

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη**

Πτυχιακή Εργασία



**Ο Οινοτουρισμός ως μια Ιδιαίτερη Περίπτωση Πολιτιστικού
Τουρισμού. Η Κυπριακή Εμπειρία**

Ραφαέλα Βρυώνη

**Επιβλέπων Καθηγητής
Νικόλαος Λέανδρος**

Μάιος 2016

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Πολιτιστική Πολιτική
και Ανάπτυξη**

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Ο Οινοτουρισμός ως μια Ιδιαίτερη Περίπτωση Πολιτιστικού
Τουρισμού. Η Κυπριακή Εμπειρία**

Ραφαέλα Βρυώνη

**Επιβλέπων Καθηγητής
Νικόλαος Λέανδρος**

Η παρούσα πτυχιακή εργασία υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση πτυχιακού τίτλου σπουδών στην Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη από τη Σχολή Ανθρωπιστικών και Κοινωνικών Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2016

Περίληψη

Όπως και σε πολλές χώρες της Μεσογείου, έτσι και στην Κύπρο, η αμπελοοινική παράδοση είναι ιδιαίτερα πλούσια. Από τα πανάρχαια χρόνια μέχρι και σήμερα, είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την αγροτική ζωή, τις παραδόσεις και τα έθιμα της κυπριακής κοινωνίας. Συνοδεύει τις πιο ξεχωριστές στιγμές της ζωής των ανθρώπων, από την μια ως αναπόσπαστο μέρος της διατροφής τους, αλλά από την άλλη, και ως ισχυρός παράγοντας εσόδων, αφού η κυπριακή οικονομία βασιζόταν, μέχρι πρόσφατα, σε ένα μεγάλο ποσοστό στην οινοποιεία.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους τομείς εσόδων για το νησί, βασισμένο κυρίως στο πρότυπο του μαζικού τουρισμού. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερες χώρες στρέφονται στην διαφοροποίηση του τουριστικού τους προϊόντος, εφαρμόζοντας εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Στο πλαίσιο αυτό, δημιουργήθηκε μια νέα τάση: ο οινοτουρισμός. Πρόκειται για μια μορφή πολιτιστικού τουρισμού, η οποία δίνει την δυνατότητα στον επισκέπτη να δοκιμάσει νέες γεύσεις, να λάβει μέρος στην διαδικασία εάν το επιθυμεί, και να γνωρίσει ένα τόπο μέσα από την εμπειρία της παραγωγής κρασιού.

Αντικείμενο της εργασίας αυτής, αποτελεί η μελέτη της ανάπτυξης του συγκεκριμένου είδους τουρισμού στην Κύπρο. Αν και βρίσκεται σε εμβρυακό στάδιο, ωστόσο έχουν γίνει κάποια βήματα για περαιτέρω ανάπτυξη του, κυρίως με την δημιουργία των Δρόμων του Κρασιού. Το μεθοδολογικό πλαίσιο της εργασίας στηρίχθηκε κυρίως στη βιβλιογραφική ανασκόπηση και την ποιοτική έρευνα, μέσω προσωπικών συνεντεύξεων, από εκπροσώπους τριών οινοποιείων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι πρόκειται για μια μορφή τουρισμού πολλά υποσχόμενη, αφού συνδυάζει τις θετικές επιπτώσεις του τουρισμού, με την παράλληλη μείωση των αρνητικών συνεπειών. Μπορεί να εφαρμοστεί σε περιοχές της υπαίθρου που αντιμετωπίζουν προβλήματα ανάπτυξης, δίνοντας τους ώθηση για αύξηση των επενδύσεων, συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού, ευκαιρίες εργοδότησης και γενικότερη άνθηση από πολλές απόψεις.

Η περίπτωση της Κύπρου ως οινικός προορισμός, έχει πολλές δυνατότητες ανάπτυξης. Υπάρχει ποιοτικό προϊόν, κρατική στήριξη, ωστόσο χρειάζεται η συσπείρωση μεταξύ τοπικών και τουριστικών φορέων για την οργάνωση και χάραξη κοινής πολιτικής. Αν

καταφέρει να καθιερωθεί κυπριακή οινική ταυτότητα, ίσως να καταφέρει να αναπτυχθεί ως οινικός προορισμός διεθνούς εμβέλειας.

Summary

In Cyprus, as in many countries of the Mediterranean, the wine culture has been particularly rich. Its inextricable link with the rural lifestyle, traditions and customs of the Cypriot society dates back to ancient times and continuous until today. It accompanies the most special moments of people's lives, both as an integral part of their nutrition but also as a strong revenue factor, since the island's economy was significantly based until recently on the wine-making.

Following this stream of thought, tourism consists one of the most important areas of income for the island, mainly based on the model of mass tourism. However, over the past few years, more and more countries are moving towards the diversification of the tourism product, using alternative forms of tourism. In this context, a new tendency has developed: wine tourism. It is a form of cultural tourism, which enables visitors to taste new flavours, take part in the process if they wish, and get to know the region through the experience of producing wine.

The scope of this work is to study the development of this kind of tourism in Cyprus. Although still in an early stage, some measures for its further development have already been taken predominantly through the creation of the Wine Routes. The methodological framework of the research was based on literature review and qualitative research which was carried out, through personal interviews with representatives of three different wineries.

The results of the research show that wine tourism is a very promising form of tourism, since it combines the positive impact of tourism alongside the decrease of its negative consequences. It can be applied in rural areas, which face developmental difficulties, giving them, in this way, impetus for investment increase, reversal of population decline, employment opportunities and generally, an improvement in many areas.

The case of Cyprus as a wine tourism destination has a great potentiality for development. Besides the fact that there is high quality product and state support, local and tourist bodies need to be brought together to organize and establish a joint policy. If a cypriot wine brand manages to be established, it is possible to become a wine destination of international importance.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου Νικόλαο Λέανδρο, για την επίβλεψη και την καθοδήγηση καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας συγγραφής της εργασίας αυτής. Επίσης θερμές ευχαριστίες οφείλω στους συμμετέχοντες στην έρευνα, τους εκπροσώπους των τριών οινοποιείων Ανδρέα Κυριακίδη, Μάριο Ιακώβου και Ορέστη Τσιάκκα, καθώς και στην οικογένεια και στους φίλους μου για την έμπρακτη βοήθεια τους καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Περιεχόμενα

Περίληψη	iii
Summary.....	iv
Ευχαριστίες	v
1 Εισαγωγή.....	1
1.1 Ορισμός του τουρισμού.....	1
1.2 Ιστορική αναδρομή.....	3
1.3 Επιπτώσεις του τουρισμού.....	5
2 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	10
2.1 Ορισμός.....	10
2.2 Είδη εναλλακτικού τουρισμού.....	12
2.3 Μαζικός έναντι εναλλακτικού τουρισμού.....	13
2.4 Επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού.....	14
3 Οινοτουρισμός ως εναλλακτική μορφή τουρισμού.....	19
3.1 Το κρασί και η ιστορία του.....	19
3.2 Ορισμός του Οινοτουρισμού.....	20
3.3 Το προφίλ του Οινοτουρίστα.....	21
3.4 Ο Οινοτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης.....	24
3.4.1 Προϋποθέσεις επιτυχημένης ανάπτυξης οινοτουρισμού.....	25
3.4.2 Η διεθνής εμπειρία.....	26
3.4.2 Η περίπτωση της Γαλλίας.....	27
3.4.3 Η περίπτωση της Αυστραλίας.....	28
4 Οινοτουρισμός: η Κυπριακή Εμπειρία.....	30
4.1 Η Κύπρος ως τουριστικός προορισμός.....	30
4.2 Το κρασί και η σχέση του με το νησί.....	33
4.3 Οινικοί φορείς.....	36
4.3.1 Συμβούλιο Αμπελοοινικών Προϊόντων (ΣΑΠ).....	36
4.3.2 Σύνδεσμος Οινοποιείων Κύπρου.....	37
4.4 Δρόμοι του Κρασιού.....	38
4.5 Η Γιορτή του Κρασιού.....	42
4.6 Κυπριακό Οινομουσείο.....	43
5. Μελέτες Περιπτώσεων.....	45
5.1 Στόχος έρευνας.....	45
5.2 Μεθοδολογία.....	45
5.3 Οινοποιείο Βουνί Παναγιά (Παναγιά, Πάφος).....	46
5.4 Οινοποιείο Τσιάκκας (Πελένδρι Λεμεσού).....	49
5.5 Οινοποιείο Άης Αμπέλης (Καλό Χωριό Ορεινής, Λευκωσία).....	51
6. Συμπεράσματα Έρευνας	55
6.1 Αποτελέσματα έρευνας.....	55
6.1.1 SWOT Analysis.....	57
6.2 Προοπτικές ανάπτυξης στην Κύπρο και εισηγήσεις.....	59
7. Επίλογος.....	62
Παραρτήματα	65
A Διαγράμματα και Χάρτες.....	65
B. Κριτήρια ένταξης στους Δρόμους του Κρασιού.....	74
Γ. Δείγμα ημιδομημένου ερωτηματολογίου για τις συνεντεύξεις.....	76
Βιβλιογραφία	77

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται το φαινόμενο του τουρισμού. Ξεκινώντας από την αποσαφήνιση του όρου και την παρουσίαση της ιστορικής του εξέλιξης, από την εμφάνιση του φαινομένου μέχρι και σήμερα, παρουσιάζονται στη συνέχεια οι επιπτώσεις του, θετικές και αρνητικές, οι οποίες οδήγησαν τις χώρες υποδοχής στην αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το κεφάλαιο αυτό αποτελεί τη βάση στην οποία θα στηριχθεί η ανάλυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, μια από τις οποίες αποτελεί ο οινοτουρισμός, στα κεφάλαια που ακολουθούν.

1.1 Ορισμός του Τουρισμού

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNTWO) ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο το οποίο προωθεί την κινητικότητα των ανθρώπων μεταξύ χωρών για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς, για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο του ενός έτους (UNTWO 2014: 1).

Είναι όμως τόσο απλό να οριστεί; Το περιοδικό *The Economist* του 1991 (Fennell 2001: 24), τονίζει πως μια βιομηχανία η οποία σχετίζεται με τόσους τομείς, κοινωνικούς και οικονομικούς, ακόμη και τόσες διαφορετικές επιστήμες, θα ήταν υπεραπλούστευση να οριστεί τόσο γενικά. Πολλοί επιστήμονες έχουν προσπαθήσει να ορίσουν το φαινόμενο, αλλά κανείς από τους ορισμούς αυτούς δεν καταφέρνει να συμπεριλάβει όλες τις πτυχές του τουρισμού.

Μια από τις πρώτες προσπάθειες επιστημονικής ερμηνείας του όρου ήταν αυτή των Hunziker και Kraft το 1942, οι οποίοι αναφέρουν πως ο τουρισμός είναι «το σύνολο των ενεργοποιημένων σχέσεων και γεγονότων κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή τους δεν έχουν κίνητρο την

άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας» (Hunziker & Kraft 1942 όπως Πιστόλας 2011). Ο ορισμός αυτός κατορθώνει να διαχωρίσει τη μετανάστευση από τον τουρισμό, ωστόσο δεν κατορθώνει να αποδώσει πλήρως την έννοια του τουρισμού (Ηγουμενάκης 1996).

Οι ορισμοί των Leiper (1981) και Mathieson & Wall (1982), προσεγγίζουν τον τουρισμό με βάση τη δική του δομή βιομηχανίας. Σύμφωνα με τον πρώτο, η βιομηχανία του τουρισμού περιλαμβάνει πέντε βασικά στοιχεία του ευρύτερου περιβάλλοντος: 1) το ανθρώπινο δυναμικό, 2) την περιοχή προέλευσης, 3) μια ενδεχόμενη ενδιάμεση περιοχή, 4) την περιοχή υποδοχής και τέλος 5) την ίδια την τουριστική βιομηχανία. Οι Mathieson & Wall συμπυκνώνουν τα βασικά στοιχεία σε τρία: 1) το δυναμικό στοιχείο που περιλαμβάνει το ταξίδι προς ένα προορισμό, 2) το στατικό στοιχείο της παραμονής στον προορισμό αυτό και 3) το τεχνητό στοιχείο που προκύπτει από τα πρώτα δύο, το οποίο αφορά τις επιπτώσεις που επιφέρουν σε όλους τους τομείς – οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό.

Για τους Mill & Morisson (1985) ο τουρισμός περιλαμβάνει τέσσερα βασικά στοιχεία. Την αγορά, δηλαδή τους τουρίστες, το ταξίδι, την περιοχή υποδομής και το μάρκετινγκ, ενώ οι Makindosh & Goeldner (1990) ερμηνεύουν τον τουρισμό ως ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο το οποίο προκύπτει από την αλληλεπίδραση των τουριστών με την κοινωνία προορισμού, την τουριστική επιχείρηση και το κράτος.

Ο Fennell αναγνωρίζοντας την πολυσημία του όρου, προσπαθεί να συμπεριλάβει στην ερμηνεία του όλες τις εκφάνσεις του τουρισμού, καταλήγοντας πως «είναι ένα αλληλοσυνδεδεμένο σύστημα, που περιλαμβάνει τους τουρίστες και όλες τις υπηρεσίες, που τους παρέχονται και χρησιμοποιούν (εγκαταστάσεις, αξιοθέατα, μέσα μεταφοράς και καταλύματα) για την άνετη μετακίνησή τους και διαμονή» (Fennell 2001: 26).

Κρίνοντας από την πολυπλοκότητα της προσπάθειας αποσαφήνισης του όρου, μπορεί κανείς να αντιληφθεί την πολυπλοκότητα του ίδιου του φαινομένου, καθώς και το εύρος του. Στο πλαίσιο της εργασίας αυτής, θα χρησιμοποιείται ο ορισμός του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, καθώς αν και απλοποιημένος, περιλαμβάνει τα βασικά χαρακτηριστικά του φαινομένου του τουρισμού.

1.2 Ιστορική Αναδρομή

Ο τουρισμός και γενικότερα τα ταξίδια, είναι μια δραστηριότητα η οποία αν και άνθησε τον 18^ο και 19^ο αιώνα, έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα. Ως λέξη, εμφανίζεται για πρώτη φορά στις αρχές του 19^{ου} αιώνα, ενώ η σημασία της διαμορφώθηκε παράλληλα με την κάθε εποχή (Βαρβαρέσος 2000: 13). Όσον αφορά την ετοιμολογία της λέξης, πρόκειται για αντιδάνειο του αρχαίου ουσιαστικού τόννος (μτφρ. εργαλείο του ξυλουργού για τη δημιουργία κυκλικού σχήματος >tonnus> tour> tourisme (γαλ.)/tourism (αγγ) (Μπαμπινιώτης 1998).

Οι πρώτες περιηγήσεις ανάγονται στο 4000 π.Χ. από τους Σουμέριους. Η ανάγκη μετακίνησης για εμπορικούς σκοπούς μεταξύ των μεγάλων πόλεων της Μεσοποταμίας, καθώς και η εφεύρεση του τροχού και της γραφής που διευκόλυναν τις μεταφορές αυτές, έδωσαν ώθηση στην ανάπτυξη μιας πρώτης μορφής τουρισμού (Ανδριώτης 2008: 21).

Στην αρχαία Ελλάδα έχουμε την πρώτη μορφή πολιτιστικού τουρισμού. Πολλοί ταξίδευαν στο εσωτερικό της χώρας για να παραστούν σε μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις (π.χ Ολυμπιακούς Αγώνες), αλλά και σε θρησκευτικές τελετές που διεξάγονταν σε άλλες πόλεις (π.χ Ελευσίνα Μυστήρια). Παράλληλα, οι αρχαίοι Έλληνες όπως και οι Ρωμαίοι ταξίδευαν τόσο για πολιτιστικούς, όσο και για εμπορικούς σκοπούς στο εξωτερικό, ενώ οι δεύτεροι συχνά ταξίδευαν στην Ελλάδα, αφού θεωρείτο η γενέτειρα της κλασσικής παιδείας. Κοινό χαρακτηριστικό των ταξιδιωτών ήταν η οικονομική ευρωστία, αφού για να πραγματοποιηθούν τέτοιου είδους ταξίδια χρειαζόνταν τόσο χρήματα, όσο και αρκετός ελεύθερος χρόνος. Οι πολίτες προερχόμενοι από την υψηλή τάξη, απαλλαγμένοι από την καταναγκαστική εργασία ένιωθαν πως ήταν υποχρεωμένοι να ασχοληθούν με το κοινωνικό, ηθικό και πολιτικό «γίγνεσθαι» της πολιτείας, ενώ τα εκπαιδευτικά-πολιτιστικά ταξίδια ήταν ένας τρόπος να το πετύχουν. Παράλληλα, η φιλοξενία στην αρχαία Ελλάδα είχε ισχύ δια νόμου, ενώ ο Ξένιος Δίας ως προστάτης των φιλοξενουμένων και οικοδεσποτών, επέτασσε την υποδοχή και φιλοξενία επισκεπτών, στους κατοίκους μιας περιοχής (Βαρβαρέσος 2000: 15-19, Τσάρτας 1996).

Στο Μεσαίωνα, οι κυριότερες αιτίες τουρισμού εξακολουθούν να είναι το εμπόριο, τα εκπαιδευτικά ταξίδια, καθώς και οι θρησκευτικές εκδηλώσεις. Δημιουργούνται νέα

πολιτιστικά κέντρα όπως η Σεβίλλη και η Γρανάδα, ως αποτέλεσμα της εισβολής των Αράβων στην Ευρώπη κατά τον 12^ο αιώνα και της επαφής με τον μουσουλμανικό κόσμο. Παρόμοια επίδραση έχουν και οι σταυροφορίες, φέρνοντας σε επαφή την Δύση με την Μέση Ανατολή. Παράλληλα, οι προσπάθειες για ανάπτυξη του εμπορίου στην Ευρώπη, τη Μεσόγειο και τη Βαλτική, δίνει αφορμή για νέα ταξίδια όπως για παράδειγμα οι περιπλανήσεις του Μάρκο Πόλο στους δρόμους του μεταξιού (Βαρβαρέσος 2000: 22-24).

Κατά την Αναγέννηση εμφανίζονται νέες μορφές τουρισμού. Αρχικά, δημιουργείται το «Grand Tour», μια σειρά ταξιδιών σε διαφορετικές χώρες της Ευρώπης για τρία ή περισσότερα έτη. Το Grand Tour αφορούσε αποκλειστικά γόνους αριστοκρατικών οικογενειών με σκοπό τη διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων τους. Παράλληλα, την περίοδο αυτή ξεκινούν τα ταξίδια εξερευνήσεων και ανακαλύψεων νέων περιοχών. Ανακαλύπτονται νέες ήπειροι και οργανώνονται μεγάλες εκστρατείες εξερεύνησης των νέων περιοχών στην Αμερική, Αφρική, Ασία και Ωκεανία. Χώρες όπως η Αγγλία, η Ισπανία και η Γαλλία δημιουργούν αποικίες στις νέες χώρες, εφαρμόζοντας τον λεγόμενο αποικιοκρατικής μορφής τουρισμό (Βαρβαρέσος 2000: 24-26). Τέλος, τα ταξίδια υγείας με σκοπό την επίσκεψη σε ιαματικές πηγές ήταν ακόμη ένας σημαντικός λόγος για μετακινήσεις αυτή τη περίοδο (Βιτουλαδίτη 2000).

Ο 19^{ος} αιώνας αποτέλεσε ορόσημο στην ιστορία και την ανάπτυξη του τουρισμού. Καταγράφεται για πρώτη φορά η λέξη «tourist» το 1800 στην Αγγλία, αναφερόμενη στα άτομα που συμμετείχαν στο «Grand Tour». Ριζικές αλλαγές έφερε η βιομηχανική επανάσταση, η οποία οδήγησε στη διεύρυνση της μεσαίας τάξης, αυξάνοντας παράλληλα το εισόδημα της. Επιπλέον, η τεχνολογική επανάσταση, με τη δημιουργία του σιδηρόδρομου και τη ναυπήγηση του ατμόπλοιου, οδήγησε στη μείωση του κόστους μεταφοράς, ενώ οι μετακινήσεις έγιναν πολύ πιο γρήγορες και ασφαλείς. Οι αλλαγές αυτές είχαν ως αποτέλεσμα τη μαζικοποίηση του τουρισμού, ενώ παράλληλα γίνεται η εμφάνιση της οργανωμένης μορφής ταξιδιών. Έτσι, την περίοδο αυτή δημιουργούνται οι πρώτοι ταξιδιωτικοί οδηγοί, καθώς και τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία, με πρώτο το γραφείο του Thomas Cook το 1841 στην Αγγλία, ο οποίος ίδρυσε στη συνέχεια αλυσίδα τουριστικών γραφείων σε 68 χώρες σε όλο τον κόσμο. Παράλληλα, κατασκευάζονται ταξιδιωτικά καταλύματα υψηλών προδιαγραφών σε όλη

την Ευρώπη, ενώ οι τουρίστες εξακολουθούν να ανήκουν στην ομάδα των οικονομικά εύπορων ατόμων (Βαρβαρέσος 2000: 26-29, Τσάρτας 1996).

Φτάνοντας στον 20^ο αιώνα, ο τουριστικός τομέας συνεχίζει να αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς. Νέες τεχνολογικές ανακαλύψεις όπως το αεροπλάνο, γίνονται οι βάσεις της μαζικοποίησης και παγκοσμιοποίησης του τουρισμού, ενώ οι χώρες ξεκινούν να διαμορφώνουν θεσμικό πλαίσιο για να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Το προφίλ των τουριστών αλλάζει, δημοκρατικοποιείται, ενώ ανακαλύπτεται η διπλή εποχικότητα: το καλοκαίρι οι επισκέπτες επιζητούν θερμούς, παραθαλάσσιους προορισμούς, ενώ το χειμώνα αρχίζουν να αναπτύσσονται τα χειμερινά αθλήματα (Τσάρτας 1996).

Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, η ανάπτυξη του τουρισμού είναι ραγδαία λόγω των εξής παραγόντων: Αρχικά, υπάρχει πλέον πολιτική και οικονομική σταθερότητα στις αναπτυγμένες χώρες, ενώ αυξάνεται ο ελεύθερος χρόνος καθώς και η έννοια του «κοινωνικού κράτους». Επιπλέον, δημογραφικοί και οικονομικοί παράγοντες καθώς και η ανάπτυξη των μαζικών μεταφορικών μέσων επηρεάζουν την τουριστική κίνηση. Παράλληλα, η ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού, όπως και το γεγονός πως ο τουρισμός γίνεται καταναλωτικό προϊόν με εξειδικευμένες υπηρεσίες, έχουν ως αποτέλεσμα να γίνει σύγχρονο κοινωνικό αγαθό. Ένα αγαθό το οποίο προωθείται από την πολιτική των τουριστικών επιχειρήσεων αλλά και το κράτος. Τέλος, είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο που ανταποκρίνεται στα καταναλωτικά πρότυπα που αναπτύσσονται κατά τη μεταπολεμική περίοδο (Βαρβαρέσος 2000: 34-38, Τσάρτας 1996).

1.3 Επιπτώσεις του Τουρισμού

Η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής επιφέρει σημαντικές αλλαγές, οι οποίες συχνά δεν είναι αντιληπτές στην τοπική κοινωνία. Πολλές φορές η δυναμική του τουρισμού αλλάζει εντελώς τα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά των τουριστικών περιοχών, δημιουργώντας νέα δεδομένα για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος (Κοκκώσης-Τσάρτας 2001: 29). Ο όρος «επιπτώσεις» σύμφωνα με τους Κοκκώση-Τσάρτα (2001: 28), αναφέρεται σε όλες τις αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον των περιοχών ή χωρών όπου

αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα.

Οι κυριότεροι τομείς που επηρεάζονται από την τουριστική ανάπτυξη σύμφωνα με την βιβλιογραφία είναι η οικονομία, η κοινωνία-πολιτισμός και το περιβάλλον. Πιο κάτω θα αναλυθούν οι επιπτώσεις στον κάθε τομέα ξεχωριστά:

Επιπτώσεις στην Οικονομία (Κοκκώσης-Τσάρτας 2001, Mathieson & Wall 1982)

α) Απασχόληση: Αναμφισβήτητα, ο τουρισμός είναι ένας τομέας ο οποίος δημιουργεί πολλές θέσεις απασχόλησης. Το κυριότερο όμως πρόβλημα των εργαζομένων σε τομείς του τουρισμού είναι η εποχικότητα του κλάδου και συχνά η απασχόληση στον τομέα είναι περιστασιακή και ανειδίκευτη. Έτσι οι εργαζόμενοι βρίσκουν συχνά παράλληλες εργασίες ή ως αυτοαπασχολούμενοι, με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων.

β) Περιφερειακή ανάπτυξη: Σε πολλές περιπτώσεις απομονωμένες, ορεινές ή υποβαθμισμένες περιοχές, έχουν αναπτυχθεί λόγω του τουρισμού. Ιδιαίτερα σε περιοχές με πλούσιους τουριστικούς πόρους, η τουριστική ανάπτυξη αύξησε τα εισοδήματα των κατοίκων, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα την άνοδο του βιοτικού επιπέδου και τη μείωση της μετανάστευσης.

γ) Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική κοινωνία: Η τουριστική ανάπτυξη επιδρά θετικά σε κλάδους που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως η βιομηχανία, το εμπόριο, οι μεταφορές κλπ.

δ) Ισοζύγιο πληρωμών: Από τη μια μεριά, εισάγονται προϊόντα και είδη αναγκαία για τη λειτουργία του τουριστικού τομέα επιβαρύνοντας έτσι το ισοζύγιο πληρωμών των τουριστικών χωρών. Από την άλλη, η εισροή ξένου συναλλάγματος στις τουριστικές χώρες επιδρά θετικά στο ισοζύγιο. Η θετική ή αρνητική επίδραση του ισοζυγίου επαφίεται στη δυνατότητα της κάθε χώρας να σχεδιάζει και να προγραμματίζει τη λειτουργία του τουρισμού.

ε) Φορολογικά έσοδα κράτους: Η αύξηση των τουριστικών επιχειρήσεων σε περιοχές με τουριστική δραστηριότητα, οδηγεί σε ανάλογη αύξηση των φορολογικών εσόδων του κράτους. Παράλληλα, ο μεγάλος αριθμός εργοδοτούμενων, με συχνά υψηλά εισοδήματα, αντιστοιχεί σε παράλληλη αύξηση του φόρου εισοδήματος καθώς και της καταναλωτικής δαπάνης.

στ) Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης σε τοπικό επίπεδο: Ο τουρισμός όπως έχει παρατηρηθεί, δημιουργεί συνήθως πληθωριστικές πιέσεις. Έτσι αυξάνεται το κόστος ζωής της περιοχής, ενώ παράλληλα αυξάνεται η αύξηση στις τιμές της γης, ιδιαίτερα σε περιοχές με μαζικό οργανωμένο τουρισμό λόγω της αυξημένης ζήτησης.

Επιπτώσεις στην κοινωνία και τον πολιτισμό (Κοκκώσης-Τσάρτας 2001, Smith 1978)

α) Κοινωνική δομή: Με την ανάπτυξη του τουρισμού, ιδιαίτερα σε περιοχές απομονωμένες γεωγραφικά, αγροτικές ή της υπαίθρου, επέρχονται σημαντικές αλλαγές στη κοινωνική δομή του τόπου, ενώ διαμορφώνεται μια νέα κοινωνική δομή «αστικοποιημένη», όπου κυριαρχεί ο τουρισμός σε όλα τα επίπεδα (απασχόληση, δραστηριότητες, παραγωγή κλπ).

β) Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα: Η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελμάτων σε συνδυασμό με τα υψηλά εισοδήματα, οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, με στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε παρεμφερή επαγγέλματα. Αποτέλεσμα της τάσης αυτής είναι η διάχυση των τουριστικών εισοδημάτων σε ευρύτερα πληθυσμιακά στρώματα, ενώ παρατηρείται παράλληλα εγκατάλειψη κλάδων όπως η γεωργο-κτηνοτροφία.

γ) Επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες; Το ζήτημα της επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες προσέλκυσε το ενδιαφέρον αρκετών ερευνητών, δίνοντας έμφαση στην κοινωνική συμπεριφορά και στον βαθμό που επηρεάζονται οι αντιλήψεις και οι αξίες των ντόπιων. Παράλληλα, όσο μεγαλύτερη είναι η τουριστική ανάπτυξη και η μαζικοποίησή της, παρατηρείται πως η επικοινωνία μεταξύ των δύο μερών «εμπορευματοποιείται» και καταλήγει σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής.

δ) Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα: Η «αστικοποίηση» των τουριστικών περιοχών, οδηγεί στην αλλαγή των κοινωνικών σχέσεων, στα ήθη και τα έθιμα. Οι αλλαγές αυτές επηρεάζουν τις σχέσεις των δύο φύλων, τον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, την εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, τα ήθη και τα έθιμα, τα οποία συνήθως περιθωριοποιούνται, καθώς και τις σχέσεις μεταξύ των ατόμων της ίδιας της κοινότητας.

ε) Εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτισμού: Σε πολλές περιπτώσεις στο πλαίσιο της εξυπηρέτησης του τουρίστα-καταναλωτή, μορφές της τοπικής παράδοσης και πολιτισμού π.χ πολιτιστικές εκδηλώσεις, χειροτεχνήματα κλπ, μετατρέπονται σε τουριστικά προϊόντα, συνήθως χαμηλής ποιότητας και προσφέρονται στους τουρίστες ως δείγμα της τοπικής παράδοσης ή ως αναμνηστικά.

Επιπτώσεις στο περιβάλλον (Κοκκώσης-Τσάρτας 2001, Mathieson & Wall 1982)

α) Φυσικό περιβάλλον: Η ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος επηρεάζεται από την τοπική τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερα σε οικολογικά ευαίσθητες περιοχές όπως παραθαλάσσιες περιοχές, ορεινές, υγροβιότοποι κλπ. Επιβάλλεται ο σχεδιασμός, ο προγραμματισμός και η διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης για να αποφευχθεί η οικολογική διαταραχή.

β) Χρήση της γης: Η ανάπτυξη του τουρισμού οδηγεί στη δημιουργία νέων υποδομών και τη χρήση νέων εκτάσεων γης. Συχνά οι δραστηριότητες αυτές αποτελούν αιτία συγκρούσεων για τη χρήση της γης, ιδιαίτερα σε παραθαλάσσιες ή αγροτικές περιοχές, όπου παρατηρείται συχνά το φαινόμενο της οικοπεδοποίησης. Παράλληλα, ο τουρισμός απορροφά συχνά πολλούς πόρους που είναι αναγκαίοι για την ανάπτυξη της αγροτικής παραγωγής π.χ το νερό. Τέλος ο τουρισμός διεκδικεί διαρκώς νέες εκτάσεις για τις δραστηριότητες και τις υποδομές του, λειτουργώντας «ολιστικά» στις τουριστικές περιοχές.

γ) Μετατροπή οικιστικών συνόλων ή χωρικών ενοτήτων σε τουριστικούς πόρους: Το ζήτημα αυτό αφορά τους παραδοσιακούς οικισμούς και περιοχές με ιδιαίτερη φυσική ομορφιά όπως λίμνες, ποτάμια, φαράγγια, υγροβιότοπους κλπ. Το δομημένο και το φυσικό περιβάλλον διαμορφώνουν ένα ιδιαίζων τουριστικό πόρο, ενώ αποτελούν πόλο

έλξης τουριστών. Επιβάλλεται η αναζήτηση νέων τρόπων σχεδιασμού και διαχείρισης τέτοιων περιοχών ώστε να διατηρηθεί η ισορροπία του περιβάλλοντος.

δ) Φέρουσα ικανότητα των τουριστικών περιοχών: «Φέρουσα ικανότητα» νοείται η δυνατότητα μιας συγκεκριμένης περιοχής, μέσω της κοινωνικο-οικονομικής δομής και του περιβάλλοντος της, να φιλοξενήσουν συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμό τουριστών. Ο αριθμός τουριστών δεν πρέπει να ξεπερνά την φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής, για την αποφυγή των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού.

ε) Προβλήματα ανάπτυξης, λειτουργίας και διαχείρισης τουριστικών περιοχών: Με την αύξηση του αριθμού των τουριστικών θέρετρων κατά τη μεταπολεμική περίοδο, τέθηκαν ζητήματα λειτουργίας και διαχείρισης τους, καθώς και θεσμικό πλαίσιο, που καθορίζει ζητήματα που αφορούν το περιβάλλον, τη χωροταξία και την πολεοδομία. Γίνεται στροφή προς το πρότυπο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, με σκοπό την προστασία των τουριστικών περιοχών. Ως βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, ορίζεται ο τύπος της ανάπτυξης που έχει ως σκοπό την διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ της τοπικής, κοινωνικής, οικονομικής, πολιτισμικής και περιβαλλοντικής δομής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για τη συνεχή ανατροφοδότηση της.

Μέσα λοιπόν από τη μελέτη του φαινομένου του τουρισμού από, την εμφάνιση του μέχρι σήμερα, συζητήθηκαν οι επιπτώσεις που επιφέρει στις χώρες υποδοχής. Με την έκρηξη του τουριστικού ρεύματος από τη δεκαετία του '80 και μετά, ο μαζικός τουρισμός χρωματίστηκε με αρνητική χροιά. Τα βραχυπρόθεσμα οικονομικά του οφέλη, έφτασαν να μην έχουν τόση σημασία σε σύγκριση με τις μακροπρόθεσμες αρνητικές συνέπειες για την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον των κατοίκων της τουριστικής περιοχής. Ήταν ζήτημα χρόνου λοιπόν, να αρχίσει η αναζήτηση νέων, ηπιότερων μορφών τουρισμού.

Κεφάλαιο 2

Εναλλακτικές μορφές

τουρισμού

Η έκρηξη του τουριστικού ρεύματος σε συνδυασμό με την εξάπλωση του μαζικού τουρισμού¹ από τη δεκαετία του '80 και εξής, επέφερε σημαντικές αλλαγές στην κοινωνία και το περιβάλλον των τουριστικών προορισμών. Έτσι άρχισε η στροφή σε νέους τύπους τουριστικής ανάπτυξης, οι οποίοι θα διασφάλιζαν την ισορροπία στους χώρους υποδοχής στα πλαίσια της αειφορίας². Παράλληλα, ο κορεσμός των είδη υπάρχοντων προορισμών και η αναζήτηση των επισκεπτών για νέα είδη τουρισμού, οδήγησαν τους δημόσιους φορείς στη δημιουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού, πιο ήπιων. Έτσι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έκαναν την εμφάνισή τους τις τελευταίες δεκαετίες, ως μια πρόταση αντίθετη με τη μαζικότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων, ενώ στη βιβλιογραφία ο εναλλακτικός τουρισμός αναφέρεται πολλές φορές ως αντώνυμο του μαζικού.

2.1 Ορισμός

Εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται ως μια μορφή ανάπτυξης τουριστικών προορισμών μικρής κλίμακας και μη μαζική, που προωθεί μια ενεργητική μορφή διακοπών φιλική προς το περιβάλλον, τις κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες. Η ανάπτυξη αυτή κάνει δυνατή την αλληλεπίδραση και την κοινή συμβίωση μεταξύ των μελών διαφορετικών

¹ Μαζικός τουρισμός: Είναι το είδος τουρισμού το οποίο χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στη τουριστική δραστηριότητα, ενώ αναφέρεται στον τρόπο οργάνωσης της τουριστικής μετακίνησης αλλά και τη συγκέντρωση μεγάλου αριθμού τουριστών. Είναι το κυρίαρχο είδος στην παγκόσμια τουριστική αγορά. (Ηγουμενάκης 1997).

² Στην έκθεση Brundtland, το πόρισμα δηλαδή που εξέδωσε η Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη το 1987 (με τον τίτλο «Our Common Future»), τίθεται επίσημα το ζήτημα της ανθρωποκεντρικής προσέγγισης σε ότι αφορά την ανάπτυξη. Η νέα αυτή μορφή ανάπτυξης ονομάζεται «βιώσιμη» (μερικές συνώνυμες λέξεις που απαντώνται στην βιβλιογραφία είναι αειφόρος και διατηρήσιμη). (Λέανδρος 2012, 305-307)

κοινωνικών ομάδων (των τουριστών και των κοινωνιών υποδοχής τους) και αναπτύσσεται με τη σύμφωνη γνώμη και συμμετοχή του ντόπιου κοινωνικού συνόλου. (Ανδριώτης 2008). Είναι μια μορφή τουρισμού μικρής κλίμακας συνήθως, η οποία αναπτύσσεται από τους κατοίκους της περιοχής. περιλαμβάνει συχνά ταξίδια σε απομονωμένες περιοχές, ενώ η διαμονή γίνεται συνήθως σε μικρά καταλύματα (Butler 1990). Για τον Inskoop (1991) ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης, ενώ παράλληλα είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά ευαίσθητος, σε αντίθεση με το μοντέλο του μαζικού τουρισμού.

Προσφέρει μια εμπειρία η οποία συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας αλλά και του περιβάλλοντος, φυσικού και ανθρωπογενούς. Παράλληλα, τα βασικά χαρακτηριστικά του συνδέονται με την αναζήτηση της αυθεντικότητας ενός προορισμού, της επαφής με τη φύση, τη συμβολή της προστασίας του περιβάλλοντος και της ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξη που οργανώνεται κυρίως από τον τοπικό πληθυσμό. Επιπλέον στοχεύει στη βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης του ντόπιου πληθυσμού, επιμηκύνει την τουριστική περίοδο σε δώδεκα μήνες, ενώ προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα που δεν επιζητούν αποκλειστικά το τρίπτυχο των «S» sun, sand, sex (ήλιος, άμμος, σεξ) (Λέανδρος-Πάλλη 2014: 2, Ανδριώτης 2008: 73).

Σύμφωνα με τους ερευνητές (Berno 1999, Cohen 1989, Ανδριώτη 2008) συνήθως οι τουριστικοί προορισμοί θεωρείται πως στερούν την αυθεντικότητα του ταξιδιού από τον επισκέπτη, αφού επιδεικνύουν πλαστά θέλγητρα με σκοπό την τουριστική χρήση. Ο εναλλακτικός τουρισμός αντιθέτως διαφοροποιείται από τις ήδη κορεσμένες τουριστικές περιοχές, προσφέροντας μια νέα εμπειρία σε ανεξερεύνητες περιοχές. Μπορεί να θεωρηθεί πως ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια αντίδραση του τουρίστα στην εμπορευματοποίηση των διακοπών, καθώς και μια προσπάθεια των προορισμών να προσφέρουν κάτι καινούριο στον επισκέπτη (Ανδριώτης 2003).

Το προφίλ των ατόμων που επιλέγουν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού φαίνεται να είναι συγκεκριμένο: άτομα μορφωμένα, με εισόδημα μέτριο έως υψηλό, με υψηλή αγοραστική δύναμη και συνεπώς οι επιλογές τους αφορούν κυρίως τα ενδιαφέροντα τους και όχι το κόστος. Επιπρόσθετα, ενδιαφέρονται για ενεργές διακοπές, να γνωρίσουν τον τοπικό πληθυσμό και την τοπική κουλτούρα, να έλθουν σε επαφή με τη

φύση, καθώς και για την αγορά αυθεντικών προϊόντων. Τέλος, μένουν στον προορισμό περισσότερες μέρες από ένα τουρίστα μαζικού προορισμού (Kunwar 1997, Σπιλάνης 2000).

2.2 Είδη εναλλακτικού τουρισμού

Οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού, αν και υπάρχει κοινή συνισταμένη ως προς τις ονομασίες, στη βιβλιογραφία ωστόσο εμφανίζονται κατηγοριοποιημένες με διαφορετικά κριτήρια. Κάνοντας μια επιλογή από τις σημαντικότερες εξ αυτών, θα γίνει αναφορά σε τρία είδη: τον Πολιτιστικό τουρισμό, τον Αγροτουρισμό και τον Οικοτουρισμό.

Σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάρτα και Γκριμπά (2011: 194), ο Πολιτισμικός τουρισμός είναι μια γενικότερη ομάδα που περιλαμβάνει στοιχεία του πολιτισμού που είναι παράλληλα τουριστικοί πόροι. Συμπεριλαμβάνει μορφές τέχνης (μουσική, χορός, γλυπτική κ.ά) έθιμα και παραδόσεις της περιοχής, στοιχεία της ιστορίας και θρησκείας, το δομημένο περιβάλλον (αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα), σύνολα φυσικού περιβάλλοντος ή μικτού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, και τέλος πολιτιστικές εκδηλώσεις. Έτσι στην ομάδα αυτή συγκαταλέγονται μορφές τουρισμού όπως ο θρησκευτικός, εκπαιδευτικός, ο γαστριμαργικός, ο οινοτουρισμός και ο αστικός.

Ο Αγροτουρισμός, είναι μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που επικεντρώνεται στην αναζωογόνηση της υπαίθρου, μέσα από την παρουσία τουριστών που επιθυμούν να βιώσουν εμπειρίες αγροτικών δραστηριοτήτων, ξεφεύγοντας από τον αστικό τρόπο ζωής. Περιλαμβάνει ενασχόληση του τουρίστα με αγροτικές εργασίες όπως την καλλιέργεια της γης και την κτηνοτροφία (Λιναρδάτου 2008: 14).

Ο Οικοτουρισμός είναι η επίσκεψη σε περιοχές φυσικού κάλλους, ενώ ο επισκέπτης ασχολείται με τη χλωρίδα, τη πανίδα τη γεωλογία και τα οικοσυστήματα μιας περιοχής όπως επίσης και με τον πολιτισμό, τις ανάγκες και τη σχέση των κατοίκων με τη γη π.χ παρατήρηση πτηνών (Wallace and Pierce 1996: 847).

Μερικά άλλα είδη τουρισμού είναι ο αθλητικός τουρισμός, ορεινός τουρισμός, τουρισμός υγείας, θαλάσσιος τουρισμός, επαγγελματικός, τουρισμός τρίτης ηλικίας,

γυμνιστικός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, τουρισμός σε θεματικά πάρκα κ.α. (Τσάρτας 1996)

2.3 Μαζικός έναντι εναλλακτικού τουρισμού

Ο σύγχρονος τουρισμός μέσα από κάποιες τάσεις του, οδηγεί στην απομάκρυνση από το μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» και τον επαναπροσδιορισμό των τουριστικών προϊόντων. Οι κυριότερες τάσεις συνοψίζονται στις εξής: α) η γήρανση του πληθυσμού, β) η υψηλή συγκέντρωση πλούτου στις μέσες και ανώτερες ηλικίες, γ) η μετατόπιση από το ομογενοποιημένο τουριστικό προϊόν, στις προσωπικές ανάγκες του κάθε ταξιδιώτη, δ) η αναζήτηση νέων εμπειριών και όχι απλώς αξιοθέατων, ε) οι τουρίστες είναι πιο έμπειροι και πολυταξιδεμένοι, στ) η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου επέφερε επανάσταση στις τουριστικές επιχειρήσεις, ζ) η ανάπτυξη του slow travel³, η) η ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, θ) τέλος, οι περιβαλλοντικές αλλαγές που έχουν μετατρέψει τα καλοκαίρια των βόρειων χωρών σε ήπια ή ζεστά, και των μεσογειακών σε υπερβολικά ζεστά (INTERREG 2008).

Σε πολλές περιπτώσεις, όταν γίνεται αναφορά στα δύο αυτά είδη τουριστικής ανάπτυξης, τον μαζικό και τον εναλλακτικό τουρισμό, ο πρώτος παρουσιάζεται ως μια μορφή ανάπτυξης με αρνητική απόχρωση ενώ ο εναλλακτικός παρουσιάζεται ως η πανάκεια (Lane 1989, Pearce 1992 όπως INTERREG 2008). Ποιες είναι οι διαφορές στις οποίες έγκειται ο διαχωρισμός;

Αρχικά, οι αρνητικές συνέπειες που επιφέρει ο πρώτος, οφείλονται κυρίως στο ότι συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, χωρίς να υπάρχει ανάλογος προγραμματισμός και έλεγχος, ενώ απαιτεί μεγάλης κλίμακας επενδύσεις και υποδομές. Η τοπική κοινωνία δεν συμμετέχει σε μεγάλο βαθμό στην τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, ενώ η καθιέρωση των καλοκαιρινών διακοπών σε παραθαλάσσιες περιοχές εγείρει το ζήτημα της εποχικότητας, δηλαδή της απασχόλησης των εργαζομένων σε τουριστικές υπηρεσίες μόνο μερικούς μήνες του χρόνου. Ο περιορισμός του μαζικού τουρισμού σε συγκεκριμένες χωρικές επιλογές, οδηγεί τις περιοχές αυτές στην ολοκλήρωση του κύκλου ζωής τους και στον κορεσμό σε κάποιο στάδιο. Παράλληλα, η διεθνοποίηση του

³ Slow travel είναι ένα κίνημα, μια φιλοσοφία ταξιδιού, το οποίο αντιτίθεται στην γρήγορη περιήγηση (π.χ ένα ταξίδι που περιλαμβάνει επίσκεψη σε τέσσερις πόλεις μέσα σε επτά μέρες), αλλά προτιμούν να απολαμβάνουν τον τόπο επίσκεψης με χαλαρούς ρυθμούς. <http://www.independenttraveler.com/travel-tips/none/the-art-of-slow-travel> (Πρόσβαση 16.03.2016)

σε συνδυασμό με τις κρατικές διευκολύνσεις και την οργάνωση από τους tour operators, οδήγησε στην καθιέρωση του τουρισμού ως κλασικό προϊόν και κοινωνικό αγαθό της αστικής τάξης.

Ο εναλλακτικός από την άλλη, υπόσχεται αυθεντικές εμπειρίες, σεβόμενος το περιβάλλον, τον πολιτισμό και τις παραδόσεις της τοπικής κοινωνίας. Δίνονται ευκαιρίες απασχόλησης και επενδύσεων στους ντόπιους, αμβλύνοντας τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού. Έτσι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού προσπαθώντας να μειώσουν τις αρνητικές επιπτώσεις, ακολουθούν το πρότυπο του βιώσιμου σχεδιασμού ανάπτυξης. Προβλέπει την ισορροπία μεταξύ τουριστικής ανάπτυξης και του οικονομικού, κοινωνικού, περιβαλλοντικού και πολιτιστικού τομέα, ούτως ώστε να επιτευχθεί μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα. Οι τουριστικές υποδομές λοιπόν που χρησιμοποιούνται είναι μικρής ή μεσαίας έκτασης, ενώ αναδεικνύεται η τοπικότητα και το περιβάλλον ως μέρος της εμπειρίας.

Προσφέρεται επίσης μια σειρά διαφορετικών προϊόντων, τα οποία προκύπτουν με βάση τα ειδικά κριτήρια του κάθε ταξιδιώτη, ενώ οι ταξιδιώτες αυτοί προτιμούν «ενεργητικές διακοπές» συνδυάζοντας πολλές δραστηριότητες στην επίσκεψη τους. Πλεονέκτημα επίσης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, είναι πως μπορούν να διεξαχθούν όλο το χρόνο ενώ υπάρχει αυτονομία στην οργάνωση. (Ανδριώτης 2008: 75-76, Κοκκώσης κ.ά 2011: 103-116, Butler 1980)

2.4 Επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού

Αν και θεωρείται μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης, όντας είδος τουρισμού αναπόφευκτα επιφέρει επιπτώσεις στον προορισμό υποδοχής. Η δριμύτητα των επιπτώσεων αυτών ποικίλει ανάλογα με τη διαχείριση των πόρων, ενώ κατηγοριοποιούνται σε τρεις ομάδες ανάλογα με τον τομέα που επηρεάζουν: οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικο-πολιτιστικές.

Οικονομικές επιπτώσεις: Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα των χωρών, είναι το ζήτημα της διασποράς της τουριστικής ανάπτυξης σε όλη την επικράτεια τους. Συνήθως η ανάπτυξη εκδηλώνεται στα μεγάλα αστικά κέντρα και στις παράκτιες περιοχές, ενώ η ύπαιθρος αντιμετωπίζει οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα. Ο εναλλακτικός τουρισμός προτείνεται ως λύση στις περιοχές αυτές. Με την ανάπτυξη

του αυξάνεται η επιχειρηματικότητα αλλά και οι θέσεις εργασίας, βοηθώντας έτσι στη συγκράτηση του γηγενούς πληθυσμού και την ανάπτυξη της οικονομίας του τόπου. Επιπρόσθετα, η οικονομική ανάπτυξη των περιοχών οδηγεί σε ανάλογα αναπτυξιακά έργα υποδομής, βελτιώσεις στις συγκοινωνίες, παροχή υπηρεσιών, τηλεπικοινωνιών, εγκαταστάσεις αναψυχής και άθλησης, καθώς και εισροή στην αγορά καλύτερης ποιότητας προϊόντων. Παράλληλα, οι επενδύσεις στην ύπαιθρο μπορούν να θεωρηθούν λιγότερο δαπανηρές σε σύγκριση με αυτές του μαζικού τουρισμού.

Σε κρατικό επίπεδο, ενδυναμώνεται η οικονομία της χώρας αφού προωθούνται τα παραδοσιακά, τοπικής παραγωγής προϊόντα, μειώνοντας την εκροή συναλλάγματος από τις εισαγωγές. Επιπλέον έσοδα μπορούν να ληφθούν από εισιτήρια εισόδου σε τοποθεσίες πολιτιστικής ή περιβαλλοντικής σημασίας, από παραχωρήσεις αδειών εκμετάλλευσης χώρων, από δικαιώματα πώλησης ειδών για συγκεκριμένα προϊόντα, εθελοντικές προσφορές, καθώς και φορολογία. Επιτυγχάνεται λοιπόν αυξημένη κυκλοφορία χρήματος στην τοπική οικονομία, όπως επίσης και εισροή εσόδων στα κρατικά ταμεία, μέρος των οποίων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ενίσχυση της υπαίθρου καλυτερεύοντας το επίπεδο διαβίωσης.

Έχουν παρατηρηθεί ωστόσο και αρκετές αρνητικές συνέπειες. Αρχικά, ένα μεγάλο μέρος των εργαζομένων σε αρκετές περιπτώσεις δεν ανήκει στην τοπική κοινότητα αλλά εργοδοτούνται άτομα που προέρχονται από ξένες χώρες, διαρρέοντας μέρος των μισθών εκτός της τοπικής οικονομίας, επηρεάζοντας αρνητικά το ισοζύγιο πληρωμών. Παράλληλα, πολλοί εργοδότες δεν καταβάλουν ασφαλιστικές εισφορές, με αποτέλεσμα να διαφεύγουν έσοδα από το κράτος. Επιπλέον σε αρκετές περιπτώσεις παρατηρούνται προβλήματα φοροδιαφυγής και παραοικονομίας λόγω της δυσκολίας να ελεγχθεί η λειτουργία των μικρών τοπικών επιχειρήσεων (Ανδριώτης 2008, Τσάρτας 1993).

Περιβαλλοντικές επιπτώσεις: Το φυσικό περιβάλλον είναι αναπόσπαστο μέρος του τουριστικού προϊόντος. Έτσι η καταστροφή του έχει σημαντικές επιπτώσεις στον τουρισμό, όπως και το αντίστροφο. Στη περίπτωση του εναλλακτικού τουρισμού, το φυσικό περιβάλλον κατέχει ξεχωριστή αξία, αφού οι σύγχρονοι τουρίστες επιζητούν υψηλής ποιότητας φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον για να ξεφύγουν από το αστικό πλαίσιο. Η ύπαιθρος, αποξενωμένη από τη βιομηχανοποίηση, διατηρεί το φυσικό περιβάλλον αναλλοίωτο σε μεγάλο βαθμό, καθιστώντας το πόλο έλξης για τους

εναλλακτικούς τουρίστες. Η ανθρώπινη όμως δραστηριότητα σε συνδυασμό με τον τουρισμό, επηρεάζουν άρδην το τοπίο μιας περιοχής και οδηγείται σταδιακά στην υποβάθμιση.

Σκοπός των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, είναι να γίνεται λελογισμένη χρήση των φυσικών πόρων, ούτως ώστε να προκαλείται όσο το δυνατόν λιγότερη περιβαλλοντική επιβάρυνση. Κάποιες από τις στρατηγικές που εφαρμόζονται είναι η χρήση χαμηλότερων ποσοτήτων ενέργειας ή η χρήση εναλλακτικών μορφών π.χ η ηλιακή, η βιώσιμη χρήση της γης με την εφαρμογή μεθόδων γεωργικής εκμετάλλευσης φιλικών προς το περιβάλλον, ενώ δημιουργούνται υποδομές μικρής κλίμακας οι οποίες συμβαδίζουν με τις αρχές της αειφορίας. Παράλληλα, αρκετοί οικοτουρίστες συμμετέχουν σε οικολογικές ομάδες και συνεισφέρουν οικονομικά σε αυτές. Έτσι ο τουρισμός μπορεί να γίνει χρήσιμο εργαλείο προστασίας και αναβάθμισης του περιβάλλοντος, φυσικού και ανθρωπογενούς (Ανδριώτης 2008, Τσάρτας 1993).

Κοινωνικο-πολιτιστικές επιπτώσεις: Η ταυτότητα και ο πολιτισμός μιας κοινωνίας υποδοχής επηρεάζεται άμεσα από τον τουρισμό. Οι ντόπιοι αλληλεπιδρούν με άτομα από διαφορετικές κουλτούρες, δημιουργώντας ένα κλίμα αλληλοκατανόησης και διεθνούς συνεργασίας. Στην περίπτωση του εναλλακτικού τουρίστα, η επαφή του με τους κατοίκους είναι πιο φιλική και ουσιαστική, αφού βασίζεται στην επιδίωξη του τουρίστα να τους γνωρίσει καλύτερα και κυρίως να γνωρίσει την τοπική κουλτούρα. Η τουριστική απόδραση αποτελεί στην ουσία μια πολύτιμη εκπαιδευτική εμπειρία.

Παράλληλα, ο εναλλακτικός τουρισμός συντείνει στη δημιουργία της αίσθησης μιας κοινής εθνικής ταυτότητας. Οι τουρίστες γνωρίζουν τα ήθη, έθιμα και τον τρόπο ζωής της χώρας, ενώ σε πολλές περιπτώσεις καταβάλλεται προσπάθεια να μάθουν την τοπική γλώσσα. Οι κινήσεις αυτές από τη μία αυξάνουν τον σεβασμό μεταξύ τους, όμως από την άλλη μπορεί να προκαλέσουν συγκρούσεις ή παρεξηγήσεις εξαιτίας των διαφορετικών προτύπων συμπεριφοράς ή των γλωσσικών και θρησκευτικών διαφορών των δύο μερών (WTO 1993).

Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται από τον εναλλακτικό τουρισμό, συμβάλλουν στη συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού, στην περιοχή, οδηγώντας σε δημογραφική αναγέννηση τις περιοχές της υπαίθρου. Έτσι τα προβλήματα της αστικοποίησης και

μετανάστευσης που αντιμετωπίζουν πολλές περιοχές μπορούν να αμβυνθούν. Από την άλλη όμως, δεν μπορεί να αγνοηθεί η διαστρέβλωση των κοινωνικών δομών, η οποία δημιουργείται από την τάση στροφής στα επαγγέλματα τουρισμού (τόσο για οικονομική όσο και κοινωνική καταξίωση), εγκαταλείποντας τα παραδοσιακά επαγγέλματα.

Σημαντική επίσης θεωρείται η συμβολή του εναλλακτικού τουρισμού στην είσοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας. Όπως υποστηρίζουν οι Canoves et al. (2004: 763-766), ο ρόλος της γυναίκας στις επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού είναι πιο σημαντικός σε σύγκριση με τις συμβατικές μορφές τουρισμού, αφού καλείται να ανταπεξέλθει σε τρεις ρόλους: της νοικοκυράς, της αγρότισσας και της εργαζόμενης στην επιχείρηση εναλλακτικού τουρισμού. Αναλαμβάνουν τη λειτουργία των τουριστών καταλυμάτων, αλλά οι παραδοσιακές τους εργασίες όπως οι οικιακές εργασίες και η φροντίδα των παιδιών εξακολουθούν να είναι ευθύνη τους. Από την άλλη, πολλές νέες γυναίκες έχουν χειραφετηθεί μέσα από την εργασία τους σε τουριστικές επιχειρήσεις.

Ο πολιτισμός της κοινωνίας υποδοχής θεωρείται πως είναι πιο επιρρεπής στα ξενόφερτα πρότυπα, με αποτέλεσμα να λειτουργεί ως δέκτης τους (π.χ ξενομανία). Παράλληλα, η αύξηση των τουριστών οδηγεί σε προβλήματα όπως η ηχορύπανση, κυκλοφοριακή συμφόρηση τα οποία επηρεάζουν την ποιότητα του βιοτικού επιπέδου, ενώ γίνεται προσέλκυση ξένων επενδύσεων με αποτέλεσμα την αλλοίωση της δημογραφικής σύνθεσης της περιοχής.

Παράλληλα, μέσω του εναλλακτικού τουρισμού αναβιώνουν παραδοσιακά επαγγέλματα όπως και έθιμα και παραδοσιακές εκδηλώσεις που τείνουν να εκλείψουν. Έτσι προστατεύεται η πολιτιστική ταυτότητα των κατοίκων, αλλά δίνεται και η δυνατότητα στους ξένους να λάβουν ενεργό ρόλο στις εκδηλώσεις αυτές και να νιώσουν μέρος του συνόλου. Από την άλλη όμως, υπάρχει ο κίνδυνος να διαμορφωθούν οι εκδηλώσεις αυτές με γνώμονα τις προτιμήσεις των τουριστών, με αποτέλεσμα να αντικατασταθεί ο αυθεντικός πολιτισμός με ευτελή και θελκτικά υποκατάστατα. (Ανδριώτης 2008, Τσάρτας 1993)

Συμπερασματικά, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού επιφέρουν περισσότερα θετικά στις περιοχές που εφαρμόζονται σε σχέση με τον μαζικό τουρισμό. Αν και υπάρχουν

αναμφισβήτητα αρνητικές επιπτώσεις, τα πλεονεκτήματα του εναλλακτικού τουρισμού υπερέχουν των μειονεκτημάτων. Οι επισκέπτες είναι λιγότεροι, αλλά περισσότερο ευαισθητοποιημένοι σε ότι αφορά την περιοχή υποδοχής, την κοινωνία και το περιβάλλον της, συντελώντας στην προστασία τους. Παράλληλα, οι αρμόδιοι φορείς θα πρέπει να εφαρμόζουν πρακτικές ελεγχόμενης ανάπτυξης και προστασίας της περιοχής σε όλα τα επίπεδα, ώστε να επιτυγχάνεται η ισορροπία μεταξύ της τουριστικής ανάπτυξης και των συνεπειών της, ακολουθώντας τις αρχές της αειφορίας.

Κεφάλαιο 3

Ο Οινοτουρισμός ως εναλλακτική μορφή τουρισμού

Το κρασί από τη φύση του είναι αναπόσπαστο κομμάτι του τουρισμού. Συνδεδεμένο με τη χαλάρωση, τη διασκέδαση και τη φιλοξενία, είναι μέρος ενός γεύματος, ενώ παράλληλα αποτελεί μέρος της κουλτούρας του κάθε λαού ξεχωριστά (Bruwer 2003: 423). Παράλληλα, ο διεθνής ανταγωνισμός στον τουριστικό τομέα, οδηγεί στην προσπάθεια διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος μέσω του εμπλουτισμού του. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στις οποίες ανήκει ο οινοτουρισμός, διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο, αφού καταφέρνουν να δώσουν στον επισκέπτη μια εντελώς διαφορετική τουριστική εμπειρία. Περιλαμβάνει την αυθεντική ταυτότητα της περιοχής μέσω της πολιτιστικής κληρονομιάς, του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, της επικοινωνίας με την τοπική κοινότητα, τη φιλοξενία και την κουλτούρα τους (Κοκκώσης & Βαλασσά 2012). Ο οινοτουρισμός έχει αναδειχθεί ως ένα ισχυρό εργαλείο ανάπτυξης και θεωρείται σημαντικό στοιχείο του τουρισμού σε πολλές οινοπαραγωγικές χώρες.

3.1 Το κρασί και η ιστορία του

Σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία, ο Δίας βλέποντας τους ανθρώπους δυστυχισμένους από τους πολέμους, αποφάσισε να τους κάνει ένα δώρο που θα χαρίσει χαρά και ευχαρίστηση στη ζωή τους. Διέταξε λοιπόν τον Διόνυσο, το θεό του κρασιού, να διδάξει στους ανθρώπους την καλλιέργεια της αμπέλου και την παραγωγή κρασιού. Το κρασί μέχρι τότε ήταν προνόμιο μόνο των Θεών, το λεγόμενο «Νέκταρ». Οι άνθρωποι για να τιμήσουν και να ευχαριστήσουν τον Διόνυσο για το πολύτιμο δώρο, οργάνωναν γιορτές προς τιμήν του, μια από τις οποίες ήταν το Καρναβάλι.

Οι πρώτες αρχαιολογικές ενδείξεις αμπελουργίας εμφανίζονται το 5000-4000 π.Χ., στην ανατολική Μεσόγειο στην περιοχή του Ευφράτη, ενώ οι πρώτες φυλές που φαίνεται να παρήγαγαν κρασί είναι η Μεσοποταμία, η Περσία, η Φοινίκη, η Ελλάδα, η Κύπρος και η Αίγυπτος. Η διάδοση της αμπελοκαλλιέργειας στη δυτική Ευρώπη αποδίδεται στην ίδρυση ελληνικών αποικιών στη Νότια Ιταλία, και στη μεταγενέστερη εξάπλωση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας. Κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους, γινόταν παραγωγή κρασιού όχι μόνο στην Ιταλία, Ισπανία, Ελλάδα, Κύπρο, Μέση Ανατολή, Μικρά Ασία, αλλά και στις βόρειες ακτές της Αφρικής. Η ανακάλυψη νέων χωρών, όπως η Αμερική και η Αυστραλία με την ίδρυση εκεί αποικιών από τους Ευρωπαίους κατά την Αναγέννηση, βοήθησε στη διάδοση της καλλιέργειας του αμπελιού και της παραγωγής κρασιού στις περιοχές αυτές (Aristidou 1990: 10-13)

Σήμερα, οι πιο γνωστές οινοπαραγωγικές χώρες είναι στην Ευρώπη η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Αυστρία, η Ελλάδα, η Κύπρος, ενώ στον υπόλοιπο κόσμο η Αυστραλία, η Νέα Ζηλανδία, η Χιλή, η Αργεντινή, Νότια Αφρική και οι Η.Π.Α.

3.2 Ορισμός του Οινοτουρισμού

Οι Hall & Maciopsis (1998), ορίζουν τον οινοτουρισμό ως την επίσκεψη σε οινοποιεία, αμπελώνες, φεστιβάλ και εκθέσεις κρασιών, όπου ο επισκέπτης μπορεί να γευτεί διαφορετικά είδη. Δίνεται έμφαση κυρίως στο κρασί και στις σχετικές δραστηριότητες ως βασικά κίνητρα για τον επισκέπτη. Ο Getz (1999) εμπλουτίζει τον ορισμό, προσθέτοντας πως για να θεωρηθεί ολοκληρωμένη εμπειρία, πρέπει να συνδυαστεί με άλλες τοπικές και πολιτιστικές δραστηριότητες, που θα περιλαμβάνουν οινογνωσία, συμμετοχή σε εργασίες στον αμπελώνα, απόλαυση της φύσης αλλά και διασκέδαση. Ως εμπειρία ο οινοτουρισμός, περιλαμβάνει περιηγήσεις στα οινοποιεία, στους αμπελώνες, τα κελάρια, τα πωλητήρια, ενώ εστιάζει στη δοκιμή και τον εμπλουτισμό των γνώσεων του επισκέπτη για το κρασί (Λέανδρος & Πάλλη 2014: 4).

Το κρασί και ο τουρισμός αν και είναι δύο εντελώς διαφορετικές αγορές, μπορούν εάν συνδυαστούν να προσφέρουν ένα νέο ελκυστικό μοντέλο για τους καταναλωτές τουριστές. Ο τουρισμός ενισχύει τις σχέσεις μεταξύ καταναλωτών και οινοπαραγωγών, ενώ οι προορισμοί που σχετίζονται με το κρασί (αμπελώνες, οινοποιεία) προσφέρουν

ευχάριστο περιβάλλον, αξιοθέατα, αλλά και μια μοναδική εμπειρία για τους επισκέπτες (Λέανδρος & Πάλλη 2004: 2).

Παράλληλα, ο οινικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ένα είδος καταναλωτικής συμπεριφοράς, στην οποία οι προορισμοί μπορούν να αναπτύξουν στρατηγικές για τοπική ανάπτυξη καθώς και μια ευκαιρία για επικοινωνία των οινοποιείων κατευθείαν με τους καταναλωτές, εφαρμόζοντας στρατηγικές μάρκετινγκ (Getz & Brown 2006).

Η κατηγοριοποίηση του οινοτουρισμού δεν είναι εύκολη. Αναγνωρίζεται από κάποιους ως μέρος του αγροτουρισμού, του πολιτισμικού τουρισμού, του βιομηχανικού τουρισμού, καθώς και τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων. Η διαφορά έγκειται στη στενή σχέση μεταξύ του τουρισμού και του κρασιού, με τον πρώτο να λαμβάνει σταδιακά σημαντικό ρόλο σε περιοχές οινοπαραγωγικές (Yuan et al. 2004). Ο Williams (2001) ωστόσο αποδίδει πλήρως τη φύση του οινοτουρισμού αναφέροντας πως «αποτελεί την κορύφωση πολλών μοναδικών εμπειριών: της εμπειρίας του φυσικού περιβάλλοντος και των τοπίων της περιοχής, της εμπειρίας του κοινωνικού περιβάλλοντος, της εμπειρίας της τοπικής κουλτούρας και κουζίνας, των τοπικών ποικιλιών κρασιού και της εμπειρίας διαφορετικών και ξεχωριστών δραστηριοτήτων χαλάρωσης και αναψυχής, οι οποίες από κοινού καθιστούν τον οινοτουρισμό δημοφιλή για πολλούς τουρίστες».

Οι Carters & Ali-Knight (2002) γράφουν επίσης πως ο οινικός τουρισμός αποτελεί μια εμπειρία που συνδυάζει ένα ξεχωριστό τρόπο ζωής, τις έννοιες της προσφοράς και της ζήτησης, την εκπαίδευση, το κρασί και το φαγητό, την τέχνη, την ενδυνάμωση της ταυτότητας μιας περιοχής, ενώ αποτελεί επίσης μια ευκαιρία μάρκετινγκ ενισχύοντας τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτισμικές αξίες της περιοχής.

3.3 Το προφίλ του Οινοτουρίστα

Οινοτουρίστας μπορεί να θεωρεί κάθε άτομο το οποίο διαμένει ή επισκέπτεται μια περιοχή οινοπαραγωγική και παρακολουθεί ή δραστηριοποιείται στις ενέργειες που αφορούν το κρασί (O' Neill & Palmer 2004). Η εύρεση και αποτύπωση των χαρακτηριστικών των επισκεπτών, είναι απαραίτητη για τη χάραξη στρατηγικής πολιτικής ανάπτυξης για τον εκάστοτε προορισμό. Οι ομαδοποιήσεις ωστόσο μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ανάλογα με τα κίνητρα του επισκέπτη.

Οι Hall et al. (2000) αναφέρουν πως τα κίνητρα για τον οινoturισμό χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες: τα κίνητρα έλξης (pulling motivating factors) και τα κίνητρα ώθησης (pushing motivating factors). Η πρώτη κατηγορία αφορά τις δραστηριότητες του οινoturισμού που ελκύουν τον επισκέπτη στο οινοποιείο, όπως για παράδειγμα η αγάπη για το κρασί, τη γευσιγνωσία, τη δοκιμή και αγορά κρασιών, φεστιβάλ και διοργανώσεις, ή άλλες υπηρεσίες φιλοξενίας. Η δεύτερη κατηγορία αφορά τις εσωτερικές επιθυμίες του τουρίστα όπως για παράδειγμα η ανάγκη για μάθηση, διασκέδαση ή κοινωνικοποίηση.

Μια άλλη κατηγοριοποίηση, είναι η κατάταξη των τουριστών (α) βάσει δημογραφικών παραγόντων με στοιχεία όπως η καταγωγή, ηλικία, φύλο, εκπαίδευση και (β) λαμβάνοντας ως σημαντικότερο στοιχείο το ψυχογραφικό τους υπόβαθρο με δεδομένα όπως οι αξίες του επισκέπτη, οι απόψεις, η συμπεριφορά, τα ενδιαφέροντα και ο τρόπος ζωής. Το προφίλ που παρέχουν τα χαρακτηριστικά της δεύτερης ομαδοποίησης, μπορούν να προσδώσουν μεγαλύτερη ακρίβεια στην περιγραφή του οινoturίστα και των κινήτρων του (Mitchell & Hall 2006, Shiffman & Kanuk 1987).

Οι Hall et al. (2000) και ο Bruwer (2003) εισηγούνται ακόμη ένα τρόπο ως προς τον διαχωρισμό των κινήτρων: τα πρωτογενή και τα δευτερογενή κίνητρα. Τα πρώτα αφορούν το κρασί ενώ τα δε τις δραστηριότητες, τη διασκέδαση και την εκπαίδευση. Αναλύοντας το προφίλ των οινικών επισκεπτών στην Νότια Αφρική (Bruwer 2003), εξήχθη το συμπέρασμα πως οι περισσότεροι οινoturίστες ήταν λάτρεις του κρασιού, ενώ οι υπόλοιποι χαρακτηρίστηκαν ως άτομα με κίνητρο την περιέργεια. Στην περίπτωση της Δυτικής Αυστραλίας περίπου το 1/3 των επισκεπτών φαίνεται να έχει ως κίνητρο το κρασί (Charters & Ali-Knight 2002).

Όσον αφορά το προφίλ τους, οι περισσότεροι επισκέπτες οινοποιείων σύμφωνα με τους Mitchell and Hall (2001) είναι άτομα μέσης ηλικίας, υψηλού μορφωτικού επιπέδου και υψηλής εισοδηματικής κλίμακας. Σε σχετική έρευνα των Tassiopoulos et al. 2004 για τους οινoturίστες στη Νότια Αφρική, φαίνεται να προσελκύνονται άτομα νεαρότερης ηλικίας μεταξύ 25-40, γυναικείου φύλου, χωρίς παιδιά με επιτυχημένη καριέρα και πανεπιστημιακή μόρφωση.

Είναι σαφές, πως σε κάθε περίπτωση τα κίνητρα διαφοροποιούνται. Ωστόσο υπάρχουν κάποιες κοινές συνισταμένες όσον αφορά τα γενικότερα κίνητρα των οινοτουριστών: Η επίσκεψη σε οινοποιείο για δοκιμή ή αγορά κρασιών, το ταξίδι, η εμπειρία γευσιγνωσίας της τοπικής κουζίνας, τα αξιοθέατα, η χαλάρωση, η διασκέδαση, η εκπαίδευση, η επίσκεψη σε γνωστούς, η προσέλκυση λόγω υποδομών και θελγήτρων της περιοχής όπως επίσης και για επαγγελματικούς σκοπούς (Λέανδρος & Πάλλη 2014: 8).

Ο Hall (1996: 4) έπειτα από συζητήσεις με ιδιοκτήτες οινοποιείων διέκρινε τρεις κατηγορίες οινικών τουριστών: τους λάτρεις του κρασιού (wine lovers), τους ενδιαφερόμενους για το κρασί (wine interested) και τους περίεργους τουρίστες (curious tourist).

- Οι πρώτοι είναι ακραία ενδιαφερόμενοι για το κρασί και την οινοποιία. Ίσως επισκέπτονται μόνο οινοποιεία ενώ μπορεί να απασχολούνται στη βιομηχανία του κρασιού ή των τροφίμων. Όσον αφορά το κοινωνικό τους προφίλ φαίνεται να είναι ώριμοι με υψηλό εισόδημα και υψηλό επίπεδο μόρφωσης. Πιθανώς να αγοράζουν έντυπα που σχετίζονται με το κρασί και τη γαστρονομία και ίσως να έχουν επισκεφθεί και άλλες οινικές περιοχές. Τέλος, υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες να κάνουν αγορές στο οινοποιείο και να προσθέσουν το όνομα τους στη λίστα αλληλογραφίας.
- Η δεύτερη ομάδα, επιδεικνύει υψηλό ενδιαφέρον για το κρασί, αλλά δεν είναι ο μοναδικός σκοπός επίσκεψης. Τείνουν να έχουν πανεπιστημιακή εκπαίδευση και μεσαίο έως υψηλό εισόδημα. Είναι πιθανό να έχουν επισκεφθεί και άλλες οινικές περιοχές ενώ είναι εξοικειωμένοι με τις διαδικασίες παραγωγής κρασιού. Η φήμη και οι στήλες για κρασί σε εφημερίδες μπορεί να είναι σημαντικός παράγοντας για κίνηση του ενδιαφέροντος τους. Ένα άτομο που ανήκει σε αυτή την κατηγορία, είναι συχνός αγοραστής περιοδικών «life style» και γαστρονομικών περιοδικών καθώς και καταναλωτής κρασιού. Αποτελεί πιθανώς αγοραστή κρασιού κατά την επίσκεψη του στο οινοποιείο ενώ θα εγγραφεί στη λίστα αλληλογραφίας.
- Η τελευταία κατηγορία αφορά άτομα με όχι άμεσο ενδιαφέρον για το κρασί, οι οποίοι δεν είναι εξοικειωμένοι με τις διαδικασίες παραγωγής κρασιού. Η επίσκεψη στο μουσείο αποτελεί ευκαιριακή επίσκεψη αφού βρίσκονταν στη

περιοχή για άσχετους λόγους. Θεωρούν τα οινοποιεία ως ένα ακόμη αξιοθέατο και ίσως να έχουν επισκεφθεί και άλλες οινικές περιοχές. Έχουν μέτριο εισόδημα καθώς και εκπαίδευση, ενώ η περιέργεια τους κινείται από την πόση ή την επαφή με οινικά προϊόντα σε διαφημιστικά. Το οινοποιείο αποτελεί μια ευκαιρία κοινωνικής συναναστροφής με φίλους και την οικογένεια. Ίσως προβούν σε κάποια αγορά, αλλά δεν θα εγγραφούν στη λίστα αλληλογραφίας.

Τέλος, οι Getz & Brown (2006) αναλύοντας τους παράγοντες που επηρεάζουν την ελκυστικότητα του οινικού τουρισμού, κατέληξαν στις εξής τρεις πτυχές:

- Τα οινικά προϊόντα (core wine product), από την ποιότητα των προϊόντων μέχρι και την ποιότητα της υποδοχής και των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Ο προορισμός (core destination), ο οποίος περιλαμβάνει την ομορφιά του φυσικού τοπίου, το ελκυστικό περιβάλλον και κλίμα της περιοχής.
- Το πολιτιστικό προϊόν (the cultural product), το οποίο δίνει έμφαση στα μοναδικά χαρακτηριστικά της περιοχής, την πολιτιστική ταυτότητα, την τοπική γαστρονομία καθώς και τις τοπικές παραδόσεις.

3.4 Ο Οινοτουρισμός ως εργαλείο ανάπτυξης

Ο οινικός τουρισμός για τον επισκέπτη, είναι μια ξεχωριστή εμπειρία για μια απόδραση στη φύση, στα οινοποιεία και τους αμπελώνες, απολαμβάνοντας παράλληλα υποδομές και δραστηριότητες που προσφέρει ο τουρισμός. Ωστόσο δεν αποτελεί ευκαιρία μόνο για τους τουρίστες, αλλά και για την περιοχή υποδοχής και τη βιομηχανία κρασιού. Πολλές χώρες βλέπουν τον οινοτουρισμό ως ένα αναπτυξιακό εργαλείο για τις αγροτικές περιοχές αλλά και για την βελτίωση της οικονομίας της υπαίθρου όσο και της χώρας γενικότερα.

Τα οινοποιεία, με τον τουρισμό βρίσκουν μια ευκαιρία επικερδούς αξιοποίησης του χώρου. Τους δίνεται η δυνατότητα διαφήμισης, ενίσχυσης της επωνυμίας και αναγνωρισιμότητας του προϊόντος, ενώ μπορούν να ενισχύσουν τους δεσμούς με τους καταναλωτές μέσω σωστών πρακτικών μάρκετινγκ (π.χ λίστα αλληλογραφίας, newsletter, διοργάνωση εκδηλώσεων, παρουσία σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης τύπου Facebook κ.α). Άλλωστε από αυτή τη σχέση εξαρτάται η αφοσίωση που θα επιδείξουν οι καταναλωτές. Επιπλέον τους δίνεται η ευκαιρία επιμόρφωσης των καταναλωτών. Τέλος, η απευθείας πώληση κρασιού στους επισκέπτες, αυξάνει από τη μια τα κέρδη του

οινοποιείου, ενώ λόγω της απουσίας μεσάζοντα, η άμεση πώληση από το οινοποιείο είναι πιο συμφέρουσα για τον καταναλωτή. Έτσι ο τομέας της οινοποιίας αποκτά νέα διάσταση, αφού ένα μέχρι πρότινος αμιγώς αγροτικό προϊόν, αποκτά νέο ενδιαφέρον.

Για τις περιοχές υποδοχής ο οινοτουρισμός αποτελεί αρχικά μια ευκαιρία διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου, αμβλύνοντας το πρόβλημα της εποχικότητας. Επιπλέον διαφοροποιείται το τουριστικό προϊόν και δημιουργούνται νέοι τουριστικοί προορισμοί. Παράλληλα οι τουρίστες επισκέπτονται κυρίως αγροτικές περιοχές δίνοντας ευκαιρίες ανάπτυξης της οικονομίας. Δημιουργούνται θέσεις εργασίας, δίνοντας παράλληλα κίνητρο στους κατοίκους να παραμείνουν στην ύπαιθρο, υπάρχει εισροή συναλλάγματος με θετικές επιδράσεις στο ισοζύγιο πληρωμών, ενώ η επιβολή φορολογικών μέτρων αποτελεί πηγή εσόδων για το κράτος. Τέλος, αναδεικνύεται το τοπίο και λαμβάνονται μέτρα για προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ μπορεί να συνδέσει την τουριστική οικονομία με τον πολιτισμό της περιοχής, ενισχύοντας την πολιτιστική ταυτότητα της. (Λέανδρος & Πάλλη 2014: 9, Φιλιππίδης & Κυπαρισσίου 2002, Mancino & Rapone 2009 όπως στο Λαγός-Παρίσι 2014).

Οι αρνητικές επιπτώσεις του οινοτουρισμού, αφορούν κυρίως τη βιομηχανία του κρασιού. Το αυξημένο κόστος καθώς και ο χρόνος που χρειάζεται για την οργάνωση και διαχείριση των επισκέψεων, η φθορά των αμπελώνων λόγω της τουριστικής ανάπτυξης καθώς και η σύγκρουση μεταξύ τουριστικών φορέων και παραγωγών κρασιού είναι τα πιο συχνά προβλήματα που εμφανίζονται. Όσον αφορά τους επισκέπτες, υπάρχει η ανησυχία πως μερικοί από αυτούς ενδιαφέρονται περισσότερο για τη δωρεάν κατανάλωση κρασιού παρά για τη γευσιγνωσία (Λέανδρος & Πάλλη 2014: 10, Sevil & Yuncu 2009).

3.4.1 Προϋποθέσεις επιτυχημένης ανάπτυξης οινοτουρισμού

Σύμφωνα με τους Getz and Brown (2006), για μια επιτυχημένη ανάπτυξη των οινοτουριστικών προορισμών και οινοποιείων, πρέπει να τηρούνται οι εξής προϋποθέσεις: (α) Καλή σήμανση στους Δρόμους του Κρασιού, (β) Φεστιβάλ Κρασιού και ειδικές εκδηλώσεις, (γ) ωραία εστιατόρια, (δ) ισχυρή οργάνωση προώθησης του τουρισμού, (ε) διατήρηση μιας σταθερής εικόνας σχετικής με το κρασί, (στ) προσφορά ευρέως φάσματος από αξιοθέατα και δραστηριότητες, (ζ) παροχή μοναδικής διαμονής και (η) συγκέντρωση μεγάλου αριθμού οινοποιείων σε μία περιοχή.

Επίσης, οι Sparks, Roberts, Deery, Davies, Brown (2005) αναφέρουν οκτώ παράγοντες για να γίνει μια επίσκεψη σε μια οινοπαραγωγική περιοχή πιο ευχάριστη: (α) να προσφέρεται αυθεντική εμπειρία, (β) η σχέση τιμής και ποιότητας να συμβαδίζει, (γ) να υπάρχει άριστη εξυπηρέτηση των πελατών, (δ) ο περιβάλλοντας χώρος να είναι ευχάριστος (τοποθεσία οινοποιείου, τοπίο, κλίμα), (ε) ποιοτικά προσφερόμενα προϊόντα, (στ) να υπάρχει πληροφόρηση και πηγές ενημέρωσης, (ζ) να προνοείται η προσωπική εξέλιξη των επισκεπτών και τέλος (η) να εξυπηρετείται η ανάγκη των επισκεπτών να θέλουν να ξεφύγουν από την καθημερινότητα τους.

Οι Gatti και Incerti (1997: 222) αναφέρουν πως δεν είναι δυνατόν να αυτοσχεδιαστεί ένας Δρόμος Κρασιού. Οι επιτυχημένοι Δρόμοι του Κρασιού στην Ευρώπη ήταν βασισμένοι στην ισορροπημένη επιχειρηματική ανάπτυξη τόσο του οινικού όσο και του τουριστικού κλάδου, η οποία έχει αξιοποιήσει επαρκώς τη φυσική κλίση της περιοχής ως τουριστικό προϊόν από την μία αλλά και στη ξεχωριστή οινική της παράδοση από την άλλη.

3.4.2 Η διεθνής εμπειρία:

Οι χώρες του Νέου Κόσμου (ιδιαίτερα ΗΠΑ, Αργεντινή, Χιλή, Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία, Νότια Αφρική), έχοντας ιδιαίτερη παράδοση στην παραγωγή κρασιού, ανέπτυξαν τον οινικό τουρισμό σε πολύ σημαντικό βαθμό. Το ιδιαίτερο αυτό είδος τουρισμού κατέχει εξέχουσα σημασία στην περιφερειακή και τοπική τους ανάπτυξη. Οι χώρες αυτές, έχουν εισχωρήσει τόσο σημαντικά στο συγκεκριμένο κλάδο, ώστε κατάφεραν να αποτελούν φάρο για τις υπόλοιπες χώρες που θέλουν να ασχοληθούν με το συγκεκριμένο είδος τουρισμού.

Στην Ευρώπη, αν και η ήπειρος με τη μακροβιότερη ιστορία στην παραγωγή κρασιού - ιδιαίτερα στην περιοχή της Μεσογείου, ο οινοτουρισμός λειτουργεί ικανοποιητικά μόνο σε ορισμένες περιοχές, όπως η Ιταλία και η Γαλλία και η Ισπανία. Αν και μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1960, όποια αναφορά στον οινικό τουρισμό παρέπεμπε σε ευρωπαϊκές περιοχές (π.χ. Bordeaux, Champagne στη Γαλλία) (Λαγός & Παρίση 2014), στην Ευρώπη ο οινικός τουρισμός αποτελεί συνήθως τη λύση σε περιόδους παρακμής, για να στηρίξουν την οικονομική δραστηριότητα, ως μια εναλλακτική λύση. Στο Νέο Κόσμο αντίθετα, αποτελεί ένα εργαλείο μακροπρόθεσμης ανάπτυξης, παράλληλα με την

οινική βιομηχανία (Charters 2006). Παράλληλα, οι χώρες που ασχολούνται με τον οινoturισμό είναι πολύ λιγότερες σε αριθμό σε σχέση με τις χώρες του Νέου Κόσμου. Ενδεικτικά, μόνο το 3,2 % στην Ιταλία και 5% στη Βουργουνδία της Γαλλίας ασχολούνται με τον οινικό τουρισμό, σε σχέση με ποσοστά 90% της Αυστραλίας και το 60% της Νέας Ζηλανδίας (Charters 2009, Hall et al. 2000). Τέλος στην Ευρώπη, ο οινoturισμός έχει αναπτυχθεί κυρίως με τη μορφή «Διαδρομών του Κρασιού» (Λαγός & Παρίση 2014).

3.4.3 Η περίπτωση της Γαλλίας

Η Γαλλία είναι μια από τις χώρες της Ευρώπης όπου ο οινoturισμός είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος. Κατέχει τη δεύτερη μεγαλύτερη έκταση αμπελώνων στον κόσμο μετά την Ισπανία, ενώ συναγωνίζεται με την Ιταλία για το μέγεθος της ετήσιας οينوπαραγωγής. Οι πιο γνωστές οينوπαραγωγικές περιοχές της χώρας είναι η Αλσατία (Alsace), το Μπορντό (Bordeaux), η Βουργουνδία (Burgundy) και η Καμπανία (Champagne).

Κάθε περιοχή διαθέτει Επιτροπές Τουρισμού, από τις οποίες μπορούν οι τουρίστες να πληροφορούνται για τις δραστηριότητες, τις υποδομές και ότι άλλο χρειάζονται για να οργανώσουν την επίσκεψή τους στους Δρόμους του Κρασιού της χώρας (Routes du Vin). Οι Δρόμοι του Κρασιού είναι οργανωμένες διαδρομές εύκολα προσβάσιμες για τους τουρίστες, ενώ περισσότερες από 5,000 επιχειρήσεις (κελάρια, εργαστήρια, οινοποιεία, εστιατόρια, καταλύματα κ.α) δραστηριοποιούνται σε αυτές. Παράλληλα οργανώνονται δραστηριότητες σχετικές με το κρασί και την παραγωγή του, όπως για παράδειγμα περιηγήσεις σε αμπελώνες, επισκέψεις σε οινοποιεία, μουσεία οίνου, εκθέσεις, γιορτές κλπ (Ασκέλη 2006).

Ιδιαίτερα στην περιοχή της Αλσατίας, οι Δρόμοι του Κρασιού είναι ιδιαίτερα οργανωμένοι, με προδιαγραφές υψηλού επιπέδου. Εκτός των οινικών δραστηριοτήτων και υποδομών, προσφέρεται ολοκληρωμένο τουριστικό πακέτο το οποίο περιλαμβάνει καταλύματα, κατασκηνωτικούς χώρους, μερικά από τα καλύτερα εστιατόρια στη Γαλλία, καθώς και πανδοχεία φάρμας, τα οποία προσφέρουν στους επισκέπτες τους αυθεντικά αγροτικά προϊόντα δικής τους παραγωγής. Παράλληλα προσφέρονται δραστηριότητες από τα μουσεία της περιοχής, οι οποίες μέσω ειδικών εκθεμάτων, βίντεο και παρουσιάσεις, προσφέρουν γνώση στους επισκέπτες για το κρασί και την

αμπελοκαλλιέργεια. Τέλος προσφέρονται περιηγήσεις στους αμπελώνες με το μέσο που επιθυμεί ο τουρίστας, ο οποίος μπορεί να επιλέξει, εκτός των καθιερωμένων μέσων, μεταξύ ποδηλάτου, μηχανής, ακόμη και ελικόπτερο.

Η τουριστική εμπειρία στην Αλσατία ολοκληρώνεται από ποικίλες δραστηριότητες που προσφέρονται στην περιοχή: εκθέσεις γαστρονομίας και κρασιού, σεμινάρια «Αμπελουργικής Εξερεύνησης», εκδρομές ποδηλατικές και πεζοπορικές, περιηγήσεις με αερόστατο, καθώς και πικνίκ με των παραγωγών με τους επισκέπτες. Τέλος, διοργανώνεται μια φορά το χρόνο Έκθεση Κρασιού με περισσότερους από 200,000 τουρίστες σε διάστημα δέκα ημερών, ενώ συμμετέχουν 350 επιχειρήσεις οι οποίες εκθέτουν τα προϊόντα τους (Πιστόλας 2011: 57-59).

3.4.4 Η περίπτωση της Αυστραλίας

Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω, ο οινικός τουρισμός στην Αυστραλία αναπτύσσεται όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια (Charters & Ali-Knight 2002). Η ανάπτυξη αυτή οφείλεται στην ανάπτυξη μιας εθνικής στρατηγικής για τον οινικό τουρισμό από το 1998 η οποία αφορά τη χάραξη στρατηγικής μέχρι το 2025. Στόχος της Αυστραλίας είναι να καταφέρει να πετύχει την αύξηση των εσόδων της από την οινική βιομηχανία. Η Ομοσπονδία Οινοποιών Αυστραλίας, εκτιμά πως τα έσοδα από τον οινοτουρισμό ανέρχονται περίπου στο ένα δισεκατομμύριο δολάρια, ενώ έχουν θέσει ως στόχο τα 4.5 δις (WFA 2002 όπως Gammack 2006). Μέσα από τρία στάδια, (α) την αύξηση των νέων φυτεύσεων- (οι οποίες στην Ευρώπη μειώνονται) (β) τη δημιουργία ενός ισχυρού branding, και (γ) τη θεμελίωση της θέσης τους στην αγορά, έχουν ως στόχο την καθιέρωση της χώρας ως την πιο σημαντική και κερδοφόρα προμηθεύτρια εμφιαλωμένων κρασιών παγκοσμίως. Ο αριθμός των οινικών επισκεπτών στην Αυστραλία ανέρχεται χαρακτηριστικά στα 4.4 εκατομμύρια για το 2002 (WNF 2003), ενώ για το 2015 το κέρδος από τις εξαγωγές κρασιών ανέρχεται στα 2,1 δις δολάρια⁴.

Η Αυστραλία ανήκει στις 10 μεγαλύτερες οινοπαραγωγικές χώρες, με πάνω από 60 οινοπαραγωγικές ζώνες, ενώ είναι η τέταρτη σε αριθμό εξαγωγών. Υπάρχουν δεκάδες διαδρομές κρασιού, σε όλες τις επαρχίες της Αυστραλίας, προσφέροντας επισκέψεις σε οινοποιεία, αμπελώνες, υποδομές όπως ξενοδοχεία και εστιατόρια, συνδυάζοντας παράλληλα δραστηριότητες για γνωριμία του επισκέπτη με την κουλτούρα των

⁴ http://getfarming.com.au/pages/farming/articles_view.php?fid=9200020160121164911&cid=0

ντόπιων: επισκέψεις σε ιστορικά κτήρια, γραφικά χωριά και επίσκεψη σε περιοχές φυσικής ομορφιάς⁵. Επιπλέον μπορείς να παρακολουθήσεις πολιτιστικές εκδηλώσεις σε ένα οινοποιείο, όπως για παράδειγμα συναυλίες κλασσικής μουσικής, ενώ σου δίνεται παράλληλα η ευκαιρία να μάθεις για την παραγωγή του κρασιού, ακόμη και να λάβεις μέρος σε αυτή, φτιάχνοντας το δικό σου κρασί (Foster 2009).

Συμπερασματικά, μελετώντας τα παραδείγματα των χωρών που άνοιξαν τον δρόμο για την αξιοποίηση του κρασιού ως τουριστικό προϊόν, όπως η Γαλλία και η Αυστραλία, είναι φανερό πως πρόκειται για ένα πολλά υποσχόμενο αναπτυξιακό εργαλείο για τους οινοπαραγωγικούς προορισμούς. Με την κατάλληλη οργάνωση και την σύμπραξη ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, οι θετικές επιπτώσεις που επιφέρει ο οινοτουρισμός – κοινωνικές και οικονομικές- μπορούν να γίνουν η λύση για μια αειφορικής μορφής ανάπτυξη στις χώρες με παράδοση στην παραγωγή κρασιού.

⁵ <http://www.venturewinetours.com.au/venture-wine-tours>

Κεφάλαιο 4

Οινοτουρισμός: η Κυπριακή

Εμπειρία

Η Κύπρος είναι ένα νησί όπου ο τουρισμός είναι μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων, ενώ στηρίζει την τουριστική του ανάπτυξη στο μαζικό τουρισμό, δίνοντας έμφαση στο μοντέλο ήλιος-θάλασσα. Ωστόσο έχοντας βαθιά παράδοση στην παραγωγή κρασιού, θα μπορούσε κάλλιστα να αποτελέσει ένα σημαντικό προορισμό οινικού τουρισμού. Στο κεφάλαιο αυτό θα ασχοληθούμε με το κρασί σε σχέση με την Κύπρο, το βαθμό ανάπτυξης του οινοτουρισμού στο νησί, καθώς και τις προσπάθειες που έχουν γίνει μέχρι σήμερα, μέσα από την παρουσίαση των Διαδρομών του Κρασιού, της Γιορτής του Κρασιού και του Κυπριακού Οινομουσείου.

4.1 Η Κύπρος ως τουριστικός προορισμός

Από την ανακήρυξη της Κυπριακής Δημοκρατίας το 1960, ο τουρισμός γνώρισε ραγδαία και συνεχή ανάπτυξη, μετατρέποντας το νησί σε ένα από τα κυριότερα τουριστικά κέντρα της Μεσογείου. Η Κύπρος είναι το τρίτο σε μέγεθος νησί της περιοχής, ενώ βάσει της γεωγραφικής της θέσης και των κλιματολογικών της συνθηκών, μπορεί να φιλοξενήσει τουρίστες ενδιαφερόμενους για τον ήλιο και τη θάλασσα. Παράλληλα, πρόκειται για μια περιοχή με ιδιαίτερη κουλτούρα και χαρακτηριστικά, που της δίνει τη δυνατότητα να προσελκύσει ομάδες ειδικών ενδιαφερόντων, ενώ οι ανεπτυγμένες υποδομές του νησιού (εξελιγμένο δίκτυο τηλεπικοινωνιών, συγκοινωνιών, σύγχρονο τραπεζικό σύστημα, υπηρεσίες υγείας κ.λπ) αποτελούν σημαντικά στοιχεία για την ενδυνάμωση του τουριστικού προϊόντος (Υπουργείο Εξωτερικών 2014).

Η κυπριακή βιομηχανία τουρισμού έχει τιμηθεί πολλές φορές με βραβεία, όπως «100 Κορυφαίοι Παγκόσμιοι Προορισμοί Αειφορίας», «Οράματος για αειφορικό τουρισμό»,

«Σύμβολο Τουρισμού και Πράσινου Προορισμού» για τη Λεμεσό και την Πάφο το 2014, ενώ 53 κυπριακές παραλίες έχουν τιμηθεί με Γαλάζια Σημαία⁶, κατακτώντας τρία ρεκόρ: των περισσότερων Γαλάζιων Σημαιών ανά κάτοικο στον κόσμο, την πιο πυκνή συγκέντρωση σε παραλίες με Γαλάζιες Σημαίες, καθώς και τις πιο πολλές παραλίες με Γαλάζιες Σημαίες ανά ακτογραμμή (KPMG 2015: 4).

Η συμβολή της στο νησί είναι τεράστια, ενώ πρόκειται ίσως για την πιο σημαντική βιομηχανία του. Σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας Κύπρου, στο τέλος του 2014 η κυπριακή οικονομία συμπλήρωσε μια εξαετία κρίσης (2008-2014). Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2015 υπήρξε αύξηση του ΑΕΠ, ανάκαμψη η οποία σχετίζεται με την αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας. Γενικά παρατηρείται πως οι διακυμάνσεις του αριθμού περιηγητών στο νησί, επηρεάζουν τη μεταβολή του ΑΕΠ (βλ. Παραρτήματα διαγρ.1), επιβεβαιώνοντας την εξάρτηση της κυπριακής οικονομίας από την τουριστική βιομηχανία (INEK-ΠΕΟ 2015: 11-12).

Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ για το 2014 ήταν €3,4 δις (21,3%), ενώ για το 2015⁷ εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 5,5%. Για το 2014 υπήρχαν 82,500 θέσεις εργασίας (22,6% της συνολικής απασχόλησης), ενώ θεωρείται πως το 2015 οι θέσεις αυξήθηκαν κατά 3,4%, δηλαδή 85,000. Παράλληλα, τα έσοδα από τους τουρίστες στο νησί ήταν €2190.7 εκ. (29,6% των συνολικών εσόδων) για το 2014, ενώ για το 2015 τα έσοδα ήταν €2112,1 εκ. (WTTC 2015: 1, Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου 2016).

Μετά από το 2009, όπου η τουριστική κίνηση ήταν μειωμένη, ο κυπριακός τουρισμός αρχίζει να ανακάμπτει μέχρι και το 2015, χρονιά όπου η Κύπρος δέχθηκε περισσότερους από 2,6 εκ. περιηγητές, ποσό τριπλάσιο σχεδόν από τον πληθυσμό του νησιού (αύξηση 7% σε σχέση με το 2014) (INEK-ΠΕΟ: 14).

Όσον αφορά τις χώρες προέλευσης των τουριστών στο νησί, οι κυριότερες είναι το Ηνωμένο Βασίλειο (1.041.203 άτομα - πάνω από 50%), η Ρωσία (524.848 άτομα) αν και παρατηρείται μείωση από προηγούμενες χρονιές, η Ελλάδα (139.534 άτομα), ενώ

⁶ Γαλάζια σημαία (Blue Flag): Αποτελεί εθελοντικό πρόγραμμα που ξεκίνησε τη δεκαετία του 80', το οποίο έχει ως στόχο την προστασία των ακτών. Αποτελεί σύμβολο ποιότητας για οργανωμένες ακτές και μαρίνες, ενώ απονέμεται με αυστηρά κριτήρια. <http://eepf.gr/el/blueflag>

⁷ Δεν υπάρχει νεότερη έρευνα για το 2015

ακολουθούν η Γερμανία (112.214), η Σουηδία (108.600), η Νορβηγία (46.644), η Ελβετία (46.596) και τέλος η Γαλλία (36.464) (Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου 2016).

Το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών έρχονται στο νησί για διακοπές (73%), μένουν σε ξενοδοχεία αστέρων (57%), ενώ ο πιο συνηθισμένος προορισμός είναι η Πάφος (40%), ενώ ακολουθούν η Αγία Νάπα (13%), η Λεμεσός (12,6%), η Λάρνακα (12,3%), η Λευκωσία (9,1%) και 3,5% αλλού. Το 52,2% προτιμά το οργανωμένο ταξίδι, οι περισσότεροι ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία 45-64 ετών, και οι γυναίκες είναι περισσότερες από τους άνδρες (53% έναντι 47%) (Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου 2016).

Η προώθηση του τουρισμού στην Κύπρο έχει επικεντρωθεί κυρίως στο μοντέλο ήλιος - θάλασσα. Έτσι υπάρχει μεγάλο τουριστικό ρεύμα το καλοκαίρι, όμως το χειμώνα υπάρχει ραγδαία πτώση του. Όπως έχει αναλυθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, το πρόβλημα της εποχικότητας, σε συνδυασμό με τη μεγάλη πίεση που ασκείται στα μεγάλα τουριστικά κέντρα του νησιού από το μαζικό τουρισμό, έχει σημαντικές επιπτώσεις στο τουριστικό προϊόν όπως επίσης και στην τοπική κοινωνία.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια προσπάθεια από την κυβέρνηση για επίλυση των πιο πάνω προβλημάτων. Σύμφωνα με τη Στρατηγική Τουρισμού 2011-2015⁸, γίνεται προσπάθεια για εμπλουτισμό του ήδη υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος, με έμφαση στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού όπως ο Ποδηλατικός, ο Πολιτιστικός, ο Αθλητικός, ο Περιπατητικός, ο Συνεδριακός, ο Οινικός κ.α., (ΚΟΤ 2011).

Η επέκταση του τουριστικού προϊόντος, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για να παραμείνει η Κύπρος ένας από τους σημαντικότερους προορισμούς της Μεσογείου και να καταφέρει να ενδυναμώσει την οικονομία της, ιδιαίτερα μετά από την περίοδο οικονομικής ύφεσης που πέρασε. Οι ενθαρρυντικοί αριθμοί του 2015, δεν θα πρέπει να επαναπαύουν τους αρμοδίους, αλλά να γίνει προσπάθεια για περεταίρω ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος του νησιού αλλά και επίλυσης των χρόνιων προβλημάτων.

Η στροφή σε εναλλακτικές μορφές όπως είναι ο οινοτουρισμός, προσφέρει μια διαφορετική εμπειρία στους επισκέπτες της. Παράλληλα, η αειφορική τουριστική

⁸ Δεν υπάρχει νεότερη Στρατηγική Τουρισμού για το 2016

ανάπτυξη όπως έχουμε αναφέρει σε προηγούμενο κεφάλαιο, προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με το μαζικό μοντέλο. Χώρες που έχουν εφαρμόσει πετυχημένες στρατηγικές για τον οινοτουρισμό όπως η Γαλλία, η Αυστραλία, οι Η.Π.Α μπορούν να αποτελέσουν φάρο και για την εφαρμογή παρόμοιων πρακτικών και στην Κύπρο.

4.2 Το κρασί και η σχέση του με το νησί

Το νησί της Κύπρου αποτελεί οينوπαραγωγική περιοχή από την αρχαιότητα, ενώ το αμπέλι καλλιεργείται στο νησί περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο φρούτο (Rizoroulou-Egoumenidou 2007). Μερικές από τις 15 ποικιλίες αμπελιού στο νησί, δεν καλλιεργούνται πουθενά αλλού στον κόσμο (Galet 1993 όπως Rizoroulou-Egoumenidou 2007). Οι γηγενείς οινοποιήσιμες ποικιλίες είναι: Μαύρο, Ξυριστέρι, Μαλάγα, Όφθαλμο, Μαραθεύτικο, Λευκάδα, Σουλτανίνα, Μοσχάτο, Πρωμάρα, Γιαννούδι, Σπούρτικο, Μωροκανέλλα και Βλούρικο, ενώ παράλληλα καλλιεργούνται και νέες ποικιλίες όπως Cabernet sauvignon, Shiraz, Carnignan noir, Sauvignon κ.α (ΣΑΠ 2007: 8).

Η αρχαιότερη μαρτυρία για ύπαρξη άγριου σταφυλιού εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια αρχαιολογικών ανασκαφών στον Νεολιθικό χώρο του Αγίου Επίκτητου – Βρύση στην περιοχή της Κερύνειας, το οποίο χρονολογείται στα 4500-3900 π.Χ (Kyllo 1982 όπως Καραγιώργης 2007). Η καλλιέργεια του σταφυλιού στο νησί ξεκίνησε βάση των αρχαιολογικών ευρημάτων στις αρχές της 2^{ης} χιλιετηρίδας π.Χ, ενώ για την παραγωγή κρασιού υπάρχουν μόνο έμμεσες αποδείξεις. Οι αποδείξεις αυτές στηρίζονται στην ύπαρξη αμφορέων (Καραγιώργης 2007) καθώς και αγγεία που απεικονίζουν σκηνές σύνθλιψης σταφυλιών για την παραγωγή κρασιού τα οποία χρονολογούνται κατά την Ύστερη Εποχή του Χαλκού (Χριστόδουλος κ.ά 2011 όπως Παναγιώτου 2013).

Παράλληλα, η παραγωγή κρασιού επιβεβαιώνεται από πατητήρια τα οποία υπάρχουν σε διάφορες περιοχές του νησιού (Παρεκκλησιά, Αρμενοχώρι, Γεροσκήπου, Ερήμη) τα οποία ανάγονται στην Ελληνιστική και Ρωμαϊκή περίοδο (Χατζησάββας 2007), ενώ υπάρχει μαρτυρία για ύπαρξη πατητηριών ήδη από την Πρώιμη ή Μέση Εποχή του Χαλκού, από παράσταση πατήματος σε αγγείο, καθώς και ένα πήλινο μοντέλο πατητηριού (Χατζησάββας 2007β).

Σε μωσαϊκά πατώματα στην Οικία του Διονύσου στην Κάτω Πάφο, που χρονολογούνται στον 3^ο αιώνα μ.Χ, εικονογραφείται ο σπουδαίος ρόλος της αμπελοκαλλιέργειας και πόσης οίνου στην καθημερινή ζωή (Καραγιώργης 2007).

Τέλος, το σημαντικότερο τεκμήριο για την παραγωγή κρασιού στο νησί από την αρχαιότητα, έρχεται από την ανάλυση 12 αγγείων από την Ερήμη τα οποία χρονολογούνται περίπου το 3500 π.Χ. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, διατηρούσαν στον πυθμένα τους ταρταρικό οξύ, το οποίο υποδεικνύει πιθανή παρουσία κρασιού (Χατζήσαββας 2007).

Όσον αφορά τις φιλολογικές μαρτυρίες, πολλοί συγγραφείς φαίνεται να γνωρίζουν τα κυπριακά κρασιά και δη την ποιότητά τους από την αρχαιότητα. Ο Στράβων για παράδειγμα αποκαλεί την Κύπρο “ Εύοιον Νήσον” (Κολώτας 2008: 14), ενώ ο Όμηρος, ο Πλίνιος και ο Σενέκας επαινούν τα κυπριακά κρασιά. (Vandyke Price 1993: 73)

Κατά τον Μεσαίωνα, το κρασί της Κύπρου ήταν πολύ διάσημο, ιδιαίτερα το παραδοσιακό γλυκό κρασί «Κουμανταρία» (vin de Commanderie), το οποίο παράγεται μέχρι σήμερα αποκλειστικά στο νησί και εξάγεται στο εξωτερικό (Καραγιώργης 2007). Η Κουμανταρία θεωρείται το αρχαιότερο κρασί στον κόσμο με ονομασία προέλευσης (Κολώτας 2008). Μάλιστα, σύμφωνα με το ποίημα του Henri d’ Andeli του 1224, “La Bataille des Vines” (Η Μάχη των Κρασιών), ο Βασιλιάς της Γαλλίας Philip Auguste, οργάνωσε ένα διαγωνισμό κρασιών για να καθοριστεί ποια κρασιά ήταν άξια να καταναλωθούν από το βασιλιά. Το διαγωνισμό αυτό κέρδισε το κρασί από την Κύπρο, στο οποίο αποδόθηκε ο τίτλος του «Αποστόλου των κρασιών». Το κρασί αυτό αργότερα ονομάστηκε «Κουμανταρία» (Rizoroulou-Egoumenidou 2007).

Την περίοδο της Τουρκοκρατίας, η υψηλή φορολογία που είχε επιβληθεί σε συνδυασμό με ασθένειες που έπληξαν τα αμπέλια, οδήγησαν στην παρακμή της βιομηχανίας του κρασιού (Κολώτας 2008: 16). Μετά το 1870 όμως, φορολογικές και διοικητικές μεταρρυθμίσεις σε συνδυασμό με τη λειτουργία της διώρυγας του Σουέζ και ασθένειες σε αμπελώνες της Γαλλίας, κατέστησαν τις συνθήκες ευνοϊκότερες για την εμπορία του κρασιού και το νησί εξελίσσεται έτσι σε εμπορικό κέντρο (Σεργίδης 2011: 33). Η εξαγωγή κρασιού ήταν μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων, ενώ σύμφωνα με

μαρτυρίες, η εξαγωγή αντιπροσώπευε το 50% της συνολικής παραγωγής (Aristidou 1990).

Κατά την Αγγλοκρατία παρατηρείται συνεχιζόμενη ανάπτυξη. Εξελίσσονται οι υποδομές, βελτιώνονται οι μέθοδοι διύλισης και απόσταξης με την εισαγωγή νέων μηχανημάτων και έτσι, σταδιακά το λιμάνι της Λεμεσού μετατρέπεται στο πρώτο εξαγωγικό λιμάνι οίνων και οινοπνευμάτων (Σεργίδης 2011: 34). Το 1927-1929 ιδρύεται το εργοστάσιο της Κυπριακής Εταιρείας Οίνων και Οινοπνευμάτων Λτδ (ΚΕΟΟ), γνωστή σήμερα ως ΚΕΟ (Σεργίδης 2011: 36).

Το κρασί για την Κύπρο δεν αποτελεί απλώς ένα εμπορικό προϊόν, είναι απόλυτα συνυφασμένο με την καθημερινή ζωή, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου. Κατείχε σημαντικό ρόλο σε όλες τις κοινωνικές εκδηλώσεις, όπως η γέννηση ενός παιδιού και είναι άμεσα συνδεδεμένο με τα θρησκευτικά έθιμα π.χ ταφικά έθιμα, τέλεση γάμου, Θεία Κοινωνία κ.ά (Rizoroulou-Egoumenidou 2007).

Η καλλιέργεια των αμπελιών στο νησί λοιπόν, καθώς και η παραγωγή του κρασιού έχουν τις ρίζες τους στα βάθη των αιώνων και επί της ουσίας είναι μια δραστηριότητα που δεν σταμάτησε ποτέ. Συνεχίζει μέχρι και σήμερα να αποτελεί μια από τις σημαντικότερες γεωργικές δραστηριότητες, με την αμπελουργία να αποτελεί το 1/4 της αγροκαλλιέργειας του νησιού (Roumbas 1993: 47). Στην παράδοση των τόσων χρόνων ίσως να οφείλεται και η ποιότητα των κυπριακών κρασιών και κατ' επέκτασιν και η φήμη τους. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε που το κρασί θεωρείτο «Μαύρος Χρυσός της Κύπρου» (Κολώτας 2008).

Σήμερα οι εξαγωγές κρασιού έχουν μειωθεί κατά πολύ, με το ποσοστό τους να φτάνουν στο 0,21% για το 2015 (1,687 εκατομμύρια ευρώ) (αν και σημειώνει μικρή αύξηση από το 2014), ενώ οι εισαγωγές από τρίτες χώρες ξεπερνούν κατά πολύ την αξία των εξαγωγών (Statistical Service of Cyprus 2016). Αν και το κυπριακό κρασί είναι πρώτο μεταξύ των επιλογών των ντόπιων, δε φαίνεται να είναι ανταγωνιστικό στις διεθνείς αγορές. Το στοίχημα για την Κύπρο είναι η δημιουργία της μάρκας και η προώθηση του στο εξωτερικό.

Στο νησί λειτουργούν τέσσερις μεγάλες Οινοβιομηχανίες (ΛΟΕΛ, ΕΤΚΟ, ΣΟΔΑΠ, ΚΕΟ), ενώ από την δεκαετία του '80 όπου άρχισαν να εμφανίζονται τα μικρά οινοποιεία, έφτασαν να υπάρχουν γύρω στις 50 μονάδες παραγωγής με επίκεντρο τις επαρχίες Λεμεσού και Πάφου (ΣΑΠ 2007: 11).

4.3 Οινικοί Φορείς της Κύπρου

Οι οινικοί φορείς της Κύπρου κατηγοριοποιούνται σε κρατικούς και μη. Στην πρώτη κατηγορία συμπεριλαμβάνονται α) το Συμβούλιο Αμπελοοινικών Προϊόντων (ΣΑΠ) και β) η Υπηρεσία Εμπορίου, στον Κλάδο Προώθησης Γεωργικών Προϊόντων (Οινικά Προϊόντα). Στην δεύτερη συγκαταλέγονται α) ο Σύνδεσμος Οινοποιείων Κύπρου, β) ο Όμιλος Οινοφίλων Κύπρου, γ) η Παγκύπριος Σύνδεσμος Οινοχόων (Cyprus Sommeliers Association) και δ) ο Όμιλος Οινοφίλων Αμμοχώστου (Βάκχος). Οι σημαντικότεροι εξ αυτών, είναι ο το Συμβούλιο Αμπελοοινικών Προϊόντων (ΣΑΠ) και ο Σύνδεσμος Οινοποιείων Κύπρου.

4.3.1 Συμβούλιο Αμπελοοινικών Προϊόντων

Το Συμβούλιο Αμπελοοινικών Προϊόντων (ΣΑΠ) συστάθηκε το 1968, από το Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος, με σκοπό τη ρύθμιση και εποπτεία του αμπελοοινικού τομέα. Διοικείται από εννεαμελές Συμβούλιο που διορίζεται από το Υπουργικό Συμβούλιο, και βρίσκεται υπό την εποπτεία του Υπουργείου.

Το Συμβούλιο κατέχει πρωτεύοντα ρόλο στη διαμόρφωση πολιτικής που στοχεύει στην αυτοδύναμη οικονομική ανάπτυξη της αμπελοοινικής και οινοποιίας. Εκπροσωπεί την Κυπριακή Δημοκρατία στα ευρωπαϊκά και διεθνή κέντρα λήψης αποφάσεων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Συμβούλιο, Διεθνής Οργανισμός Αμπέλου και Οίνου), ενώ εφαρμόζει μέτρα ενίσχυσης και στήριξης του αμπελοοινικού τομέα (Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος 2013).

Το 2004 εκδόθηκε νομοθεσία που αρχικά ταξινομεί τον κυπριακό αμπελώνα ανάλογα με τη γεωγραφική του θέση και τα κριτήρια ποιότητας και δεύτερον, δηλώνει το περιεχόμενο των ποικιλιών σταφυλιού των κρασιών από τις περιοχές που βρίσκονται κάτω από ελεγχόμενη ονομασία προέλευσης. Τέθηκαν έτσι τα θεμέλια για την ανάπτυξη ποιοτικών οίνων και περαιτέρω αλλαγή στην κατανομή των ποικιλιών σταφυλιού στο νησί (Κυπριακό Οινομουσείο).

Το διάστημα 2009-2013 έχουν ληφθεί μέτρα στο πλαίσιο του Εθνικού Προγράμματος Στήριξης Αμπελοοινικού Τομέα (ΕΠΣΑ) όπως η αναδιάρθρωση και μετατροπή αμπελώνων, ενθάρρυνση της επενδυτικής δραστηριότητας, ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, εκρίζωση και αντικατάσταση ποικιλιών με άλλες οινοποιήσιμες ποικιλίες και προώθηση οίνων σε ξένες αγορές (Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος 2013).

Το διάστημα αυτό τρέχουν δύο προγράμματα: α) το «Εθνικό Πρόγραμμα Στήριξης της Αμπελουργίας 2014-2018» το οποίο στοχεύει στην οικονομική ενίσχυση⁹ των οινοποιών-αμπελουργών για τη δημιουργία νέων σύγχρονων αμπελώνων, στον εκσυγχρονισμό των οινοποιείων, την προώθηση της καινοτομίας στον τομέα, αλλά και την προώθηση των κυπριακών κρασιών τόσο στο εσωτερικό όσο και σε τρίτες χώρες. β) το «Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020», το οποίο παρέχει εναλλακτικές ευκαιρίες για την ενίσχυση του αμπελοοινικού τομέα όπως η προώθηση γηγενών οινοποιήσιμων ποικιλιών της Κύπρου και η βιολογική παραγωγή κρασιών, μέτρα που στοχεύουν στην ενδυνάμωση της ταυτότητας του κυπριακού κρασιού (Χριστοδούλου 2015).

Επίσης διοργανώνει διάφορες εκδηλώσεις για παράδειγμα τον Διεθνή Διαγωνισμό Οίνου, υπό την αιγίδα του Διεθνούς Οργανισμού Αμπέλου και Οίνου, Έκθεση κυπριακών κρασιών, διοργάνωση Εργαστηρίου Κουμανδαρίας, και συμμετοχή στη Γιορτή του Κρασιού στο Λονδίνο (Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος 2013).

4.3.2 Σύνδεσμος Οινοποιείων Κύπρου

Το 2002 ιδρύθηκε ο Σύνδεσμος Οινοπαραγωγών Κύπρου και συμπεριελάμβανε αρχικά μόνο τις τέσσερις οινοβιομηχανίες του νησιού (ΕΤΚΟ, ΚΕΟ, ΛΟΕΛ, ΣΟΔΑΠ). Τα υπόλοιπα οινοποιεία είχαν δικτυωθεί στον Σύνδεσμο Περιφερειακών Οινοποιείων. Το 2009, ο Σύνδεσμος αποφάσισε να επεκταθεί, έτσι οι δύο σύνδεσμοι συγχωνεύθηκαν και δημιουργήθηκε ο Σύνδεσμος Οινοποιείων Κύπρου. Σκοπός του ήταν η ανάπτυξη και η προώθηση του εμπορίου και της βιομηχανίας προς όφελος των μελών, και η εκτέλεση

⁹ Ενδεικτικά έχουν εκταμιευθεί 4,1 εκατομμύρια ευρώ για το 2014, ενώ αναμένεται να δοθούν ακόμη 4,6 εκατομμύρια ευρώ στη συνέχεια.

ενεργειών που συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων αυτών (Σύνδεσμος Οινοποιών Κύπρου 2014).

4.4 Δρόμοι του Κρασιού

Οι Δρόμοι του Κρασιού, είναι ένα έργο σχετικά πρόσφατο, αφού ξεκίνησε κατά την περίοδο 2004-2006 με τη συγχρηματοδότηση των Διαρθρωτικών Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δημιουργώντας 6 διαδρομές, ενώ πρόσφατα εντάχθηκε στους Δρόμους του Κρασιού ακόμη μια διαδρομή, χρηματοδοτούμενη από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης. Έχει εκδοθεί από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού ειδικό έντυπο για τους Δρόμους του κρασιού, και σε επόμενο στάδιο σύμφωνα με τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού θα μεταφραστεί σε αγγλικά, γαλλικά, ρωσικά και γερμανικά. Μελετάται η δημιουργία Φορέα Διαχείρισης, ενώ υπάρχει ευκαιρία εκμετάλλευσης ευρωπαϊκών προγραμμάτων όπως το πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020, Εδαφικές και Διασυνοριακές Συνεργασίες, Ανταγωνιστικά Προγράμματα (Θεοδώρου - Δερμάτη 2013, ΚΟΤ 2014: 52).

Σύμφωνα με τον ΚΟΤ (2006), οι Δρόμοι του Κρασιού θα πρέπει να στοχεύουν στη:

- Διαφύλαξη και ανάδειξη του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και της πολιτισμικής ταυτότητας.
- Δημιουργία προϋποθέσεων για ευχερή πρόσβαση από και προς την ενδοχώρα.
- Δημιουργία ολοκληρωμένων εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων με ποικιλία ευκαιριών περιήγησης, αναψυχής και διαμονής.
- Ποσοτική και ποιοτική επάρκεια τουριστικής ανωδομής (καταλύματα).
- Δημιουργία ολοκληρωμένου δικτύου υπηρεσιών και πληροφόρησης.
- Συστηματική ευαισθητοποίηση, εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού.

Οι Δρόμοι του Κρασιού ανά επαρχία είναι οι εξής: Επαρχία Πάφου: Διαδρομή (1) Λάονα - Ακάμας, Διαδρομή (2) Βουνί Παναγιάς - Αμπελίτης, Διαδρομή (3) Κουλάδας Διαρίζου. Στην επαρχία Λεμεσού υπάγονται ακόμη τρεις διαδρομές: Διαδρομή (4) Κρασοχώρια Λεμεσού, Διαδρομή (5) Κουμανδαρίας, Διαδρομή (6) Πιτσιλιάς. Η τελευταία διαδρομή και πιο πρόσφατη είναι η Διαδρομή (7) Ορεινής Λάρνακας - Λευκωσίας (ΚΟΤ 2015) (βλ.

Παραρτήματα Α Χάρτης 1). Πιο κάτω ακολουθεί εκτενέστερη περιγραφή των διαδρομών.

- Διαδρομή 1: Λαόνα – Ακάμας (βλ. Παραρτήματα Α Χάρτης 2)

Η διαδρομή ξεκινά από την Πάφο και περιλαμβάνει τα βορειοδυτικά χωριά της επαρχίας: Μεσόγη, Τσάδα, Στρουμπί, Κάθικας, Ακουρδάλεια, Πάνω Αρόδες, Κάτω Αρόδες, Ίνεια, Δρούσεια, Πόλις, Πέγεια. Στην περιοχή υπάρχουν τέσσερα οινοποιεία, άφθονες ταβέρνες, ενώ το οδικό δίκτυο ανηφορίζει σε εκτάσεις όπου η χαμηλή βλάστηση διαδέχεται τις καλλιέργειες-κυρίως του αμπελιού, ενώ περιλαμβάνει και δασικές εκτάσεις.

Ιδιαίτερο γνώρισμα της διαδρομής αυτής είναι η ιδιαίτερη ομορφιά του τοπίου: περιλαμβάνει την περιοχή του Ακάμα, μια προστατευόμενη περιοχή με μοναδικό οικοσύστημα, φυσική βλάστηση και άγρια ζωή, ενώ σε πολλά σημεία της διαδρομής συνδυάζεται η θέα προς τη θάλασσα με την ομορφιά των αμπελώνων από την άλλη. Παράλληλα υπάρχουν πολλά θρησκευτικά μνημεία, π.χ το μοναστήρι του Αγίου Νεοφύτου, όπου υπάρχει η εγκλείστρα του Αγίου όπως επίσης εκκλησίες και ξωκλήσια. Παράλληλα στο χωριό Στρουμπί διοργανώνεται ετήσια η γιορτή του σταφυλιού «Διονύσια», μοναδική ευκαιρία για τον επισκέπτη να δοκιμάσει παραδοσιακά εδέσματα που παράγονται από κρασί. Τα οινοποιεία της περιοχής παρέχουν πολλές δραστηριότητες για τον επισκέπτη: Διαθέτουν αίθουσες γευσιγνωσίας, εστιατόρια, ενώ πολλά από αυτά διαθέτουν μουσεία πχ μουσείο παλαιών μηχανημάτων και εξοπλισμού οινοποίησης. Τέλος η διαδρομή περιλαμβάνει και δύο μουσεία: Μουσείο Υφαντικής στη Δρούσεια και Μουσείο Καλαθοπλεκτικής στην Ίνια.

- Διαδρομή 2: Βουνί Παναγιάς – Αμπελίτης (Βλ. Παραρτήματα Α Χάρτης 3)

Ακόμη μια διαδρομή στην ανατολική επαρχία Πάφου, σε μια ορεινή περιοχή με σχετικά ψηλές οροσειρές, οι οποίες καλύπτονται από δάση και αμπελώνες. Στη διαδρομή εντάσσονται επτά επισκέψιμα οινοποιεία, ενώ περιλαμβάνει τα χωριά: Μεσόγη, Τσάδα, Στρουμπί, Πολέμι, Ψαθί, Κανναβιού, Ασπρογιά, Πάνω Παναγιά, Χρυσorroγιατίτσα, Αγία Μονή, Στατός - Άγιος Φώτιος, Κοιλίνεια, Γαλαταριά, Πενταλιά, Αμαργέτη, Ελεδιό, Αγία Βαρβάρα, Αχέλεια ή Χούλου, Λεμώννα, Κούρδακα, Λετύμβου, Καλλέπεια.

Στην περιοχή εκτός πολυάριθμων αμπελώνων, υπάρχουν μονοπάτια της φύσης (π.χ «Αρνιού», «Παλλούρες») με πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Στη διαδρομή υπάρχουν παραδοσιακοί οικισμοί, λειτουργεί Μουσείο Λαϊκής και Υφαντικής Τέχνης ενώ μπορείς να επισκεφθείς πολλά μοναστήρια (Χρυσορρογιάτισσας, Αγίας Μονής) και εκκλησίες της περιοχής (π.χ μεσαιωνική Εκκλησία Αγ. Νικολάου στην Γαλαταριά) κάποια από τα οποία υπάγονται στα Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco. Επίσης στο χωριό Λετύμβου, τον Ιούλιο πραγματοποιείται Φεστιβάλ Ρεσιού (κυπριακό παραδοσιακό έδεσμα από σιτάρι). Στην περιοχή υπάρχουν αγροτουριστικά καταλύματα όπως επίσης και πολλές παραδοσιακές ταβέρνες.

- Διαδρομή 3: Κοιλιάδα Διαρίζου (βλ. Παραρτήματα Α Χάρτης 4)

Η διαδρομή εκτείνεται στα ανατολικά της πόλης της Πάφου, ακολουθεί την Κοιλιάδα του ποταμού Διαρίζου και ανηφορίζει προς την οροσειρά του Τροόδου. περιλαμβάνει τα χωριά: Αχέλεια, Κούκλια, Νικόκλεια, Χολέτρια, Στραυροκόβνου, Κελοκέδαρα, Σαλαμιού, Μέσανα, Αρμίνου, Φιλούσα, Πραιτώρι, Άγιος Νικόλαος, Κέδαρες, Άγιος Γεώργιος, Μαμώνια, Φασούλα.

Η περιοχή περιλαμβάνει αρκετούς τύπους βιοτόπων σε μια μικρή σχετικά έκταση, ενώ υπάρχουν αρκετά ενδημικά, προστατευόμενα και άλλα είδη. Στη διαδρομή υπάρχουν δύο μικρά οινοποιεία, μοναστήρια, μεσαιωνικά γεφύρια (π.χ το Γεφύρι του Τζιέλεφου-γνωστό στο νησί για την ομορφιά του τοπίου), καθώς και ο αρχαιολογικός χώρος των Κουκλιών όπου διεξαγόταν η λατρεία της θεάς Αφροδίτης. Τέλος υπάρχουν καταλύματα και ταβέρνες, για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών.

- Διαδρομή 4: Κρασοχώρια Λεμεσού (βλ. Παραρτήματα Α Χάρτης 5)

Η διαδρομή ξεκινά από τη Λεμεσό και συνεχίζει προς το Κολόσσι, Ερήμη, Καντού, Σούνι-Ζανακιά, Πάνω Κιβίδες, Άγιος Αμβρόσιος, Λόφου, Βουνί, Κοιλάνι, Πέρα Πεδί, Μανδριά, Κάτω Πλάτρες, Όμοδος, Βάσα, Μαλιά, Άρσος, Πάχνα, Ανώγυρα και Αυδήμου. Στη περιοχή συναντώνται 16 οινοποιεία, από τα πιο γνωστά στην Κύπρο, κάποια από τα οποία έχουν πετύχει διακρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο.

Δίνεται η δυνατότητα περιήγησης στους παραδοσιακούς οικισμούς της περιοχής, στο Μεσαιωνικό Κάστρο του Κολοσσιού (εκεί όπου λέγεται πως δημιουργήθηκε η Κουμανταριά). Παράλληλα υπάρχουν εκκλησίες και μοναστήρια (Μοναστήρι Τιμίου

Σταυρού), μουσεία (Κυπριακό Οινομουσείο, Αμπελουργικό, Εκκλησιαστικό, Λαογραφικά Μουσεία, Μουσείο Ζιβανίας, Μουσείο Παστελιού) Θεματικό πάρκο Ελιάς, Κέντρο Διασωσης Μοδίτικης Δαντέλας, Αναπαλαιωμένος Ληνός (παραδοσιακό πατητήρι σταφυλιού) καθώς και μονοπάτια της φύσης (Καληδόνια Πλάτρες). Στην περιοχή υπάρχουν πολλές ταβέρνες καθώς και καταλύματα.

- Διαδρομή 5: Κουμανταρία (βλ. Παραρτήματα Α Χάρτης 6)

Η διαδρομή αυτή είναι αφιερωμένη στις περιοχές που παράγουν Κουμανταρία. Λεμεσός, Κολόσσι, Ερήμη, Μονάγρι, Άγιος Γεώργιος, Σιλίκου, Δωρός, Λάνεια, Τριμίκληνη, Άγιος Μάμας, Καπηλειό, Ζωοπηγή, Καλό Χωριό, Άγιος Παύλος, Άγιος Κωνσταντίνος, Λουβαράς, Γεράσα, Αψιού. Στην περιοχή υπάρχουν τρία επισκέψιμα οινοποιεία.

Στην περιοχή συναντάται το μεγαλύτερο φράγμα της Κύπρου, το Φράγμα του Κούρρη, το οποίο μετατρέπει την περιοχή σε σημαντικό υδροβιότοπο, ενώ ενδείκνυται για οικολογικές περιηγήσεις, αθλητισμό και περιβαλλοντική ενημέρωση. Η διαδρομή περιλαμβάνει σημαντικά ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία: το Κάστρο του Κολοσσιού, το Κυπριακό Οινομουσείο στην Ερήμη, εκκλησιάκια, παραδοσιακό ληνό (πατητήρι σταφυλιών), εργαστήρια ζωγραφικής στη Λάνια, παραδοσιακό μουσείο στον Άγιο Μάμα, καθώς και το Ιστορικό Μουσείο Κουμανταρίας. Τέλος παρέχονται υποδομές για τους επισκέπτες, εστιατόρια και καταλύματα.

- Διαδρομή 6: Πιτσιλιά (βλ. Παραρτήματα Α Χάρτης 7)

Η διαδρομή ξεκινά από τη Λεμεσό και περιλαμβάνει τα χωριά Τριμίκληνη, Πελένδρι, Ποταμίτισσα, Δύμες, Κυπερούντα, Χανδριά, Πολύστυπος, Άλωνα, Αγρός, Άγιος Ιωάννης, Άγιος Θεόδωρος. Εκτείνεται στα ανατολικά της ψηλότερης κορυφής του Τροόδους, ενώ κάθε πλευρά είναι προσβάσιμη και καλλιεργήσιμη. Έτσι ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει ένα όμορφο τοπίο που περιλαμβάνει εκτός από τους αμπελώνες, μηλιές, ελιές, αμυγδαλιές, με φόντο το πευκόδασος – αφού περιβάλλεται από 4 δάση. Υπάρχουν δύο οινοποιεία, ενώ στην περιοχή γίνεται προσπάθεια αναβίωσης μιας ξεχασμένης κυπριακής ποικιλίας, το Γιαννούδι.

Η εκκλησία του Τιμίου Σταυρού είναι στα Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco, όπως επίσης και η Παναγία του Άρακα (εκκλησία του 12^{ου} αιώνα με τοιχογραφίες και αρχιτεκτονική που διατηρούνται σε εξαιρετική κατάσταση).

Χαρακτηριστικό της περιοχής είναι το φουντουκόδασος της Άλωνας, ενώ λέγεται πως στην Κυπερούντα μπορεί κανείς να συναντήσει τους υψηλότερους αμπελώνες της Ευρώπης. Στον Αγρό εκτός από τα γραφικά στενά του χωριού, υπάρχει ένα μουσείο αφιερωμένο στο ζωγράφο Σολωμό Φραγκουλίδη, ξενοδοχεία και ταβέρνες.

- Διαδρομή 7: Ορεινή Λάρνακα-Λευκωσία (βλ. Παραρτήματα Α Χάρτης 8)

Η διαδρομή περιλαμβάνει την ορεινή περιοχή Λευκωσίας και Λάρνακας. Σκαρίνου, Λεύκαρα, Κάτω Δρυς, Βάβλα, Ορά, Οσού, Φαρμακάς, Γούρρη, Φικάρδου, Καλό Χωριό, ενώ υπάρχουν τρία οινοποιεία.

Περνώντας από τη Σκαρίνου υπάρχει το κέντρο Περιβαλλοντικής Ενημέρωσης Ορεινής Λάρνακας, όπου υπάρχει μόνιμη έκθεση για τη χλωρίδα πανίδα και γεωλογία της περιοχής. Δίπλα υπάρχει εργαστήριο παραγωγής γαλακτοκομικών, στο οποίο ο επισκέπτης μπορεί να δοκιμάσει παραδοσιακά κυπριακά προϊόντα π.χ χαλούμι. Προχωρώντας, ο επισκέπτης συναντά το χωριό των Λευκάρων, το οποίο είναι γνωστό για τα κεντήματα και αργυροχοΐα του. Στη συνέχεια στον Κάτω Δρυ, γνωστό για τη βιοτεχνία μαρμελάδων, υπάρχουν μουσεία: Λαϊκής Τέχνης και Μέλισσας, ενώ υπάρχουν πολλές παραδοσιακές ταβέρνες. Υπάρχουν επίσης πολλές Εκκλησίες και μοναστήρια στην περιοχή, Παραδοσιακό Ληνός, ενώ υπάρχουν κατοικίες που λειτουργούν ως μουσεία βραβευμένα με Europa Nostra.

Όλα τα οινοποιεία που περιλαμβάνονται στις διαδρομές οφείλουν να τηρούν τα υποχρεωτικά κριτήρια ένταξης, ώστε αν πληρούνται οι ελάχιστες προϋποθέσεις ποιότητας. (για τα κριτήρια ένταξης βλ. Παραρτήματα)

4.4 Η Γιορτή του Κρασιού

Η Γιορτή του Κρασιού που διοργανώνεται κάθε χρόνο στη Λεμεσό, αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους λαϊκούς θεσμούς που έχουν επιβιώσει. Η πρώτη διοργάνωση της γιορτής έγινε τον Οκτώβριο του 1961, την περίοδο δηλαδή που παράγεται το νέο κρασί. Στόχος της ήταν η προώθηση του κυπριακού κρασιού τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, ενώ παράλληλα επιθυμούσαν να πετύχουν τουριστική προβολή του νησιού. Το καλλιτεχνικό πρόγραμμα της γιορτής από την άλλη, αποσκοπούσε στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και την διατήρηση των ηθών και εθίμων του νησιού (Αλεξάνδρου & Σοφοκλέους 2011, Κολώτας 2008).

Στα πλαίσια της γιορτής στήνονται όλο τον Δημόσιο Κήπο της Λεμεσού φιγούρες με μέθυσους και βρακοφόρους, βαρέλια, κληματαριές και γίνεται προσπάθεια να αποδοθεί όλος ο κύκλος παραγωγής του κρασιού, από το φύτεμα μέχρι και την πόση. Παρουσιάζεται επίσης έκθεση του Υπουργείου Γεωργίας και Φυσικών Πόρων, όπου συναντάς όλο τον κύκλο παραγωγής και επεξεργασίας των οινικών προϊόντων (Αλεξάνδρου & Σοφοκλέους 2011: 87).

Μέρος στην γιορτή λαμβάνουν κάθε χρόνο ντόπιοι ηθοποιοί, καλλιτέχνες, μουσικοί και μουσικοχορευτικά συγκροτήματα από όλη την Κύπρο, ενώ έχουν γραφτεί ποιήματα και τραγούδια ειδικά για την γιορτή και το κρασί. Τέλος, εκτός από το κυπριακό κρασί, ο επισκέπτης μπορεί να έχει μια πλήρη κυπριακή γαστρονομική εμπειρία, αφού σερβίρονται παραδοσιακά φαγητά (Αλεξάνδρου & Σοφοκλέους 2011).

4.5 Κυπριακό Οινομουσείο

Το Κυπριακό Οινομουσείο λειτουργεί από το 2004 στο χωριό Ερήμη (Διαδρομή Κουμανταρίας και Κρασοχωριών). Στεγάζεται σε μια πετρόκτιστη αγροτική έπαυλη, η οποία αναπαλαιώθηκε και επεκτάθηκε (Κυπριακό Οινομουσείο).

Σκοπός του είναι να παρουσιάσει τη διαδικασία παραγωγής οίνου από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Διαθέτει μοναδική συλλογή από αρχαία και μεσαιωνικά αγγεία πόσης, εργαλεία της οινοπαραγωγικής διαδικασίας, έγγραφα, εικαστικές αναπαραστάσεις και πλούσιο οπτικοακουστικό εξοπλισμό που φανερώνουν τις κοινωνικές, οικονομικές και συμβολικές πτυχές της παραγωγής κρασιού. Διαφωτίζει επίσης τον επισκέπτη σχετικά με όλες τις φάσεις από την καλλιέργεια του σταφυλιού μέχρι την παραγωγή, αλλά και την ιστορία του κρασιού στην Κύπρο (Χαρίτωνος 2008, ΚΟΤ 2015: 67).

Το 2008, βραβεύτηκε από το European Museum Forum ως ένα από τα καλύτερα θεματικά ευρωπαϊκά μουσεία, ενώ το 2009 πραγματοποίησε τις πρώτες του εκδόσεις (Cyprus Wine Museum Publications). Προσφέρει διαλέξεις, μαθήματα γευσιγνωσίας οίνου, πολιτιστικές εκδηλώσεις καθώς και ποικίλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες για σχολικές ομάδες όλων των βαθμίδων. Παράλληλα, προσφέρονται ξεναγήσεις στις εκθέσεις καθώς και γευστολόγηση κρασιού (Αντωνίου 2014). Είναι ίσως το μόνο Μουσείο Οίνου στον κόσμο που προβάλλει ιστορία οινοπαραγωγής 55 αιώνων και τους

δρόμους του κρασιού μιας χώρας (Εικονικό Κυπριακό Μουσείο Τροφίμων 2010). Ταυτόχρονα ασχολείται και με άλλους τομείς του πολιτισμού έχοντας ιδρύσει ορχήστρα δωματίου (Commandaria Orchestra), ενώ διοργανώνεται ετήσιο φεστιβάλ τεχνών που προβάλλει την κυπριακή σύγχρονη δημιουργία (Κυπριακό Οινομουσείο).

Συμπερασματικά, η βιομηχανία του τουρισμού στην Κύπρο είναι το πιο δυνατό χαρτί της οικονομίας της. Ωστόσο, όσο σημαντική και αν είναι η συμβολή του μαζικού τουρισμού, παραμένει το πρόβλημα της εποχικότητας, ένα πρόβλημα το οποία καλούνται να λύσουν οι αρμόδιοι στρέφοντας τη προσοχή τους προς αειφορικά μοντέλα ανάπτυξης. Η διαχρονική σχέση του κρασιού με το νησί, την οικονομία αλλά και την παράδοση του, μπορεί να αποτελέσει πολλά υποσχόμενη εναλλακτική διέξοδο. Ο οινοτουρισμός στη Κύπρο φαίνεται πως αν και δεν είναι το πιο διαδεδομένο είδος τουρισμού, έχουν γίνει αρκετά βήματα για την ανάπτυξη του τα τελευταία χρόνια, το πιο σημαντικό εκ των οποίων αποτελεί η χάραξη των Δρόμων του Κρασιού. Το πρόγραμμα αυτό (σε συνδυασμό με την ύπαρξη μουσείων όπως το Κυπριακό Οινομουσείο, αλλά και εκδηλώσεων όπως η Γιορτή του Κρασιού) εάν δοθεί η κατάλληλη προσοχή και προώθηση, μπορεί να δώσει την ώθηση που χρειάζεται ο κυπριακός τουρισμός, όπως επίσης και η κυπριακή ύπαιθρος, η οποία τα τελευταία χρόνια αντιμετωπίζει προβλήματα εγκατάλειψης από τους γηγενείς πληθυσμούς.

Κεφάλαιο 5

Μελέτη Περιπτώσεων

Στο προηγούμενο κεφάλαιο συζητήθηκε η σχέση του οινοτουρισμού με την Κύπρο, οι προοπτικές, οι δυνατότητες της εφαρμογής του, καθώς και το στάδιο ανάπτυξης του στο νησί, όπως διαφαίνονται μέσα από τη βιβλιογραφία. Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστεί η ερευνητική φάση της εργασίας, θα γίνει περιγραφή του τρόπου συλλογής δεδομένων, της μεθοδολογίας και των συμπερασμάτων. Τέλος θα μελετηθεί ο οινοτουρισμός υπό το πρίσμα των ίδιων των οινοποιείων, τα οποία αποτελούν το σημαντικότερο κομμάτι του.

5.1 Στόχος έρευνας

Σκοπός της έρευνας αυτής είναι να αξιολογηθεί η οινοτουριστική εμπειρία στην Κύπρο, η σημασία του οινοτουρισμού για τα οινοποιεία, εάν και πώς έχει συνεισφέρει στην τοπική κοινωνία, η συλλογή πληροφοριών για το προφίλ των οινοτουριστών, καθώς και εισηγήσεων για αλλαγές που μπορούν να γίνουν ώστε να αναβαθμιστεί το προϊόν και να εδραιωθεί η Κύπρος ως οινικός προορισμός. Εν ολίγοις το ερώτημα είναι: Ποια η υφιστάμενη κατάσταση του Οινοτουρισμού στην Κύπρο και ποιες οι προοπτικές ανάπτυξης του σύμφωνα με οινοποιούς του νησιού;

5.2 Μεθοδολογία

Για τη συλλογή δεδομένων προτιμήθηκε η μέθοδος της ποιοτικής έρευνας, μέσω προσωπικών συνεντεύξεων (βλ. Παράρτημα Γ). Έχουν επιλεγθεί τρία οινοποιεία που βρίσκονται σε διαφορετικές Διαδρομές Κρασιού της Κύπρου. Με τη μέθοδο αυτή προσεγγίζεται η πλευρά των οινοποιείων ως φορείς του οινικού τουρισμού καθώς και ο ρόλος τους στην ανάπτυξη του. Μελετώνται διαφορετικές περιοχές της Κύπρου, ώστε

να διαπιστωθεί ο βαθμός ανάπτυξης της κάθε περιοχής ξεχωριστά, καθώς και οι δυνατότητες αναβάθμισης της.

Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν αρχές Απριλίου. Στην έρευνα συμμετείχαν τα οινοποιεία Βουνί Παναγιά (Διαδρομή 2, Βουνί Παναγιάς – Αμπελίτης, Πάφος), Τσιάκκας (Διαδρομή 6, Πιτσιλιά Λεμεσού) και Άης Αμπέλης (Διαδρομή 7, Ορεινή Λάρνακας – Λευκωσία). Η συνέντευξη με τον ιδιοκτήτη του πρώτου οινοποιείου, Ανδρέα Κυριακίδη έγινε στις 09.04.2016 μετά από επίσκεψη στο οινοποιείο, ενώ οι άλλες δύο διεξήχθησαν τηλεφωνικά η πρώτη στις 07.04.2016 (Μάριος Ιακώβου, Οινοποιείο Άης Αμπέλης) και η δεύτερη στις 11.04.2016 (Ορέστης Τσιάκκας, Οινοποιείο Τσιάκκα).

5.3 Οινοποιείο Βουνί Παναγιά (Παναγιά, Πάφος)

Το οινοποιείο Βουνί Παναγιά βρίσκεται στο χωριό Παναγιά της επαρχίας Πάφου, από το 1987. Πρόκειται για το πρώτο ιδιωτικό οινοποιείο που δημιουργήθηκε στο νησί, ενώ είναι ένα από τα ελάχιστα οινοποιεία της Κύπρου που προωθεί αποκλειστικά κυπριακά κρασιά, επενδύοντας στην καλλιέργεια μόνο γηγενών ποικιλιών: Ξυνιστέρι, Μαραθεύτικο, ντόπιο Μαύρο, καθώς και τις ποικιλίες Σπούρτικο, Πρωμάρα και Γιαννούδι, οι οποίες λόγω της δυσκολίας τους να καλλιεργηθούν έχουν εγκαταλειφθεί από πολλούς παραγωγούς.

Παράγει επτά ετικέτες κρασιών και Ζιβανία, τις οποίες προωθεί τόσο στην κυπριακή αγορά όσο και στο εξωτερικό, ενώ η ετήσια παραγωγή του φτάνει το μισό εκατομμύριο φιάλες. Το οινοποιείο είναι εξοπλισμένο με σύγχρονες εγκαταστάσεις, έχει ανακαινισθεί και επεκταθεί πρόσφατα, ενώ είναι ανοικτό και δέχεται επισκέπτες ολόχρονα (Οινοποιείο Βουνί Παναγιά, 2013). Κάποια από τα κρασιά του έχουν τιμηθεί με χρυσό και ασημένιο βραβείο στο 16^ο Διαγωνισμό Οίνου και Αποσταγμάτων Θεσσαλονίκης, ενώ έχει βραβευθεί με το πιστοποιητικό διάκρισης από το TripAdvisor για το 2015, δείγμα της ποιότητας της φιλοξενίας του.

Το οινοποιείο διαθέτει παραδοσιακό μουσείο, ξεχωριστό χώρο γευστικών δοκιμών, πωλητήριο με κυπριακά οινικά προϊόντα δικής τους παραγωγής, ενώ προσφέρει παρουσιάσεις πολυμέσων που ενημερώνουν τον επισκέπτη για την αμπελουργία και την οινοποιία (Οινοποιείο Βουνί Παναγιά, 2013). Από το εστιατόριο του, το οποίο

σερβίρει αποκλειστικά κυπριακά εδέσματα, μπορεί κανείς να απολαύσει την πανοραμική θέα, η οποία καλύπτει σχεδόν ολόκληρη την επαρχία Πάφου.

Η περιοχή ως τουριστικός προορισμός, διαθέτει θρησκευτικά αλλά και ιστορικά μνημεία, όπως το Μοναστήρι της Χρυσορρογιάτισσας, το οποίο χρονολογείται από το 1152 μ.Χ και έχει το δικό του οινοποιείο, το Μοναστήρι της Αγίας Μονής του 4^{ου} αιώνα μ.Χ, ενώ εντός του χωριού υπάρχει το πατρικό σπίτι καθώς και το Μουσείο Αρχιεπισκόπου Μακαρίου Γ' (Σπίνελη 2015). Παράλληλα, η περιοχή βρίσκεται εντός του δικτύου "Life, Natura 2000". Πρόκειται δηλαδή για μια προστατευόμενη περιοχή με φυσικό οικότοπο, μοναδικά διατηρημένο οικοσύστημα υψηλής περιβαλλοντικής αξίας και μονοπάτια της φύσης. Περιβάλλεται από το δάσος της Πάφου, την Κοιλάδα των Κέδρων και το φράγμα της Κανναβιούς (Οινοποιείο Βουνί Παναγιά, 2013). Όσον αφορά τις τουριστικές υποδομές, εκτός από το εστιατόριο του οινοποιείου, υπάρχουν κάποιες ταβέρνες στο χωριό, όπως επίσης ένα ξενοδοχείο και τρία αγροτουριστικά καταλύματα.

Για τους σκοπούς της έρευνας πραγματοποιήθηκε συνέντευξη με ένα εκ των δύο ιδιοκτητών του Οινοποιείου, τον κ. Ανδρέα Κυριακίδη. Όπως αναφέρθηκε ήταν το πρώτο ιδιωτικό οινοποιείο που ιδρύθηκε στο νησί (μετά τις τέσσερις οινοβιομηχανίες). Η περιοχή για μεγάλο διάστημα ήταν νεκρή τουριστικά, ενώ το πρόβλημα της εγκατάλειψης της υπαίθρου ήταν πολύ έντονο. Τα τελευταία χρόνια με τη δημιουργία των Δρόμων του Κρασιού έχουν αρχίσει να αλλάζουν τα πράγματα για την περιοχή όπως σημειώνει, αλλά υπάρχει πολλή απόσταση να διανυθεί.

Αναφέρει πως το κυπριακό κρασί τα τελευταία χρόνια άρχισε να εκτιμάται. Πρόσφατα σχετικά ξεκίνησε η στροφή σε κυπριακές ποικιλίες. Η αυτοματοποίηση στον οινικό τομέα των άλλων χωρών, δίνει ποιοτικό πλεονέκτημα στην κυπριακή παραγωγή.

Σε ερώτηση σχετικά με την επισκεψιμότητα του οινοποιείου, ανέφερε πως ένα ποσοστό γύρω στο 60% είναι Κύπριοι, ιδιαίτερα άτομα που μένουν στην πόλη και δη στη Λευκωσία. «Η υπαίθρος, η φιλοξενία που προσφέρουμε είναι κάτι διαφορετικό γι' αυτούς». Το καλοκαίρι οι περισσότεροι επισκέπτες είναι ξένοι, ωστόσο τις άλλες εποχές κατά τις οποίες σημειώνεται εντονότερη κίνηση, είναι Κύπριοι. Σε ότι αφορά τους τουρίστες, οι περισσότεροι επισκέπτες είναι Άγγλοι, λιγότερο Ρώσοι, λίγοι Γερμανοί, και Ιάπωνες.

Τονίζει πως υπάρχει κρατική αρωγή σε ικανοποιητικό βαθμό (υπήρχε χρηματοδότηση το 1989, το 2004 και στη συνέχεια υπήρξε ευρωπαϊκή χρηματοδότηση με τους Δρόμους του Κρασιού), ωστόσο η περιοχή υστερεί σε ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Σημειώνει πως υπάρχει προοπτική ανάπτυξης, τουριστική υποδομή, αν και χρειάζεται πολλή οργάνωση. «Το κράτος για να βοηθήσει θέλει την ιδιωτική πρωτοβουλία. Από εμπειρία δική μου δεν πήγα να ζητήσω κάτι και να το στοιχειοθετήσω και να μου πουν όχι».

Εισηγείται πως θα πρέπει να γίνει μια συνεργασία μεταξύ των τοπικών οινοποιείων και φορέων, ώστε να γίνουν συντονισμένες προσπάθειες ανάπτυξης του κλάδου αλλά και του οινοτουρισμού της περιοχής γενικότερα. Μέχρι πρόσφατα υπήρχε μεγάλο πρόβλημα αισχροκέρδειας στην περιοχή, κάτι που άφηνε αρνητικές εντυπώσεις στους επισκέπτες. Για τον ίδιο λόγο δεν συνεργάζεται με τουριστικά πρακτορεία. Από προσωπική του εμπειρία όπως ανέφερε, θεωρεί πως δεν συνεισφέρουν όπως θα έπρεπε στην τουριστική εμπειρία και προώθηση του τουρισμού. Προσπαθούν να εκμεταλλευτούν τους τουρίστες χωρίς να τους προσφέρουν την εμπειρία που θα έπρεπε. Η τοπική κοινότητα δεν εμπλέκεται όπως θα έπρεπε να γίνεται, με όποια προσπάθεια να γίνεται αποκλειστικά από το οινοποιείο.

Τέλος, στο οινοποιείο δεν υπάρχει τμήμα μάρκετινγκ, ωστόσο η παρουσία του στα Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης είναι ισχυρή και διατηρεί μια πολύ ελκυστική και μοντέρνα ιστοσελίδα. Θεωρεί πως το καλύτερο μάρκετινγκ είναι δια ζώσης, μέσω της προσωπικής συνδιαλλαγής με τον επισκέπτη, ενώ τα σχόλια που αφήνουν οι επισκέπτες στο Trip Advisor τον επιβραβεύουν. Οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέπτονται τον χώρο είναι είτε άτομα τα οποία ήρθαν στο παρελθόν, είτε που άκουσαν για το οινοποιείο (mouth to mouth διαφήμιση), είτε από τις εκδρομές που οργανώνει ο ΚΟΤ (Πρόγραμμα Μικρές Αποδράσεις¹⁰).

Σημειώνει πως όσον αφορά τον ΚΟΤ παλαιότερα υπήρχε πολύ περισσότερη ενίσχυση, αν και λόγω της κρίσης δεν έχει πλέον την οικονομική ευχέρεια να βοηθήσει περισσότερο. Στέλνει ομάδες επισκεπτών όποτε μπορεί. Π.χ Ξένες δημοσιογραφικές αποστολές που επισκέπτονται την Κύπρο.

¹⁰ Μικρές Αποδράσεις είναι ένα πρόγραμμα που απευθύνεται στους κατοίκους της Κύπρου, το οποίο περιλαμβάνει ολοκληρωμένα πακέτα που συνδυάζουν μια απόδραση του Σαββατοκύριακου σε διάφορες περιοχές της Κύπρου, με ξεναγήσεις σε μνημεία και αξιοθέατα. (ΚΟΤ 2015 [β]).

5.4 Οινοποιείο Τσιάκκας (Πελένδρι Λεμεσού)

Το οινοποιείο Τσιάκκας βρίσκεται λίγο έξω από το χωριό Πελένδρι, στην περιοχή Πιτσιλιά της Λεμεσού. Ιδρύθηκε το 1988 από τον Κώστα και Μαρία Τσιάκκα, οι οποίοι μέχρι και σήμερα είναι υπεύθυνοι για τη διεύθυνση του οινοποιείου (Γιάννος Κωνσταντίνου, 2016).

Το οινοποιείο παράγει ευρεία σειρά κρασιών και συγκεκριμένα αριθμεί 8 ετικέτες. Ασχολείται τόσο με κυπριακές όσο και ξένες ποικιλίες. Συγκεκριμένα παράγει Chardonnay, Sauvignon Blanc και Ξυνιστέρι από λευκά, ενώ σε κόκκινα Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Grenache, Mattaro, Αγιωργήτικο, Βαμβακάδα και Γιαννούδι (Taste 2016). Ιδιαίτερα σημαντική θεωρείται η τελευταία, αφού αποτελεί σπάνια κυπριακή ποικιλία, η οποία όπως προαναφέρθηκε τυγχάνει περιορισμένης παραγωγής. Παράλληλα, προωθεί την παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων όπως για παράδειγμα Κουμανταρία και Ζιβανία, ενώ υπάρχουν επίσης κρασιά ιδιωτικής συλλογής που παράγονται από αμπέλια βιολογικής καλλιέργειας. Είναι μέλος του Συνδέσμου Οινοποιών Κύπρου, ενώ το 2014 έλαβε μέρος στο Πρόγραμμα Ανοικτών Οινοποιείων για προβολή των Οίνων Ποιότητας¹¹ (Σύνδεσμος Οινοποιών Κύπρου 2014).

Έχει λάβει πολλές διακρίσεις τόσο σε τοπικό όσο και διεθνές επίπεδο: Πρώτο βραβείο για τη Ζιβανία σε παγκόσμιο διαγωνισμό αποσταγμάτων (2014 και 2015), πρώτο βραβείο για το Sauvignon Blanc 2015 στον παγκόσμιο διαγωνισμό κρασιού της Θεσσαλονίκης και τέλος βραβείο Regional Trophy για το Ξυνιστέρι του οινοποιείου στον παγκόσμιο διαγωνισμό κρασιού Decanter 2008 (Taste, 2016). Το 2012 κέρδισε τον τίτλο του πρώτου πράσινου οινοποιείου παγκύπρια, με την πιστοποίηση EMAS¹². Σημαντικό είναι να αναφερθεί πως μόνο έξι οινοποιεία στην Ευρώπη διαθέτουν την πιστοποίηση αυτή (Θεοδώρου 2012).

Η συνολική ετήσια του παραγωγή ανέρχεται σε 150 000 φιάλες (Taste 2016). Επιπλέον, προχωρά στην εξαγωγή των παραγόμενων του προϊόντων σε ΗΠΑ, Αγγλία, Αυστρία,

¹¹ «Ανοικτά Οινοποιεία Κύπρου» είναι ένας θεσμός στα πλαίσια του οποίου διοργανώνονται εκστρατείες ενημέρωσης με τη μορφή σεμιναρίων/ημερίδων εκπαίδευσης και πληροφόρησης για τα συστήματα ποιότητας οίνων της ΕΕ και για την εφαρμογή τους στην Κύπρο. Το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Σύνδεσμος Οινοποιών Κύπρου 2014).

¹² EMAS ονομάζεται το Ευρωπαϊκό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου, ένα εργαλείο για επιχειρήσεις και οργανισμούς που στοχεύει στην αξιολόγηση, καταγραφή, βελτίωση και δημοσιοποίηση της περιβαλλοντικής τους απόδοσης (Θεοδώρου 2012).

Βέλγιο, Ελβετία, Ολλανδία, Ελλάδα και Γερμανία. Τέλος, είναι επισκέψιμο καθημερινά, δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες του να δοκιμάσουν κρασιά, να ξεναγηθούν στους χώρους οινοποίησης, στην κάβα παλαίωσης, στο μικρό μουσείο όπου φυλάγονται παραδοσιακά αμπελουργικά εργαλεία και τέλος να καθίσει για ξεκούραση στην καφετέρια (Κόντος 2015; Taste 2016).

Το Πελένδρι διατηρεί σε αρκετά μεγάλο βαθμό τα στοιχεία της παραδοσιακής λαϊκής αρχιτεκτονικής, ενώ έχει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, με μνημεία κυρίως βυζαντινής τέχνης. Είναι γνωστό για τις μοναδικές εκκλησίες και τα παρεκκλήσια του (για παράδειγμα η εκκλησία του Τιμίου Σταυρού του 1178, η οποία βρίσκεται στον κατάλογο πολιτιστικής κληρονομιάς της Unesco και η εκκλησία της Παναγίας Καθολικής, η οποία φιλοξενεί βυζαντινές εικόνες του 16^{ου} αιώνα) (Κοινοτικό Συμβούλιο Πελενδρίου).

Ως τουριστικός προορισμός προσφέρει ποικίλες δραστηριότητες, ειδικά για τα άτομα που ενδιαφέρονται για τον αγροτουρισμό. Το μονοπάτι «Μονή-Φύλαγρα» σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε από το τμήμα δασών και την Κοινότητα Πελενδρίου την περίοδο 2003-2004. Αποτελεί μονοπάτι της φύσης με πλούσια βλάστηση και αποτελείται ως επί το πλείστον από φυσικό πευκόδασος. Υπάρχουν επίσης μνημεία ηρώων όπως για παράδειγμα τα Προπύλαια, η Αίθουσα των Αγωνιστών, τα Σκαλοπάτια της Λευτεριάς και το Μνημείο της Λευτεριάς, τα οποία έχουν ως κύριο θέμα τον απελευθερωτικό αγώνα της ΕΟΚΑ 1955-1959 (Κοινοτικό Συμβούλιο Πελενδρίου).

Στο γειτονικό χωριό Αγρός, διοργανώνεται κάθε Μάιο το Φεστιβάλ Τριανταφύλλου. Η γιορτή περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως το μάζεμα τριαντάφυλλων στους αγρούς, παρακολούθηση της διαδικασίας παρασκευής ροδοστάγματος, πληροφόρηση του κοινού για τις ευεργετικές ιδιότητες της χρήσης προϊόντων από τριαντάφυλλα, παραστάσεις με παραδοσιακούς κυπριακούς χορούς και προσφορά προϊόντων από τριαντάφυλλα (Κοινοτικό Συμβούλιο Αγρού 2016).

Στο χωριό υπάρχουν αρκετές ταβέρνες και αγροτουριστικά καταλύματα, ενώ σε κοντινή απόσταση (10-20 λεπτών με το αυτοκίνητο) υπάρχουν ακόμη περισσότερα ξενοδοχεία και υπηρεσίες εστίασης και σίτισης σε γειτονικά χωριά.

Σύμφωνα με τον γιό του ιδιοκτήτη και οινολόγο Ορέστη Τσιάκκα, οι επισκέπτες είναι όλων των ηλικιών και το ενδιαφέρον από τους Κυπρίους είναι αυξανόμενο. Οι περισσότεροι και πάλι είναι ντόπιοι, ενώ έπονται οι Ρώσοι και ευρωπαίοι τουρίστες. Απαντώντας εάν υπάρχει κρατική ενίσχυση, σημειώνει πως υπάρχουν τόσο κρατικές όσο και ευρωπαϊκές επιχορηγήσεις, ενώ πέρσι ανακοινώθηκαν νέα κονδύλια που αφορούν όλα τα οινοποιεία μέσω χρηματοδότησης διαφόρων προγραμμάτων.

Το οινοποιείο συνεργάζεται με συγκεκριμένο τουριστικό πρακτορείο το οποίο διοργανώνει εκδρομές στους Δρόμους του Κρασιού, είναι ευχαριστημένοι με τις υπηρεσίες που παρέχουν, ενώ η τοπική κοινωνία στηρίζει όσο μπορεί το οινοποιείο προσκαλώντας το με κάθε ευκαιρία να συμμετέχει σε εκδηλώσεις και δραστηριότητες που διοργανώνονται. Επίσης υπάρχει συνεργασία με τοπικά εστιατόρια οι οποίοι συστήνουν την επίσκεψη στο οινοποιείο.

Όσον αφορά την περιοχή, έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια οι τουριστικές υποδομές, όπως επίσης και οι θέσεις εργασίας, ενώ αναφέρει πως πολλές από τις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις είναι κερδοφόρες. Σε ερώτηση εάν ο οινοτουρισμός συμβάλλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, σημείωσε πως ήδη συμβαίνει, με την επίσκεψη τουριστών ολόχρονα στο οινοποιείο.

Τέλος, θεωρεί πως ο οινικός τουρισμός έχει προοπτική στο νησί ως επιχειρηματική δραστηριότητα και πως έχουν γίνει ήδη πολλές προσπάθειες εκ μέρους της κυβέρνησης αλλά και των οινοποιών, ωστόσο υπάρχει ανάγκη βελτίωσης των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών.

5.5 Οινοποιείο Άης Αμπέλης (Καλό Χωριό Ορεινής, Λευκωσία)

Το οινοποιείο Άης Αμπέλης λειτούργησε για πρώτη φορά το 1992 στο Καλό Χωριό Ορεινής στη Λευκωσία, πρόκειται για το πρώτο και μοναδικό οινοποιείο της πρωτεύουσας. Το 2006 μεταφέρθηκε σε νέες σύγχρονες εγκαταστάσεις, ενώ γίνονται συνεχώς προσπάθειες εκσυγχρονισμού. Ασχολείται τόσο με διεθνείς όσο και γηγενής ποικιλίες σταφυλιού (Ξένες: Shiraz, Cabernet Sauvignon, Chardonnay. Γηγενείς: Ξυνιστέρι, Μωροκανέλλα, Μαραθεύτικο), αριθμεί 6 ετικέτες κρασιού και το 2013

κυκλοφόρησε επίσης Κουμανταρία. Η παραγωγή του ανέρχεται γύρω στις 120,000 φιάλες ετησίως (Avant-Garde 2014, Time Out Cyprus 2014), ενώ εξάγει τα κρασιά του και στο εξωτερικό (Κίνα, Ελβετία, Ρωσία, Γερμανία).

Το οινοποιείο έχει αποσπάσει σημαντικές διακρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Στο διαγωνισμό Decander World Wine Awards 2014 βραβεύτηκαν τέσσερα κρασιά του, μεταξύ των οποίων η Κουμανταρία του, η οποία τιμήθηκε με Χρυσό Μετάλλιο. Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι το μοναδικό κυπριακό κρασί που έχει τιμηθεί με το βραβείο αυτό (Time Out Cyprus 2014). Είναι μέλος του Συνδέσμου Οινοποιών Κύπρου, ενώ συμμετείχε όπως και το Οινοποιείο Τσιάκκα, στο Πρόγραμμα Ανοικτών Οινοποιείων για προβολή των Οίνων Ποιότητας (Σύνδεσμος Οινοποιών Κύπρου 2014).

Ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί στον χώρο του οινοποιείου, να δοκιμάσει τα κρασιά στην αίθουσα γευσιγνωσίας, ενώ η δοκιμή συνοδεύεται από τοπικά τυριά και αλλαντικά. Παράλληλα, προσφέρεται ξενάγηση η οποία παρουσιάζει τη διαδικασία οινοποίησης από το σταφύλι στην εμφιάλωση. Ο επισκέπτης μπορεί εάν θέλει να περιηγηθεί στους αμπελώνες και να λάβει μέρος στη διαδικασία οινοποίησης. Επίσης διαθέτει χώρο δεξιώσεων το οποίο φιλοξενεί κοινωνικές εκδηλώσεις (Aes Ambelis Winery Facebook).

Το Καλό Χωριό Ορεινής (ή Κλήρου όπως ονομάζεται) βρίσκεται στους πρόποδες του δάσους Αδελφοί, είναι ιδανικό για επισκέπτες που αγαπούν τη φύση. Στη περιοχή υπάρχει ένα μικρό φράγμα, φαράγγια και το μονοπάτι «Πικρόβρυση της Μερίκας» το οποίο ξεκινά από τα δύο Ενετικά γεφύρια, ενώ στη διαδρομή βρίσκεις μια αρχαία γαλαρία μεταλλείου και ένα εκδρομικό χώρο. Επίσης τα πετρώματα του ποταμού Μαρούλλενας είναι πόλος έλξης για μελετητές της γεωλογίας του νησιού. Τέλος υπάρχει η εκκλησία του Αγίου Γεωργίου του 17^{ου} αιώνα.

Ο επισκέπτης μπορεί επίσης να περιηγηθεί στη γύρω περιοχή, όπου του δίνεται η ευκαιρία να εμπλακεί σε πολιτιστικές και αγροτουριστικές δραστηριότητες. Μεγάλη θρησκευτική και ιστορική αξία συγκεντρώνει η Ιερά Μονή Μαχαιρά (τριάντα λεπτά οδικώς από το Καλό Χωριό) στα πλάγια του βουνού Κιόνια, η οποία ιδρύθηκε στα μέσα του 12ου αιώνα και λειτουργεί μέχρι σήμερα. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Μονή Μαχαιρά συνδέθηκε με τον απελευθερωτικό αγώνα της ΕΟΚΑ κατά το 1955-1959,

αφού σε αρκετά μικρή απόσταση βρίσκεται το κρησφύγετο του υπαρχηγού της ΕΟΚΑ, Γρηγόρη Αυξεντίου. Σήμερα, δίπλα από το μοναστήρι υπάρχει ο ανδριάντας του Γρηγόρη Αυξεντίου καθώς και ένα μουσείο αφιερωμένο σε αυτόν (Βασιλείου 2009).

Σε απόσταση δεκαπέντε λεπτών από το χωριό υπάρχει επίσης η Παναγία της Ασίνου, βυζαντινή εκκλησία που βρίσκεται στον κατάλογο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco. Κοντά επίσης βρίσκεται και ο αρχαιολογικός χώρος της Ταμασσού (Μιχαηλίδης 2013). Τέλος, τον Μάιο διοργανώνεται στο χωριό Σκαρίνου (απέχει μια ώρα από το Καλό Χωριό) το Φεστιβάλ Γαϊδουριού, όπου ο επισκέπτης μπορεί να ξεναγηθεί στη φάρμα (Golden Donkey Farm), να κάνει βόλτες με τα γαϊδούρια, να παρακολουθήσει πως γίνονταν οι αγροτικές δραστηριότητες και πως φτιάχνονται παραδοσιακά εδέσματα (Time Out Cyprus 2016).

Μια άλλη επιλογή αποτελεί η επίσκεψη στο χωριό Φικάρδου της επαρχίας Λευκωσίας. Η επίσκεψη μπορεί να πραγματοποιηθεί και μέσω πεζοπορίας, αφού η διαδρομή περνά από δασώδες εκτάσεις και καταλήγει σε σημείο με θέα της γύρω περιοχής (CITY Free Press, 2016). Ο οικισμός του Φικάρδου χρονολογείται στο 18ο αιώνα και οι οικίες αποτελούν δείγματα της τοπικής αρχιτεκτονικής και παράδοσης. Αρκετές από αυτές μετετράπηκαν σε μουσεία, μέσα στα οποία στεγάζονται διάφορα παραδοσιακά αγροτικά εργαλεία και αντικείμενα. Ως εκ τούτου, το χωριό Φικάρδου έχει κηρυχτεί διατηρητέο και το 1987 τιμήθηκε με το βραβείο Europa Nostra (Αθηνόραμα). Επίσης, οι επισκέπτες πολύ πιθανόν να έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν τον παραδοσιακό τρόπο παρασκευής διαφόρων εδεσμάτων και αντικειμένων. Συγκεκριμένα, υπάρχει η παραδοσιακή διαδικασία παραγωγής κρασιού με τον Ληνό, η απόσταξη της Ζιβανίας και η παρασκευή άλλων εδεσμάτων. Τέλος, υπάρχει ο παραδοσιακός τρόπος κατασκευής υφαντών και διαφόρων κεντημάτων στη «βούφα» (αργαλειός) (Time Out Cyprus, 2015).

Στο χωριό δεν υπάρχουν τουριστικά καταλύματα, ωστόσο υπάρχουν στο Φικάρδου και το Γούρρι, ενώ ταβέρνες/εστιατόρια υπάρχουν και στον Άγιο Επιφάνειο (όλα σε πολύ μικρή απόσταση από το χωριό).

Ο Μάριος Ιακώβου, Διευθυντής Πωλήσεων του Οινοποιείου, αναφέρει πως οι τουρίστες που το επισκέπτονται ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 20-40 ετών, ενώ σημειώνεται πως

είναι ως επί το πλείστο Κύπριοι. Συνήθως οι τουρίστες επισκέπτονται το οινοποιείο με οργανωμένες εκδρομές, μέσω συνεργασίας του οινοποιείου με τα ξενοδοχεία που τους φιλοξενούν. Μεγαλύτερη προσέλευση επισκεπτών παρατηρείται το καλοκαίρι, με μέσο όρο 200 άτομα τον μήνα. Τουριστικές υποδομές (ξενοδοχεία, επισιτιστικές υπηρεσίες) δεν υπάρχουν στο χωριό, ενώ τα πιο κοντινά καταλύματα και εστιατόρια/ταβέρνες βρίσκονται στο χωριό Φικάρδου και Γούρρι (σε απόσταση 15-20 λεπτών οδικώς).

Το οινοποιείο διαθέτει τμήμα μάρκετινγκ, ενώ προσπαθεί να μένει ενεργό, να δραστηριοποιείται και να εκσυγχρονίζεται: είναι το πρώτο οινοποιείο στο νησί που χρησιμοποίησε πλαστικούς φελλούς, στους χώρους του γυρίζεται τηλεοπτική σειρά (η οποία προβάλλεται και στην Ελλάδα, σημαντικό εργαλείο προώθησης/διαφήμισης του οινοποιείου) ενώ ο υπεύθυνος μάρκετινγκ είναι οινολόγος.

Όπως σημειώνει υπάρχει μέλλον για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στο νησί, ωστόσο βρίσκεται ακόμη σε εμβρυακό στάδιο, τουλάχιστον όσον αφορά την περιοχή του οινοποιείου. Θεωρεί επίσης πως ενώ υπάρχουν κρατικές χορηγίες, η στήριξη του κράτους σταματά εκεί, χωρίς να προχωρά σε περεταίρω ενίσχυση. Το οινοποιείο δεν συνεργάζεται με τουριστικά γραφεία, ενώ με την τοπική κοινότητα υπάρχει συνεργασία με συμμετοχή του οινοποιείου σε τοπικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες.

Κεφάλαιο 6

Συμπεράσματα Έρευνας

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας του προηγούμενου κεφαλαίου. Παράλληλα θα γίνει αποτίμηση του οινοτουριστικού προϊόντος της Κύπρου, η μέχρι σήμερα ανάπτυξη του είδους στο νησί, καθώς και εισηγήσεις που μπορεί να βοηθήσουν στην περαιτέρω ενίσχυση του.

6.1 Αποτελέσματα έρευνας

Στα πλαίσια της ποιοτικής έρευνας, έγινε συλλογή δεδομένων για τρία οινοποιεία: ένα στη διαδρομή Βουνί Παναγιάς – Αμπελίτης (Οινοποιείο Βουνί Παναγιά), ένα στη διαδρομή Πιτσιλιάς (Οινοποιείο Τσιάκκας) και ένα στη διαδρομή Ορεινής Λάρνακας – Λευκωσίας (Οινοποιείο Άης Αμπέλης).

Και τα τρία οινοποιεία συμφωνούν πως ο οινοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού με πολλές προοπτικές ανάπτυξης στο νησί, καθώς και πως οι επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον κλάδο χαρακτηρίζονται από ποικίλες ευκαιρίες ανέλιξης.

Το γεγονός πως αναφέρουν τους Κύπριους ως τους συχνότερους επισκέπτες, δείχνει πως δεν υπάρχει η κατάλληλη προώθηση στο εξωτερικό και πως η Κύπρος δεν είναι γνωστή ακόμη ως προς αυτή τη μορφή τουρισμού. Όσον αφορά τους ξένους, οι περισσότεροι είναι Άγγλοι και Ρώσοι, ενώ ηλικιακά ομαδοποιούνται 20-40 ετών συνήθως.

Το στάδιο ανάπτυξης τουριστικών υποδομών σε κάθε περιοχή διαφέρει, με την περιοχή της Πιτσιλιάς Λεμεσού και της Παναγιάς Πάφου να είναι πιο ανεπτυγμένες σε σχέση με την περιοχή του τρίτου οινοποιείου, το οποίο ωστόσο μπορεί να οφείλεται στο γεγονός πως ανήκει στην τελευταία και πιο πρόσφατη διαδρομή του κρασιού. Θεωρούν ωστόσο

πως πάντα υπάρχει ανάγκη βελτίωσης των τουριστικών υπηρεσιών, ενώ προσελκύονται όλο και περισσότερες νέες επενδύσεις στις περιοχές τους. Και στις τρεις περιπτώσεις, οι τουριστικές υπηρεσίες που προσφέρονται στην περιοχή είναι σίτισης και διαμονής (στην περίπτωση του Άη Αμπέλη, υπηρεσίες δεν υπάρχουν στο χωριό όπου στεγάζεται, αλλά στα γειτονικά χωριά), ενώ οι υπηρεσίες διασκέδασης περιορίζονται σε ορισμένα Café - bars.

Όσον αφορά το ρόλο του κράτους και τα τρία οινοποιεία φαίνονται πλήρως ευχαριστημένα από την οικονομική ενίσχυση που τους παρέχεται – ιδιαίτερα με τα προγράμματα των ευρωπαϊκών επιχορηγήσεων. Ωστόσο το Οινοποιείο Βουνί Παναγιά, σημειώνει πως το ζήτημα δεν είναι τόσο η κρατική αρωγή, όσο η έλλειψη ιδιωτικών πρωτοβουλιών στην περιοχή αλλά και έλλειψη πνεύματος συνεργασίας από κάποια οινοποιεία. Είναι απαραίτητη η συσπείρωση τους και η χάραξη κοινής πολιτικής για την αναβάθμιση της περιοχής. Παρομοίως και η τοπική κοινότητα χαρακτηρίζεται από παθητικότητα σε ότι αφορά την ανάπτυξη συνεργασιών με τα οινοποιεία, ίσως λόγω μη επαρκούς ενημέρωσης για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τα οφέλη τους, αλλά και ίσως λόγω φόβου για καινοτομία.

Φαίνεται πως υπάρχει ενδιαφέρον από τα τουριστικά πρακτορεία, τα οποία συνεργάζονται με τα οινοποιεία και προσφέρουν εκδρομές στις Διαδρομές του Κρασιού, όπως αναφέρει το οινοποιείο Τσιάκκας. Το Οινοποιείο Βουνί Παναγιά αν και έχει δεχτεί πρόσκληση για συνεργασία με πρακτορεία, επιλέγει συνειδητά να αρνείται γιατί θεωρεί πως το πακέτο που προσφέρουν είναι πολύ περιορισμένο και αρνητικό για την εικόνα του τουριστικού προϊόντος.

Σε σχέση με τις οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις του οινοτουρισμού, έχουν αυξηθεί οι θέσεις εργασίας σε μικρό βαθμό στις εν λόγω περιοχές. Όσον αφορά τη συγκράτηση του πληθυσμού είναι σημείο προς συζήτηση, αφού στην περίπτωση του οινοποιείου Βουνί Παναγιά εργοδοτούνται ντόπιοι (ουσιαστικά πρόκειται για οικογενειακή επιχείρηση) ενώ στα άλλα οινοποιεία εργοδοτούνται τόσο ντόπιοι, όσο και ξένοι εργάτες.

Κατά πόσον ο οινοτουρισμός καταπολεμά το πρόβλημα της εποχικότητας; Τα οινοποιεία Τσιάκκας και Βουνί Παναγιάς σημειώνουν πως παρατηρείται επιμήκυνση

της τουριστικής περιόδου, ενώ το οινοποιείο Άης Αμπέλης αναφέρει πως οι περισσότερες τουριστικές επισκέψεις παρατηρούνται το καλοκαίρι.

Οι δραστηριότητες που προσφέρουν τα οινοποιεία είναι γευστικές δοκιμές, ξενάγηση στο οινοποιείο και στους αμπελώνες, καθώς και στο Μουσείο που διαθέτουν (για τα οινοποιεία Βουνί Παναγιάς και Τσιάκκας). Το οινοποιείο Βουνί Παναγιά διαθέτει επίσης εστιατόριο για τους επισκέπτες του, το οινοποιείο Τσιάκκας καφετέρια, ενώ το οινοποιείο Άης Αμπέλης διαθέτει χώρο δεξιώσεων προς ενοικίαση.

Τέλος, παρέχονται στον επισκέπτη πολλές επιλογές για εναλλακτικές δραστηριότητες: μονοπάτια της φύσης, επίσκεψη σε θρησκευτικά και ιστορικά μνημεία, καθώς και ευκαιρίες να γνωρίσουν και να γίνουν μέτοχοι της τοπικής κουλτούρας.

Το οδικό δίκτυο καθώς και η σήμανση των δρόμων είναι και στις τρεις περιπτώσεις επαρκής. Αν και δεν υπάρχει κάποιο τοπικό κέντρο πληροφόρησης, παρέχονται πληροφορίες, υλικό και χάρτες από τα Γραφεία του ΚΟΤ¹³.

6.1.1 S.W.O.T Analysis

Το στρατηγικό εργαλείο SWOT χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας υπό εξέταση επιχείρησης ή περιοχής. Συγκεκριμένα, το εσωτερικό περιβάλλον αναλύεται μέσα από τα δυνατά και αδύνατα σημεία (Strengths and Weaknesses) της περιοχής ενώ το εξωτερικό περιβάλλον παρουσιάζεται μέσα από τις ευκαιρίες και τις απειλές (Opportunities and Threats) που αντιμετωπίζει (Dyson 2004).

Δυνάμεις	Αδυναμίες	Ευκαιρίες	Απειλές
Αυθεντικότητα Προϊόντος/Λαογραφία	Φαινόμενα αισχροκέρδειας	Σύγχρονο μάρκετινγκ	Παγκόσμια οικονομική κρίση
Πολλά Οινοποιεία	Μικρή αναγνώριση κυπριακού	Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου	Μαζικός τουρισμός πιο διαδεδομένος

¹³ Υπάρχουν γραφεία του ΚΟΤ σε άλλες περιοχές: Λευκωσία, Λεμεσό, Λάρνακα, Αγία Νάπα, Πρωταρά, Πάφο, Κάτω Πάφο, Αεροδρόμιο Λάρνακας, Αεροδρόμιο Πάφου, Λιμάνι Λεμεσού, Γερμασόγεια, Πλάτρες και Πόλη Χρυσοχούς (ΚΟΤ ιστοσελίδα).

	κρασιού στο εξωτερικό		
Σημαντικό πολιτιστικό απόθεμα/Μνημεία	Έλλειψη σύγχρονων πρακτικών	Στροφή σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού	Μειωμένη προβολή οινικού προϊόντος
Μονοπάτια της Φύσης και περιβάλλον	Μη επαρκείς δραστηριότητες για επισκέπτες	Πιο έμπειροι τουρίστες-αναζήτηση αυθεντικότητας, εκπαίδευσης	Ανταγωνισμός από άλλους οινικούς προορισμούς
Τοπικά Προϊόντα	Έλλειψη συνέργειας φορέων	Περισσότερος ελεύθερος χρόνος τουριστών	Μειωμένη προσφορά τουριστικού προϊόντος σε σχέση με άλλους προορισμούς
Φιλοξενία	Εγκατάλειψη υπαίθρου	Διαδίκτυο-άμεση πληροφόρηση, online κρατήσεις	Μη επαρκής συνεργασία μεταξύ φορέων -επιχειρήσεων.
Μοναδικότητα αμπελώνων	Μειωμένα δρομολόγια μέσω μαζικής μεταφοράς προς υπαίθρο	Τεχνολογία	
Κυπριακή γαστρονομία	Περιορισμένα αναπτυξιακά έργα	Κρατική και ευρωπαϊκή χρηματοδότηση	
Αγροτουριστικά - καταλύματα	Περιορισμένη διαφήμιση	Αερογραμμές χαμηλού κόστους	
Ενδιαφέρον από ντόπιους επισκέπτες	Έλλειψη χώρων	Ευκαιρίες ανάπτυξης επιχειρηματικότητας	

	αναψυχής		
Καταρτισμένο προσωπικό (ύπαρξη οιολόγων στα οινοποιεία)			
Υπάρχει κατάλληλη σήμανση			

6.2 Προοπτικές ανάπτυξης στην Κύπρο και εισηγήσεις

Σύμφωνα με τον κύκλο ζωής του τουρισμού μιας περιοχής του Butler (1980), υπάρχουν έξι στάδια: η εξερεύνηση, η εμπλοκή, η ανάπτυξη, η εδραίωση, ο μαρασμός και η παρακμή ή αναζωογόνηση. Η μορφή του οινικού τουρισμού στην Κύπρο μπορεί, με βάση την έρευνα, να τοποθετηθεί στο δεύτερο στάδιο, της εμπλοκής. Είναι το στάδιο όπου αρχίζουν να δημιουργούνται υποδομές, υπηρεσίες και που παρατηρείται έναρξη της τουριστικής διαφήμισης. Οι επισκέπτες είναι λίγοι, οι προσφερόμενες υπηρεσίες δεν είναι επαρκείς και χρήζουν βελτίωσης, ενώ σε κάποιες περιοχές δεν προσφέρονται τουριστικές υπηρεσίες.

Εξετάζοντας τις προϋποθέσεις επιτυχημένης ανάπτυξης του οινοτουρισμού όπως αναφέρθηκαν στο υποκεφάλαιο 3.4.1, διαπιστώνεται πως η Κύπρος διαθέτει αρκετά από τα προαπαιτούμενα στοιχεία. Υπάρχουν ευνοϊκές εδαφοκλιματικές συνθήκες για καλλιέργεια ποιοτικών αμπελώνων, σημαντική παράδοση στην οινοποιεία και ιδιαίτερη τοπική κουζίνα που θα μπορούσε να θεωρηθεί σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Παράλληλα, είναι ένα νησί με μοναδική παράδοση και ιδιαίτερα πολιτιστικά χαρακτηριστικά, περιοχές φυσικού κάλλους, μονοπάτια της φύσης, ενώ διοργανώνονται αρκετές πολιτιστικές δραστηριότητες.

Το κυπριακό κρασί έχει αποσπάσει πολλές διεθνείς βραβεύσεις, αποδεικνύοντας την ποιότητα αλλά και τις δυνατότητες του. Τα τρία οινοποιεία συμφώνησαν πως ο οινικός τουρισμός έχει δυνατότητες ανάπτυξης στην Κύπρο, τόσο ως τουριστικό προϊόν αλλά και ως επιχειρηματική δραστηριότητα.

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις, η συνεργασία τους είναι πολύ σημαντική, ώστε να τεθούν κοινοί στόχοι, να λειτουργούν κάτω από ενιαία πολιτική και να επιτευχθεί η ανάπτυξη της κάθε περιοχής ξεχωριστά. Ο ΚΟΤ έχει αναλάβει την οργάνωση τους με την δημιουργία των Δρόμων του Κρασιού, ενώ ταυτόχρονα εντάσσονται στο Σύνδεσμο Οινοποιών Κύπρου. Υπάρχουν έντυπα όπως για παράδειγμα χάρτες και οδηγοί διαδρομών, στα γραφεία του ΚΟΤ αλλά και στα οινοποιεία. Διοργανώνεται επίσης ο θεσμός «Μήνας του Κρασιού» τον Νοέμβριο, ο οποίος έχει σκοπό την γνωριμία με το κυπριακό κρασί και γαστρονομία. Στα πλαίσια του οργανώνονται εκδηλώσεις όπως οι «Ανοικτές Πόρτες»: τα οινοποιεία είναι ανοικτά για το κοινό από τις 09:00-18:00, διοργανώνονται σεμινάρια κατάρτισης, εκδηλώσεις γευσιγνωσίας καθώς και οργανωμένες εκδρομές (ΚΟΤ 2015γ).

Παρά τα θετικά στοιχεία, πρέπει να δοθεί έμφαση τόσο στα Οινοποιεία όσο και στους αρμόδιους φορείς. Η δημιουργία συνδέσμων και δικτύων μεταξύ οινικής και τουριστικής βιομηχανίας αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει την οινοτουριστική ανάπτυξη. Απαιτείται σωστή και άμεση συνεργασία μεταξύ οινοποιείων και επιχειρήσεων (με τη δημιουργία δικτύου τοπικής συνεργασίας, δημιουργία εμπορικού σήματος και προώθηση του οινικού τουρισμού και των κυπριακών κρασιών), συνεχής πληροφόρηση και έλεγχος των εξελίξεων του οινικού τουρισμού. Όπως έχει διαφανεί μέσω της έρευνας, η έλλειψη δικτύωσης και συνεργασίας μεταξύ τοπικής κοινότητας και οινοποιείων, αλλά και των οινοποιείων μεταξύ τους, είναι ένα θέμα που αξίζει να τονιστεί.

Χρειάζονται περισσότερες ιδιωτικές πρωτοβουλίες για τη δημιουργία βελτιωμένων τουριστικών υπηρεσιών με στήριξη από τις τοπικές κοινότητες. Οι τρεις φορείς (οινοποιεία, τοπική κοινότητα, τουριστικές επιχειρήσεις) μπορούν να λειτουργήσουν ομαδικά ώστε να δημιουργήσουν διάφορες δραστηριότητες για τους επισκέπτες, περισσότερους χώρους σίτισης και αναψυχής, καθώς και να προωθήσουν τα πολιτισμικά/παραδοσιακά στοιχεία της κάθε περιοχής ξεχωριστά.

Παράλληλα, χρειάζεται οργάνωση και σωστός σχεδιασμός μάρκετινγκ, κάτι που δεν γίνεται σε όλα τα οινοποιεία. Τόσο το οινοποιείο Τσιάκκας όσο και το Άης Αμπέλης διαθέτουν τμήματα μάρκετινγκ και έχουν δυναμική παρουσία στα Μέσα Κοινωνικής

Δικτύωσης. Παρ' όλα αυτά, το πρώτο διαθέτει ιστοσελίδα μη εκσυγχρονισμένη που δεν ανανεώνεται τακτικά, ενώ το δεύτερο είναι στην διαδικασία σχεδιασμού ιστοσελίδας. Το Οινοποιείο Βουνί Παναγιά, αν και διαθέτει πολύ ισχυρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σύγχρονη και φιλική στον χρήστη ιστοσελίδα, δεν διαθέτει τμήμα μάρκετινγκ, κάτι που θα μπορούσε να του προσφέρει περισσότερη αναγνωρισιμότητα και περισσότερους επισκέπτες. Στο ίδιο πλαίσιο, θα πρέπει να γίνουν κατάλληλες έρευνες αγοράς, σχετικά με τους καταναλωτές και τους επισκέπτες. Ήδη έχουν γίνει κάποιες έρευνες στο παρελθόν από τον ΚΟΤ, ωστόσο δεν υπάρχουν πρόσφατα στοιχεία.

Επίσης, θα πρέπει να γίνουν προσπάθειες ενίσχυσης και προβολής της γαστρονομικής ταυτότητας της χώρας, ως μέρος της μεσογειακής κουζίνας. Κάποιες δράσεις προκειμένου να εξελιχθεί ο γαστρονομικός τουρισμός της Κύπρου (μέρος του οποίου αποτελεί ο οινοτουρισμός), είναι οι ακόλουθες: (α) Προβολή των δρόμων του κρασιού σε διεθνές επίπεδο, μέσω διεθνών εκθέσεων, εκδόσεων ειδικών διαφημιστικών εντύπων. (β) Δημιουργία ανάλογων τουριστικών πακέτων για τη βίωση μίας ολοκληρωμένης γαστρονομικής εμπειρίας, η οποία θα απευθύνεται σε ξένους τουρίστες που τώρα επιλέγουν μεσογειακές χώρες, ανταγωνιστικές της Κύπρου. (γ) Ίδρυση σχολών μαγειρικής, όπου θα διεξάγονται εκπαιδευτικά ή επιμορφωτικά σεμινάρια σε κατηγορίες επαγγελματιών του τουρισμού, με στόχο την ανάδειξη και προβολή της Κυπριακής γαστρονομίας (Enoros Consulting Ltd. - Symmetron MRC Institute Ltd 2011: 44-47).

Η Κύπρος διαθέτει όλα τα προαπαιτούμενα: πλούσια παράδοση στην παραγωγή κρασιού και τις αναγκαίες υποδομές τόσο για να την προβάλλει όσο και να φιλοξενήσει μεγάλο αριθμό τουριστών, αυθεντικότητα και μοναδικά τοπία. Εάν υπάρξει σωστή οργάνωση και χάραξη μιας κοινής πολιτικής, το νησί θα μπορούσε κάλλιστα να εδραιωθεί ως ένας οινοτουριστικός προορισμός, να εκμεταλλευτεί τα πλεονεκτήματά του, σε επίπεδο όχι μόνο τουριστικής προβολής αλλά και οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής ανάπτυξης, όπως προκύπτουν από τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων.

Κεφάλαιο 7

Επίλογος

Καταλήγοντας, μέσα από την εργασία αυτή μελετήθηκε ο οινοτουρισμός ως κυπριακή εμπειρία. Αφού παρουσιάστηκε το φαινόμενο του τουρισμού γενικότερα, στη συνέχεια παρουσιάστηκαν οι επιπτώσεις του στην οικονομία, κοινωνία, και περιβάλλον, θετικές και αρνητικές. Σε σύγκριση με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εξήχθη το συμπέρασμα πως οι αρνητικές επιπτώσεις του είναι σαφώς πολύ λιγότερες σχετικά με το μαζικό μοντέλο, σε όλους τους τομείς.

Το μοντέλο του οινικού τουρισμού έχει εφαρμοστεί με επιτυχία σε πολλές χώρες του κόσμου, από την Γαλλία, μέχρι την Αυστραλία και την Αμερική. Οι χώρες αυτές κατάφεραν να χρησιμοποιήσουν την εναλλακτική αυτή μορφή ως αναπτυξιακό εργαλείο, δίνοντας μεγάλη έκταση τόσο στην ποιότητα των αμπελώνων τους, όσο και στην προώθηση του στο εξωτερικό, αλλά και την προσφορά πλούσιων δραστηριοτήτων και υποδομών για τους επισκέπτες,

Η Κύπρος διαθέτει σημαντική τουριστική βιομηχανία, η οποία θα μπορούσε να εμπλουτιστεί ακόμη περισσότερο με το οινοτουριστικό προϊόν. Με τον τρόπο αυτό μπορούν να αναπτυχθούν εγκαταλελειμμένες περιοχές της υπαίθρου, να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας και να συγκρατηθεί ο γηγενής πληθυσμός εκεί. Επίσης, μειώνεται το πρόβλημα της εποχικότητας το οποίο αντιμετωπίζει η Κύπρος, αφού η τουριστική περίοδος στο νησί περιορίζεται από τον Μάιο μέχρι τον Σεπτέμβριο. Με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και ειδικότερα του οινοτουρισμού, η τουριστική περίοδος μπορεί να επεκταθεί ολόχρονα. Παράλληλα, επιτυγχάνεται ήπια ανάπτυξη, με μειωμένες κοινωνικο-πολιτιστικές και οικολογικές επιπτώσεις.

Έχουν γίνει κάποια βήματα για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου είδους τα τελευταία χρόνια στο νησί, ωστόσο βρίσκεται σε πολύ αρχικά στάδια ακόμη. Πληρούνται όμως οι προϋποθέσεις για επιτυχημένη ανάπτυξη του: Πλούσια οινοπαραγωγική παράδοση, υποδομές για τη φιλοξενία μεγάλου αριθμού τουριστών, πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα, πολλά μικρά οινοποιεία με καταρτισμένο προσωπικό, ιδιαίτερη τοπική κουζίνα, αυθεντικότητα των κατοίκων της υπαίθρου, μοναδικές φυσικές περιοχές και μονοπάτια της φύσης, κατάλληλη σήμανση στους δρόμους. Έχουν δημιουργηθεί Επτά Δρόμοι του Κρασιού στις σημαντικότερες οινοπαραγωγικές περιοχές του νησιού, υπάρχει κρατική ενίσχυση (δίνονται σημαντικές χρηματοδοτήσεις), ενώ τα οινοποιεία φαίνεται να επιδιώκουν την εξέλιξη αυτή, αφού υπόσχεται πολλά οφέλη για τα ίδια.

Στα αρνητικά του κυπριακού οινοτουριστικού προϊόντος, καταγράφονται τα μειωμένα δρομολόγια των μέσων μαζικής μεταφοράς προς την ύπαιθρο, φαινόμενα αισχροκέρδειας από κάποιους επιχειρηματίες των περιοχών, η μειωμένη αναγνώριση των κυπριακών κρασιών στο εξωτερικό, η μειωμένες δραστηριότητες για τους επισκέπτες σε σχέση με αντίστοιχους προορισμούς στο εξωτερικό, η έλλειψη σύγχρονων πρακτικών, η εγκατάλειψη της υπαίθρου που παρατηρείται, η μειωμένη διαφήμιση, η έλλειψη χώρων αναψυχής αλλά και τα περιορισμένα αναπτυξιακά έργα.

Όπως προκύπτει μέσω της έρευνας, έχουν αρχίσει να διαφαίνονται σε κάποιο βαθμό οι θετικές συνέπειες του οινοτουρισμού. Φαίνεται να υπάρχει επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, σταδιακή ανάπτυξη απομακρυσμένων περιοχών όπως η Παναγιά της Πάφου και το Πελένδρι, βελτίωση του οδικού δικτύου, ενώ δημιουργούνται θέσεις εργασίας για τους ντόπιους. Οι επιπτώσεις ωστόσο, είναι εμφανείς μόνο στις προαναφερθείσες περιοχές, αφού η τρίτη περίπτωση, στο Καλό Χωριό που βρίσκεται στην πιο πρόσφατη διαδρομή κρασιού που έχει δημιουργηθεί, βρίσκεται σε πρωιμότερο στάδιο.

Όσον αφορά το ίδιο το κρασί, οι προσπάθειες των τελευταίων χρόνων φαίνεται να έχουν αποφέρει καρπούς. Η ποιοτική του αναβάθμιση, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, και η στροφή στις αυτόχθονες ποικιλίες, το κατατάσσει στις πρώτες επιλογές μεταξύ των ντόπιων και των τουριστών. Το ζήτημα όμως είναι να καταφέρει να εδραιωθεί η ταυτότητα (brand) του κυπριακού κρασιού και στο εξωτερικό και να αυξηθεί η αναγνωρισιμότητά του. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της εφαρμογής πρακτικών σύγχρονου μάρκετινγκ, χρήση νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου για άμεση

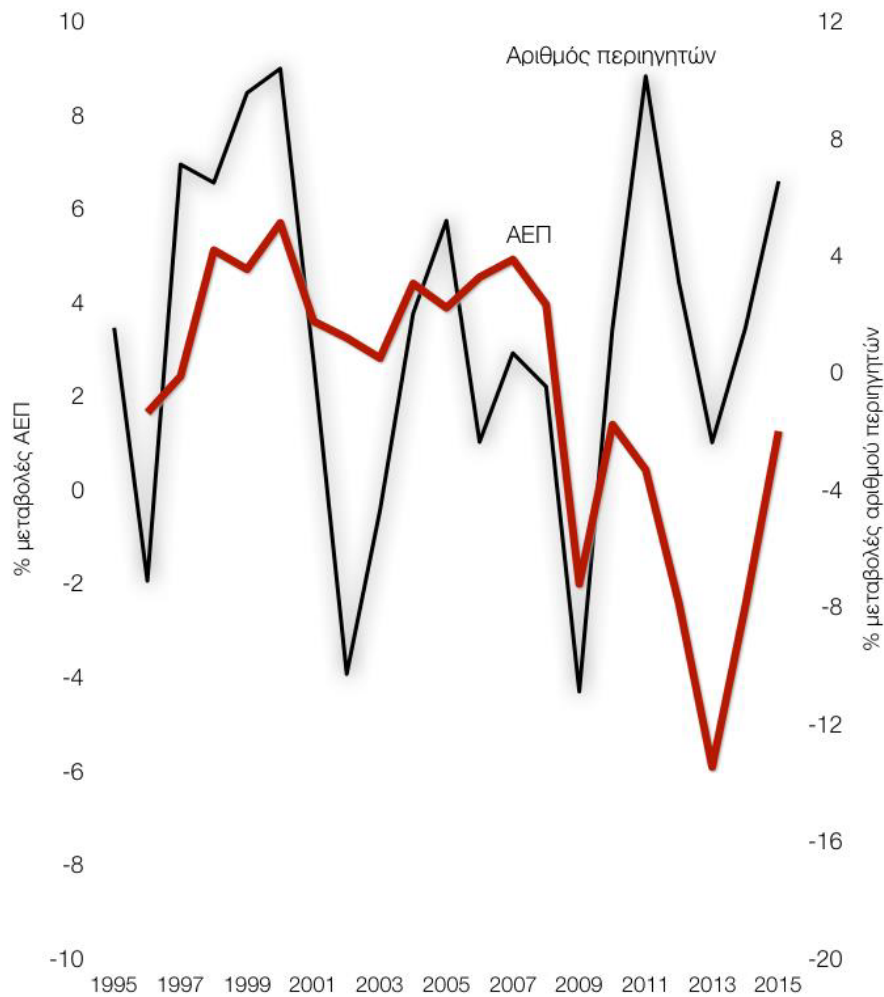
πληροφόρηση και επαφή με τους επισκέπτες εκ μέρους των ίδιων οινοποιείων και των τοπικών αρχών.

Παράλληλα, οργανωμένη προσπάθεια εκ μέρους όλων των εμπλεκομένων μέσω της δημιουργίας συνδέσμων και δικτύων είναι απαραίτητη, ώστε να υπάρξει κοινή πολιτική για ανάπτυξη και προβολή του οινοτουρισμού σε κάθε περιοχή ξεχωριστά. Παράδειγμα προς εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων αποτελούν οι περιπτώσεις της Γαλλίας και της Αυστραλίας (βλ. υποκεφάλαια 3.4.3 και 3.4.4). Και οι δύο αναπτύσσουν στρατηγικές διαχείρισης και προβολής του οινοτουριστικού τους προϊόντος, ενώ προσφέρουν στον επισκέπτη μοναδικές δραστηριότητες. Χαρακτηριστικό στην περίπτωση της Αυστραλίας είναι πως ο Αυστραλιανός Σύνδεσμος Οίνου χάραξε πολιτική μέχρι το 2025 ήδη από το 1996.

Όπως αναφέρει ο Γιάννης Καρακάσης (2016) "Τολμώ να πω ότι η Κύπρος δείχνει έτοιμη για μεγάλες επιτυχίες αν καταφέρει να κάνει δύο απλά πράγματα. Πρώτον να επενδύσει στον αμπελώνα της και στους δικούς της θησαυρούς και δεύτερον να μπορέσει να οργανωθεί υπό ομαδικό πνεύμα". Και πράγματι, αν και αναφέρεται γενικότερα στο κυπριακό κρασί, η συγκεκριμένη θέση καλύπτει απόλυτα και τη σφαίρα του τουρισμού. Εάν η Κύπρος επενδύσει ακόμη περισσότερο στις γηγενείς ποικιλίες και καταφέρει να οργανώσει το τουριστικό της οικόπεδο, θα μπορούσε να τοποθετηθεί επάξια στον παγκόσμιο χάρτη με τους πιο διαδεδομένους οινικούς προορισμούς.

Παραρτήματα

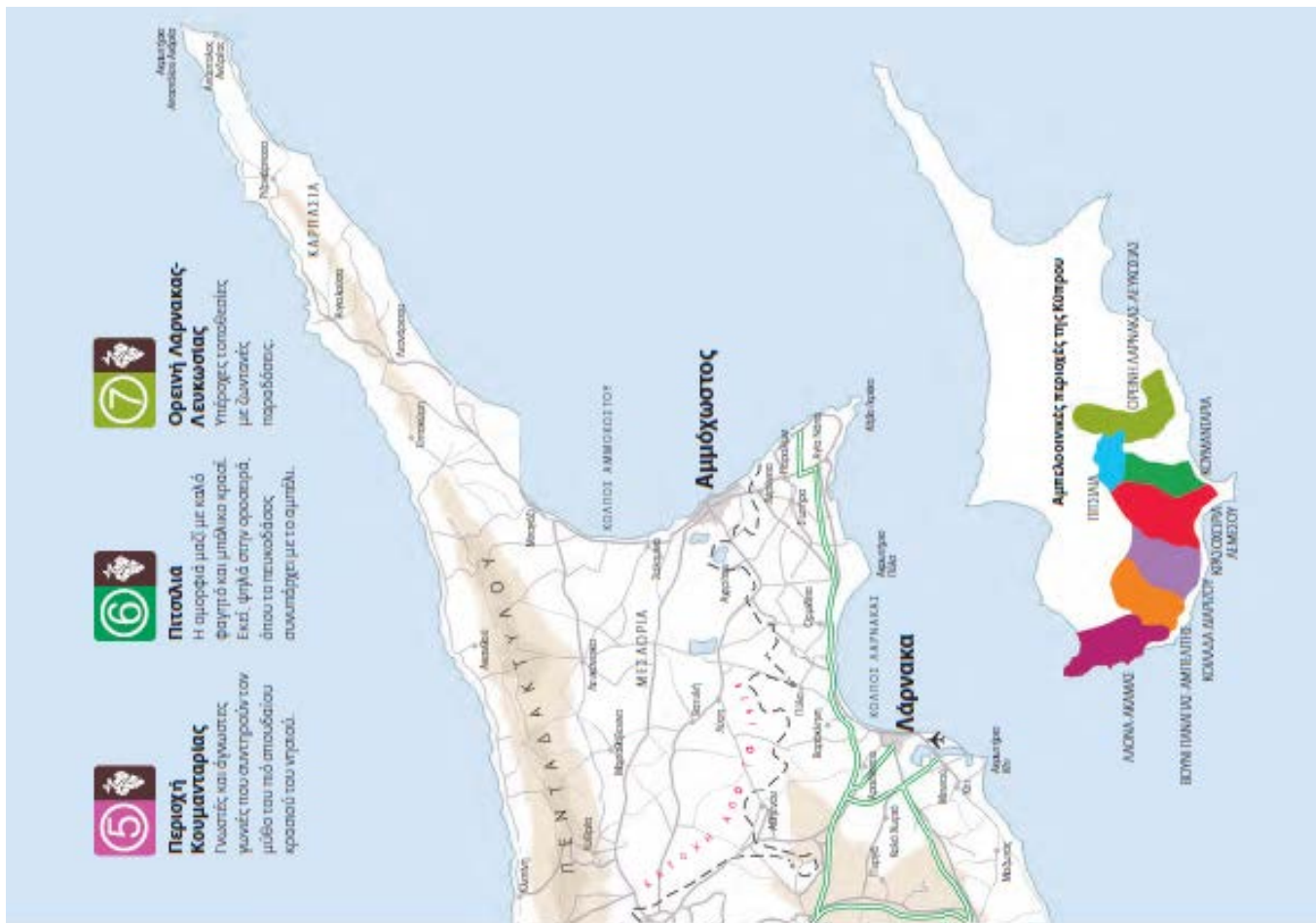
Α. Διαγράμματα και Χάρτες



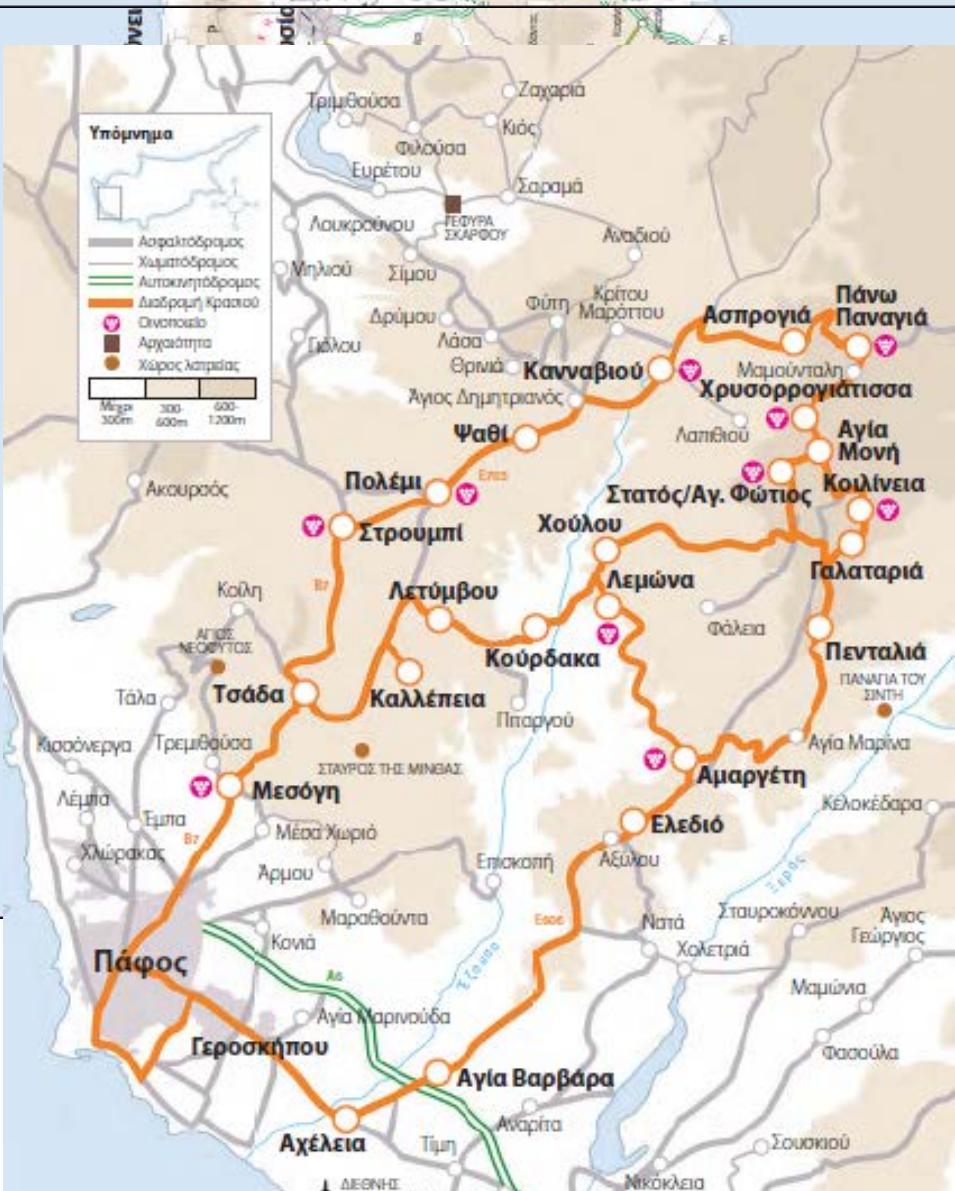
Διάγραμμα 1. Ετήσιες % μεταβολές του αριθμού περιηγητών και του ΑΕΠ (1995-2015).

(Πηγή INEK-ΠΕΟ 2015: 12)

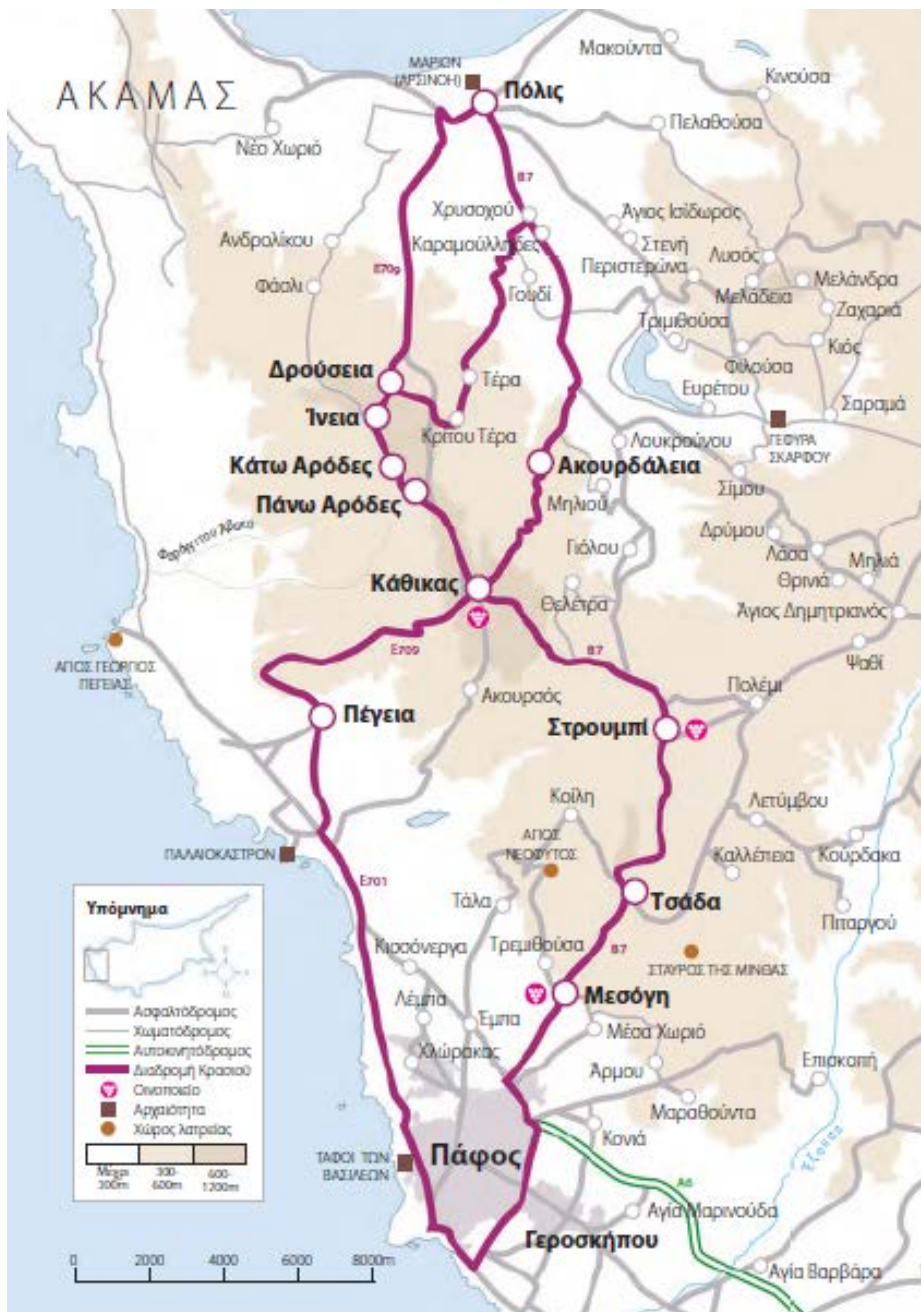
Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου και Annual Macroeconomic Database



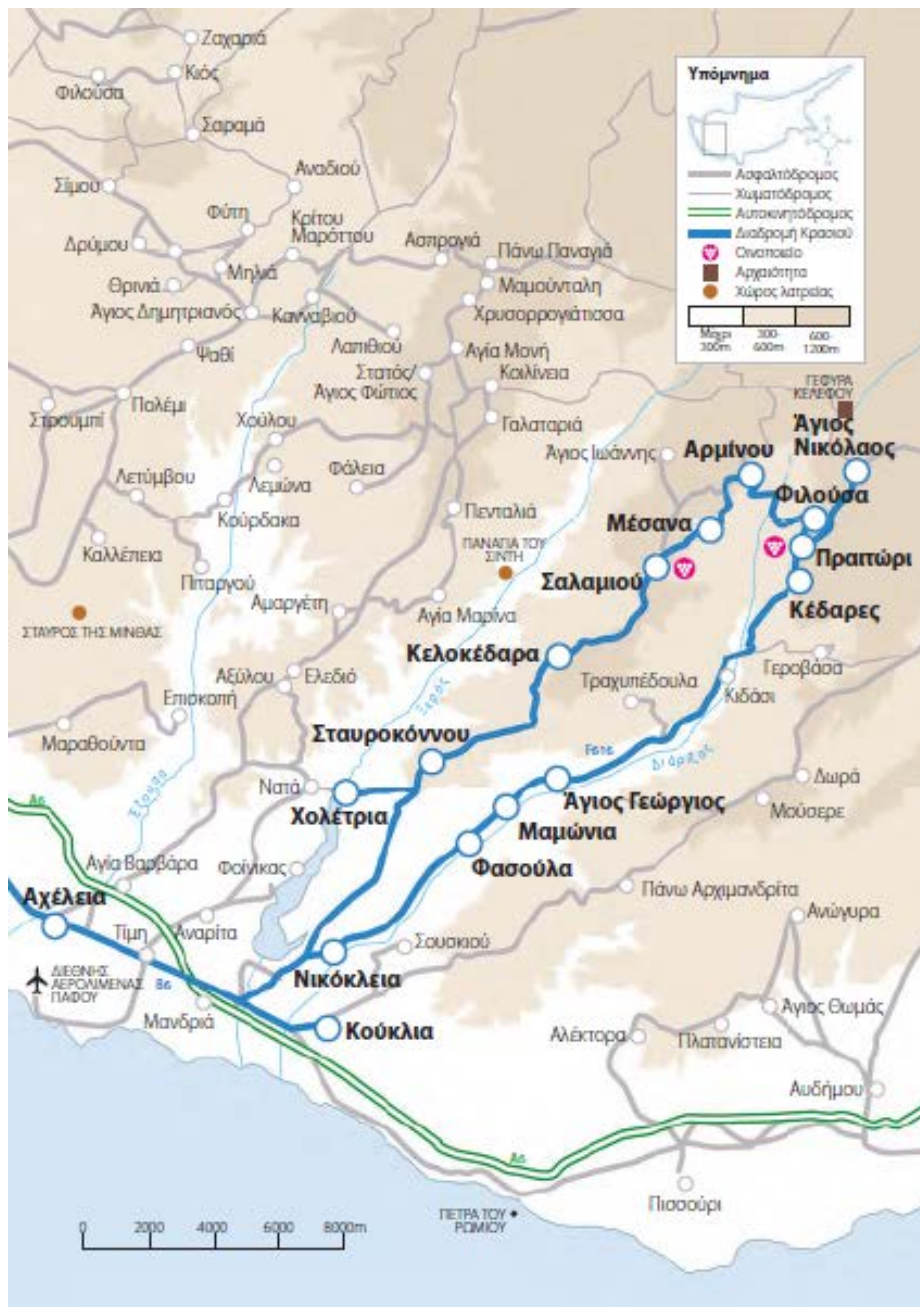
- Και για τις διαδρομές υπάρχουν ειδικές επιγραφές που δείχνουν το Κρασί που θα βρείτε εκεί
- 1** Λαύνα-Ακαμάς
Για μέρες τοπικές και αρωματικές, γραφικά χερσιά με πλούσια πολιτιστική και αμπελοοινική παράδοση.
 - 2** Βουνι Παναγίας-Αμπελιτής
Πανοραμική διαδρομή στην ορεινή ενδοχώρα με απέλευτη επιλογή κρασιών τοπικής παραγωγής.
 - 3** Κουλάδα Διαρίζου
Ειδική εστίαση στις φυσικές ομορφιές μιας σχετικά 'αγνώστης' αλλά και καφέτης με αμπελαιο διαδρομής.
 - 4** Κρασοχώρια Λεμεσου
Θησαυροχώρα, τα καθένα με τον δικό του χαρακτήρα, όλα με αβόλαγη οινική παράδοση.



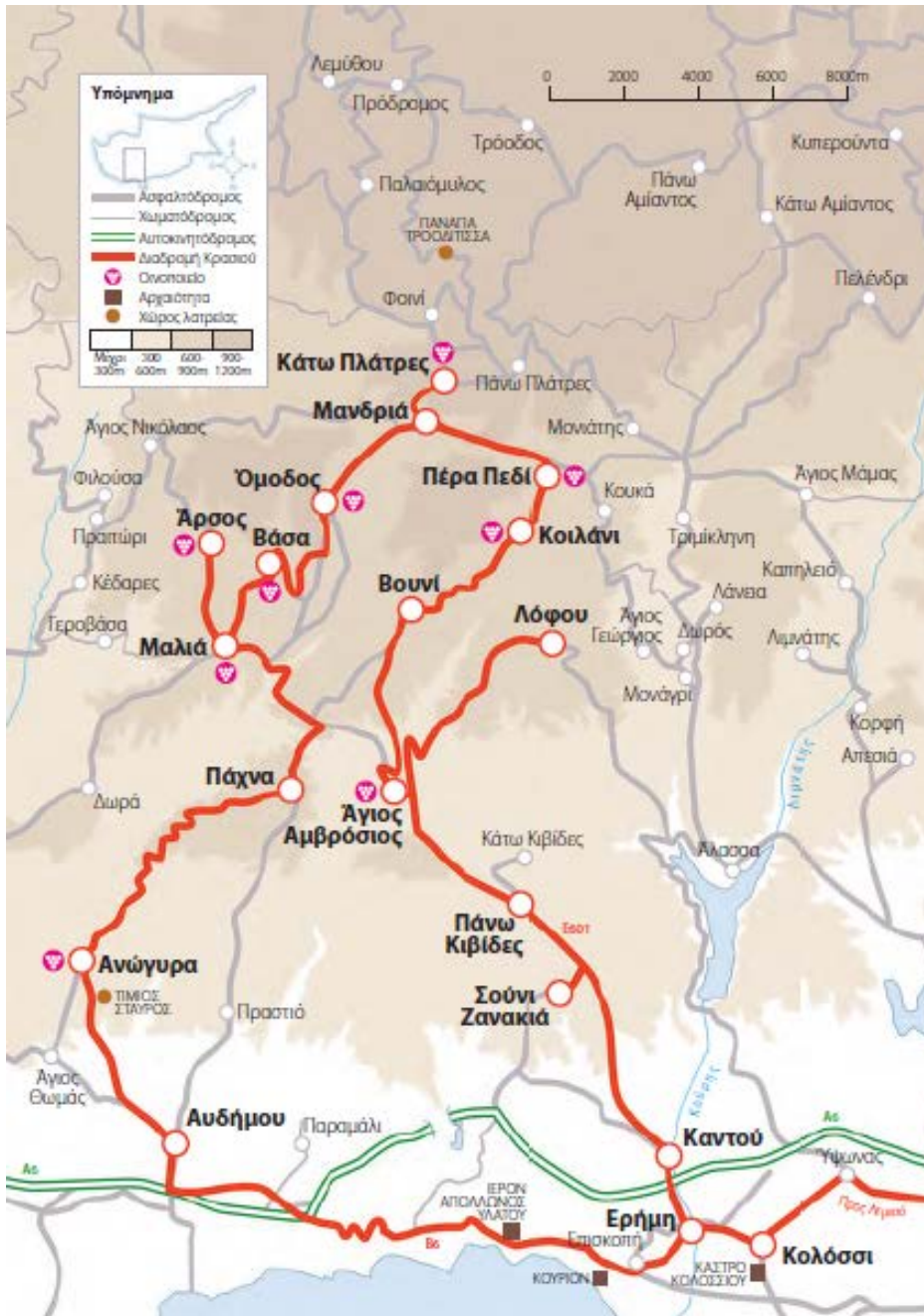
Χάρτης 1:
Δρόμοι του



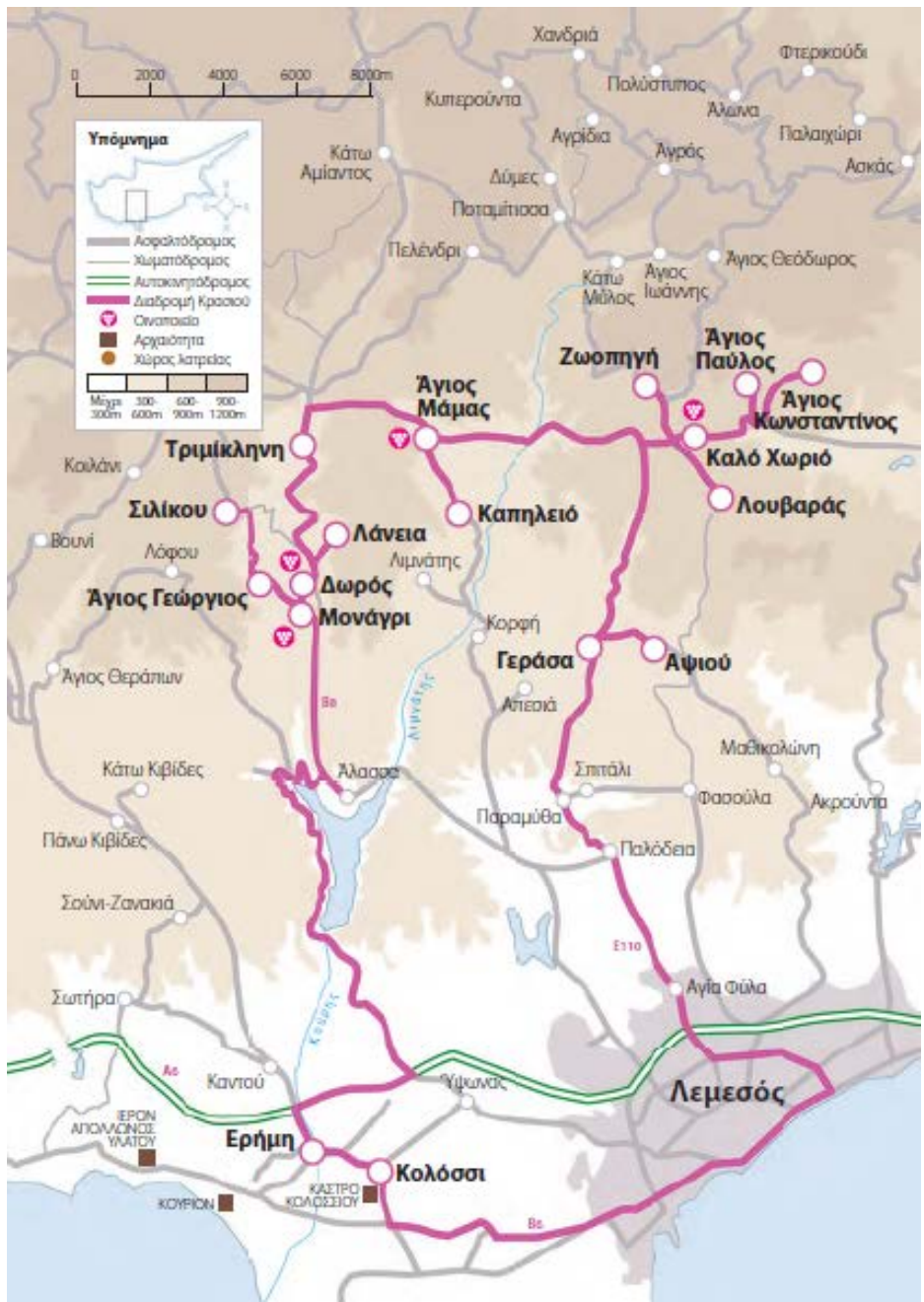
Χάρτης 2: Διαδρομή Λαόνα-Ακάμας (ΚΟΤ 2015: 4)



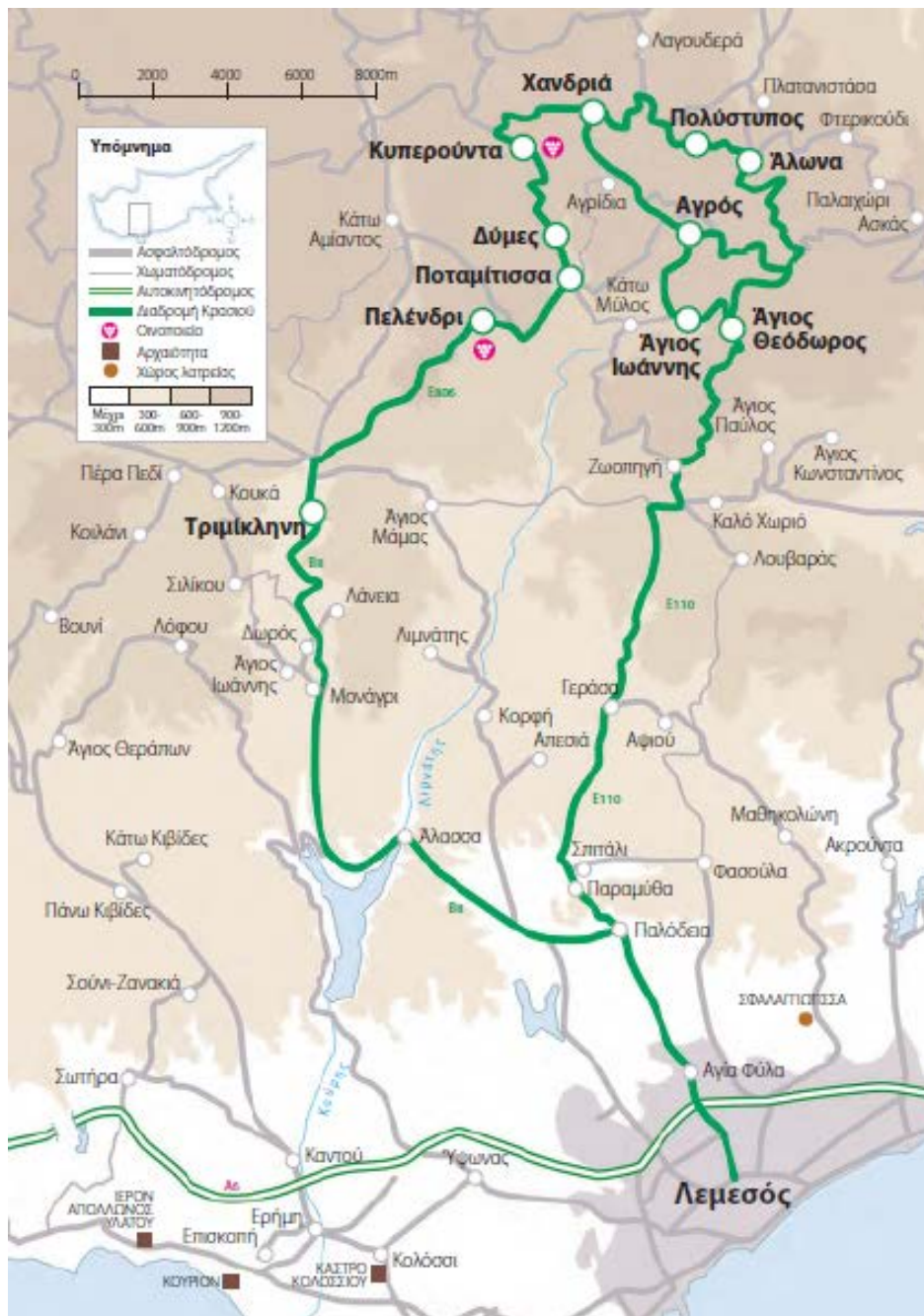
Χάρτης 4: Διαδρομή Διαρίζου (ΚΟΤ 2015: 33)



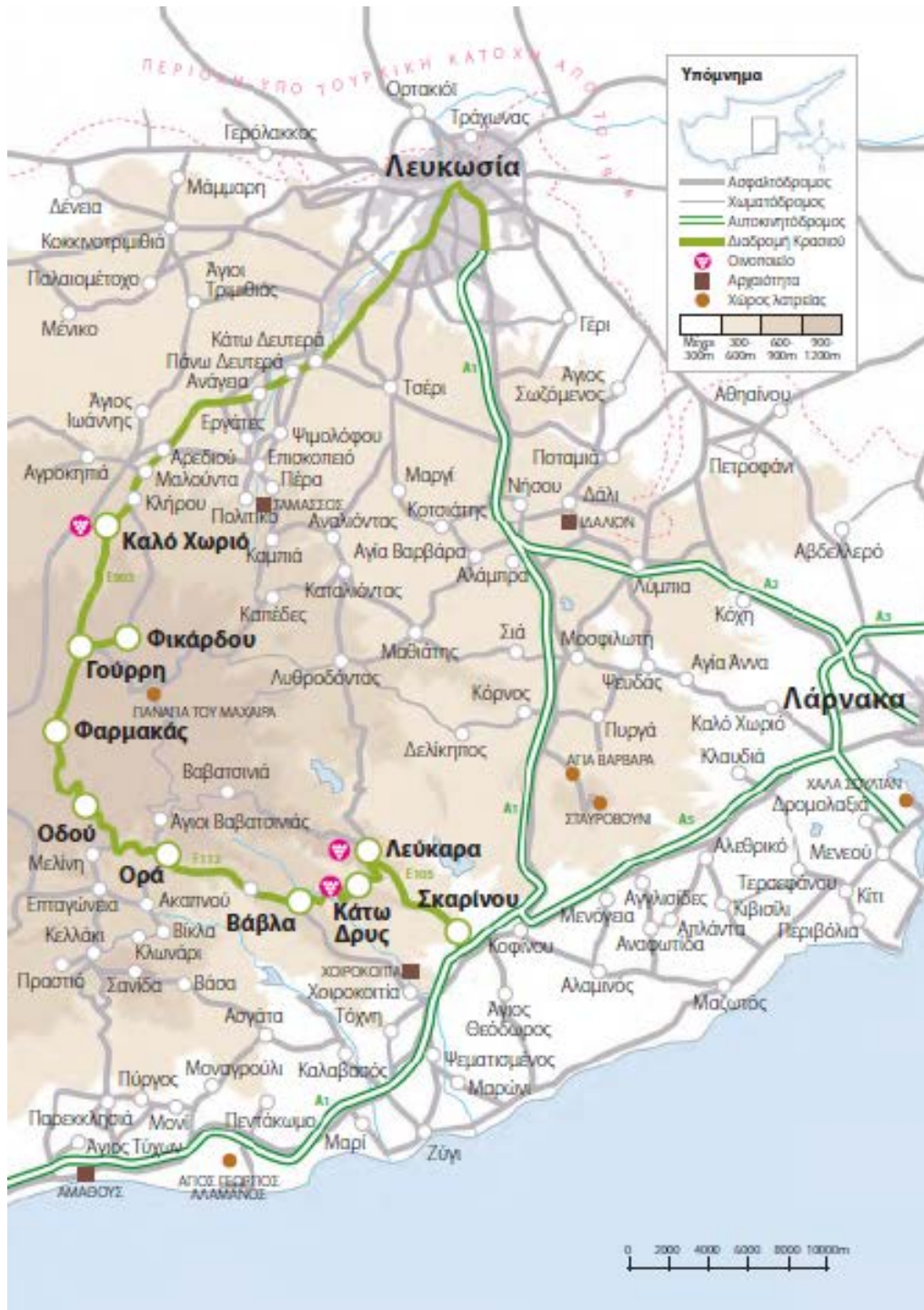
Χάρτης 5: Διαδρομή Κρασοχώρια Λεμεσού (ΚΟΤ 2015: 44)



Χάρτης 6: Διαδρομή Κουμανταρίας (ΚΟΤ 2015: 64)



Χάρτης 7: Διαδρομή Πετσιλιάς (ΚΟΤ 2015: 77)



Χάρτης 8: Διαδρομή Ορεινής Λάρνακας - Λευκωσίας (ΚΟΤ 2015: 88)

B. Κριτήρια ένταξης στους Δρόμους του Κρασιού

Υποχρεωτικά:

- Ύπαρξη πινακίδας σήμανσης του οινοποιείου στην κεντρική οδό - δρόμο
- Αναρτημένη στην είσοδο πινακίδα με το λογότυπο του Δικτύου
- Αναρτημένη πινακίδα με τις περιόδους, τα ωράρια λειτουργίας και τα τηλέφωνα επικοινωνίας
- Αναρτημένος τιμοκατάλογος με το κόστος της ξενάγησης, της γευστικής δοκιμής και των προϊόντων
- Καθαρός και περιποιημένος περιβάλλοντας χώρος
- Διαθέσιμος χώρος στάθμευσης
- Ύπαρξη καθαρών χώρων υγιεινής
- Ύπαρξη τουλάχιστον έξι καθισμάτων στον εσωτερικό χώρο της επιχείρησης
- Άριστη καθαριότητα του χώρου παραγωγής
- Δυνατότητα γευστικής δοκιμής των παραγόμενων προϊόντων
- Χρήση γυάλινων ποτηριών για τη γευστική δοκιμή
- Διάθεση μη αλκοολούχων ποτών για παιδιά
- Λειτουργία της επιχείρησης κατά τη θερινή τουριστική περίοδο
- Εξασφάλιση ήπιας θερμοκρασίας και επαρκούς φωτισμού στον εσωτερικό χώρο
- Αναρτημένος ο χάρτης των Δρόμων του Κρασιού
- Δυνατότητα πρόσβασης από άτομα μειωμένης κινητικότητας
- Απασχόληση προσωπικού που μιλάει αγγλικά

Προαιρετικά:

- Ύπαρξη και λειτουργία ψυγείων για την διατήρηση της κατάλληλης θερμοκρασίας των κρασιών
- Διαθέσιμο ενημερωτικό υλικό του ΚΟΤ
- Διαθέσιμο ενημερωτικό υλικό σχετικά με την οινοποιητική δραστηριότητα
- Δυνατότητα επίσκεψης του αμπελώνα
- Δυνατότητα αγοράς μεμονωμένων φιαλών του κρασιού
- Ύπαρξη «πωλητηρίου» με αναμνηστικά αντικείμενα του Δικτύου
- Διαθέσιμη ιστοσελίδα στην ελληνική και αγγλική
- Διαθέσιμες συσκευασίες δώρου με κρασιά
- Διαθέσιμο ενημερωτικό υλικό και άλλων οινοποιείων

- Συμμετοχή προσωπικού σε προγράμματα κατάρτισης
 - Διοργάνωση τουλάχιστον μιας εκδήλωσης
 - Διατήρηση στοιχείων λαϊκής αρχιτεκτονικής
 - Χρήση παραδοσιακών υλικών και τεχνικών
 - Χρήση παραδοσιακών επίπλων και διακόσμησης
- (Πηγή: ΚΟΤ 2006)

Γ. Δείγμα ερωτηματολογίου για τις συνεντεύξεις

1. Ποιας ηλικίας είναι συνήθως οι επισκέπτες;
2. Ποια εποχή του έτους παρατηρείται αυξημένη προσέλευση επισκεπτών;
3. Υπάρχουν τουριστικές υπηρεσίες στην περιοχή;
4. Πιστεύετε ότι ο οινικός τουρισμός έχει προοπτική για το μέλλον ως επιχειρηματική δραστηριότητα;
5. Τι εθνικότητας είναι το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών;
6. Υπάρχει ενδιαφέρον από τους ντόπιους;
7. Ποια είναι η γνώμη σας για τον οινοτουρισμό στην Κύπρο;
8. Πιστεύετε ότι υπάρχει ανάγκη βελτίωσης των τουριστικών υπηρεσιών στην Κύπρο;
9. Ο οινικός τουρισμός έχει επιδράσει θετικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής με την προσέλκυση νέων επενδύσεων, αύξηση θέσεων εργασίας και συγκράτηση του πληθυσμού στην περιοχή;
10. Υπάρχει κρατική ενίσχυση; (κρατικές και ευρωπαϊκές χρηματοδοτήσεις);
11. Ο οινικός τουρισμός έχει επιδράσει θετικά στην περιοχή με την προσέλκυση νέων κατοίκων;
12. Ο οινικός τουρισμός έχει επιδράσει θετικά στη βελτίωση του οδικού δικτύου;
13. Ο οινικός τουρισμός έχει επιδράσει θετικά στην αναπαλαίωση και συντήρηση παραδοσιακών οικημάτων της περιοχής και στην προστασία αρχαιολογικών χώρων/ μνημείων;
14. Η ανάπτυξη του οινικού τουρισμού στην Κύπρο θα μπορούσε να συμβάλει στην αύξηση της τουριστικής περιόδου καθ' όλη τη διάρκεια του έτους;
15. Υπάρχει τμήμα μάρκετινγκ στο Οινοποιείο;
16. Ποιες δραστηριότητες προσφέρει το οινοποιείο σας για τους επισκέπτες;
17. Ποια τα σχέδια για του οινοποιείου για το μέλλον;
18. Πως επηρεάζει γενικά ο οινοτουρισμός την περιοχή κατά την άποψη σας, και πως επηρεάζει η ίδια η περιοχή στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού;
19. Άλλες Παρατηρήσεις/εισηγήσεις που θα θέλατε να αναφέρετε;

Βιβλιογραφία

Aes Ambelis Winery (Facebook Page)

<https://www.facebook.com/AesAmbelisWinery/timeline> (Πρόσβαση 14.04.2016)

Aristidou, G., (1990) Cyprus Wine. M&M Lithoplus: Nicosia.

Avant-Garde (2014) Οινοποιείο Άης Αμπέλης. 22.12.2014. <http://www.avant-garde.com.cy/%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CE%AC%CE%B7%CF%82-%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%AD%CE%BB%CE%B7%CF%82/> (Πρόσβαση 13.04.2016)

Berno, T., (1999) When a guest is a guest. Cook islanders view tourism. Annals of Tourism Research. 26 (3), 656-675.

Bruwer, J., (2003) South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and the wine tourism product. Tourism Management 423-435.

Butler, R., W., (1980) The Concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources in Canadian Geographer XXIV. June 2008

Butler, R., W., (1990) Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse? Journal of Travel Research Winter: 40-45

Canoves, G., Villarino, M., Priestley, G., K., Blanco, A., (2004) Rural tourism in Spain: An analysis of recent evolution. Geoforum, 35, 755-769

Charters, S., (2006) Wine and society: The social and cultural context of a drink. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Charters, S., (2009) New World and Mediterranean wine tourism; A comparative analysis. Original Scientific Paper. Vol 57 (4) 369-371.

Charters, S., Ali-Knight, J., (2002) Who is the wine tourist? Tourism Management. 23 (3) 311-319.

CITY Free Press (2016) Πας να περπατήσουμε από το Καλό Χωριό ως το Φικάρδου; 15.03.2016. <http://city.sigmalive.com/article/16123/pas-na-perpatisoyme-apo-kalo-horio-os-fikardoy#sthash.ouGwNWNV.dpuf> (Πρόσβαση 14.04.2016)

- Cohen, E., (1989) *Alternative tourism – A Critique*. Singh, T., V., Theuns, H., L., Go, F., M., (eds) *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt: Peter Lang,
- Dyson, R., (2004) Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal of Operational Research*. 152 (3) 631-640. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0377221703000626> (Πρόσβαση 28.04.2016)
- Enoros Consulting Ltd. - Symmetron MRC Institute Ltd (2011) Έρευνα αγοράς για τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων σε Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία-Έκθεση Έρευνας.
- Fennell, D., (2001 [1999]) *Οικοτουρισμός*. (μτφρ.) Αποστολοπούλου, Α., (επιμ.) Καραγιάννης, Στ., Αθήνα: ΕΛΛΗΝ
- Foster, N., (2009) Australian Wineries, Επίσημη ιστοσελίδα του Tourism Australia <http://www.tourism.australia.com/story-ideas/food-and-wine-1767.aspx> (Πρόσβαση: 27.11.2009)
- Gatti, S., and Incerti, F., (1997) The wine routes as an instrument for the valorisation of typical products and rural areas. *Proceedings of the 52nd EAAE Seminar: Typical and Traditional Productions: Rural effect and agro-industrial problems*. June 19-21, Parma, Italy, 213-224.
- Getz, D., (1999) Wine Tourism: Global Overview in *Perspectives on its Development*. Dowling, R., Carlsen, J., (Eds), Wine tourism, Perfect Partners, proceedings of the first Australian Wine Tourism Conference, Margaret River: Western Australia, May 1998, Bureau of Tourism Research 13-34.
- Getz, D., Brown, G., (2006) Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis. *Tourism Management*. 27, 146-158.
- Hall, C., M., (2006) Wine tourism in New Zealand. *Tourism Down Under*, Tourism Research Conference (ed.) G. Kearsley. Dunedin: Centre for Tourism, 109-119
- Hall, C., M., Mitchell, R., McIntosh, A., (2000) Wine Tourism and Consumer Behaviour. In Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B., Macionis, N., (eds) *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Inskip, E., (1991) *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold

- INTERREG (2008) Οι Προοπτικές Ανάπτυξης Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού με Έμφαση στην Ανάπτυξη του Αγροτουρισμού, Οικοτουρισμού και Πολιτιστικού Τουρισμού στις Περιφερειακές και Αγροτικές Περιοχές της Επαρχίας Πάφου και Λεμεσού. Δίκτυο Συνεργασίας: Λεμεσός, Πάφος, Ιεράπετρα για την Ανάδειξη της Υπαίθρου και την Προβολή Εναλλακτικών Μορφών του Τουρισμού. Κοινοτική Πρωτοβουλία INTERREG IIIA Ελλάδα - Κύπρος 2000-2006. http://media.visitcyprus.com/media/b2b_gr/Research_Projects/Anaptyxi_Agorourismou_Oikotourismou.zip (Πρόσβαση 10.03.2016)
- KPMG (2015) Cyprus Tourism Market Report. A Summary of the Significant Factors and Major Drivers of Tourism in Cyprus. KPMG Limited. <http://www.kpmg.com/CY/en/IssuesAndInsights/ArticlesAndPublications/Documents/2015-documents/Cyprus-Tourism-Market-Report.pdf> (Πρόσβαση 18.03.2016)
- Kunwar, R., R., (1997) *Tourism and Development: Science and Industry Interface*. Kathmandu
- Leiper, N., (1981) Towards a Cohesive Curriculum In Tourism: The Case for a Distinct Discipline. *Annals of Tourism Research* 8 (1), 69-84
- Macionis, N., & Cambourne, B., (1998) Wine Tourism: Just what is it all about? *Australian & New Zealand Wine Industry Journal*, 13 (1), 41-47.
- Makindosh, R., W., Goedner, C., R., (1990) *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York: Wiley
- Mathieson, A., Wall, L., H., (1982) *Tourism: Economic, physical, and social impacts*.
- Mill, R., C., Morrison, A., M., (1985) *The Tourism System*. Kentall Hunt
- Mitchell, R., & Hall, C., M., (2006) Wine tourism research: The state of play. *Tourism Review International*, 9(4), 307-332.
- Mitchell, R., D., & Hall, C., M., (2001) The Influence of Gender and Region on the New Zealand Winery Visit. *Tourism Recreation Research*, 26(2), 63-75.
- O' Neill, M., Palmer, A., (2004) Wine Production and Tourism: Adding Service to a Perfect Partnership. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol 45 No 3 269-284.
- Rizopoulou-Egoumenidou E., (2007) Wine culture in Cyprus: 4000 years of tradition. Under Publication in the Proceedings of the First International Conference 'Wine in Ancient Greece and Cyprus', Ikaria Island, Greece, 21-23 September 2007.

- http://foodmuseum.cs.ucy.ac.cy/web/guest/allcivitem/civitem/2086#_bs_civitem_tabcyprus.tab1 (Πρόσβαση: 16.03.2016)
- Roumbas, N., (1993) *The Viticulture of Cyprus, Vines and Wines of Cyprus*
- Schiffman, D., Kanuk, J., (1987) *Consumer Behavior*. New Jersey: Englewood Cliffs
- Sevil G., Yuncu, H., (2009) Wine producers perceptions of wine tourism. *Journal of Tourism*, Vol. 57(4) 477-487.
- Smith, V., (1978) *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, Second Edition, Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Sparks, B., Roberts, L., Deery, M., Davies, J. & Brown, L. (2005) *Good living tourism: lifestyle aspects of food and wine tourism*. Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism. Tourism and gastronomy - Australia.
- Statistical Service of Cyprus (2016) *Intra-Extra EU Trade Statistics (by Commodity and Country) January-December 2015*. 22.03.2016
- Tassiopoulos, D., Nuntsu, N., Haydam, N., (2004) Wine Tourist in South Africa: A Demographic and Psychographic Study, *Journal of Wine Research*. Vol 15 (1) 51-63.
- Taste (2016) Οινοποιείο Τσιάκκας. Η μαγεία των ορεινών αμπελώνων. Περιοδικό Taste 20.03.2016. Τεύχος 97, 58-59.
- Time Out Cyprus (2014) Το κυπριακό κρασί θριαμβεύει στο Λονδίνο. Διεθνείς βραβεύσεις για το Οινοποιείο Άης Αμπέλης & Χρυσό Μετάλλιο για την Κουμανταρία Άης Αμπέλης. 30.06.2014. <http://www.timeoutcyprus.com/article/9018/kypriako-krasi-thriamveyei-sto-londino> (Πρόσβαση 13.04.2016)
- Time Out Cyprus (2015) Ταξιδεύουμε στα μονοπάτια της παράδοσης... στο Φικάρδου. 8.09.2015. <http://www.timeoutcyprus.com/article/14648/taxideyoyme-sta-monopatia-tis-paradosis-sto-fikardoy#sthash.pxgLxq7Y.dpuf> (Πρόσβαση 14.04.2016)
- Time Out Cyprus (2016) Πάμε Σκαρίνου για το Φεστιβάλ Γαϊδουριού. 30.03.2016. <http://www.timeoutcyprus.com/article/17949/pame-skarinoy-gia-festival-gaidoyrioy> (Πρόσβαση 14.04.2016)
- UNTWO (2014) Glossary of Tourism Terms. <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf> (Πρόσβαση: 6.2.2016)

- Vandyke, Price, P., (1993) Cyprus Wines- As others have known and loved them. Vines and Wines of Cyprus, 73-89.
- Wallace, G., N., Pearce, S., M., (1996) An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil. *Annals of Tourism Research*, 23, 843-873
- WFA: Winemakers' Federation of Australia (2003) Your guide to wine tourism: Understanding the wine tourism market. www.wfa.org.au/PDF/FactSheet2.pdf (Πρόσβαση: 16.03.2016)
- Williams, P., (2001) Positioning wine tourism destinations: An image analysis. *International Journal of Wine Marketing*. 13 (3) 42-58.
- WTO (1993) Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners. Madrid: World Tourism Organisation
- WTTC (2015) Travel & Tourism. Economic Impact 2015 Cyprus. World Travel & Tourism Council. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/cyprus2015.pdf> (Πρόσβαση: 17.03.2016)
- Yuan, J., Cai, L., Morrison, A., Linton, S., (2005) An analysis of wine festival attendees motivations: a synergy of wine, travel and special events? *Journal of Vacation Marketing*. 11 (1) 41 -58.
- Αθηνόραμα: Λευκωσία
 Εκδρομές, <http://www.athinorama.gr/travel/world/guide.aspx?artid=400&did=212&aid=831410> (Πρόσβαση 14.04.2016)
- Αλεξάνδρου, Κ., Σοφοκλέους, Μ., (2011) Η πρώτη διοργάνωση της Γιορτής του Κρασιού. Σοφοκλέους, Μ., (επιμ.) Η Γιορτή του Κρασιού 50χρονα. Λεμεσός: Δήμος Λεμεσού.
- Ανδριώτης, Κ., (2008) Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός. Αθήνα: Σταμούλης
- Ανδριώτης, Κ., (2003) Ο Εναλλακτικός Τουρισμός και τα Διαφοροποιημένα Χαρακτηριστικά του. Τόπος Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού και Περιβάλλοντος 20/21, 139-154
- Αντωνίου, Χ., (2014) Κυπριακό Οινομουσείο. Στυλιανού-Λάμπερτ, Θ., (2014) Οδηγός Μουσείων της Κύπρου. Εργαστήριο Οπτικής Κοινωνιολογίας και Μουσειολογίας. http://cyprusmuseumguide.com/?page_id=314 (Πρόσβαση 21.03.2016).
- Ασκέλη, Σ., (2006) Θα μπορούσε ο Οινοτουρισμός να γίνει η επιτυχημένη εκδοχή του ελληνικού αγροτουρισμού; Τα νέα του Οινέα. Τεύχος Σεπτεμβρίου 12-14
- Βαρβαρέσος, Στ., (2000) Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις. Αθήνα: Προπομπός

- Βασιλείου, Φ., (2009) Εκδρομή στη Μονή Μαχαιρά και το Φικάρδου. 9.02.2009. <https://fvasileiou.wordpress.com/2009/02/09/maxaira-fikardou/> (Πρόσβαση 14.04.2016)
- Βιτουλαδίτη, Ο., (2000) Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Εικονικό Κυπριακό Μουσείο Τροφίμων (2010) Κυπριακό Οινομουσείο - Ερήμη (Wine Museum in Erimi). http://foodmuseum.cs.ucy.ac.cy/web/guest/wine_description (Πρόσβαση 21.03.2016).
- Ηγουμενάκης, Ν., (1996) Τουριστικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Interbooks
- Ηγουμενάκης, Ν., (1997) Τουριστική Οικονομία. Αθήνα: Interbooks
- Θεοδώρου - Δερμάτη, Λ., (2013) Υλοποίηση του έργου. Δημητριάδου, Α., (επιμ.) Κύπρος, Δρόμοι του Κρασιού. Λευκωσία: Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού. http://media.visitcyprus.com/media/b2b_gr/Research_Projects/KYpros_Dromoi_Krasiou_18_6_2013.pdf (Πρόσβαση: 18.03.2016)
- Θεοδώρου, Α., (2012) Παγκύπρια πρωτιά στο χωριό Πελένδρι - Το πρώτο «πράσινο» οινοποιείο. Αναπτυξιακός Οργανισμός ΤΑΛΩΣ 13.03.2012. <http://www.talos-rtd.com/easyconsole.cfm/id/506> (Πρόσβαση 15.04.2016)
- ΙΝΕΚ-ΠΕΟ (2015) Έκθεση για την Οικονομία και την Απασχόληση 2015. Λευκωσία: Ινστιτούτο Εργασίας Κύπρου ΠΕΟ. http://www.inek.org.cy/images/pdf/2015/ekthesi_oik_apasxolisi/CyprusEconomicOutlookFinal_2015.pdf (Πρόσβαση: 17.03.2016)
- Καραγιώργης, Β., (2007) Ιστορία του Κρασιού στην Κύπρο. ΚΟΤ (επιμ.) Κύπρος: Οι Δρόμοι του Κρασιού.
- Καρακάσης, Γ., (2016) Κυπριακό κρασί: Ένα καλά κρυμμένο μυστικό. Wine Commanders: Exploring Greek Wine and More. 25.04.2016. <http://www.winecommanders.com/kypriako-krasi-ena-kala-krymmeno-mystiko> (Πρόσβαση 29.04.2016).
- Κοινοτικό Συμβούλιο Αγρού (2016) Φεστιβάλ Τριανταφύλλου. <http://www.agros.org.cy/feel/events/agros-rose-festival> (Πρόσβαση 14.04.2016)
- Κοινοτικό Συμβούλιο Πελενδρίου. Επίσημη Ιστοσελίδα. <http://www.pelendri.org/> (Πρόσβαση 12.04.2016)

- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., (2001) Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον. Αθήνα: Κριτική ΑΕ
- Κοκκώσης, Χ., Βαλασσά, Φ., (2012) Τυπολογία για τη στρατηγική ανάπτυξη του οινοτουρισμού. http://www.citybranding.gr/2012/06/blog-post_11.html (Πρόσβαση: 16.03.2016)
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα, Ε., (2011) Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού – Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού. Αθήνα: Κριτική ΑΕ
- Κολώτας, Τ., (2008) Η Ιστορία της Γιορτής του Κρασιού. Χρονικό Εφημερίδας Πολίτης. 31 Αυγούστου. Τεύχος 028.
- Κόντος, Γ., (2015) Οινοποιείο Τσιάκκα. Κρασοχώρια Λεμεσού – 27 Ιουνίου 2015. Gregory's Wine Journal. 22.09.2015. <http://www.gregoryswinejournal.com/pagesgr/article.aspx?aid=2128> (Πρόσβαση 12.04.2016)
- KOT (2006) Μελέτη Δημιουργίας και Σχεδιασμού Δρόμων του Κρασιού στην Κύπρο. Τελική Έκθεση. ETAM Ηράκλειο Κρήτης.
- KOT (2011) Στρατηγική Τουρισμού 2011-2015. Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού. <http://www.cyprus-hotellassociation.org/Publications/2011/Stratigiki%20tourismou%20kot%202011-2015.pdf> (Πρόσβαση: 16.03.2016)
- KOT (2014) Ετήσια Έκθεση KOT 2014. Λευκωσία: Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού. http://media.visitcyprus.com/media/b2b_gr/CTOAnnualReports/Annual_Report_2014.pdf (Πρόσβαση: 18.03.2016)
- KOT (2015) Κύπρος οι Δρόμοι του Κρασιού. Λευκωσία: Lithoweb Ltd
- KOT (2015β) Κύπρος Μικρές Αποδράσεις, Μεγάλες Εμπειρίες. <http://www.visitcyprus.com/index.php/el/practical-information/cyprus-short-escapes> (Πρόσβαση 15.04.2016)
- KOT (2015γ) Μήνας Κρασιού, Νοέμβριος 2015. Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού.
KOT
Ιστοσελίδα: http://www.visitcyprus.biz/wps/portal/b2b!/ut/p/c4/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3hLfydHZzcPIwP_YE8DA09HF58g5zBnlwMPc_3g1Bz9gmxHRQDnfyG2/ (Πρόσβαση 19.04.2016)
- Κυπριακό Οινομουσείο: <http://www.cypruswinemuseum.com/> (Πρόσβαση: 21.03.2016).

- Κωνσταντίνου, Γ., (2016) Οινοποιείο Τσιάκκας. Cyprus Wine Pages. <http://www.cypruswinepages.com/cgi-bin/hweb?-A=223&-V=reviews> (Πρόσβαση 12.04.2016)
- Λαγός, Δ., Παρίση, Ε., (2014) Η Ανάπτυξη του Οινοτουρισμού στο Νησί της Κεφαλλονιάς.
- Λέανδρος, Ν., (2012) *Οικονομική Κρίση και Σύγχρονη Ανάπτυξη. Η Οπτική της Πολιτικής Οικονομίας*, Αθήνα
- Λέανδρος, Ν., Πάλλη, Έ., (2014) Οινοτουρισμός: Οι Προοπτικές Ανάπτυξης και η Σημασία του. Ο Ρόλος των Νέων Τεχνολογιών στο Δούλκερη, Τ., (2015) Τουριστική Επικοινωνία στην Ελλάδα. Αθήνα: Παπαζήσης
- Λιναρδάτου, Χ., (2008) Πολιτιστικός Τουρισμός-Εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων
- Μιχαηλίδη, Μ., (2013) Δρόμοι του Κρασιού: Λευκωσία – Λεύκαρη. Time Out Cyprus. 30.01.2013. <http://www.timeoutcyprus.com/article/980/dromoi-toy-krasioy-leykasia-leykara> (Πρόσβαση: 14.04.2016)
- Μπαμπινιώτης, Γ., (1998) Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας. Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας Ε.Π.Ε
- Οινοποιείο Βουνί Παναγιά (2013) Επίσημη Ιστοσελίδα. <http://www.vounipanayiawinery.com/gr/> (Πρόσβαση 12.04.2016)
- Παναγιώτου, Β., (2013) Οινογαστρονομία και τουρισμός: Η περίπτωση των Κρασοχωριών Λεμεσού. ΤΕΠΑΚ Τμήμα Διοίκησης Ξενοδοχείων και Τουρισμού.
- Πιστολάς, Χ., (2011) Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών με έμφαση στους Γαστρονομικούς Προορισμούς. PhD thesis. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων.
- ΣΑΠ (2007) Γνωριμία με την Κυπριακή Οινοποιία. ΚΟΤ (επιμ.) Κύπρος: Οι Δρόμοι του Κρασιού. 11
- ΣΑΠ (2007) Ποικιλιακή Δομή του Κυπριακού Αμπελώνα. ΚΟΤ (επιμ.) Κύπρος: Οι Δρόμοι του Κρασιού. 8-10
- Σεργίδης, Χρ., (2011) Η Λεμεσός στο δρόμο του Κρασιού. Σοφοκλέους, Μ., (επιμ.) Η Γιορτή του Κρασιού 50χρονα. Λεμεσός: Δήμος Λεμεσού.
- Σπιλάνης, Γ., (2000) Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη: η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου. Τσάρτας, Π., (επιμ.) Τουριστική Ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις. Εξάντας 149-187

- Σπίνελη, Π., (2015) Οκτώ "μεθυσμένα" χωριά της Πάφου φιλοξενούν οκτώ από τα πιο φημισμένα οινοποιεία της Κύπρου. Περιοδικό Time Out Cyprus 26.10.2015. http://www.timeoutcyprus.com/article/15218/81-eklekta-oinopoieia-tis-pafoy-poy-prepei-na-episkefteis?utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook#sthash.Vw8BtGE4.dpuf (Πρόσβαση 12.04.2016)
- Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου 2016: Αφίξεις Περιηγητών Δείκτες, Δεκέμβριος 2015. http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_gr/services_71main_gr?OpenForm&sub=1&sel=2 (Πρόσβαση: 18.03.2016)
- Στεφανίδου, Χ., (2007) Οι Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος (Έρευνα στα Οινοποιεία της Ένωσης Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος). Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Σχολή Επιστημών τα Διοίκησης. Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός, Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού».
- Σύνδεσμος Οινοποιών Κύπρου (2014) Πρόγραμμα Ανοικτών Οινοποιείων για προβολή των Οίνων Ποιότητας. Νοέμβριος 2014. <http://www.wineriesofcyprus.com/index.html> (Πρόσβαση 15.04.2016)
- Τσάρτας, Π., (1993) Τουριστική ανάπτυξη Περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Αθήνα: Σύγχρονη εποχή
- Τσάρτας, Π., (1996) Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Αθήνα: ΕΞΑΝΤΑΣ
- Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος (2013) Ετήσια Έκθεση Υπουργείου Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος για το 2012. Λευκωσία
- Υπουργείο Εξωτερικών (2014) Τουρισμός στην Κύπρο - Γενικές Πληροφορίες. Πρεσβεία της Κυπριακής Δημοκρατίας στο Μεξικό. http://www.mfa.gov.cy/mfa/embassies/embassy_mexico.nsf/mex16_gr/mex16_gr?OpenDocument (Πρόσβαση: 16.03.2016)
- Χαρίτωνος, Κ., (2008) Χώροι Πολιτισμού: Κυπριακό Οινομουσείο. Σύγχρονη Άποψη. 2008-2010. <http://magazine.apopsi.com.cy/2008/09/1000> (Πρόσβαση: 21.03.2016).
- Χατζησάββας, Σ., (2007) Το Αμπέλι και το Κρασί από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. ΚΟΤ (επιμ.) Κύπρος: Οι Δρόμοι του Κρασιού. 24-25.

Χατζησάββας, Σ., (2007β) Κρασί και Τέχνη. ΚΟΤ (επιμ.) Κύπρος: Οι Δρόμοι του Κρασιού. 26-27.

Χριστοδούλου, Μ., (2015) Η ώρα του κυπριακού αμπελώνα. Με πολλά αισιόδοξα μηνύματα πραγματοποιήθηκε και φέτος ο 8ος Κυπριακός Διαγωνισμός Οίνου. Η Καθημερινή.

27.04.2015. <http://www.kathimerini.com.cy/mobile.php?modid=2&artid=20747>
[6](#) (Πρόσβαση 30.04.2016).