρήτη ένας οίνος που εμπορευόταν με το ίδιο όνομα. Επειδή οι δύο οίνοι δεν είχαν διαφορά, συνεπώς θα προέρχονταν και από την ίδια ποικιλία αμπέλου, όπου μοσχεύματα από την περιοχή Μονεμβασιάς καλλιεργήθηκαν στην Κρήτη προκειμένου να παρασκευάσουν όμοιο οίνο.

Πρόκειται για μια λευκή ποικιλία, που έδινε ευωδία διακριτική. Διαμορφωνόταν σε χαμηλά κλήματα για να αντέξει στις τότε συνθήκες της Κρήτης -όπου δεν πότιζαν τα κλήματα- και έδινε υπερώριμα και ψημένα στον ήλιο σταφύλια , κατάλληλα για την παραγωγή σταφυλιών. Αλλά όταν τα κλήματα ποτίζονταν, γίνονταν κληματαριές, με μεγάλα σε μέγεθος φύλλα και με πλούσιο φύλλωμα.

Σήμερα, η malvasia των Βενετών, η Malvoisie των Φράγκων, έχει εξαφανιστεί από την ενδοχώρα της Μονεμβασιάς και από την Κρήτη, αλλά όμως έχει διαφυλαχτεί στην Πάρο, με το όνομα μονεμβασιά και από την οποίαν παράγονται οι ΟΠΑΠ Πάρος, χωρίς όμως να δίνει γλυκά κρασιά. Ανά τον κόσμο καλλιεργούνται διάφορες μαλβαζίες, όπως η malvasier (Γερμανία), η malvasia (Ιταλία), η malvazija (Γιουγκοσλαβία), η malmsey (Μεγάλη Βρετανία). Όμως, με τη πάροδο του χρόνου η επωνυμία του γλυκού κρασιού malvasia έπαψε να υποδηλώνει τη γεωγραφική καταγωγή του και την παραγωγή του από τα σταφύλια μιας μόνο ποικιλίας αμπέλου και μετέπεσε σε δηλωτική ενός τύπου γλυκού κρασιού, αδιάφορο από ποια ή ποιες ποικιλίες παραγόταν.

5.4. Η εξέλιξη της αμπελοκαλλιέργειας στην περιοχή μελέτης

Η περιοχή μελέτης καταλαμβάνει μία έκταση 712,3 χιλιάδων στρεμμάτων, εκ των οποίων τα 226,3 αποτελούν καλλιεργούμενες εκτάσεις, κυρίως ελιάς και εσπεριδοειδών. Το αμπέλι σήμερα (2003) καταλαμβάνει 2.949 στρέμματα, αποτελώντας ένα μικρό ποσοστό των καλλιεργούμενων εκτάσεων (1,3%).

Στο παρελθόν ,η αμπελοκαλλιέργεια υπήρξε η κατεξοχήν γεωργική απασχόληση της περιοχής η οποία κατά τους βυζαντινούς χρόνους έδωσε γένεση σε έναν από τους πιο γνωστούς οίνους του διεθνούς εμπορίου, του Μαλβαζία οίνου, στον οποίο έδωσε και το όνομά της (Μονεμβασιά-Μαλβαζία).

Αδιάψευστη απόδειξη της αμπελοκαλλιέργειας του παρελθόντος αποτελούν οι χιλιάδες πεζούλες-αναβαθμίδες της περιοχής και οι διάσπαρτοι ληνοί στο μεγαλύτερο μέρος τους ακόμα μέχρι σήμερα ανεξερεύνητοι. Χαρακτηριστικό της αμπελοκαλλιέργειας των βυζαντινών χρόνων στην περιοχή θα πρέπει να ήταν η καλλιέργεια πολλών ποικιλιών σε έναν αμπελώνα. Αυτό θα μπορούσε να εξηγήσει και το γεγονός του σημαντικού αριθμού διαφορετικών ποικιλιών που φέρουν σήμερα το όνομα Μαλβαζία σε διάφορες αμπελουργικές περιοχές της Ευρώπης (Ισπανία, Ιταλία, Κροατία κλπ).

Η πολυποικιλότητα αποτέλεσε βέβαια χαρακτηριστικό και άλλων αμπελουργικών περιοχών της Ελλάδας στο παρελθόν, διατηρήθηκε όμως μέχρι τις μέρες μας στην περιοχή μελέτης. Έτσι, απαντώνται διάσπαρτες στους αμπελώνες πολλές και με διαφορετικά χαρακτηριστικά γηγενείς ποικιλίες, όπως είναι η Κυδωνίτσα, η Θράψα, ο Πετρουλιανός, ο Ροδίτης, το Σμυρνέικο, οι

Ασπρούδες και τα Μαυρούδια (Πελοπόννησος, Κέντρο Στρατηγικού Σχεδιασμού Και Ανάπτυξης, 2005).

Οι Ασπρούδες αποτελούν ομάδα ποικιλιών με διαφορετικά χαρακτηριστικά, εκ των οποίων το σημαντικότερο ποσοστό καταλαμβάνουν οι πιο παραγωγικές Ασπρούδες, όπως η Ασπροβαριά και η Κιτρινοβαριά, αλλά περιλαμβάνουν και διάφορες άλλες λευκές γενετικά αταυτοποίητες και μικρότερων αποδόσεων ποικιλίες, όπως το Ασπρούδι όψιμο, το Ασπρούδι χνουδωτό, το Ασπρούδι άχνοο.

Τα Μαυρούδια, όπως και στην περίπτωση των Ασπρούδων, είναι ομάδα ποικιλιώ,ν οι σημαντικότερες εκ των οποίων είναι το Μαύρο Ρειχιώτικο, το Μαυράκι Λυρών, το Μαυρούδι-Φιλέρι και άλλες αταυτοποίητες γενετικά ποικιλίες. Αξίζει να αναφερθεί επίσης ότι ακόμα και το Αγιωργίτικο σε ορισμένες περιπτώσεις καταγραφόταν παλαιότερα ως Μαυρούδι.

Οι ποικιλίες αυτές, αν και καλλιεργούνται εδώ και αιώνες στην περιοχή, δεν έχουν μελετηθεί και αξιολογηθεί οινολογικά (με εξαίρεση το Ροδίτη και το Αγιωργίτικο, σε άλλες αμπελουργικές περιοχές της Ελλάδας). Χρησιμοποιούνταν κυρίως για την παραγωγή κρασιού χωρικής οινοποίησης, συνήθως πολλές και διαφορετικού χρώματος μαζί, τουλάχιστον μέχρι την αναγνώριση του Τοπικού Μονεμβάσιου και του Λακωνικού Τοπικού Οίνου. Και σήμερα βέβαια εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται σε ένα ποσοστό από αρκετούς παραγωγούς με τον ίδιο τρόπο και για τον ίδιο σκοπό.

Αξίζει να αναφερθεί ότι στην καταγραφή των αμπελώνων του 1989 (συνολική έκταση αμπελώνων 1014 στρ.) οι ποικιλίες Πετρουλιανός, Θράψα και Σμυρνέικο, δεν αναφέρονταν ως καλλιεργούμενες, αλλά περιλαμβάνονταν στις Ασπρούδες (ο Πετρουλιανός) και τις άλλες ποικιλίες (η Θράψα και το Σμυρνέικο), ενώ το Σμυρνέικο δεν είναι ακόμη και σήμερα καν καταγραμμένο στον εθνικό κατάλογο ποικιλιών. Παράλληλα, την ίδια χρονιά στην επίσημη καταγραφή του Υπουργείου Γεωργίας δεν αναφέρεται ότι καλλιεργούνται στην περιοχή διεθνείς ποικιλίες, αλλά ούτε και ποικιλίες δυναμικές, όπως το Αγιωργίτικο (βέβαια καλλιεργούνταν σε ορισμένες περιπτώσεις ως Μαυρούδι όπως προαναφέρθηκε).

Μία δεκαετία αργότερα (1999) οι αμπελώνες σχεδόν διπλασιάζονται (1.918 στρ.), ενώ φαίνεται ότι κατακτούν έδαφος ποικιλίες, όπως το Αγιωργίτικο που αποτελεί μία από τις πλέον δυναμικές ελληνικές ποικιλίες, το Merlot, αλλά και το Cabernet Sauvignon, το Chardonnay και το Carignan, ενώ μειώνονται οι εκτάσεις της πολύ αξιόλογης ποικιλίας Κυδωνίτσα, των Ασπρούδων, όπως και

των ποικιλιών Θράψα και Σμυρνέικο. Αυξάνονται από την άλλη οι εκτάσεις που καταλαμβάνουν τα διάφορα Μαυρούδια (ένα σημαντικό τους όμως ποσοστό αποτελεί η ποικιλία Αγιωργίτικο η οποία δηλώνεται ως Μαυρούδι), και ο Ροδίτης (Πελοπόννησος, Κέντρο Στρατηγικού Σχεδιασμού Και Ανάπτυξης, 2005).

Η αναγνώριση των Τοπικών Οίνων (Λακωνικός, Μονεμβάσιος) και η βράβευση ορισμένων από τους οίνους αυτούς σε διεθνείς διαγωνισμούς είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των εκτάσεων των ποικιλιών Κυδωνίτσα, Πετρουλιανός, Μονεμβασιά και Μαυρούδια (η ποικιλία με την μεγαλύτερη αύξηση), ενώ εξακολουθούν και μειώνονται οι εκτάσεις που καταλαμβάνουν οι Ασπρούδες, το Σμυρνέικο και η Θράψα. Παράλληλα παρατηρείται αύξηση των εκτάσεων του Αγιωργίτικου και του Ροδίτη, αλλά και μικρή αύξηση των διεθνών ποικιλιών. Η συνολική έκταση των αμπελώνων της περιοχής αυξάνει και φθάνει τα 2.949 στρέμματα.

Πίνακας 3. Εκτάσεις ανά ποικιλία

Ποικιλία	**1989, έκταση σε Ha**	**1999, έκταση σε Ηα**	**2003, έκταση σε Ηα**
Ασπρούδες	56,2	55,6	38,5
Πετρουλιανός		1	2
Μονεμβασιά	0,1	0,7	0,9
Αγιωργίτικο		3	5
Κυδωνίτσα	2	0,9	3
Άλλες*	2	2	3,3
Μαυρούδι	30,4	106,6	200,7
Θράψα	3	2	2
Σμυρνέικο	1	1	1
Ροδίτης	6,7	17,7	35,3
Merlot, Cabernet Sauvignon, Chardonnay		1,3	3,2
Σύνολο	**101,4**	**191,8**	**294,9**

*Στις άλλες περιλαμβάνονται ποικιλίες όπως το Θραψαθήρι, το Φιλέρι-Μοχοφίλερο, ο Βοιδομάτης κλπ.

Κατά τη διάρκεια των ετών 2002-2005 έχουν υποβληθεί και υλοποιηθεί στην περιοχή προγράμματα αναδιάρθρωσης που αφορούν 75,2 στρ. και 19 εκμεταλλεύσεις (μ.ο. ανά

εκμετάλλευση 4 στρ), ενώ έχουν εγκριθεί αιτήσεις για νέες φυτεύσεις που φθάνουν τα 67 στρέμματα (15 εκμεταλλεύσεις, μ.ο. ανά εκμετάλλευση 4,5 στρ).

Με βάση τα προγράμματα αναδιάρθρωσης οι ποικιλίες τις οποίες επιθυμούν οι αμπελουργοί να φυτέψουν είναι για την περίοδο 2002-2005 οι: Μαυρούδι (21,7 στρ), Αγιωργίτικο (26,3 στρ), Κυδωνίτσα (13 στρ), Merlot (13 στρ), Μονεμβασιά (8 στρ), Ροδίτης (6,5 στρ), Φιλέρι-Μοσχοφίλερο (5 στρ) και Αθήρι (2 στρ), ενώ στο πλαίσιο των νέων φυτεύσεων επιζητούνται οι : Αγιωργίτικο (28 στρ), Κυδωνίτσα (24,5), Ασύρτικο, Μαυρούδι (8,5 στρ), Μαλαγουζιά (7 στρ), Φιλέρι-Μοσχοφίλερο (5 στρ) και Ροδίτης (4 στρ.).

Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι ενώ υπάρχουν λευκές ποικιλίες στην περιοχή, με εξαίρεση την Κυδωνίτσα που μετά την πολύ σημαντική μείωση των εκτάσεών της αρχίζει να κερδίζει έδαφος στο πλαίσιο της αναδιάρθρωσης, οι αμπελουργοί της περιοχής αρχίζουν να φυτεύουν αξιόλογες λευκές ποικιλίες άλλων περιοχών, όπως είναι το Ασύρτικο, το Μοσχοφίλερο-Φιλέρι και η Μαλαγουζιά, οι οποίες είναι γνωστού ποιοτικού δυναμικού, παρά να διακινδυνεύσουν με τις δικές τους άγνωστες οινικά λευκές ποικιλίες.

Η αμπελοκαλλιέργεια στην περιοχή δεν έχει αλλάξει μορφή τον τελευταίο αιώνα με μοναδική εξαίρεση τη μερική εκμηχάνισή της, τη σε μικρό βαθμό ακόμη αντικατάσταση του παραδοσιακού κυπέλλου με το γραμμικό αμφίπλευρο Royat και την αντικατάσταση των φυτεύσεων με αυτόρριζα φυτά με εμβολιασμένα σε αμερικάνικα υποκείμενα .

Είναι αλήθεια ότι στην περιοχή μελέτης ο μέσος όρος ηλικίας των αμπελουργών είναι μεγαλύτερος των 50 ετών, κάτι που δε δημιουργεί αισιοδοξία ως προς το μέλλον της αμπελοκαλλιέργειας στην περιοχή. Παρόλα αυτά όμως τα τελευταία χρόνια στο πλαίσιο της αναδιάρθρωσης των αμπελώνων παρατηρείται ένα ενδιαφέρον από νέους ανθρώπους για την καλλιέργεια της αμπέλου και αυτό είναι ενθαρρυντικό. Το ενδιαφέρον αυτό πηγάζει από τη συνειδητοποίηση ότι η τοπική παραγωγή κρασιών εμφανίζεται ανταγωνιστική και οι οινοποιοί της περιοχής θεωρούν ότι με τις ντόπιες ποικιλίες, μπορούν να παράγουν ιδιαίτερα και ποιοτικά προϊόντα και να κατακτήσουν μερίδιο τόσο στην εσωτερική όσο και στην εξωτερική αγορά, εκμεταλλευόμενοι την τάση που διαφαίνεται για ποιοτικά αλλά και μοναδικά ως προς τη γεύση τους προϊόντα. Έτσι αρχίζει να επικρατεί η άποψη ότι η αμπελοκαλλιέργεια ως συμπληρωματική καλλιέργεια της ελιάς και των εσπεριδοειδών ή ως μία δευτερεύουσα απασχόληση που μπορεί να

συνδυαστεί με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής θα μπορούσε να δώσει διέξοδο στους νέους.

Το επίπεδο των γνώσεων των αμπελοκαλλιεργητών, αλλά και των οινοπαραγωγών της περιοχής είναι γενικά χαμηλό, όπως και στις περισσότερες αμπελουργικές περιοχές της χώρας. Τα τελευταία όμως χρόνια παρατηρείται είσοδος στο χώρο κυρίως της παραγωγής κρασιών, ανθρώπων με πανεπιστημιακές γνώσεις, αλλά και στο χώρο της αμπελοκαλλιέργειας, οι οποίοι είναι δεκτικοί σε θέματα κατάρτισης. Παρατηρείται λοιπόν ενδιαφέρον για την κατάρτιση σε θέματα τόσο αμπελοκαλλιέργειας (και κυρίως στο πλαίσιο της βιολογικής γεωργίας) και οινοποίησης όσο και σε θέματα που σχετίζονται με την κατανάλωση του κρασιού, ιδιαίτερα στους χώρους εστίασης.

Η συμβολαιακή γεωργία που άρχισε εδώ και μια 10ετία να υλοποιείται σε άλλες περιοχές της χώρας, δεν εφαρμόζεται σε αυτήν τη φάση στην περιοχή. Τα μεγέθη των οινοποιητικών εταιριών που δραστηριοποιούνται εδώ, αυτή τη στιγμή δε μπορούν να υποστηρίξουν το κόστος καθοδήγησης και ελέγχου της παραγωγής, ενώ δεν υπάρχουν και αντίστοιχοι συνεταιριστικοί φορείς που να επωμιστούν το βάρος αυτό. Όμως έχει ξεκινήσει μία χαλαρή συνεργασία των οινοποιών με αμπελουργούς της περιοχής, τους οποίους ενθαρρύνουν να καλλιεργήσουν ντόπιες ποικιλίες, όπως είναι η Κυδωνίτσα, το Σμυρνιό, το Μαυρούδι (μαύρο ριχιώτικο, μαυράκι), η οινοποίηση των οποίων οδήγησε στη διάκριση των κρασιών τους και στην αναγνώρισή τους σε εθνικό επίπεδο. Η ενθάρρυνση αυτή στηρίζεται στην αγορά του σταφυλιού των ποικιλιών αυτών σε τιμές υψηλές. Επίσης με την καθοδήγηση και την ενημέρωση από τους οινοποιούς, οι αμπελουργοί της περιοχής έχουν ήδη εφαρμόσει σύγχρονες τεχνικές αμπελλοκαλιέργειας (Πελοπόννησος, Κέντρο Στρατηγικού Σχεδιασμού Και Ανάπτυξης, 2005) (Παράρτημα Στ΄).

5.5. Ποικιλίες αμπέλου

ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, εύρωστο, μέτριας γονιμότητας, παραγωγικό, σχετικά ανθεκτικό στην ξηρασία και τις ασθένειες. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση στα τέλη του Μάρτη και ωριμάζει στις αρχές του Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μέτριο ως μεγάλο, πεντάλοβο, πενταγωνικό, πομφολυγώδες, ελαφρά μελικηρώδες γύρω από τον κόλπο. Νεύρα ιώδη από τη βάση τους. Κατώτερη επιφάνεια με όρθια τριχίδια αλλά και ελαφρό βαμβακώδη χνοασμό. Μισχικός κόλπος σε v ως u ελαφρά ανοιχτός. Δόντια με τις δύο πλευρές κυρτές.
Νεαρή κορυφή ανοιχτή, βαμβακώδης. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μεγάλου μεγέθους, κυλινδροκωνικό, κανονικής πυκνότητας. Ράγα μεγάλου μεγέθους, ωοειδής, εύχυμη, με φλοιό λεπτό, πρασινοκίτρινου ως κιτρινόχρυσου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, αρωματική με 2-3 μέτρια γίγαρτα. Η κλιματίδα φέρνει 1-2 σταφύλια στο 2^{o}-5^{o} γόνατο (Κόρκας, 1997) (Παράρτημα Ζ).

ΘΡΑΨΑ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, εύρωστο, γόνιμο, πολύ παραγωγικό, ευαίσθητο στην ξηρασία και μέτρια ανθεκτικό στις ασθένειες. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση στο τέλος του Μάρτη και ωριμάζει στο τέλος του Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μέτριο, πεντάλοβο, σχεδόν πενταγωνικό. Κατώτερη επιφάνεια με πυκνά όρθια τριχίδια. Μισχικός κόλπος σε u, ανοιχτός. Δόντια με τις δύο πλευρές κυρτές. Μίσχος ιώδης. Νεαρή κορυφή ανοιχτή, βαμβακώδης. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μεγάλου μεγέθους, κυλινδροκωνικό, πυκνόραγο. Ράγα μεγάλου μεγέθους, σφαιρική ως ελαφρά επιμήκης, εύχυμη, με φλοιό λεπτό, ερυθροιώδους χρωματισμού, ανομοιόμορφου βαθμού ωρίμανσης και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, ελαφρά αρωματική με 2-3 μέτρια γίγαρτα. Η κλιματίδα φέρνει 1-2 σταφύλια στο 2^{o}-5^{o} γόνατο (Παράρτημα Ζ).

ΚΥΔΩΝΙΤΣΑ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Ποικιλία μέσης ως μικρής ζωηρότητας, καλής γονιμότητας και παραγωγικότητας, σχετικά ευαίσθητη στην ξηρασία, ανθεκτική στις ασθένειες. Κλαδεύεται στα δύο μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και ωριμάζει στα μέσα με τέλος Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μεγάλο, τρίλοβο ως πεντάλοβο, με το μεσαίο λοβό καλά σχηματισμένο, πενταγωνικό. Κατώτερη επιφάνεια με μέτριο βαμβακώδη χνοασμό αλλά και

μέτριας πυκνότητας όρθια τριχίδια. Μίσχος ερυθροιώδης. Μισχικός κόλπος σε u ως v, ελαφρά ανοιχτός. Δόντια μικρά με τις δύο πλευρές σε ευθείες. Νεαρή κορυφή, ανοιχτή, πρασινόλευκη, βαμβακώδης. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μέτριου μεγέθους, απλό ή διπλό, κυλινδρικό ως κυλινδροκωνικό, κανονικής πυκνότητας ως χαλαρό. Ράγα μέτριου μεγέθους, ελαφρά δισκοειδής, με φλοιό σχετικά παχύ τανικό, κιτρινόχρυσου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, με 1-3 μέτρια γίγαρτα. Η κληματίδα φέρνει 2 σταφύλια στο 3^{o}-5^{o} γόνατο (Παράρτημα Z).

ΠΕΤΡΟΥΛΙΑΝΟΣ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, γόνιμο και παραγωγικό. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά η βλάστηση αρχές Απρίλη και πρώιμα αρχές του Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο πολύκολπο, πενταγωνικό. Κατώτερη επιφάνεια με ελαφρύ βαμβακώδη χνοασμό και όρθιες τρίχες στα νεύρα. Νεύρα ιώδη στο μισχικό σημείο, μίσχος ερυθροιώδης. Μισχικός κόλπος σε u πολύ ανοιχτός. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μεγάλου μεγέθους, απλό, κυλινδροκωνικό, σχετικά χαλαρό. Ράγα μέτριου μεγέθους, ελλειψοειδής, με φλοιό σχετικά λεπτό, κιτρινοπράσινου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη και πολύ γλυκιά. Η κληματίδα φέρνει 2 σταφύλια στο 3^{o}-5^{o} γόνατο (Παράρτημα Z).

ΣΜΥΡΝΙΟ-ΣΜΥΡΝΕΙΚΟ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό μέσης ζωηρότητας, καλής γονιμότητας και παραγωγικότητας. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και ωριμάζει πρώιμα στις αρχές του Σεπτέμβρη. Παρουσιάζει συχνά φαινόμενα ανθόρροιας.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μέτριο, τρίλοβο ως ολόκληρο, σχεδόν σφαιρικό. Κατώτερη επιφάνεια χωρίς χνοασμό. Το έλασμα περιφερειακά συστρέφεται προς την κάτω επιφάνεια. Μίσχος ερυθροιώδης. Μισχικός κόλπος σε υ ανοικτός. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μεγάλου μεγέθους, απλό, κυλινδρικό σχετικά χαλαρό. Ράγα μέτριου ως μεγάλου μεγέθους, επιμήκης, με φλοιό σχετικά λεπτό, μελανοιώδους χρωματισμού και σάρκα χυμώδη και πολύ γλυκιά. Η κληματίδα φέρνει 1-2 σταφύλια στο 3^{o}-5^{o} γόνατο.

ΑΣΠΡΟΥΔΑ-ΚΙΤΡΙΝΟΒΑΡΙΑ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, εύρωστο, μέτριας γονιμότητας, παραγωγικό, σχετικά ανθεκτικό στην ξηρασία και τις ασθένειες. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και ωριμάζει το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μεγάλο, πεντάλοβο, πενταγωνικό, παχύ πομφολυγώδες, ελαφρά μελικηρώδες. Κατώτερη επιφάνεια βαμβακώδης, με όρθιες τρίχες στα νεύρα. Μισχικός κόλπος σε ν με πολύ επικαλυπτόμενα χείλη ως ελαφρά ανοικτός. Δόντια με τις δύο πλευρές κυρτές. Νεαρή κορυφή ανοικτή, βαμβακώδης. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μεγάλου μεγέθους, κωνικό, πτερυγωτό, πυκνόραγο. Ράγα μεγάλου μεγέθους, σφαιρική ως ελαφρά απιοειδής, εύχυμη, με φλοιό μέτρια λεπτό, πρασινοκίτρινου ως κιτρινόχρυσου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, με 2-3 μέτρια γίγαρτα. Η κληματίδα φέρνει 1 σταφύλι στο 3^{o}-5^{o} γόνατο.

ΑΣΠΡΟΥΔΑ-ΑΣΠΡΟΒΑΡΙΑ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, εύρωστο, μέτριας γονιμότητας, παραγωγικό, σχετικά ανθεκτικό στην ξηρασία και τις ασθένειες. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και ωριμάζει το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μεγάλο, πεντάλοβο, πενταγωνικό, παχύ πομφολυγώδες, ελαφρά μελικηρώδες. Κατώτερη επιφάνεια βαμβακώδης, με όρθιες τρίχες στα νεύρα. Μισχικός κόλπος σε ν με πολύ επικαλυπτόμενα χείλη ως ελαφρά ανοικτός. Δόντια με τις δύο πλευρές κυρτές. Νεαρή κορυφή ανοικτή, βαμβακώδης. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μεγάλου μεγέθους, κωνικό, πτερυγωτό, πυκνόραγο. Ράγα μεγάλου μεγέθους, σφαιρική ως ελαφρά απιοειδής, εύχυμη, με φλοιό μέτρια λεπτό, πρασινόλευκου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, με 2-3 μέτρια γίγαρτα. Η κληματίδα φέρνει 1 σταφύλι στο 3^{o}-5^{o} γόνατο.

ΑΣΠΡΟΥΔΙ ΧΝΟΥΔΩΤΟ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, γόνιμο, σχετικά παραγωγικό, ανθεκτικό στην ξηρασία, ευαίσθητο στον περονόσπορο. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση στις αρχές του Απρίλη και ωριμάζει αρχές Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μεγάλο, πεντάλοβο, πενταγωνικό, παχύ. Κατώτερη επιφάνεια ισχυρά βαμβακώδης, με όρθια τριχίδια στα νεύρα. Μισχικός κόλπος σε υ ως λύρα, ανοικτός. Δόντια με τις δύο πλευρές ευθείες. Νεαρή κορυφή ανοικτή, βαμβακώδης. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μέτριου μεγέθους, ακανόνιστου σχήματος, πυκνόραγο. Ράγα μέσου μεγέθους, σφαιρική, με φλοιό λεπτό, κιτρινόχρυσου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, με 2-3 μέτρια γίγαρτα. Η κληματίδα φέρνει 2 σταφύλια στο $3^{ο}$-$4^{ο}$ γόνατο.

ΑΣΠΡΟΥΔΙ ΑΧΝΟ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, γόνιμο, σχετικά παραγωγικό, ανθεκτικό στην ξηρασία, ευαίσθητο στον περονόσπορο. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και ωριμάζει αρχές Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μεγάλο, πεντάλοβο, σχεδόν κυκλικό, με έλασμα που γυρίζει προς την κάτω επιφάνεια. Κατώτερη επιφάνεια με πολύ αραιό χνοασμό. Μισχικός κόλπος σε υ ως λύρα, ανοικτός. Δόντια μικρά με τις δύο πλευρές ευθείες. Νεαρή κορυφή ανοικτή, πρασινοκίτρινη. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μέτριου μεγέθους, κυλινδροκωνικό, κανονικής πυκνότητας. Ράγα μέτριου μεγέθους, σφαιρική, με φλοιό λεπτό, κιτρινόχρυσου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, με 2-3 μέτρια γίγαρτα. Η κληματίδα φέρνει 2 σταφύλια στο $3^{ο}$-$4^{ο}$ γόνατο.

ΑΣΠΡΟΥΔΙ ΟΨΙΜΟ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, γόνιμο, παραγωγικό, σχετικά ανθεκτικό στην ξηρασία, ευαίσθητο στον περονόσπορο. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και ωριμάζει στα μέσα με τέλος Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μεγάλο, πεντάλοβο, σχεδόν πενταγωνικό. Κατώτερη επιφάνεια με μέτριο βαμβακώδη χνοασμό αλλά και μέτριας πυκνότητας όρθια τριχίδια. Μίσχος ιώδης, με ελαφρύ βαμβακώδη χνοασμό. Μισχικός κόλπος σε υ ως λύρα, ανοικτός. Δόντια μικρά με τις δύο πλευρές ευθείες. Νεαρή κορυφή ανοικτή, πρασινοκίτρινη. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μέτριου μεγέθους, κυλινδροκωνικό, κανονικής πυκνότητας. Ράγα μέτριου μεγέθους, σφαιρική, με φλοιό λεπτό, κιτρινόχρυσου χρωματισμού και σάρκα χυμώδη, γλυκιά, με 2-3 μέτρια γίγαρτα. Η κληματίδα φέρνει 2 σταφύλια στο $3^{ο}$-$4^{ο}$ γόνατο.

ΜΑΥΡΟ ΡΕΙΧΙΩΤΙΚΟ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, γόνιμο και παραγωγικό. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και στο τέλος του Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο πεντάλοβο, πενταγωνικό. Κατώτερη επιφάνεια με πυκνές όρθιες τρίχες. Μισχικός κόλπος σε ν ανοικτός. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μικρού μεγέθους, απλό, κυλινδροκωνικό, πυκνόραγο. Ράγα μέτριου μεγέθους, σφαιρική, με φλοιό μέτριου πάχους, μελανοιώδους χρωματισμού. Η κληματίδα φέρνει 2 σταφύλια στο 3-$5^{ο}$ γόνατο.

ΜΑΥΡΑΚΙ ΛΥΡΩΝ

Αγρονομικά χαρακτηριστικά: Φυτό ζωηρό, γόνιμο και παραγωγικό. Κλαδεύεται στα 2 μάτια. Ξεκινά τη βλάστηση αρχές Απρίλη και στο τέλος του Σεπτέμβρη.

Αμπελογραφικά χαρακτηριστικά: Φύλλο μεγάλο, τρίλοβο. Κατώτερη επιφάνεια με πυκνό βαμβακώδη χνοασμό. Μισχικός κόλπος σε ν με παράλληλα άκρα. Νεύρα ιώδη στη βάση τους, μίσχος ιώδης. Άνθος ερμαφρόδιτο. Σταφύλι μέτριου μεγέθους, πτερυγωτό, κωνικό, πυκνόραγο. Ράγα μικρού μεγέθους, σφαιρική, με φλοιό μέτριου πάχους, μελανοιώδους χρωματισμού. Η κληματίδα φέρνει 2 σταφύλια στο $3^{ο}$-$4^{ο}$ γόνατο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΟΟΙΝΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

6.1.Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιχειρήσεων στην ανάδειξη του αμπελοοινικού τομέα

Η σχέση της γαστρονομίας με τον τουρισμό είναι αρκετά σύνθετη αφού συνδέονται με μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων (Παράρτημα Η). Το φαγητό και το ποτό βρίσκονται στον πυρήνα αυτής της σχέσης. Γύρω από τον πυρήνα συγκαταλέγονται οι χώροι (εστιατόρια, ξενοδοχεία) όπου ο τουρίστας έχει συνήθως την πρώτη επαφή με τη γαστρονομία του προορισμού. Για την επιτυχή ανάπτυξη του οινογαστρονομικού τουρισμού απαιτείται να ληφθεί υπόψη μια σειρά παραγόντων, μεταξύ των οποίων:

- Η ιστορία και η παράδοση. Ήθη και έθιμα και μυθολογικές αναφορές σχετικά με το φαγητό ή το ποτό.
- Μουσεία και εκθέσεις.
- Εκδηλώσεις και φεστιβάλ.
- Μαθήματα (μαγειρικής, γευσιγνωσίας).
- Επαγγελματίες σεφ παρουσιαστές.
- Διαδρομές και περιηγήσεις.
- Επισκέψιμοι χώροι παραγωγής.
- Εκτάσεις με καλλιέργειες και σημεία πώλησης τροφίμων και ποτών που έχουν έντονη αλληλεξάρτηση και λειτουργούν καλύτερα εάν αντιμετωπιστούν ως ενιαίο σύνολο (http://www.sete.gr).

Έτσι είναι ευνόητο ότι το φαγητό και το κρασί αποτελούν την καρδιά της γαστρονομικής προσφοράς. Για να μπορέσει, όμως, ο Δήμος Μονεμβασιάς να ικανοποιήσει γαστρονομικά την τουριστική αγορά χρειάζεται να εμπλουτίσει αυτό το βασικό συνδυασμό. Οι τοπικοί φορείς θα πρέπει να σχεδιάσουν ειδικά για τους τουρίστες ένα μίγμα προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά προϊόντα και πιάτα της περιοχής, τη μοναδικότητα και την παράδοση του τόπου, έτσι ώστε να προσφέρουν στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη και αξιομνημόνευτη ταξιδιωτική-γαστρονομική εμπειρία.

6.1.1.Μαθήματα γαστρονομίας

Συνειδητοποιώντας τη σημαντικότητα της γαστρονομίας, πρωταρχική ενέργεια από τοπικούς φορείς (Αναπτυξιακή Πάρνωνα, Επιμελητήριο Λακωνίας) ήταν η εκπαίδευση των εστιατόρων μέσω της διοργάνωσης σεμιναρίου για τους εστιάτορες στην οινοχοΐα με τίτλο "Η θέση του κρασιού σε μια σύγχρονη, υγιή και κερδοφόρα μονάδα εστίασης".

Στόχος του σεμιναρίου ήταν η αξιοποίηση των πωλήσεων του κρασιού στο εστιατόριο ως σημαντικότατο στοιχείο αύξησης του τζίρου της επιχείρησης, γεγονός που επιτυγχάνεται μόνο με την όσο το δυνατότερο βαθιά γνώση του προϊόντος "οίνος" από την πλευρά των επαγγελματιών της εστίασης. Στο σεμινάριο παρουσιάστηκαν τέσσερις θεματικές ενότητες που αφορούσαν το κρασί, την τέχνη του σερβιρίσματος, την τεχνική της γευσιγνωσίας, την τεχνική του συνδυασμού κρασιού – φαγητού και τον ελληνικό αμπελώνα. Η ενημέρωση του κόσμου για τα κρασιά που παράγονται στην περιοχή και τα χαρακτηριστικά τους, αλλά και η ευαισθητοποίηση όλων των εμπλεκομένων με τη γαστρονομία αποτελεί μοναδική λύση για να μην εισάγουν οι άνθρωποι των χώρων εστίασης της περιοχής φτηνό και χαμηλής ποιότητας κρασί είτε από την ίδια περιοχή είτε από άλλες περιοχές και να αναζητήσουν κρασιά με στοιχεία του Terroir (έδαφος, κλίμα, ποικιλία αμπέλου). Με αυτό τον τρόπο δημιουργείται κίνητρο και στους παραγωγούς της περιοχής οι οποίοι προσπαθούν να ενθαρρύνουν την ιδέα της μοναδικότητας και της ιδιαιτερότητας των προϊόντων τους αξιοποιώντας στοιχεία του Terroir (http://www.parnonas.gr/?p=1268).

6.1.2. Συμπόσια με θέμα τον οίνο και την άμπελο

Η πλούσια αμπελοοινική παράδοση της περιοχής έχει επηρεάσει βαθιά τους κατοίκους της. Όλοι αναγνωρίζουν ότι η αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή κρασιού ήταν βασικό στοιχείο της καθημερινότητας των προγόνων τους και ως τέτοιο δεν πρέπει να εγκαταλειφθεί, πολύ δε περισσότερο σήμερα που νέος κόσμος επιστρέφει στην περιοχή και θα μπορούσε πιο συστηματικά να ασχοληθεί. Μέσα από τα στοιχεία της λαϊκής παράδοσης, τα ιστορικά γεγονότα, τα ήθη και τα έθιμα, τη μυθολογία κ.λ.π., πηγάζουν αφηγήσεις, που όταν ενσωματωθούν σε ένα οινογαστρονομικό χαρτοφυλάκιο το καθιστούν πιο ελκυστικό κι ενδιαφέρον σε ένα διεθνές κοινό. Άλλωστε, η ιστορία και η παράδοση προσδίδουν υπεραξία, αναδεικνύουν τη μακραίωνη ιστορία της γαστρονομίας μιας χώρας και επομένως τη βοηθούν να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό.

Στα πλαίσια της ιστορίας και της παράδοσης, στο δήμο Μονεμβασιάς πραγματοποιήθηκε μια σειρά συμποσίων. Μάλιστα η πρώτη συνάντηση με θέμα 'Μονεμβασιά – Μαλβαζία, το κρασί της Βυζαντινής Καστρόπολης' είχε κυρίως πολιτιστικό και εορταστικό χαρακτήρα και είχε οργανωθεί από την 9η Εφορεία Βυζαντινών Αρχαιοτήτων Σπάρτης και τον Πολιτιστικό Σύλλογο «Ρίζες» στο Κάστρο Μονεμβασίας. Η ημερίδα περιελάμβανε σειρά από ενδιαφέρουσες διαλέξεις με θέμα τον Μονεμβασιώτικο οίνο, ενώ παράλληλα, με σεβασμό στους οινοπαραγωγούς της περιοχής, έδινε την ευκαιρία στους επισκέπτες να γευθούν τοπικούς οίνους στους επισκέπτες. Σε αυτό το κλίμα ενδιαφέροντος έγιναν και άλλες τρεις διεθνείς συναντήσεις. Η πρώτη, στην Μονεμβασιά (2005), από τον «Μονεμβασιώτικο Όμιλο», με θέμα «'Τίνος είν' η κούπα η Μονοβασιά', Παραγωγή, επεξεργασία και διακίνηση του κρασιού από το Αιγαίο ως την Αδριατική» , η δεύτερη από τον δήμο Γαζίου (2005) και τα «Ευρωπαϊκά Νησιά- παραγωγοί κρασιού Μαλβαζία» υπό την αιγίδα της Περιφέρειας Κρήτης στο Γάζι Ηρακλείου Κρήτης (2005) με θέμα «il miglior vino del mondo, το κρητικό κρασί στις αρχεακές πηγές της βενετοκρατίας» και η τρίτη στα Κανάρια Νησιά (2008), οργανωμένη από τα «Ευρωπαϊκά Νησιά- παραγωγοί κρασιού Μαλβαζία» όπου πραγματοποιήθηκε η πρώτη οινολογική συνάντηση (http://www.monemvasiotikosomilos.gr/gr/symposia.html).

6.1.3. Εκδηλώσεις- Γιορτή κρασιού

Σε όλη την Ελλάδα πραγματοποιούνται πολλές εκδηλώσεις με θέμα τη γαστρονομία. Πολλές από αυτές προβάλλονται ως τουριστικού ενδιαφέροντος είτε από τους ίδιους τους διοργανωτές τους, είτε από τουριστικούς φορείς. Ωστόσο, οι περισσότερες είναι μόνο τοπικού ενδιαφέροντος και δεν είναι αρκούντως ελκυστικές για να προσελκύσουν και να ψυχαγωγήσουν Έλληνες ή ξένους τουρίστες. Στη Συκιά του Δήμου Μονεμβασιάς το τελευταίο Σαββατοκύριακο κάθε Ιουλίου, οι σύλλογοι διοργανώνουν την "Γιορτή Κρασιού της Συκιάς" η οποία αποτελεί προορισμό για πολλούς επισκέπτες.

6.1.4. Ο οίνος ως βάση τοπικών επιχειρήσεων

Επιχειρήσεις, κυρίως εστιατόρια, ξενοδοχεία και σημεία πώλησης με θέμα τα τοπικά τρόφιμα και τον οίνο έχουν κάνει την εμφάνιση τους. Στο κεντρικό καλντερίμι, στο Κάστρο της Μονεμβασιάς υπάρχουν δύο οινοπαντοπωλεία όπου θα βρει και θα γευτεί ο πελάτης τοπικά προϊόντα, όπως λάδι περιοχής, αμυγδαλωτά, τοπικούς οίνους και επίσης δύο χώροι εστίασης που μπορούν να γευτούν αποκλειστικά οίνους Μονεμβασιάς. Παρόλο που η εμφάνιση θεματικών ξενοδοχείων με

θέμα τη γαστρονομία αποτελεί μια πολύ πρόσφατη εξέλιξη στην Ελλάδα , κάποια ξενοδοχεία επενδύουν στον οινοτουρισμό προσφέροντας δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με τον τοπικό οίνο, όπως συμμετοχή των πελατών στον τρύγο, δοκιμή τοπικών κρασιών, spa οινοθεραπείας. Παρακάτω ακολουθούν μερικά παραδείγματα τοπικών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν κυρίως τον οίνο και τοπικά προϊόντα για τη διαφοροποίησή τους από άλλες επιχειρήσεις (Παράρτημα Η).

6.1.5. Διαδρομές και περιηγήσεις

Όπως ήδη είναι γνωστό, το κρασί είναι προϊόν άρρηκτα συνδεδεμένο με την πολιτιστική κληρονομιά και την παράδοση των Ελλήνων από τα αρχαία ακόμη χρόνια. Τα στοιχεία που παρέχουν οι παραδόσεις κάθε περιοχής, οι σχετικές με την καλλιέργεια του αμπελιού στο συγκεκριμένο τόπο, με τον τρόπο που έφτιαχναν το κρασί, ακόμη και με τον τρόπο που το σέρβιραν στο τραπέζι τους, συνοδεύοντας τα τοπικά εδέσματα, συμβαδίζουν με την πρόσφατη γενική απαίτηση του καταναλωτή "στροφή προς την παράδοση". Στα πλαίσια της διατήρησης και της ανάδειξης αυτής της κληρονομιάς αναπτύχθηκε μία ειδική μορφή Αγροτουρισμού, αυτή των Δρόμων του Κρασιού (Σταθόπουλος, 2006).

Η λειτουργία και η επιτυχία των Δρόμων του Κρασιού στηρίζεται σε μία σειρά παραμέτρων, φυσικών, ανθρώπινων και τεχνικών.

1. Στην ύπαρξη της διαδρομής μέσα σε μία αγροτική - αμπελουργική ζώνη. Κατά μήκος της βρίσκονται αμπελώνες, οινοποιεία, αμπελουργικά χωριά και γειτονιές, τυπικά της περιοχής.
2. Στην προσφορά τυπικών του τόπου κρασιών, διαθέσιμων για οινογευστική και πώληση τουλάχιστον κατά τη διάρκεια μιας καθορισμένης και ανακοινωμένης περιόδου.
3. Στην ύπαρξη ξενοδοχείων, ξενώνων ή δωματίων στην περιοχή του Δρόμου, τα οποία να προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες.
4. Στην πρόταση πιάτων της τοπικής γαστρονομίας σε συνδυασμό με τα τοπικά κρασιά στα εστιατόρια του Δρόμου του Κρασιού.
5. Στην ύπαρξη ενός συστήματος υποδοχής, πληροφόρησης και εξυπηρέτησης των επισκεπτών με ενιαία αντίληψη και νοοτροπία (Σταθόπουλος, 2006).

Πρωτεργάτες στην καθιέρωση γαστρονομικών διαδρομών στην Ελλάδα υπήρξαν οι οινοποιοί της Μακεδονίας που ξεκίνησαν τη δεκαετία του 1990 τις προσπάθειες για την καθιέρωση των «Δρόμων του Κρασιού». Προϊόν αυτής της πρωτοβουλίας είναι οι «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος», στους οποίους μετέχουν 41 οινοποιεία-μέλη της Ένωσης Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα Βορείου Ελλάδος (ΕΝΟΑΒΕ). Στο δίκτυο των «Δρόμων του Κρασιού» μετέχουν εκτός από τα οινοποιεία, 50 εστιατόρια, 55 ξενοδοχεία και ξενώνες, 19 επιχειρήσεις που παράγουν και εμπορεύονται τοπικά προϊόντα και 4 εταιρίες που οργανώνουν διάφορες δραστηριότητες. Με τη χάραξη αυτών των οινοτουριστικών διαδρομών, η ΕΝΟΑΒΕ επιδιώκει να αναδείξει όλα τα σημεία οινολογικού, πολιτιστικού και τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως τους αμπελώνες, τα οινοποιεία, τα αρχαιολογικά και ιστορικά αξιοθέατα και τις περιοχές φυσικού κάλλους. «Δρόμοι του Κρασιού» δημιουργήθηκαν σταδιακά και σε άλλες περιοχές της χώρας, όπως στην Κρήτη, την Κεντρική Ελλάδα και την Πελοπόννησο.

Το 1998 άρχισε η λειτουργία της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας ‘ Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Πελοποννήσο’ (ΕΝΟΑΠ) με το τίτλο «Δρόμοι του κρασιού της Πελοποννήσου». Τα μέλη της είναι 23 εταιρίες του κλάδου της οινοποιίας, ανάμεσά τους και τρία οινοποιεία Λακωνίας:

- "Οινοποιείο Ταϋγέτου" (17ο χλμ. Σπάρτης Γυθείου Δαφνίων, Κροκεές)
- "Οινοποιείο Μονεμβασιάς" (Βελιές, Μονεμβασιά)
- "Οινοποιείο Ιωάννη Βατίστα" (Λάχι, Νεάπολη)

Τα προαναφερόμενα οινοποιεία είναι επισκέψιμα. Όμως, υπάρχουν περισσότερες δυνατότητες για οινικές εξερευνήσεις (http://greekwinefederation.gr/gr/content/show/&tid=4):

- Βιολογικοί Αμπελώνες Κουτσογιάννη (Μαυροβούνι Γυθείου Ανατολικής Μάνης)
- Κρασιά Τσιμπίδη Σοφία (Γράμμουσα (Αμπελοχώρι) Σκάλας Ευρώτα)
- Κτήμα Διαμαντούρου (Καρυές Σπάρτης)
- Οινοποιητική Ηρακλή Τριχείλη (Παπαδιάνικα Λακωνίας)
- Βιολογικός Αμπελώνας Δούκα, Ζάρακα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

7.1. Σκοπός έρευνας – Συλλογή στοιχείων

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει εάν ο αμπελοοινικός τομέας θα μπορούσε να αποτελέσει έναν σημαντικό τομέα που θα παίξει θετικό ρόλο στη βιωσιμότητα της οικονομίας της περιοχής μελέτης. Τα ερωτήματα που χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας αναφορικά με αυτό το ζήτημα εστιάζουν σε δύο ερωτηματολόγια.

Το πρώτο ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε τρία οινοποιεία της περιοχής μελέτης και η εξαγωγή συμπερασμάτων γίνεται υπό μορφή συνέντευξης. Πιο συγκεκριμένα στο ερωτηματολόγιο αυτό διερευνάται το οικονομικό αποτέλεσμα των οινοπαραγωγών καθώς αυτό καθορίζει σημαντικά την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, η αγορά διάθεσης του προϊόντος, το είδος απασχόλησης που χρησιμοποιείται, η εξειδίκευση του προσωπικού, η εθνικότητά του στην περίπτωση των αλλοδαπών και η καταγωγή του στην περίπτωση των Ελλήνων, καθώς αυτά συνδέονται με την αξιοποίηση του τοπικού ανθρώπινου κεφαλαίου. Επίσης, εξετάζεται ο μηχανολογικός εξοπλισμός διότι είναι ενδεικτικός του ρόλου της παράδοσης και της τοπικής γνώσης στη διαμόρφωση του τελικού προϊόντος και τέλος η σημαντικότητα της ποιότητας του προϊόντος από τους παραγωγούς και κατά πόσο είναι εφικτό να αποτελέσει το συγκριτικό πλεονέκτημα όχι μόνο των οινοποιητικών επιχειρήσεων αλλά και ολόκληρης της περιοχής.

Προκειμένου να διαμορφωθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα για τον αμπελοοινικό τομέα της περιοχής, κρίθηκε απαραίτητη η μέθοδος της δημοσκόπησης από τους κατοίκους της περιοχής της Μονεμβασιάς. Με τη μέθοδο αυτή, το δεύτερο ερωτηματολόγιο, διερευνά τη σχέση μεταξύ των κατοίκων της περιοχής με το κρασί και τον αμπελοοινικό τομέα της περιοχής. Μετά την συλλογή των ερωτηματολογίων, τα στοιχεία επεξεργάστηκαν με τη βοήθεια των προγραμμάτων Microsoft Excel 2010 και SPSS 17.0. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκαν οι κατατομές των συχνοτήτων για τις μεταβλητές που μελετήθηκαν και τέλος πραγματοποιηθήκαν λογιστικές παλινδρομήσεις. Η δημοσκόπηση πραγματοποιήθηκε τον Φεβρουάριο το 2012.

7.2. Δομή ερωτηματολογίου οινοποιείων

Πρόκειται για ένα ερωτηματολόγιο των 41 ερωτήσεων. Ερωτήθηκαν συνολικά τρία οινοποιεία τα οποία θεωρούνται τα μεγαλύτερα στην περιοχή μελέτης. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δύο θεματικές ενότητες, των οποίων το περιεχόμενο παρουσιάζεται αναλυτικά ακολούθως. Στην πρώτη ενότητα καταγράφονται τα δημογραφικά στοιχεία του υπεύθυνου της επιχείρησης, όπως η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο του ερωτώμενου, ο τόπος καταγωγής του. Η δεύτερη ενότητα, αποσκοπεί στη συλλογή πληροφοριών αναφορικά με την παραγωγή πρώτης ύλης. Περιλαμβάνει ερωτήματα που επιχειρούν να καταγράψουν στοιχεία αναφορικά με τις καλλιεργούμενες ποικιλίες και εκτάσεις, την παραγόμενη ποσότητα και τους παραγωγούς της πρώτης ύλης. Επίσης με την ενότητα αυτή επιχειρείται η καταγραφή των εργασιακών σχέσεων. Περιλαμβάνει ερωτήσεις που εξετάζουν την οικογενειακή απασχόληση, τον αριθμό, την ειδικότητα και την καταγωγή του μόνιμου και του εποχικού προσωπικού. Εξετάζεται, επίσης, ο μηχανολογικός εξοπλισμός που χρησιμοποιείται και τέλος υπάρχουν ερωτήσεις που έχουν να κάνουν με τη σχέση των οινοποιείων και την ευρύτερη περιοχή.

7.3. Δομή ερωτηματολογίου κατοίκων Δήμου Μονεμβασιάς

Πρόκειται για ένα ερωτηματολόγιο 21 ερωτήσεων. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ερωτήθηκαν 226 δημότες. Πρόκειται για το 5,4% του συνολικού πληθυσμού, λαμβάνοντας υπόψη ότι, σύμφωνα με την απογραφή του 2001, το σύνολο του μόνιμου πληθυσμού είναι της τάξεως των 4.194 κατοίκων περίπου. Από τα 226 ερωτηματολόγια έγκυρα θεωρήθηκαν τα 202. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρεις θεματικές ενότητες, των οποίων το περιεχόμενο παρουσιάζεται αναλυτικά ακολούθως. Στη πρώτη ενότητα παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία των κατοίκων της περιοχής μελέτης, στη δεύτερη ενότητα παρουσιάζονται ερωτήσεις σε σχέση με τη στάση των κατοίκων για το κρασί και στην τρίτη ενότητα παρουσιάζονται ερωτήσεις όσον αφορά τη σχέση μεταξύ των κατοίκων και του αμπελοοινικού τομέα της περιοχής μελέτης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

8.1. Τα αποτελέσματα της έρευνας των οινοποιείων

8.1.1. Περιγραφή οινοποιείων στη περιοχής μελέτης

Στην ευρύτερη περιοχή της Μονεμβασιάς δραστηριοποιούνται συνολικά τρία οινοποιεία, η Τσιμπίδης Γ. & Σία Ο.Ε. «Οινοποιητική Μονεμβασιάς», οι Αμπελώνες Βατίστας Ο.Ε. και η Οινοποιητική Τριχείλη για την παραγωγή εμφιαλωμένων οίνων.

Η Οινοποιητική Μονεμβασιάς Ο.Ε. ιδρύθηκε το 1997 και βρίσκεται λίγα χιλιόμετρα έξω από τη Μονεμβασιά, στις Βελιές Μονεμβασίας. Ο Γιώργος Τσιμπίδης κατάγεται από την περιοχή και έπειτα από σπουδές Φυσικής στο Πανεπιστήμιο της Πάτρας αποφάσισε να εγκατασταθεί στον τόπο καταγωγής του. Πρόκειται για μια οικογενειακή επιχείρηση, της οποίας η δημιουργία εντάσσεται στο πλαίσιο ενός ευρύτερου επιχειρηματικού σχεδίου που έχει σχέση με την αναβίωση του οίνου Μαλβάζια. Η επιχείρηση στην αρχή ξεκίνησε με 150 ιδιόκτητα στρέμματα και έχει προχωρήσει στην αγορά γης για την περαιτέρω ανάπτυξή τη με σύνολο γης 400 στρέμματα. Στα κτήματά του καλλιεργεί τοπικές ποικιλίες όπως Μονεμβασιά, Κυδωνίτσα, Πετρουλιανό, Ασπρούδι, Μαυρούδι, καθώς και Αγιωργίτικο, Ροδίτη, Cabernet Sauvignon, Ασύρτικο. Σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Οίνου ξεκίνησε πειραματικές οινοποιήσεις για τη μελέτη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των ποικιλιών του τόπου του. Από αυτές τις έρευνες και τους πειραματικούς αμπελώνες η Οινοποιητική Μονεμβασιάς έχοντας την πρώτη ύλη (σταφύλια) παρήγαγε λιαστό γλυκό κρασί τύπου Malvasia με εξαιρετικά αποτελέσματα (Παράρτημα Θ). Η εταιρεία λειτούργησε σαν βάση υποδοχής στην περιοχή του ερευνητικού προγράμματος που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του ΠΑΒΕ από τη VITRO Α.Ε., το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και το ΕΘΙΑΓΕ, και που είχε ως θέμα τη δημιουργία βασικού πολλαπλασιαστικού υλικού των ποικιλιών αμπέλου που πιθανόν μετείχαν στην παραγωγή του οίνου Malvasia. Ξεκινώντας μία σημαντική προσπάθεια εκσυγχρονισμού του εξοπλισμού του οινοποιείου, σήμερα διαθέτει υπερσύγχρονο εμφιαλωτήριο και εργαστήριο ποιοτικού ελέγχου, εξασφαλίζοντας έτσι τις υψηλότερες συνθήκες υγιεινής για όλα τα προϊόντα. Διαθέτει επίσης 2 κάβες, η μία στεγαζόμενη στο χώρο του οινοποιείου και οι άλλες δύο σε χώρους εντός του χωριού.

Αναφορικά με τους Αμπελώνες Βατίστα Ο.Ε**.** δημιουργήθηκαν το 1990, όταν ο ιδιοκτήτης του κτήματος εκτός από τις επιχειρήσεις αποφάσισε να ασχοληθεί και με την καλλιέργεια της γης στον τόπο καταγωγής του. Έπειτα από μακροχρόνιες, επίπονες και επίμονες προσπάθειες, το 1986 δημιούργησε τον πρώτο συστηματικά καλλιεργούμενο αμπελώνα στα κτήματα της οικογένειας, στον Αϊ Νικόλα. Ακολούθησαν τα αμπέλια στις πλαγιές της Παντάνασσας και γρήγορα τα υπόλοιπα στον κάμπο των Βοιών. Σήμερα, έχει στην ιδιοκτησία του έκταση 240 στρεμμάτων, που είναι φυτεμένα με διεθνείς και ελληνικές ποικιλίες: Πετρουλιανό, Ασπρούδι, Θράψα, Μαυρούδι, Μονεμβάσια, Σμυρναίικο, Κυδωνίτσα, Ροδίτη, Μαντηλαριά, Ασύρτικο, Αϊδάνι, Αθήρι, Αγιωργίτικο, Μαλαγουζιά, αλλά και Chardonnay, Sauvignon Blanc, Cabernet και Merlot. Διαθέτει σύγχρονο εμφιαλωτήριο και εργαστήριο ποιοτικού ελέγχου, καθώς επίσης και μία κάβα.

Η Οινοποιητική Τριχείλη είναι ατομικής μορφής, είναι μικρότερη σε μέγεθος από τις δύο προηγούμενες, αλλά με εξαιρετική ποιότητα. Ο ιδιοκτήτης της είναι οινολόγος και μετά την εκπλήρωση των σπουδών του στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. ανέλαβε τα οικογενειακά κτήματα. Το 1985 φύτεψε τα πρώτα αμπέλια όπου καλλιεργεί Κυδωνίτσα, Ροδίτη, Μαυρούδι, Αγιωργίτικο, Πετρουλιανό, Ασπρούδι. Σήμερα έχει στην κατοχή του 30 στρέμματα. Το 1987 δημιούργησε την Οινοποιητική Ηρακλής Τριχείλης και υπήρξε πρωτεργάτης στην ανακάλυψη και τη διατήρηση των ποικιλιών του τόπου του που ήταν υπό εξαφάνιση.

8.1.2. Παραγωγή και επεξεργασία πρώτης ύλης

Αναφορικά με την παραγωγή της πρώτης ύλης, τα επιθυμητά ποιοτικά χαρακτηριστικά επηρεάζονται από τις ιδιότητες τους εδάφους, τις κλιματικές συνθήκες και τη φροντίδα του σταφυλιού στο χωράφι. Η παραγωγή στο χωράφι έχει επίσης μεγάλη σημασία, καθώς οι οινοποιοί εκτός από τις ιδιόκτητες εκτάσεις συνεργάζονται με τοπικούς παραγωγούς για να προμηθευτούν επαρκείς ποσότητες. Αναγνωρίζοντας την σημασία της πρώτης ύλης για την παραγωγή, οι οινοποιοί προσπαθούν να ωθήσουν τους αμπελουργούς στη σύγχρονη αμπελοκαλλιέργεια που θα τους επιτρέψει την παραγωγή καλύτερης ποιότητας πρώτης ύλης με το μικρότερο δυνατό κόστος. Ενώ παλιότερα οι οινοποιοί και αμπελουργοί φύτευαν Αγιωργίτικο και Ροδίτη, τα τελευταία χρόνια, που άρχισε να γίνεται γνωστό το οινικό δυναμικό της

περιοχής ,προσπαθούν να ενθαρρύνουν την καλλιέργεια τοπικών ποικιλιών δίνοντας υψηλότερες τιμές έναντι άλλων ποικιλιών. Παρά το γεγονός ότι οι αμπελουργοί έδιναν βαρύνουσα σημασία στο προσωπικό κέρδος και δύσκολα καταλάβαιναν τα μακροπρόθεσμα οφέλη από την καλλιέργεια τοπικών ποικιλιών, τα τελευταία χρόνια έχει ξεκινήσει μια καρποφόρα συνεργασία μεταξύ οινοποιών και αμπελουργών.

Πριν τη συνεργασία αυτή, κάθε αμπελουργική εκμετάλλευση παρήγαγε το δικό της κρασί το οποίο κάλυπτε τις ανάγκες της τοπικής αγοράς. Η μέθοδος που ακολουθούσαν οι αμπελουργοί της περιοχής ήταν αυτή της συνήθους χωρικής οινοποίησης και περιελάμβανε:

- Συλλογή των σταφυλιών όλων των ποικιλιών την ίδια μέρα
- Έκθλιψη των σταφυλιών
- Ζύμωση σε ξύλινα βαρέλια ή πλαστικούς κάδους
- Τράβηγμα των στεμφύλων την $2^{η}$ -$5^{η}$ μέρα ανάλογα με το επιδιωκόμενο χρώμα του οίνου
- Θείωση με το τέλος της ζύμωσης και διάθεση στη τοπική αγορά

Αυτή η μέθοδος, που δεν απαιτεί ιδιαίτερο εξοπλισμό, οδηγεί στην παραγωγή υποβαθμισμένης ποιότητας κρασιών και δε βοηθά στην ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων των ποικιλιών.

Με τη δημιουργία σύγχρονων οινοποιείων και εισάγοντας την τεχνογνωσία σε αυτά, η μεθοδολογία οινοποίησης αλλάζει και εφαρμόζεται πλέον η κλασική λευκή και ερυθρή οινοποίηση. Αναφορικά με τον τεχνολογικό εξοπλισμό, όλες οι μονάδες που παρουσιάστηκαν προηγουμένως, χρησιμοποιούν αρκετά σύγχρονο εξοπλισμό ο οποίος περιλαμβάνει ανοξείδωτους οινοποιητές, σύγχρονα εκραγιστήρια και ψυκτικά μηχανήματα, γαλλικά δρύινα βαρέλια, ανοξείδωτες ψυκτικές δεξαμενές και πνευματικά πιεστήρια. Οι οινολόγοι που απασχολούνται στις μονάδες είναι απόφοιτοι τεχνολογικών ιδρυμάτων, δεν κατάγονται απαραίτητα από την περιοχή και χρησιμοποιούν σύγχρονη τεχνολογία καθώς οι παραδοσιακές τεχνικές δεν θεωρούνται αναγκαίες προκειμένου να αποκτήσει το κρασί τα επιθυμητά χαρακτηριστικά των γηγενών ποικιλιών.

Πιο συγκεκριμένα, στην περίπτωση των λευκών ποικιλιών η μεθοδολογία περιλαμβάνει:

- Συλλογή των σταφυλιών στη βιομηχανική τους ωριμότητα
- Απορραγισμός και έκθλιψη σταφυλιών με ταυτόχρονη θείωση
- Προζυμωτική εκχύλιση με ψύξη του σταφυλοπολτού και χρήση ενζύμων
- Απολάσπωση
- Ζύμωση με επιλεγμένες ζύμες διεθνών ποικιλιών
- Μετάγγιση με το τέλος της ζύμωσης
- Εμφιάλωση μετά από σταθεροποίηση του κρασιού

Στην περίπτωση της ερυθρής οινοποίησης η τεχνική που ακολουθείται περιλαμβάνει:

- Συλλογή των σταφυλιών στη βιομηχανική τους ωριμότητα
- Απορραγισμός και έκθλιψη σταφυλιών με ταυτόχρονη θείωση
- Προζυμωτική εκχύλιση με ψύξη του σταφυλοπολτού και χρήση ενζύμων
- Ζύμωση με επιλεγμένες ζύμες διεθνών ποικιλιών
- Αφαίρεση στεμφύλων στο τελείωμα της ζύμωσης
- Μετάγγιση με το τέλος της ζύμωσης
- Παλαίωση σε δρύινα βαρέλια ή εμφιάλωση μετά από σταθεροποίηση του κρασιού

Οι εφαρμοσμένες οινολογικές μέθοδοι είχαν ως αποτέλεσμα την πολύ σημαντική βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων στην περιοχή κρασιών, την κυκλοφορία επώνυμων εμφιαλωμένων προϊόντων και τη βράβευση αυτών σε διεθνή διαγωνισμούς οίνου.

Μέχρι σήμερα στην οινοποιία της περιοχής δεν εφαρμόζονται πρωτόκολλα πιστοποίησης. Όμως, όλοι οι οινοποιοί αναγνωρίζουν την αναγκαιότητά τους που απαιτεί ένας σύγχρονος καταναλωτής. Πέρα από την εισαγωγή τεχνογνωσίας στα οινοποιεία, τεχνογνωσία εισήχθη και στον τρόπο καλλιέργειας των αμπελιών. Πιο συγκεκριμένα, σε ένα στρέμμα αμπέλι θα μπορούσε να βρει κανείς (ακόμη και σήμερα) περισσότερες από 4 ποικιλίες . Τα σταφύλια τρυγιούνταν όλα μαζί ανεξάρτητα από το χρόνο ωρίμανσής τους και αρκετά συχνά ανεξάρτητα και από το χρώμα τους. Το σύστημα διαμόρφωσης ήταν και είναι σε πολλά αμπέλια μέχρι σήμερα το κύπελλο , που παρουσιάζει μειονεκτήματα σε σχέση με το γραμμικό σύστημα διαμόρφωσης που έχει υιοθετηθεί από άλλες περιοχές. Όμως χάρις τη τεχνογνωσία που μετέδωσαν τα οινοποιεία, οι νέοι (και κάποιοι παλιοί) αμπελώνες διαμορφώνονται σε αμφίπλευρο γραμμικό κορδόνι (Royat) και δίνουν έμφαση στην εγκατάσταση μονοποικιλιακών γηγενών ποικιλιών. Τα δύο μεγαλύτερα

οινοποιεία (η Οινοποιητική Μονεμβασιάς Ο.Ε. και οι Αμπελώνες Βατίστας Ο.Ε.) θεωρούν ότι παρόλο που ο εξοπλισμός παραγωγής καλύπτει τις ανάγκες ζήτησης, ωστόσο υπάρχει ανάγκη επέκτασης. Στην Οινοποιητική Τριχείλη ο μηχανολογικός εξοπλισμός καλύπτει τις ανάγκες ζήτησης, αλλά όμως δεν υπάρχει ανάγκη επέκτασης.

8.1.3. Εργασιακές σχέσεις

Η Οινοποιητική Μονεμβασιάς Ο.Ε. απασχολεί είκοσι υπαλλήλους, εκ των οποίων οι δύο είναι οινολόγοι, ένας λογιστής, δύο πωλητές (ένας στην Αθήνα και ένας σε τοπικό επίπεδο), ένας γεωπόνος, δύο υπεύθυνοι δημοσίων σχέσεων και έντεκα εργάτες στο οινοποιείο στα κτήματα εκ των οποίων οι πέντε είναι εποχικοί. Όσον αφορά την καταγωγή τους μόνο μερικοί εργάτες είναι από τρίτες χώρες, ρουμάνικης καταγωγής. Οι υπόλοιποι εργαζόμενοι είναι από τη γύρω περιοχή. Το οικογενειακό στοιχείο είναι έντονο σε αυτήν την μονάδα, αφού ο ιδιοκτήτης της εταιρείας εκτελεί και χρέη γενικού διευθυντή, ενώ η σύζυγος του έχει αναλάβει τις δημόσιες σχέσεις.

Οι Αμπελώνες Βατίστας Ο.Ε. απασχολούν δώδεκα υπαλλήλους, εκ των οποίων οι δύο είναι οινολόγοι, ένας λογιστής, ένας γεωπόνος και έξι εργάτες. Χρέη γενικού διευθυντή ασκεί ο γιος του ιδιοκτήτη του κτήματος. Υπεύθυνος οικονομικού τμήματος είναι ο ιδιοκτήτης, καθώς επίσης ο ίδιος επιβλέπει τους αμπελώνες του κτήματος. Όσον αφορά την καταγωγή των εργαζομένων είναι από τη γύρω περιοχή εκτός από μερικούς εργάτες, αλβανικής και ρουμάνικης καταγωγής. Όπως όλα τα οινοποιεία εξυπηρετεί εποχικούς και μόνιμους εργάτες. Το εποχικό προσωπικό απασχολείται κατά την περίοδο του τρύγου.

Η Οινοποιητική Τριχείλη απασχολεί τέσσερα άτομα, εκ των οποίων ο ένας είναι λογιστής και οι άλλοι τρεις εργάτες τόσο από τοπικό επίπεδο όσο και από τρίτες χώρες, αλβανικής καταγωγής. Χρέη οινολόγου εκτελεί ο ίδιος ο ιδιοκτήτης αφού οι πανεπιστημιακές σπουδές τουσυνάδουν με το αντικείμενο. Ο ίδιος εκτός από το οινοποιείο έχει στη διάθεση του και εξωτερικό οινολογικό εργαστήρι. Στο οινοποιείο απασχολεί μόνιμο και εποχικό προσωπικό.

8.1.4. Οικονομικά στοιχεία οινοποιητικών μονάδων

Η Οινοποιητική Μονεμβασιάς Ο.Ε. σημείωσε κύκλο εργασιών το 2009, κατά δήλωση, 900.000€. Οικονομικά στοιχεία προηγούμενων ετών δεν υπάρχουν διαθέσιμα, καθώς οι ιδιοκτήτες δεν ήταν πρόθυμοι να τα παρουσιάσουν οπότε δεν μπορούμε να εκτιμήσουμε τα οικονομικά αποτελέσματα συγκριτικά ώστε να βγάλουμε συμπεράσματα για την πορεία του οινοποιείου. Ωστόσο, οι επενδύσεις που πραγματοποίησαν τα τελευταία χρόνια για ανανέωση του μηχανολογικού εξοπλισμού και για εγκατάσταση αμπελώνων, φανερώνει ότι η οικονομική πορεία της επιχείρησης είναι θετική.

Γεωγραφικά οι πωλήσεις της εταιρείας κατανέμονται στην εθνική αγορά και σε τρίτες χώρες, ενώ στην τοπική αγορά καταλήγει ένα μικρό ποσοστό. Πιο συγκεκριμένα, το 11-20% του κύκλου εργασιών προέρχεται από την ελληνική αγορά, άνω του 40% από άλλες χώρες, όπως τη Γερμανία, τις ΗΠΑ, τον Καναδά και τη Σουηδία , και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως 11-20% από την τοπική αγορά. Οι υψηλές πωλήσεις στις ΗΠΑ και στη Γερμανία οφείλονται στο ελληνικό στοιχείο που κατοικεί σε αυτές τις χώρες. Οι υπεύθυνοι της εταιρείας στοχεύουν τόσο στην εθνική αγορά όσο και στη διεθνή. Αναφορικά με τους τρόπους διοχέτευσης, ο ιδιοκτήτης του οινοποιείου διαπραγματεύεται μόνος του τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και στο εξωτερικό. Σε τοπικό επίπεδο οι πωλήσεις είναι άμεσες, καθώς οι άμεσα ενδιαφερόμενοι μπορούν να αγοράσουν προϊόν από το οινοποιείο, ενώ για τη διεθνή αγορά η διαπραγμάτευση με τους ενδιαφερόμενους δεν περιλαμβάνει μεσάζοντες. Γενικά στην περιοχή δεν υπάρχει ανεπτυγμένο δίκτυο διανομής παρόλο που θεωρείται πολύ σημαντική η συνεργασία μεταξύ των οινοποιείων.

Για τους Αμπελώνες Βατίστα Ο.Ε. δεν υπάρχουν διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία αφού οι υπεύθυνοι δήλωσαν περιορισμένο διαθέσιμο χρόνο για να βοηθήσουν στην έρευνα. Ωστόσο, όσον αφορά τη γεωγραφική κατανομή των πωλήσεων, αυτή κατανέμεται σε ποσοστό της τάξης του 21-30% σε τοπικό επίπεδο, ενώ το 60% καταλήγει στην εθνική αγορά και σε άλλες χώρες (κυρίως Καναδά και Γερμανία). Τόσο η προώθηση των κρασιών όσο και η πώλησή τους γίνεται με την προσωπική επαφή των οινοποιών με κάβες, εστιατόρια, μπαρ κλπ., αλλά και μέσα από συμμετοχές σε εκθέσεις και διαγωνισμούς που κάνουν τα κρασιά τους ευρύτερα γνωστά και διευρύνουν έτσι το αγοραστικό τους κοινό.

Για την Οινοποιητική Τριχείλη επίσης δεν υπάρχουν διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία. Γεωγραφικά οι πωλήσεις της εν λόγω μονάδας κατανέμονται μόνο σε τοπικό επίπεδο όπου διαπραγματεύεται ο ίδιος ο ιδιοκτήτης. Μελλοντικά σχέδια επέκτασης δεν υπάρχουν, αφού ο ιδιοκτήτης δήλωσε χαρακτηριστικά ότι αν το οινοποιείο επεκτεινόταν δε θα ήταν ελεγχόμενο.

8.1.5. Σύνοψη- Συμπεράσματα έρευνας οινοποιείων

Στη περιοχή δραστηριοποιούνται τρία οινοποιεία έχοντας συνολική αμπελουργική έκταση 570 στρέμματα. Μεγαλύτερα οινοποιεία είναι η Οινοποιητική Μονεμβασιάς Ο.Ε και οι Αμπελώνες Βατίστα Ο.Ε., ενώ μικρότερο σε μέγεθος οινοποιείο είναι η Οινοποιητική Τριχείλη. Αναφορικά με την πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται, δίνεται έμφαση στα ποιοτικά χαρακτηριστικά διότι αυτή διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό την ποιότητα του τελικού προϊόντος και έχουν δημιουργηθεί σχέσεις συνεργασίας με ντόπιους αμπελουργούς για να προμηθεύονται τις απαιτούμενες ποσότητες. Έτσι δίνεται έμφαση τόσο στην καλλιεργητική φροντίδα του αμπελιού όσο και στις μεθόδους οινοποίησης. Καταργείται η χωρική οινοποίηση και εφαρμόζονται τα πρωτόκολλα ερυθρής και λευκής οινοποίησης χρησιμοποιώντας σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό όπως γαλλικά δρύινα βαρέλια, εμφιαλωτήριο, πνευματικά πιεστήρια, ανοξείδωτες δεξαμενές. Οι μονάδες απασχολούν μόνιμο και εποχικό προσωπικό. Οι ειδικότητες του μόνιμου προσωπικού, που είναι κοινές σε όλες τις μονάδες, είναι αυτές των οινολόγων, των πωλητών, των γεωπόνων, των λογιστών και των εργατών του οινοποιείου και των ιδιόκτητων καλλιεργούμενων εκτάσεων, με τον αριθμό να διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση ανάλογα με το μέγεθος παραγωγής. Ωστόσο, αρνητικό είναι το γεγονός ότι οι περισσότεροι από αυτούς δεν συνδέονται με την περιοχή. Το εποχικό προσωπικό απασχολείται κατά την περίοδο του τρύγου και ο αριθμός τους διαφέρει ανάλογα με το μέγεθος παραγωγής της κάθε μονάδας. Πρόκειται κυρίως για αλλοδαπούς, ρουμάνικης και αλβανικής καταγωγής, ενώ δεν λείπουν και οι περιπτώσεις Ελλήνων εποχικών υπαλλήλων. Παρόλο αυτά σίγουρα έχουν συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οικονομικά στοιχεία των οινοποιητικών μονάδων που να απεικονίζουν την οικονομική πορεία τους δεν υπάρχουν, ωστόσο φαίνεται να είναι θετική από τις επενδύσεις που έχουν γίνει από το ξεκίνημά τους μέχρι σήμερα, καθώς και από τους μελλοντικούς στόχους τους που περιλαμβάνουν την επέκταση της παραγωγής και τον εκσυγχρονισμό του τεχνολογικού εξοπλισμού. Ο τεχνολογικός εξοπλισμός ικανοποιεί τις ανάγκες ζήτησης αλλά υπάρχει ανάγκη επέκτασης και ανανέωσης. Τα προϊόντα των μεγαλύτερων μονάδων απευθύνονται στην

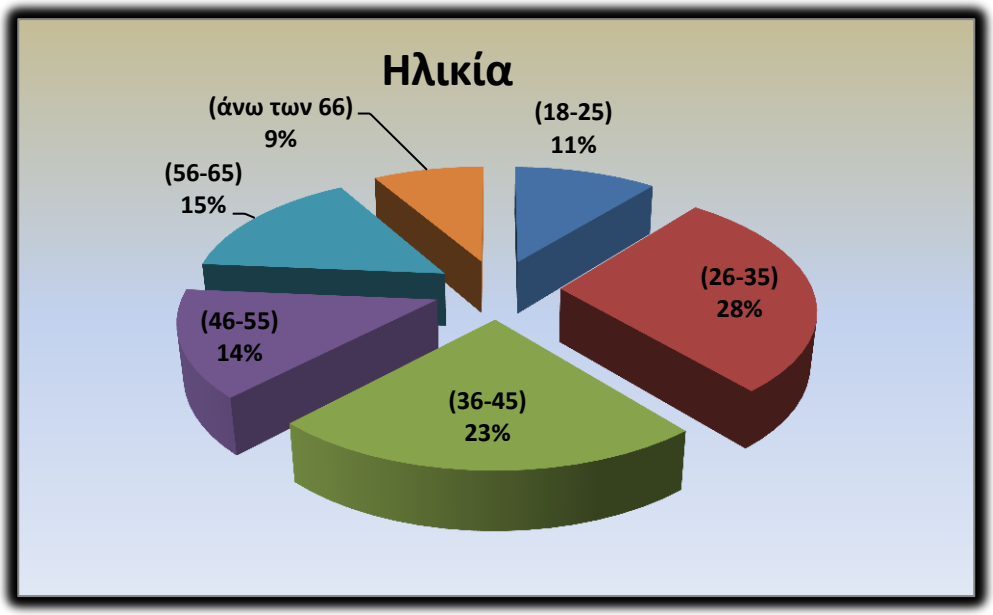
εσωτερική και την εξωτερική αγορά. Οι διεθνείς αγορές στις οποίες προσανατολίζονται είναι οι χώρες εκείνες που έχουν ισχυρό το ελληνικό στοιχείο, όπως είναι η Γερμανία και ο Καναδάς. Αντίθετα, η οινοποιητική Τριχείλη απευθύνει τα προϊόντα της στην τοπική αγορά αφού δεν στοχεύει να επεκταθεί. Όλες οι επιχειρήσεις συνεργάζονται κυρίως με κάβες, μίνι μάρκετ, εστιατόρια, μπαρ και τουριστικά καταλύματα της περιοχής. Τα οινοποιεία έχουν αποτελέσει πρωτεργάτες διαφόρων ενεργειών με στόχο την αξιοποίηση και ανάδειξη του πολιτιστικού, φυσικού και ιστορικού πλούτου της περιοχής. Σε αυτές τις ενέργειες περιλαμβάνεται η θεσμοθέτηση αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά –Malvasia ως επακόλουθο μιας σειράς συμποσίων με θέμα τον οίνο μαλβαζία, η συμμετοχή τους σε σεμινάρια οινογαστρονομίας με ντόπιους επιχειρηματίες, η ανάπτυξη του οινοτουρισμού ως μέλη των δρόμων του κρασιού της Πελοποννήσου. Όμως η δύσκολη συνεργασία με τους ντόπιους αμπελουργούς και η ανύπαρκτη συνεργασία μεταξύ των οινοποιείων περιορίζουν τις προσπάθειες αυτές. Ωστόσο και τα τρία οινοποιεία θεωρούν ότι η περιοχή καταγωγής και η ύπαρξη χαρακτηρισμού ποιότητας (π.χ. Ο.Π.Α.Π) αποτελούν σημαντικά κίνητρα για την αγορά προϊόντων τους καθώς επίσης και για την ανάπτυξη της περιοχής.

8.2. Τα αποτελέσματα της έρευνας των κατοίκων της περιοχής μελέτης

8.2.1. Επεξεργασία των στοιχείων με περιγραφική στατιστική

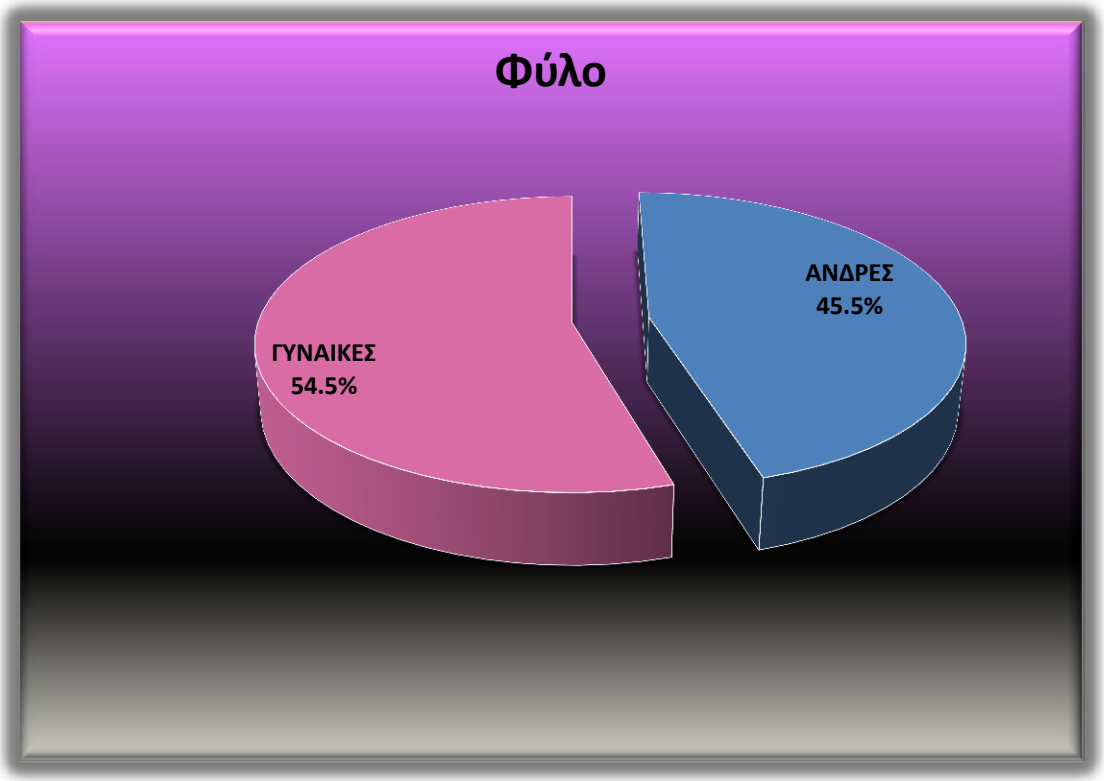
Με τη χρήση της περιγραφικής στατιστικής, τα παρακάτω διαγράμματα που ακολουθούν, απεικονίζουν τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων, όπως ηλικία, φύλο, επίπεδο εκπαίδευσης και επάγγελμα.

Το παρακάτω διάγραμμα μας ενημερώνει για τις ηλικίες των ατόμων που έλαβαν μέρος στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Από τη πρώτη ματιά παρατηρούμε ότι το δείγμα είναι ανομοιογενές. Έτσι λοιπόν το 11% των ερωτηθέντων είναι από 18 έως 25 ετών, το 28% είναι ηλικίας από 26 έως 35 ετών, το 23% βρίσκεται μεταξύ 36 και 45ετών, το 14% είναι ηλικίας από 46 έως 55 ετών, το 15% είναι από 56-65 ετών, ενώ μόνο το 9% των ερωτώμενων είναι ηλικίας άνω των 66 ετών.



Διάγραμμα 1: Η ηλικία του δείγματος

Όπως χαρακτηριστικά δείχνει και το πιο κάτω διάγραμμα, το 54.5% των ερωτηθέντων είναι γυναίκες ενώ το 45.5% είναι άνδρες.



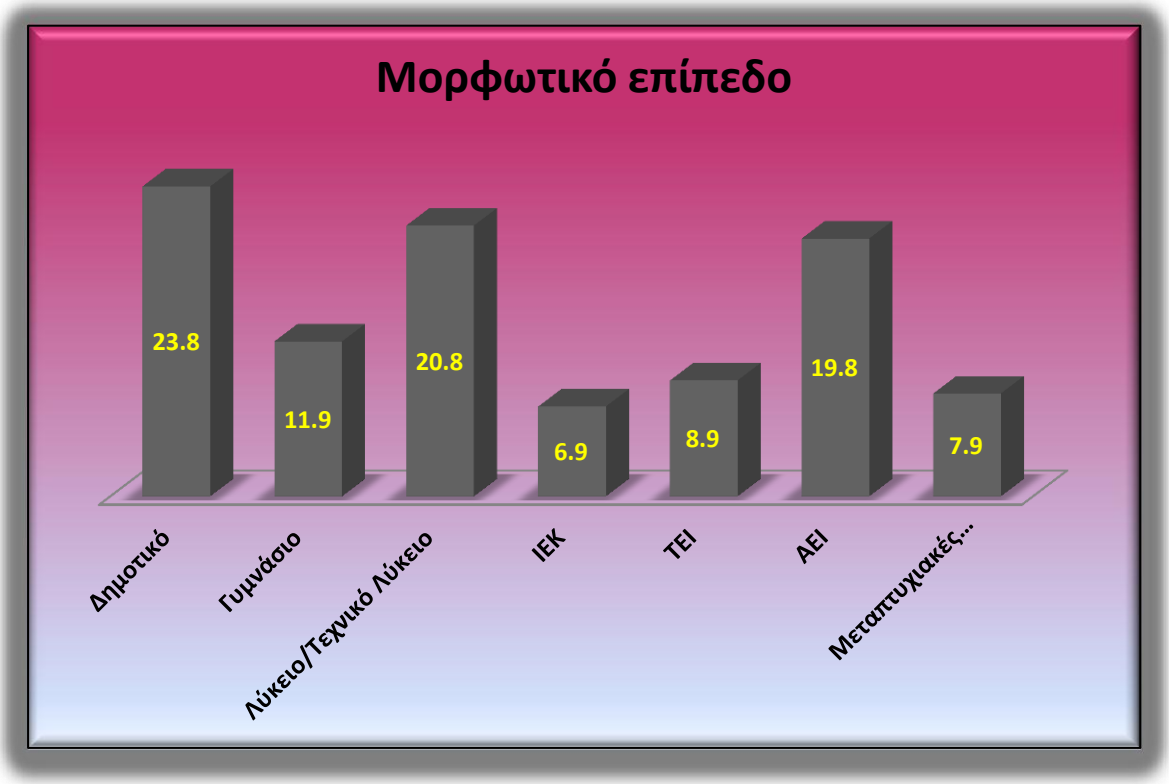
Διάγραμμα 2: Το φύλο του δείγματος

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των κατοίκων του δήμου Μονεμβασιάς, σε ποσοστό 64.9% είναι έγγαμοι, το 26.4% είναι άγαμοι, ενώ πολύ μικρά είναι τα ποσοστά των ατόμων που βρίσκονται σε συμβίωση (7.4%), των χήρων (1%) και των διαζευγμένων (0.5%).



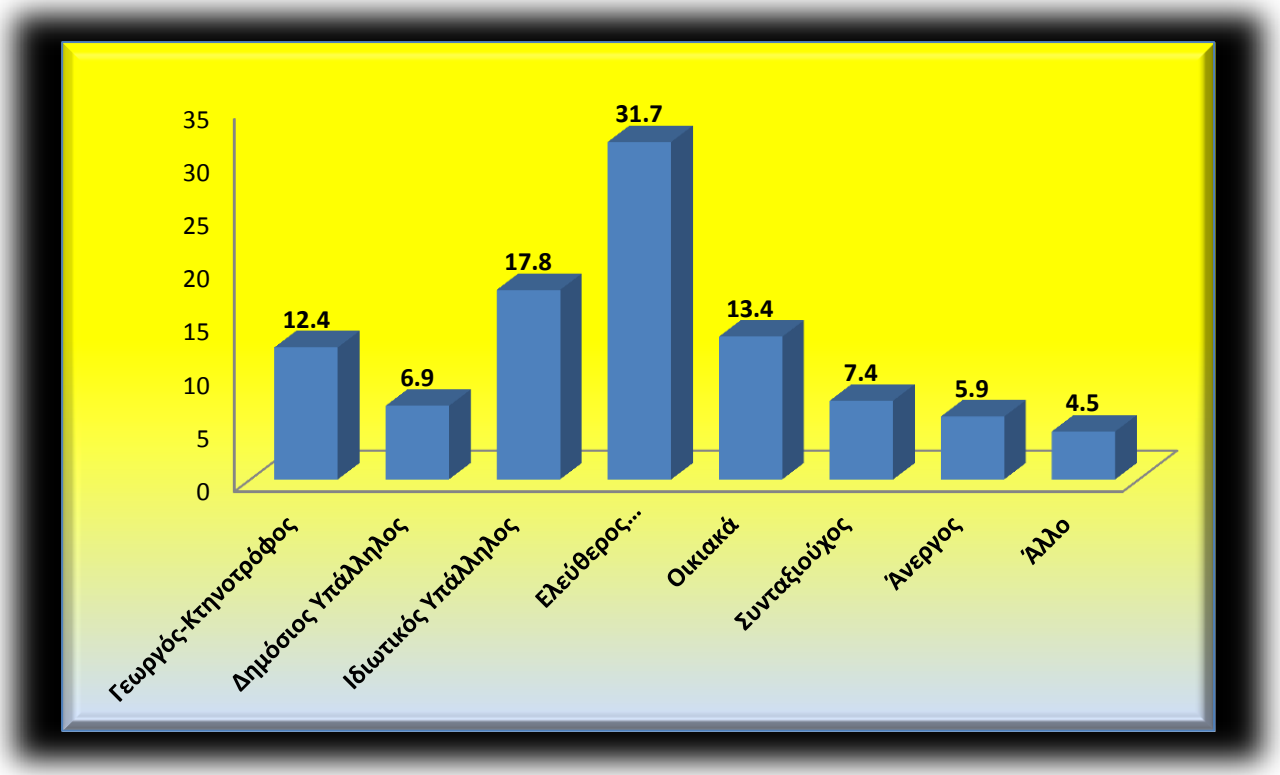
Διάγραμμα 3: Η οικογενειακή κατάσταση του δείγματος

Στο παρακάτω διάγραμμα δίνεται το επίπεδο εκπαίδευσης των ατόμων που έλαβαν μέρος στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου της παρούσας μελέτης. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (23.8%) είναι απόφοιτοι Δημοτικού. Αμέσως επόμενο ποσοστό είναι το 20.8 % που έχει τελειώσει λύκειο/τεχνικό λύκειο. Απόφοιτοι ΑΕΙ είναι το 19.8%. Το ποσοστό των αποφοίτων ΤΕΙ και γυμνασίου είναι 8.9% και 11.9% αντίστοιχα. Το 6.9% έχει τελειώσει ΙΕΚ και τέλος υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 7.9% που είναι κάτοχος μεταπτυχιακού και διδακτορικού διπλώματος.



Διάγραμμα 4: Το μορφωτικό επίπεδο του δείγματος

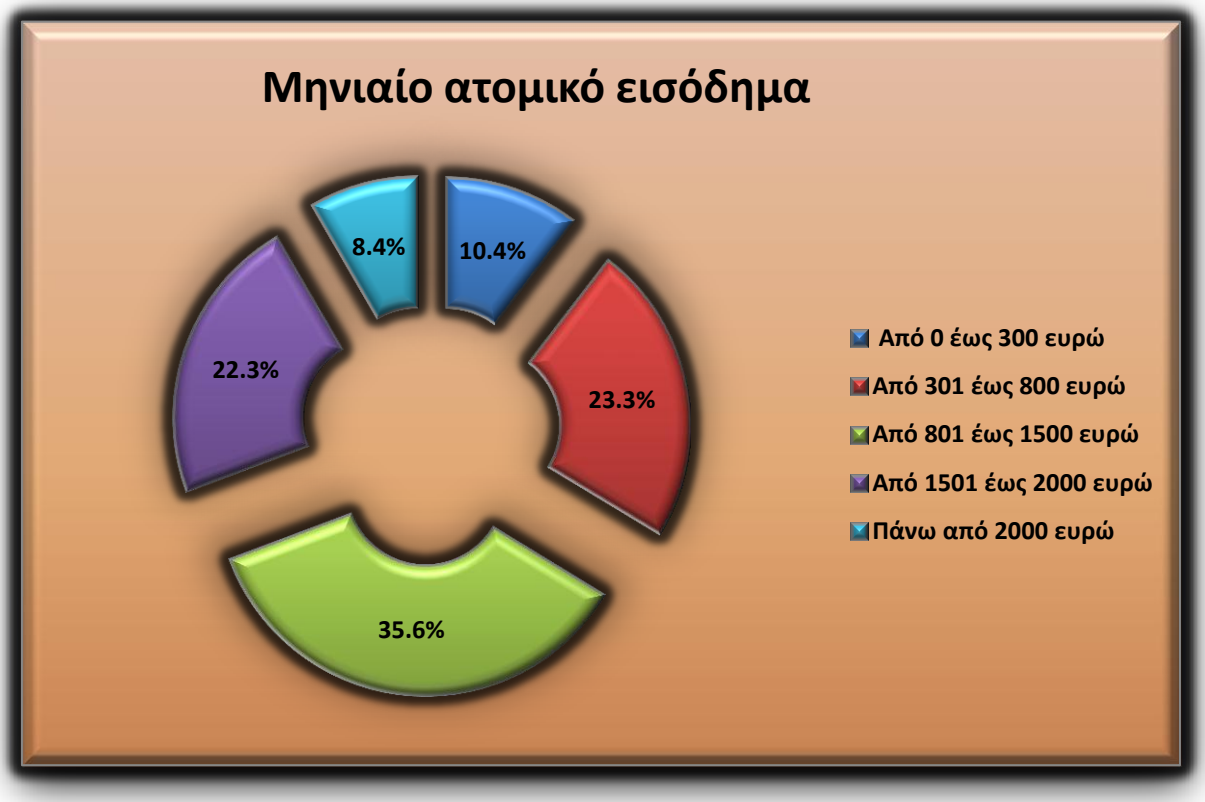
Στο παρακάτω διάγραμμα δίνονται αναλυτικά τα ποσοστά των επαγγελμάτων των ερωτηθέντων.



Διάγραμμα 5: Η επαγγελματική απασχόληση του δείγματος

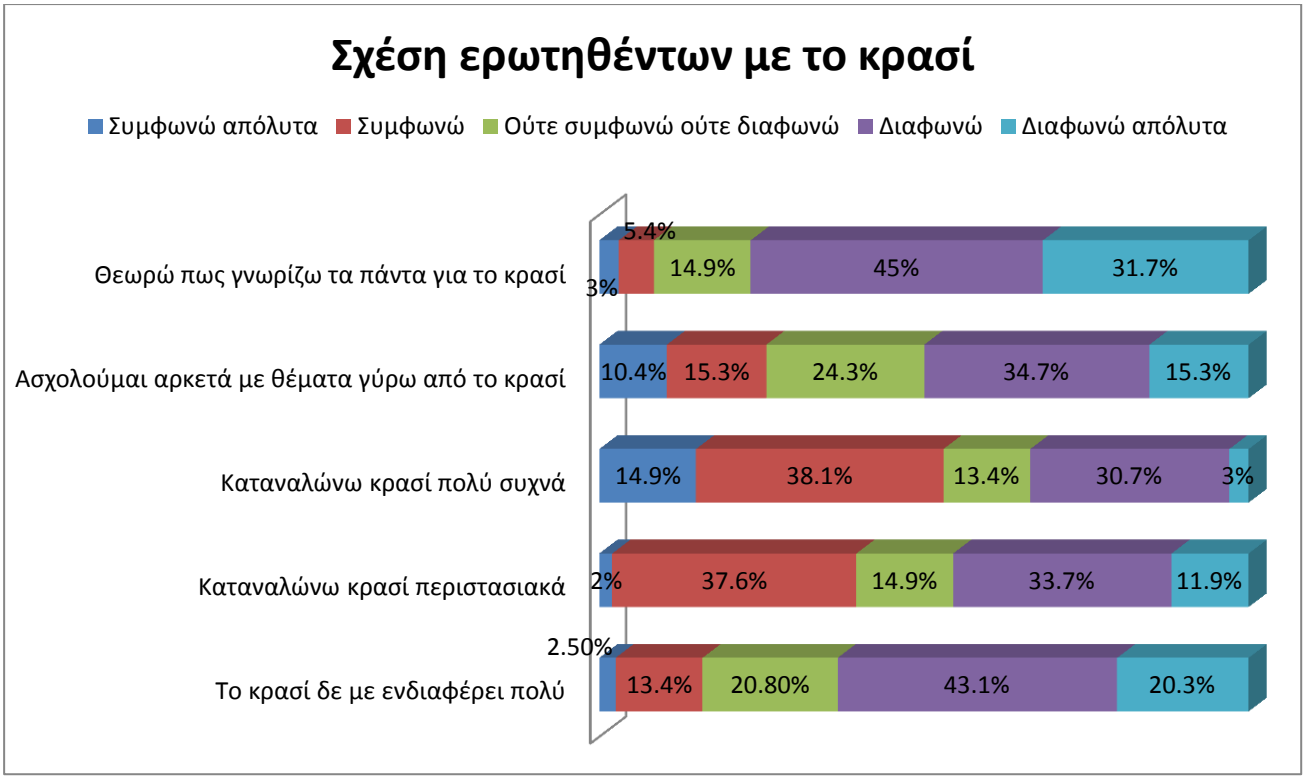
Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό (31.7%) των ερωτηθέντων είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και μετά ακολουθεί ποσοστό 17.8% που είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι. Το 13.4% των ερωτηθέντων απάντησε ότι ασχολείται με τα οικιακά και σχεδόν στο ίδιο ποσοστό (12.4%) ότι απασχολούνται ως γεωργοί και κτηνοτρόφοι. Το 5.9% απάντησε ότι είναι άνεργοι. Το 7.4% είναι οι συνταξιούχοι και σχεδόν στην ίδια κλίμακα των ερωτηθέντων (6.9%) είναι δημόσιοι υπάλληλοι. Τέλος, το 4.5% δήλωσε ότι απασχολείται σε κάποιον άλλο τομέα εκτός των παραπάνω περιπτώσεων (π.χ.φοιτητές).

Σύμφωνα με τις δοθείσες απαντήσεις, το 35.6% περίπου των κατοίκων της περιοχής δήλωσε μηνιαίο ατομικό εισόδημα μεταξύ 801-1500€. Το 23.3% ανήκει στην εισοδηματική κατηγορία 301-800€, το 22.3% αμείβεται από 1501-2000€, το 10.4% ανήκει στην κατηγορία έως 300€, ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι μόλις ένα 8.4% αμείβεται με 2000€ και άνω.



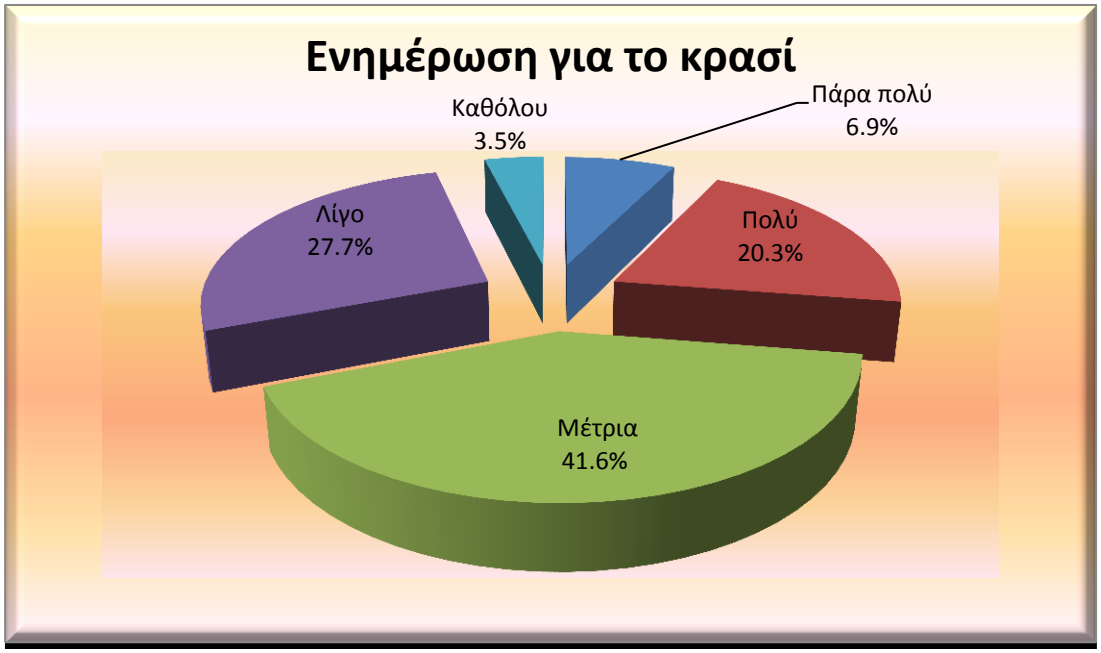
Διάγραμμα 6: Το μηνιαίο ατομικό εισόδημα του δείγματος

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, μόνο το 13,4% των ερωτηθέντων δεν ενδιαφέρεται για το κρασί , το 38,1% καταναλώνει κρασί συχνά και το 37,6% περιστασιακά. Το 15,3% ασχολείται αρκετά με θέματα γύρω από το κρασί, ενώ μόλις το 3,4% θεωρεί ότι γνωρίζει τα πάντα γύρω από το κρασί.



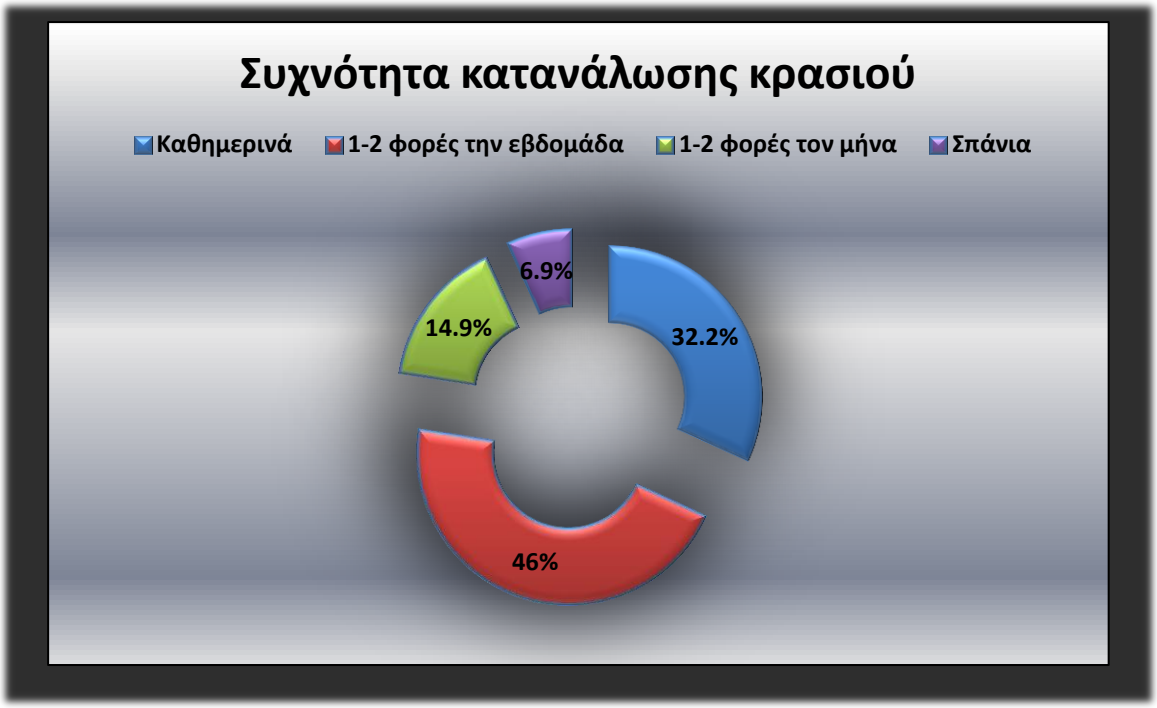
Διάγραμμα 7: Σχέση ερωτηθέντων με το κρασί

Το 41.6% των κατοίκων του δήμου Μονεμβασιάς δηλώνει μέτρια ενημερωμένο για το κρασί και το 27.7% των ερωτηθέντων δηλώνει λίγο ενημερωμένο. Μόνο το 20.3% των κατοίκων της περιοχής θεωρεί τον εαυτό του πολύ ενημερωμένο, ενώ μόλις ένα 6.9% θεωρεί τον εαυτό του ότι είναι πάρα πολύ ενημερωμένο για το κρασί. Επίσης, χαμηλό ποσοστό (3.5%) των ερωτηθέντων δήλωσε ότι δεν γνωρίζει τίποτα για το κρασί.



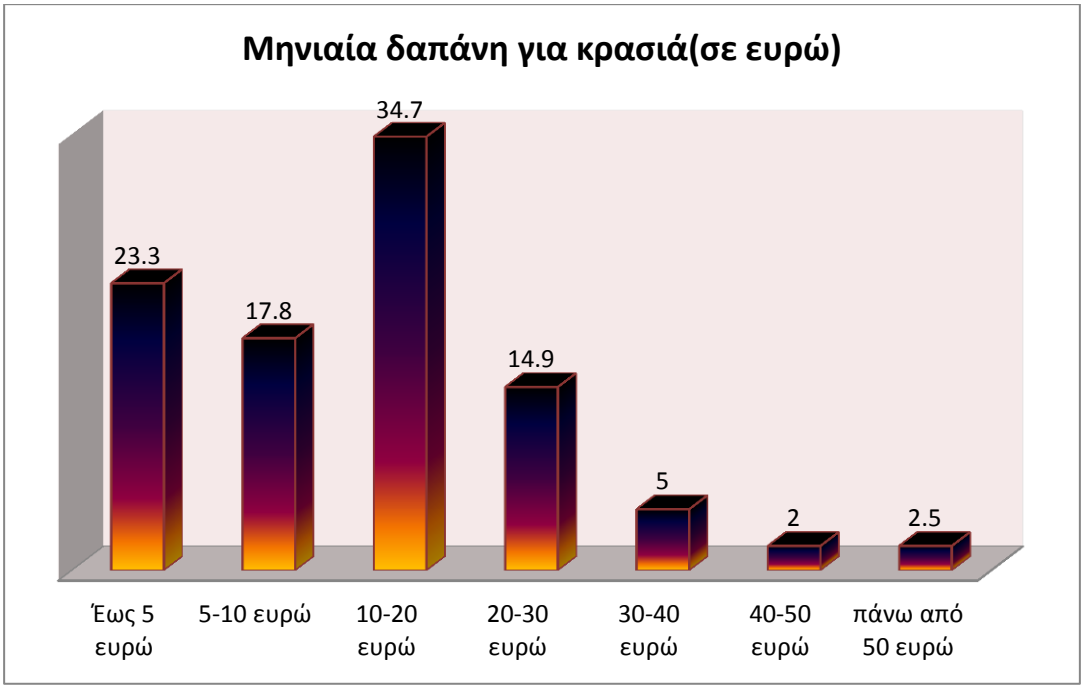
Διάγραμμα 8: Ενημέρωση δείγματος για το κρασί

Η συχνότητα κατανάλωσης οίνου παρουσιάζει ενδιαφέρον. Περίπου το 46% του δείγματος δηλώνει ότι καταναλώνει κρασί 1-2 φορές την εβδομάδα, το 32.2% καθημερινά και το 14.9% καταναλώνει οίνο 1-2 φορές το μήνα. Μόνο το 6.9% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι καταναλώνει κρασί σπάνια.



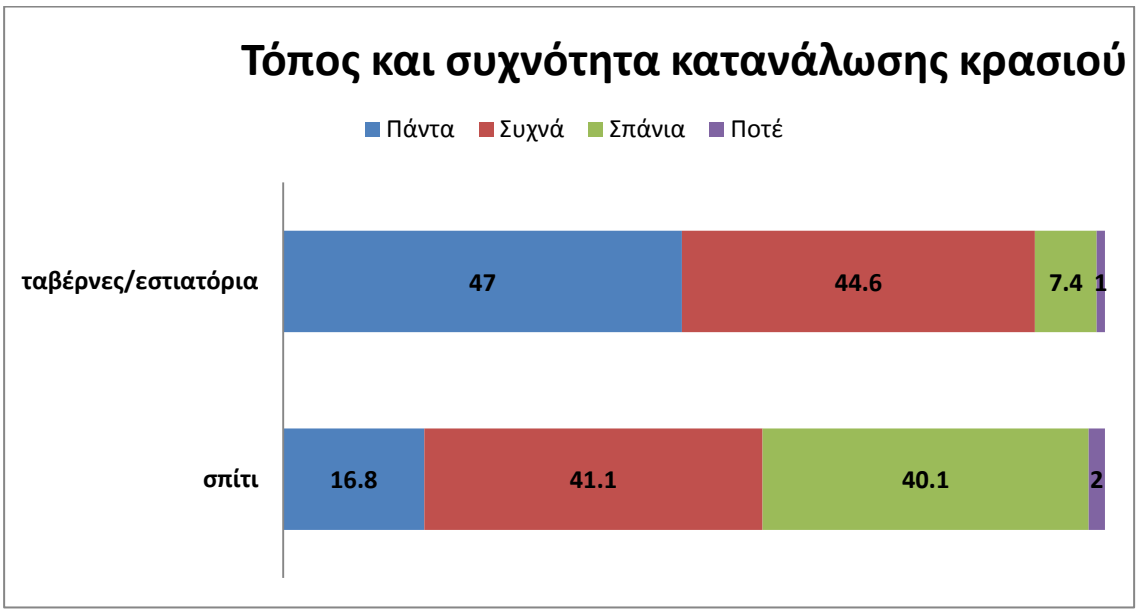
Διάγραμμα 9: Συχνότητα κατανάλωσης κρασιού

Με βάση το παρακάτω διάγραμμα, το 34.7% των ερωτηθέντων της περιοχής μελέτης ξοδεύει συνήθως για κρασί ποσό από 10-20€ μηνιαίως. Παρατηρείται, ωστόσο, ότι το 23.3% ξοδεύει για κρασί έως 5€. Περίπου στην ίδια κλίμακα με ποσοστά 17.8% και 14.9% βρίσκονται οι ερωτηθέντες που ξοδεύουν μηνιαία 5-10€ και 20-30€ αντίστοιχα. Μόνο το 45% των ερωτηθέντων ξοδεύει συνήθως μεταξύ των 30-40€ ενώ μόλις το 2% ξοδεύει για κρασί άνω των 40€.



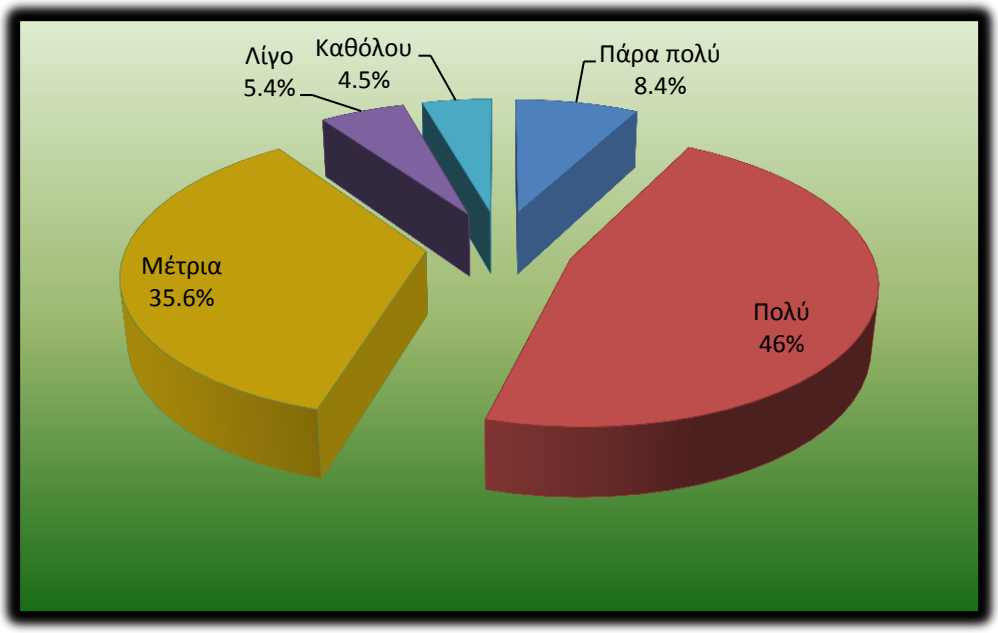
Διάγραμμα 10: Μηνιαία δαπάνη για κρασιά

Από το παρακάτω διάγραμμα παρατηρείται η καταναλωτική συνήθεια των κατοίκων της περιοχής μελέτης. Το 47% των ερωτηθέντων καταναλώνει κρασί πάντα κατά την έξοδό του για φαγητό σε εστιατόρια και το 44.6% συνήθως. Μόνο το 8.4% είναι αυτοί που καταναλώνουν σπάνια, ακόμη και ποτέ κρασί. Το 16.8% δηλώνει ότι καταναλώνει πάντα κρασί στο σπίτι και το 41.1% καταναλώνει συχνά. Το 40.1% δηλώνει ότι καταναλώνει σπάνια κρασί και το 2% ποτέ. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων παρατηρούμε ότι καταναλώνει κρασί κατά την έξοδό της. Αναλυτικότερα, περίπου το 91.6% των κατοίκων καταναλώνει σχεδόν πάντα κρασί κατά την έξοδό του και το 57.9 % των κατοίκων καταναλώνει σχεδόν πάντα κρασί στο σπίτι.



Διάγραμμα 11: Τόπος και συχνότητα κατανάλωσης κρασιού

Αναφορικά με την κατανάλωση οίνου σε ποτήρι σε bar /εστιατόριο, οι κάτοικοι της περιοχής της Μονεμβασιάς φαίνονται ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από το πλήθος των επιλογών των οίνων που τους προσφέρονται σε αυτούς τους χώρους διασκέδασης. Το 46% των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι 'Πολύ' ικανοποιημένο, το 35.6% των ερωτηθέντων ότι είναι 'Μέτρια' ικανοποιημένοι. 'Πάρα πολύ' ικανοποιημένοι δηλώνει μόνο το 8.4% του δείγματος. 'Λίγο' έως και 'Καθόλου' ικανοποίηση δηλώνει το 5.4% και το 4.5% αντίστοιχα.



Διάγραμμα 12: Βαθμός ικανοποίησης από τις επιλογές που προσφέρονται σε bar/εστιατόριο

Η πλειοψηφία των καταναλωτών (72.3%) προτιμά να αγοράζει εμφιαλωμένο κρασί. Το 17.8% των ερωτώμενων παράγει και καταναλώνει το δικό του κρασί, ενώ σχεδόν το 10% εμπιστεύεται το χύμα κρασί.



Διάγραμμα 13: Προτίμηση για την αγορά εμφιαλωμένου, χύμα και αυτοπαραγόμενου κρασιού

Αναφορικά με την προέλευση του οίνου, δεν υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ αυτών που προτιμά τοπικά και ελληνικά κρασιά. Πιο συγκεκριμένα, το 51.5% των ερωτηθέντων προτιμούν το κρασί να είναι ελληνικό (εγχώριο εκτός Μονεμβασιάς), ενώ το 46% προτιμά να είναι από τοπικό παραγωγό. Μόνο το 2.5% περίπου των ερωτηθέντων προτιμά τα διεθνή κρασιά.

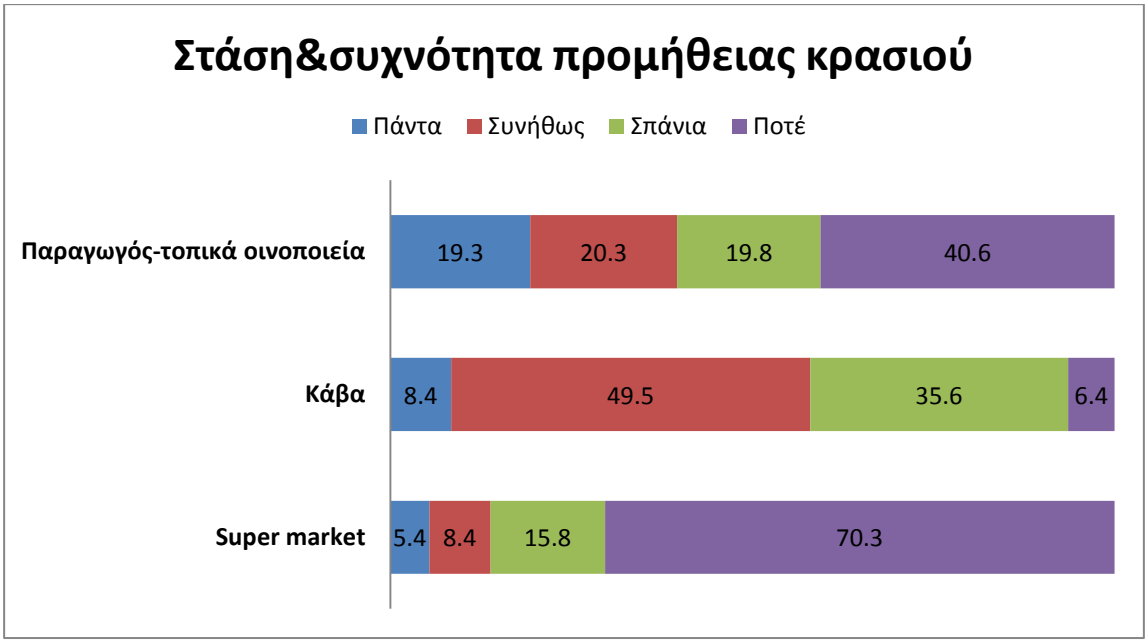


Διάγραμμα 14: Προτίμηση των ερωτηθέντων όσον αφορά τη προέλευση του κρασιού

Όσον αφορά τη γνώση των ερωτηθέντων του δείγματος για τα τοπικά οινοποιεία της περιοχής, από τα αποτελέσματα διαπιστώθηκε ότι μόνο το 5.9% δεν γνώριζε κανέναν τοπικό παραγωγό. Οι υπόλοιποι ερωτηθέντες απάντησαν από 1-5 τοπικούς παραγωγούς, γνωστά οινοποιεία της περιοχής, όπως είναι η οινοποιητική Μονεμβασιάς, οι αμπελώνες Βατίστας και το οινοποιείο Τριχείλης, αλλά και μικρότερους παραγωγούς (όχι σύγχρονα οινοποιεία), όπως είναι ο Κλάψης, ο Μαχαίρας, ο Σγαρδέλης, ο Ψυχογιός, ο Χαραμής κ.α. Αυτό δείχνει την πλούσια ενασχόληση των κατοίκων με τον αμπελοοινικό τομέα της περιοχής.

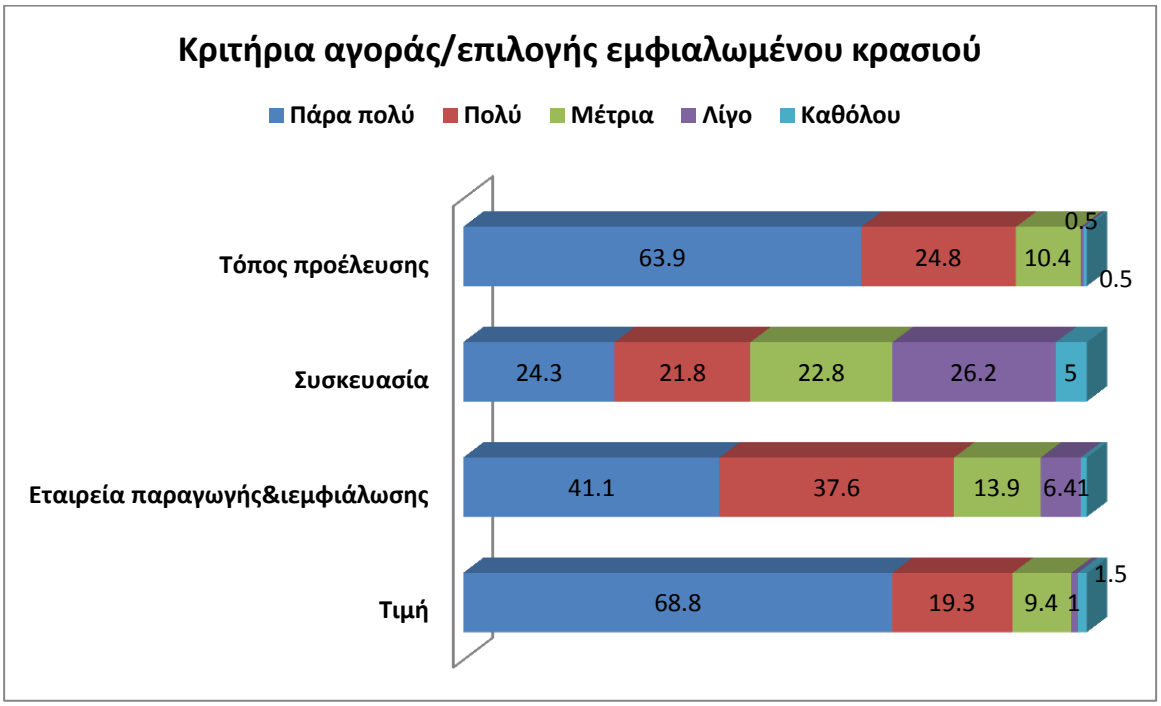
ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ	**ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ**
Τσιμπίδης Γ. & Σία Ο.Ε. ≪Οινοποιητική Μονεμβασίας≫	179
Αμπελώνες Γιάννη Βατίστα Ο.Ε.	33
Κτήμα Θεοδωρακάκος	12
Αφοί Κλάψης Α.Ε.	51
Άλλα	23
Δε Γνωρίζω	12

Σύμφωνα με το ακόλουθο διάγραμμα η πλειοψηφία του δείγματος προτιμά να προμηθεύεται κρασί από τις κάβες, ενώ είναι ευδιάκριτη η αρνητική στάση τους απέναντι στα Super market. Η 'Κάβα' και ο 'Παραγωγός- Τοπικά Οινοποιεία' είναι οι σημαντικότεροι παράμετροι/ κριτήρια για την προμήθεια κρασιού. Αντίθετα, διαπιστώνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 'σπάνια' αλλά ακόμη και 'ποτέ' προμηθεύεται κρασί από super market.



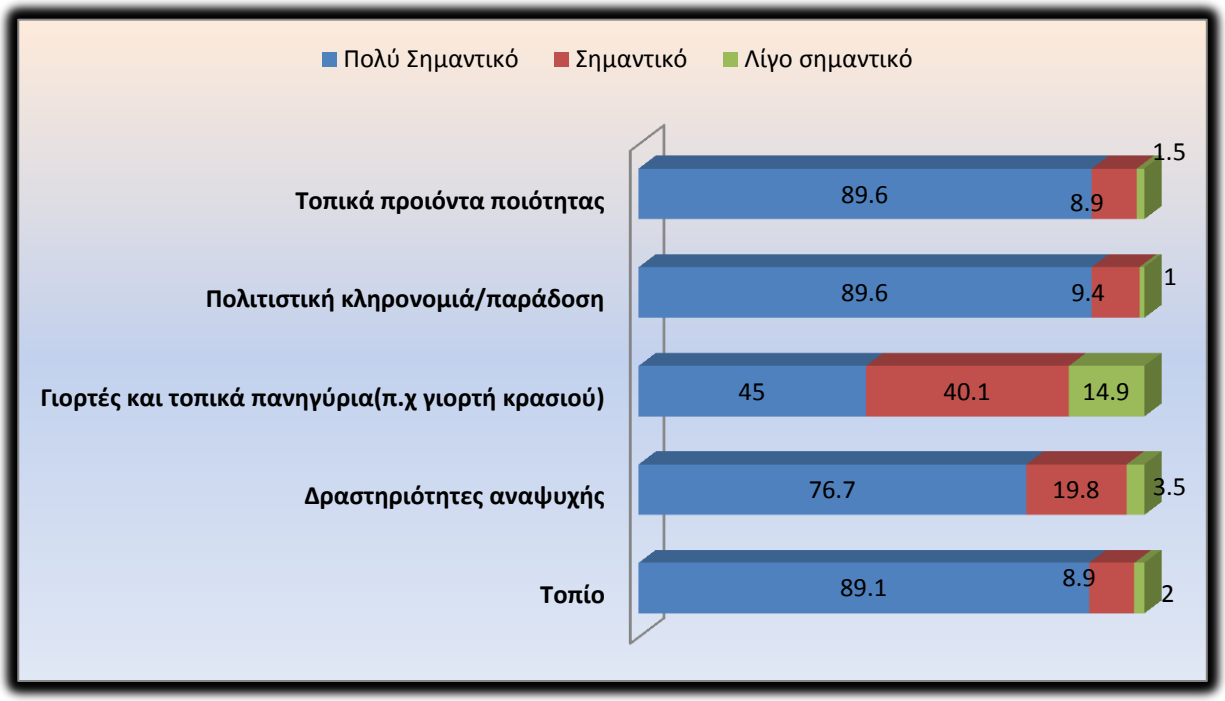
Διάγραμμα 15:Στάση ερωτηθέντων και συχνότητα προμήθειας κρασιού

Σύμφωνα με τους κατοίκους της περιοχής μελέτης, η 'Τιμή' και ο 'Τόπος Προέλευσης' είναι οι σημαντικότεροι παράμετροι / κριτήρια για την επιλογή εμφιαλωμένου οίνου. Η 'Συσκευασία' και η 'Εταιρία παραγωγής' δείχνουν να παίζουν δευτερεύοντα ρόλο. :



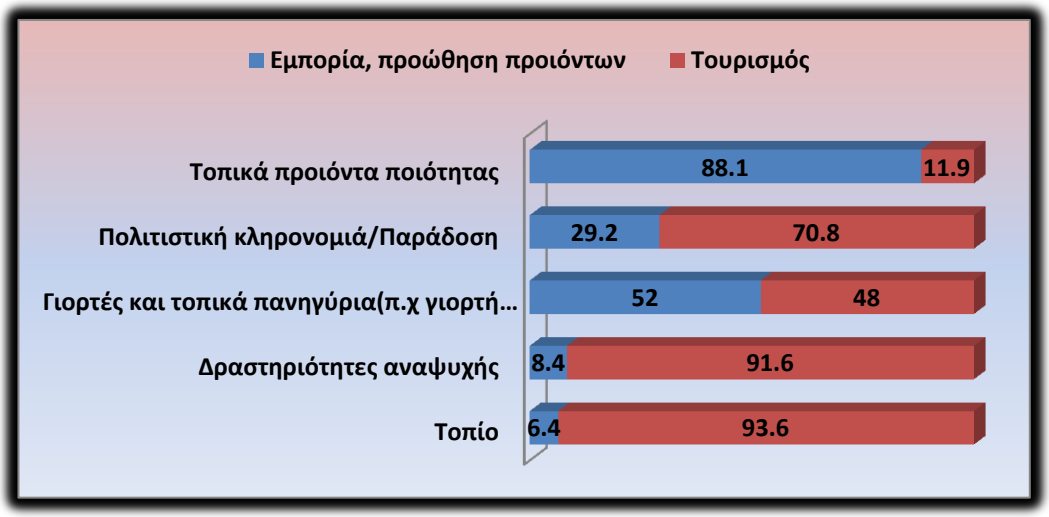
Διάγραμμα 16: Βαθμός επηρεασμού των αναγραφόμενων κριτηρίων του παραπάνω γραφήματος από τους ερωτηθέντες, ώστε να επιλέξουν το κρασί που θα αγοράσουν

Από τον παρακάτω διάγραμμα παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των κατοίκων (89.6%) της περιοχής μελέτης πιστεύει ότι η ύπαρξη τοπικών προϊόντων ποιότητας και η πολιτιστική κληρονομιά/παράδοση, παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην αξιοποίηση της προώθησης και τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Επίσης, το τοπίο και οι δραστηριότητες αναψυχής θεωρούνται πολύ σημαντικά σε ποσοστό 89.1 %, και 76.7% αντίστοιχα. Οι γιορτές και τα τοπικά πανηγύρια θεωρούνται πολύ σημαντικά για το 45% του δείγματος, ενώ απλά σημαντικά για το 40.1%. Συμπερασματικά, κυρίως τα τοπικά προϊόντα ποιότητας, η πολιτιστική κληρονομιά και το τοπίο θεωρούνται οι πλέον βασικοί παράμετροι για την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.



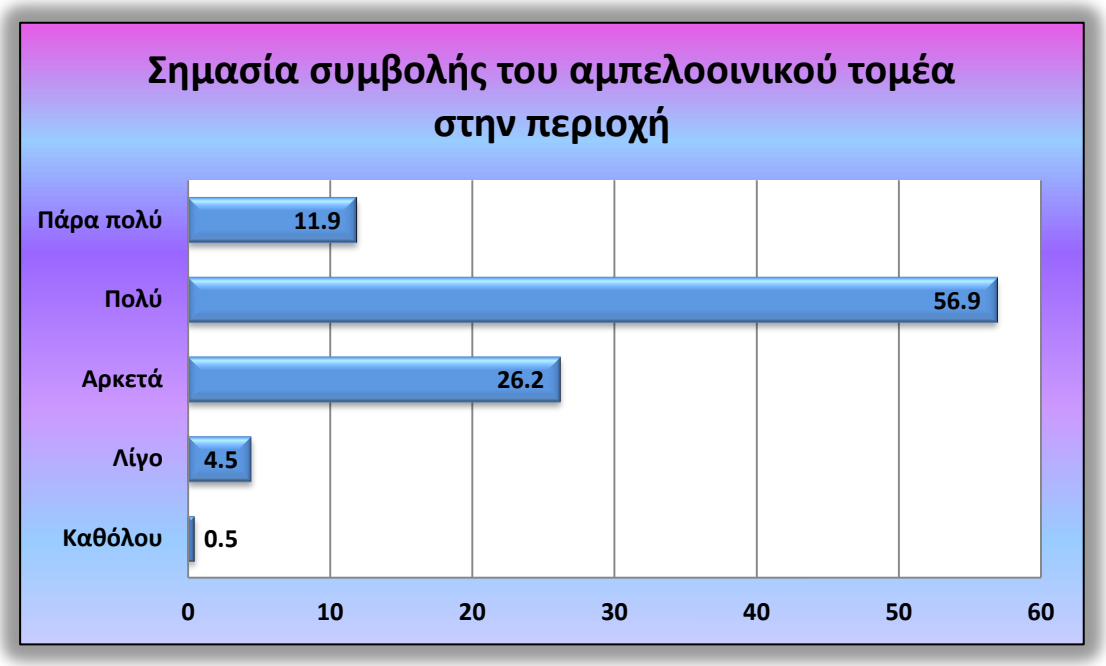
Διάγραμμα 17α: Βαθμός σημαντικότητας παραμέτρων για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

Από το παρακάτω διάγραμμα παρατηρείται πόσο σημαντικά θεωρούν οι κάτοικοι της περιοχής τα παρακάτω στοιχεία για την εμπορία και τη προώθηση των προϊόντων, καθώς και τον τουρισμό. Η πλειοψηφία των κατοίκων (88.1%) θεωρεί ότι είναι σημαντική η ύπαρξη τοπικών προϊόντων ποιότητας για την εμπορία και προώθηση των προϊόντων της περιοχής, και ένα 11.9% θεωρεί ότι η ύπαρξη τοπικών προϊόντων ποιότητας είναι σημαντική και για την προώθηση του τουρισμού. Όσον αφορά τις υπόλοιπες παραμέτρους , η πλειοψηφία των κατοίκων θεωρεί ότι η ύπαρξη πολιτιστικής κληρονομιάς/ παράδοσης, οι δραστηριότητες αναψυχής και το τοπίο επηρεάζουν περισσότερο τον τουρισμό. Οι γιορτές και τα τοπικά πανηγύρια (π.χ. Γιορτή Κρασιού) επηρεάζουν τόσο τον τουρισμό όσο και την προώθηση προϊόντων σχεδόν περίπου με την ίδια αναλογία (περίπου 50%). Ωστόσο το σημαντικότερο από το παρακάτω διάγραμμα είναι ότι υπάρχει μια αλληλένδετη σχέση ανάμεσα στις παραμέτρους της εμπορίας/ προώθησης προϊόντων και του τουρισμού .



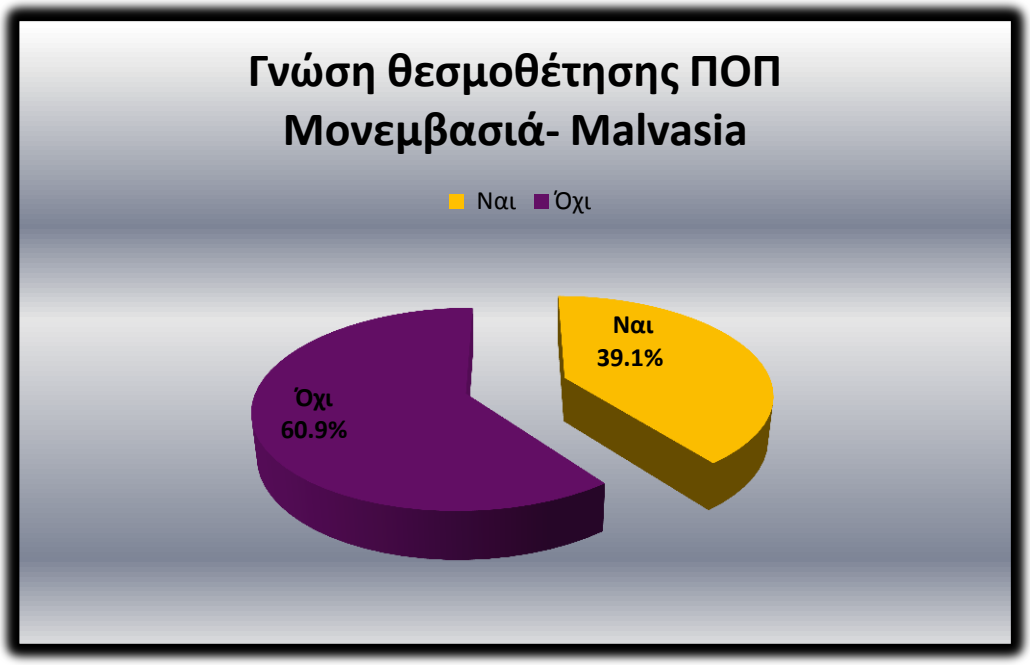
Διάγραμμα 17β: Βαθμός σημαντικότητας παραμέτρων για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε σχέση με την εμπορία/προώθηση προϊόντων και τον τουρισμό

Η πλειοψηφία του δείγματος (56.9%) υποστηρίζει ότι ο αμπελοοινικός τομέας έχει συμβάλει στην ανάπτυξη της περιοχής σε μεγάλο βαθμό, ενώ το 26.2% πιστεύει ότι έχει συμβάλει αρκετά. Το 11.9% θεωρεί ότι έχει συμβάλει πάρα πολύ. Μόνο ένα 4.5% θεωρεί ότι ο αμπελοοινικός τομέας έχει συμβάλει λίγο και καθόλου (0.5%) στην περιοχή.



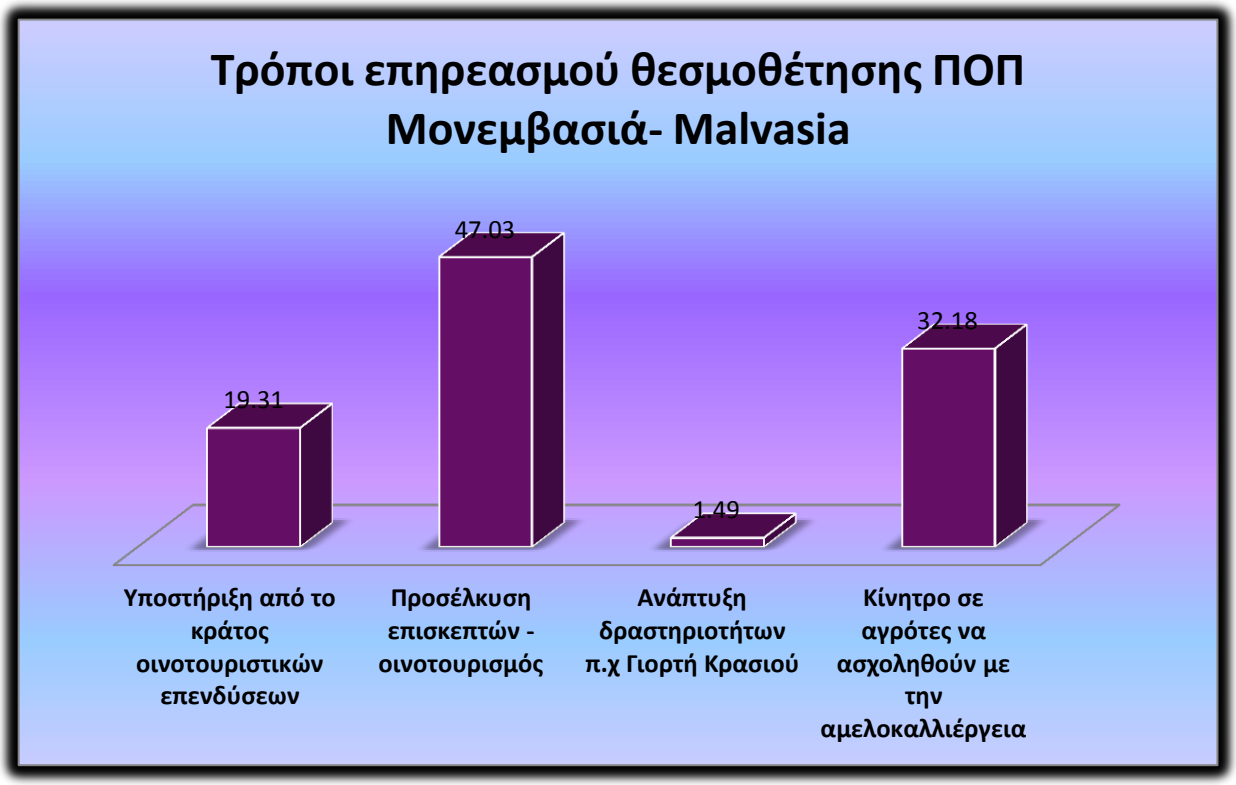
Διάγραμμα 18: Βαθμός σημαντικότητας της συμβολής του αμπελοοινικού τομέα στη γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής

Η πλειοψηφία του δείγματος (60.9%) δε γνωρίζει ότι το 2010 θεσμοθετήθηκε αμπελουργική ζώνη οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά- Malvasia, ενώ το 39.1% του δείγματος γνωρίζει για τη θεσμοθέτηση.



Διάγραμμα 19: Γνώση θεσμοθέτησης αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia

Το 45.5% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η θεσμοθέτηση αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia μπορεί να επηρεάσει την περιοχή με την προσέλκυση επισκεπτών και την ανάπτυξη οινοτουρισμού**.** Το 32.7% υποστηρίζει ότι μ' αυτό τον τρόπο δίνεται κίνητρο σε αγρότες να ασχοληθούν με την αμπελοκαλλιέργεια και το 19.8% πιστεύει ότι το κράτος θα υποστηρίξει οινοτουριστικές επενδύσεις. Ένα 2% θεωρεί ότι θα αναπτυχθούν δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα η Γιορτή Κρασιού.



Διάγραμμα 20: Τρόποι επηρεασμού θεσμοθέτησης αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia

8.2.2. Επεξεργασία ων στοιχείων με λογιστική παλινδρόμηση

Στη συνέχεια γίνεται εξέταση εάν μία διχοτομική μεταβλητή επηρεάζεται από έναν αριθμό παραγόντων. Με δεδομένο ότι η εξαρτημένη μεταβλητή (proelnew) στο Υπόδειγμα Προέλευσης Οίνου (Υπόδειγμα 1) είναι διχοτομική μεταβλητή, η εκτίμηση των παραμέτρων του υποδείγματος πραγματοποιήθηκε με τη χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης (binary logistic regression), η οποία στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου της μέγιστης πιθανοφάνειας. Στον παρακάτω Πίνακα 4 εμφανίζονται οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν ως ερμηνευτικές μεταβλητές της Προέλευσης Οίνου. Τα εμπειρικά αποτελέσματα, που προέκυψαν σύμφωνα με τη μέθοδο της ταυτόχρονης εισόδου των ερμηνευτικών μεταβλητών στην εξίσωση της παλινδρόμησης για τη Προέλευση Οίνου, παρουσιάζονται στον Πίνακα 5. Ακολούθως γίνεται μια θεωρητική προσέγγιση των ερμηνευτικών μεταβλητών. Με τον ίδιο ακριβώς τρόπο παρουσιάζονται και τα Υποδείγματα 2 και 3.

Πίνακας 4. Μεταβλητές Υποδείγματος 1

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	**ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ**	**ΤΙΜΕΣ**
Εξαρτημένη μεταβλητή		
Proel.new	Προέλευση οίνου	= 0: Ελληνική, Διεθνής = 1: Τοπική
Ανεξάρτητη μεταβλητή		
eisodima.new	Εισόδημα κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: 0- 300€, 301€- 800€ (χαμηλό εισόδημα) = 1: 801€-1500€,1501€- 2000€, >2000€ (υψηλό εισόδημα)
morfotiko.new	Μορφωτικό επίπεδο κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Δημοτικό, Γυμνάσιο, Λύκειο/ Τεχνικό, ΙΕΚ (χαμηλό μορφωτικό επίπεδο) = 1: ΤΕΙ, ΑΕΙ, Μεταπτυχιακές σπουδές / Διδακτορικό δίπλωμα (υψηλό μορφωτικό επίπεδο)

oikog.new	Οικογενειακή κατάσταση κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Έγγαμος/η = 1: Άγαμος/η, Χήρος /α, Διαζευγμένος /η, Εν διαστάσει, Συμβίωση
dapani.new	Μηνιαία δαπάνη για κρασιά κατοίκων της περιοχής μελέτης	= 0: < 5€, 5-10€, 10 - 20€, = 1: 20-30€, 30 - 40€, 40 - 50€, >50€
fylo	Φύλο κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Άνδρας = 1: Γυναίκα

Πίνακας 5. Υπόδειγμα 1

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	**B**	**Sig.**
σταθερά	0.767	0.043**
eisodima.new	-0.077	0.819
morfotiko.new	-0.403	0.221
oikog.new	-0.429	0.194
dapani.new	0.186	0.616
fylo	-1.174	0.000***
Hosmer- Lemeshow	0.198	
N	202	

***, **, * υποδουλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10%

Η συναρτησιακή μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης που εκτιμάται είναι:

Proel.new = +0.767 -0.077 eisodima.new -0.403 morfotiko.new -0.429 oikog.new +0.186 dapani.new -1.174 fylo

Ακολούθως σχολιάζονται τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την εκτίμηση του Υποδείγματος 1.

Όσον αφορά την επίδραση του εισοδήματος (eisodima.new) των κατοίκων της περιοχής μελέτης στην επιλογή προέλευσης οίνου, ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.819) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν ασκεί στατιστικά σημαντική επίδραση στην επιλογή προέλευσης οίνου. Με άλλα λόγια, η επιλογή προέλευσης του οίνου, εάν είναι τοπικό, ελληνικό ή διεθνές δεν σχετίζεται με το εισόδημα των ερωτηθέντων.

Το μορφωτικό επίπεδο (morfotiko.new) δεν επηρεάζει την επιλογή προέλευσης οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.221) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην επιλογή προέλευσης οίνου.

Η οικογενειακή κατάσταση (oikog.new**)** των ερωτηθέντων δεν επηρεάζει την επιλογή προέλευσης οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.194), βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην επιλογή προέλευσης οίνου.

Η μηνιαία δαπάνη (dapani.new) για κρασιά των κατοίκων της περιοχής μελέτης δεν επηρεάζει την επιλογή προέλευσης οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.616) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην επιλογή προέλευσης οίνου.

Όσον αφορά το φύλο (fylo) των κατοίκων περιοχής μελέτης στην επιλογή προέλευσης οίνου, ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.000) βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 1%, δηλαδή ασκεί στατιστικά σημαντική επίδραση στην επιλογή προέλευσης οίνου. Το πρόσημο του συγκεκριμένου συντελεστή είναι αρνητικό, κάτι το οποίο σημαίνει ότι ασκεί αρνητική επίδραση στην προέλευση του οίνου. Αυτό σημαίνει ότι οι άνδρες προτιμούν οίνους από την περιοχή της Μονεμβασιάς, ενώ οι γυναίκες οίνους από τον ελληνικό και διεθνή χώρο.

Πίνακας 6. Μεταβλητές Υποδείγματος 2

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΤΙΜΕΣ
Εξαρτημένη μεταβλητή		
Katanalosi.new	Κατανάλωση οίνου κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: 1-2φορές το μήνα, Σπάνια (χαμηλή κατανάλωση) = 1: Καθημερινά, 1-2φορές την εβδομάδα (υψηλή κατανάλωση)
Ανεξάρτητη μεταβλητή		
oikog.new	Οικογενειακή κατάσταση κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Έγγαμος/η = 1: Άγαμος/η, Χήρος /α, Διαζευγμένος /η, Εν διαστάσει, Συμβίωση
morfotiko.new	Μορφωτικό επίπεδο κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Δημοτικό, Γυμνάσιο, Λύκειο/ Τεχνικό, ΙΕΚ (χαμηλό μορφωτικό επίπεδο) = 1: ΤΕΙ, ΑΕΙ, Μεταπτυχιακές σπουδές / Διδακτορικό δίπλωμα (υψηλό μορφωτικό επίπεδο)
eisodima.new	Εισόδημα κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: 0- 300€, 301€- 800€ (χαμηλό εισόδημα) = 1: 801€-1500€,1501€- 2000€, >2000€ (υψηλό εισόδημα)
proel.new	Προέλευση οίνου	= 0: Ελληνική, Διεθνής = 1: Τοπική
enimerosi.new	Ενημέρωση κατοίκων περιοχής μελέτης για το κρασί	= 0: Πάρα πολύ, Πολύ (υψηλή ενημέρωση)

		= 1: Μέτρια, Λίγο, Καθόλου (χαμηλή ενημέρωση)
fylo	Φύλο κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Άνδρας = 1: Γυναίκα

Πίνακας 7. Υπόδειγμα 2

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	**B**	**Sig.**
σταθερά	1.754	0.173
oikog.new	0.416	0.453
morfotiko.new	-0.329	0.521
eisodima.new	0.349	0.414
proelnew	0.829	0.072*
enimerosi.new	-2.125	0.000***
fylo	-0.520	0.298
ilikia	0.008	0.711
Hosmer- Lemeshow	0.543	
N	202	

***, **, * υποδουλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10%

Η συναρτησιακή μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης που εκτιμάται είναι:

Katanalosi.new = 1.754 +0.416 oikog.new -0.329 morfotiko.new +0.349 eisodima.new +0.829 proel.new -2.125enimerosi.new -0.520 fylo+ 0.008 ilikia

Όσον αφορά την επίδραση που μπορεί να έχει η οικογενειακή κατάσταση (oikog.new) των κατοίκων περιοχής μελέτης στην κατανάλωση οίνου, ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.453) βρέθηκε μη στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 10%, που σημαίνει ότι δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην κατανάλωση του οίνου.

Το μορφωτικό επίπεδο (morfotiko.new) δεν επηρεάζει την κατανάλωση οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.521) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην κατανάλωση του οίνου.

Το εισόδημα (eisodima.new) των κατοίκων της περιοχής μελέτης δεν επηρεάζει την κατανάλωση οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.414) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην κατανάλωση του οίνου.

Αναφερόμενοι την επίδραση που έχει η προέλευση του οίνου (proel.new) στην κατανάλωση, βλέπουμε ότι ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.072) βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 10%. Το πρόσημο του συγκεκριμένου συντελεστή είναι θετικό , κάτι το οποίο σημαίνει ότι ασκεί θετική επίδραση στην κατανάλωση οίνου. Αναλυτικότερα, χαμηλή κατανάλωση υπάρχει στους τοπικούς οίνους και υψηλή κατανάλωση στους ελληνικούς και διεθνεί οίνους.

Όσον αφορά την ενημέρωση (enimerosi.new) για το κρασί σε σχέση με την κατανάλωσή του, φαίνεται να επηρεάζονται, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.000) βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 1%, δηλαδή ασκεί στατιστικά σημαντική επίδραση στην κατανάλωση οίνου. Το πρόσημο του συγκεκριμένου συντελεστή είναι θετικό, κάτι το οποίο σημαίνει ότι ασκεί θετική επίδραση στην κατανάλωση οίνου. Αναλυτικότερα, άτομα που είναι πολύ ενημερωμένα για το κρασί, παρουσιάζουν μεγαλύτερες πιθανότητες να μην καταναλώνουν συχνά κρασί.

Το φύλο (fylo) δεν επηρεάζει την κατανάλωση οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.298) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην κατανάλωση του οίνου.

Η ηλικία (ilikia) δεν επηρεάζει την κατανάλωση οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.711) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην κατανάλωση του οίνου.

Πίνακας 8. Μεταβλητές Υποδείγματος 3

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΤΙΜΕΣ
Εξαρτημένη μεταβλητή		
dapani.new	Μηνιαία δαπάνη για κρασιά μελέτης	= 0: < 5€, 5-10€, 10 - 20€ Χαμηλή δαπάνη = 1: 20-30€, 30 - 40€, 40 - 50€, >50€ Υψηλή δαπάνη
Ανεξάρτητη μεταβλητή		
morfotiko.new	Μορφωτικό επίπεδο κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Δημοτικό, Γυμνάσιο, Λύκειο/ Τεχνικό, ΙΕΚ (χαμηλό μορφωτικό επίπεδο) = 1: ΤΕΙ, ΑΕΙ, Μεταπτυχιακές σπουδές / Διδακτορικό δίπλωμα (υψηλό μορφωτικό επίπεδο)
eisodima.new	Εισόδημα κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: 0- 300€, 301€- 800€ (χαμηλό εισόδημα) = 1: 801€-1500€,1501€- 2000€, >2000€ (υψηλό εισόδημα)
enimerosi.new	Ενημέρωση κατοίκων περιοχής μελέτης για το κρασί	= 0: Πάρα πολύ, Πολύ (υψηλή ενημέρωση) = 1: Μέτρια, Λίγο, Καθόλου (χαμηλή ενημέρωση)
fylo	Φύλο κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Άνδρας = 1: Γυναίκα
oikog.new	Οικογενειακή κατάσταση κατοίκων περιοχής μελέτης	= 0: Έγγαμος/η = 1: Άγαμος/η, Χήρος /α, Διαζευγμένος /η, Εν διαστάσει, Συμβίωση

Πίνακας 9. Υπόδειγμα 3

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	Β	Sig.
σταθερά	-2.017	0.000*
morfotiko.new	0.919	0.013**
eisodima.new	1.327	0.005**
enimerosi.new	-0.741	0.130
fylo	-0.773	0.046**
oikog.new	0.176	0.643
Hosmer- Lemeshow	0.649	
N	202	

***, **, * υποδουλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10%

Η συναρτησιακή μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης που εκτιμάται είναι:

dapani.new = -2.017+0.919 morfotiko.new +1.327 eisodima.new -0.741enimerosi.new -0.773 fylo +0.176 oikog.new

Όσον αφορά την επίδραση του μορφωτικού επιπέδου (morfotiko.new) των κατοίκων περιοχής μελέτης στη χρηματική δαπάνη για οίνο, ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.013) βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 5%, που σημαίνει ότι έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην δαπάνη για οίνο. Επειδή έχει θετικό πρόσημο, αυτό σημαίνει ότι τα άτομα που έχουν χαμηλό μορφωτικό επίπεδο τείνουν να ξοδεύουν χαμηλά χρηματικά ποσά για κρασί, ενώ τα άτομα με υψηλή μόρφωση τείνουν να ξοδεύουν υψηλά χρηματικά ποσά.

Αναφερόμενοι στο εισόδημα των κατοίκων περιοχής μελέτης (eisodima.new)), ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.005) βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 5%, που σημαίνει ότι έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στη δαπάνη για οίνο. Επειδή έχει θετικό πρόσημο, αυτό σημαίνει ότι τα άτομα που έχουν χαμηλό εισόδημα τείνουν να ξοδεύουν χαμηλά χρηματικά ποσά για κρασί, ενώ τα άτομα με υψηλό εισόδημα τείνουν να ξοδεύουν υψηλά χρηματικά ποσά.

Η ενημέρωση (enimerosi.new) δεν επηρεάζει τη χρηματική δαπάνη οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.130) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στη χρηματική δαπάνη του οίνου.

Το φύλο (fylo) των κατοίκων περιοχής μελέτης φαίνεται να επηρεάζει τη χρηματική δαπάνη οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.046) βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο 5%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην χρηματική δαπάνη του οίνου. Επειδή έχει αρνητικό πρόσημο, αυτό σημαίνει ότι οι άνδρες παρουσιάζουν μεγαλύτερες πιθανότητες να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα σε αντίθεση με τις γυναίκες.

Η οικογενειακή κατάσταση (oikog.new) δεν επηρεάζει τη χρηματική δαπάνη οίνου, αφού ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής (0.643) βρέθηκε στατιστικά μη σημαντικός σε επίπεδο 10%, δηλαδή δεν έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στη χρηματική δαπάνη του οίνου.

8.2.3. Σύνοψη- συμπεράσματα έρευνας των κατοίκων της περιοχής μελέτης.

Στο βαθμό που τα δεδομένα επέτρεψαν την εξαγωγή κάποιων συμπερασμάτων όσον αφορά την στάση των κατοίκων του Δήμου Μονεμβασιάς απέναντι στο κρασί, τα συμπεράσματα στο δείγμα των 202 τελικά ερωτηθέντων είναι τα εξής:

- Το υψηλότερο ποσοστό του δείγματος ήταν γυναίκες σε ποσοστό 54.5%. Με ποσοστό 28% περίπου οι ερωτώμενοι ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα από 26-35 ετών, ενώ το μορφωτικό τους επίπεδο παρουσιάζεται ιδιαίτερα χαμηλό αφού με ποσοστό 23.8% οι ερωτώμενοι δήλωσαν πως είναι απόφοιτοι δημοτικού. Το 64.9% των ερωτώμενων δήλωσε ότι είναι έγγαμο, ενώ ένα ποσοστό 26.4% δήλωσε άγαμο/η. Όσον αφορά το μηνιαίο ατομικό εισόδημα, το 35.6% δήλωσε πως έχει ατομικό μηνιαίο εισόδημα από 801-1500€ και το 31,7% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ανήκει στους ελεύθερους επαγγελματίες.

- Ο ‘Τόπος προέλευσης’ και η ‘Τιμή’ φαίνεται να είναι τα σπουδαιότερα χαρακτηριστικά του κρασιού που λαμβάνουν υπόψη τους οι κάτοικοι του δείγματος για την αγορά κρασιού. Η ‘Συσκευασία’ και η ‘Εταιρία παραγωγής’ φαίνεται να είναι δευτερεύουσας

σημασίας για τους κατοίκους της περιοχής της Μονεμβασιάς. Στη διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία διαπιστώθηκε ότι με την αύξηση της τιμής υπήρχε αύξηση των πωλήσεων οίνων. Αυτό συνέβαινε κυρίως για τους καταναλωτές που έχουν υψηλή σχέση με το κρασί. Κάτι τέτοιο θα μπορούσαν να το λάβουν υπόψη τους τα τοπικά οινοποιεία της περιοχής στα σχέδια μάρκετινγκ. Επίσης, σύμφωνα με τις παλινδρομήσεις, τα τοπικά οινοποιεία θα μπορούσαν ακόμη να λάβουν υπόψη τους το μορφωτικό επίπεδο, το εισόδημα, και το φύλο των κατοίκων της περιοχής μελέτης διότι ο συντελεστής συσχέτισης βρέθηκε στατιστικά σημαντικός σε κάθε μία από τις προαναφερόμενες μεταβλητές. Δηλαδή, τα άτομα χαμηλού μορφωτικού επιπέδου και εισοδήματος τείνουν να ξοδεύουν χαμηλά χρηματικά ποσά για κρασί. Επίσης θα μπορούσαν να εστιάσουν στις προτιμήσεις των ανδρών, αφού, οι άνδρες δαπανούν περισσότερα χρήματα σε αντίθεση με τις γυναίκες. Άλλο ένα χαρακτηριστικό που θα μπορούσαν να λάβουν υπόψη τους τα οινοποιεία είναι ο τόπος προέλευσης του οίνου. Σύμφωνα με έρευνες της διεθνού βιβλιογραφίας, οι ερωτηθέντες δείχνουν γενικά να προτιμούν τα κρασιά από περιοχές προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως. Έτσι λοιπόν τα οινοποιεία θα πρέπει να επικεντρωθούν στον τόπο προέλευσης του οίνου διότι θα μπορούσε να αποτελέσει σημαντικό κριτήριο για την επιλογή οίνου από τους καταναλωτές.

- Αναφορικά με την προέλευση του οίνου (τοπική, ελληνική, διεθνής), η πλειοψηφία προτιμά ελληνικούς οίνους αλλά η διαφορά μεταξύ αυτών που προτιμούν τοπικούς και ελληνικούς οίνους είναι μικρή. Ένα μόνο μικρό ποσοστό προτιμά οίνους από τον διεθνή χώρο. Σε αυτό το συμπέρασμα οδηγήθηκε και η έρευνα των Tzimitra et al. (1999). Σε αντίθετη διαπίστωση οδηγήθηκε η έρευνα των Gil και Sanchez (1997) στην οποία οι καταναλωτές των αγροτικών περιοχών προτιμούν τοπικά και φθηνά κρασιά, ενώ αυτοί των αστικών περιοχών επιθυμούν κρασιά καλής ποιότητας και ακριβότερα. Με τη χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης διαπιστώθηκε ότι υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στην προέλευση του οίνου και το φύλο και συγκεκριμένα βρέθηκε ότι οι άνδρες προτιμούν οίνους από την περιοχή της Μονεμβασιάς ενώ οι γυναίκες οίνους από τον ελληνικό και διεθνή χώρο.

- Το επίπεδο της πληροφόρησης των κατοίκων της περιοχής μελέτης για το κρασί φαίνεται να είναι μέτριο προς χαμηλό. Εμφανίζονται να καταναλώνουν κρασί συχνά, ενώ οι γνώσεις τους για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κρασιού είναι περιορισμένες. Σε ανάλογη διαπίστωση οδηγήθηκε και η έρευνα των Tzimitra et al. (1999), όπου οι Έλληνες καταναλωτές εμφανίζονται να καταναλώνουν κρασί συχνά (σχεδόν κάθε μέρα), ενώ οι γνώσεις τους για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κρασιού είναι περιορισμένες. Απαιτείται λοιπόν καλύτερη πληροφόρηση για τα στάδια παραγωγής και για τις διαφορές μεταξύ των τύπων του κρασιού.

- Παρόλο που οι ερωτηθέντες δεν έχουν υψηλή πληροφόρηση για τους οίνους, γενικά προτιμούν να αγοράζουν εμφιαλωμένο κρασί κυρίως από κάβες και από παραγωγούς/τοπικά οινοποιεία, αλλά υπάρχουν και αυτοί που προτιμούν να αγοράζουν απευθείας από τους παραγωγούς. Επίσης, κάποιοι ερωτώμενοι παράγουν και καταναλώνουν το δικό τους κρασί, ενώ λίγοι είναι αυτοί που εμπιστεύονται το χύμα κρασί.

- Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων καταναλώνει κρασί συχνά, 1-2 φορές την εβδομάδα και καθημερινά. Με τη χρήση της λογιστικής παλινδρόμησης διαπιστώθηκε ότι υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στη κατανάλωση, την προέλευση και την ενημέρωση. Αναλυτικότερα, χαμηλή κατανάλωση υπάρχει στους τοπικούς οίνους και υψηλή κατανάλωση στους ελληνικούς και διεθνής οίνους. Επίσης, άτομα που είναι πολύ ενημερωμένα για το κρασί, δεν καταναλώνουν συχνά κρασί. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι τα ενημερωμένα άτομα μπορεί να γνωρίζουν τις συνέπειες στην υγεία από τη συχνή κατανάλωση κρασιού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

Η περιοχή μελέτης, η οποία περιλαμβάνει τους δήμους Μονεμβασιάς, Βοιών, Ασωπού και Μολάων, αποτελεί την περιοχή παραγωγής του Μαλβαζία Οίνου των Βυζαντινών χρόνων.

Τη δεκαετία 1989-1999 παρατηρήθηκε μία αύξηση των καλλιεργούμενων με αμπέλια εκτάσεων. Κυρίως όμως αυξήθηκαν οι εκτάσεις των πιο παραγωγικών ποικιλιών, όπως είναι το Μαυρούδι-Φιλέρι, ο Ροδίτης, το Αγιωργίτικο, αλλά εμφανίστηκαν και διεθνείς ποικιλίες, όπως το Cabernet Sauvignon, το Merlot κλπ., ενώ μειώθηκαν ή έμειναν στάσιμες οι εκτάσεις των γηγενών ποικιλιών Κυδωνίτσα, Πετρουλιανός, Ασπρούδες, Μονεμβασιά, Θράψα, Σμυρνιό, Μαυρούδι Λυρών και Μαυρούδι Ρειχιώτικο.

Παράλληλα αναγνωρίστηκαν δύο Τοπικοί Οίνοι (Μονεμβάσιος και Λακωνικός), οι οποίοι σε συνδυασμό με τη δημιουργία τριών οινοποιείων στην περιοχή συνέβαλλαν στην αύξηση των καλλιεργούμενων με αμπέλια εκτάσεων. Η αναγνώριση των Τοπικών Οίνων και η εγκατάσταση μονοποικιλιακών αμπελώνων ορισμένων ποικιλιών, όπως είναι η Κυδωνίτσα, είχαν ως αποτέλεσμα την παραγωγή κρασιών με διεθνείς διακρίσεις και συνέβαλαν στην επέκταση της καλλιέργειας της συγκεκριμένης ποικιλίας (αλλά και της Μονεμβασιάς και του Πετρουλιανού) την τελευταία πενταετία, στο πλαίσιο των νέων φυτεύσεων και του προγράμματος αναδιάρθρωσης του ευρωπαϊκού αμπελώνα.

Στην κατεύθυνση αυτή θα βοηθούσε και η αναγνώριση ενός γλυκού οίνου, όπως είναι ο Μαλβαζίας Οίνος, που θα παράγεται αποκλειστικά από σταφύλια των πιο αξιόλογων οινικά και υπό την απειλή εξαφάνισης ποικιλιών. Η αναγνώριση ενός τέτοιου γλυκού κρασιού σε συνδυασμό με την κατάλληλη προβολή του θα μπορούσε να δώσει ώθηση τόσο στην οινοπαραγωγή, όσο και στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.

Η περιοχή ως σημαντικός τουριστικός προορισμός μπορεί να απορροφήσει το μεγαλύτερο μέρος της τοπικής παραγωγής, μέσα από την κατάλληλη προβολή του κρασιού ως κρασί της Μονεμβασιάς. Κάτι τέτοιο προϋποθέτει τη συνεργασία των οινοποιών, αλλά και των τοπικών δήμων, οι οποίοι θα πρέπει να στηρίξουν και να διαφημίσουν το κρασί ως ένα από τα σημαντικότερα Προϊόντα Προέλευσης της περιοχής. Με κατάλληλες ενέργειες προβολής, όπως είναι η συμμετοχή του κρασιού στο διαφημιστικό υλικό της περιοχής, η τουριστική αξιοποίηση

των παραδοσιακών ληνών κλπ μπορούν να τονώσουν την τουριστική κίνηση της περιοχής, παρέχοντας μια εναλλακτική πρόταση τουρισμού, τον οινικό τουρισμό, ο οποίος μπορεί να αναδειχθεί σε σημαντικό ενισχυτικό παράγοντα της τοπικής οικονομίας.

Ήδη από την πλευρά των οινοποιείων η συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη είναι σημαντική. Έχουν συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας παρόλο που μέρος του εργατικού δυναμικού δεν συνδέεται με την περιοχή της Μονεμβασιάς. Επίσης έχουν συμβάλει στην προβολή του οίνου του πελοποννησιακού αμπελώνα ως μέλη των Δρόμων του κρασιού της Πελοποννήσου. Με αυτό τον τρόπο ανοίγονται νέοι ορίζοντες στην ανάπτυξη και ήδη φαίνεται να αναδύεται σιγά σιγά ο οινοτουρισμός, σύμφωνα με τις απαντήσεις των οινοποιών και των κατοίκων της περιοχής. Συγκεκριμένα, οι οινοποιοί πιστεύουν ότι έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη του οινουτουρισμού που βρίσκεται σε διαδικασία ανάπτυξης. Από την πλευρά των κατοίκων , η πλειοψηφία δηλώνει ότι ο αμπελοοινικοός τομέας της περιοχής μελέτης έχει συμβάλει πολύ στην ανάπτυξη της περιοχής και ότι η θεσμοθέτηση αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά- Malvasia μπορεί να επηρεάσει την περιοχή με την προσέλκυση επισκεπτών. Επίσης η δημιουργία των οινοποιείων έχει συμβάλει στην αύξηση εισοδήματος των τοπικών επιχειρηματιών (αφού κάποιες επιχειρήσεις λειτουργούν με βάση τον οίνο) και αμπελουργών και ύστερα από τη σύναψη συνεργασίας στην καλλιέργεια τοπικών ποικιλιών και μη.

Τέλος, κατόπιν της ανάλυσης της στάσης των κατοίκων της περιοχής της Μονεμβασιάς, τα ευρήματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν στα σχέδια μάρκετινγκ παραγωγών. Για παράδειγμα θα μπορούσαν να στοχεύσουν στην ενημέρωση των κατοίκων για τους οίνους της περιοχής ώστε και να επωφεληθούν οι ίδιοι οικονομικά, αυξάνοντας τις πωλήσεις τους αλλά και να δώσουν κίνητρο στους κατοίκους να ασχοληθούν με την αμπελοκαλλιέργεια και τον οίνο. Επίσης, αρμόδιοι φορείς θα μπορούσαν να δώσουν έμφαση στη θεσμοθέτηση ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia διότι οι περιοχές της υπαίθρου επανεκτιμώντας τον τόπο μέσω της πολιτιστικής ταυτότητας και «συνδέοντας» οπτικά τα προϊόντα με την περιοχή, έχουν τη δυνατότητα να επωφεληθούν οικονομικά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Αλέγρας, Γ. (2003). Περιβάλλον, «Τοπική Ανάπτυξη και Αγροτική Διαφοροποίηση» στο Μπεριάτος Η. και Ψαλτόπουλος Δ., Περιβάλλον και Ανάπτυξη της Υπαίθρου, Εκδόσεις Θεμέλιο.

Αμπελιώτης, Κ. (2008), «Εισαγωγή στη βιώσιμη ανάπτυξη», Σημειώσεις, Χαροκόπειο Πανέπιστήμιο.

Barquero Vasquez, A. (1991), «Τοπική ανάπτυξη. Μία στρατηγική για τη δημιουργία απασχόλησης», Εκδόσεις Παπαζήση.

Δημαδάμα, Ζ. (2008), «Οικονομία, Ανάπτυξη, Περιβάλλον. Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Πολιτικές της Αειφόρου Ανάπτυξης», Εκδόσεις Παπαζήση.

«Επιχειρησιακού Σχεδίου Δήμου Μονεμβασίας 2007-2010», Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε.

Ευστράτογλου, Σ., Παπαδόπουλος, Α. και Ευστράτογλου, Α. (2002), «Δυναμικές ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών και παράγοντες που τις επηρεάζουν», Πρακτικά 7^{ο}Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας Εταιρεία Αγροτικής Οικονομίας (ΕΤΑΓΡΟ).

ICAP (2010) «Κλαδική μελέτη: Οινοποιία», Αθήνα.

Λαμπριανίδης, Λ. (2004). «Τοπικά προϊόντα ως μέσο για την υποβοήθηση της ανάπτυξης των λιγότερο ανεπτυγμένων περιοχών της ευρωπαϊκής υπαίθρου» στο Στρατηγικές ανάπτυξης σε λιγότερο ευνοϊκές περιοχές, Gutenberg.

Καραβέλη Ε. (2002),«Είναι η πολιτική αγροτικής ανάπτυξης μια περιφερειακή πολιτική; Μια ανάλυση της εφαρμογής του Κανονισμού Αγροτικής Ανάπτυξης στην Ελλάδα», Πρακτικά 7^{ο}Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας Εταιρεία Αγροτικής Οικονομίας (ΕΤΑΓΡΟ).

Κόρκας, Η. (1997) «Αμπελουργία 2», Τμήμα Οινολογίας και Τεχνολογίας Ποτών, ΤΕΙ Αθήνας.

Κουράκου, Σ. (2001), «Η Μαλβαζία του Αρχιπελάγους», Εφημερίδα Η Καθημερινή.

Κουράκου, Σ. (2008), «Η ποικιλία αμπέλου Malvasia και οι κατ' όνομα μαλβαζίες» Ινστιτούτο Βυζαντινών Ερευνών στο «Μονεμβάσιος οίνος –Μονεμβας(ι)ά- Malvasia», Διεθνή Συμποσία 17.

Λουκάκης, Π. (2005), «Χωρικός σχεδιασμός και Αγροτική ανάπτυξη», ΤΕΕ.

Μητούλα, Ρ. (2006), «Βιώσιμη Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση και Ανασυγκρότηση του Ελληνικού Αστικού Περιβάλλοντος», Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.

Μητούλα, Ρ., Αστάρα, Ο. και Καλδής, Π. (2008), «Βιώσιμη Ανάπτυξη», Εκδόσεις Rosili.

Μπελιά, Ε. (1980), «Στατιστικά στοιχεία της επαρχίας Επιδαύρου Λιμηρά κατά το 1828», *Λακωνικαί Σπουδαί 5*, 60-117

Παπαδάκη – Τζεδάκη, Στ. (1999), «Ενδογενής τουριστική ανάπτυξη. Διαρθρωμένη ή αποδιαρθρωμένη τοπική ανάπτυξη, Εκδόσεις Παπαζήσης».

Παπαδασκαλόπουλος, Α. και Χριστοφάκης, Μ. (2004), «Οι περιφερειακές ανισότητες στην Ελλάδα τη δεκαετία του 1990», *Επιθεώρηση Οικονομικών Επιστημών*, Τεύχος 6, σ. 65-88.

Παπαδόπουλος, Α., Κυριαζή-Άλλισον Ε. και Λιαρίκος Κ., (2000), «Αειφόρος Αγροτική Ανάπτυξη και Ερημοποίηση: Προς Μια Νέα Πολιτική Διαχείρισης του Αγροτικού Χώρου», πρόγραμμα MEDACTION (EVK2-CT-2000-00085), ΕΚΚΕ.

Παπαδόπουλος, Α., (2004), «Η ανάπτυξη σε μια πολυλειτουργική ύπαιθρο», Εκδόσεις Gutenberg.

Παπακωσταντινίδης, Λ., (2007), «Διαπραγμάτευση Και Τοπική Ανάπτυξη», Εκδόσεις Gutenberg.

Ποταμιανός, Γ. (1991), Η προώθηση της τοπικής ανάπτυξης στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα και τα κράτη-μέλη. Στρατηγικές και μέσα ενεργοποίησης των τοπικών αγορών εργασίας, *Τόπος,* Τεύχος 3, σσ.119-139.

Πελοπόννησος, Κέντρο Στρατηγικού Σχεδιασμού Και Ανάπτυξης (2005), «Μαλβάζια Οίνος. Μελέτη αναβίωσης εγκαταλελειμμένων αμπελοοινικών καλλιεργιών», Πελοπόννησος, Κέντρο Στρατηγικού Σχεδιασμού Και Ανάπτυξης, Πρόγραμμα Cohesion.

Σκάγκος, Ν. (2008), «Η αμπελοκαλλιέργεια στη Λακωνία κατά τους Βυζαντινούς χρόνους και μεταβυζαντινούς χρόνους», Ινστιτούτο Βυζαντινών Ερευνών στο: «Μονεμβάσιος οίνος – Μονεμβας(ι)ά- Malvasia», Διεθνή Συμποσία 17.

Σκάγκου, Γ. (2008), «Ληνοί στην περιοχή Μονεμβασίας», Ινστιτούτο Βυζαντινών Ερευνών στο: «Μονεμβάσιος οίνος –Μονεμβας(ι)ά- Malvasia», Διεθνή Συμποσία 17.

Σταθόπουλος, Δ. (2006), «Δρόμοι του Κρασιού», Ηλεκτρονική Εφημερίδα Travel Daily News.

Σταυρακάκης, Μανόλης Ν. (2010), « Αμπελογραφία», Εκδόσεις Τροπή.

Τομαράς, Π. και Λάγος, Δ. (2005), Ο Αγροτουρισμός ως παράγοντας τοπικής ανάπτυξης: Η περίπτωση της Ελλάδας, *Τόπος*, Τεύχος 24-25, σσ. 5-16.

Τσακίρης, Α. (2000), «Τα γαλλικά κρασιά Άνθρωποι, αμπελώνες, ποικιλίες και ιστορίες», Εκδόσεις Ψύχαλος.

Τσακίρης, Α. (2010), «Ελληνική οινογνωσία», Εκδόσεις Ψύχαλος.

Τσάρτας, Π. και Σταυρινούδης, Θ. (2006), «Η εφαρμογή των αρχών της Τοπικής Ατζέντα 21 για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη Λιγότερο Ευνοημένων Περιοχών: Η περίπτωση των μικρών νησιών του Αιγαίου Πελάγους», *Αειχώρος,* Τόμος 5, Τεύχος 1.

Χατζηθεοδωρίδης, Φ., Μιχαηλίδης, Α., Τσιλοχρήστος, Δ. και Καζάκη Σ., (2006), «Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Ελληνικού Αγροτικού Χώρου: Μια εμπειρική προσέγγιση στην εφαρμογή, τη διαχείριση και τα αποτελέσματά τους», *Αειχώρος* Τόμος 5, Τεύχος 1.

Χρισταφάκης, Μ. (2004), «Τοπική ανάπτυξη και Αναπτυξιακή Στρατηγική για τα Τοπικά Κέντρα Ανάπτυξης» *Τόπος*, Τεύχος 22-23, σσ.121-1335.

Ξένη

Blakley, E. (1994), « Planning Local Economic Development, Theory and Practice» Sage Publications Inc, California.

Bernetti, I., Casini, L. and Marinelli, N. (2006),"Wine and globalisation: changes in the international market structure and the position of Italy", *British Food Journal,* Vol. 108, No. 4.

Cork Declaration (1996), The Cork Declaration - A living Countryside, 9 Nov. 1996.

Garofoli, G. (1992), «Endogenous Development and Southern Europe», *AthenaeumPress Ltd*, Newcastle.

Gil,J. and Sanchez,M. (1997), « Consumer preferences for wine attribute: a conjoint approach», *British Food Journal*, Vol. 99 No.1, pp. 3-11.

Gunay, N. and Baker, M. (2011) "The factors influencing consumers' behavior on wine consumption in the Turkish wine market", *EuroMed Journal of Business*, Vol. 6, No. 3, pp. 324-341.

Dimara, E. and Skuras, D., (2005), «Consumer demand for informative labeling of quality food and drink products: a European Union case study», *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 22, (2005), Iss: 2, pp.90 – 100.

Drummond, R. and Rule, G.(2005), «Consumer confusion in the UK Wine Industry», *Journal of Wine Research*, Vol. 16, No. 1, pp. 55–64

Freitas Santos, J. and Cadima Ribeiro,J. (2005), «Product attribute saliency and region of origin: some empirical evidence from Portugal», Paper of the 99th seminar of the EAAE (European Association of Agricultural Economists), 'The Future of Rural Europe in the Global Agri-Food System', August 24-27.

Kolyesnikova, N., Dodd ,H. and Duhan, D. (2008), «Consumer attitudes towards local wines in an emerging region : a segmentation approach», *International Journal of Wine Business Research,* , 20(4), pp. 321 – 334.

Lattey,K., Bramley, B., Francis, L., Herderich, M. and Pretorius,S. (2007), «Wine quality and consumer preferences: understanding consumer needs», *Wine Industry Journal,* Vol. 22 ,No.1. pp. 159- 167.

Lockshin, L., Jarvis,W., Hauteville,F. and Perrouty,J. (2006), « Using simulations from discrete choice experiments to measure consumer sensitivity to brand, region, price, and awards in wine choice», *Food Quality and Preference,* Vol. 17, pp. 166-178.

McCutcheon, E., Bruwer, J. and Li, E. (2009), «Region of origin and its importance among choice factors in the wine-buying decision making of consumers», *International Journal of Wine Business Research,* Vol. 21, No. 3, pp. 212-234.

Moss, A. and Fichter, D. (2003), "Lessons in promoting Sustainable Development in EU Structural Funds Programmes", Sustainable Development, 11, pp.56-65.

Mtimet, N. and Albisu Miguel, L.,(2006), «Spanish Wine Consumer Behavior. A choice Experiment Approach» Paper of I Mediterranean Conference of Agro-Food Social Scientists. 103rd EAAE Seminar '*Adding Value to the Agro-Food Supply Chain in the Future Euromediterranean Space*', April 23rd - 25th.

OECD (2001), Multifunctionality: Towards an Analytical Framework, Paris, OECD.

Papakonstantinidis, L. (2008), «Local Development Approach: Building Social Capital by a Win - Win- Win Methology»,TEI Kalamatas.

Skuras, D. and Vakrou,A. (2002), «Consumers' willingness to pay for origin labeled wine», *British Food Journal,* Vol. 10, Iss: 11 pp. 898 – 912.

Slee, R. (1993), « The politics of integration- new sites for old practices? » Disability, Handicap & Society Vo. 8, Iss. 4, pp. 351- 360.

Tzimitra-Kalogianni,I., Papadaki-Klaudianou,A., Alexaki, A. and Tsakiridou,E. (1999), «Wine routes in Northern Greece: consumer perceptions», *British Food Journal,* Vol.101, Iss.11, pp.884-892.

United Nations Conference on Environment and Development , (1992), «Agenda 21».

World Commission on Environment and Development, (1987), "Our Common Future", *Oxford University Press*, Oxford, pp.27

Διαδίκτυο

http://www.parnonas.gr/?p=1268

http://www.monemvasiotikosomilos.gr/gr/symposia.html

http://www.wineroads.gr/

http://www.sete.gr

http://www.monemvassia.gr

http://www.kinsternahotel.gr

http://www.kelari-monemvasia.gr

http://greekwinefederation.gr/gr/content/show/&tid=4

http://www.panoramio.com/photo/65638779

http://winesurveyor.weebly.com/pop_monemvasia-malvasia.html

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α. Πίνακες περιγραφικής στατιστικής

Πίνακας 10: Φύλο

Φύλο			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Άνδρας	92	45.5	45.5
Γυναίκα	110	54.5	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 11: Οικογενειακή κατάσταση

Οικογενειακή κατάσταση			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Έγγαμος/η	131	64.9	64.9
Άγαμος/η	53	26.2	91.1
Χήρος/α	2	1.0	92.1
Διαζευγμένος/η	1	.5	92.6
Συμβίωση	15	7.4	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 12: Μορφωτικό επίπεδο

Μορφωτικό Επίπεδο			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Δημοτικό	48	23.8	23.8
Γυμνάσιο	24	11.9	35.6
Λύκειο/Τεχνικό Λύκειο	42	20.8	56.4
ΙΕΚ	14	6.9	63.4
ΤΕΙ	18	8.9	72.3
ΑΕΙ	40	19.8	92.1
Μεταπτυχιακές σπουδές/ Διδακτορικό δίπλωμα	16	7.9	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 13: Επαγγελματική απασχόληση

Επαγγελματική απασχόληση			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Γεωργός - Κτηνοτρόφος	25	12.4	12.4
Δημόσιος Υπάλληλος	14	6.9	19.3
Ιδιωτικός Υπάλληλος	36	17.8	37.1
Ελεύθερος επαγγελματίας	64	31.7	68.8
Οικιακά	27	13.4	82.2
Συνταξιούχος	15	7.4	89.6
Άνεργος	12	5.9	95.5
Άλλο	9	4.5	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 14: Μηνιαίο ατομικό εισόδημα

Μηνιαίο ατομικό εισόδημα			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Από 0 έως 300€	21	10.4	10.4
Από 301€ έως 800€	47	23.3	33.7
Από 801€ έως 1500€	72	35.6	69.3
Από 1501€ έως 2000€	45	22.3	91.6
Πάνω από 2000€	17	8.4	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 15: Απαντήσεις ερωτηθέντων σχετικά με το κρασί όσον αφορά τις παρακάτω δηλώσεις

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα
Το κρασί δεν με ενδιαφέρει πολύ	Συμφωνώ απόλυτα	5	2.5	2.5
	Συμφωνώ	27	13.4	15.8
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	42	20.8	36.6
	Διαφωνώ	87	43.1	79.7
	Διαφωνώ απόλυτα	41	20.3	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Καταναλώνω κρασί περιστασιακά	Συμφωνώ απόλυτα	4	2.0	2.0
	Συμφωνώ	76	37.6	39.6
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	30	14.9	54.5
	Διαφωνώ	68	33.7	88.1
	Διαφωνώ απόλυτα	24	11.9	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Καταναλώνω κρασί πολύ συχνά	Συμφωνώ απόλυτα	30	14.9	14.9
	Συμφωνώ	77	38.1	53.0
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	27	13.4	66.3
	Διαφωνώ	62	30.7	97.0
	Διαφωνώ απόλυτα	6	3.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Ασχολούμαι αρκετά με θέματα γύρω από το κρασί	Συμφωνώ απόλυτα	21	10.4	10.4
	Συμφωνώ	31	15.3	25.7
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	49	24.3	50.0
	Διαφωνώ	70	34.7	84.7
	Διαφωνώ απόλυτα	31	15.3	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Θεωρώ πως γνωρίζω τα για το κρασί	Συμφωνώ απόλυτα	6	3.0	3.0
	Συμφωνώ	11	5.4	8.4
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	30	14.9	23.3
	Διαφωνώ	91	45.0	68.3
	Διαφωνώ απόλυτα	64	31.7	100.0
	Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 16: Ενημέρωση για το κρασί

Ενημέρωση για το κρασί			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Πάρα πολύ	14	6.9	6.9
Πολύ	41	20.3	27.2
Μέτρια	84	41.6	68.8
Λίγο	56	27.7	96.5
Καθόλου	7	3.5	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 17: Συχνότητα κατανάλωσης κρασιού

Συχνότητα κατανάλωσης κρασιού			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Καθημερινά	65	32.2	32.2
1-2 φορές την εβδομάδα	93	46.0	78.2
1-2 φορές τον μήνα	30	14.9	93.1
Σπάνια	14	6.9	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 18: Μηνιαία δαπάνη για τα κρασιά

Μηνιαία δαπάνη για κρασιά			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Έως 5 ευρώ	47	23.3	23.3
5-10 ευρώ	36	17.8	41.1
10 - 20 ευρώ	70	34.7	75.7
20-30 ευρώ	30	14.9	90.6
30 - 40 ευρώ	10	5.0	95.5
40 - 50 ευρώ	4	2.0	97.5
πάνω από 50 ευρώ	5	2.5	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 19: Τόπος και συχνότητα κατανάλωσης κρασιού

		Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Συχνότητα κατανάλωσης κρασιού στο σπίτι	Πάντα	34	16.8	16.8
	Συχνά	83	41.1	57.9
	Σπάνια	81	40.1	98.0
	Ποτέ	4	2.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Συχνότητα κατανάλωσης κρασιού στο εστιατόριο	Πάντα	95	47.0	47.0
	Συχνά	90	44.6	91.6
	Σπάνια	15	7.4	99.0
	Ποτέ	2	1.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 20: Βαθμός ικανοποίησης από τις επιλογές που προσφέρονται σε bar/εστιατόριο

Βαθμός ικανοποίησης από τις επιλογές που προσφέρονται σε bar/εστιατόριο			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Πάρα πολύ	17	8.4	8.4
Πολύ	93	46.0	54.5
Μέτρια	72	35.6	90.1
Λίγο	11	5.4	95.5
Καθόλου	9	4.5	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 21: Προτίμηση αγοράς κρασιού

Προτίμηση αγοράς κρασιού			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Εμφιαλωμένο κρασί	146	72.3	72.3
Χύμα κρασί	20	9.9	82.2
Δεν αγοράζω, αυτοπαράγω	36	17.8	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 22: Προτίμηση προέλευσης

Προτίμηση προέλευσης κρασιού			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Τοπικό	93	46.0	46.0
Ελληνικό	104	51.5	97.5
Διεθνές	5	2.5	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 23: Στάση ερωτηθέντων και συχνότητα προμήθειας κρασιού

		Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Super market	Πάντα	11	5.4	5.4
	Συνήθως	17	8.4	13.9
	Σπάνια	32	15.8	29.7
	Ποτέ	142	70.3	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Κάβα	Πάντα	17	8.4	8.4
	Συνήθως	100	49.5	57.9
	Σπάνια	72	35.6	93.6
	Ποτέ	13	6.4	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Παραγωγό-τοπικά οινοποιεία	Πάντα	39	19.3	19.3
	Συνήθως	41	20.3	39.6
	Σπάνια	40	19.8	59.4
	Ποτέ	82	40.6	100.0
	Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 24[α] : Βαθμός επηρεασμού των παρακάτω κριτηρίων για την αγορά/επιλογή εμφιαλωμένου κρασιού

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα
Τιμή	Πάρα πολύ	139	68.8	68.8
	Πολύ	39	19.3	88.1
	Μέτρια	19	9.4	97.5
	Λίγο	2	1.0	98.5
	Καθόλου	3	1.5	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Εταιρία παραγωγής και εμφιάλωσης	Πάρα πολύ	83	41.1	41.1
	Πολύ	76	37.6	78.7
	Μέτρια	28	13.9	92.6
	Λίγο	13	6.4	99.0
	Καθόλου	2	1.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Συσκευασία	Πάρα πολύ	49	24.3	24.3
	Πολύ	44	21.8	46.0
	Μέτρια	46	22.8	68.8
	Λίγο	53	26.2	95.0
	Καθόλου	10	5.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Τόπος προέλευσης	Πάρα πολύ	129	63.9	63.9
	Πολύ	50	24.8	88.6
	Μέτρια	21	10.4	99.0
	Λίγο	1	.5	99.5
	Καθόλου	1	.5	100.0
	Σύνολο	202	100.0	

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα
Τοπίο	Πολύ σημαντικό	180	89.1	89.1
	Σημαντικό	18	8.9	98.0
	Λίγο σημαντικό	4	2.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Δραστηριότητες αναψυχής	Πολύ σημαντικό	155	76.7	76.7
	Σημαντικό	40	19.8	96.5
	Λίγο σημαντικό	7	3.5	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Γιορτές και τοπικά πανηγύρια	Πολύ σημαντικό	91	45.0	45.0
	Σημαντικό	81	40.1	85.1
	Λίγο σημαντικό	30	14.9	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Πολιτιστική κληρονομιά/ παράδοση	Πολύ σημαντικό	181	89.6	89.6
	Σημαντικό	19	9.4	99.0
	Λίγο σημαντικό	2	1.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Τοπικά προϊόντα ποιότητας	Πολύ σημαντικό	181	89.6	89.6
	Σημαντικό	18	8.9	98.5
	Λίγο σημαντικό	3	1.5	100.0
	Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 24$^{\beta}$: Βαθμός σημαντικότητας παραμέτρων για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

		Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα
Τοπίο	Εμπορία προώθησης προϊόντων	13	6.4	6.4
	Τουρισμός	189	93.6	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Δραστηριότητες αναψυχής	Εμπορία προώθησης προϊόντων	17	8.4	8.4
	Τουρισμός	185	91.6	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Γιορτές και τοπικά πανηγύρια	Εμπορία προώθησης προϊόντων	105	52.0	52.0
	Τουρισμός	97	48.0	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Πολιτιστική κληρονομιά/ παράδοση	Εμπορία προώθησης προϊόντων	59	29.2	29.2
	Τουρισμός	143	70.8	100.0
	Σύνολο	202	100.0	
Τοπικά προϊόντα ποιότητας	Εμπορία προώθησης προϊόντων	178	88.1	88.1
	Τουρισμός	24	11.9	100.0
	Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 25: Βαθμός σημαντικότητας της συμβολής του αμπελοοινικού τομέα στη γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής

Σημασία συμβολής αμπελοοινικού τομέα για την περιοχή			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Καθόλου	1	.5	.5
Λίγο	9	4.5	5.0
Αρκετά	53	26.2	31.2
Πολύ	115	56.9	88.1
Πάρα πολυ	24	11.9	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 26: Γνώση θεσμοθέτησης αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia

Γνώση θεσμοθέτησης ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Ναι	79	39.1	39.1
Όχι	123	60.9	100.0
Σύνολο	202	100.0	

Πίνακας 27: Τρόποι επηρεασμού θεσμοθέτησης αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia

Τρόποι επηρεασμού θεσμοθέτησης ΠΟΠ Μονεμβασιά-Malvasia			
	Συχνότητα	**Ποσοστό**	**Αθροιστική ποσοστιαία Συχνότητα**
Υποστήριξη από το κράτος οινοτουριστικων επενδύσεων	40	19.8	19.8
Προσέλκυση επισκεπτών - οινοτουρισμός	92	45.5	65.3
Ανάπτυξη δραστηριοτήτων, πχ Γιορτή Κρασιού	4	2.0	67.3
Κίνητρο σε αγρότες να ασχοληθούν με την αμπελοκαλλιέργεια	66	32.7	100.0
Σύνολο	202	100.0	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β. Πίνακες λογιστικής παλινδρόμησης

Πίνακας 28. Υπόδειγμα 1

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1[a]	eisodima.new	-.077	.336	.053	1	.819	.926
	morfotiko.new	-.403	.329	1.501	1	.221	.668
	oikog.new	-.429	.330	1.688	1	.194	.651
	dapani.new	.186	.371	.251	1	.616	1.205
	fylo	-1.174	.310	14.358	1	.000	.309
	Constant	.767	.379	4.091	1	.043	2.153

a. Variable(s) entered on step 1: eisodima.new, morfotiko.new, oikog.new, dapani.new, fylo.

Πίνακας 29. Υπόδειγμα 2

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1[a]	oikog.new	.416	.554	.564	1	.453	1.515
	morfotiko.new	-.329	.513	.413	1	.521	.719
	eisodima.new	.349	.428	.666	1	.414	1.418
	proelnew	.829	.461	3.229	1	.072	2.291
	enimerosi.new	-2.125	.456	21.674	1	.000	.119
	fylo	-.520	.500	1.084	1	.298	.594
	ilikia	.008	.021	.137	1	.711	1.008
	Constant	1.754	1.286	1.859	1	.173	5.776

a. Variable(s) entered on step 1: oikog.new, morfotiko.new, eisodima.new, proelnew, enimerosi.new, fylo, ilikia.

Πίνακας 30.Υπόδειγμα 3

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1[a]	morfotiko.new	.919	.370	6.174	1	.013	2.508
	eisodima.new	1.327	.469	8.020	1	.005	3.771
	enimerosi.new	-.741	.490	2.287	1	.130	.476
	fylo	-.773	.387	3.981	1	.046	.462
	oikog.new	.176	.379	.215	1	.643	1.192
	Constant	-2.017	.524	14.837	1	.000	.133

a. Variable(s) entered on step 1: morfotiko.new, eisodima.new, enimerosi.new, fylo, oikog.new.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ. Ερωτηματολόγια

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΙΝΟΠΟΙΟΥΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο και τα στοιχεία του θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας με τίτλο: << Αμπελοοινικός τομέας και Τοπική Ανάπτυξη. Μελέτη περίπτωσης στην ευρύτερη περιοχή του δήμου Μονεμβασίας >>. Η συμβολή σας είναι πολύτιμη για την ολοκλήρωση της εργασίας αυτής και η συνεργασία σας απαραίτητη. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία και για το χρόνο που διαθέσατε.

1.Επωνυμία επιχείρησης: …….

2. Η έδρα της επιχείρησης είναι η:
……

3. Έτος έναρξης λειτουργίας:
……

4. Νομική μορφή: Ατομική☐ ΟΕ☐ ΑΕ☐ ΕΕ☐ ΕΠΕ☐

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

5. Ηλικία : _____

6. Φύλο: Άνδρας☐
Γυναίκα☐

7.Οικογενειακή κατάσταση:

Έγγαμος/η	
Άγαμος/η	
Χήρος /α	
Διαζευγμένος /η	
Εν διαστάσει	
Συμβίωση	

8.Μορφωτικό επίπεδο:

Δημοτικό☐
Γυμνάσιο☐
Λύκειο/ Τεχνικό Λύκειο☐
ΙΕΚ ☐
ΤΕΙ ☐
ΑΕΙ ☐
Μεταπτυχιακές σπουδές / Διδακτορικό δίπλωμα ☐

9.Έχετε παιδιά;

ΝΑΙ ☐
ΟΧΙ ☐

10. Αριθμός παιδιών ☐

11. Τα παιδιά σας σκοπεύουν να συνεχίσουν την επιχείρηση αυτή;

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	
ΔΕ ΓΝΩΡΙΖΩ	

12. Στην επιχείρηση απασχολούνται μέλη της οικογένειας: ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ☐

Αν ναι, συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα:

Μέλη Οικογένειας	**Καθήκοντα**
Σύζυγος	
1ο παιδί	
2ο παιδί	
3ο παιδί	
Μητέρα	
Πατέρας	

13. Η έδρα του οινοποιείου έχει σχέση:

Με τον τόπο καταγωγής του ιδιοκτήτη: ΝΑΙ☐ ΟΧΙ ☐

Με τον τόπο μόνιμης κατοικίας του ιδιοκτήτη: ΝΑΙ☐ ΟΧΙ☐

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ

14. Έχετε λάβει χρηματοδοτήσεις από κάποιο πρόγραμμα;

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

Αν ναι, από πού;
……..

15. Πόση είναι η έκταση του αμπελώνα σας;……

16. Πόση είναι η συνολική ετήσια παραγωγή κρασιού;……

17. Η πρώτη ύλη που χρησιμοποιείτε παράγεται από : Α. τρίτους☐
Β. την παράγω ο ίδιος ☐
Γ. και τα δύο ☐

18.Εάν στην ερώτηση 16 επιλέξατε την απάντηση Α, προσδιορίστε από ποιους κυρίως αγοράζετε: (Παρακαλώ σημειώστε μόνο μία απάντηση)

Α. τοπικούς ανεξάρτητους παραγωγούς☐
Β. περιφερειακούς παραγωγούς ☐
Γ. εθνικούς παραγωγούς ☐
Δ. τρίτες χώρες ☐

19. Σε περίπτωση που αποφεύγετε να αγοράζετε από τρίτους, ποιος είναι ο κυριότερος λόγος; (Παρακαλώ σημειώστε μόνο μία απάντηση)

Α. αυτάρκεια στην παραγωγή☐
Β. κακής ποιότητας πρώτη ύλη ☐
Γ. μη επαγγελματική νοοτροπία από τους τοπικούς παραγωγούς ☐
Δ. Άλλο …… ☐

20. Συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα:

Ποικιλίες Αμπελώνα που παράγω	Παραγόμενη ποσότητα ανά ποικιλία (τόνοι)	Καλλιεργούμενες εκτάσεις ανά ποικιλία (στρέμματα)

21. Συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα όσον αφορά τις ποικιλίες και τις ποσότητες από τρίτους.

Χρησιμοποιούμενες ποικιλίες από τρίτους	Τοπική	Περιφερειακή	Εθνική	Τρίτες Χώρες
	Ποσότητα (τόνοι)	Ποσότητα (τόνοι)	Ποσότητα (τόνοι)	Ποσότητα (τόνοι)

22. Πόσα άτομα εργάζονται στην επιχείρησή σας; ……

Γυναίκες …….

Άνδρες ……

23. Στην επιχείρηση μου απασχολώ:

Α. μόνιμο προσωπικό☐

Β. εποχικό προσωπικό ☐

Γ. και τα δύο ☐

24. Συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα όσον αφορά την καταγωγή του προσωπικού: Παρακαλώ σημειώστε τον αριθμό εάν είναι >1 και συμπληρώστε με Χ την καταγωγή:

Ειδικότητες	Αριθμός	Καταγωγή Προσωπικού		
		Τοπική	Εθνική	Τρίτες Χώρες
Γεωπόνος				
Οινολόγος				
Χημικός				
Λογιστές				
Managers				
Εργάτες				
……..				
……..				
…….				

- Σε περίπτωση που σημειώσατε τρίτες χώρες, αναφέρετε από ποια χώρα: …… ……..

25. Ο εξοπλισμός παραγωγής που υπάρχει στην επιχείρησή σας θεωρείται πως:

	Πάρα πολύ	Πολύ	Μέτρια	Λίγο	Καθόλου
Ικανοποιεί τις απαιτήσεις ποιότητας των προϊόντων σας					
Ικανοποιεί τις ανάγκες ζήτησης					
Υπάρχει ανάγκη ανανέωσης					
Υπάρχει ανάγκη επέκτασης					

26. Πόσο σημαντικό θεωρείτε τη συνεργασία σας με:

	Πάρα πολύ	Πολύ	Μέτρια	Λίγο	Καθόλου
Εστιατόρια, μπαρ της περιοχής					
Ξενοδοχεία- Τουριστικά καταλύματα της περιοχής					
Κάβες, μίνι – μάρκετ της περιοχής					
Με γειτονικά οινοποιεία για την προβολή κρασιών περιοχής					
Με τοπικούς φορείς για την προβολή κρασιού					

27. Η λειτουργία της επιχείρησής σας συνέβαλε:

	Πάρα πολύ	Πολύ	Μέτρια	Λίγο	Καθόλου
Στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας					
Στην ικανοποίηση των αναγκών ζήτησης της τοπικής αγοράς					
Στην προβολή του οίνου του πελοποννησιακού αμπελώνα					
Στη προσέλκυση επισκεπτών/ Οινοτουρισμός					
Στην αύξηση εισοδήματος τοπικών επιχειρηματιών					
Στην αύξηση εισοδήματος αμπελουργών					
Στη βελτίωση των υποδομών της περιοχής					
Στη δημιουργία επιχειρήσεων στην περιοχή					

28. Οικονομικά στοιχεία επιχείρησης

Έτος Κύκλος Εργασιών	**Έσοδα**	**Έξοδα**	**Οικονομικό Αποτέλεσμα**
2006			
2008			
2010			

29. Από τη συνολική παραγωγή του κρασιού, ποιο ποσοστό προορίζεται:

Για την τοπική αγορά;	**Για τις άλλες περιοχές της χώρας;**	**Για τις άλλες χώρες;**
Α) 0-10% ☐	Α) 0-10% ☐	Α) 0-10% ☐
Β) 11-20% ☐	Β) 11-20% ☐	Β) 11-20% ☐
Γ) 21-30% ☐	Γ) 21-30% ☐	Γ) 21-30% ☐
Δ) 31-40% ☐	Δ) 31-40% ☐	Δ) 31-40% ☐
Ε) >40% ☐	Ε) >40% ☐	Ε) >40% ☐

30. Για την πώληση του προϊόντος:

Α. Συνεργάζομαι με εθνικές αλυσίδες λιανικού εμπορίου ☐
Β. Συνεργάζομαι με διεθνείς αλυσίδες λιανικού εμπορίου ☐
Γ. Διαπραγματεύομαι μόνος μου ☐
Δ. Άλλο……

31. Οι τεχνικές παρασκευής που χρησιμοποιώ είναι:

Α. παραδοσιακές ☐
- αναφορά τεχνικών……

Β. σύγχρονες☐
τι είδους
τεχνολογία.....
.....

32. Έχετε κάποιο σύστημα πιστοποίησης στο οινοποιείο σας?

Ναι ☐ Όχι ☐

33. Πόσο σημαντική θεωρείτε την ύπαρξη κάποιου συστήματος πιστοποίησης;

Καθόλου	
Λίγο	
Αρκετά	
Πολύ	
Πάρα πολύ	

34. Πόσους επισκέπτες δέχεται ετησίως το οινοποιείο σας; ……..

35. Ποια είναι η γνώμη σας για τον οινικό τουρισμό στην περιοχή της Μονεμβασιάς;
Α. Βρίσκεται σε αρχικό στάδιο☐
Β. Βρίσκεται σε διαδικασία ανάπτυξης☐
Γ. Έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα☐
Ε. Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ ☐
Ζ. Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε)……

36. Πιστεύετε ότι ο οινοτουρισμός ως επιχειρηματική δραστηριότητα έχει προοπτικές στη περιοχή;
Ναι☐ Όχι ☐

37. Πόσο σημαντικά θεωρείτε ότι είναι τα ακόλουθα κίνητρα των αγοραστών του προϊόντος σας; (Αν επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις, απαντήστε με 1,2,3,4,5,6,7 κατά σειρά προτεραιότητας)

Περιοχή καταγωγής	
Ετικέτα, Εμφάνιση φιάλης	
Ποικιλία	
Ονομασία παραγωγού	
Τύπος κρασιού (Ξηρός, Ημιξηρος κλπ)	
Τιμή	
Μετάλλια	
Ύπαρξη χαρακτηρισμού ποιότητας (πχ Ο.Π.Α.Π.)	
Διαφήμιση	

38. Πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω παράγοντες προκειμένου να βοηθήσουν την επιχείρηση να αυξήσει το τζίρο της;

	Πάρα πολύ σημαντικά	Πολύ σημαντικά	Μέτρια σημαντικά	Ελάχιστα σημαντικά	Καθόλου σημαντικά
Καλύτερος εξοπλισμός (π.χ. μηχανήματα)					
Καλύτερη λειτουργία της επιχείρησης (αποθήκευση, προώθηση, διαφήμιση)					
Καλύτερη συνεργασία με ντόπιους αμπελουργούς					
Ανάπτυξη οινοτουρισμού					
Σεμινάρια γαστρονομίας σε ντόπιους επιχειρηματίες					
Εκπαίδευση/ Ενημέρωση σε θέματα οινολογίας και αμπελουργίας					
Καθιέρωση Εκδηλώσεων με θέμα το κρασί					
Ανάδειξη παραδοσιακών ληνών περιοχής					
Δημιουργία χώρου διάθεσης και προβολής οίνων από τοπικούς φορείς					
Άλλο (προσδιορίστε)…… ……					

39.Ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια για την επιχείρηση (Παρακαλώ σημειώστε μόνο μία απάντηση):

Α. Επέκταση αμπελώνα ☐
Β. Εκσυγχρονισμός επιχείρησης☐
Γ. Έναρξη και νέας επιχείρησης☐
Δ. Άλλο…… ……

40. Πιστεύετε πως η περιοχή έχει προοπτικές ανάπτυξης μετά τη θεσμοθέτηση αμπελουργικής ζώνης οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά- Malvasia;

ΝΑΙ	
ΟΧΙ	
ΔΕ ΓΝΩΡΙΖΩ	

41. Ποια είναι τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση σας;

……
……
……
……
……..

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο είναι **ανώνυμο** και τα στοιχεία του θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας με τίτλο: << **Αμπελοοινικός τομέας και Τοπική Ανάπτυξη. Μελέτη περίπτωσης στην ευρύτερη περιοχή του δήμου Μονεμβασίας** >>. Η συμβολή σας είναι πολύτιμη για την ολοκλήρωση της εργασίας αυτής και η συνεργασία σας απαραίτητη. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία και για το χρόνο που διαθέσατε

Α.Δημογραφικά στοιχεία

1. **Ηλικία:** …….

2. **Φύλο:** Άνδρας ☐
   Γυναίκα☐

3. **Οικογενειακή κατάσταση:**

Έγγαμος/η	
Άγαμος/η	
Χήρος /α	
Διαζευγμένος /η	
Εν διαστάσει	
Συμβίωση	

4. **Μορφωτικό επίπεδο:**
   Δημοτικό ☐
   Γυμνάσιο ☐
   Λύκειο/ Τεχνικό Λύκειο☐
   ΙΕΚ ☐
   ΤΕΙ ☐
   ΑΕΙ ☐
   Μεταπτυχιακές σπουδές / Διδακτορικό δίπλωμα ☐

5. **Ποια είναι η κύρια επαγγελματική σας απασχόληση:**

Γεωργός - Κτηνοτρόφος☐
Δημόσιος Υπάλληλος ☐
Ιδιωτικός Υπάλληλος☐
Ελεύθερος επαγγελματίας ☐
Οικιακά☐
Συνταξιούχος☐
Άνεργος ☐
Άλλο (Παρακαλώ καθορίστε)……

- Αν είστε συνταξιούχος ποια ήταν η κύρια επαγγελματική απασχόληση?
  ……

6. **Ποιο είναι το μηνιαίο ατομικό εισόδημα του νοικοκυριού σας;**

Από 0 έως 300€ ☐
Από 301€ έως 800€ ☐
Από 801€ έως 1500€ ☐
Από 1501€ έως 2000€ ☐
Πάνω από 2000€☐

Β. Στάση κατοίκων απέναντι στην κατανάλωση κρασιού

7. **Ποια είναι η σχέση σας με το κρασί;**

	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
"Το κρασί δεν με ενδιαφέρει πολύ"					
"Καταναλώνω κρασί περιστασιακά"					
"Καταναλώνω κρασί πολύ συχνά"					
"Ασχολούμαι αρκετά με θέματα γύρω από το κρασί"					
"Θεωρώ πως γνωρίζω τα πάντα για το κρασί"					

8. **Πόσο ενημερωμένοι είστε για το κρασί;**

Πάρα πολύ ☐ Πολύ☐ Μέτρια☐ Λίγο ☐ Καθόλου☐

9. **Πόσο συχνά καταναλώνετε κρασί;**

Καθημερινά ☐ 1-2φορές την εβδομάδα☐ 1-2φορές το μήνα☐ Σπάνια☐

10. Ποια είναι η μηνιαία σας δαπάνη για κρασιά (€);

Έως 5 ευρώ	
5-10 ευρώ	
10 - 20 ευρώ	
20-30 ευρώ	
30 - 40 ευρώ	
40 - 50 ευρώ	
πάνω από 50 ευρώ	

11. Συνήθως που και πόσο συχνά καταναλώνετε κρασί;

Περιοχή	**Πάντα**	**Συχνά**	**Σπάνια**	**Ποτέ**
Στο σπίτι				
Στις ταβέρνες, εστιατόρια				

12. Είστε ικανοποιημένοι από το πλήθος των επιλογών που σας προσφέρουν σε bar/ εστιατόρια στη περιοχή σας , όταν επιλέγετε κρασί <u>σε ποτήρι;</u>

Πάρα πολύ ☐ Πολύ ☐ Μέτρια☐ Λίγο ☐ Καθόλου ☐

13. Προτιμάτε να αγοράζετε: (Παρακαλώ σημειώστε μόνο μία απάντηση)

Α. Εμφιαλωμένο κρασί ☐

Β. Χύμα κρασί☐

Γ. Δεν αγοράζω, αυτοπαράγω☐

14. Τι προέλευση προτιμάτε να είναι το κρασί; (Παρακαλώ σημειώστε μόνο μία απάντηση)

Τοπικό ☐ Ελληνικό☐ Διεθνές☐

15. Ποιους τοπικούς παραγωγούς γνωρίζετε? (παρακαλώ αναφέρετε)

……

16. Από πού και πόσο συχνά προμηθεύεστε συνήθως κρασί;

Τόπος Αγοράς	**Πάντα**	**Συνήθως**	**Σπάνια**	**Ποτέ**
Super Market				
Κάβα				
Παραγωγός-Τοπικά Οινοποιεία				

17. Σε ποιο βαθμό τα παρακάτω κριτήρια σας επηρεάζουν στην αγορά/ επιλογή σας εμφιαλωμένου κρασιού:

Παράγοντες	**Πάρα πολύ**	**Πολύ**	**Μέτρια**	**Λίγο**	**Καθόλου**
Τιμή					
Εταιρία παραγωγής & εμφιάλωσης					
Συσκευασία					
Τόπος προέλευσης					

Γ. Στάση κατοίκων απέναντι στην ανάπτυξη της περιοχής και του αμπελοοινικού τομέα

18. Πόσο σημαντικά θεωρείτε τα παρακάτω στοιχεία της περιοχής για την αξιοποίηση της προώθησης και τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων;

	Σημασία…			**Για…**	
	Πολύ Σημαντικό	**Σημαντικό**	**Λίγο σημαντικό**	**Εμπορία, προώθηση προϊόντων**	**Τουρισμός**
Τοπίο					
Δραστηριότητες αναψυχής					
Γιορτές και τοπικά πανηγύρια (π.χ. γιορτή κρασιού)					
Πολιτιστική κληρονομιά, παράδοση					
Τοπικά προϊόντα ποιότητας					

19. Πόσο σημαντική θεωρείτε τη συμβολή του αμπελοοινικού τομέα στη γενικότερη ανάπτυξη της περιοχής;

Καθόλου	
Λίγο	
Αρκετά	
Πολύ	
Πάρα πολύ	

20. Γνωρίζετε ότι το 2010 θεσμοθετήθηκε αμπελουργικής ζώνη οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά- Malvasia;

Ναι ☐

Όχι ☐

21. Πώς κατά τη γνώμη σας μπορεί να επηρεάσει η θεσμοθέτηση αμπελουργικής ζώνη οίνων ΠΟΠ Μονεμβασιά- Malvasia στην περιοχή?

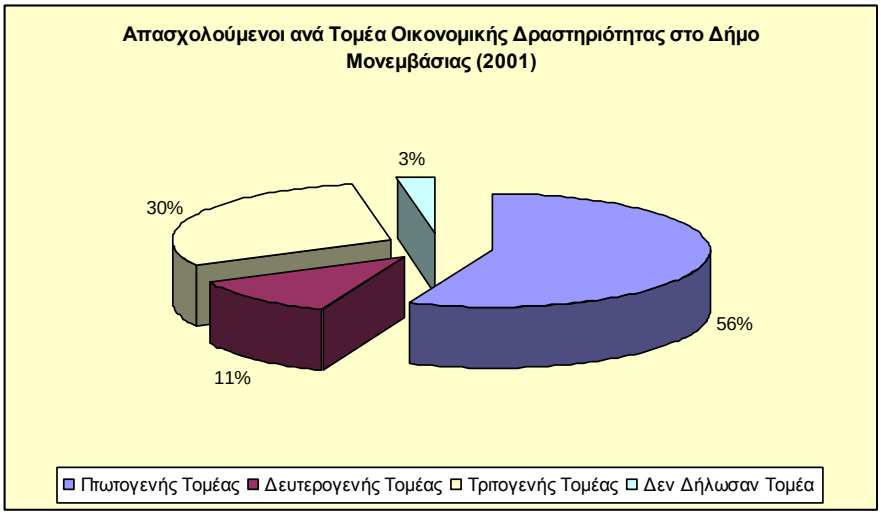
Υποστηριξη από το κράτος οινοτουριστικων επενδύσεων	
Προσέλκυση επισκεπτών -οινοτουρισμός	
Ανάπτυξη δραστηριοτήτων πχ Γιορτή Κρασιού	
Κίνητρο σε αγρότες να ασχοληθούν με την αμπελοκαλλιέργεια	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ. Γεωγραφικός προσδιορισμός



Εικόνα 1. Μονεμβασιά Πηγή: www.monemvassia.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε. Οικονομικές δραστηριότητες



Εικόνα 2. Οικονομικές δραστηριότητες του Δήμου Μονεμβασιάς. Πηγή: Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα Α.Ε.

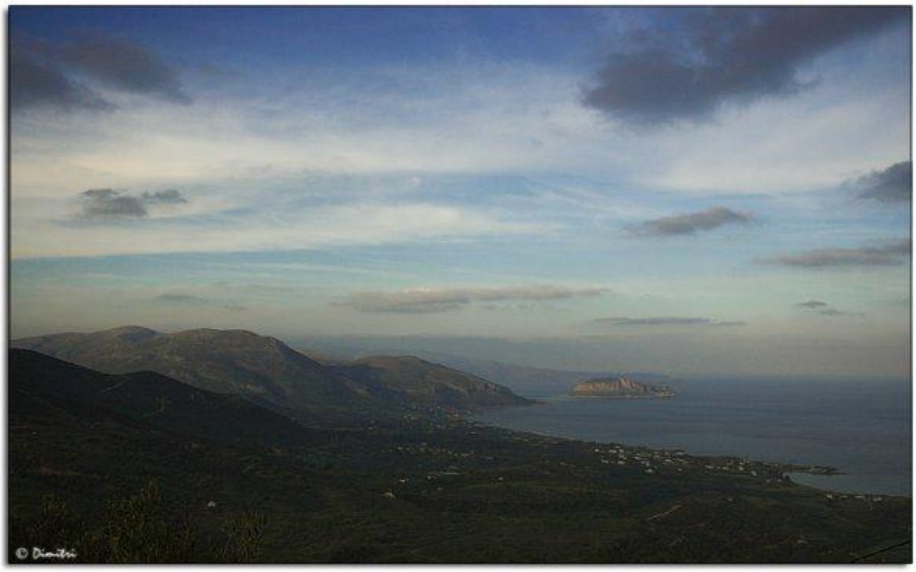
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ. Ληνοί



Εικόνα 4. Ληνός στο Σώρακα

Εικόνα 5. Ληνός στο Ζάρακα





Εικόνα 6. Η Μονεμβασιά και τμήμα της ενδοχώρας της, Πηγή: http://www.monemvassia.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ. Η εξέλιξη της αμπελοκαλλιέργειας στην περιοχή μελέτης



Εικόνα 7. Αμπελώνες Οινοποιητικής Μονεμβασίας, Πηγή: www.malvasiawines.gr



Εικόνα 8. Αμπελώνες Οινοποιητικής Μονεμβασίας, Πηγή: www.malvasiawines.gr

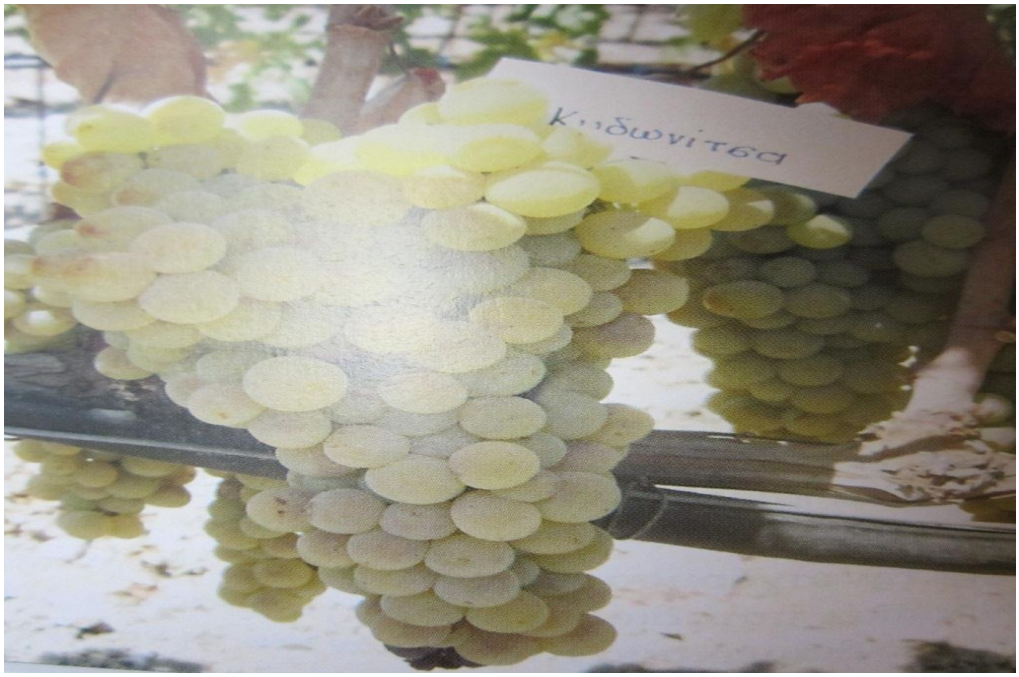
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Η. Ποικιλίες αμπέλου



Εικόνα 9. Μονεμβασιά , Πηγή: Σταυρακάκης, Μ. (2010)

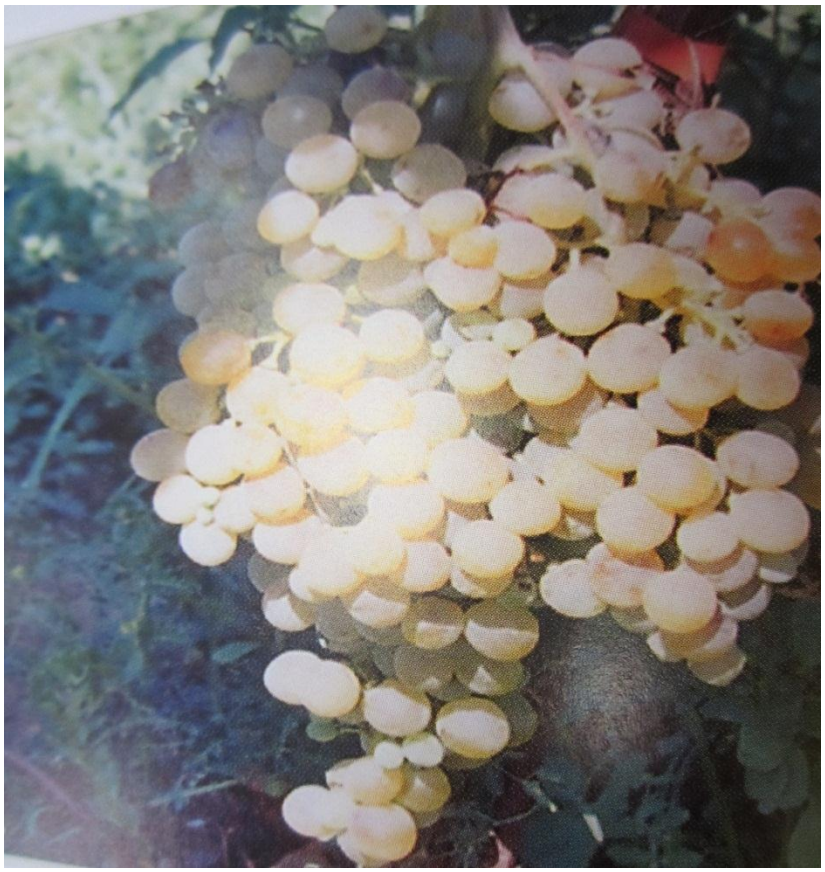


Εικόνα 10. Θράψα, Πηγή: Σταυρακάκης, Μ. (2010)



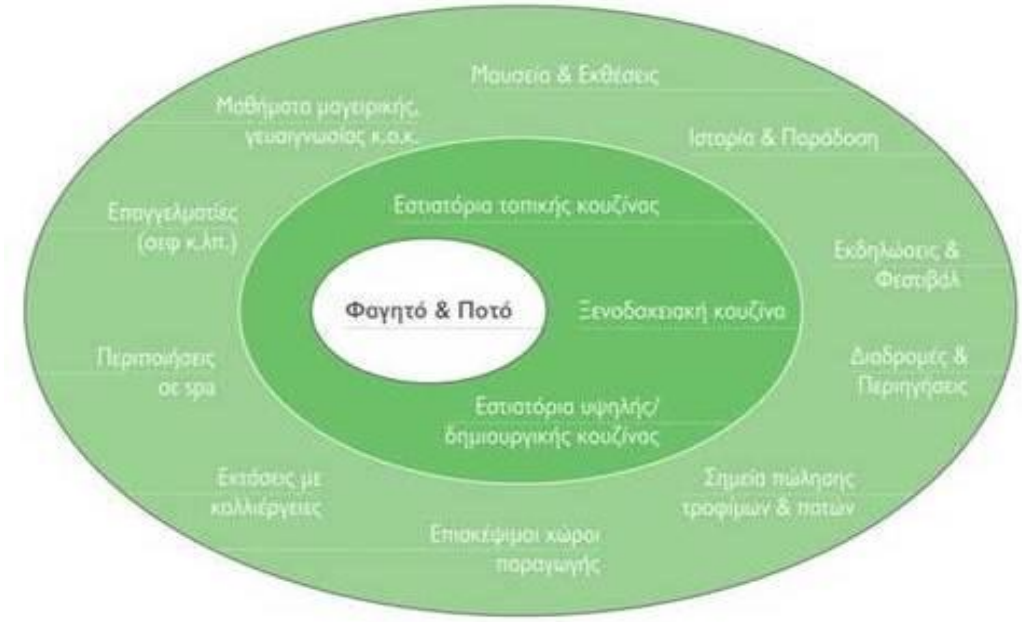


Εικόνα 11. Κυδωνίτσα, Πηγή: Σταυρακάκης, Μ. (2010)



Εικόνα 12. Πετρουλιανός, Πηγή: Σταυρακάκης, Μ. (2010)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Θ. Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιχειρήσεων στην ανάδειξη του αμπελοοινικού τομέα



Εικόνα 13. Ενδεικτικό τουριστικό χαρτοφυλάκιο γαστρονομικών προϊόντων, Πηγή: ΣΕΤΕ 2009



Εικόνα 14. Ξενοδοχείο Kinsterna, Πηγή:http://www.kinsternahotel.gr



Εικόνα 15. Χώροι εστίασης Γευσιγνωσίας τοπικών οίνων
http://www.panoramio.com/photo/65638779



Εικόνα 16. Οινοπαντοπωλείο, Πηγή: http://www.kelari-monemvasia.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι. Περιγραφή οινοποιείων στην περιοχής μελέτης



Εικόνα 17. Λιάσιμο σταφυλιών για την παραγωγή οίνου Μαλβαζία

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: Εφημερίδα της Κυβερνήσεως Φ.Ε.Κ. 1125/Β/2010

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ Αρ. Φύλλου 1125

23 Ιουλίου 2010

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αναγνώριση οίνων Μονεμβασία - Malvasia ως Προστατευόμενη Ονομασία Προελεύσεως..... 1

Τροποποίηση και κωδικοποίηση της με αριθ. 259743/19.02.1997 (Β 140) απόφασης του Υπουργού Γεωργίας περί «καθορισμού προϋποθέσεων χρησιμοποίησης της ένδειξης Μετσοβίτικος Τοπικός Οίνος ως περιγραφικού στοιχείου οίνων»..... 2

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. 280927 (1)

Αναγνώριση οίνων Μονεμβασία - Malvasia ως Προστατευόμενη Ονομασία Προελεύσεως.

Η ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις:

α. Των άρθρων 4 και 5 παρ. 2,8 και 9 του Ν.Δ 243/1969 «περί βελτιώσεως και προστασίας της αμπελουργικής παραγωγής» (Α149), όπως τροποποιήθηκε με τα άρθρα 3 και 4

γικό μητρώο, τις υποχρεωτικές δηλώσεις και τη συγκέντρωση στοιχείων για την παρακολούθηση της αγοράς, τα συνοδευτικά έγγραφα μεταφοράς των προϊόντων και τα βιβλία που πρέπει να τηρούνται στον αμπελοοινικό τομέα. (ΕΕ L 128/2009)».

3. Τη σχετική με το θέμα γνωμοδότηση της Κεντρικής Επιτροπής Προστασίας Οινοπαραγωγής (ΚΕΠΟ) με αριθ. 1 της 76/19-01-2009 συνεδρίασης.

4. Το Π.Δ. 179/2009 (Α 208) «Αναγνώριση οίνων Μονεμβασία - Malvasia ως Ονομασίας Προελεύσεως»

5. Το γεγονός ότι από τις διατάξεις της παρούσας δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του κρατικού προϋπολογισμού, αποφασίζουμε:

Η Προστατευόμενη Ονομασία Προελεύσεως Μονεμβασία - Malvasia αναγνωρίζεται και προστατεύεται για λευκούς οίνους που πληρούν τις διατάξεις του Π.Δ 179/2009 και εφόσον πληρούνται οι κάτωθι προϋποθέσεις:

1. Η μόρφωση των πρέμνων των ποικιλιών αμπέλου γίνεται σε κυπελλοειδή ή σε γραμμικά σχήματα. Τα σταφύλια

Η προσθήκη των ανωτέρω προϊόντων γίνεται μέχρι την 31η Μαΐου του αμέσως επομένου της παραγωγής έτους.

Ο έτοιμος οίνος «λικέρ από λιαστά σταφύλια» έχει αποκτημένο κατ΄ όγκο αλκοολικό τίτλο όχι κατώτερο από 15% vol και όχι ανώτερο από 22% vol, ολικό δε κατ΄ όγκο αλκοολικό τίτλο όχι κατώτερο από 21% vol.

4. Για τους οίνους από λιαστά σταφύλια που έρχονται στην κατανάλωση, επιτρέπεται κατ΄ εξαίρεση περιεκτικότητα σε θειώδη ανυδρίτη μέχρι 400mg/l.

5. Για τους οίνους από λιαστά σταφύλια και τους οίνους λικέρ από λιαστά σταφύλια, που έρχονται στην κατανάλωση, επιτρέπεται κατ΄ εξαίρεση περιεκτικότητα σε πτητική οξύτητα μέχρι 30 χιλιοστοδύναμα ανά λίτρο.

6. Στα γλεύκη και στους οίνους όλων των τύπων της παραγράφου 3 μπορεί να εφαρμόζονται οινολογικές πρακτικές και κατεργασίες που προβλέπονται από τις ισχύουσες διατάξεις και δεν επιτρέπεται:

α. Ανάμειξη διαφορετικών τύπων οίνων της παραγράφου 3 μεταξύ τους.