

2019

Interreg

Greece-Bulgaria

eTOURIST
www.maritza-evros.eu

European Regional Development Fund



D 3.2.3- Study of Traditional Wines in Evros

Deliverable: D3.2.3 (WP3)

Partner: DIMOSINETERISTIKI EVROS SA.

Contractor: GNOSI DEVELOPMENT CONSULTING P.C.



This document has been created within the framework of the project "Promotion and development of natural and cultural heritage of Bulgarian – Greek cross-border region through smart and digital tools" with acronym e-TOURIST, financed under the Cooperation Program "INTERREG VA Greece - Bulgaria 2014-2020», Subsidy Contract B2.6c.07 / 09.10.2017. The project is co-funded by the European Regional Development Fund(ERDF) and by national funds of the countries participating in the "INTERREG V-A Greece - Bulgaria 2014-2020" Cooperation Program.

The contents of this document are sole responsibility of Dimosineteristiki Evros S.A and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries , the Managing Authority and the Joint Secretariat.

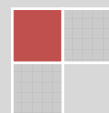


Table of Contents

1. INTRODUCTION	4
2. Brief presentation of Evros Regional Unit	5
3. Methodology	7
4. Overview of the Food and Beverage sector in Greece	9
5. Wine production tradition and methods for cultivated wine varieties	11
6. History and tradition in Greek winemaking	14
<i>6.1 Greek Wine history</i>	14
<i>6.2 Viticulture as an economic activity</i>	16
<i>6.3 Classification of wine producing sector</i>	18
7. Viticulture and wine production in Evros	21
<i>7.1 Evros wines</i>	21
<i>7.2 The vineyards and wineries of Evros Regional Unit</i>	28
8. Opportunities for Evros to emerge as a wine-growing region - Added value of winemaking in the regional economic development	40
S – STRENGTHS	41
W – WEAKNESSES	41
O – OPPORTUNITIES	42
T – THREATS	43
9. Opportunities for the promotion of Evros as a wine-growing area combined with the tourist promotion	45
Bibliography	47
Annexes	49
Annex I. Cultivated and winemaking varieties in the Regional Unit of Evros	49
Annex II. The most important vineyards, wineries and distilleries in the Regional Unit of Evros	49
Annex III. RESEARCH QUESTIONNAIRE (VINEYARDS)	49

List of Pictures

Picture 1. Political map of Evros Regional Unit	5
Picture 2. Stages of red and white vinification.....	13
Picture 3. Diamiatris or Zoumiatris	25
Picture 4. Karnahalas.....	25
Picture 5. Mavroudi	25
Picture 6. Keratsouda	26
Picture 7. Razaki	26
Picture 8. Pamidi.....	27
Picture 9. Voulgaroudes	28
Picture 10. Voidomatis	28
Picture 11. Gutsidis Wines: Vineyards.....	29
Picture 12. Gutsidis Wines: Aging facilities	29
Picture 13. Gutsidis Wines – Marous, Xino Mavroudi.....	30
Picture 14. Gutsidis Wines – Epillio, Cabernet Sauvignon with Mavroudi	30
Picture 15. Evritika Kellaria Winery – Building Facilities	32
Picture 16. Evritika Kellaria Winery – Building Facilities	32
Picture 17. Evritika Kellaria Winery – Vineyards	32
Picture 18. Evritika Kellaria Winery – Winemaking facilities.....	32
Picture 19. Evritika Kellaria Winery – “Onar” White wine	32
Picture 20. Evritika Kellaria Winery – “Orfeas”, Red wine	32
Picture 21. Melmar – Building Facilities	33
Picture 22. Melmar – Tasting Room	33
Picture 23. Melmar – Vineyard.....	34
Picture 24. Melmar– Aging cellar	34
Picture 25. Melmar– The award winning wines “Secret Path, Syrah 2016” & “Secret Path, Malagouza 2018”	34

Picture 26. Melmar– Adyton, Mavroudi.....	34
Picture 27. Bella Bros – Vineyards.....	35
Picture 28. Bella Bros – Winemaking facilities	35
Picture 29. Bella Bros – Tour on the vineyards.....	35
Picture 30. Bella Bros – Tour on the distillery	35
Picture 31. Bella Bros – “Onos”, Keratsouda wine	36
Picture 32. Bella Bros – “Peninta”, Red, syrah & merlot.....	36
Picture 33. Dionysos Wine Route	40
Picture 34. SWOT analysis	44

1. INTRODUCTION

The present deliverable: "Study of Integrated Methodology for Cultural, Natural Places and Traditional Gastronomy in the Regional Unit of Evros " (Deliverable 3.2.3) was prepared by GNOSI DEVELOPMENT CONSULTING P.C, according to specific contract with the Contracting Authority: DIMOSSINETERISTIKI EVROS SA, in the framework of the project "Promotion and development of natural and cultural heritage of Bulgarian – Greek cross-border region through smart and digital tools" (acronym"eTOURIST").

The eTOURIST project is implemented in the framework of the European Territorial Cooperation Program "INTERREG VA Greece - Bulgaria 2014-2020" under "*Priority Axis 2- A Sustainable and Climate adaptable Cross-Border area*", thematic objective "*6-Preserving and Protecting the Environment and Promoting resource efficiency*", investment priority "*6c: Conserving, protecting, promoting and developing natural and cultural heritage*", special subject "*4. Valorize CB area cultural and natural heritage for tourist purposes*", co-financed by the European Union - European Regional Development Fund (85%) and National Resources (15%).

The aim of the eTOURIST project is to promote and develop cultural and natural heritage, gastronomy, including winemaking, in Evros and Haskovo for tourism purposes. The objective of the project includes the recording of cultural and natural heritage sites- mainly for tourist purposes-, traditional culinary and wines, including traditional recipes, as well as the development of software with all the above information but also texts, photographs, tourist routes, etc.

The purpose of the general study is the comprehensive recording and presentation of the cultural and natural resources, as well as the traditional gastronomy of the Regional Unit of Evros, as elements of local cultural heritage that can be exploited for tourism purposes.

The purpose of the present study is to record and present the winery in the Evros region and present the history of winemaking, the characteristics of the wine region, the unique wine varieties that can be found in the region, the existing wineries and opportunities for wine-making and wine exploration, with the ultimate goal the emergence of Evros as a wine-growing region and wine touristic site.

2. Brief presentation of Evros Regional Unit

The Regional Unit of Evros is located on the northeast corner of Greece and especially on the country's natural border with Bulgaria in north and with Turkey in east. It is one of the three tri-national places in Greece. It is the natural border of Greece with Turkey and Bulgaria, bordered by the Regional Unit of Rodopi in west and by the Thracian Sea in south. Undoubtedly the geographical location of Evros is considered as an advantage that can help in the stimulation of the local economy, trade and tourism. It was named Evros by the local river, which is the largest in the Balkans and crosses the northeast corner of Greece.

The Regional Unit of Evros is one of the five regional units of the Eastern Macedonia and Thrace region. In addition, Samothrace island is included in its administrative boundaries. The Regional Unit of Evros comprises 5 municipalities: Municipality of Alexandroupolis, Municipality of Orestiada, Municipality of Didymoteicho, Municipality of Soufli and Municipality of Samothraki. The capital of Evros is Alexandroupolis (72,750 inhabitants), which is the most important administrative, financial and commercial center of the region and at the same time the only port of Thrace.

Picture 1. Political map of Evros Regional Unit



Evros has a total area of 4,242 Km², and a population of 147,947 inhabitants, according to 2011 census data. It is the most remote Regional Unit of Greece, as Alexandroupolis (capital) is 840 km away from Athens, 340 km away from Thessaloniki, 295 km away from Istanbul and 60 km away from Komotini, where the headquarters of eastern Macedonia – Thrace are located.

Evros is a lowland area, with only 10.3% of mountainous places, compared to the extensive plains that occupy the 62.4% of its total area, the majority of which are cultivated. The existence of the river Evros, along with its tributaries and numerous irrigation canals contribute to the cultivation.

3. Methodology

In order to prepare this study, the project team, focusing on the bibliographic review, implemented a series of actions in order to obtain the required information and evaluate its usefulness in relation to the objectives of the project deliverable.

In particular, in order to capture the history of winemaking, the characteristics of the wine production region, the unique varieties for the region and the active wineries of Evros Regional Unit, the project team undertook the following actions:

- Collection of information about wine traditions in Evros region and especially for:
 1. the wine production tradition of Evros region,
 2. the cultivated methods that are used on the unique wine varieties of the region,
 3. the history and tradition of winemaking,
 4. the characteristics of the area concerning the wine varieties and wine that is produced.
- Evaluation of the opportunities for the promotion of Evros as a wine-growing region, by analyzing the information collected about the typical varieties of wine grapes in the region and evaluating their added value in the economic development of Evros.
- Analysis of the possibilities for promoting Evros as a wine-growing area, along with touristic promotion.
- Analysis of the information collected about the typical varieties of the reference area and evaluation of their added value to the economic development of the area, especially in relation to the tourism industry.

More specifically, the methodological approach that was implemented, based on:

❖ Bibliographic overview of information and related documents from sources, such as sector studies, articles and strategic development policies on Food & Beverage and winemaking by institutions and organizations, e.g. the Hellenic Ministry of Agricultural Development and Food, the Foundation for Economic & Industrial Research (IOBE), the Federation of Hellenic Food Industries (SEVT), etc.

❖ Field research in the wineries of the Evros Regional Unit in order to collect information that will contribute to draw a more complete picture of the current situation of wine production in the region.

❖ Analysis and processing of collected information.

❖ Presentation of collected information in categories, based on the structure of the present study.

❖ Comments on collected information

Regarding the methodology of the field research, it is worth mentioned that the project team designed a specific questionnaire, which is presented in Annex III, which was send (by e-mail) to all wineries located in the area and follow-up telephone calls were made, in order to ask winemakers to participate in the survey.

4. Overview of the Food and Beverage sector in Greece

The Food and Beverage sector still maintains its fundamental role in the Greek economy, despite current difficult situation, as well as the Greek manufacturing industry in general, having all the necessary conditions to remain a key driver in the country's development.

The most important issues, regarding the role of the domestic Food and Beverage sector, as a springboard to growth, continue to be driven by extroversion and exports, product quality, product identity (brand name), but also the organized promotion of Greek food. More effective coordination and closer cooperation of sector representatives can help improving the efficiency and effectiveness of promotion of Greek products, ensuring that the right strategy is selected, as well as the stability of its long-term planning.

Creating added value and enhancing the extraversion of the sector are also significantly dependent on promoting the Greek products, through well-designed product distribution networks, based on quality and diversification as well as promoting the Greek and Mediterranean cuisine and dietary, both domestically and abroad. The link to the tertiary service sector in restaurants, hotels and tourism in general, the synergy of the first and third pillars of the Greek economy, is an additional means of promoting Greek products, adding value and export potential to the sector.

The Food Industry is one of the largest sectors in European manufacturing industry, while it is consistently emerging among the top sectors in relation to other important sectors of the European economy, such as the automotive sector, the chemical sector, the industrial machinery and metal products sector. Compared to the EU-28 members on average, the food sector in Greece has a greater contribution in the manufacturing industry in terms of number of enterprises, turnover, production value, gross added value and number of employees. The great share of the Greek food sector in manufacturing, reflects its domestic dynamic, but also the smaller development of other sectors of this industry.

The dynamic and neuralgic character of the Food and Beverage sector in Greece is demonstrated by its quantitative figures and trends (IOBE, 2017):

- Food and Beverage sector plays a particularly important role in the Greek processing as it is the largest industry in Greece accounting for approximately 30% of total employment and total revenue.
- Domestic food industry includes almost the 1/4 (26.4%) of all Greek manufacturing companies. The other two sectors with the most Greek manufacturing companies are Metal Products (14.3%) and Clothing (7.2%).
- Food and Beverage sector is also the largest employer of domestic manufacturing, as it also occupies almost the 1/3 of all employees, while Metal Products sector occupies the 6.1% and Clothing sector occupies the 5.9% of total employees in Greek manufacturing industry.

- Food and Beverage sector is highly ranked among the other sectors of domestic manufacturing industry, as it has the largest production value (24.3% of the total), gross added value (24.6% of the total) and holds the first position in terms of turnover (almost 25.2% of the total), while Coke and refined products sectors accounts for the 24.8% of the total turnover in domestic manufacturing industry.

5. Wine production tradition and methods for cultivated wine varieties



Wine is a special agricultural product, as it is included in the Greek cuisine and dietary and also is a popular drink that accompanies and enhances a wide range of European and Mediterranean dishes, from the simplest and most traditional to the most complex ones. In addition, it is associated with relaxation, communication, food consumption and hospitality. Moreover, it is used in various religious ceremonies of many cultures

and also the history of the wine trade is really important in many countries through the world.

A key feature of the wine sector that should be under consideration, is the centuries-old tradition of vine growing and wine making in Greece, since the history of Greek wines covers the longest period worldwide, in terms of continuous vine cultivation and long-term wine production. Furthermore, wine sector is one of the most important sectors of the Greek economy, not only for the domestic beverage market, but also for the development and promotion of all Greek traditional products to foreign markets.

However, the modernization and development of wine sector as it known currently, began since the 1960s, when large companies invested heavily in the production of bottled wines. Nowadays, the wine industry in Greece is fragmented, as it includes a few large-scale wineries, as well as a large number of small and medium-sized wineries, agricultural cooperatives and import companies. Large companies control significant portions of the domestic bottled wine market, spanning the entire country through extensive distribution networks.

Medium-sized companies have so far managed to acquire significant shares of the bottled wine market through their focus on quality products and particular varieties. Bulk wine is mainly produced by small and medium-sized companies that distribute it in local markets.



In general, wine production in both the domestic and European markets is considered of the high quality and Greek wines have won many prizes in several international competitions.

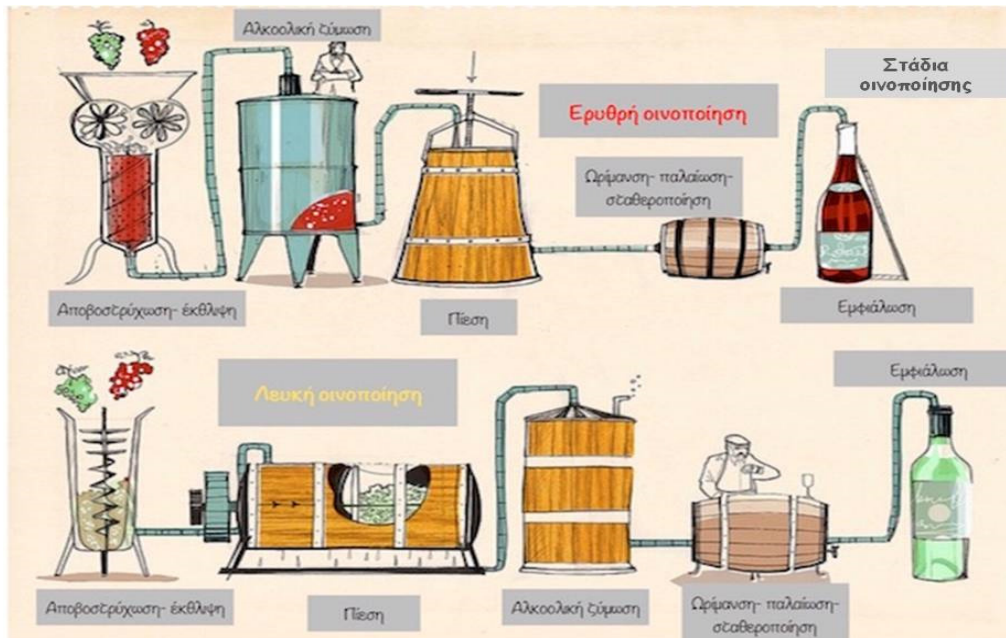
Distribution activity is often undertaken by importing companies, which also have a well-developed distribution network. They import wines mainly from the EU, while also importing alcoholic beverages. By contrast, their main (or even exclusive) activity of wine making companies is the production and marketing of wine. Finally, agricultural cooperatives represent an important role in domestic production, and nowadays, the production of bio products with a purely 'Greek identity' has also begun, as the institutional framework for organic wine production has been identified following the adoption of the 9 March 2012 Implementing Regulation (EU) 203/2012, which refers detailed rules for the production of organic wines. Indeed, the shift to organic wine seems to have good prospects due to the ever-increasing demand for Greek organic wine from overseas markets but also from the Greek market and it is estimated that the income that producers can earn from organic wine is at least 20-25% higher than conventional wine.

Moreover, in recent years, the **quality and reputation of bottled Greek wines** has greatly improved, which is confirmed by the ongoing prizes awarded in international competitions. Many companies have invested in modernization, which are sometimes part of EU and national co-funding programs. The export orientation of (especially large) companies in the sector is strong. The main exporting markets for Greek wines are Germany, USA, Canada, France and Belgium, where the top 3 of them are considered strong homogeneous communities that absorb a large share of exports.

The wine market includes the 'cold' one, which mainly refers to Entertainment and restaurant and catering services, as well as the 'hot' one, which is related to domestic consumption. Distribution of products is mainly made through wholesalers and dealers, while supermarkets and cellars are the major retail outlets (ICAP, 2010).

In recent years, there has been a significant improvement in the technology of wine sector. The stages of wine production are quite standard, while at the same time significant automation has been implemented in many individual stages. Large companies, under continuous modernization investments, have adopted many automated systems, which include several stages from receiving raw materials until final products delivery from the warehouse. Automatic stainless- steel grates control electronically various raw material characteristics, permanent stainless steel pipelines transfer product from one stage to another, automatic presses have the ability to split fractions of the product, refrigeration machines control fermentation temperatures and finally stainless steel tanks have replaced concrete ones. Today, stainless steel tanks cover about the 60% - 70% of the needs of the Greek winery on average, and production units as well as aging areas, are in most cases temperature controlled.

Picture 2. Stages of red and white vinification



In particular, oak barrels are used for aging wines which are replaced by companies. The production process is completed with the automatic bottling, labeling and final packaging of products. In smaller companies, the above stages of production are usually more traditionally followed, and there is high degree of manual bottling. In general, large companies, as well as cooperatives, have high production capacity, but they are not exploited efficiently. Higher levels of utilization, reaching 80%, exist in large enterprises, with high production volumes, unlike cooperatives with limited utilization.

However, every business should strive to have strong production capacity, in order to be able to respond to high volumes of raw material entering during the harvest period. The next stages of the production process require high capacity in tanks and aging areas. Regarding aging area, businesses are seeking to expand and renew barrels, as well as to design special areas where tastings, guided tours, shopping and other similar activities take place etc, with a view to expanding communication with consumers.

Finally, it should be noted that all wine companies have their own chemical laboratory. However, gaps have been identified in applied wine research in viticulture, wine-growing technology, improved yields. These gaps cannot be easily filled because they require specialization and research activities. Bodies and organizations that co-exist in the same field are unable to cooperative effectively because of various problems they are facing.

6. History and tradition in Greek winemaking

6.1 Greek Wine history

Any reference to the history of Greek wine inevitably contains elements concerning culture, economy, religion, social life, daily life, and the places where wine growing, wine production and wine consumption took place.

The history of Greek wine covers an extremely long period of time, the longest in the world, regarding continuous cultivation of vine and the production of wines over time. The beginning of viticulture in Greece goes back to historical times and has centuries-long tradition. Since then, vineyards and wine have been accompanying Greece and its residents until today, without interruption. Concerning Greek heritage, that is, local mores, customs, traditions, as well as Greek cuisine, the wine is prominent and is an integral part of them. Even in our cultural heritage, it has been a source of inspiration for writers and artists.



The wine production may not have been born in Greece, but it was the **ancient Greeks** who developed the art of winemaking, vine cultivation and wine marketing at a high level. Even more, they managed to elevate the wine from being just a drink and helped the early development of a rich wine culture. For example, the ancient Greeks believed in a wine patron god, Dionysus, fact that shows the importance that was given to this "divine" drink. It is no accident that in ancient Greece wine was praised by poets, historians and artists and also frequent references to wine were found in the works of Aesop and Homer.

However, in Greece, wine was considered as a privilege of the upper social classes. During the classical period, including the Golden Age of Athens with the birth of democracy, philosophy and the great flourishing of the arts, wine was incorporated into everyday life and social gathering, in particular through the famous "symposia". It has to be mentioned that archaeological investigations discovered the first traces of winemaking in Philippi in eastern Macedonia during the prehistoric period (around 4,500 BC). The ancient Greek wine tradition found its continuation in the Roman period, with the adoption of many cultivation and wine-making techniques by the Romans, while Byzantium and Christianity made a catalytic contribution to the historical continuation of viticulture and wine. For about one million years, the monasteries were places of viticulture and winemaking with their organized wineries. During the Byzantine times, a great civilization flourished in Greece, preserving from the ancient Greek, among other things, the language and great tradition of vine growing and wine production of the "byzantine wine". Some winemaking practices have

been maintained, others have evolved, but Greek wine always played an important both commercial and social role.

The contribution of Christianity will be a catalyst for the historical continuation of wine in Greece, as the vineyard - literally - decorates all Byzantine art, the monasteries are active vineyards (Mount Athos) and the Holy Communion used sweet wines, produced in the Greek islands. However, wine-growing in Greece, despite the support of Byzantium, will go through difficult times, as hostile raids on the mainland and piracy on the islands disrupted the permanent and long-lasting calm of vine cultivation, but there were again periods of great demand for Greek wine. On the other hand, many regions, once again led by the Aegean islands and Crete (“Passos wine”), were leading the way in the export of wines through the seafront roads and the rich tables of the Byzantine emperors.

During Ottoman Empire rule, Turks, mainly due to their religion and unlike other conquerors, did not capitalize on the wealth of the Greek vineyard. At best, after the fall of Istanbul, they let the wine-growers produce their own wine, just as their ancestors did thousands of years ago, and also providing them privileges of self-government (wine trade in the islands) or autonomy (Tamasi Treaty). Although, the Muslim religion prohibited wine-making, as well as the cultivation of vines by Muslims, allowed the collection of taxes on wine-growing and the production of wines by Greek Christians. Thus, in many places of the Ottoman Empire, where local residents continued to grow vineyards, local lords retained some of the wine produced quantities. In many cases, the residents refused this tax on slavery. Thus, many vineyards were abandoned or destroyed as retaliation, while elsewhere, historic vineyards continued to be cultivated.

In the Mainland, the local monasteries which owned large vineyards, as well as the first organized wineries, helped in the preservation of many Greek varietal wines. Most important were the monastic states of Mount Athos, which had already produced the famous wines (e.g. wines of “Meteors”).

During the first period of Greek independence from Turks and since the establishment of the Greek state, as an independent state, the first attempts at viticulture and wine production began and the first Greek oenologists appeared. After the mid-19th century, the first major wineries emerged, which were owned or participated by Europeans (Klaus in Achaia and Toul in Kefalonia), essentially defining the principles of modern Greek winemaking. These wineries had direct access to European ports. There were also major wineries in Attica (Kampas) and less famous in Nemea, Samos, Naoussa and Santorini, which held the leading Greek export markets, with Russia as the main market.

The first Greek oenologists studying in France returned in Greece, while the country expanded its borders, annexing the Ionian Islands and Thessaly region to its territory, reaching about half of its today’s area.

The presence of large cooperative wineries (in Crete, Rhodes, Samos, Nemea, Patras, Naoussa, Santorini, Tyrnavos, etc.), as well as large private winemakers (Boutari and Tsandali in Macedonia and Kourtakis in Attica) led to the absorption of large quantities of grapes and the production of good quality commercial wines.

During the **Modern period**, in 1971 the first modern categorization of Greek wines took place, as the first designations of origin of wines in Greece are legislated to the standards of French legislation.

6.2 Viticulture as an economic activity

Greece is a country with a long tradition in viticulture, where viticulture and wine production are integral activities to many places and continue to grow alongside the cultural heritage of each region. Thus, wine is an important product for both domestic agricultural production and industry.

During the last 150 years, wine production has undergone a revolutionary evolution both as an art and as a science. Having access to cooling, wineries have been able to control the temperature of the fermentation process and the production of high-quality wines in areas with high temperature. The introduction of harvesting machines has allowed winemakers to increase the size of their vineyards and make them more productive. Although the wine industry faced the challenge of meeting the demands of an ever-expanding market without losing the distinctive character of its wines, technology helped ensuring a quite consistent supply mechanism of high quality wines.

In this context, structural changes have been made in recent years aiming to increase the competitiveness of Greek wines in order to gain an appropriate position in the international market. In the last five years there has been a trend of international extroversion by Greek winemaking companies. Although production of Greek wine has declined, there is a shift towards higher quality bottling and export of wine, as well as closer cooperation between businesses in the sector.

The winery sector is one of the most important sectors of the Greek economy not only for the domestic beverage market, but also for the development and promotion of Greek traditional products in foreign markets.

In recent years, the Greek wine industry has made great improvements by implementing significant investments in modern winemaking technology. Moreover, the new generation of winemakers are trained in the best wine schools in the world and Greek wines continue to receive the highest awards in international competitions, as well as the recognition that they deserve worldwide. What many call “**modern Greek wine regeneration**” came about in the

last decades of the 20th century and was characterized by various events, both in viticulture and in wine making.

In the Greek market, besides to the large winemaking companies, small and medium-sized, vertically integrated wine farms are also being developed, that produce limited-production wines, by using both Greek and international vine varieties. There are enthusiastic winemakers (many of them oenologists too), who either continue, or revive historic Greek vineyards and sometimes creating new ones.

In the meantime, there were hundreds of Greek oenologists, mainly studying in France and also in other European and other countries, as well as graduates of Greek universities specializing in Viticulture and Oenology¹, who were scientifically strengthened the country's potential, by directing production to harness Greece's unique varietal potential, through modern technology and winemaking techniques. During the same period, there were new professionals in the wine industry, such as Greek wine journalists and Greek winemakers, while were being organized important Greek wine fairs (Oinorama, Dionysia) and other competitions (Greek wine competition, International Wine Competition of Thessaloniki).

The result of these developments is beginning to appear in the Greek market, where domestic consumers and visitors from all over the world discovered the Greek wines. Consequently, modern Greek wine regeneration continued, with a new wave of small wineries development, towards the end of the 20th century, culminating in the first decade of the 21st. Many of these wineries are owned by traditional wine-growers who invest in wine, while newer and older wineries are increasingly interested in wine tourism. Nowadays, modern Greek wine regeneration has now brought results and domestic wines are continuously winning many prizes in competitions. However, well-equipped, state-of-the-art wineries, enthusiastic winemakers and skilled oenologists are also using the Greek grapes varieties. In addition, it has to be mentioned that there are Greek vine varieties that are producing many exceptional and world-class wines. It is clear that the upgrade of the quality of modern Greek wines cannot be considered as accidental and temporary. As a result, more and more attention is now being paid to the vineyard, especially to the optimization of its cultivation, by implementing modern and approved techniques, as well as to the emergence of indigenous varieties.

However, Greece remains a relatively small country, especially in terms of wine production, with an area of 615,000 acres of vineyards. The area of vineyards has been the same over the last decade, although a slight increase is expected in the coming years. The number of vine growers is about 180,000, which equals to the 1/5 of the landowners involved in agriculture. Thus, the size of vineyard ownership is about 5 acres, which means that vine

¹ School of Oenology and Beverage Technology in Athens

cultivation in Greece is a highly fragmented sector. Furthermore, there are more than 1.290 wineries that produce wine, with this number increasing almost every week².

In 2017, the annual production of Greek wine amounted to 2.5 million hectoliters, making Greece the 17th wine producing country in the world. White wines dominate, with red wines accounting for the 1/3 of total production. The percentage of wines produced from Greek varieties reaches the 90% of total production. The three most important varieties in terms of quantity are: “Savatiano”, “Roditis” and “Agiorgitiko”.

The main wineries are located in the regions of Crete, Peloponnesos, Macedonia, and Central Greece. The largest protected area of Designation of Origin for red wines is “Nemea”, for white wines is “PDO³ Patras”, for sweet white wines is “PDO Samos” and for red sweet wines is “PDO Mavrodafni Patras”. However, it has to be mentioned that only in a few places in Greece there are no vineyards. There are totally 33 “PDO zones”, the most notable of which are PDO Mandineia (with Moschofilero wines), Naoussa PDO (from Xinomavro) and PDO Amyntaio (from Xinomavro). There are also more than 100 PGI (Protected Geographical Indication) zones.

6.3 Classification of wine producing sector

The wine producing sector, according to the Hellenic Statistical Authority classification, falls under the sub-branch 159.3, which is included in main branch “159 – Distillery”. However, the varied characteristics and the different properties that wine may have are the characteristics to classify it. Classification of wine helps in easy reference and easy separation, and thus facilitates selection process, since grouping wines on the basis of common characteristics helps to reduce unfair competition and protect consumers. For this reason, the classification characteristics of wines are defined and controlled by the Greek legislation.

The most important wine classification categories are listed below:

- *Aging time of wine*

This kind of wines classification depends on the time elapsed between harvest and the time when wines can be released for consumption.

² <https://winesofgreece.org>

³ Protected Designation of Origin

- *Color of wine*

This is the simplest kind of wine classification. In particular, there are White and Red wines.

- *Sweetness of wine*

The sense of sweetness is one of the key features of wine. Sugars are the most important compounds found in wine, left over from the fermentation process, that have sweet taste.

- *Carbon dioxide(CO₂) content in wine*

This kind of classification applies to wines which, when opened, emit carbon dioxide. This gas may be either naturally produced during fermentation process or artificially added during wine production.

- *Administrative Classification - Legislation*

This kind of classification includes all Legally Protected Vineyards and Geographical Indications. The concept of “Protected wine-growing area” is very old in the wine sector. In ancient Greece, the kings were stamping the clay shelves of amphorae with the seal of the specific geographical indication and there were laws that "protected" the quality of the local wine. This system was later adopted in France where the concept of "Appellation d 'Origin Controlle" refers to the selected and checked vine until the final bottle control process.

Another classification, which is defined by European legislation and adopted by the Greek one, classifies wines into two main categories as shown in Figure 1.2.: (a) Quality Wines Produced in a Specified Area (V.Q.P.R.D.) and (b) Table Wines. In particular, V.Q.P.R.D. wines include Superior Wine of Designated Origin, and Wines of Controlled Designation of Origin. “Designation of origin” means that the name of wine, recognized as a common commercial name for a region's wines when they satisfy specific conditions regarding:

- the wine production area
- the varietal composition of the vineyards
- cultivation techniques
- the methods of winemaking
- the minimum alcoholic strength
- Area yield.

As a result, the classification of wines into legally defined and regulated classifications is presented below, based on the relevant Directive/ Common Market Organization, adopted with a view to the wine sector restructuring:

i. Protected Designation of Origin Wines (PDO): Protected Designation of Origin Wines are produced from grape varieties that are come from vineyards located in the protected area's borders and the grapes are (at least to some extent) vinified in local wineries, too. The yield of the vineyards may not exceed 1,200 kg per acre. In order to be placed on the market, they must go through classification, regarding both their analytical and organoleptic components. In Greece, Protected Designation of Origin Wines (PDO) have also a special control film that is usually placed on the neck of the wine bottle.

ii. Protected Geographical Indication Wines (PGI). Protected Geographical Indication Wines are also produced in legally designated areas and by local wineries. Unlike PDO wines, the grape varieties from which these kinds of wines are produced may also be non-native and generally leave more flexibility to the varietal composition of the wine produced. The yields of the vineyards, as well as the key elements of their production are controlled at the same way as in PDO wines, but there is no requirement to classify them.

iii. Wines without Protected Designation of Origin: Wines without Protected Designation of Origin are those that can be produced by any grape variety, in any geographical place and can be mixed with any other different kinds of wine. These wines are produced according to all wine-making rules required by the relative legislation, but are not subject to restrictions on the yield of vineyards or the origin of grapes.

7. Viticulture and wine production in Evros

Eastern Macedonia and Thrace region and especially Evros and Soufli, are considered as famous wine-growing areas with local, old grape varieties since the early 18th century.

In the Evros region - and especially in Soufli - wine-growing and wine production has grown rapidly from 1870 to the early 20th century. Then, due to the construction of the Orient Express line and the French installation of railway infrastructure, many French grape varieties were planted.

In fact, the French taught local people the method of linear vineyards, while in the rest Greece this kind of cultivation began in the early 1980s.

At the same time, large quantities of wine and probably grape must have been exported to France. The economic boom of wine production and exports was between 1880 and 1898, when “grape phylloxera” destroyed all of French vineyards. This economic boom ended with the Balkans and the First World War, during which the majority of the local vineyards were destroyed.

Nowadays, the professional cultivated vineyards are limited and the quantity of wine production is lower than this area can produce. In addition, the local grape varieties constitute a relatively untapped natural resource, valuable to the local economy, which may be lost due to the extensive cultivation of commercial grape varieties that dominate the wine market and leave no room for other varieties.

7.1 Evros wines

The local vineyards are mainly located in the central (Soufli area) and northern part of Evros, near the borders of Greece and Bulgaria (Trigono region). The long tradition of Evros in viticulture and wine production is justified by the establishment of “PGI Evros”, in which the presence of red wine indigenous varieties of “Karlhanades”, “Mavroudi”, “Mpogiamades” and “Pamidi” are remarkable.

In the Regional Unit of Evros, wines with Protected Geographical Indication (“PGI Evros Wines - Evros Local Wines”) are produced by grapes that came from vineyards located at altitudes exceeding 20 metres, within the boundaries of the PGI Evros zone, that was established in 2010.

Some varieties of PGI Evros wines are the following:

- Athiri
- Asirtiko,
- Zoumiatiko (damiatis),
- Malagouzia,
- Chardonne,
- Sauvignon Blanc,
- Trebbiano,
- Karlahanades,
- Keratsouda,
- Limnio,
- Mavroudi,
- Moshomavro,
- Mpogialamades
- Pamidi,
- Sefka,
- Grenache Rouge,
- Cabernet Sauvignon,
- Carignan,
- Merlo,
- Senso,
- Syrah,

The most common types of PGI Evros wines are:

- White dry, semi-dry, semi-sweet, sweet
- Rose dry, semi-dry, semi-sweet, sweet
- Red dry, semi-dry, semi-sweet, sweet

This classification was instituted in July 2010 and the production and distribution of PGI Evros wines has already begun.

Table 1 summarizes the **16 winemaking grape varieties** cultivated and vinified in the Regional unit of Evros. Two of them are French, but due to they are growing in specific territories have eliminated their "native" traits and acquired their own distinct identity.

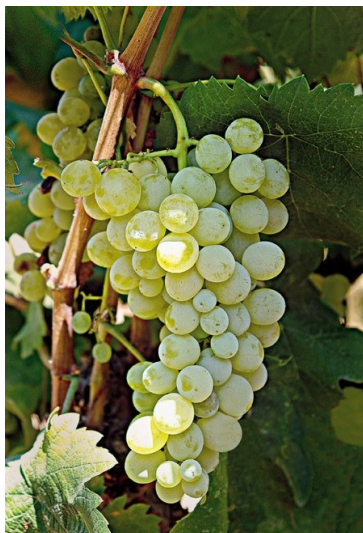
Table 1: Cultivated and vinified winemaking grape varieties in Evros Regional Unit

No	VARIETY	DESCRIPTION
1	Alponoura	White, disease-resistant, mid-range variety, with a long bunch of grapes
2	Bogiolamas or Bougiolamas	Red variety, almost dyed, with deep pale black color. The plant is sturdy, productive, very sensitive to late-seed, but has a lot of aromas and thick bunch of grapes. It is widely used in spatial vinification in blends in order to improve the color of wines produced.
3	Neroproimia	Red late variety (harvested in October) with a large bunch of thistles. Highly resistant to botrytis.
4	Opsimo Soyfliou (oriental razaki)	Table white variety, once exported in large quantities to Germany. It is sensitive to rain.
5	Pamidi	In particular they are two varieties, one red and one rose. Both are harvested in the beginning of September and have small grapes - in rose variety the bunch of grapes has thick color and in the red variety has light color. It is vibrant, sturdy, fertile, productive plant, but it is very sensitive to botrytis and acid rot.
6	Razaki (Avouz ali)	White, vibrant productive and durable variety, once exported in large quantities to Germany. It is considered to be the most important table variety of vine with a large geographical distribution. The commercial ripening of grapes is escalating, depending on the region and the cultivation interventions from early September to late October. Razaki grapes are highly preserved and transported and are therefore considered to be the best trade variety.
7	Chasselas Dore	Red variety from the glorious French period. Durable, late, moderate bunch of grapes.
8	Cinsault	Red variety, also from the glorious French period, it is

No	VARIETY	DESCRIPTION
		durable, it has medium bunch of grapes and aromas ideal for nouveau wine production.
9	Tsaousis	White early variety with sparse bunch of grapes and aromatic with delicate peel. It is a variety of winemaking and tableware. Very sensitive to diseases.
10	Voidomatis	Red variety. Its grapes are thick peel, have intense color, are dense and durable.
11	Voulgaroudes	Red variety especially durable, with late harvest, small bunch of grapes, aromatic and tannic.
12	Damiatis or Zoumiatis	White midrange variety, known since the 12th century. With a thinner bunch of grapes and moderate durability, it is used for winemaking. It produces wines of moderate alcoholic strength, moderate acidity and slightly aromatic taste.
13	Karapapas	Red variety with thick bunch of grapes becoming extinct. There are very few plants in the vineyards of Evros region.
14	Karnahalas	Red indigenous variety (called the "red" gold of Evros vineyards). It comes from for green harvesting and is ideal for long aging. It produces aromatic and at the same time tannic wines, with a well balance between alcohol and acidity, good thickness and good color. There are historical references to his cultivation in the late 19th century. Nowadays, it is only vinified in Evros and Tenedos, and efforts are being made by the local wineries to spread "Karnahalas" variety on the market by planting new areas.
15	Keratsouda	Rose variety with bright pink color. Winemaking and tableware, with crisp flesh and many flavors. It is an early, durable and highly productive variety.
16	Mavroudi or Sefka	Red variety, resistant to drought and infestation by Iodine and Botrytis. It is characterized by very high yields without any need for special inputs, by particular aromas and harvest at the end of September. It can be aged for a long time due to its heavy aroma, rich sweet taste and quite robust tannins. It is a pure Thracian variety. The name of the variety Mavroudi comes from the dark (black) color of its bark peel,

No	VARIETY	DESCRIPTION
		and this is why Mavroudi is mainly used for the production of dark red wines, which are however difficult to obtain. In Bulgaria it is called Mavrud, Kachivela or Tsiganka.

Picture 3. Diamiatis or Zoumiatis



Source: <http://www.newwinesofgreece.com>

Picture 4. Karnahalas



Source: <http://www.bankofwine.gr>

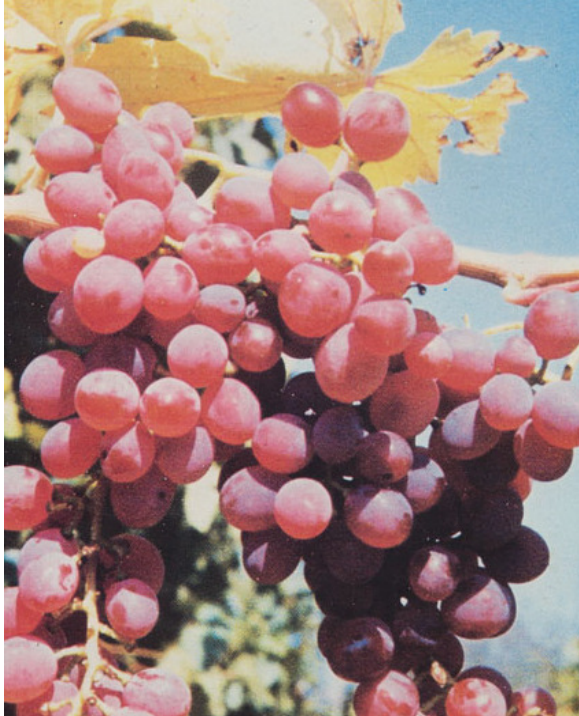
Picture 5. Mavroudi



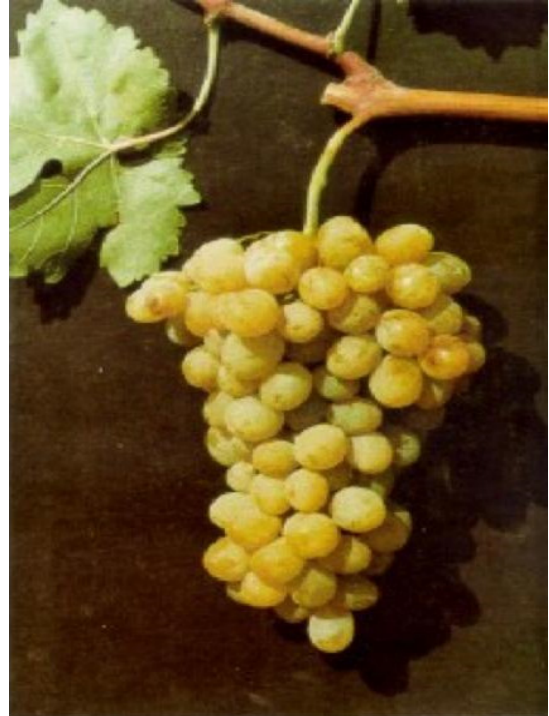
Source: <https://www.ypaithros.gr/>

Picture 6. Keratsouda

Picture 7. Razaki



Source: <http://winewalker.gr/>



Source: www.gaiapedia.gr

Picture 8. Pamidi



Source: <https://www.ilovegreekwine.com>

Picture 9. Voulgaroudes



Source: <http://winewalker.gr/>

Picture 10. Voidomatis



Source: <http://winewalker.gr/>

7.2 The vineyards and wineries of Evros Regional Unit

Local vineyards and wineries can play significant role in attracting visitors, developing wine tourism and thus contributing substantially to the economic development of the Regional Unit of Evros, especially if they are combined with other tourism infrastructures.

The most important wineries of the Regional Unit of Evros, many of which should be visited are the following:

<p>Gutsidis Wines</p>	<p>They are located at the place Dikaia of Municipal Unit of Orestiada in Evros.</p> <p>This vineyard extends over hills where ancient Thracian tombs are located and is called "Vineyards of Dikaia" and has been recorded since the 16th century by Turkish historian and traveler Evliya Celebi.</p>
------------------------------	---

	<p>The refugees from Eastern Romulia who came here carried vines from varieties such as sour Mavoudi (Xinomavro) and Pamidi.</p> <p>The wine is produced by organic grapes, while being the northernmost winery in Greece. At an altitude of about 300 meters and continental climate, the vines grow in cold winters and mild dry summers. The climatic conditions, largely depended on Evros River, are creating the character of Gutsidis wines produced by Greek and international grape varieties, such as Assyrtiko, Malagouzia, Roditis and Sauvignon Blanc (White) and Xiniri, Mavroudi, Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot and the special local Pamidi variety (Red).</p> <p>The winemaking process is certified by TUV AUSTRIA HELLAS</p>
--	---

Picture 11. Gutsidis Wines: Vineyards

Picture 12. Gutsidis Wines: Aging facilities



Picture 13. Gutsidis Wines – Marous, Xino Mavroudi

Picture 14. Gutsidis Wines – Epillio, Cabernet Sauvignon with Mavroudi



Source: <http://gutsidis-wines.com>

<p>Evritika Kellaria Winery</p>	<p>In northeastern Greece, 10 km away from the border with Turkey and Bulgaria, in Marassia of Trigono Municipal Unit of Orestiada, the Evritika Kellaria Winery is located on a hill surrounded by vineyards. It is a visited Winery & Distillery- a distillery with bottled wines, retsina, tsipouro (with or without anise) and liqueur. The produced wines are "Onar", "Orpheus" and "Enigma".</p> <p>The winery is certified by HACCP & ISO 22000: 200, and in its facilities are included a tasting room, an outlet, a museum and training room.</p>
--	--

Picture 15. Evritika Kellaria Winery – Building Facilities



Picture 16. Evritika Kellaria Winery – Building Facilities



Picture 17. Evritika Kellaria Winery – Vineyards

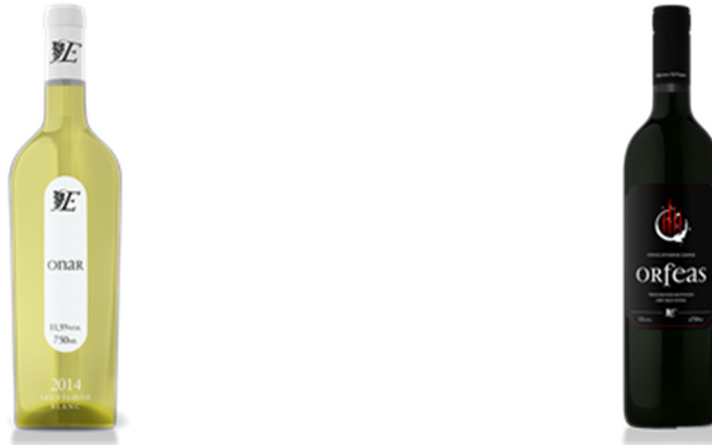


Picture 18. Evritika Kellaria Winery – Winemaking facilities



Picture 19. Evritika Kellaria Winery – “Onar” White wine

Picture 20. Evritika Kellaria Winery – “Orfeas”, Red wine



Source: Archive of Evritika Kellaria Winery S.A.

<p>Melmar Winery</p>	<p>MELMAR Winery is located at the Daphnes region of Samothraki. It was established in 2013 and since 2015 has been operating both at the domestic and the international market with the wines “ADYTON” and “SECRET ROAD”. It is a state-of-the-art winery with oenological equipment, an independent chemist with state-of-the-art measuring and control equipment, stainless steel double-walled tanks, oak barrels for aging wines, a functional wine cellar with ideal temperature and humidity conditions. Malagouzia, Assyrtiko, Mavroudi and Syrah from the wider area of Thrace, winemaking with modern methods and respect for tradition.</p> <p>Winemaking is carried out under strict temperature conditions and under constant quality control.</p> <p>The ripening, aging and storage of wines takes place at 60-65% humidity conditions and under 15-17^o Celsius degrees.</p> <p>The visit to MELMAR Winery includes, among others, a tour at the vineyard and at the production, bottling and aging facilities. Guests can taste and buy wines in the specially designed tasting room, while enjoying the magnificent view of the Aegean Sea.</p> <p>Accommodation facilities are also located within the property of the winery.</p>
-----------------------------	---

Picture 21. Melmar – Building Facilities

Picture 22. Melmar – Tasting Room



Picture 23. Melmar – Vineyard



Picture 24. Melmar– Aging cellar



**Picture 25. Melmar– The award winning wines
“Secret Path, Syrah 2016” & “Secret Path, Malagouza
2018”**

Picture 26. Melmar– Adyton, Mavroudi



Source: <https://www.melmarwinery.gr>

<p>Winery - Distillery Bella Bros</p>	<p>Bella Bros vineyards occupy an area of 350 acres in the Alania region of Soufli. The grape varieties come from Soufli and Thrace region. Moreover, there are other varieties such as Moschofilero, Assyrtiko, Athiri, as well as Cinsault, Merlot, Cabernet which have been adapted to the microclimate of the Soufli area since about 1880. It is worth mentioning that the varieties of "Karnahalas" and "Keratsouda" are cultivated exclusively in Soufli. What is more, this winery is famous for its local tsipouro.</p>
--	--

Picture 27. Bella Bros – Vineyards



Picture 29. Bella Bros – Tour on the vineyards

Picture 28. Bella Bros – Winemaking facilities



Picture 30. Bella Bros – Tour on the distillery



Picture 31. Bella Bros – “Onos”, Keratsouda wine



Picture 32. Bella Bros – “Peninta”, Red, syrah & merlot



Source: Bella Bros, Facebook



At Table 2 are presented the other important vineyards, wineries and distilleries of Evros.

Table 2: Vineyards, Wineries and Distilleries of Evros Regional Unit

No	Facility	Location & Description
VINEYARDS AND WINERIES		
1	Tassioulis Vine Art	Alexandroupolis, Local Airport - wines & ouzo, retsina
2	Kadoglou vineyard	Tychero, Soufli, Evros
3	Rigas Vineyard	It is located in Gemisti of Peplo (Feres, Alexandroupolis).

No	Facility	Location & Description
		It produces red wine (brusque, semi-sweet & sweet), tsipouro with or without anise in the traditional way, directly from first crushing grape juice, without chemical or any other special treatment.
4	Raptis Organic Vineyard	It is located in Kornofolia of Soufli and its total area amounts to about 65 acres. The cultivation is done in accordance with the principles of organic farming without the use of any chemicals, medicines and fertilizers. The main grape varieties of the vineyard are Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Syrah, Carignan, Grenache Rouge, Chardonnay. The winemaking process is performed in spatial type of facilities and the distillation of the grape marc for the production of tsipouro is made in traditional type of amphibians. This Vineyard mainly produces red wine and tsipouro with or without anise.
5	Goudousaki wines	It is located in the Mavroklisi Church of Orfeas (Soufli), which is about 90 kilometers north of Alexandroupolis. It produces red dry and semi-sweet wine, but also tsipouro without anise. The grape varieties that are used are Cabernet Sauvignon, Syrah and Moschato Hamburg.
DISTILLERIES		
1	Gugulidis Ouzo	Orestiada Evros
2	Rakitzi Ouzo	It is located in Didymoteicho of Evros. It is the first Ouzo and Tsipouro distillery, founded by Thanassis Rakitzis in 1883. The success of Ouzo and Tsipouro Rakitzis is due to the special family recipe, which has excellent quality and unique taste.
3	Mitsa Distilleries	It is located in Kastanias region, of Orestiada (Evros). The distillery uses raw materials of pure quality for the production of ouzo, tsipouro, traditional liqueurs and other alcoholic beverages with the label "Alpha".
4	Goidas Distillery	Alexandroupolis, Evros
5	Evros Papadimitriou Distillery	Evros Papadimitriou distillery is located in the 11th km of Alexandroupolis - Feres and was founded 70 years ago by Panagiotis Papadimitriou. The distillery has

No	Facility	Location & Description
		become famous over the years with a wide range of products such as "Ouzo Evros 15", "Ouzo Distillery", "Tsipouro Magic" and various alcoholic beverages such as brandy and liqueur.
6	Ouzounidis distillery	3rd km Orestiada Didymoteicho – "Ouzo E17", "Ouzo Orestis", liqueurs, brandy
7	Hatzopoulos distillery	It is located in the 6th km of Alexandroupolis Feres. The distillery is the meeting place of tradition and experience with high end technology. It uses modern mechanical equipment, with respect to the environment and delivering products of high quality such as premium and standard ouzo, as well as tsipouro with or without anise.
8	Cooperative Diatrofiki Tsipouro Metaxi & Orfeas	Cooperative Diatrofiki is located in the 2nd km of Soufli Alexandroupolis in Evros and produces tsipouro exclusively from the grape varieties of Soufli.
9	Mandakis Stratos Distillery	Alexandroupolis, Evros
11	Bakaloudi distillery	Soufli, Evros
12	Basdanis Distillery	Nipsa, Traianoupolis, Alexandroupolis, Evros. Production of tsipouro in bulk
13	Nipsas Distillery	Nipsa, Traianoupolis, Alexandroupolis, Evros. Production of tsipouro in bulk
14	Distillery Petridis	Doksa of Metaxas, Didymoteicho, Evros. Production of tsipouro in bulk
15	Agorakis Traditional Distillery	Lyra of Tychero, Soufli, Evros. Production of tsipouro in bulk

From the above wineries, the "Evritika Kellaria Winery" in Marasia region, outside Orestiada, and the "Bella Bros Winery" in Soufli, are making strenuous efforts to revive the local vineyards of Evros, recognizing that will benefit both the region's winemaking and the viability of the wineries, as it will be achieved:

- Direct sales to visitors - increased profit margins

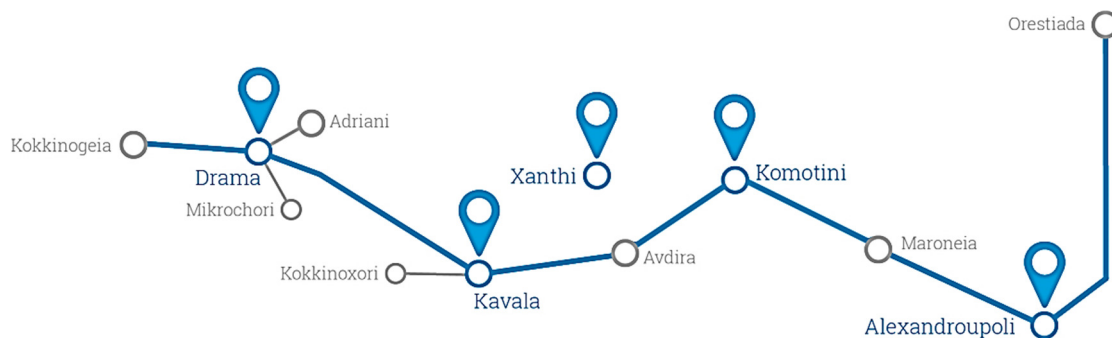
- Instantly supply of the business with valuable information on consumer preferences
- Enhance brand recognition.

The most important barriers towards achieving the above mentioned targets are the high cost of infrastructure construction and maintenance, as well as the time wasted during organized visit tours.

8. Opportunities for Evros to emerge as a wine-growing region - Added value of winemaking in the regional economic development

Nowadays, the majority of the local vineyards and the main interest of wine-makers in the Regional Unit of Evros are concentrated in the municipal units of Soufli and Trigono. In addition, there is great potential on the development of wine tourism in Evros, as there is the ending point of “**Dionysos Wine Route**”, which is one of the famous wine routes of Northern Greece. Vineyards and wine production are also available in the Municipal Units of Alexandroupolis and Metaxades. Since 2010, the Protection Of Geographical Indication label of Evros can be placed on any wine that is produced in all over the Evros region.

Picture 33. Dionysos Wine Route



Tsipouro is also popular in the region, while Evros is one of the champions in the production of retsina. Most tsipouro distilleries are located in the wider area of Soufli, the largest of which is the Soufli Vineyard Cooperative, which was re-established under the name "Soufliotika Cellars". Furthermore, the "Stafylos" Association of Friends of Vine & Wine is also based in Soufli.

However, it is worth mentioning, that although a significant number of grape varieties have been cultivated in the region for over 200 years, they have not been exploited and promoted so as the regions will create a local wine identity different from the rest of Greece and Europe. Overall, vineyards of Thrace are in the last place out of the 9 wine-growing Greek Regions and they are also ranked last in the number of wines (produce only 55 different wine labels). Thrace is also one of the two wine-growing regions (along with Central Greece Region) that does not have protected designation of origin wines.

It is presented below an evaluation of the opportunities for the promotion of Evros as a wine-growing region through SWOT analysis, which is the most appropriate strategic

planning tool taking into account both the internal and the external environment of an activity in order to achieve specific objectives.

S – STRENGTHS

S1. Superior quality of the product

Local wine which is selected and standardized in the regional wineries comes from traditional vineyards and it is produced by using modern methods and certified process, so that to guarantee its superior quality. Winemakers are also investing in research activities in order to produce new wine varieties. The necessary laboratory tests confirm its superior quality and the product bears the corresponding certifications.

S1. Traditional winemaking in Evros

In the historical and cultural heritage of the Regional Unit of Evros, wine is prominent and is an integral part of it. In general, it was the ancient Greeks who developed the art of winemaking, vine cultivation and wine marketing at such a high level. There is a long tradition of winemaking in Greece and wine consumption is inextricably linked to the greek lifestyle and diet.

S2. Participation in wine competitions

The exceptional quality of Evros wine it is considered to be as an important advantage for winning awards in wine competitions. In this case, the regional wine has another comparative advantage over competing products, while at the same time the recognition of the wine is constantly increasing.

S3. The favorable climate and soil

One of the main features of the regional vineyards is the large number of micro-regions with special ecosystem (soil - climate - vine variety), where local quality wines are produced. In each of these areas, the climate is extremely favorable to the vineyard. The Mediterranean climate of the region is affected by the influence of the neighboring mountains or the seashore, and acquires a unique character. Therefore, the vineyards are located in prime locations, either in lowlands, on mountain slopes, or close to seaside areas.

W – WEAKNESSES

W1. Funding Opportunities

The current unfavorable economic situation in Greece makes funding extremely difficult in order to start any business. Private investors are particularly cautious about investing and financing institutions provide loans under very strict criteria and unfavorable conditions for winemakers.

W2. Lack of experience

A typical winemaking company should control and take into account all the factors and potential risks that may arise when implementing its business plan. However, by entering an industry where it has no prior experience, difficulties or even wrong choices may occur. Proper preparation will mitigate the potential impact of such an occasion.

W3. Difficulty in exploiting economies of scale

Especially for winemakers, which are at the start of their operations, the quantity produced usually is expected to remain low. As a result, new companies are not able to take full advantage of economies of scale in the overall production process of wine.

W4. High pricing policy

The price of standard wine depends on a variety of factors. This is likely to create difficulties for the business, at least until it be able, to some extent, strengthen its position within the supplier network and distribution channels. The high pricing of bottled wines in restaurants reduces consumption and consequently producers' profits.

W5. Limited Dynamic Promotion

Like any new product, standard wine needs a dynamic market entry. Dynamic and well-coordinated marketing actions are needed to gain the attention of local and foreign consumers and persuade them to buy it.

O – OPPORTUNITIES

O1. Investment opportunities and promotion of winemaking

The promotion of Evros regional wines, with an identity and quality directly linked to their place of production, has become a strategic choice. Targeted actions per country are implemented by the Hellenic Ministry of Agricultural Development and Food so as to ensure that quality wines conquer foreign markets.

O2. Recognizing the value of Greek wine and increasing global demand

In recent years, consumers have been turning to wine because of their nutritional awareness and their interest in general health and well-being. Greek wine has begun to conquer markets that were not traditional targets. In particular, Greek wine has been recognized for its superiority over competing products from other countries.

O3. Foreign markets penetration potential

First of all, there are traditional wine markets mainly in Europe and North America, with well established distribution networks, where is possible to penetrate by using appropriate strategies. On the other hand, new wine countries are dynamically entering the wine

market, by showing interest in wine consumption, even as a gourmet product, such as China, Russia and India.

O4. Forms of alternative tourism (agrotourism - wine tourism)

The Regional Unit of Evros is a popular traditional destination which attracts lots of tourists. This enables co-ordinated actions in cooperation with the development of alternative forms of tourism e.g. agrotourism and wine tourism, so as consumers from all over the world, can taste Greek wine. In addition, Greek immigrants is a sure channel of communication for this Greek product, in different places worldwide.

O5. Participation in exhibitions

Numerous of food fairs are organized each year in many countries of the world, enabling businesses to promote their products and attract potential buyers. These should be an essential tool of business in trying to establish strategic partnerships.

T – THREATS

T1. Strong Competitors

In the field of standardized wine there are many businesses with a long-standing presence and an established market position. All of these domestic and international competitors will make it very difficult for a winery to enter certain markets.

T2. The rapid increase in world supply

Wine production is constantly increasing worldwide, because of the improved cultivation techniques applied, such as in Spain, as well as because countries such as Morocco and Tunisia are entering wine market more dynamically. Despite the lower quality of the wine from these countries, the increase in the quantity offered puts pressure on the price of the product.

T3. High price of standard wine

Evros regional wine has higher production cost than other wine-producing countries. This, coupled with the effort to exploit its superior quality, results in implementing higher pricing policy than competing products from other countries. It is also important to note that uncontrolled bulk wine trade illegally, differentiate terms of competition and price.

T4. High price elasticity of demand and income in non - traditional markets

Due to the fact that standardized Greek wine has entered the non-traditional markets as a luxury product, it has shown greater demand flexibility in terms of price and consumer income. Therefore, care must be taken so as the product reaches end consumers of these countries at a price which balances the afore mentioned parameters.

T5. Weak national promotion strategies

Competent bodies' efforts to promote Greek standardized wine in the world market, appear to be lagging behind those of other winemaking countries. More coordinated and dynamic marketing actions at national level are necessary for the expanding of wine industry, from production to marketing. As a result, the production and standardization wine companies are significantly relieved by the extremely high cost of individual promotion and the promotional efforts and opportunities for growth are particularly more effective.

In conclusion, in the Regional Unit of Evros a large number of winemaking companies are active, the majority of which are small sized. Imports of wine are at a low level and thus the number of companies involved in this activity is limited. Domestically produced products exceed domestic demand, which lowers the level of import penetration at relatively low levels.

As it has been already mentioned, regional winemaking companies are producing products of high quality. Furthermore, it is encouraging the fact that many winemakers are investing significant in the modernization of their units, aiming to improve the quality of the wines. The quality of the regional wines, coupled with the shift of many consumers to nutritional diet, contributes to the growing interest in these products.

At the following table, are summarized the results of the afore mentioned SWOT Analysis:

Picture 34. SWOT analysis

<p>S – STRENGTHS</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ Superior quality of the product ☑ Traditional winemaking in Evros ☑ Participation in wine competitions ☑ The favorable climate and soil 	<p>W – WEAKNESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Funding Opportunities ☒ Lack of experience ☒ Difficulty in exploiting economies of scale ☒ High pricing policy ☒ Limited Dynamic Promotion
<p>O – OPPORTUNITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Investment opportunities and promotion of winemaking ☞ Recognizing the value of Greek wine and increasing global demand ☞ Foreign markets penetration potential ☞ Forms of alternative tourism (agrotourism - wine tourism) ☞ Participation in exhibitions 	<p>T – THREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> ☒ Strong Competitors ☒ The rapid increase in world supply ☒ High price of standard wine ☒ High price elasticity of demand and income in non - traditional markets ☒ Traditional winemaking in Evros

9. Opportunities for the promotion of Evros as a wine-growing area combined with the tourist promotion

Wine in combination with the vineyards of the Regional Unit of Evros is a pivotal point for the development of wine tourism, as it can effectively establish a business environment for attracting tourists.

Wine tourism can be defined as a visit to vineyards, wineries, festivals or wine contests, where tasting different wines or visiting the main features of the region are the prime motivation for visitors. This definition excludes professional-motivated visits in wine-making regions, as wine tourism emphasizes on leisure activities.



Wine tourism has been identified as one of the sectors that are growing outside the traditional metropolitan areas and thus considered that plays an essential role in regional development, employment, business development, tourism and rural investment. Wine tourism contributes to the creation of jobs in traditionally rural and economically disadvantaged

areas and gives a strong competitive advantage to winemaking areas, by generating profits for winemakers. Therefore, wine tourism benefits local economy and not only local wineries.

A pivotal point of wine tourism are the "Wine Roads", which are paths that cross vineyards of a specific geographical area, recording visiting wineries, specialized wine tasting shops, restaurants and more. In most wine producing European countries there are officially defined wine routes (top organized are French, German, Spanish, Italian, Portuguese, etc.), while the countries of the so-called "New World", have a particularly high level of wine tourism development.

The Greek "Roads of Wine" are in constant development and those of Northern Greece are considered as the most important ones. Nevertheless, wine tourism in Greece is very dynamic, constantly developing and has a significant impact on the local economy of each region.

The choice of one wine region over another is mainly influenced by the presence of the winery in the area, which is also the dominant motive for the visit. However, there are also other specific or complementary incentives to either the destination (e.g. visit to a wine region) and the activity (wine tasting), or the combination of the above. The perceptions,

past experiences, knowledge of wine, expectations as well as personal characteristics of a visitor determine the visit of a winery.

Visitors' motivations are multidimensional and vary according to the social characteristics of them, as well as their perceptions and interests. Occupation, educational level and income, on the one hand, and winery, meeting with the winemaker, wine and vineyard information, on the other, are considered as key features that differentiate winemaking visitors.

According to the different motives that visitors may have, they **can be categorized in four specific and distinct groups**:

- a) "wine lovers",
- b) "rookies",
- c) "occasional visitors" and
- d) "tourists".

All the above groups can, to some extent, contribute to the development of Wine Tourism.

On the occasion of "occasional visitors" and "tourists", who visit the winery either as part of their visit to the region or by accompanying other visitors, the winery can be an incentive to visit the area and promote rural tourism, with no particular gain for winemaking businesses.

On the other hand, on the occasion of «wine lovers", who are freelancers, highly educated and high-income, they are wine connoisseurs and interested in improving their knowledge on the wine through their visit to the winery and their meeting with the wine producer. on the occasion of "rookies" who are potential " wine lovers", under specific conditions, their visit to the winery gives a competitive advantage to the region and the regional wines produced wines, generate profits in winemaking companies and contribute to the development of the region's wine sector.

Bibliography

Greek

ICAP, (2010), Κλαδική Μελέτη: Οινοποιία, Αθήνα

Αλεμπάκη Μ., Ιακωβίδου Ο., (2006), Ο οινικός τουρισμός και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών των οινοποιείων. Η περίπτωση των "Δρόμων του Κρασιού" της Βόρειας Ελλάδας, Θεσσαλονίκη, ΑΠΘ

ΙΟΒΕ (2018), Βιομηχανία Τροφίμων & Ποτών. Αθήνα

Καραβασίλη Α., Αρφανής Δ., Ρούκος Κ., (2017), Ανάλυση του κλάδου οινοποιίας, Πάτρα: ΤΕΙ Δ. ΕΛΛΑΔΑΣ

Σεχρεμέλη Π., (2018), Ανάλυση του κλάδου της οινοποιίας στην Ελλάδα, Πειραιάς: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Webpages

About wines:

https://winesurveyor.weebly.com/oinoi_pge_nomon.html

www.gaiapedia.gr

<https://www.vpaithros.gr/>

<http://www.bankofwine.gr>

<http://www.newwinesofgreece.com>

<https://www.ilovegreekwine.com>

Wineries, Distilleries of the Regional Unit of Evros:

<https://winesurveyor.weebly.com/tour1101.html>

<http://gutsidis-wines.com>

<http://www.evritiko.gr>

<https://www.melmarwinery.gr>

Vine varieties of the Regional Unit of Evros ("Inochoos", "Kathimenini" newspaper)

https://www.alexpolisonline.com/2009/09/blog-post_1547.html

General references to the vineyards of Thrace:

<http://oebese.gr/index.php/el/draseis-erga/33-dionysos-project>

Gastronomy of the Regional Unit of Evros

<https://gastrotourismos.gr/i-kouzina-tou-evrou-syntages-prionta-gastronomia-1878>

Food & Beverage Industry

<https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-food%20&%20beverage-sector-in-greece.pdf>

Basic information of wine production in Greece

<https://winesofgreece.org/el/articles/%ce%b2%ce%b1%cf%83%ce%b9%ce%ba%ce%ac-%cf%83%cf%84%ce%bf%ce%b9%cf%87%ce%b5%ce%af%ce%b1-%cf%80%ce%b1%cf%81%ce%b1%ce%b3%cf%89%ce%b3%ce%ae%cf%82/>

Annexes

Annex I. Cultivated and winemaking varieties in the Regional Unit of Evros

Annex II. The most important vineyards, wineries and distilleries in the Regional Unit of Evros

Annex III. RESEARCH QUESTIONNAIRE (VINEYARDS)

Annex I. Cultivated and winemaking varieties in the Regional Unit of Evros

A.A.	VARIETY	DESCRIPTION
1	Alponoura	White, disease-resistant, mid-range variety, with a long bunch of grapes
2	Damiatis or Zoumiatis	White midrange variety with a thinner bunch of grapes and moderate durability.
3	Tsaousis	White early variety with sparse bunch of grapes and aromatic with delicate peel. It is a variety of winemaking and tableware. Very sensitive to diseases.
4 & 5	Opsimo Soyfliou (oriental razaki) & Razaki (Avouz ali)	Both are table white varieties, once exported in large quantities to Germany. They are sensitive to rain.
6	Keratsouda	White or Rose variety with bright pink color. Winemaking and tableware, with crisp flesh and many flavors. It is an early, durable and highly productive variety.
7	Neroproimia	Red late variety (harvested in October) with a large bunch of thistles. Highly resistant to botrytis.
8	Chasselas Dore	Red variety from the glorious French period. Durable, late, moderate bunch of grapes.
9	Voidomatis	Red variety. Its grapes are thick peel, have intense color, are dense and durable.
10	Voulgaroudes	Red variety especially durable, with late harvest, small bunch of grapes, aromatic and tannic.
11	Karnahalas	Red indigenous variety (called the "red" gold of Evros vineyards). It comes from for green harvesting and is ideal for long aging. Nowadays, it is only vinified in Evros and Tenedos.
12	Bogiolamas	Red variety, almost dyed. Has a lot of aromas and thick bunch of grapes.
13	Pamidi	In particular they are two varieties; one red and one rose. Both are harvested in the beginning of September and have small grapes - in rose variety the bunch of grapes has thick color and in the red variety has light color.
14	Karapapas	Red variety with thick bunch of grapes becoming extinct. There are very few plants in the vineyards of Evros region.
15	Mavroudi or Sefka	Red variety, resistant to drought and infestation, characterized by particular aromas and harvest at the end of September.
16	Cinsault	Red variety, also from the glorious French period, it is durable, it has medium bunch of grapes and aromas ideal for nouveau wine production

Annex II. The most important vineyards, wineries and distilleries in the Regional Unit of Evros

Vineyards & Wineries					
No	NAME	LOCATION & DESCRIPTION	LABEL	VARIETY	TYPE
1	Gutsidis Wines	Dikaia of Trigono Municipal Unit of Orestiada, Evros. Wine produced by organic grapes & is the northernmost winery in Greece			
2	Evritika Kellaria Winery	Marassia of Trigono Municipal Unit of Orestiada, Evros, visited Winery & Distillery- a distillery with bottled wines, retsina, tsipouro (with or without anise) and liqueur. The winery is certified by HACCP & ISO 22000: 200, and in its facilities are included a tasting room, an outlet, a museum and training room.	ONAR red	Merlot	Red dry wine
			ONAR white	Sauvignon Blanc	White dry wine
			ORFEAS red	Merlot – Moschomavro	Red dry and semi-sweet wine
			ORFEAS roze	Merlot – Moschomavro	Red semi- sweet wine
			ORFEAS white	Sauvignon Blanc – Roditis	White dry and semi- sweet wine
3	Winery - Distillery Bellas Bros	Soufli, Alania region on the eastern outskirts of the forest of Dadia, bottled wines, tsipouro with or without anise. The products of Bella brothers, has been separated from the products of "Soufli Vineyards".	Metaxenios	Asirtiko	White wine
			Malagouzia	Malagouzia	White wine
			Wine	Keratsouda	Red wine
			50	Asirtiko – Malagouzia	White wine
			Bellas red	Senso, Cabernet Sauvignon, Syrah	Red wine
			Bianko	Keratsouda, Asirtiko, Malagouzia	White wine
			Water	Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot	White wine
			Bellas White	Keratsouda,	White wine

				Asirtiko	
			Roza	Asirtiko, Syrah,	Dry wine
			Tzialo	Keratsouda, Asirtiko, Malagouzia	White semi- sweet wine
			Azzuro	Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot	Red semi- sweet wine
4	Tassioulis Vine Art	Alexandroupolis, Local Airport - wines & ouzo, retsina			
5	Kadoglou vineyard	Tychero, Soufli, Evros			
6	Rigas Vineyard	Gemisti of Peplo, Feres, Alexandroupolis			
7	Raptis Organic Vineyard	Kornofolia of Soufli			
8	Goudousaki wines	Mavroklisi region, Orfeas, Soufli			
9	Melmar Winery	Apalos, Alexandroupolis, Evros- “Eliksirion”, Metaxades in Didymoteicho			

DISTILLERIES		
A.A.	NAME	LOCATION & DESCRIPTION
1	Gugulidis Ouzo	Orestiada Evros
2	Rakitzi Ouzo	Didymoteicho Evros, Ouzo and Tsipouro
3	Mitsa Distilleries	Kastanias region, Orestiada, Evros - Ouzo Alfa
4	Goidas Distillery	Alexandroupolis, Evros
5	Evros Papadimitriou Distillery	Papadimitriou - 11th km of Alexandroupolis - Feres
6	Ouzounidis Distillery	3rd km Orestiada Didymoteicho – “Ouzo E17”, “Ouzo Orestis”, liqueurs, brandy

DISTILLERIES		
A.A.	NAME	LOCATION & DESCRIPTION
7	Hatzopoulos Distillery	6th km of Alexandroupolis Feres, ouzo premium & standard, tsipouro with or without anise
8	Cooperative Diatrofiki Tsipouro Metaxi & Orfeas	Cooperative Diatrofiki is located in the 2nd km of Soufli Alexandroupolis in Evros
9	Mandakis Stratos Distillery	Alexandroupolis, Evros
11	Bakaloudi distillery	Soufli, Evros
12	Basdanis Distillery	Nipsa, Traianoupolis, Alexandroupolis, Evros. Production of tsipouro in bulk
13	Nipsas Distillery	Nipsa, Traianoupolis, Alexandroupolis, Evros. Production of tsipouro in bulk
14	Distillery Petridis	Doksa of Metaxas, Didymoteicho, Evros. Production of tsipouro in bulk
15	Agorakis Traditional Distillery	Lyra of Tichero, Soufli, Evros. Production of tsipouro in bulk

RESEARCH QUESTIONNAIRE (VINEYARDS)

A. GENERAL INFORMATION

Name			
Company Distinctive Title			
Contact person			
Address			
Municipality			
Contact information	<i>E-mail:</i>		
	<i>Phone.</i>		<i>Fax:</i> <input type="text"/>
Website			
Social Media (facebook, LinkedIn, Pinterest, Twitter, google+, Instagram, youtube)			

B. INFORMATION ABOUT BUSINESS ACTIVITY

1 Please indicate which varieties and labels of products are produced in your winery:

<i>Label</i>	<i>Varieties</i>	<i>Type</i>	<i>ΠΟΠ, ΠΓΕ, etc</i>	<i>Organic</i>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>

2. Does your business have any certification? If so, please specify:

- HACCP
- Bio
- ISO

- Organic
- Other _____

3. Please specify the sale points of your products:

Local	
Regional	
National level	
International level	

C. INFORMATION ABOUT WINERY VISITS

1. Is your winery visitable? If so, complete the following information:

Operating months:

Opening hours:

Day	Hours

Tickets prices (per visitor category if it is applicable):

2. Does your winery have reception and other facilities for tourists? If so, please specify:

- Tasting room
- Shops
- Cafe - Restaurant
- Bed and Breakfast
- Leisure facilities
- Training area

- Museum
- Health and well-being room - Spa
- Other _____

3. Which of the following services does your business offer to visitors?

- Visiting vineyards
- Guided tours of the winery
- Educational courses about wine
- Participation in wine harvesting and production activities
- Wine products sales points
- Spa/wine therapies
- Permanent exhibitions
- Accommodation
- Other _____
- None of the above

4. Does your winery participate in wine contests? If so, please specify if it has won any awards:

D. WINE TOURISM

1. How was tourist visits over the last three years?

- Upward
- Stable
- Downward

2. In your opinion, what are the benefits of wine tourism to wineries? (up to 3 answers)?

- Direct sales to visitors - High profit margins
- Constant exposure of the product to the consumer
- Collect valuable information on consumer preferences
- Enhance brand recognition
- Increasing consumer loyalty

- Reduce the problem of seasonality
- Other _____

3. In your opinion, what are the problems that visiting wineries are facing? (up to 3 answers)?

- Infrastructure development and maintenance costs
- Staff costs
- Wasting time during visits
- Limited number of visitors
- Lack of wine tourism promotion
- Accessibility problems
- Limited “wine routes”
- Unpredictable touristic flow within the year
- Hygiene and safety issues
- Other _____

I consent to the use of personal data collected for the purposes of the eTourist project

Thank you very much for your time

2019

Interreg
Greece-Bulgaria



EUROPEAN UNION

 **TOURIST**
www.maritza-evros.eu

European Regional Development Fund

D 3.2.3-Μελέτη παραδοσιακών κρασιών στον Έβρο

Παραδοτέο: D3.2.3 (WP3)

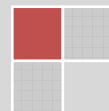
Εταίρος: Δημοσυνεταιριστική Έβρος Α.Ε.

Ανάδοχος: ΓΝΩΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ Ι.Κ.Ε.



ΔΗΜΟΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ
ΕΒΡΟΣ Α.Ε.

Το παρόν έγγραφο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του Έργου «Πρώθηση και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς στην βουλγαρο-ελληνική διασυνοριακή περιοχή μέσω έξυπνων και ηλεκτρονικών εργαλείων» με ακρωνύμιο eTOURIST, που χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα Συνεργασίας «INTERREG V-A Ελλάδα - Βουλγαρία 2014-2020», Σύμβαση Επιχορήγησης Β2.6γ.07 / 09.10.2017. Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας «INTERREG V-A Ελλάδα - Βουλγαρία 2014-2020». Το περιεχόμενο αυτού του εγγράφου είναι αποκλειστικά ευθύνη της Δημοσυνεταιριστικής Έβρος Α.Ε και σε καμία περίπτωση δεν εκφράζει τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των συμμετέχουσων χωρών, της Διαχειριστικής Αρχής και της Κοινής Γραμματείας.



Περιεχόμενα

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
2. Συνοπτική παρουσίαση της Περιφερειακής Ενότητας Έβρου.....	6
3. Μεθοδολογία	8
4. Γενική επισκόπηση του κλάδου τροφίμων και ποτών στην Ελλάδα.....	10
5. Οινοπαραγωγικές παραδόσεις και μέθοδοι για καλλιεργούμενες ποικιλίες οίνων.....	12
6. Ιστορία και παραδόσεις στην οινοποίηση	16
<i>6.1 Το κρασί στην Ελληνική ιστορία.....</i>	<i>16</i>
<i>6.2 Η αμπελοκαλλιέργεια ως οικονομική δραστηριότητα.....</i>	<i>18</i>
<i>6.3 Ταξινόμηση της οινοποιίας.....</i>	<i>21</i>
7. Η αμπελοκαλλιέργεια και η οινική παραγωγή στην Π.Ε. Έβρου	24
<i>7.1 Τα κρασιά της Π.Ε. Έβρου.....</i>	<i>24</i>
<i>7.2 Οι αμπελώνες και τα οινοποιεία της Π.Ε. Έβρου</i>	<i>31</i>
8. Ευκαιρίες ανάδειξης του Έβρου ως αμπελουργική περιοχή - Προστιθέμενη αξία της οινοποιίας στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής	42
S – ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	43
W – ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ.....	44
O – ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	45
T – ΑΠΕΙΛΕΣ	46
9. Δυνατότητες προβολής του Έβρου ως αμπελουργική περιοχή σε συνδυασμό με την τουριστική προβολή	49
Βιβλιογραφία.....	52
Παραρτήματα.....	54
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ I. Καλλιεργούμενες και οινοποιήσιμες ποικιλίες στην ΠΕ Έβρου	
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II. Βασικότεροι αμπελώνες, οινοποιεία και ποτοποιείες στην ΠΕ Έβρου	
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ III. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΕ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ	

Λίστα εικόνων

Εικόνα 1. Πολιτικός χάρτης της Π.Ε. Έβρου	6
Εικόνα 2. Στάδια ερυθρής και λευκής οινοποίησης	14
Εικόνα 3. Δαμιάτης ή Ζουμιάτης.....	28
Εικόνα 4. Καρναχαλάς	28
Εικόνα 5. Μαυρούδι.....	29
Εικόνα 6. Κερατσούδα.....	29
Εικόνα 7. Ραζακί	29
Εικόνα 8. Παμίδι.....	29
Εικόνα 9. Βουλγαρούδες.....	30
Εικόνα 10. Βοϊδομάτης.....	30
Εικόνα 11. Αμπελώνες Γκουτσίδα – Αμπελώνες.....	31
Εικόνα 12. Αμπελώνες Γκουτσίδα – Κελάρι παλαιώσης.....	31
Εικόνα 13. Αμπελώνες Γκουτσίδα – Μαρούς, Ξινό Μαρούδι.....	32
Εικόνα 14. Αμπελώνες Γκουτσίδα – Επύλλιο, Cabernet Sauvignon με το Μαυρούδι	32
Εικόνα 15. Εβρίτικα Κελάρια – Εξωτερική άποψη	33
Εικόνα 16. Εβρίτικα Κελάρια – Εξωτερική άποψη	33
Εικόνα 17. Εβρίτικα Κελάρια – Αμπελώνες.....	34
Εικόνα 18. Εβρίτικα Κελάρια – Χώρος οινοποίησης	34
Εικόνα 19. Εβρίτικα Κελάρια – Όναρ, λευκός ξηρός.....	34
Εικόνα 20. Εβρίτικα κελάρια – Ορφέας, Ερυθρός Ξηρός.....	34
Εικόνα 21. Melmar –Εξωτερική άποψη	35
Εικόνα 22. Melmar – αίθουσα οινογευσίας.....	35
Εικόνα 23. Melmar – Αμπελώνες	35
Εικόνα 24. Melmar– Κελάρι παλαιώσης	35

Εικόνα 25. Melmar– Οι βραβευμένοι οίνοι Μυστικό Μονομάτι, Syrah 2016 & Μυστικό Μονοπάτι, Μαλαγουζιά 2018	36
Εικόνα 26. Melmar– Άδυτον, Μαυρούδι	36
Εικόνα 27. Αφοί Μπέλλα – Αμπελώνες.....	37
Εικόνα 28. Αφοί Μπέλλα – Οινοποιητές.....	37
Εικόνα 29. Αφοί Μπέλλα – ξενάγηση στους αμπελώνες.....	37
Εικόνα 30. Αφοί Μπέλλα – ξενάγηση στο αποστακτήριο.....	37
Εικόνα 31. Αφοί Μπέλλα – ΟΝΟΣ, κερατσούδα	37
Εικόνα 32. Αφοί Μπέλλα – Πενήντα,	37
Εικόνα 33. Ο Δρόμος του κρασιού του Διονύσου.....	42
Εικόνα 34. SWOT analysis.....	47

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα μελέτη με τίτλο: «Μελέτη ολοκληρωμένης μεθοδολογίας για πολιτιστικούς, φυσικούς τόπους και την παραδοσιακή γαστρονομία στην περιοχή του Έβρου» (Παραδοτέο 3.2.3) εκπονήθηκε από την εταιρία Γνώση Αναπτυξιακή Συμβουλευτική ΙΚΕ, στη βάση σχετικής σύμβασης ανάθεσης από την Αναθέτουσα Αρχή: Δημοσυνεταιριστικής Έβρος Α.Ε., στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου “Promotion and development of natural and cultural heritage of Bulgarian – Greek cross-border region through smart and digital tools” («Πρόωθηση και ανάπτυξη της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς στην βουλγαρο-ελληνική διασυνοριακή περιοχή μέσω έξυπνων και ηλεκτρονικών εργαλείων») με ακρωνύμιο “eTOURIST”.

Το έργο **eTOURIST** υλοποιείται στο πλαίσιο του Προγράμματος Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας «INTERREG V-A Ελλάδα - Βουλγαρία 2014-2020» στο πλαίσιο του Άξονα προτεραιότητας 2- A sustainable and climate adaptable Cross-Border Area, με θεματικό στόχο 6-Preserving and Protecting the environment and promoting resource efficiency, με επενδυτική προτεραιότητα 6c: Conserving, protecting, promoting and developing natural and cultural heritage και εξειδικευμένο αντικείμενο 4.-To valorize CB area cultural and natural heritage for tourist purposes και συγχρηματοδοτείται κατά 85% από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης) και κατά 15% από Εθνικούς Πόρους.

Στόχος του έργου eTOURIST είναι η προώθηση και ανάπτυξη της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, της γαστρονομίας, συμπεριλαμβανομένης και της οινοποιίας στις περιοχές του Έβρου και του Χασκόβου για τουριστικούς σκοπούς.

Το αντικείμενο του έργου αφορά στην καταγραφή των πολιτιστικών και φυσικών σημείων κυρίως για τουριστικούς σκοπούς, της παραδοσιακής κουζίνας και κρασιών, συμπεριλαμβανομένης και παραδοσιακών συνταγών, καθώς και στη δημιουργία λογισμικού με όλες αυτές τις πληροφορίες αλλά και κείμενα, φωτογραφίες, τουριστικές διαδρομές κλπ.

Αντικείμενο της μελέτης είναι η ολοκληρωμένη καταγραφή και παρουσίαση των πολιτιστικών και φυσικών πόρων αλλά και της παραδοσιακής γαστρονομίας της περιοχής του Έβρου, ως στοιχείων της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς που μπορεί να αξιοποιηθούν για τουριστικούς σκοπούς.

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης είναι η καταγραφή και παρουσίαση της οινοποιίας στην περιοχή του Έβρου και θα παρουσιάζει την ιστορία της οινοποίησης, τα χαρακτηριστικά της περιοχής του κρασιού, τις μοναδικές ποικιλίες στην περιοχή, τα υφιστάμενα οινοποιεία και τις ευκαιρίες οινογνωσίας και οινικών εξερευνήσεων, με απώτερο σκοπό την ανάδειξη του Έβρου ως αμπελουργικής και οινοτουριστικής περιοχής.

Interreg
Greece-Bulgaria



TOURIST
www.maritza-evros.eu

European Regional Development Fund



2. Συνοπτική παρουσίαση της Περιφερειακής Ενότητας Έβρου

Η Π.Ε. Έβρου βρίσκεται στο βορειοανατολικό άκρο της Ελλάδας, στο φυσικό σύνορο της χώρας με τη Βουλγαρία στα βόρεια και την Τουρκία στα ανατολικά, αποτελεί δε το ένα από τα τρία τριεθνή σημεία που υπάρχουν στην Ελλάδα. Είναι το φυσικό σύνορο της Ελλάδας με τις γειτονικές της χώρες, Τουρκία και Βουλγαρία. Δυτικά συνορεύει με την Π.Ε. Ροδόπης, ενώ νότια βρέχεται από το Θρακικό πέλαγος. Αναμφίβολα η γεωγραφική τοποθεσία του Έβρου, είναι ένα από τα πλεονεκτήματα που μπορεί να συμβάλει στην τόνωση της οικονομίας, του εμπορίου, των υπηρεσιών αλλά και του τουρισμού.

Ονομάστηκε Έβρος από τον ομώνυμο ποταμό, τον μεγαλύτερο των Βαλκανίων, που διασχίζει το βορειοανατολικό άκρο της Ελλάδας στα σύνορα.

Η Π.Ε. Έβρου αποτελεί μία από τις πέντε διοικητικές ενότητες που απαρτίζουν την περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Στα διοικητικά της όρια ανήκει και το νησί της Σαμοθράκης. Η Π.Ε. Έβρου περιλαμβάνει 5 δήμους: Δήμος Αλεξανδρούπολης, Δήμος Ορεστιάδας, Δήμος Διδυμοτείχου, Δήμος Σουφλίου και Δήμος Σαμοθράκης. Πρωτεύουσα είναι η Αλεξανδρούπολη με 72.750 κατοίκους, η οποία αποτελεί το σημαντικότερο διοικητικό, οικονομικό και εμπορικό κέντρο της περιοχής και ταυτόχρονα το λιμάνι της Θράκης.

Εικόνα 1. Πολιτικός χάρτης της Π.Ε. Έβρου



Η Π.Ε. Έβρου έχει συνολική έκταση 4.242 τ.χ., και πληθυσμό 147.947 κατοίκους με βάση τα στοιχεία της απογραφής του 2011. Αποτελεί την πλέον απομακρυσμένη Π.Ε. από την Αθήνα, καθώς η πρωτεύουσα, η Αλεξανδρούπολη απέχει 840 χλμ. από αυτήν, 340 χλμ. από την Θεσσαλονίκη, 295 χλμ. από την Κωνσταντινούπολη και 60 χλμ. από την Κομοτηνή, που αποτελεί την έδρα της περιφέρειας ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης.

Ο Έβρος είναι πεδινή περιοχή αφού μόνο το 10,3% είναι ορεινοί όγκοι, έναντι των εκτεταμένων πεδιάδων που καταλαμβάνουν το 62,4% της έκτασής του, μεγάλο μέρος των οποίων καλλιεργείται. Στην καλλιέργεια συμβάλλει η ύπαρξη του ποταμού Έβρου, των παραποτάμων του και πλήθος αρδευτικών καναλιών.

3. Μεθοδολογία

Για την εκπόνηση της παρούσας μελέτης, η ομάδα έργου με κύριο άξονα τη βιβλιογραφική επισκόπηση, υλοποίησε μια σειρά ενεργειών προκειμένου αφενός να εξασφαλίσει τις απαιτούμενες πληροφορίες και αφετέρου να τις αξιολογήσει ως προς χρησιμότητά τους σε σχέση με τους στόχους του παραδοτέου.

Πιο συγκεκριμένα, προκειμένου να αποτυπωθεί η ιστορία της οινοποίησης, τα χαρακτηριστικά της περιοχής παραγωγής του κρασιού, τις μοναδικές ποικιλίες για την περιοχή και τα ενεργά οινοποιεία στην Π.Ε. Έβρου, η ομάδα έργου προέβη στις εξής ενέργειες:

- Συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις αμπελουργικές παραδόσεις της περιοχής του Έβρου και ειδικότερα για:
 0. τις οινοπαραγωγικές παραδόσεις που υφίστανται στην περιοχή του Έβρου
 1. μεθόδους για καλλιεργούμενες ποικιλίες οίνων, μοναδικές ποικιλίες κρασιού για την περιοχή
 2. την ιστορία και τις παραδόσεις στην οινοποίηση,
 3. τα χαρακτηριστικά της περιοχής όσον αφορά τις οινοποιήσιμες ποικιλίες και τους οίνους που παράγονται.
- Αξιολόγηση και παράθεση των ευκαιριών ανάδειξης του Έβρου ως αμπελουργικής περιοχής, μέσω ανάλυσης των συλλεγόμενων πληροφοριών σχετικά με τις τυπικές ποικιλίες οινοποιήσιμων σταφυλιών στην περιοχή και αξιολόγησης της προστιθέμενης αξίας τους στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.
- Ανάλυση των δυνατοτήτων προβολής του Έβρου ως αμπελουργικής περιοχής σε συνδυασμό με την τουριστική προβολή.
- Επεξεργασία και ανάλυση των πληροφοριών που συλλέγονται σχετικά με τις τυπικά οινοποιήσιμες ποικιλίες αμπέλου στην περιοχή αναφοράς και την αξιολόγηση της προστιθέμενης αξίας τους στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, ειδικότερα δε αν συνδυαστούν με το τουριστικό κύκλωμα.

Ειδικότερα, η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολούθησε η ομάδα μελέτης βασίστηκε σε:

❖ Βιβλιογραφική επισκόπηση των πηγών πληροφοριών και των σχετικών εγγράφων από πηγές, όπως κλαδικές μελέτες, αρθρογραφία και προγραμματικά κείμενα στρατηγικής ανάπτυξης για τα τρόφιμα-ποτά και την οινοποιία από φορείς και οργανισμούς, π.χ. το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, το Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ), τον Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ), κλπ.

- ❖ Έρευνα πεδίου στα οινοποιεία της Π.Ε. Έβρου προκειμένου να συλλέξει πληροφορίες που θα συμβάλλουν στην πληρέστερη αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης σχετικά με την οινική παραγωγή στην περιοχή.
- ❖ Ανάλυση συγκεντρωμένης πληροφόρησης και επεξεργασία αυτών
- ❖ Παράθεση των πληροφοριών ανά κατηγορίες, βάσει των επιμέρους κεφαλαίων και της δομής του παραδοτέου
- ❖ Σχολιασμός των πληροφοριών

Όσον αφορά στην έρευνα πεδίου, αξίζει να σημειωθεί ότι η ομάδα έργου ανέπτυξε κατάλληλο ερωτηματολόγιο, το οποίο παρατίθεται στο παράρτημα III και το οποίο διακινήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) σε όλα τα οινοποιεία της περιοχής. Ακολούθησε τηλεφωνική επικοινωνία, προκειμένου να κινητοποιηθούν οι υπεύθυνοι των οινοποιείων να συμμετάσχουν στην έρευνα.

4. Γενική επισκόπηση του κλάδου τροφίμων και ποτών στην Ελλάδα

Η βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών συνεχίζει να διατηρεί – παρά τη δύσκολη οικονομική περίοδο που διανύουμε - τον θεμελιώδη ρόλο της στην ελληνική οικονομία και την ελληνική μεταποιητική βιομηχανία εν γένει, διαθέτοντας όλες τις προϋποθέσεις ούτως ώστε να παραμείνει βασικός μοχλός ανάπτυξης της χώρας. Τα πιο καίρια ζητήματα σχετικά με το ρόλο της εγχώριας βιομηχανίας τροφίμων και ποτών ως εφελκυστικού αναπτυξιακού τροχιάς εξακολουθούν να κινούνται γύρω από την κατεύθυνση της εξωστρέφειας και των εξαγωγών, της ελληνικής ποιότητας του προϊόντος, της ταυτότητας προϊόντος (brand name επιχειρηματικό, αλλά και εγχώριο), αλλά και την οργανωμένη προώθηση των ελληνικών τροφίμων. Ο αποτελεσματικότερος συντονισμός και η στενότερη συνεργασία των εκπροσώπων του κλάδου μπορούν να συμβάλουν στη βελτίωση της αποδοτικότητας και αποτελεσματικότητας της προσπάθειας προβολής των ελληνικών προϊόντων, στη διασφάλιση επιλογής της σωστής στρατηγικής και στη σταθερότητα υλοποίησης του μακροχρόνιου σχεδιασμού της.

Η δημιουργία προστιθέμενης αξίας και η ενίσχυση της εξωστρέφειας του κλάδου εναπόκειται άλλωστε σε μεγάλο βαθμό και στην προώθηση και προβολή του ελληνικού προϊόντος, μέσα και από τα κατάλληλα σχεδιασμένα δίκτυα διανομής των προϊόντων που στηρίζονται στην ποιότητα και τη διαφοροποίηση και στην προώθηση του προτύπου της ελληνικής και μεσογειακής κουζίνας και προτύπου διατροφής, εγχωρίως και στο εξωτερικό. Η σύνδεση με τον τριτογενή τομέα υπηρεσιών στα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία και εν γένει τον τουρισμό, η συνέργια δηλαδή του πρώτου και του τρίτου πυλώνα της ελληνικής οικονομίας, αποτελεί ένα επιπλέον μέσο για την ανάδειξη των ελληνικών προϊόντων, προσθέτοντας αξία και εξαγωγική δυναμική στον κλάδο.

Η βιομηχανία Τροφίμων αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους τομείς της μεταποιητικής βιομηχανίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ αναδεικνύεται σταθερά ανάμεσα στους πρώτους κλάδους σε σχέση με τους άλλους σημαντικούς τομείς της ευρωπαϊκής οικονομίας, όπως η αυτοκινητοβιομηχανία, τα χημικά, τα βιομηχανικά μηχανήματα και τα μεταλλικά προϊόντα. Σε σύγκριση με την ΕΕ-28 κατά μέσο όρο, ο τομέας των τροφίμων στην Ελλάδα έχει μεγαλύτερη συμβολή στον τομέα της μεταποίησης, όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων, τον κύκλο εργασιών, την αξία παραγωγής, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία και τον αριθμό των απασχολούμενων. Το μεγαλύτερο μερίδιο του ελληνικού κλάδου τροφίμων στη μεταποίηση αντανακλά αφενός την εγχώρια δυναμική του, αφετέρου όμως και την μικρότερη ανάπτυξη άλλων κλάδων του εγχώριου τομέα της μεταποίησης.

Ο δυναμισμός και ο νευραλγικός χαρακτήρας του κλάδου τροφίμων και ποτών στην Ελλάδα αποδεικνύεται από τα ποσοτικά μεγέθη (IOBE, 2017):

- Τα ελληνικά Τρόφιμα & Ποτά έχουν ιδιαίτερα σημαντική θέση στην ελληνική μεταποίηση αφού είναι ο μεγαλύτερος βιομηχανικός κλάδος στην Ελλάδα αντιπροσωπεύοντας περίπου το 30% της συνολικής απασχόλησης και των συνολικών εσόδων.
- Η εγχώρια Βιομηχανία τροφίμων καλύπτει το 1/4 (26,4%) του συνόλου των επιχειρήσεων της ελληνικής μεταποίησης, γεγονός που την κατατάσσει πρώτη ανάμεσα στους κλάδους της μεταποίησης, με τα Μεταλλικά προϊόντα (14,3%) και τα Είδη ένδυσης (7,2%) να ακολουθούν.
- Συνιστά και το μεγαλύτερο εργοδότη της εγχώριας μεταποίησης, αφού σε αυτήν απασχολείται επίσης το 1/3 του συνόλου των απασχολουμένων, έναντι ενός 6,1% στα Μεταλλικά προϊόντα και 5,9% στα Είδη ένδυσης.
- Βρίσκεται ανάμεσα στους πρώτους κλάδους της μεταποίησης, με την αξία παραγωγής να αγγίζει το 24,3%, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία να αγγίζει το 24,6%, ενώ καταλαμβάνει την πρώτη θέση και σε όρους κύκλου εργασιών (σχεδόν 25,2%, με δεύτερο τον Οπτάνθρακα και προϊόντα διύλισης με 24,8%).

5. Οινοπαραγωγικές παραδόσεις και μέθοδοι για καλλιεργούμενες ποικιλίες οίνων



Το κρασί αποτελεί ιδιαίτερο γεωργικό προϊόν καθώς συμπεριλαμβάνεται στα βασικά στοιχεία της διατροφής μας, είναι ένα δημοφιλές ποτό που συνοδεύει και ενισχύει ένα ευρύ φάσμα ευρωπαϊκών και μεσογειακών γεύσεων, από τις πιο απλές και παραδοσιακές ως τις πιο σύνθετες. Συνδεδεμένο με την χαλάρωση, την επικοινωνία, την κατανάλωση τροφίμων, την εκμάθηση νέων πραγμάτων και την φιλοξενία, το κρασί

αποτελέσει και αποτελεί πολύ σημαντικό στοιχείο και προϊόν. Επιπλέον, χρησιμοποιείται σε διάφορες θρησκευτικές τελετές, από πολλούς πολιτισμούς και η ιστορία, όσον αφορά το εμπόριο του κρασιού, είναι πολύ σπουδαία για πολλές περιοχές και χώρες.

Βασικό χαρακτηριστικό του εξεταζόμενου κλάδου είναι η μακράιωνη παράδοση της αμπελοκαλλιέργειας – οινοποιίας στην Ελλάδα, αφού η ιστορία του ελληνικού κρασιού καλύπτει τη μεγαλύτερη παγκοσμίως χρονική περίοδο, όσον αφορά τη συνεχόμενη καλλιέργεια της αμπέλου και τη διαχρονική παραγωγή οίνων. Επιπλέον, ο κλάδος της οινοποιίας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της ελληνικής οικονομίας όχι μόνο για την εγχώρια αγορά ποτών, αλλά και για την ανάπτυξη και προώθηση γενικά των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού.

Ωστόσο, ο κλάδος άρχισε να εκσυγχρονίζεται και να αναπτύσσεται με τη σημερινή του μορφή από τη δεκαετία του '60, όταν μεγάλες εταιρείες πραγματοποίησαν σημαντικές επενδύσεις και προσανατολίστηκαν προς την παραγωγή εμφιαλωμένου κρασιού. Στην παρούσα φάση, ο κλάδος της οινοποιίας στην Ελλάδα είναι κατακερματισμένος, καθώς περιλαμβάνει λίγες οινοβιομηχανίες μεγάλου μεγέθους, αλλά και πλήθος μικρομεσαίων οινοποιητικών επιχειρήσεων, αγροτικών συνεταιρισμών και εισαγωγικών εταιρειών. Οι μεγάλες εταιρείες ελέγχουν σημαντικά μερίδια της εγχώριας αγοράς εμφιαλωμένων κρασιών, καλύπτοντας μέσω εκτεταμένων δικτύων διανομής το σύνολο της χώρας.

Οι μεσαίου μεγέθους εταιρείες έχουν καταφέρει μέχρι στιγμής να αποσπάσουν σημαντικά μερίδια της αγοράς εμφιαλωμένου κρασιού, μέσω του προσανατολισμού τους προς ποιοτικά προϊόντα και ιδιαίτερες ποικιλίες. Το χύμα κρασί παράγεται κυρίως από μικρομεσαίες



μονάδες οι οποίες το διανέμουν και στις τοπικές αγορές.

Γενικότερα η ποιότητα της παραγωγής οίνου θεωρείται αρκετά υψηλού επιπέδου τόσο στην εγχώρια όσο και στην ευρωπαϊκή αγορά, γεγονός που αποδεικνύεται από τις πολλές διακρίσεις που έχουν αποσπάσει τα ελληνικά κρασιά σε διεθνείς διαγωνισμούς.

Τη δραστηριότητα διανομής συχνά αναλαμβάνουν και ορισμένες εισαγωγικές επιχειρήσεις, οι οποίες επίσης διαθέτουν ανεπτυγμένο δίκτυο διανομής. Εισάγουν κρασιά κυρίως από την ΕΕ, ενώ παράλληλα ασχολούνται και με την εισαγωγή αλκοολούχων ποτών, σε αντίθεση με τις παραγωγικές εταιρείες όπου η παραγωγή και εμπορία κρασιού αποτελεί, για την πλειοψηφία, τη βασική (ή και αποκλειστική) τους δραστηριότητα. Τέλος, σημαντικό κομμάτι της εγχώριας παραγωγής αντιπροσωπεύουν οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, ενώ τα τελευταία χρόνια, έχει ξεκινήσει και η παραγωγή βιολογικών προϊόντων με καθαρά «ελληνική ταυτότητα», καθώς προσδιορίστηκε το θεσμικό πλαίσιο της βιολογικής οινοπαραγωγής κατόπιν της ψήφισης στις 9 Μαρτίου 2012 του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΕ) 203/2012, σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων για την παραγωγή βιολογικών οίνων. Μάλιστα η στροφή προς το βιολογικό κρασί ενέχει ευοίωνες προοπτικές λόγω της διαρκώς αυξανόμενης ζήτησης για ελληνικό βιολογικό κρασί από τις αγορές του εξωτερικού, αλλά και από στην ελληνική αγορά, ενώ εκτιμάται ότι το εισόδημα, που μπορεί να αποφέρει στους παραγωγούς η παραγωγή βιολογικού κρασιού ανέρχεται σε τουλάχιστον 20-25% μεγαλύτερο από αυτό της συμβατικής οινοποίησης.

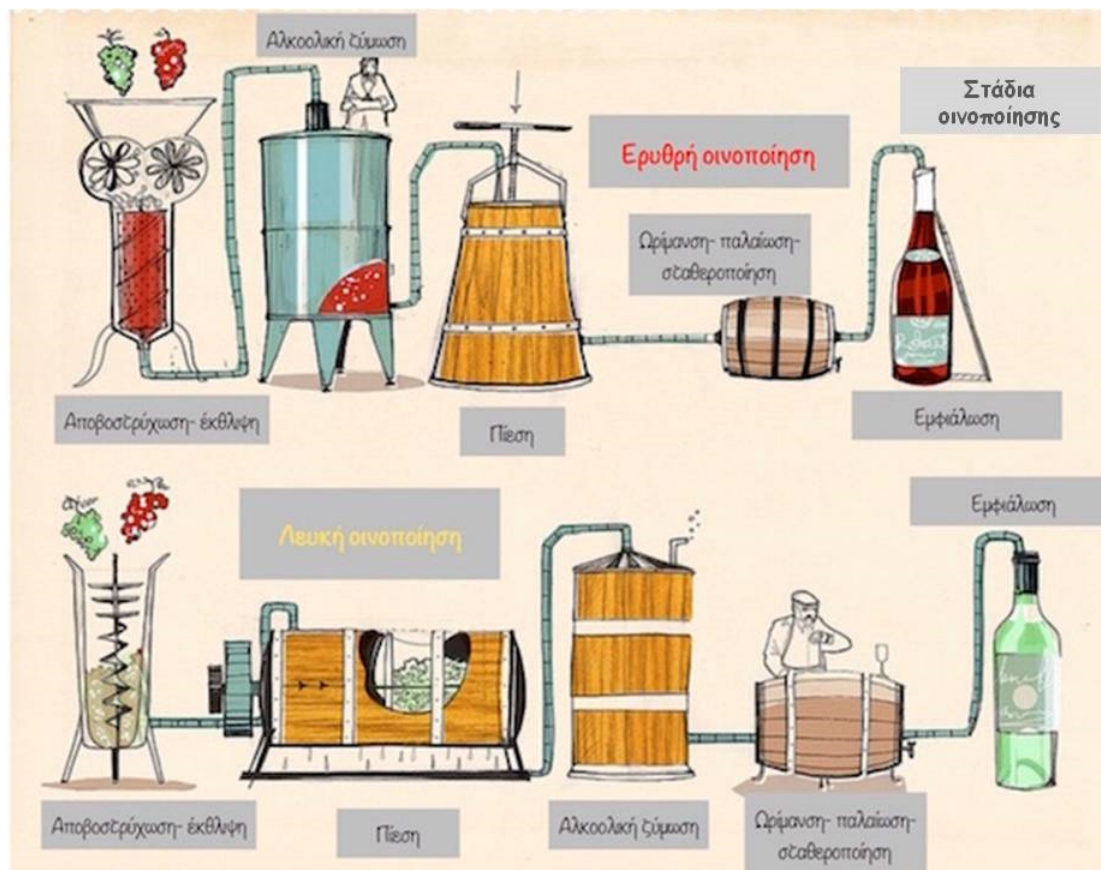
Επίσης, τα τελευταία χρόνια η **ποιότητα και η φήμη των εμφιαλωμένων ελληνικών κρασιών** έχει βελτιωθεί σε μεγάλο βαθμό, γεγονός που επιβεβαιώνεται από τις συνεχείς βραβεύσεις που αποσπών σε διεθνείς διαγωνισμούς. Πολλές επιχειρήσεις έχουν πραγματοποιήσει επενδύσεις εκσυγχρονισμού, οι οποίες ενίοτε εντάσσονται σε επιδοτούμενα προγράμματα. Ο εξαγωγικός προσανατολισμός των (μεγάλων ιδιαίτερα) επιχειρήσεων του κλάδου είναι έντονος. Ως κυριότερες αγορές των ελληνικών κρασιών αναδεικνύονται η Γερμανία, οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Γαλλία και το Βέλγιο, όπου στις 3 πρώτες βρίσκονται ισχυρές ομογενειακές κοινότητες που σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς απορροφούν μεγάλο μέρος των εξαγωγών.

Η αγορά του κρασιού διακρίνεται στην «κρύα», που περιλαμβάνει κυρίως τους χώρους διασκέδασης και εστίασης, καθώς και στη «ζεστή», που αφορά την οικιακή κατανάλωση. Η διανομή των προϊόντων πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο μέσω χονδρεμπόρων και αντιπροσώπων, ενώ τα σούπερ μάρκετ και οι κάβες αποτελούν τα βασικότερα σημεία λιανικής πώλησης (ICAP, 2010).

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει σημαντική βελτίωση στον τομέα της τεχνολογίας στην βιομηχανία του οίνου. Τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας έχουν μια κλασική πορεία που πρέπει να ακολουθείται, ενώ ταυτόχρονα έχει σημειωθεί και σημαντική αυτοματοποίηση σε πολλά επιμέρους στάδια. Οι μεγάλες επιχειρήσεις με συνεχείς

επενδύσεις εκσυγχρονισμού έχουν υιοθετήσει πολλά αυτοματοποιημένα συστήματα, τα οποία περιλαμβάνουν τα στάδια παραλαβής της πρώτης ύλης έως και την έξοδο της από την αποθήκη των τελικώς μεταποιημένων προϊόντων. Οι αυτόματες ανοξείδωτες σταφυλοδόχους ελέγχουν ηλεκτρονικά διάφορα χαρακτηριστικά της πρώτης ύλης, οι μόνιμες ανοξείδωτες σωληνώσεις μεταφέρουν το προϊόν από το ένα στάδιο στο άλλο, τα πιεστήρια έχουν τη δυνατότητα διαχωρισμού κλασμάτων, τα ψυκτικά μηχανήματα ελέγχουν τις θερμοκρασίες ζύμωσης και τέλος οι ανοξείδωτες δεξαμενές αντικατέστησαν τις τσιμεντένιες. Σήμερα, οι ανοξείδωτες δεξαμενές καλύπτουν κατά μέσο όρο το 60% - 70% περίπου των αναγκών της οινοβιομηχανίας και οι χώροι της παραγωγής είναι στις περισσότερες περιπτώσεις ελεγχόμενης θερμοκρασίας, όπως και οι χώροι παλαίωσης.

Εικόνα 2. Στάδια ερυθρής και λευκής οινοποίησης



Ειδικότερα, για τα κρασιά παλαίωσης χρησιμοποιούνται βαρέλια δρύινα τα οποία αντικαθίστανται από τις επιχειρήσεις. Η παραγωγική διαδικασία ολοκληρώνεται με τις εγκαταστάσεις αυτόματης εμφιάλωσης, προσθήκη ετικετών και τελικής συσκευασίας. Στις μικρότερες επιχειρήσεις, ακολουθούνται συνήθως πιο παραδοσιακά τα παραπάνω στάδια

παραγωγής, ενώ σε μεγάλο βαθμό υπάρχει χειροκίνητο εμφιαλωτήριο. Γενικά, οι μεγάλες επιχειρήσεις, όπως, και οι συνεταιρισμοί έχουν υψηλό παραγωγικό δυναμικό, το οποίο όμως δεν αξιοποιείται αποδοτικά. Υψηλότερα επίπεδα αξιοποίησης, που αγγίζουν το 80% υπάρχουν στις μεγάλες επιχειρήσεις, με τους υψηλούς όγκους παραγωγής, αντίθετα από τους συνεταιρισμούς, στους οποίους υπάρχει περιορισμένη αξιοποίηση.

Ωστόσο, η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να επιδιώκει να έχει ισχυρό παραγωγικό δυναμικό, προκειμένου να είναι σε θέση ανταποκρίνεται στους υψηλούς όγκους πρώτης ύλης που εισέρχονται κατά τη διάρκεια του τρύγου. Στα επόμενα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας απαιτείται υψηλή δυναμικότητα σε δεξαμενές και χώρου παλαίωσης. Σχετικά με τους χώρους παλαίωσης επιδιώκεται από τις επιχειρήσεις η επέκταση και η ανανέωση των βαρελιών, καθώς και η διαμόρφωση ειδικών χώρων υποδοχής, όπου δίνεται η δυνατότητα γευστικών δοκιμών, ξενάγησης, αγορών κ.ά., με σκοπό τη διεύρυνση της επικοινωνίας με τους καταναλωτές.

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί, ότι όλες οι επιχειρήσεις διαθέτουν δικό τους χημικό εργαστήριο, στο οποίο απασχολούνται δικοί τους χημικοί για τον έλεγχο των κρασιών. Ωστόσο, εντοπίζονται κενά στην εφαρμοσμένη έρευνα του κρασιού σε ό,τι αφορά τις μεθόδους αμπελοκαλλιέργειας, την τεχνολογία οινοποίησης ανά ποικιλία αμπέλου, τη βελτίωση των αποδόσεων. Τα κενά αυτά δεν μπορούν να καλυφθούν εύκολα, αφού απαιτούν εξειδίκευση και έρευνα. Φορείς που υφίστανται με ανάλογο αντικείμενο, δεν καταφέρνουν να λειτουργήσουν αποτελεσματικά, εξαιτίας διαφόρων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν.

6. Ιστορία και παραδόσεις στην οινοποίηση

6.1 Το κρασί στην Ελληνική ιστορία

Οποιαδήποτε αναφορά στην ιστορία του ελληνικού κρασιού περιέχει αναπόφευκτα, στοιχεία που αφορούν τον πολιτισμό, την οικονομία, τη θρησκεία, την κοινωνική ζωή, την καθημερινότητα, αλλά και τους τόπους όπου αναπτύχθηκε η αμπελοκαλλιέργεια, η οινοπαραγωγή και η κατανάλωση κρασιού.

Η ιστορία του ελληνικού κρασιού καλύπτει μία εξαιρετικά μεγάλη χρονική περίοδο, τη μεγαλύτερη παγκοσμίως, όσον αφορά τη συνεχόμενη καλλιέργεια της αμπέλου και τη διαχρονική παραγωγή οίνων. Η απαρχή της αμπελοκαλλιέργειας στον ελλαδικό χώρο ξεπερνά τους ιστορικούς χρόνους και χάνεται στα βάθη των αιώνων. Από τότε, το αμπέλι και το κρασί συνοδεύουν την Ελλάδα και τους κατοίκους της μέχρι τις μέρες μας, χωρίς διακοπή. Στην Ελληνική κληρονομιά, δηλαδή στα ήθη και στα έθιμα, στις παραδόσεις αλλά και στην διατροφή, το κρασί κατέχει περίοπτη θέση και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι αυτών. Ακόμα και στην πολιτισμική μας κληρονομιά, υπήρξε πηγή έμπνευσης για τα γράμματα και τις τέχνες.



Μπορεί η παραγωγή κρασιού να μην γεννήθηκε στην Ελλάδα, όμως οι **αρχαίοι Έλληνες** ήταν αυτοί που ανέπτυξαν την τέχνη της οινοποίησης, την καλλιέργεια της αμπέλου και την εμπορία του κρασιού σε υψηλό επίπεδο. Ακόμη περισσότερο, κατάφεραν να ανυψώσουν το κρασί από το να είναι απλώς ένα ποτό και βοήθησαν στην πρώιμη ανάπτυξη μιας πλούσιας οινικής κουλτούρας. Αρκεί κανείς να θυμηθεί ότι οι αρχαίοι Έλληνες είχαν Θεό προστάτη του κρασιού, τον Διόνυσο, για να καταλάβει κανείς πόσο μεγάλη σημασία έδιναν στο «θεϊκό» αυτό ποτό. Δεν είναι τυχαίο ότι, στην αρχαία Ελλάδα ο οίνος υμνήθηκε από ποιητές, ιστορικούς και καλλιτέχνες· συχνές αναφορές στο κρασί συναντάμε στα έργα του Αισώπου και του Ομήρου. Στην Ελλάδα, ωστόσο, ο οίνος θεωρείτο προνόμιο των ανώτερων κοινωνικών τάξεων. Κατά την κλασική περίοδο, που περιλαμβάνει και το Χρυσό Αιώνα της Αθήνας με τη γέννηση της δημοκρατίας, της φιλοσοφίας και τη μεγάλη άνθιση των τεχνών, ο οίνος εντάχθηκε στην καθημερινή ζωή και στην κοινωνική συναναστροφή, μέσω ιδίως των περίφημων συμποσίων. Οι απαρχές της ιστορίας του ωστόσο στον Ελλαδικό χώρο τοποθετούνται χιλιάδες χρόνια πριν, καθώς αρχαιολογικές έρευνες εντόπισαν τα πρώτα ίχνη οινοποίησης στους Φιλίππους της Ανατολικής Μακεδονίας, κατά την προϊστορική περίοδο (γύρω στο 4.500 π.Χ). Η αρχαιοελληνική οινική παράδοση βρήκε τη συνέχειά της στη **Ρωμαϊκή περίοδο**, με την υιοθέτηση πολλών καλλιεργητικών και οινοποιητικών

τεχνικών από τους Ρωμαίους, ενώ καταλυτική συμβολή στην ιστορική συνέχεια της αμπελουργίας και του οίνου είχε το Βυζάντιο και ο χριστιανισμός. Για μια χιλιετία, τα μοναστήρια θα αποτελέσουν κιβωτοί διαφύλαξης της αμπελοκαλλιέργειας και της οινοποίησης με τα οργανωμένα οινοποιεία που διαθέτουν.

Κατά τους **βυζαντινούς χρόνους**, ένας μεγάλος πολιτισμός θα αναπτυχθεί στον ελλαδικό χώρο, διατηρώντας από τον αρχαίο ελληνικό, ανάμεσα σε άλλα, τη γλώσσα και τη μεγάλη παράδοση στην καλλιέργεια του αμπελιού και την παραγωγή κρασιού, του βυζαντινού κρασιού. Κάποιες οινοποιητικές πρακτικές διατηρήθηκαν, άλλες εξελίχθηκαν, το ελληνικό κρασί όμως παίζει πάντα σημαντικό ρόλο, τόσο εμπορικό, όσο και κοινωνικό. Η συμβολή του χριστιανισμού θα είναι καταλυτική για την ιστορική συνέχεια του κρασιού στην Ελλάδα, αφού το αμπέλι διανθίζει –κυριολεκτικά– όλη τη βυζαντινή τέχνη, τα μοναστήρια δραστηριοποιούνται αμπελοοινικά (Άγιο όρος) και η Θεία κοινωνία απαιτεί γλυκούς οίνους, από ονομαστά κρασιά, που εξακολουθούν να παράγονται στα ελληνικά νησιά.

Ωστόσο, η αμπελουργία στον ελλαδικό χώρο, παρά τη στήριξη από το Βυζάντιο, θα περάσει κατά καιρούς, πολύ δύσκολες στιγμές, αφού εχθρικές επιδρομές στην ηπειρωτική χώρα και πειρατείες στα νησιά διαταράσσουν τη μόνιμη και μακρόχρονη ηρεμία που επιζητά το αμπέλι, ενώ υπάρχουν και περίοδοι επανόδου των ελληνικών κρασιών. Από την άλλη μεριά, πολλές περιοχές, με επικεφαλής για άλλη μια φορά τα αιγαιοπελαγίτικα νησιά και την Κρήτη, με τον οίνο Πάσσο, πρωτοστατούν στις εξαγωγές κρασιών, νέσω των θαλάσσιων οινικών δρόμων, αλλά και στα πλούσια τραπέζια των βυζαντινών αυτοκρατόρων.

Στην **Τουρκοκρατία**, οι Οθωμανοί Τούρκοι, κυρίως λόγω της θρησκείας τους και σε αντίθεση με άλλους κατακτητές, δεν αξιοποίησαν τον πλούτο του ελληνικού αμπελώνα. Στην καλύτερη περίπτωση, μετά την άλωση της Πόλης, άφησαν τους κατοίκους των αμπελουργικών περιοχών να παράγουν το κρασί τους, όπως έκαναν χιλιάδες χρόνια πριν οι πρόγονοί τους, παρέχοντας ακόμα και προνόμια αυτοδιοίκησης (οινεμπόριο στα νησιά) ή αυτονομίας (συνθήκη Ταμασίου). Η μουσουλμανική θρησκεία μπορεί να απαγόρευε την οινοποσία, ακόμα και την καλλιέργεια αμπελιών για παραγωγή κρασιών από μουσουλμάνους, αλλά επέτρεπε την είσπραξη φόρων από την αμπελοκαλλιέργεια και την παραγωγή κρασιών από τους έλληνες χριστιανούς. Έτσι, σε πολλές περιοχές της οθωμανικής αυτοκρατορίας, που οι κάτοικοι συνέχιζαν την καλλιέργεια των αμπελιών, οι τοπικοί άρχοντες παρακρατούσαν ποσότητα από το παραγόμενο κρασί. Σε πολλές περιπτώσεις, οι κάτοικοι αρνήθηκαν αυτόν το φόρο υποτελείας. Έτσι, πολλοί αμπελώνες εγκαταλείφθηκαν ή καταστράφηκαν ως αντίποινα, ενώ αλλού, ιστορικοί αμπελώνες συνέχισαν να καλλιεργούνται.

Στην ηπειρωτική κυρίως χώρα, τα μοναστήρια, που είχαν στην ιδιοκτησία τους μεγάλους αμπελώνες, καθώς και τα πρώτα οργανωμένα οινοποιεία, βοήθησαν σε πολλές περιοχές στη διατήρηση μεγάλου μέρους του ποικιλιακού και οινικού δυναμικού της Ελλάδας. Τα

σημαντικότερα ήταν οι μοναστικές πολιτείες του Αγίου Όρους, που ήδη παρήγαγε περίφημα κρασιά και των Μετεώρων.

Στα **πρώτα χρόνια της ανεξαρτησίας**, από τη σύσταση δηλαδή του ελληνικού κράτους ως ανεξάρτητου, άρχισαν οι πρώτες προσπάθειες της αμπελοκαλλιέργειας και της οινοπαραγωγής και εμφανίστηκαν οι πρώτοι έλληνες οινολόγοι. Μετά από τα μέσα του 19ου αι., εμφανίστηκαν τα πρώτα μεγάλα οινοποιεία, τα οποία κατείχαν ή συμμετείχαν στην ιδιοκτησία τους Ευρωπαίοι (στην Αχαΐα ο Κλάους και στην Κεφαλλονιά ο Τουλ), οροθετώντας ουσιαστικά τις αρχές της σύγχρονης ελληνικής οινοποιίας. Τα οινοποιεία αυτά είχαν άμεση πρόσβαση στα ευρωπαϊκά λιμάνια. Ακολουθούν σημαντικά οινοποιεία στην Αττική (Καμπάς) και λιγότερο στη Νεμέα, στη Σάμο, στη Νάουσα και στη Σαντορίνη, που κατείχε τα πρωτεία των ελληνικών εξαγωγών, με κύρια αγορά τη Ρωσία. Οι πρώτοι έλληνες οινολόγοι με σπουδές στη Γαλλία έρχονται στην πατρίδα, ενώ η Ελλάδα επεκτείνει τα σύνορά της, προσαρτώντας στο έδαφός της τα νησιά του Ιονίου πελάγους και τη Θεσσαλία, φτάνοντας περίπου στη μισή σημερινή της έκταση.

Η παρουσία μεγάλων συνεταιριστικών οινοποιείων (Κρήτης, Ρόδου, Σάμου, Νεμέας, Πάτρας, Νάουσας, Σαντορίνης, Τυρνάβου, κ.ά.), καθώς και μεγάλων ιδιωτικών οινοποιητικών εταιρειών (Μπουτάρη και Τσάνταλη στη Μακεδονία και Κουρτάκη στην Αττική), που επένδυσαν σε εξοπλισμό, οδήγησε στην απορρόφηση μεγάλων ποσοτήτων σταφυλιών και στην παραγωγή εμπορικών κρασιών καλής ποιότητας.

Στη **σύγχρονη περίοδο**, 25 αιώνες μετά από τις σφραγίδες των αρχαίων ελληνικών αμφορέων, το 1971 συντελείται η πρώτη σύγχρονη κατηγοριοποίηση των ελληνικών οίνων, όπου νομοθετούνται οι πρώτες ονομασίες προέλευσης οίνων στην Ελλάδα, στα πρότυπα της γαλλικής νομοθεσίας.

6.2 Η αμπελοκαλλιέργεια ως οικονομική δραστηριότητα

Η Ελλάδα αποτελεί μια χώρα με μεγάλη αμπελουργική παράδοση, όπου η αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή οίνου αποτελούν αναπόσπαστα στοιχεία για πολλές περιοχές της Ελλάδας και συνεχίζουν να αναπτύσσονται παράλληλα με την πολιτιστική κληρονομιά κάθε περιοχής. Έτσι, ο οίνος αποτελεί ένα σημαντικό προϊόν τόσο για την αγροτική παραγωγή όσο και για τη βιομηχανία.

Τα τελευταία 150 χρόνια, η παραγωγή οίνου γνώρισε μια επαναστατική μετεξέλιξη ως τέχνη και ως επιστήμη. Έχοντας πρόσβαση στην ψύξη, τα οινοποιεία διευκολύνθηκαν στον έλεγχο της θερμοκρασίας της διαδικασίας ζύμωσης και της παραγωγής οίνων υψηλής ποιότητας σε θερμά κλίματα. Η εισαγωγή μηχανημάτων συγκομιδής επέτρεψε στους οινοπαραγωγούς να αυξήσουν το μέγεθος των αμπελώνων τους και να τους κάνουν παραγωγικότερους.

Παρότι η βιομηχανία οίνου αντιμετωπίζει την πρόκληση να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις μιας ολοένα διευρυνόμενης αγοράς χωρίς να απολέσει τον ιδιαίτερο χαρακτήρα των οίνων της, η τεχνολογία βοηθά στη διασφάλιση ενός σταθερού εφοδιασμού με οίνους ποιότητας.

Στο πλαίσιο αυτό, έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια διαρθρωτικές αλλαγές που στοχεύουν να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών οίνων, έτσι ώστε να αποκτήσουν την αρμόζουσα θέση στη διεθνή αγορά. Έχει παρατηρηθεί την τελευταία πενταετία μία τάση για διεθνή εξωστρέφεια από τις ελληνικές οινοποιητικές επιχειρήσεις. Αν και έχει μειωθεί η παραγωγή του ελληνικού οίνου, υπάρχει μια στροφή προς την εμφιάλωση ανώτερου ποιοτικά κρασιού και εξαγωγή του καθώς και μια στενότερη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου.

Ο κλάδος της οινοποιίας αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της ελληνικής οικονομίας όχι μόνο για την εγχώρια αγορά ποτών, αλλά και για την ανάπτυξη και προώθηση γενικά των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού.

Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική βιομηχανία οίνου σημειώνει βελτιώσεις με σοβαρές επενδύσεις σε σύγχρονη τεχνολογία οινοποίησης. Η νέα γενιά των οινοποιών εκπαιδεύεται στα καλύτερα σχολεία κρασιού σε όλο τον κόσμο και οι προσπάθειές τους αποδίδουν καρπούς, όπως τα ελληνικά κρασιά συνεχίζουν να λαμβάνουν τα υψηλότερα βραβεία σε διεθνείς διαγωνισμούς, καθώς και την αναγνώριση που τους αξίζει σε όλο τον κόσμο.

Αυτό που πολλοί αποκαλούν **σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση** συντελέστηκε στις τελευταίες δεκαετίες του 20ου αι., και σηματοδεύτηκε από διάφορα γεγονότα, όσον αφορά την αμπελουργία αλλά και την οινοποίηση. Στην ελληνική αγορά, εκτός των μεγάλων οινοποιητικών εταιρειών, δημιουργούνται σταδιακά μικρές και μεσαίες, καθετοποιημένες αμπελουργικές εκμεταλλεύσεις, που παράγουν κρασιά περιορισμένης παραγωγής, χρησιμοποιώντας τόσο ελληνικές όσο και διεθνείς ποικιλίες αμπέλου. Ενθουσιώδεις οινοποιοί, αρκετοί από αυτούς και οινολόγοι, καλλιεργούν με πάθος και ασχολούνται με την οινοποιία με εξωστρέφεια, τότε συνεχίζοντας, τότε αναβιώνοντας ιστορικούς ελληνικούς αμπελώνες και τότε δημιουργώντας νέους.

Στο μεταξύ, οι εκατοντάδες έλληνες οινολόγοι, με σπουδές κυρίως στη Γαλλία, αλλά και σε άλλες ευρωπαϊκές και όχι μόνο, χώρες, η ίδρυση σχολής Οινολογίας και Τεχνολογίας Ποτών στην Αθήνα, αλλά και οι απόφοιτοι ελληνικών πανεπιστημίων που εξειδικεύονται στην Αμπελουργία και στην Οινολογία, θα δυναμώσουν επιστημονικά τη χώρα, κατευθύνοντας την παραγωγή στην αξιοποίηση του μοναδικού ποικιλιακού δυναμικού της Ελλάδας, με τη χρήση σύγχρονης τεχνολογίας και μεθόδων οινοποίησης. Την ίδια περίοδο εμφανίζονται και άλλα επαγγέλματα του οινικού κλάδου, όπως οι έλληνες δημοσιογράφοι οίνου και οι έλληνες οινοχόοι, ενώ διοργανώνονται οι μεγάλες ελληνικές εκθέσεις οίνου (Οινόραμα και Διονύσια), καθώς και ο ελληνικός διαγωνισμός οίνου, ο Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου Θεσσαλονίκης.

Το αποτέλεσμα αυτών των εξελίξεων αρχίζει να φαίνεται στην ελληνική αγορά, όπου Έλληνες αλλά και επισκέπτες από όλο τον κόσμο, ανακαλύπτουν τα σύγχρονα ελληνικά κρασιά. Έτσι, η σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση συνεχίστηκε, με ένα νέο κύμα μικρών οινοποιείων, προς το τέλος του 20ου αι., η οποία κορυφώθηκε κατά την πρώτη δεκαετία του 21ου. Αρκετά από αυτά τα οινοποιεία ανήκουν σε παραδοσιακούς αμπελουργούς, που επενδύουν στο κρασί, ενώ παράλληλα, παλιότερα και νέα οινοποιεία ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο και για την οινοτουριστική δραστηριότητα.

Σήμερα, η σύγχρονη ελληνική οινική αναγέννηση έχει πλέον φέρει αποτελέσματα και οι διακρίσεις για τα σύγχρονα ελληνικά κρασιά, είναι πλέον συνεχείς και αναρίθμητες. Έτσι, άρτια εξοπλισμένα, υπερσύγχρονα οινοποιεία, ενθουσιώδεις οινοποιοί και καταρτισμένοι οιнологи, αξιοποιούν το σταφύλι των αμπελώνων της Ελλάδας. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι από τις μοναδικές γηγενείς ποικιλίες αμπέλου της ελληνικής επικράτειας, παράγονται εξαιρετικά και παγκοσμίως διακεκριμένα κρασιά. Είναι φανερό πως η αναβάθμιση της ποιότητας των σύγχρονων κρασιών της Ελλάδας, κάθε άλλο παρά τυχαία και πρόσκαιρη μπορεί να θεωρηθεί. Άλλωστε, για την ακόμα πιο σταθερή εδραίωσή της, η προσοχή όλο και περισσότερων στρέφονται σήμερα στο αμπέλι, δηλαδή στη βελτιστοποίηση της καλλιέργειάς του, με κάθε σύγχρονο και εγκεκριμένο τρόπο καθώς και στην ανάδειξη των γηγενών ποικιλιών, καθιστώντας βέβαιο πως τα όποια «σκοτεινά χρόνια» του ελληνικού κρασιού έχουν περάσει, δίνοντας τη θέση τους στα σύγχρονα κρασιά της Ελλάδας.

Ωστόσο, η Ελλάδα παραμένει μια σχετικά μικρή χώρα, μιλώντας ειδικά από πλευράς οινοπαραγωγής, με έκταση αμπελώνων που καταλαμβάνει τα 615.000 στρέμματα αμπελώνων. Η έκταση των αμπελώνων είναι σταθερή την τελευταία δεκαετία, αν και προβλέπεται μικρή αύξηση τα επόμενα χρόνια. Ο αριθμός των αμπελοκαλλιεργητών είναι περίπου 180.000, που αποτελεί περίπου το ένα πέμπτο των ιδιοκτητών γης που ασχολούνται με την γεωργία. Έτσι το μέγεθος ιδιοκτησίας αμπελώνων είναι περίπου στα 5 στρέμματα, που σημαίνει ότι η αμπελοκαλλιέργεια στην Ελλάδα αποτελεί έναν εξαιρετικά κατακερματισμένο τομέα. Υπάρχουν περισσότερα από 1290 οινοποιεία που παράγουν κρασί, με τον αριθμό αυτό να αυξάνεται κάθε εβδομάδα¹.

Η ετήσια παραγωγή το 2017 ήταν 2,5 εκατομμύρια εκατόλιτρα, που καθιστά την Ελλάδα την 17η οινοπαραγωγική χώρα στον κόσμο. Τα λευκά κρασιά κυριαρχούν, με τα ερυθρά κρασιά να αποτελούν το ένα τρίτο της συνολικής παραγωγής. Το ποσοστό των κρασιών που παράγονται από Ελληνικές ποικιλίες αγγίζει το 90% της συνολικής παραγωγής. Οι τρεις πιο σημαντικές ποικιλίες από πλευρά ποσότητας είναι το Σαββατιανό, ο Ροδίτης και το Αγιωργίτικο.

¹ <https://winesofgreece.org>

Τα κύρια οινοπαραγωγικά κέντρα βρίσκονται στην Κρήτη, στην Πελοπόννησο, στην Μακεδονία, και στην Κεντρική Ελλάδα. Η μεγαλύτερη ζώνη Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης για ερυθρά κρασιά είναι η Νεμέα. Για λευκά είναι ΠΟΠ Πάτρα, για γλυκά λευκά κρασιά η ΠΟΠ Σάμος και ερυθρά γλυκά κρασιά η ΠΟΠ Μαυροδάφνη Πάτρας. Παρόλα αυτά σε ελάχιστες σημεία στην Ελλάδα δεν υπάρχουν αμπέλια, και αυτές είναι οι πιο τραχιές περιοχές. Συνολικά υπάρχουν 33 ζώνες ΠΟΠ, με τις πιο σημαντικές εκτός από αυτές που αναφέρθηκαν είναι οι ΠΟΠ Μαντίνεια (με κρασιά από Μοσχοφύλερο), ΠΟΠ Νάουσα (από Ξινόμαυρο) και ΠΟΠ Αμύνταιο (από Ξινόμαυρο). Υπάρχουν επίσης περισσότερες από 100 ζώνες ΠΓΕ (Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης).

6.3 Ταξινόμηση της οινοποιίας

Ο κλάδος της οινοποιίας σύμφωνα με τη στατιστική ταξινόμηση της ΕΣΥΕ, υπάγεται στον υποκλάδο 159.3, ο οποίος περιλαμβάνεται στον κλάδο 159 – Ποτοποιία. Όμως τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και οι διαφορετικές ιδιότητες που μπορεί να έχει το κρασί, αποτελούν ταυτόχρονα χαρακτηριστικά για την ταξινόμηση και κατηγοριοποίησή του. Η ταξινόμηση και η κατηγοριοποίηση του κρασιού, βοηθάει στην εύκολη αναφορά και στον εύκολο διαχωρισμό του, οπότε και διευκολύνει στην επιλογή, αφού η ομαδοποίηση των κρασιών με βάση τα κοινά χαρακτηριστικά συμβάλει στην μείωση του αθέμιτου ανταγωνισμού και στην προστασία του καταναλωτή. Για τον λόγο αυτό τα χαρακτηριστικά ταξινόμησης των κρασιών ορίζονται από την νομοθεσία και ελέγχονται.

Παρακάτω θα αναφερθούν οι σημαντικότερες κατηγορίες ταξινόμησης βάσει των χαρακτηριστικών του κρασιού.

- *Ταξινόμηση βάση του χρόνου παλαίωσης*

Η ταξινόμηση με όρους παλαίωσης αναφέρεται στην κατάταξη των κρασιών ανάλογα με το χρονικό διάστημα που έχει περάσει ανάμεσα στον τρύγο και στην στιγμή που τα κρασιά μπορούν να αποδεσμευτούν προς κατανάλωση.

- *Ταξινόμηση βάση του χρώματος*

Ίσως η πιο απλή ταξινόμηση είναι αυτή ανάλογα με το χρώμα του κρασιού. Έτσι έχουμε τους Λευκούς και τους Ερυθρούς οίνους.

- *Ταξινόμηση βάση της γλυκύτητας*

Η αίσθηση του γλυκού είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του κρασιού. Από τις ενώσεις που υπάρχουν στο κρασί και παρουσιάζουν γλυκιά γεύση, τα σάκχαρα που έχουν μείνει από την ζύμωση του μούστου είναι τα πιο σημαντικά

▪ *Ταξινόμηση βάση του περιεχομένου αερίου CO₂*

Η ταξινόμηση αυτή αφορά τα κρασιά τα οποία κατά το άνοιγμα τους εκλύουν αέριο, διοξείδιο του άνθρακα. Το αέριο αυτό μπορεί να είναι, είτε αυτό που έχει φυσικά παραχθεί κατά την ζύμωση, είτε να έχει προστεθεί τεχνητά κατά την παραγωγή τους.

▪ *Διοικητική Ταξινόμηση – Νομοθεσία*

Σε αυτή την ταξινόμηση υπεισέρχονται όλες οι νομοθετικά Προστατευμένες αμπελουργικές ζώνες και Γεωγραφικές ενδείξεις. Η έννοια της Προστατευμένης αμπελουργικής ζώνης είναι πολύ παλιά στο χώρο του κρασιού. Ήδη από την Αρχαία Ελλάδα οι ηγεμόνες σφράγιζαν τα πήλινα σκέπαστρα των αμφορέων με την σφραγίδα της περιοχής και υπήρχαν νόμοι που "προστάτευαν" την ποιότητα του τοπικού κρασιού. Το σύστημα αυτό τελειοποιήθηκε στην Γαλλία όπου η έννοια της "Appellation d' Origin Controlle" (Ελεγχόμενη Ονομασία Προέλευσης) ξεκινάει από το επιλεγμένο και ελεγμένο αμπελοτεμάχιο και φτάνει μέχρι τον έλεγχο της φιάλης.

Μια άλλη διάκριση η οποία προσδιορίζεται από τη ευρωπαϊκή νομοθεσία και υιοθετείται και από την ελληνική, διαχωρίζει τα κρασιά σε δυο βασικές κατηγορίες όπως φαίνεται και στο σχήμα 1.2. στους Οίνους Ποιότητας Παραγόμενους σε Καθορισμένη Περιοχή (V.Q.P.R.D.) και στα Επιτραπέζια κρασιά. Ειδικότερα, τα κρασιά V.Q.P.R.D., χωρίζονται σε κρασιά Ονομασίας Προέλευσης Ανώτερης Ποιότητας (Ο.Π.Α.Π.), και σε κρασιά Ονομασίας Προέλευσης Ελεγχόμενης (Ο.Π.Ε.). Λέγοντας Ονομασία Προέλευσης νοείται το τοπωνύμιο που αναγνωρίζεται ως κοινόχρηστο εμπορικό όνομα των κρασιών μιας περιοχής, όταν αυτά ικανοποιούν συγκεκριμένους όρους που προσδιορίζουν:

- τη ζώνη παραγωγής του κρασιού
- την ποικιλιακή σύνθεση των αμπελώνων
- τις καλλιεργητικές τεχνικές
- τις μεθόδους οινοποίησης
- τον ελάχιστο αλκοολικό τίτλο
- τη στρεμματική απόδοση

Έτσι με βάση τη σχετική οδηγία / Κοινή Οργάνωση της Αγοράς (ΚΟΑ) που θεσπίστηκε με στόχο την αναδιάρθρωση του αμπελοοινικού τομέα, η ταξινόμηση των κρασιών σε νομικά καθορισμένες και ελεγχόμενες διαβαθμίσεις είναι:

i. Οίνοι με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π): Οι οίνοι με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης παράγονται από ποικιλίες σταφυλιών που είναι συνιστώμενες για την προστατευόμενη περιοχή και στην συντριπτική πλειοψηφία τους γηγενείς, οι αμπελώνες βρίσκονται εντός των ορίων της περιοχής και τα σταφύλια οινοποιούνται (τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό) σε οινοποιεία τα οποία βρίσκονται εντός της περιοχής. Η απόδοση των αμπελώνων δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 1.200 κιλά ανά στρέμμα. Για να διατεθούν στην αγορά πρέπει να περάσουν από "κατάταξη", έναν έλεγχο δηλαδή τόσο στα αναλυτικά όσο και στα οργανοληπτικά τους στοιχεία. Στην Ελλάδα τους ξεχωρίζουμε εκτός από την σήμανση (Π.Ο.Π) και από την ειδική ταινία ελέγχου που συνήθως προεξέχει στον λαιμό της φιάλης.

ii. Οίνοι με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (Π.Γ.Ε): Οι Οίνοι με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη παράγονται και αυτοί σε νομοθετικά καθορισμένες περιοχές και από οινοποιεία εντός των περιοχών. Σε αντίθεση όμως με τους οίνους Π.Ο.Π. οι ποικιλίες σταφυλιών από τις οποίες παράγονται μπορούν να είναι και μη γηγενείς και γενικά αφήνουν μεγαλύτερη ευελιξία στην ποικιλιακή σύνθεση του παραγόμενου κρασιού. Η απόδοση των αμπελώνων καθώς και βασικά στοιχεία της παραγωγής τους ελέγχονται όπως και στα Π.Ο.Π. αλλά δεν υπάρχει η απαίτηση για την κατάταξη τους.

iii. Οίνοι χωρίς Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης: Οι Οίνοι χωρίς Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη είναι οίνοι που μπορούν να παράγονται από οποιαδήποτε ποικιλία σε οποιαδήποτε περιοχή και μπορούν να γίνονται ανάλογα με την βούληση του οινοποιού αναμίξεις διαφόρων οίνων. Τα κρασιά αυτά παράγονται, φυσικά, με όλους τους κανόνες οινοποίησης που επιβάλλει η νομοθεσία αλλά δεν υπάγονται σε περιορισμούς ως προς την απόδοση των αμπελώνων ή της προέλευσης των σταφυλιών.

7. Η αμπελοκαλλιέργεια και η οινική παραγωγή στην Π.Ε. Έβρου

Η περιοχή της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, ο Έβρος και το Σουφλί ιδιαίτερα, είναι περιοχές με οινική δυναμική με ντόπιες, παλιές, ποικιλίες που η ιστορία τους χάνεται στις αρχές του 18ου αιώνα.

Στην περιοχή του Έβρου - και ιδίως στο Σουφλί - η αμπελοκαλλιέργεια και η παραγωγή κρασιού γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη από το 1870 έως στις αρχές του 20ου αιώνα. Τότε, με αφορμή την κατασκευή της γραμμής του Orient Express και την εγκατάσταση των Γάλλων για τη δημιουργία των σιδηροδρομικών υποδομών, φυτεύτηκαν πολλές γαλλικές ποικιλίες.

Οι Γάλλοι, μάλιστα, δίδαξαν τους ντόπιους τη μέθοδο των γραμμικών αμπελώνων, που ήταν και οι πρώτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ στην υπόλοιπη Ελλάδα η γραμμική καλλιέργεια άρχισε στις αρχές του '80.

Παράλληλα, μεγάλες ποσότητες κρασιού και πιθανόν μούστου άρχισαν να εξάγονται στη Γαλλία, εξ ου και το γαλλικό τελωνείο και επιμελητήριο. Η περίοδος άνθισης της οινικής παραγωγής και των εξαγωγών ήταν μεταξύ 1880 και 1898, όταν η φυλλοξήρα κατέστρεψε όλους τους αμπελώνες της Γαλλίας και σχεδόν όλη η παραγωγή του Έβρου έφευγε για εκεί. Όλα αυτά τελείωσαν με τους βαλκανικούς και τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο, κατά τη διάρκεια των οποίων μεγάλο μέρος των αμπελώνων καταστράφηκε.

Σήμερα οι επαγγελματικοί αμπελώνες είναι περιορισμένοι και οι παραγόμενες ποσότητες είναι δεν είναι μεγάλες σε σχέση με τη δυναμική της περιοχής. Επιπλέον, οι γηγενείς ποικιλίες σταφυλιών αποτελούν ένα σχετικά αναξιοποίητο φυσικό κεφάλαιο, πολύτιμο για την τοπική οικονομία, το οποίο κινδυνεύει να χαθεί λόγω της εκτεταμένης στροφής σε εμπορικές ποικιλίες, που κυριαρχούν στην αγορά κρασιού και δεν αφήνουν περιθώρια οινοποίησης άλλων ποικιλιών.

7.1 Τα κρασιά της Π.Ε. Έβρου

Τα αμπέλια του Έβρου εντοπίζονται κυρίως στο κεντρικό (περιοχή Σουφλίου) και στο βόρειο τμήμα του, στα σύνορα με τη Βουλγαρία (περιοχή Τριγώνου). Η μακρά παράδοση του Έβρου στην αμπελοκαλλιέργεια και την οινοπαραγωγή δικαιώνεται με τη θέσπιση του ΠΓΕ Έβρος, στον οποίο αξιοσημείωτη είναι η παρουσία των ερυθρών γηγενών ποικιλιών καρλαχανάδες, μαυρούδι, μπογιαλαμάδες και της ερυθρωπής παμίδι.

Στην Π.Ε. Έβρου απαντώνται οίνοι με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (Οίνοι ΠΓΕ Έβρος - Τοπικός Οίνος Έβρου), οι οποίοι παράγονται από αμπελώνες της ΠΕ Έβρου σε υψόμετρα άνω των 20μ. εντός των ορίων της ζώνης του ΠΓΕ Έβρος, που θεσπίστηκε το 2010 και περιλαμβάνει όλη την περιοχή που περικλείουν τα όρια της ομώνυμης περιφερειακής ενότητας.

Ορισμένες ποικιλίες οίνων **ΠΓΕ Έβρος** είναι:

- Αθήρι,
- ασύρτικο,
- ζουμιάτικο (δαμιάτης),
- μαλαγουζιά,
- σαρντονέ,
- σοβινιόν μπλαν,
- τρεμπιάνο,
- καρλαχανάδες,
- κερατσούδα,
- λημνιό,
- μαυρούδι,
- μοσχόμαυρο,
- μπογιαλαμάδες,
- παμίδι,
- σέφκα,
- γκρενάς ρουζ,
- καμπερνέ σοβινιόν,
- καρινιάν,
- μερλό,
- σενσό,
- σιρά,

Οι συνηθέστεροι τύποι **οίνων ΠΓΕ Έβρος** είναι οι εξής:

- Λευκός ξηρός, ημίξηρος, ημίγλυκος, γλυκός
- Ροζέ ξηρός, ημίξηρος, ημίγλυκος, γλυκός
- Ερυθρός ξηρός, ημίξηρος, ημίγλυκος, γλυκός

Η συγκεκριμένη ταξινόμηση θεσμοθετήθηκε τον Ιούλιο 2010 και ήδη έχει ξεκινήσει η παραγωγή και διάθεση οίνων **ΠΓΕ Έβρος**.

Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται συνοπτικά **οι 16 ποικιλίες** που καλλιεργούνται και οινοποιούνται στην Π.Ε. Έβρου, εκ των οποίων 2 είναι γαλλικές, που όμως αναπτυσσόμενες σε συγκεκριμένα εδάφη έχουν αποβάλει τα «μητρικά» τους γνωρίσματα και έχουν αποκτήσει τη δική τους ιδιαίτερη ταυτότητα.

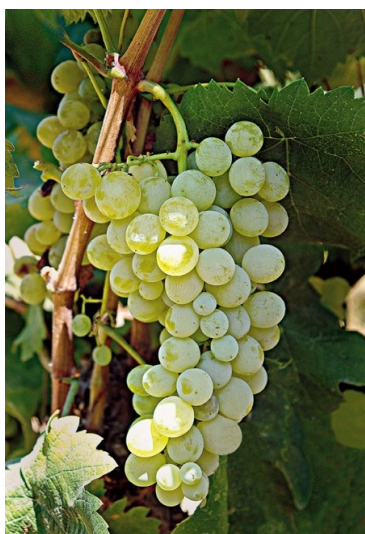
Πίνακας 1: Καλλιεργούμενες και οινοποιήσιμες ποικιλίες στην ΠΕ Έβρου

A.A.	ΠΟΙΚΙΛΙΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
1	Αλπονουρά	Άσπρη μεσοπρώιμη ποικιλία, ανθεκτική στις ασθένειες, με μακρύ αραιόρωγο τσαμπί
2	Μπογιολαμάς ή Μπουγιαλαμάς	Κόκκινη ποικιλία, σχεδόν βαφική, με βαθύ ευρυθρομέλανο χρώμα. Το φυτό είναι εύρωστο, παραγωγικό, πολύ ευαίσθητο στον περονόσπορο, αλλά με πολλά αρώματα και πυκνόρωγο τσαμπί. Χρησιμοποιείται ευρύτατα στη χωρική οινοποίηση σε αναμίξεις για τη βελτίωση του χρώματος των παραγόμενων οίνων.
3	Νεροπρωιμά	Κόκκινη όψιμη ποικιλία (τρύγος τον Οκτώβριο) με πυκνόρωγο μεγάλο τσαμπί. Ιδιαίτερα ανθεκτικό στον βοτρύτη.
4	Όψιμο Σουφλίου (Ανατολίτικο ραζακί)	Επιτραπέζια λευκή ποικιλία, που κάποτε εξάγονταν σε μεγάλες ποσότητες στη Γερμανία. Έχει μια ιδιαίτερη ευαισθησία στη βροχή.
5	Παμίδι	Πρόκειται στην ουσία για δύο ποικιλίες, μία κόκκινη και μία ροζέ. Και οι δύο τρυγούνται στις αρχές Σεπτεμβρίου και έχουν μικρές ρώγες - στη ροζέ το τσαμπί είναι πυκνόρωγο και στην κόκκινη αραιόρωγο. Ως φυτό είναι ζυηρό, εύρωστο, γόνιμο, παραγωγικό, αλλά πολύ ευαίσθητο στον βοτρύτη και στην όξινη σήψη.
6	Ραζακί (Αβουζ αλή)	Λευκή, ζυηρή παραγωγική και ανθεκτική ποικιλία, που κάποτε εξάγονταν σε μεγάλες ποσότητες στη Γερμανία. Θεωρείται η σπουδαιότερη επιτραπέζια ποικιλία αμπέλου με μεγάλη γεωγραφική διασπορά. Η εμπορική ωρίμανση

Α.Α.	ΠΟΙΚΙΛΙΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
		των σταφυλιών κλιμακώνεται, ανάλογα με την περιοχή και τις καλλιεργητικές επεμβάσεις από τις αρχές Σεπτεμβρίου έως και τα τέλη Οκτωβρίου. Τα σταφύλια της ποικιλίας Ραζακί παρουσιάζουν μεγάλη ικανότητα για συντήρηση και μεταφορά και για αυτό θεωρείται η καλύτερη ποικιλία εμπορίου.
7	Σαολάς (Chasselas Dore)	Κόκκινη ποικιλία από το ένδοξο γαλλικό παρελθόν. Ανθεκτική, όψιμη, με μέτριο τσαμπί.
8	Σενζώ ή Γαλλικό (Cinsault)	Κόκκινη ποικιλία, κι αυτή από το ένδοξο παρελθόν, ανθεκτική, με μέτριο τσαμπί και αρώματα ιδανικά για κρασί pousseau.
9	Τσαούσης	Άσπρη πρώιμη ποικιλία αραιόρωγη και αρωματική με λεπτή φλούδα. Είναι ποικιλία οινοποιήσιμη αλλά και επιτραπέζια. Πολύ ευαίσθητη στις ασθένειες.
10	Βοϊδομάτης (Βουβάλας μάτι)	Κόκκινη ποικιλία. Τα σταφύλια της έχουν χοντρή φλούδα, έντονο χρώμα, είναι πυκνόρωγα και ανθεκτικά.
11	Βουλγαρούδες	Κόκκινη ποικιλία ιδιαίτερα ανθεκτική, με όψιμο τρύγο, μικρό τσαμπί και ρώγα, αρωματικό και τανικό.
12	Δαμιάτης ή Ζουμιάτης	Άσπρη μεσοπρώιμη ποικιλία, γνωστή από τον 12ο αιώνα. Με αραιόρωγο τσαμπί και μέτρια ανθεκτικότητα, χρησιμοποιείται για οινοποίηση και επιτραπέζια χρήση. Δίνει οίνους μέτριου αλκοολικού τίτλου, μέτριας οξύτητας και ελαφρώς αρωματισμένων.
13	Καράπαπας	Κόκκινη πυκνόρωγη ποικιλία, που τείνει να εξαφανιστεί. Υπάρχουν ελάχιστα φυτά στους αμπελώνες του νομού
14	Καρναχαλός	Κόκκινη γηγενής ποικιλία και ίσως το «κόκκινο» χρυσάφι των εβρίτικων αμπελώνων. Έχει όψιμο τρύγο και είναι ιδανικό για μακρά παλαίωση. Δίνει οίνους αρωματικούς και παράλληλα ταντικούς, με καλή ισορροπία μεταξύ αλκοόλης και οξύτητας, με καλό σώμα και ικανοποιητικό χρώμα. Υπάρχουν ιστορικές αναφορές που μαρτυρούν την καλλιέργειά του στα τέλη του 19ου αιώνα. Σήμερα οινοποιείται μόνον στον Έβρο και στην Τένεδο και μάλιστα γίνονται προσπάθειες από τα οινοποιεία της περιοχής για

Α.Α.	ΠΟΙΚΙΛΙΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
		εξάπλωση του Καρναχαλά στην αγορά με φύτευση νέων εκτάσεων.
15	Κερατσούδα	Ροζέ ποικιλία με λαμπερό ροζ χρώμα. Οινοποιήσιμη και επιτραπέζια, με τραγανή σάρκα και πολλά αρώματα. Είναι πρώιμη, ανθεκτική και ιδιαίτερα παραγωγική.
16	Μαυρούδι ή Σέφκα	Κόκκινη ποικιλία, ανθεκτική σε ξηρασία και προσβολές από περονόσπορο, στο ιώδιο και στον βοτρυτή. Με πολύ υψηλές αποδόσεις χωρίς να χρειάζεται ιδιαίτερες εισροές, με ιδιαίτερα αρώματα και τρύγο στο τέλος Σεπτεμβρίου. Επιδέχεται μακρόχρονη παλαίωση, λόγω του βαρύ αρώματος, της πλούσιας γλυκιάς γεύσης και των αρκετά στιβαρών ταννίνων. Είναι μια αμιγής θρακική ποικιλία. Η ονομασία της ποικιλίας μαυρούδι προέρχεται από το σκούρο (μαύρο) χρώμα της φλούδας των ρωγών της, γι' αυτό και το μαυρούδι χρησιμοποιείται κυρίως για την παραγωγή σκουρόχρωμων ερυθρών κρασιών, που είναι ωστόσο δυσεύρετα. Στην γειτονική Βουλγαρία ονομάζεται Mavrud, Kachivela ή Tsiganka

Εικόνα 3. Δαμιάτης ή Ζουμιάτης



Πηγή: <http://www.newwinesofgreece.com>

Εικόνα 4. Καρναχαλάς



Πηγή: <http://www.bankofwine.gr>

Εικόνα 5. Μαρούδι



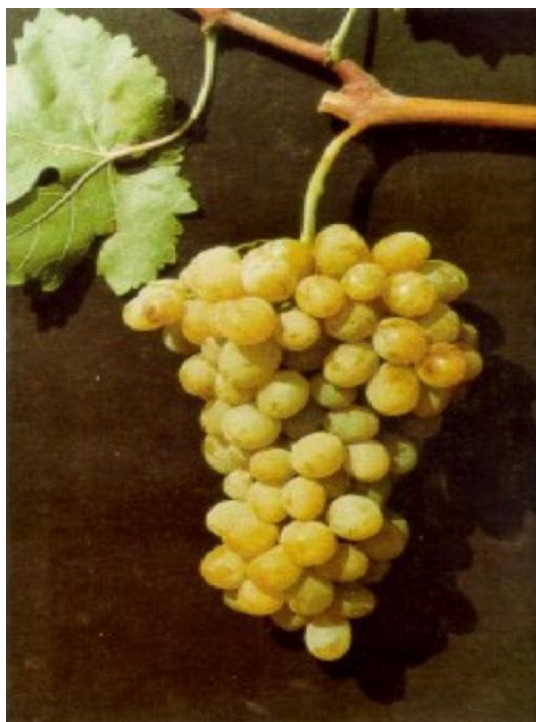
Πηγή: <https://www.vpalthros.gr/>

Εικόνα 6. Κερατσούδα



Πηγή: <http://winewalker.gr/>

Εικόνα 7. Ραζακί



Πηγή: www.gaiapedia.gr

Εικόνα 8. Παμίδι



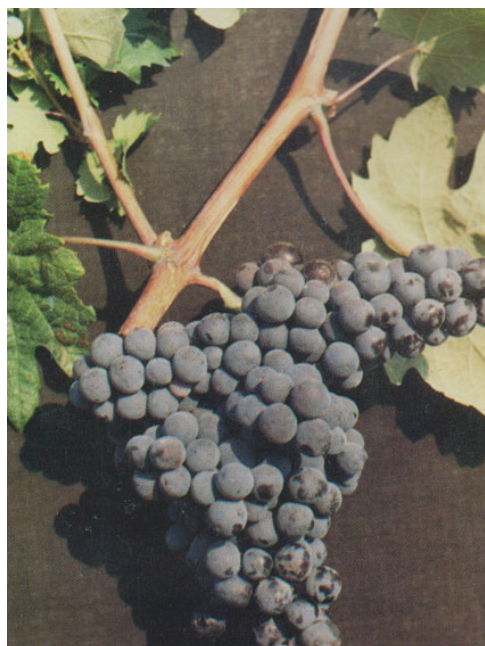
Πηγή: <https://www.ilovegreekwine.com>

Εικόνα 9. Βουλγαρούδες



Πηγή: <http://winewalker.gr/>

Εικόνα 10. Βοϊδομάτης



Πηγή: <http://winewalker.gr/>

7.2 Οι αμπελώνες και τα οινοποιεία της Π.Ε. Έβρου

Οι τοπικές αμπελώνες και οι οινοποιείες μπορεί να αποτελέσουν τα κομβικά σημεία αναφοράς για την προσέλκυση επισκεπτών, την ανάπτυξη του Οινοτουρισμού και με τον τρόπο αυτό να συμβάλλουν ουσιαστικά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, ειδικότερα δε αν συνδυαστούν με τις υπόλοιπες τουριστικές υποδομές.

Σημαντικά οινοποιεία της Π.Ε. Έβρου, πολλά από τα οποία είναι και επισκέψιμα είναι τα κάτωθι:

<p>Αμπελώνες Γκουτσιδή, Gutsidis Wines</p>	<p>Βρίσκονται στα Δίκαια Τριγώνου Ορεστιάδας στον Έβρο.</p> <p>Το αμπελοτόπι αυτό εκτείνεται πάνω σε λόφους όπου βρίσκονται αρχαίοι Θρακικοί τύμβοι γι' αυτό και ονομάζεται «τούμπες αμπελώνων Δικαίων» και είναι καταγεγραμμένο ήδη από το 16ο αιώνα από τον Τούρκο ιστορικό και περιηγητή Εβλιγιά Τσελεμπί.</p> <p>Οι πρόσφυγες από την Ανατολική Ρωμυλία που ήρθαν εδώ, μετέφεραν κλήματα από ποικιλίες όπως το ξινό μαυρούδι (το ξινόμαυρο) και το παμίδι.</p> <p>Το κρασί παράγεται από σταφύλια βιολογικής γεωργίας, ενώ συγχρόνως αποτελεί το βορειότερο οινοποιείο της Ελλάδας. Με υψόμετρο γύρω στα 300 μέτρα και κλίμα ηπειρωτικό, τα κλήματα αναπτύσσονται σε ψυχρούς χειμώνες και ήπια ξηρά καλοκαίρια, ενώ στις πλαγιές φυσά ένας ευνοϊκός, απαλός άνεμος. Οι κλιματολογικές συνθήκες, που διαμορφώνονται σε μεγάλο βαθμό από τον ποταμό Έβρο, διαμορφώνουν την ταυτότητα των κρασιών Γκουτσιδή που προέρχονται από ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες σταφυλιού, όπως Λευκές: Ασύρτικο, Μαλαγουζιά, Ροδίτης και Sauvignon Blanc και Ερυθρές: Ξινό Μαυρούδι (Ξινόμαυρο), Λημνιώνα, Μαυρούδι, Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot και η ιδιαίτερη τοπική ποικιλία Παμίδι.</p> <p>Η οινοποίηση είναι πιστοποιημένη από την TUV AUSTRIA HELLAS.</p>
---	---

Εικόνα 11. Αμπελώνες Γκουτσιδή – Αμπελώνες

Εικόνα 12. Αμπελώνες Γκουτσιδή – Κελάρι παλαίωσης



**Εικόνα 13. Αμπελώνες Γκουτσιδη – Μαρούς, Ξινό
Μαρούδι**



**Εικόνα 14. Αμπελώνες Γκουτσιδη – Επύλλιο,
Cabernet Sauvignon με το Μαυρούδι**



Πηγή: <http://gutsidis-wines.com>

<p>Εβρίτικα Κελλάρια ΑΕ & Enritika Kellaria Winery</p>	<p>Στο βορειοανατολικότερο σημείο της Ελλάδας, λίγες δεκάδες μέτρα από τα σύνορα με την Τουρκία και την Βουλγαρία, στα Μαράσια Τριγώνου Ορεστιάδας τα Εβρίτικα Κελλάρια δεσπόζουν χτισμένα πάνω σε έναν λόφο τριγυρισμένο με αμπέλια. Αποτελεί επισκέψιμο οινοποιείο & αποσταγματοποιείο – ποτοποιείο, με εμφιαλωμένα κρασιά, ρετσίνα, τσίπουρο με ή χωρίς γλυκάνισο, αλλά και λικέρ. Εδώ παράγονται τα κρασιά «Όναρ», «Ορφέας» και «Αίνιγμα».</p> <p>Είναι πιστοποιημένο κατά HACCP & ISO 22000:2005 διαθέτει χώρο γευσιγνωσίας, πρατήριο πώλησης, μουσειακό χώρο και αίθουσα εκπαίδευσης.</p>
---	---

Εικόνα 15. Εβρίτικα Κελλάρια – Εξωτερική άποψη



Εικόνα 16. Εβρίτικα Κελλάρια – Εξωτερική άποψη



Εικόνα 17. Εβρίτικα Κελάρια – Αμπελώνες



Εικόνα 18. Εβρίτικα Κελάρια – Χώρος οινοποίησης



Εικόνα 19. Εβρίτικα Κελάρια – Όναρ, λευκός ξηρός



Εικόνα 20. Εβρίτικα κελάρια – Ορφέας, Ερυθρός Ξηρός



Πηγή: Αρχείο Εβρίτικα Κελάρια Α.Ε.

<p>Melmar Winery</p>	<p>Το οινοποιείο ΜΕΛΜΑΡ βρίσκεται στην περιοχή Δάφνες της Σαμοθράκης. Λειτουργεί από το 2013 και δραστηριοποιείται στην εγχώρια και διεθνή αγορά από το 2015 με τις ετικέτες ΑΔΥΤΟΝ και ΜΥΣΤΙΚΟ ΜΟΝΟΠΑΤΙ. Πρόκειται για ένα υπερσύγχρονο οινοποιείο, με υψηλού επιπέδου οινολογικό εξοπλισμό, ανεξάρτητο χημείο με σύγχρονα μέσα μετρήσεων κι ελέγχου, ανοξειδωτες ψυχόμενες δεξαμενές διπλού τοιχώματος, δρύινα Γαλλικά βαρέλια για τους</p>
-----------------------------	---

οίνους παλαίωσης, λειτουργική κάβα με ιδανικές συνθήκες θερμοκρασίας και υγρασίας, αίθουσα γευσιγνωσίας και ειδική αίθουσα συνεδριάσεων. Μαλαγουζιά, Ασύρτικο, Μαυρούδι και Syrah από την ευρύτερη περιοχή της Θράκης, οινοποιούνται με σύγχρονες μεθόδους και σεβασμό στην παράδοση.

Οι οινοποιήσεις γίνονται σε αυστηρά πλαίσια θερμοκρασιών και κάτω από συνεχείς ποιοτικούς ελέγχους.

Η ωρίμανση, η παλαίωση και αποθήκευση των κρασιών γίνεται σε κατάλληλες συνθήκες υγρασίας 60-65% και θερμοκρασίας 15-17°C.

Η επίσκεψη στο Οινοποιείο ΜΕΛΜΑΡ περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, περιήγηση στον αμπελώνα και ξενάγηση στους χώρους παραγωγής, εμφιάλωσης και παλαίωσης. Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα γευστικής δοκιμής και αγοράς των κρασιών, στην ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα γευσιγνωσίας, απολαμβάνοντας την υπέροχη θέα στο Αιγαίο.

Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας, 5 αυτόνομες σουίτες, βρίσκονται εντός του κτήματος.

Εικόνα 21. Melmar –Εξωτερική άποψη



Εικόνα 22. Melmar – αίθουσα οινογευσίας



Εικόνα 23. Melmar – Αμπελώνες

Εικόνα 24. Melmar– Κελάρι παλαίωσης



Εικόνα 25. Melmar– Οι βραβευμένοι οίνοι Μυστικό Μονομάτι, Syrah 2016 & Μυστικό Μονοπάτι, Μαλαγουζιά 2018



Εικόνα 26. Melmar– Άδυτον, Μαρούδι



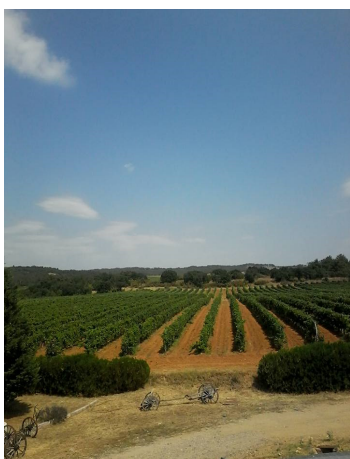
Πηγή: <https://www.melmarwinery.gr>



<p>Οινοποιείο - Αποσταγματοποιείο Αφοί Μπέλλα</p>	<p>Οι Αμπελώνες της Αφοί Μπέλλας καταλαμβάνουν έκταση 350 στρεμμάτων, στην περιοχή Αλάνια στο Σουφλί και οι ποικιλίες σταφυλιών είναι της περιοχής Σουφλίου και της Θράκης όπως επίσης του ευρύτερου Ελλαδικού χώρου, όπως Μοσχοφίλερο, Ασύρτικο, Αθήρι και οι ευγενείς γαλλικές Cinsault, Merlot, Syrah, Cabernet οι οποίες έχουν προσαρμοστεί στο μικροκλίμα της περιοχής του Σουφλίου από το 1880 περίπου. Αξίζει να σημειωθεί η μοναδικότητα των ποικιλιών «Καρναχαλάς» και «Κερατσούδα» οι οποίες καλλιεργούνται αποκλειστικά και μόνο στην περιοχή του Σουφλίου. Διάσημο φυσικά είναι και το τοπικό</p>
--	---

σίπουρο Μπέλλας.

Εικόνα 27. Αφοί Μπέλλα – Αμπελώνες



Εικόνα 28. Αφοί Μπέλλα – Οινοποιητές



Εικόνα 29. Αφοί Μπέλλα – ξενάγηση στους αμπελώνες



Εικόνα 30. Αφοί Μπέλλα – ξενάγηση στο αποστακτήριο



Εικόνα 31. Αφοί Μπέλλα – ΟΝΟΣ, κερατσούδα

Εικόνα 32. Αφοί Μπέλλα – Πενήντα, Ερυθρός, syrah & merlot



Πηγή: Μπέλλας Οινοποιία, Facebook

Στον Πίνακα 2 παρουσιάζονται συνοπτικά άλλοι σημαντικοί αμπελώνες, οινοποιεία και ποτοποιίες στην Π.Ε. Έβρου.

Πίνακας 2: Αμπελώνες, οινοποιεία και ποτοποιίες στην Π.Ε. Έβρου

A.A.	ΥΠΟΔΟΜΗ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ & ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ & ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ		
1	Αμπέλου Τέχνη Τασιούλης	Αλεξανδρούπολη, Αεροδρόμιο - κρασιά & τσίπουρο, ρετσίνα
2	Αμπελώνες Καδόγλου	Τυχερό Σουφλίου, Έβρος
3	Αμπελώνες Ρήγα	Βρίσκεται στη Γεμιστή Πέπλου Φερών Αλεξανδρούπολης. Η παραγωγή αφορά σε κόκκινο κρασί (μπρούσκο, ημίγλυκο & γλυκό), τσίπουρο με ή χωρίς γλυκάνισο με τον παραδοσιακό τρόπο, κατευθείαν από χυμό σταφυλιού πρώτης σύνθλιψης, χωρίς χημική ή άλλη επεξεργασία.
4	Βιολογικός Αμπελώνας Ράπη	Βρίσκεται στην Κορνοφωλιά Σουφλίου και είναι έκτασης 65 στρεμμάτων. Η καλλιέργεια γίνεται σύμφωνα με τις αρχές της βιολογικής γεωργίας χωρίς την χρήση χημικών, φαρμάκων και λιπασμάτων. Κύριες ποικιλίες είναι οι ξενικές Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Syrah, Carignan, Grenache Rouge, Chardonnay. Η οινοποίηση γίνεται σε χωρικού τύπου

Α.Α.	ΥΠΟΔΟΜΗ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ & ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
		εγκαταστάσεις και η απόσταση των στεμφύλων για την παραγωγή τσίπουρου σε παραδοσιακού τύπου άμβυκες. Κυρίως παράγεται ερυθρός οίνος και τσίπουρο χωρίς ή με γλυκάνισο.
5	Κρασιά Γουδουσάκη	Εδρεύει στο Μαυροκλήσι Ορφέα Σουφλίου, 90 περίπου χιλιόμετρα βόρεια της Αλεξανδρούπολης. Η παραγωγή αφορά σε κόκκινο ξηρό και ημίγλυκο οίνο, αλλά και τσίπουρο χωρίς γλυκάνισο. οι ποικιλίες σταφυλιών που χρησιμοποιούνται είναι οι Cabernet Sauvignon, Syrah και Μοσχάτο Αμβούργου.
ΠΟΤΟΠΟΙΗΣ		
1	Ούζο Γουγουλίδη	Ορεστιάδα, Έβρος
2	Ούζο Ρακιτζή	Βρίσκεται στο Διδυμότειχο του Έβρου. Αποτελεί την πρώτη ποτοποιία ούζου και τσίπουρου, που ιδρύθηκε από τον Θανάση Ρακιτζή το 1883. Η επιτυχία του Ούζου και Τσίπουρου Ρακιτζή οφείλεται στην καλά κρυμμένη οικογενειακή συνταγή, η οποία δίνει την ποιότητα και τη μοναδική γεύση τους εδώ και τέσσερις γενιές.
3	Ποτοποιία Μητσά	Εδρεύει στις Καστανιές στην Ορεστιάδα του Έβρου. Η ποτοποιία χρησιμοποιεί αγνές πρώτες ύλες με ποιοτική επεξεργασία για την παραγωγή παράγουμε ούζου, τσίπουρου, παραδοσιακών λικέρ και άλλων αλκοολούχων ποτών με την επωνυμία Άλφα.
4	Ποτοποιία Γόιδας	Αλεξανδρούπολη, Έβρος
5	Ποτοποιία Έβρος, Παπαδημητρίου	Η ποτοποιία Έβρος Παπαδημητρίου βρίσκεται στο 11 ^ο χλμ. Αλεξανδρούπολης - Φερών και ιδρύθηκε πριν από 70 χρόνια από τον Παναγιώτη Παπαδημητρίου. Η ποτοποιία καταξιώθηκε με την πάροδο των χρόνων με μια ευρεία γκάμα προϊόντων όπως: το Ούζο Έβρος 15, το Ούζο εξ αποστάξεως, το Τσίπουρο Μαγικό και και διάφορα αλκοολούχα ποτά όπως κονιάκ και λικέρ.
6	Ποτοποιία Ουζουνίδη	3ο χλμ. Ορεστιάδας Διδυμοτείχου - ούζο E17, ούζο Ορέστης, ηδύποτα, μπράντυ
7	Ποτοποιία	Βρίσκεται στο 6ο χλμ Αλεξανδρούπολης Φερών. Η

A.A.	ΥΠΟΔΟΜΗ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ & ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
	Χατζόπουλου	αποσταγματοποιία είναι ο τόπος συνάντησης της παράδοσης και της εμπειρίας με την σύγχρονη τεχνολογία. Αποτελείται από μηχανολογικό εξοπλισμό, που σέβεται το περιβάλλον και φροντίζει για τη δημιουργία υψηλών προδιαγραφών των προϊόντων της. Αυτά είναι το ούζο premium και το απλό και το τσίπουρο με ή χωρίς γλυκάνισο.
8	Τσίπουρα Μετάξι & Ορφέας, Συνεταιριστική Διατροφική	Η Συνεταιριστική Διατροφική εδρεύει στο 2ο χλμ. Σουφλίου Αλεξανδρούπολης στον Έβρο και παράγει τσίπουρο αποκλειστικά από παραδοσιακές Σουφλιώτικες ποικιλίες σταφυλιών.
9	Αποστακτήριο Μανδάκης Στράτος	Αλεξανδρούπολη, Έβρος
11	Αποστακτήριο Μπακαλούδη	Σουφλί, Έβρος
12	Αποστακτήριο Μπασδάνης	Νίψα Τραϊανούπολης Αλεξανδρούπολης, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρο
13	Αποστακτήριο Νίψας	Νίψα Τραϊανούπολης Αλεξανδρούπολης, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρο
14	Αποστακτήριο Πετρίδη	Δόξα Μεταξάδων Διδυμοτείχου, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρο
15	Παραδοσιακό Αποστακτήριο Αγοράκης	Λύρα Τυχερού Σουφλίου, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρο

Από τις παραπάνω οινοποιίες, τα «Εβρίτικα Κελλάρια» στα Μαράσια, έξω από την Ορεστιάδα, και οι Αφοί Μπέλλα στο Σουφλί καταβάλλουν έντονες προσπάθειες να δώσουν ζωή πάλι στον εβρίτικο αμπελώνα, καθώς αναγνωρίζουν ότι υπάρχουν αρκετά οφέλη τόσο για την οινική παραγωγή της περιοχής όσο και για τη βιωσιμότητα των ίδιων των οινοποιείων, καθώς επιτυγχάνεται:

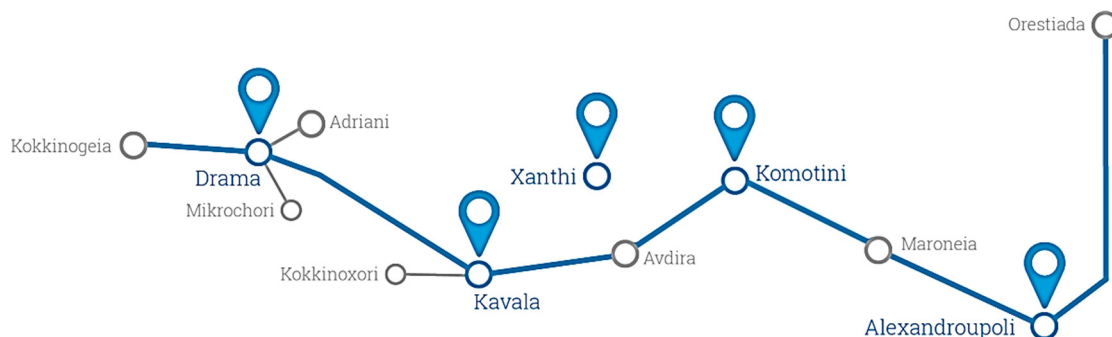
- Άμεση πώληση στους επισκέπτες – αυξημένα περιθώρια κέρδους
- Άμεση τροφοδότηση της επιχείρησης με πολύτιμες πληροφορίες για τις προτιμήσεις των καταναλωτών
- Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας.

Στις προσπάθειες όμως αυτές ανακύπτουν σημαντικά εμπόδια και ανασταλτικοί παράγοντες με κυριότερους το υψηλό κόστος για δημιουργία και συντήρηση των υποδομών και τη σπατάλη χρόνου κατά τη διάρκεια των επισκέψεων.

8. Ευκαιρίες ανάδειξης του Έβρου ως αμπελουργική περιοχή - Προστιθέμενη αξία της οινοποιίας στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής

Σήμερα, στον οινικό χάρτη της Περιφερειακής Ενότητας Έβρου το μεγαλύτερο τμήμα του εβρίτικου αμπελώνα και το μέγιστο ενδιαφέρον για τους οινόφιλους εντοπίζονται στις δημοτικές ενότητες Σουφλίου και Τριγώνου. Επισημαίνονται ιδιαίτερα και οι δυνατότητες ανάπτυξης του οινοτουρισμού στην ΠΕ Έβρου, στον οποίο καταλήγει η Διαδρομή του Κρασιού του Διονύσου, μια από τις **διαδρομές των Δρόμων του Κρασιού της Βόρειας Ελλάδας**. Αμπέλια και παραγωγή κρασιού υπάρχουν επίσης στις δημοτικές ενότητες Αλεξανδρούπολης και Μεταξάδων. Από το 2010, η ένδειξη ΠΓΕ Έβρος μπορεί οι χαρακτηρίζει κρασιά από όλη την περιοχή του Έβρου.

Εικόνα 33. Ο Δρόμος του κρασιού του Διονύσου



Επίσης δημοφιλές είναι στην περιοχή το τσίπουρο, ενώ ο Έβρος είναι και εκ των πρωταθλητών στην παραγωγή ρετσίνας. Τα περισσότερα αποστακτήρια τσίπουρου βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή του Σουφλίου, με μεγαλύτερο αυτό του Αμπελουργικού Συνεταιρισμού Σουφλίου, που επανιδρύθηκε υπό την επωνυμία "Σουφλιώτικα Κελάρια". Στο Σουφλί εδρεύει και ο "Στάφυλος" Σύλλογος Φίλων Αμπέλου & Οίνου.

Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι, παρότι σημαντικός αριθμός ποικιλιών υπάρχουν στην περιοχή για πάνω από 200 χρόνια δεν αξιοποιήθηκαν και δεν προωθήθηκαν έτσι ώστε οι περιοχές να διαμορφώσουν μια τοπική οινική ταυτότητα διαφορετική από την υπόλοιπη Ελλάδα και Ευρώπη. Γενικά, ο αμπελώνας της Θράκης με ποσοστό 0.6% βρίσκεται στην τελευταία θέση από τις 9 αμπελουργικές περιφέρειες ως προς την έκταση και με παραγωγή 55 κωδικών βρίσκεται επίσης στην τελευταία θέση ως προς το πλήθος των κρασιών.

Εξάλλου, η Θράκη είναι μια από τις 2 αμπελουργικές περιφέρειες (& Στερεά Ελλάδα) που δεν έχουν οίνους ΠΟΠ (ΟΠΑΠ ή ΟΠΕ).

Παρακάτω παρατίθεται η αξιολόγηση των ευκαιριών ανάδειξης του Έβρου ως αμπελουργικής περιοχής, μέσω ανάλυσης SWOT, καθώς η ανάλυση αυτή αποτελεί το πλέον ενδεδειγμένο εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο λαμβάνει υπόψη του την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας δραστηριότητας, για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων.

Η **ανάλυση SWOT** εξετάζει τα Δυνατά (Strengths) και Αδύνατα σημεία (Weaknesses), τις Ευκαιρίες (Opportunities) και Απειλές (Threats) από το περιβάλλον της συγκεκριμένης δραστηριότητας.

S – ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

S1. Η εξαιρετική ποιότητα του προϊόντος

Το κρασί που επιλέγεται και τυποποιείται στα οινοποιεία της περιοχής, προέρχεται από παραδοσιακές αμπελοκαλλιέργειες και παράγεται σε οινοποιεία που χρησιμοποιούν σύγχρονες μεθόδους και φέρουν πιστοποιήσεις για την διαδικασία που ακολουθούν, εξασφαλίζοντας έτσι την άριστη ποιότητά του. Επίσης, οι επιχειρηματίες του κλάδου επενδύουν στην έρευνα, ώστε να προσθέσουν νέες ποικιλίες στην γκάμα των προϊόντων τους. Οι απαραίτητοι εργαστηριακοί έλεγχοι επιβεβαιώνουν την εξαιρετική ποιότητα και τα άριστα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του, ενώ το προϊόν φέρει τις αντίστοιχες πιστοποιήσεις που θα διασφαλίζουν τον καταναλωτή.

S2. Η παράδοση οινοποίησης στον Έβρο

Στην ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της Π.Ε. Έβρου, το κρασί κατέχει περίοπτη θέση και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι αυτής. Μπορεί η παραγωγή κρασιού να μην γεννήθηκε στην περιοχή, όμως οι αρχαίοι Έλληνες ήταν αυτοί που ανέπτυξαν την τέχνη της οινοποίησης, την καλλιέργεια της αμπέλου και την εμπορία του κρασιού σε υψηλό επίπεδο. Υπάρχει μακράιωνη παράδοση οινοποίησης στην Ελλάδα, και η κατανάλωση κρασιού είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τρόπο ζωής και διατροφής. Η τάση που επικρατεί στους καταναλωτές για τον υγιεινό τρόπο διατροφής και η διάδοση των ευεργετικών ιδιοτήτων του κρασιού για τον ανθρώπινο οργανισμό, συντελούν θετικά στην κατανάλωσή του.

S3. Η συμμετοχή σε διαγωνισμούς

Δεδομένης της εξαιρετικής ποιότητας του κρασιού, εκτιμάται ως σημαντικό πλεονέκτημα η συμμετοχή σε διαγωνισμούς, όπου θα διεκδικείται με αξιώσεις η κατάκτηση κάποιας διάκρισης. Σε αυτήν την περίπτωση το κρασί της περιοχής αποκτά ακόμα ένα συγκριτικό πλεονέκτημα απέναντι στα ανταγωνιστικά προϊόντα ενώ ταυτόχρονα η αναγνωρισιμότητα του κρασιού αυξάνεται συστηματικά.

S4. Το ευνοϊκό κλίμα και τα εδάφη

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των αμπελώνων της περιοχής είναι ο μεγάλος αριθμός μικροπεριοχών με ιδιαίτερο οικοσύστημα (έδαφος - κλίμα - ποικιλία αμπέλου), όπου παράγονται κρασιά με ποιοτικό χαρακτήρα. Σε κάθε μία από αυτές τις περιοχές οι εδαφοκλιματικές συνθήκες είναι εξαιρετικά ευνοϊκές για το αμπέλι. Το μεσογειακό κλίμα της περιοχής διαφοροποιείται από την επίδραση των γειτονικών βουνών ή της θαλάσσιας ακτής, και αποκτά χαρακτήρα μοναδικού μικροκλίματος. Οι αμπελώνες είναι τοποθετημένοι σε προνομιούχες θέσεις, είτε σε πεδινές περιοχές, είτε σε πλαγιές βουνών, είτε κοντά σε παραθαλάσσιες περιοχές.

W – ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

W1. Η εύρεση Χρηματοδότησης

Η τρέχουσα δυσμενής και ασταθής οικονομική συγκυρία στη χώρα μας, καθιστά ιδιαίτερα δύσκολη την εξεύρεση του απαραίτητου κεφαλαίου για την έναρξη οποιασδήποτε επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι ιδιώτες επενδυτές είναι ιδιαίτερα επιφυλακτικοί στην τοποθέτηση των κεφαλαίων τους και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα παρέχουν δανεισμό θέτοντας πολύ αυστηρά κριτήρια και όρους επιβαρυντικούς για τις επιχειρήσεις οινοποίησης.

W2. Η έλλειψη εμπειρίας

Μία τυπική οινοποιητική επιχείρηση, θα πρέπει να ελέγξει και να συνυπολογίσει όλους τους παράγοντες και τους δυνητικούς κινδύνους που είναι πιθανό να προκύψουν κατά την υλοποίηση των σχεδίων της. Παρόλα αυτά δεδομένου ότι εισέρχεται σε έναν κλάδο για τον οποίο δεν διαθέτει προηγούμενη εμπειρία, είναι πιθανό να εμφανιστούν δυσκολίες, παραλήψεις ή και λάθος επιλογές. Η σωστή προετοιμασία θα αμβλύνει την ένταση των επιπτώσεων από ένα τέτοιο ενδεχόμενο.

W3. Η αδυναμία αξιοποίησης οικονομιών κλίμακας

Ειδικά για τις οινοποιητικές επιχειρήσεις, οι οποίες βρίσκονται στην έναρξη της δραστηριότητάς τους, η παραγόμενη ποσότητα προβλέπεται να διατηρηθεί σε χαμηλά επίπεδα. Αυτό όμως δεν επιτρέπει στην επιχείρηση να εκμεταλλευτεί πλήρως τις οικονομίες κλίμακας κατά τη συνολική παραγωγική διαδικασία.

W4. Η υψηλή τιμολόγηση

Ο καθορισμός της τιμής του τυποποιημένου κρασιού εξαρτάται από ποικίλους παράγοντες και παρουσιάζει διακυμάνσεις. Αυτό είναι πιθανό να δημιουργήσει δυσκολίες στην επιχείρηση, τουλάχιστον μέχρι να μπορέσει να ισχυροποιήσει σε κάποιο βαθμό τη θέση της μέσα στο δίκτυο προμηθευτών και τα κανάλια διανομής. Η υψηλή τιμολόγηση των

εμφιαλωμένων κρασιών στους χώρους εστίασης, δρα αποτρεπτικά στην κατανάλωση και μειώνει σε μεγάλο βαθμό το κέρδος των παραγωγών.

W5. Η περιορισμένη Δυναμική Προώθηση

Όπως κάθε νέο προϊόν έτσι και το τυποποιημένο κρασί χρειάζεται μια δυναμική είσοδο στην αγορά. Απαιτούνται δυναμικές και καλά συντονισμένες ενέργειες μάρκετινγκ, ώστε να κερδίσει την προσοχή των καταναλωτών και να πεισθούν να το δοκιμάσουν, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

O – ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

01. Οι ευκαιρίες επένδυσης και προώθησης της οινοποιίας

Έχει αναδειχθεί σε στρατηγική επιλογή η ανάδειξη και προώθηση των οίνων της περιοχής, που έχουν ταυτότητα και ποιότητα άμεσα συνδεδεμένη με τον τόπο παραγωγής τους. Από το αρμόδιο Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων υλοποιούνται στοχευμένες δράσεις ανά χώρα-στόχο, ώστε τα ποιοτικά κρασιά να κατακτήσουν τις αγορές του εξωτερικού.

02. Η αναγνώριση της αξίας του ελληνικού κρασιού και η αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στροφή των καταναλωτών στο κρασί λόγω της ευαισθητοποίησής τους σε θέματα διατροφής και γενικότερης υγείας και ευεξίας. Το ελληνικό κρασί έχει αρχίσει να κατακτά αγορές που δεν αποτελούσαν παραδοσιακούς στόχους. Ειδικότερα για το ελληνικό κρασί έχει αναγνωριστεί η ποιοτική υπεροχή του έναντι σε ανταγωνιστικά προϊόντα από άλλες χώρες.

03. Τα περιθώρια διεύδυσης και εδραίωσης σε ξένες αγορές

Αφενός υπάρχουν παραδοσιακές αγορές κρασιού κυρίως στην Ευρώπη και την Β. Αμερική, με εδραιωμένα δίκτυα διανομής, που όμως με κατάλληλες στρατηγικές είναι δυνατή η διεύδυση σε αυτά. Αφετέρου στην αγορά κρασιού εισέρχονται δυναμικά νέες χώρες που δείχνουν ενδιαφέρον για την κατανάλωση του προϊόντος και μάλιστα σε πολλές περιπτώσεις ως gourmet προϊόν, γεγονός που προσθέτει υπεραξία, όπως είναι η Κίνα, η Ρωσία και η Ινδία.

04. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός – οινοτουρισμός)

Η περιοχή της Π.Ε. Έβρου αποτελεί έναν δημοφιλή παραδοσιακό προορισμό με πλήθος τουριστών. Αυτό δίνει τη δυνατότητα για συντονισμένες δράσεις σε συνεργασία με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού π.χ. αγροτουρισμού και οινοτουρισμού. ώστε να γνωρίσουν το ελληνικό κρασί, καταναλωτές από κάθε μεριά του πλανήτη. Επιπλέον το

στοιχείο της ελληνικής διασποράς βρίσκεται έντονο σε διάφορα σημεία του κόσμου και αποτελεί ένα σίγουρο κανάλι επικοινωνίας για το ελληνικό αυτό προϊόν.

05. Η συμμετοχή σε εκθέσεις

Δεκάδες εκθέσεις τροφίμων διοργανώνονται κάθε χρόνο σε πολλές χώρες, δίνοντας τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να προβάλλουν τα προϊόντα τους και να έρθουν σε επαφή με πιθανούς αγοραστές. Αυτές πρέπει να αποτελέσουν βασικό εργαλείο της επιχείρησης στην προσπάθεια για σύναψη στρατηγικών συνεργασιών.

T – ΑΠΕΙΛΕΣ

T1. Οι ισχυροί Ανταγωνιστές

Στον τομέα του τυποποιημένου κρασιού δραστηριοποιούνται πολλές επιχειρήσεις με μακρόχρονη παρουσία και εδραιωμένη θέση στην αγορά. Όλοι αυτοί οι εγχώριοι αλλά και διεθνείς ανταγωνιστές θα κάνουν ιδιαίτερα δύσκολο το θέμα της εισόδου μίας οινοποιητικής επιχείρησης σε κάποιες αγορές του κλάδου.

T2. Η ταχεία αύξηση της παγκόσμιας προσφοράς

Η παγκόσμια παραγωγή κρασιού παρουσιάζει αύξηση, αφενός λόγω των βελτιωμένων καλλιεργητικών τεχνικών που εφαρμόζονται, όπως για παράδειγμα συμβαίνει στην Ισπανία, και αφετέρου λόγω της προσπάθειας χωρών όπως το Μαρόκο και η Τυνησία να μπουν στο παιχνίδι του κρασιού πιο δυναμικά. Παρά τη χαμηλότερη ποιότητα του κρασιού που προέρχεται από αυτές τις χώρες, το γεγονός της αύξησης της προσφερόμενης ποσότητας δημιουργεί πιέσεις στην τιμή του προϊόντος.

T3. Η υψηλή τιμή τυποποιημένου κρασιού

Το κρασί της περιοχής εμφανίζει υψηλότερο κόστος παραγωγής συγκριτικά με αυτό των άλλων οινοποιητικών χωρών. Αυτό σε συνδυασμό με την προσπάθεια εκμετάλλευσης της ποιοτικής του ανωτερότητας, έχει ως αποτέλεσμα να καταλήγει στο ράφι σε υψηλότερη τιμή συγκριτικά με τα ανταγωνιστικά προϊόντα άλλων χωρών. Επίσης, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η ανεξέλεγκτη διακίνηση χύμα κρασιού και το παραεμπόριο, διαφοροποιούν σε μεγάλο βαθμό τους όρους του ανταγωνισμού και της τιμής.

T4. Η μεγάλη ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή και το εισόδημα στις μη – παραδοσιακές αγορές

Εξαιτίας του φαινομένου ότι το τυποποιημένο ελληνικό κρασί έχει εισέλθει στις μη παραδοσιακές αγορές ως προϊόν πολυτελείας, εμφανίζει μεγαλύτερη ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή του και ως προς το εισόδημα των καταναλωτών. Χρειάζεται λοιπόν

προσοχή ώστε το προϊόν να φτάνει στον τελικό καταναλωτή των χωρών αυτών σε μια τιμή που να εξισορροπεί τις παραμέτρους.

T5. Οι αδύναμες εθνικές στρατηγικές προώθησης

Παρά τις προσπάθειες της Ελλάδας μέσω των αρμόδιων φορέων να προωθηθεί το ελληνικό τυποποιημένο κρασί στην παγκόσμια αγορά, αυτές μοιάζει να υστερούν σε σχέση με τις αντίστοιχες ενέργειες άλλων οινοποιητικών χωρών. Ακόμα πιο συντονισμένες και δυναμικές δράσεις μάρκετινγκ σε εθνικό επίπεδο είναι απαραίτητες και ευνοούν συνολικά τον διευρυμένο κλάδο του κρασιού, από την παραγωγή έως την εμπορία. Έτσι οι επιχειρήσεις παραγωγής και τυποποίησης ελαφρύνονται σε σημαντικό βαθμό από το ιδιαίτερα μεγάλο κόστος της ατομικής προώθησης, η προσπάθεια γίνεται πιο αποτελεσματική και προσφέρονται ευκαιρίες ανάπτυξης σε έναν τομέα της εγχώριας οικονομίας ιδιαίτερα σημαντικό.

Συμπερασματικά, στον τομέα της παραγωγής κρασιού στην περιοχή δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός οινοποιητικών επιχειρήσεων, η πλειοψηφία των οποίων είναι μικρές. Οι εισαγωγές οίνου κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα, ως εκ τούτου είναι περιορισμένος ο αριθμός των επιχειρήσεων που ασχολούνται με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα. Τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα υπερκαλύπτουν την εγχώρια ζήτηση, γεγονός που διαμορφώνει σε χαμηλά σχετικά επίπεδα το βαθμό εισαγωγικής διείσδυσης.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, χαρακτηριστικό για τα προϊόντα του κλάδου είναι η υψηλή ποιότητα που παρουσιάζουν. Ενθαρρυντικό επίσης είναι και το γεγονός ότι, πολλές οινοποιητικές επιχειρήσεις επενδύουν σημαντικά ποσά για των εκσυγχρονισμό των μονάδων τους, στοχεύοντας στη βελτίωση της ποιότητας των κρασιών. Η ποιότητα των κρασιών της περιοχής σε συνδυασμό με τη στροφή πολλών καταναλωτών σε έναν πιο υγιεινό τρόπο διατροφής, συντελεί στην αύξηση του ενδιαφέροντος για τα κρασιά αυτά.

Ακολουθεί σε πινακοποιημένη μορφή η SWOT Analysis, όπως προκύπτει από την παραπάνω επισκόπηση.

Εικόνα 34. SWOT analysis

S – ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	W – ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Η εξαιρετική ποιότητα του προϊόντος <input checked="" type="checkbox"/> Η παράδοση οινοποίησης στον Έβρο <input checked="" type="checkbox"/> Η συμμετοχή σε διαγωνισμούς <input checked="" type="checkbox"/> Το ευνοϊκό κλίμα και τα εδάφη 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Η εύρεση Χρηματοδότησης <input type="checkbox"/> Η έλλειψη εμπειρίας <input type="checkbox"/> Η αδυναμία αξιοποίησης οικονομικών κλίμακας <input type="checkbox"/> Η υψηλή τιμολόγηση <input type="checkbox"/> Η περιορισμένη Δυναμική Προώθηση

Ο – ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- ↗ Οι ευκαιρίες επένδυσης και προώθησης της οινοποιίας
- ↗ Η αναγνώριση της αξίας του ελληνικού κρασιού και η αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης
- ↗ Τα περιθώρια διείσδυσης και εδραίωσης σε ξένες αγορές
- ↗ Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός – οινοτουρισμός)
- ↗ Η συμμετοχή σε εκθέσεις

Τ – ΑΠΕΙΛΕΣ

- ⊗ Οι ισχυροί Ανταγωνιστές
- ⊗ Η ταχεία αύξηση της παγκόσμιας προσφοράς
- ⊗ Η υψηλή τιμή τυποποιημένου κρασιού
- ⊗ Η μεγάλη ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή και το εισόδημα στις μη – παραδοσιακές αγορές
- ⊗ Οι αδύναμες εθνικές στρατηγικές προώθησης

9. Δυνατότητες προβολής του Έβρου ως αμπελουργική περιοχή σε συνδυασμό με την τουριστική προβολή

Ο οίνος σε συνδυασμό με τους αμπελώνες της Π.Ε. Έβρου αποτελούν άξονα ανάπτυξης του Οινοτουρισμού, αφού γύρω τους μπορεί αποτελεσματικά να στηθεί ένα επιχειρησιακό περιβάλλον προσέλκυσης και εξυπηρέτησης τουριστών. Ως *Οινοτουρισμός μπορεί να οριστεί η επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, γιορτές ή διαγωνισμούς κρασιού, όπου η δοκιμή διαφόρων κρασιών ή η γνωριμία με τα κύρια χαρακτηριστικά της περιοχής αποτελούν τα πρωταρχικά κίνητρα για τους επισκέπτες*. Με τον ορισμό αυτό αποκλείεται η επίσκεψη στις οινοπαραγωγικές περιοχές με επαγγελματικά κίνητρα, ενώ δίνεται έμφαση στις δραστηριότητες αναψυχής.



Ο Οινοτουρισμός έχει προσδιοριστεί ως ένας από τους τομείς που αναπτύσσεται έξω από τις παραδοσιακές μητροπολιτικές περιοχές και, ως εκ τούτου, θεωρείται ότι διαδραματίζει έναν ουσιαστικό ρόλο στην περιφερειακή ανάπτυξη, την απασχόληση, την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, τον τουρισμό και τις επενδύσεις στην ύπαιθρο. Ο

Οινοτουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας στις παραδοσιακά αγροτικές και οικονομικά μειονεκτικές περιοχές και προσδίδει ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις οινοπαραγωγικές περιοχές, αποφέροντας κέρδη στις οινοποιητικές επιχειρήσεις. Επομένως, τα οφέλη του οινικού τουρισμού μπορούν να γίνουν αισθητά σε όλη την περιοχή και όχι μόνο στα οινοποιεία.

Κομβικό σημείο του Οινοτουρισμού αποτελούν οι «Δρόμοι του Κρασιού», οι οποίοι είναι «χαραγμένες» διαδρομές που διασχίζουν τους αμπελώνες συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής, καταγράφοντας τα επισκέψιμα οινοποιεία, τα εξειδικευμένα καταστήματα δοκιμής – πώλησης κρασιών, τα εστιατόριά του, κ.α.

Στον ευρωπαϊκό χώρο οι περισσότερες οινοπαραγωγικές χώρες έχουν «χαραγμένους Δρόμους Κρασιού» (ως κορυφαία οργανωμένοι αναφέρονται οι γαλλικοί, οι γερμανικοί, οι ισπανικοί, οι ιταλικοί, οι πορτογαλικοί κ.ά.), ενώ και στις επονομαζόμενες χώρες του Νέου Κόσμου το επίπεδο ανάπτυξης του οινικού τουρισμού είναι ιδιαίτερα υψηλό.

Οι ελληνικοί «Δρόμοι του Κρασιού» βρίσκονται υπό συνεχή ανάπτυξη, αλλά εν λειτουργία, με πρωταγωνιστές αυτούς της Βόρειας Ελλάδας. Παρόλα αυτά, ο Οινοτουρισμός στην

Ελλάδα εμφανίζει ιδιαίτερη δυναμική, αναπτύσσεται συνεχώς και προσφέρει σημαντικά αποτελέσματα στην τοπική οικονομία της περιοχής.

Η επιλογή μιας αμπελοοινικής περιοχής έναντι μιας άλλης επηρεάζεται κυρίως από την ύπαρξη του οινοποιείου στην περιοχή, το οποίο αποτελεί και το κυρίαρχο κίνητρο για την επίσκεψη. Υπάρχει όμως και μια σειρά κινήτρων ειδικού ή συμπληρωματικού ενδιαφέροντος είτε ως προς τον προορισμό (επίσκεψη σε αμπελοοινική περιοχή), είτε ως προς τη δραστηριότητα (δοκιμή κρασιού) είτε σε σχέση με το συνδυασμό προορισμού και δραστηριότητας. Οι αντιλήψεις, οι προηγούμενες εμπειρίες, η γνώση για τον οίνο, οι προσδοκίες αλλά και τα χαρακτηριστικά του ίδιου του επισκέπτη καταναλωτή καθορίζουν την επίσκεψη ενός οινοποιείου.

Τα κίνητρα των επισκεπτών είναι πολυδιάστατα και διαφοροποιούνται ανάλογα με τα κοινωνικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών αλλά και τις αντιλήψεις και τα ενδιαφέροντα αυτών. Το επάγγελμα, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα, από τη μια μεριά, και το οινοποιείο, η συνάντηση με τον οινοπαραγωγό, η ενημέρωση για τον οίνο και το αμπέλι, από την άλλη, είναι τα βασικά χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τους επισκέπτες των οινοποιείων.

Η **διάκριση των επισκεπτών** επιβεβαιώνει τα διαφορετικά κίνητρα που έχουν οι επισκέπτες των οινοποιείων και αφορά σε τέσσερις συγκεκριμένες και διακριτές ομάδες:

- α) «τους οινόφιλους»,
- β) «τους νεοφώτιστους»,
- γ) «τους περιστασιακούς επισκέπτες» και
- δ) «τους τουρίστες».

Και οι τέσσερις ομάδες επισκεπτών στα οινοποιεία μπορούν, σε διαφορετικό βαθμό η κάθε μία, να συμβάλουν στην ανάπτυξη του Οινοτουρισμού. Στην περίπτωση των «περιστασιακών επισκεπτών» και «των τουριστών», οι οποίοι επισκέπτονται το οινοποιείο είτε στο πλαίσιο της επίσκεψής τους στην περιοχή, είτε συνοδεύοντας άλλα άτομα, το οινοποιείο μπορεί να αποτελέσει κίνητρο επισκεψιμότητας της περιοχής και παράγοντα ανάπτυξης του αγροτικού τουρισμού, χωρίς ιδιαίτερα κέρδη για τις οινοποιητικές επιχειρήσεις. Στην περίπτωση όμως των «Οινόφιλων», οι οποίοι είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, υψηλού μορφωτικού επιπέδου και υψηλού εισοδήματος, είναι οι γνώστες του οίνου και ενδιαφέρονται να βελτιώσουν τις γνώσεις τους γι' αυτόν μέσα από την επίσκεψή τους στο οινοποιείο και τη συνάντησή τους με τον οινοπαραγωγό και των «νεοφώτιστων» που είναι οι εν δυνάμει «οινόφιλοι», όταν το επιτρέψουν οι κατάλληλες συνθήκες, η επίσκεψή τους στο οινοποιείο προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην περιοχή και στους οίνους που παράγονται σε αυτή, αποφέροντας κέρδη στις οινοποιητικές επιχειρήσεις και συμβάλλοντας στην ανάπτυξη του αμπελοοινικού τομέα της περιοχής.



Βιβλιογραφία

Ελληνική

ICAP, (2010), Κλαδική Μελέτη: Οινοποιία, Αθήνα

Αλεμπάκη Μ., Ιακωβίδου Ο., (2006), Ο οινικός τουρισμός και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών των οινοποιείων. Η περίπτωση των "Δρόμων του Κρασιού" της Βόρειας Ελλάδας, Θεσσαλονίκη, ΑΠΘ

ΙΟΒΕ (2018), Βιομηχανία Τροφίμων & Ποτών. Αθήνα

Καραβασίλη Α., Αρφανής Δ., Ρούκος Κ., (2017), Ανάλυση του κλάδου οινοποιίας, Πάτρα: ΤΕΙ Δ. ΕΛΛΑΔΑΣ

Σεχρεμέλη Π., (2018), Ανάλυση του κλάδου της οινοποιίας στην Ελλάδα, Πειραιάς: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Ιστοσελίδες

γενικά περί κρασιών

https://winesurveyor.weebly.com/oinoi_pge_nomon.html

www.gaiapedia.gr

<https://www.vpalthros.gr/>

<http://www.bankofwine.gr>

<http://www.newwinesofgreece.com>

<https://www.ilovegreekwine.com>

οινοποιία, ποτοποιία στην ΠΕ Έβρου

<https://winesurveyor.weebly.com/tour1101.html>

<http://gutsidis-wines.com>

<http://www.evritiko.gr>

<https://www.melmarwinery.gr>

ποικιλίες αμπελιού στην ΠΕ Έβρου (ένθετο "Οινοχόος" ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ)

https://www.alexpolisonline.com/2009/09/blog-post_1547.html

γενικές αναφορές για τους αμπελώνες της Θράκης

<http://oebese.gr/index.php/el/draseis-erga/33-dionysos-project>

γαστρονομία στην ΠΕ Έβρου

<https://gastrotourismos.gr/i-kouzina-tou-evrou-syntages-prionta-gastronomia-1878>

Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών - Στα πρόθυρα αλλαγών

<https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-food%20&%20beverage-sector-in-greece.pdf>

Βασικά στοιχεία παραγωγής κρασιού στην Ελλάδα

<https://winesofgreece.org/el/articles/%ce%b2%ce%b1%cf%83%ce%b9%ce%ba%ce%ac-%cf%83%cf%84%ce%bf%ce%b9%cf%87%ce%b5%ce%af%ce%b1-%cf%80%ce%b1%cf%81%ce%b1%ce%b3%cf%89%ce%b3%ce%ae%cf%82/>

Παραρτήματα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι. Καλλιεργούμενες και οινοποιήσιμες ποικιλίες στην ΠΕ Έβρου

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ. Βασικότεροι αμπελώνες, οινοποιεία και ποτοποιείες στην ΠΕ Έβρου

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΕ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι. Καλλιεργούμενες και οινοποιήσιμες ποικιλίες στην ΠΕ Έβρου

A.A.	ΠΟΙΚΙΛΙΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
1	Αλπονουρά	Άσπρη μεσοπρώιμη ποικιλία, ανθεκτική στις ασθένειες, με μακρύ αραιόρωγο τσαμπί
2	Δαμιάτης (Ζουμιάτης)	Άσπρη μεσοπρώιμη ποικιλία με αραιόρωγο τσαμπί και μέτρια ανθεκτικότητα.
3	Τσαούσης	Άσπρη πρώιμη ποικιλία αραιόρωγη και αρωματική με λεπτή φλούδα. Είναι ποικιλία οινοποιήσιμη αλλά και επιτραπέζια. Πολύ ευαίσθητη στις ασθένειες.
4 & 5	Όψιμο Σουφλίου(Ανατολίτικο ραζακί) & Ραζακί (Αβουζ αλή)	Και οι δύο είναι επιτραπέζιες λευκές ποικιλίες, που κάποτε εξάγονταν σε μεγάλες ποσότητες στη Γερμανία. Το Όψιμο Σουφλίου έχει μια ιδιαίτερη ευαισθησία στη βροχή
6	Κερατσούδα	Λευκή ή, για να ακριβολογήσω, ροζέ ποικιλία με λαμπερό ροζ χρώμα. Οινοποιήσιμη και επιτραπέζια, με τραγανή σάρκα και πολλά αρώματα. Είναι πρώιμη, ανθεκτική και ιδιαίτερα παραγωγική.
7	Νεροπρωιιά	Κόκκινη όψιμη ποικιλία (τρύγος τον Οκτώβριο) με πυκνόρωγο μεγάλο τσαμπί. Ιδιαίτερα ανθεκτικό στον βοτρυτή.
8	Σασιάς (Chasselas Dore)	Κόκκινη ποικιλία από το ένδοξο γαλλικό παρελθόν. Ανθεκτική, όψιμη, με μέτριο τσαμπί.
9	Βοϊδομάτης (Βουβάλας μάτι)	Κόκκινη ποικιλία. Τα σταφύλια της έχουν χοντρή φλούδα, έντονο χρώμα, είναι πυκνόρωγα και ανθεκτικά.
10	Βουλγαρούδες	Κόκκινη ποικιλία ιδιαίτερα ανθεκτική, με όψιμο τρύγο, μικρό τσαμπί και ρώγα, αρωματικό και τανικό.
11	Καρναχαλάς	Κόκκινη ποικιλία και ίσως το «κόκκινο» χρυσάφι των εβρίτικων αμπελώνων. Έχει όψιμο τρύγο και είναι ιδανικό για μακρά παλαίωση. Σήμερα οινοποιείται μόνον στον Έβρο και στην Τένεδο.
12	Μπογιολαμάς	Κόκκινη ποικιλία, σχεδόν βαφική, αλλά με πολλά αρώματα και πυκνόρωγο τσαμπί.
13	Παμίδι	Πρόκειται στην ουσία για δύο ποικιλίες, μία κόκκινη και μία ροζέ. Και οι δύο τρυγούνται στις αρχές Σεπτεμβρίου και έχουν μικρές ρώγες - στη ροζέ το τσαμπί είναι πυκνόρωγο και στην κόκκινη αραιόρωγο.
14	Καράπαπας	Κόκκινη πυκνόρωγη ποικιλία, που τείνει να εξαφανιστεί. Υπάρχουν ελάχιστα φυτά στους αμπελώνες του νομού
15	Μαυρούδι ή Σέφκα	Κόκκινη ποικιλία, ανθεκτική, με ιδιαίτερα αρώματα και τρύγο στο τέλος Σεπτεμβρίου.
16	Σενζώ ή Γαλλικό (Cinsault)	Κόκκινη ποικιλία, κι αυτή από το ένδοξο παρελθόν, ανθεκτική, με μέτριο τσαμπί και αρώματα ιδανικά για κρασί nouveau.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ. Βασικότεροι αμπελώνες, οινοποιεία και ποτοποιίες στην ΠΕ Έβρου

ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ & ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ					
A.A.	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ & ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΕΤΙΚΕΤΑ	ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ	ΤΥΠΟΣ
1	Αμπελώνες Γκουτσίδα, Gutsidis Wines	Δίκαια Τριγώνου Ορεστιάδας, Έβρος – κρασί από σταφύλια βιολογικής γεωργίας & από το βορειότερο οινοποιείο της Ελλάδας			
2	Εβρίτικα Κελλάρια ΑΕ & Evritika Kellaria Winery	Μαράσια Τριγώνου Ορεστιάδας, Έβρος, επισκέψιμο οινοποιείο & αποσταγματοποιείο – ποτοποιείο, εμφιαλωμένα κρασιά, ρετσίνα, τσίπουρο με ή χωρίς γλυκάνισο, λικέρ. Πιστοποιημένο κατά HACCP & ISO 22000:2005 διαθέτει χώρο γευσιγνωσίας, πρατήριο πώλησης, μουσειακό χώρο και αίθουσα εκπαίδευσης.	ONAR ερυθρός	merlot	ερυθρός ξηρός
			ONAR λευκός	sauvignon blank	λευκός ξηρός
			ΟΡΦΕΑΣ ερυθρός	Merlot – μοσχόμαυρο	ερυθρός ξηρός και ημίγλυκος
			ΟΡΦΕΑΣ ροζέ	Merlot – μοσχόμαυρο	ερυθρός ημίγλυκος
			ΟΡΦΕΑΣ λευκός	sauvignon blank – ροδίτης	λευκός ξηρός και ημίγλυκος
3	Οινοποιείο - Αποσταγματοποιείο Αφοί Μπέλλα	Σουφλί, θέση Αλάνια στις ανατολικές παρυφές του δάσους της Δαδιάς, εμφιαλωμένα κρασιά, τσίπουρο με ή χωρίς γλυκάνισο, η παραγωγή κρασιού των αδελφών Μπέλλα, διαχωρίστηκε υπό την επωνυμία "Αμπελώνες Σουφλίου"	Μεταξένιος	Ασύρτικο	λευκός Οίνος
			Μαλαγουζιά	Μαλαγουζιά	λευκός Οίνος
			Οίνος	Κερατσούδα	Ερυθρός Οίνος
			50	Ασυρτικο – Μαλαγουζιά	λευκός Οίνος
			Μπέλλας Κόκκινο	Σενσο, Cabernet Sauvignon, Syrah	Ερυθρός Οίνος
			Μπιανκο	Κερατσούδα, Ασύρτικο, Μαλαγουζιά	Λευκός Οίνος
			Νέρο	Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot	Λευκός Οίνος

ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ & ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ					
A.A.	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ & ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΕΤΙΚΕΤΑ	ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ	ΤΥΠΟΣ
			Μπέλλας Λευκό	Κερατσούδα, Ασύρτικο	Λευκός Οίνος
			ΡΟΖΑ	Ασύρτικο, Syrah,	Ημίξηρο
			ΤΖΙΑΛΟ	Κερατσούδα, Ασύρτικο, Μαλαγουζιά	Λευκό ημίγλυκο
			Azzuro	Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot	Ερυθρό ημίγλυκο
4	Αμπέλου Τέχνη Τασιούλης	Αλεξανδρούπολη, Αεροδρόμιο - κρασιά & τσίπουρο, ρετσίνα			
5	Αμπελώνες Καδόγλου	Τυχερό Σουφλίου, Έβρος			
6	Αμπελώνες Ρήγα	Γεμιστή Πέπλου Φερών Αλεξανδρούπολης			
7	Βιολογικός Αμπελώνας Ράπτη	Κορνοφωλιά Σουφλίου			
8	Κρασιά Γουδουσάκη	Μαυροκλήσι Ορφέα Σουφλίου			
9	Melmar Winery	Απαλός Αλεξανδρούπολης, Έβρος - κρασιά Ελιξήριον από τους Μεταξάδες Διδυμοτείχου			

ΠΟΤΟΠΟΙΕΣ		
A.A.	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ & ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
1	Ούζο Γουγουλίδη	Ορεστιάδα, Έβρος
2	Ούζο Ρακιτζή	Διδυμότειχο, Έβρος - ούζο & τσίπουρο
3	Ποτοποιία Μητσά	Καστανιές Βύσσας Ορεστιάδας, Έβρος - ούζο Άλφα

ΠΟΤΟΠΟΙΗΣ		
Α.Α.	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ & ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
4	Ποτοποιία Γόιδας	Αλεξανδρούπολη, Έβρος
5	Ποτοποιία Έβρος, Παπαδημητρίου	Παπαδημητρίου - 11ο χλμ Αλεξανδρούπολης Συνόρων
6	Ποτοποιία Ουζουνίδη	3ο χλμ Ορεσιτιάδας Διδυμοτείχου - ούζο E17, ούζο Ορέστης, ηδύποτα, μπράντυ
7	Ποτοποιία Χατζόπουλου	6ο χλμ Αλεξανδρούπολης Φερών, ούζο premium & απλό, τσίπουρο με ή χωρίς γλυκάνισο
8	Τσίπουρα Μετάξι & Ορφέας, Συνεταιριστική Διατροφική	Συνεταιριστική Διατροφική - 2ο χλμ Σουφλίου Αλεξανδρούπολης, Έβρος
9	Αποστακτήριο Μανδάκης Στράτος	Αλεξανδρούπολη, Έβρος
11	Αποστακτήριο Μπακαλούδη	Σουφλί, Έβρος
12	Αποστακτήριο Μπασδάνης	Νίψα Τραϊανούπολης Αλεξανδρούπολης, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρο
13	Αποστακτήριο Νίψας	Νίψα Τραϊανούπολης Αλεξανδρούπολης, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρου
14	Αποστακτήριο Πετρίδη	Δόξα Μεταξάδων Διδυμοτείχου, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρου
15	Παραδοσιακό Αποστακτήριο Αγοράκης	Λύρα Τυχερού Σουφλίου, Έβρος, παραγωγή χύμα τσίπουρου

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΕ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ

A. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Επωνυμία			
Διακριτικός Τίτλος			
Άτομο για πληροφορίες			
Διεύθυνση (οδός, αρ., ΤΚ)			
Δήμος			
Στοιχεία Επικοινωνίας	E-mail:		
	Τηλ.		Fax: <input type="text"/>
Ιστοσελίδα			
Social Media (facebook, LinkedIn, Pinterest, Twitter, google+, Instagram, youtube)			

B. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Παρακαλώ αναφέρετε ποιες ποικιλίες και τις ετικέτες των προϊόντων που παράγονται στο οινοποιείο σας:

Ετικέτα	Ποικιλίες	Τύπος	ΠΟΠ, ΠΓΕ, κλπ	Βιολογικής καλλιέργειας
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>

2. Διαθέτει κάποια πιστοποίηση η επιχείρησή σας; Αν ναι, αναφέρετε συγκεκριμένα:

- HACCP
- Bio
- ISO

Organic

Άλλο _____

3. Παρακαλώ αναφέρετε συγκεκριμένα τα σημεία πώλησης και διάθεσης των προϊόντων σας:

Σε τοπικό επίπεδο	
Σε περιφερειακό επίπεδο	
Σε εθνικό επίπεδο	
Σε διεθνές επίπεδο	

Γ. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Το οινοποιείο σας είναι επισκέψιμο; Αν ναι, συμπληρώστε τις παρακάτω πληροφορίες:

Μήνες λειτουργίας:

Ωράριο λειτουργίας:

Ημέρα	Ώρες

Κόστος εισόδου (γενικό κόστος εισόδου & ανά κατηγορία επισκεπτών αν υφίσταται):

2. Διαθέτει το οινοποιείο σας υποδομές για υποδοχή και εξυπηρέτηση τουριστών; Αν ναι, σημειώστε ποιούς ακριβώς:

Χώρος γευσιγνωσίας

Πρατήριο πώλησης

Χώρος εστίασης

Ξενώνας

Χώρος αναψυχής

Χώρος εκπαίδευσης

- Μουσειακός χώρος
- Χώροι ευεξίας - spa
- Άλλο _____

3. Ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες προσφέρει η επιχείρησή σας στους επισκέπτες;

- Επίσκεψη σε αμπελώνες
- Επισκέψεις / Ξεναγήσεις στο οινοποιείο
- Εκπαιδευτικά προγράμματα/σεμινάρια σχετικά με τον οίνο
- Συμμετοχή σε δραστηριότητες σχετικές με τη συγκομιδή και παραγωγή οίνου
- Αγορά οίνου
- Θεραπεία spa/οίνου
- Προσωρινές εκθέσεις
- Διαμονή
- Άλλο _____
- Καμία από τις παραπάνω

4. Το οινοποιείο σας συμμετέχει σε διαγωνισμούς οινοπαραγωγής; Αν ναι, αναφέρετε σε ποιους και αν έχει κερδίσει κάποια διάκριση:

Δ. ΑΠΟΦΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

1. Πώς κρίνετε την τουριστική κίνηση όσον αφορά στον οινοτουρισμό κατά την τελευταία τριετία;

- Ανοδική Σταθερή Καθοδική

2. Ποια είναι, κατά τη γνώμη σας, τα οφέλη του οινικού τουρισμού για τα επισκέψιμα οινοποιεία; (επιλογή έως 3 απαντήσεις)

- Άμεση πώληση στους επισκέπτες – αυξημένα περιθώρια κέρδους
- Συνεχής έκθεση του προϊόντος στο καταναλωτικό τουριστικό κοινό

- Άμεση τροφοδότηση της επιχείρησης με πολύτιμες πληροφορίες για τις προτιμήσεις των καταναλωτών
- Ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας
- Αύξηση της πίστης των καταναλωτών
- Μείωση του προβλήματος της εποχικότητας
- Άλλο _____

3. Ποια είναι, κατά τη γνώμη σας, τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα επισκέψιμα οινοποιεία; (επιλογή έως 3 απαντήσεις)

- Κόστος για δημιουργία και συντήρηση των υποδομών
- Κόστος απασχόλησης προσωπικού
- Σπατάλη χρόνου κατά τη διάρκεια των επισκέψεων
- Περιορισμένος αριθμός επισκεπτών
- Μειωμένη προβολή και προώθηση του οινοτουρισμού
- Δυσκολία πρόσβασης των οινοποιείων
- Υπαρξη περιορισμένων οινικών διαδρομών
- Μη προβλέψιμη ροή επισκέψεων μέσα στο έτος
- Δυσκολία τήρησης των ζητημάτων υγιεινής και ασφάλειας
- Άλλο _____

Δίνω τη συγκατάθεσή μου για την αξιοποίηση των συλλεθθέντων στοιχείων για τους σκοπούς του έργου eTourist

Ευχαριστούμε θερμά για τη συνεργασία και τον χρόνο σας

2019

Interreg
Greece-Bulgaria



 **TOURIST**
www.maritza-evros.eu

European Regional Development Fund

D 3.2.3-Проучване на традиционните вина в Еврос

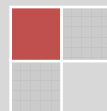
Доставки: D3.2.3 (WP3)

Партньор: DIMOSINETERISTIKI EVROS SA

Изпълнител: GNOSI DEVELOPMENT CONSULTING P.C



Този документ е създаден в рамките на Проект „Насърчаване и развитие на природното и културно наследство в българо-гръцката гранична зона чрез интелигентни и електронни инструменти“ с акроним eTOURIST, финансиран от Програма за сътрудничество „INTERREG VA Гърция – България 2014- 2020“. Споразумение за безвъзмездна помощ В2.6с.07 / 09.10.2017. Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие и от национални ресурси на страните, участващи в Програмата за сътрудничество "INTERREG VA Гърция - България 2014-2020 г." Съдържанието на този документ е изцяло отговорност на Evros Cooperative SA и в нито един случай не изразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.



Съдържание

1. ВЪВЕДЕНИЕ	5
2. Кратко представяне на регионалното звено „Еврос“	6
3. методология.....	8
4. Преглед на сектора на храните и напитките в Гърция	10
• 5. Традиция и методи за производство на вино за култивирани сортове вино ...	12
6. История и традиция в гръцкото винопроизводство.....	17
6.1 Гръцка история на виното	17
6.2 Лозарството като икономическа дейност.....	19
6.3 Класификация на сектора за производство на вино	21
7. Лозарство и производство на вино в Еврос.....	25
7.1 Вина Еврос.....	25
7.2 Лозя и винарни на Регионално звено Еврос	32
8. Възможности Еврос да се превърне в лозаро-винарски регион - добавена стойност на винопроизводството в регионалното икономическо развитие	42
S – STRENGTHS	43
W – WEAKNESSES	44
O – OPPORTUNITIES.....	45
T – THREATS	45
9. Възможности за популяризиране на Еврос като лозаро-винарски район, съчетан с туристическата промоция	49
ПРИЛОЖЕНИЯ	54
Приложение I. Култивирани и винопроизводителни сортове в Регионалното звено на Еврос	54
Приложение II. Най-важните лозя, винарни и дестилерии в Регионалното звено на Еврос	54
Приложение III. ВЪПРОС ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ.....	54



European Regional Development Fund



Списък с картини

Снимка 1. Политическа карта на регионалното звено „Еврос“	6
Снимка 2. Етапи на червено и бяло винификация.....	15
Снимка 3. Damiatis или Zoumiatis	29
Снимка 4. Karnahalas.....	29
Снимка 5. Mavroudi.....	29
Снимка 6. Keratsouda.....	30
Снимка 7. Razaki	30
Снимка 8. Pamidi	30
Снимка 9. Voulgaroudes.....	31
Снимка 10. Voidomatis.....	31
Снимка 11. Gutsidis Wines: Лозя	32
Снимка 12. Gutsidis Wines: Съоръжения за отлежаване	32
Снимка 13. Gutsidis Wines – Marous, Xino Mavroudi	33
Снимка 14. Gutsidis Wines – Epillio, Cabernet Sauvignon с Mavroudi	33
Снимка 15. Evritika Kellaria Винарна – Сградни съоръжения	34
Снимка 16. Evritika Kellaria Винарна – Сградни съоръжения	34
Снимка 17. Evritika Kellaria Винарна – Лозя.....	34
Снимка 18. Evritika Kellaria Винарна – Съоръжения за производство на вино.....	34
Снимка 19. Evritika Kellaria Winery – “Onar” бяло вино	34
Снимка 20. Evritika Kellaria Winery – “Orfeas”, червено вино.....	34
Снимка 21. Melmar – Сградни съоръжения.....	36
Снимка 22. Melmar – Дегустационна зала.....	36
Снимка 23. Melmar – лозе.....	36
Снимка 24. Melmar– Изба за остаряване.....	36
Снимка 25. Melmar– Наградените вина „Тайният път, Syrah 2016” и „Тайният път, Малагауза 2018”	36

Снимка 26. Melmar– Adyton, Mavroudi	36
Снимка 27. Bella Bros – Лозя	37
Снимка 28. Bella Bros – Съоръжения за производство на вино	37
Снимка 29. Bella Bros – Обиколка на лозята	37
Снимка 30. Bella Bros – Обиколка на дестилерията	37
Снимка 31. Bella Bros – “Onos”, Keratsouda вино	38
Снимка 32. Bella Bros – “Peninta”, червен, syrah & merlot	38
Снимка 33. Винен маршрут на Дионисос	42
Снимка 34. SWOT анализ	48

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящият резултат: „Проучване на интегрирана методология за културни, природни места и традиционна гастрономия в регионалното звено на Еврос“ (Доставяема 3.2.3) е подготвен от PC GNOSI DEVELOPMENT CONSULTING PC, съгласно специален договор с Възложителя: DIMOSSINETERISTIKI EVROS SA, в рамките на проект „Популяризиране и развитие на природното и културното наследство на българо - гръцкия трансграничен регион чрез интелигентни и дигитални инструменти“ (съкращение „eTOURIST“).

Проектът eTOURIST се осъществява в рамките на Европейската програма за териториално сътрудничество „INTERREG VA Гърция - България 2014-2020 г.“ в рамките на „Приоритетна ос 2 - Трансгранична зона с устойчиво и климатично приспособление“, тематична цел „б-съхраняване и защита Околна среда и насърчаване на ефективността на ресурсите“, инвестиционен приоритет „бв: Опазване, защита, насърчаване и развитие на природното и културното наследство“, специален предмет „4. Валоризирайте културното и природно наследство на ЦБ за туристически цели“, съфинансирано от Европейския съюз - Европейски фонд за регионално развитие (85%) и Национални ресурси (15%).

Целта на проекта eTOURIST е да насърчава и развива културно и природно наследство, гастрономия, включително винопроизводство, в Еврос и Хасково за туристически цели. Целта на проекта включва запис на обекти от културно и природно наследство - главно за туристически цели-, традиционни кулинарни и вина, включително традиционни рецепти, както и разработване на софтуер с цялата горепосочена информация, но и текстове, снимки, туристически маршрути и т.н.

Целта на общото проучване е цялостното записване и представяне на културните и природните ресурси, както и традиционната гастрономия на Регионалното звено на Еврос, като елементи от местното културно наследство, които могат да бъдат използвани за туристически цели.

Целта на настоящото проучване е да запише и представи винарната в района на Еврос и да представи историята на винопроизводството, характеристиките на лозаро-винарския регион, уникалните сортове вино, които могат да се намерят в региона, съществуващите винарни и възможностите за вино -производство и проучване на вино, с крайна цел възникването на Еврос като лозаро-винарски регион и винен туристически обект.

2. Кратко представяне на регионалното звено „Еврос“

Регионалното звено на Еврос е разположено в североизточния ъгъл на Гърция и по-специално на естествената граница на страната с България на север и с Турция на изток. Това е едно от трите тринационални места в Гърция. Това е естествената граница на Гърция с Турция и България, граничеща с Регионалното звено Родопи на запад и с Тракийско море на юг. Несъмнено географското местоположение на Еврос се счита за предимство, което може да помогне за стимулиране на местната икономика, търговия и туризъм. Наречен е Еврос от местната река, която е най-голямата на Балканите и пресича североизточния ъгъл на Гърция.

Регионалното звено на Еврос е едно от петте регионални звена в региона Източна Македония и Тракия. В допълнение, остров Самотракия е включен в своите административни граници. Регионалното звено на Еврос включва 5 общини: Община Александруполис, Община Орестиада, Община Дидимотейхо, Община Суфли и Община Самотраки. Столицата на Еврос е Александруполис (72 750 жители), който е най-важният административен, финансов и търговски център на региона и в същото време единственото пристанище на Тракия

Снимка 1. Политическа карта на регионалното звено „Еврос“



Еврос има обща площ от 4242 км² и население от 147 947 жители, според данните от преброяването от 2011 г. Това е най-отдалеченото регионално звено на Гърция, тъй като Александруполис (столица) е на 840 км от Атина, на 340 км от Солун, на 295 км от Истанбул и на 60 км от Комотини, където се намира централата на Източна Македония - Тракия.

Еврос е низинна зона с едва 10,3% планински места, в сравнение с обширните равнини, които заемат 62,4% от общата ѝ площ, като по-голямата част от тях се обработва. Съществуването на река Еврос, заедно с нейните притоци и множество напоителни канали допринасят за отглеждането.

3. методология

За да подготви това проучване, екипът на проекта, фокусирайки се върху библиографския преглед, извърши серия от действия, за да получи необходимата информация и да оцени нейната полезност във връзка с целите на проекта, които могат да бъдат постигнати.

По-специално, за да отчете историята на винопроизводството, характеристиките на района на производството на вино, уникалните сортове за региона и активните винарни на Регионално звено „Еврос“, екипът на проекта предприе следните действия:

- Събиране на информация за винените традиции в региона на Еврос и специално за:
 1. традицията за производство на вино в регион Еврос,
 2. култивирания методи, които се използват върху уникалните сортове вино в региона,
 3. историята и традицията на винопроизводството,
 4. характеристиките на района, отнасящ се до сортовете вино и виното, което се произвежда
- Оценка на възможностите за популяризиране на Еврос като лозаро-винарски регион чрез анализ на събраната информация за типичните сортове винено грозде в региона и оценка на тяхната добавена стойност в икономическото развитие на Еврос.
- Анализ на възможностите за популяризиране на Еврос като лозаро-винарски район, заедно с туристическа промоция.
- Анализ на събраната информация за типичните разновидности на референтната зона и оценка на тяхната добавена стойност за икономическото развитие на района, особено във връзка с туристическата индустрия.

По-конкретно, методологичният подход, който беше приложен, базиран на:

- ❖ Библиографски преглед на информация и свързани документи от източници на, като секторни проучвания, статии и стратегически политики за развитие на храни и напитки и винопроизводство от институции и организации, напр. Гръцкото министерство на земеделието за развитие и храните, Фондацията за икономически и индустриални изследвания (IOBE), Федерацията на гръцката хранителна промишленост (SEVT) и т.н. на.
- ❖ Теренни проучвания в винарните на Регионалното звено „Еврос“ с цел събиране на информация, която ще допринесе за изготвяне на по-пълна снимка на текущото положение на производството на вино в региона

- ❖ Анализ и обработка на събраната информация.
- ❖ Представяне на събрана информация в категории въз основа на структурата на настоящото изследване..
- ❖ Коментари за събраната информация

По отношение на методологията на теренното проучване, заслужава да се спомене, че екипът на проекта разработи конкретен въпросник, който е представен в приложение III, който беше изпратен (по електронна поща) до всички винарни, разположени в района и последващи телефонни обаждания. Бяха направени, за да помолят винопроизводителите да участват в проучването.

4. Преглед на сектора на храните и напитките в Гърция

Секторът на храните и напитките все още поддържа своята основна роля в гръцката икономика, въпреки настоящата трудна ситуация, както и като цяло гръцката преработвателна промишленост, като има всички необходими условия да остане ключов двигател в развитието на страната.

Най-важните въпроси, свързани с ролята на вътрешния сектор за храни и напитки, като трамплин към растежа, продължават да бъдат движени от екстраверсия и износ, качество на продукта, идентичност на продукта (търговска марка), но също така и от организираната промоция на гръцката храна. По-ефективната координация и по-тясното сътрудничество на представителите на сектора могат да помогнат за подобряване на ефикасността и ефикасността на промоцията на гръцки продукти, като се гарантира, че е избрана правилната стратегия, както и стабилността на нейното дългосрочно планиране.

Създаването на добавена стойност и засилването на екстраверсията в сектора също зависят значително от популяризирането на гръцките продукти, чрез добре проектирани мрежи за дистрибуция на продукти, базирани на качество и диверсификация, както и насърчаване на гръцката и средиземноморска кухня и диети, както в страната, така и в чужбина. Връзката с третичния сектор на ресторантьорството, хотелиерството и туризма като цяло, синергията на първия и третия стълб на гръцката икономика е допълнително средство за популяризиране на гръцките продукти, добавяне на стойност и потенциал за износ към сектора.

Хранителната промишленост е един от най-големите сектори в европейската преработваща промишленост, докато постоянно се очертава сред най-важните сектори във връзка с други важни сектори на европейската икономика, като автомобилния сектор, химическия сектор, промишлените машини и металните изделия сектор. В сравнение със средно за страните от ЕС-28, хранителният сектор в Гърция има по-голям принос в преработващата промишленост по отношение на броя на предприятията, оборота, производствената стойност, брутната добавена стойност и броя на заетите. Големият дял на гръцкия хранителен сектор в производството, отразява динамиката му в страната, но също така и по-малкото развитие на други сектори от тази индустрия.

Динамичният и невралгичен характер на сектора за храни и напитки в Гърция се демонстрира от неговите количествени цифри и тенденции (IOBE, 2017):

- Секторът на храните и напитките играе особено важна роля в гръцката преработка, тъй като е най-голямата индустрия в Гърция, представляваща около 30% от общата заетост и общите приходи.

- Вътрешната хранителна промишленост включва почти 1/4 (26,4%) от всички гръцки производствени компании. Другите два сектора с най-много гръцки производствени компании са метални изделия (14,3%) и облекло (7,2%).
- Секторът на храните и напитките също е най-големият работодател на местното производство, тъй като той също заема почти 1/3 от всички служители, докато сектор Метални изделия заема 6,1%, а сектор Облекло заема 5,9% от общия брой на заетите в гръцката преработвателна промишленост.
- Секторът на храните и напитките е високо класиран сред останалите сектори на местната преработвателна промишленост, тъй като има най-голяма производствена стойност (24,3% от общата), брутна добавена стойност (24,6% от общата сума) и заема първата позиция по отношение на оборот (почти 25,2% от общия брой), докато секторите за кокс и рафинирани продукти представляват 24,8% от общия оборот в местната преработвателна промишленост.

5. Традиция и методи за производство на вино за култивирани сортове вино



Виното е специален селскостопански продукт, тъй като е включено в гръцката кухня и диетата, а също така е популярна напитка, която придружава и подобрява широка гама от европейски и средиземноморски ястия, от най-простите и традиционни до най-сложните. В допълнение, той е свързан с релакс, комуникация, консумация на храна и гостоприемство. Освен това, той се използва в

различни религиозни церемонии на много култури, а също така историята на търговията с вино е наистина важна в много страни по света.

Основна характеристика на лозаро-винарския сектор, която трябва да се има предвид, е вековната традиция на лозарството и винопроизводството в Гърция, тъй като историята на гръцките вина обхваща най-дългия период в световен мащаб по отношение на непрекъснатото отглеждане на лозата и дългосрочното производство на вино. Освен това, виненият сектор е един от най-важните сектори на гръцката икономика, не само за вътрешния пазар на напитки, но и за развитието и промотирането на всички гръцки традиционни продукти на чуждестранни пазари.

Въпреки това, модернизацията и развитието на лозаро-винарския сектор, както е известно в момента, започва от 60-те години на миналия век, когато големите компании инвестират много в производството на бутилирани вина. В наши дни винената индустрия в Гърция е разпокъсана, тъй като включва няколко мащабни винарни, както и голям брой малки и средни винарни, земеделски кооперации и компании за внос. Големите компании контролират значителни порции от домашния пазар на бутилирани вина, обхващащи цялата страна чрез широко разпространени мрежи за дистрибуция.

Досега средните компании успяват да придобият значителни дялове от пазара на бутилирано вино, като се фокусират върху качествени продукти и конкретни сортове. Голямото вино се произвежда главно от малки и средни компании, които го разпространяват на местните пазари.

Като цяло, производството на вино както



на вътрешния, така и на европейския пазар се счита за висококачественото, а гръцките вина са спечелили много награди в няколко международни конкурса.

Дейността по дистрибуция често се извършва от компании вносители, които също имат добре развита дистрибуторска мрежа. Те внасят вина основно от ЕС, като същевременно внасят алкохолни напитки. За разлика от тях, тяхната основна (или дори изключителна) дейност на винопроизводителните компании е производството и предлагането на пазара на вино. И накрая, селскостопанските кооперации играят важна роля в домашното производство и в наши дни е започнало и производството на биопродукти с чисто „гръцка идентичност“, тъй като след приемането на 9 март 2012 г. беше установена институционалната рамка за биологично производство на вино. Регламент за изпълнение (ЕС) 203/2012, който посочва подробни правила за производството на био вина. В действителност преминаването към био вино изглежда да има добри перспективи поради непрекъснатото нарастващото търсене на гръцко био вино от задгранични пазари, но и от гръцкия пазар и се изчислява, че доходът, който производителите могат да спечелят от био вино, е най-малко 20 -25% по-високо от конвенционалното вино.

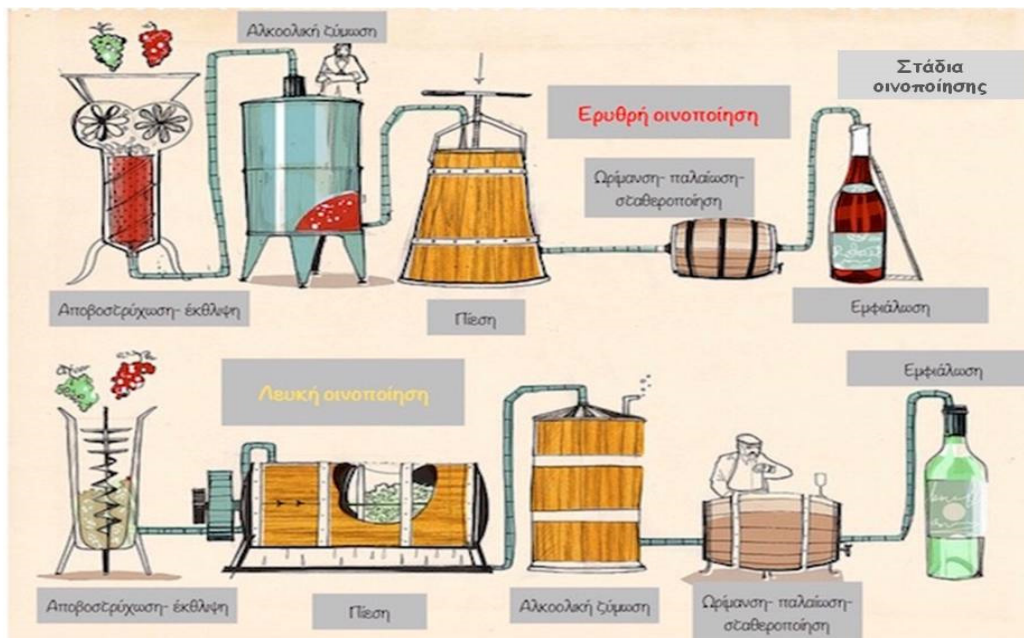
Освен това през последните години качеството и репутацията на бутилирани гръцки вина значително се подобриха, което се потвърждава от текущите награди, присъждани в международни състезания. Много компании са инвестирали в модернизация, които понякога са част от европейските и националните програми за съфинансиране. Експортната ориентация на (особено големите) компании в сектора е силна. Основните пазари за износ на гръцки вина са Германия, САЩ, Канада, Франция и Белгия, където първите 3 от тях се считат за силни хомогенни общности, които поемат голям дял от износа.

Пазарът на вино включва „студения“, който се отнася главно до развлекателни и ресторантьорски и кетъринг услуги, както и „горещия“, който е свързан с вътрешното потребление. Дистрибуцията на продукти се извършва главно чрез търговци на едро и дилъри, докато супермаркетите и мазетата са основните търговски обекти (ICAP, 2010).

През последните години се наблюдава значително подобрене в технологията на лозаро-винарския сектор. Етапите на производството на вино са доста стандартни, като в същото време в много отделни етапи е внедрена значителна автоматизация. Големите компании, при непрекъснати инвестиции за модернизация, приеха много автоматизирани системи, които включват няколко етапа от получаване на суровини до доставка на крайни продукти от склада. Автоматичните решетки от неръждаема стомана контролират по електронен път различни характеристики на суровините, постоянните тръбопроводи от неръждаема стомана прехвърлят продукта от един етап в друг, автоматичните преси имат способността да разделят фракции на продукта, хладилните машини контролират температурите на ферментация и накрая резервоарите от неръждаема стомана заместват бетонните, Днес резервоарите от

неръждаема стомана покриват средно около 60% - 70% от нуждите на гръцката винарска изба, а производствените единици, както и районите за стареене, в повечето случаи са контролирани с температура.

Снимка 2. Етапи на червено и бяло винификация



По-специално, дъбовите бъчви се използват за отлежаване на вина, които са заменени от компании. Производственият процес е завършен с автоматично бутилиране, етикетиране и окончателно опаковане на продукти. В по-малките компании горните етапи на производство обикновено се следват по-традиционно и има висока степен на ръчно бутилиране. По принцип големите компании, както и кооперациите, имат висок производствен капацитет, но те не се експлоатират ефективно. По-високи нива на използване, достигащи 80%, има в големите предприятия, с голям обем на производство, за разлика от кооперациите с ограничено използване.

Всеки бизнес обаче трябва да се стреми да има силен производствен капацитет, за да може да реагира на големи количества суровини, постъпващи през периода на прибиране на реколтата. Следващите етапи на производствения процес изискват голям капацитет в резервоари и райони за стареене. Що се отнася до района на застаряване, предприятията се стремят да разширят и подновят бъчвите, както и да проектират специални зони, където се провеждат дегустации, екскурзоводско обслужване, пазаруване и други подобни дейности с цел разширяване на комуникацията с потребителите.

И накрая, трябва да се отбележи, че всички винарски компании имат собствена химическа лаборатория. Въпреки това са открити пропуски в приложните изследвания на виното в лозарството, лозарската технология, подобрените добиви. Тези пропуски не могат да бъдат лесно запълнени, защото изискват специализация и изследователски дейности. Органи и организации, които съжителстват в една и съща област, не са в

състояние да си сътрудничат ефективно поради различни проблеми, с които се сблъскват.

6. История и традиция в гръцкото винопроизводство

6.1 Гръцка история на виното

Всяко позоваване на историята на гръцкото вино неизбежно съдържа елементи, отнасящи се до културата, икономиката, религията, социалния живот, ежедневието и местата, където се е извършвало лозарството, производството на вино и консумацията на вино.

Историята на гръцкото вино обхваща изключително дълъг период от време, най-дългият в света, по отношение на непрекъснатото отглеждане на лоза и производството на вина във времето. Началото на лозарството в Гърция се връща към историческите времена и има вековна традиция. Оттогава лозята и виното съпътстват Гърция и нейните жители до днес, без прекъсване. По отношение на гръцкото наследство, тоест местните нрави, обичаите, традициите, както и гръцката кухня, виното е видно и е неразделна част от тях. Дори в нашето културно наследство той е бил източник на вдъхновение за писатели и художници.



Производството на вино може да не е родено в Гърция, но именно древните гърци развиват изкуството на винопроизводството, лозарството и маркетинга на вино на високо ниво. Още повече, че те успяха да издигнат виното от просто напитка и спомогнаха за ранното развитие на богата винена култура. Например, древните гърци са вярвали в бога на покровителя на виното, Дионис, факт, който показва важноста, която е била дадена на тази „божествена“ напитка. Не е случайно, че в древна Гърция виното е било хвалено от поети, историци и художници, а също и честите споменавания на виното са открити в творбите на Езоп и Омир.

В Гърция обаче виното се смятало за привилегия на висшите социални класи. През класическия период, включително златния век на Атина с раждането на демокрацията, философията и големия разцвет на изкуствата, виното е включено в ежедневието и обществото, по-специално чрез известните „симпозиуми“. Трябва да се спомене, че археологическите проучвания са открили първите следи от винопроизводството във Филипи в източна Македония през праисторическия период (около 4500 г. пр.н.е.). Древногръцката винарска традиция намери своето продължение през римския период, с приемането на много техники за отглеждане и производство на вино от римляните, докато Византия и християнството допринесоха каталитично за историческото продължаване на лозарството и виното. В продължение на около един милион години манастирите са били места за лозарството и винопроизводството със

своите организирани винарни. През византийските времена в Гърция процъфтява голяма цивилизация, запазваща от древногръцкия език, наред с други неща, езика и голямата традиция на лозарството и производството на вино от „византийското вино“. Някои практики на винопроизводството са запазени, други са се развили, но гръцкото вино винаги е играло важна, както търговска, така и социална роля.

Приносът на християнството ще бъде катализатор за историческото продължение на виното в Гърция, тъй като лозето - буквално - украсява цялото византийско изкуство, манастирите са активни лозя (Света гора) и Светото Причастие използва сладки вина, произведени на гръцките острови, Въпреки това, лозарството в Гърция, въпреки подкрепата на Византия, ще премине през трудни времена, тъй като враждебните набези върху континенталната част и пиратството на островите нарушиха трайното и дълготрайно спокойствие на отглеждането на лозата, но отново имаше периоди на големи търсене на гръцко вино. От друга страна, много региони, отново водени от Беломорските острови и Крит („вино от Пасос“), са били водещи в износа на вина по крайбрежните пътища и богатите маси на византийските императори.

По време на управлението на Османската империя турците, главно поради своята религия и за разлика от други завоеватели, не се възползвали от богатството на гръцкото лозе. В най-добрия случай, след падането на Истанбул, те оставят лозарите да произвеждат собствено вино, точно както прадедите им преди хиляди години, а също така им предоставиха привилегии за самоуправление (търговия с вино на островите) или автономия (Тамаси Договор). Въпреки че мюсюлманската религия забранява производството на вино, както и отглеждането на лози от мюсюлмани, позволява събирането на данъци върху лозарството и производството на вина от гръцки християни. Така на много места от Османската империя, където местните жители продължават да отглеждат лозя, местните господари запазват част от произведените количества вино. В много случаи жителите отказват този данък върху робството. По този начин много лозя бяха изоставени или унищожени като отплата, докато на други места историческите лозя продължават да се отглеждат.

В континенталната част местните манастири, които притежават големи лозя, както и първите организирани винарни, помогнаха за опазването на много гръцки сортови вина. Най-важни бяха монашеските държави на Атон, които вече са произвели известните вина (например вина от „Метеори“).

През първия период на гръцката независимост от турците и след създаването на гръцката държава като независима държава започват първите опити за лозарството и производството на вино и се появяват първите гръцки енолози. След средата на 19 век се появяват първите големи винарни, които са били собственост или участие на европейци (Клаус в Ахея и Тул в Кефалония), определящи по същество принципите на съвременното гръцко винопроизводство. Тези винарни са имали директен достъп до европейските пристанища. Имаше и големи винарни в Атика (Кампас) и по-малко

известни в Немея, Самос, Науса и Санторини, които държаха водещите гръцки експортни пазари, като Русия е основен пазар.

Първите гръцки енолози, които учат във Франция, се завърнаха в Гърция, докато страната разшири границите си, анексирайки Йонийските острови и региона Тесалия към своята територия, достигайки около половината от днешната си площ.

Наличието на големи кооперативни винарни (в Крит, Родос, Самос, Немея, Патра, Науса, Санторини, Тирнавос и др.), както и големи частни винопроизводители (Бутари и Цандали в Македония и Куртакис в Атика) доведоха до усвояването на големи количества грозде и производството на качествени търговски вина.

През периода Модерн, през 1971 г. се провежда първата модерна категоризация на гръцките вина, тъй като първите наименования за произход на вината в Гърция са законодателни според стандартите на френското законодателство.

6.2 Лозарството като икономическа дейност

Гърция е страна с дългогодишна традиция в лозарството, където лозарството и производството на вино са неразделна дейност на много места и продължават да се развиват заедно с културното наследство на всеки регион. По този начин виното е важен продукт както за местното селскостопанско производство, така и за промишлеността.

През последните 150 години производството на вино претърпя революционна еволюция и като изкуство, и като наука. Имайки достъп до охлаждане, винарните са успели да контролират температурата на процеса на ферментация и производството на висококачествени вина в райони с висока температура. Въвеждането на машини за прибиране на реколтата позволи на винопроизводителите да увеличат размера на лозята си и да ги направят по-продуктивни.

Въпреки че винената индустрия е изправена пред предизвикателството да отговори на изискванията на непрекъснато разрастващия се пазар, без да губи отличителния характер на своите вина, технологията спомогна за осигуряването на доста последователен механизъм за доставка на висококачествени вина.

В този контекст през последните години бяха направени структурни промени с цел повишаване на конкурентоспособността на гръцките вина, за да се получи подходящо място на международния пазар. През последните пет години се наблюдава тенденция на международна екстровеерсия от гръцките винопроизводителни компании. Въпреки

че производството на гръцко вино е намаляло, има промяна към по-висококачествено бутилиране и износ на вино, както и по-тясно сътрудничество между бизнеса в сектора.

Секторът на винарната е един от най-важните сектори на гръцката икономика не само за вътрешния пазар на напитки, но и за развитието и популяризирането на гръцките традиционни продукти на външните пазари.

През последните години гръцката винарска индустрия направи големи подобрения, като въведе значителни инвестиции в съвременната технология за производство на вино. Освен това новото поколение винопроизводители се обучават в най-добрите винарски училища в света, а гръцките вина продължават да получават най-високите награди в международни състезания, както и признанието, което заслужават в световен мащаб. Това, което мнозина наричат модерно гръцко регенериране на вино“, се е появило през последните десетилетия на 20 век и се характеризира с различни събития, както в лозарството, така и във винопроизводството.

На гръцкия пазар, освен големите производители на винопроизводство, се развиват и малки и средни, вертикално интегрирани винени ферми, които произвеждат вина с ограничено производство, като се използват както гръцки, така и международни сортове лоза. Има ентузиазирани винопроизводители (много от тях и енолози), които или продължават, или възраждат исторически гръцки лозя и понякога създават нови.

Междувременно имаше стотици гръцки енолози, които учат главно във Франция, а също и в други европейски и други страни, както и завършили гръцки университети, специализирани в лозарството и енологията, които научно засилиха потенциала на страната, като насочиха производството си за използване Уникалният сортен потенциал на Гърция чрез съвременни технологии и техники за производство на вино. През същия период имаше нови професионалисти във винарската индустрия, като гръцки винарски журналисти и гръцки винопроизводители, докато се организират важни гръцки винарски панаири (Оинорама, Дионисия) и други състезания (гръцки конкурс за вино, Международен конкурс за вино в Солун).

Резултатът от тези разработки започва да се появява на гръцкия пазар, където местните потребители и посетители от цял свят откриват гръцките вина. Следователно, регенерацията на съвременното гръцко вино продължава с нова вълна от развитие на малки винарни към края на 20-ти век, като кулминацията е в първото десетилетие на 21-ви. Много от тези винарни са собственост на традиционни лозари, които инвестират във вино, докато по-новите и по-стари винарни все повече се интересуват от винен туризъм. В днешно време модерното регенериране на гръцкото вино доведе до резултати, а домашните вина непрекъснато печелят много награди в състезания. Добре оборудваните, съвременни винарни, ентузиазирани винопроизводители и квалифицирани енолози също използват гръцките сортове грозде. Освен това трябва да се спомене, че има гръцки сортове лози, които произвеждат много изключителни и

световни вина. Ясно е, че повишаването на качеството на съвременните гръцки вина не може да се счита за случайно и временно. В резултат на това все повече внимание се обръща на лозето, особено на оптимизирането на неговото отглеждане, чрез прилагане на съвременни и одобрени техники, както и на появата на местни сортове

Гърция обаче остава сравнително малка страна, особено по отношение на производството на вино, с площ от 615 000 декара лозя. Площта на лозята е еднаква през последното десетилетие, въпреки че се очаква леко увеличение през следващите години. Броят на лозарите е около 180 000, което се равнява на 1/5 от собствениците на земи, занимаващи се със земеделие. По този начин размерът на собствеността на лозята е около 5 декара, което означава, че отглеждането на лоза в Гърция е силно фрагментиран сектор. Освен това има повече от 1.290 винарни, които произвеждат вино, като този брой се увеличава почти всяка седмица.

През 2017 г. годишното производство на гръцко вино възлиза на 2,5 милиона хектолитра, което прави Гърция 17-тата страна производител на вино в света. Доминират белите вина, като червените вина представляват 1/3 от общото производство. Процентът вина, произведени от гръцки сортове, достига 90% от общото производство. Трите най-важни сортове по отношение на количеството са: „Savatiano”, „Roditis” и „Agiorgitiko”.

Основните винарни се намират в районите на Крит, Пелопонес, Македония и Централна Гърция. Най-голямата защитена зона на наименованието за произход на червените вина е „Немея”, за белите вина е „ЗНП Патрас”, за сладките бели вина е „ЗНП Самос”, а за червените сладки вина е „ЗНП Мавродафни Патрас”. Трябва да се отбележи обаче, че само на няколко места в Гърция няма лозя. Има общо 33 „ЗНП зони”, най-забележителните от които са ЗНП Мандиней (с вина Moschofilero), ЗНП Науса (от Синомавро) и ЗНП Аминтайо (от Синомавро). Има и повече от 100 зони на ЗГУ (Защитено географско указание).

6.3 Класификация на сектора за производство на вино

Секторът за производство на вино, според класификацията на Гръцката статистическа служба, попада в под-клон 159.3, който е включен в основния отрасъл „159 - дестилерия“. Въпреки това разнообразните характеристики и различните свойства, които може да има виното, са характеристиките за класифицирането му. Класификацията на виното спомага за лесно справяне и лесно разделяне и по този начин улеснява процеса на подбор, тъй като групирането на вина въз основа на общи характеристики спомага за намаляване на нелоялната конкуренция и защита на

потребителите. По тази причина класификационните характеристики на вината са определени и контролирани от гръцкото законодателство.

По-долу са изброени най-важните категории за класификация на виното:

- *Time* *Време за отлежаване на виното*

Този вид класификация на вината зависи от времето, изминало между реколтата и времето, когато вината могат да бъдат пуснати за консумация.

- *Цвят на виното*

Това е най-простият вид класификация на виното. По-специално, има бели и червени вина.

- *Сладост на виното*

Усещането за сладост е една от основните характеристики на виното. Захарите са най-важните съединения, намиращи се във виното, останали от процеса на ферментация, които имат сладък вкус.

- *Content Съдържание на въглероден диоксид (CO₂) във виното*

Този вид класификация се прилага за вина, които при отваряне отделят въглероден диоксид. Този газ може да бъде или естествено произведен по време на ферментационния процес, или изкуствено добавен по време на производството на вино.

- *Административна класификация - законодателство*

Този вид класификация включва всички Законно защитени лозя и географски указания. Концепцията за "защитена лозарска площ" е много стара във лозаро-винарския сектор. В древна Гърция царете щамповали глинени рафтове на амфорите с печата на конкретното географско указание и имало закони, които „защитаваха“ качеството на местното вино. По-късно тази система беше приета във Франция, където концепцията на „Appellation d 'Origin Controlle“ се отнася до избраната и проверена лоза до окончателния процес на контрол на бутилката.

Друга класификация, която е дефинирана от европейското законодателство и приета от гръцката, класифицира вината в две основни категории, както е показано на фигура 1.2 .: (а) Качествени вина, произведени в определен район (V.Q.P.R.D.) и (б) Трапезни вина. По-специално, V.Q.P.R.D. вината включват превъзходно вино с определен произход и вина с контролирано наименование за произход. „Наименование за произход“ означава, че наименованието на вино, признато като общо търговско наименование за вината в даден регион, когато те отговарят на специфични условия относно: the wine production area

- *сортския състав на лозята*

- *техники за отглеждане*

- *методите на винопроизводството*
- *минималното алкохолно съдържание*
- *Добив на площ.*

В резултат класификацията на вината в законово определени и регулирани класификации е представена по-долу въз основа на съответната директива / Обща организация на пазара, приета с оглед преструктурирането на лозаро-винарския сектор:

i. Защитено наименование на вина за произход (ЗНП): Защитеното наименование на произхода на вината се произвежда от сортове грозде, произхождащи от лозя, разположени в границите на защитената зона, а гроздето (поне до известна степен) също е винифицирано в местните винарни. Добивът на лозята не може да надвишава 1200 кг на декар. За да бъдат пуснати на пазара, те трябва да преминат през класификация по отношение на техните аналитични и органолептични компоненти. В Гърция защитеното наименование на произхода вина (ЗНП) също има специален контролен филм, който обикновено се поставя на гърлото на бутилката за вино.

II. Защитени вина с географско указание (ЗГУ): Защитените вина с географско указание също се произвеждат в законно определени райони и от местни винарни. За разлика от вината от ЗНП, сортовете грозде, от които се произвеждат тези видове вина, също могат да не са местни и като цяло оставят повече гъвкавост на сортовия състав на произведеното вино. Добивите на лозята, както и ключовите елементи от тяхното производство се контролират по същия начин, както при вината със ЗНП, но няма изискване за тяхното класифициране.

III. Вина без защитено наименование за произход: Вината без защитено наименование за произход са тези, които могат да бъдат произведени от всеки сорт грозде, на всяко географско място и могат да бъдат смесени с всякакви други видове вина. Тези вина се произвеждат съгласно всички правила за производство на вино, изисквани от съответното законодателство, но не подлежат на ограничения за добива на лозята или произхода на гроздето.

7. Лозарство и производство на вино в Еврос

Източна Македония и Тракия и особено Еврос и Суфли се считат за известни лозаровинарски райони с местни, стари сортове грозде от началото на 18 век.

В региона на Еврос - и особено в Суфли - лозарството и производството на вино се разраства бързо от 1870 г. до началото на 20 век. Тогава, поради изграждането на линия Orient Express и френската инсталация на железопътна инфраструктура, бяха засадени много френски сортове грозде.

Всъщност французите научиха местните хора на метода на линейни лозя, докато в останалата Гърция този вид отглеждане започва в началото на 80-те години.

В същото време големи количества вино и вероятно гапи трябва да са били изнесени във Франция. Икономическият бум на производството и износа на вино е между 1880 и 1898 г., когато „гроздова филоксера“ унищожи всички френски лозя. Този икономически бум завърши с Балканите и Първата световна война, по време на която бяха унищожени по-голямата част от местните лозя.

В наши дни професионално отглежданите лозя са ограничени и количеството на производството на вино е по-ниско, отколкото може да произведе тази площ. В допълнение, местните сортове грозде представляват сравнително неизползван природен ресурс, ценен за местната икономика, който може да бъде загубен поради широкото отглеждане на търговски сортове грозде, които доминират на пазара на вино и не оставят място за други сортове.

7.1 Вина Еврос

Местните лозя са разположени главно в централната (зона Суфли) и северната част на Еврос, близо до границите на Гърция и България (регион Тригоно). Дългогодишната традиция на „Еврос“ в лозарството и производството на вино е оправдана от създаването на „ЗГУ Еврос“, в което присъствието на червени винени местни сортове „Карлаханади“, „Мавроуди“, „Мпогиамадес“ и „Памиди“ е забележително.

В Регионалното звено на Еврос, вина със защитено географско указание (“PGI Evros Wines - местни вина Evros”) се произвеждат от грозде, произхождащо от лозя, разположени на височина над 20 метра, в границите на създадената зона PGI Evros. в 2010.

Някои сортове вина от PGI Evros са следните:

- Athiri
- Asirtiko,
- Zoumiatiko (damiatis),
- Malagouzia,
- Chardonne,
- Совиньон Блан,
- Требиано,
- Karlahanades,
- Keratsouda,
- Limnio,
- Mavroudi,
- Moshomavro,
- Mpogialamades
- Pamidi,
- Sefka,
- Grenache Rouge,
- Cabernet Sauvignon,
- Carignan,
- Merlo,
- Senso

Най-често срещаните видове вина от PGI Evros са:

- Бяла суха, полусуха, полусладка, сладка
- Роза суха, полусуха, полусладка, сладка
- Червено сухо, полусухо, полусладко, сладко

Тази класификация е въведена през юли 2010 г. и производството и дистрибуцията на вина от ЗГУ Еврос вече започна.

Таблица 1 обобщава 16-те винопроизводителни сорта грозде, отглеждани и винифицирани в регионалната единица на Еврос. Двама от тях са французи, но поради разрастването им в конкретни територии са елиминирали „родните“ си черти и са придобили собствена отчетлива идентичност.

Маса 1: Култивирани и лозаро-винарски сортове грозде в Регионално звено Еврос

	РАЗНООБРАЗИЕ	ОПИСАНИЕ
1	Alponoura	Бял, устойчив на болести среден сорт, с дълъг грозде
2	Bogiolamas или Bougiolamas	Червен сорт, почти обаярен, с наситено бледо черен цвят. Растението е здраво, продуктивно, много чувствително

	РАЗНООБРАЗИЕ	ОПИСАНИЕ
		към късните семена, но има много аромати и дебел грозде. Той се използва широко при пространствено винифициране в смеси с цел подобряване на цвета на произвежданите вина.
3	Neroproimia	Червен късен сорт (реколта през октомври) с голям куп трънки. Високо устойчив на ботрит.
4	Опимо от Сойфли (ориенталски разаци)	Маса бял сорт, някога изнасян в големи количества за Германия. Чувствителен е към дъжд Маса
5	Pamidi	По-специално те са две разновидности, една червена и една роза. И двете се берат в началото на септември и имат дребно грозде - при сорт роза гроздето има плътен цвят, а при червения сорт има светъл цвят. Това е жизнено, здраво, плодородно, продуктивно растение, но е много чувствително към ботрити и кисели гниен
6	Razaki (Avouz ali)	Бял, жизнено продуктивен и издръжлив сорт, изнасян веднъж в големи количества за Германия. Смята се за най-важният маса сорт лоза с голямо географско разпространение. Комерсиалното узряване на гроздето ескалира, в зависимост от региона и културните интервенции от началото на септември до края на октомври. Гроздето от Разаци е силно запазено и транспортирано и затова се счита за най-добрият търговски сорт.
7	Шаселас Доре	Червен сорт от славния френски период. Издръжлив, късен, умерен грозде.
8	Cinsault	Червен сорт, също от славния френски период, той е траен, има средно грозде и аромати, идеални за производство на вино в нуво
9	Tsaousis	Червен сорт, също от славния френски период, той е траен, има средно грозде и аромати, идеални за производство на вино в нуво
10	Voidomatis	Червен сорт. Гроздето му е с дебела кора, има интензивен цвят, гъсто е и трайно.
11	Voulgaroudes	Червеният сорт особено издръжлив, с късна реколта,

	РАЗНООБРАЗИЕ	ОПИСАНИЕ
		малък грозде, ароматен и танинов
12	Damiatis или Zoumiatis	Бял среден сорт, известен от XII век. С по-тънък грозде и умерена трайност се използва за винопроизводство. Той произвежда вина с умерено алкохолно съдържание, умерена киселинност и леко ароматен вкус
13	Karapapas	Червен сорт с гъст грозде, който изчезва. В лозята на регион Еврос има много малко растения.
14	Karnahalas	Червен местен сорт (наричан „червеното“ злато на лозята на Evros). Предлага се форма за зелено събиране и е идеална за дълго отлежаване. Той произвежда ароматни и в същото време танинови вина, с добър баланс между алкохол и киселинност, добра дебелина и добър цвят. Има исторически справки за неговото култивиране в края на 19 век. В наши дни той се винифицира само в Еврос и Тенедос, а местните винарни полагат усилия за разпространение на сорта „Карнахалас“ на пазара чрез засаждане на нови площи.
15	Keratsouda	Сорт роза с ярко розов цвят. Винопроизводство и съдове за маса, с хрупкава плът и много аромати. Това е ранен, издръжлив и високо продуктивен сорт.
16	Mavrodi или Sefka,	Червен сорт, устойчив на засушаване и заразяване с Йод и Ботритис. Характеризира се с много високи добиви, без да е необходимо специално влагане, специфични аромати и реколта в края на септември. Може да отлежава дълго време поради тежкия си аромат, богат сладък вкус и доста здрави танини. Това е чист тракийски сорт. Името на сорта Мавроди идва от тъмния (черен) цвят на кората му и затова Mavroudi се използва главно за производството на тъмночервени вина, които обаче са трудни за получаване. В България го наричат Мавруд, Качивела или Циганка

Снимка 3. Damiatis или Zoumiatis



Източник: <http://www.newwinesofgreece.com>

Снимка 4. Karnahalas



Източник: <http://www.bankofwine.gr>

Снимка 5. Mavroudi



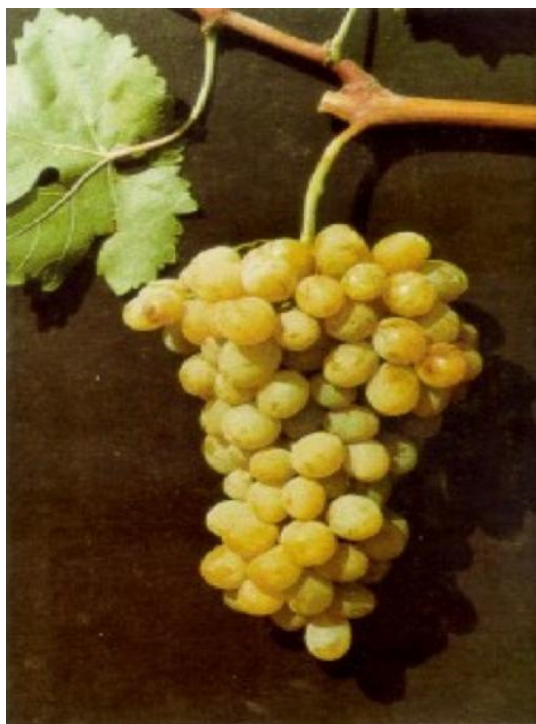
Източник: <https://www.ypaithros.gr/>

Снимка 6. Keratsouda



Източник: <http://winewalker.gr/>

Снимка 7. Razaki



Източник: www.gaiapedia.gr

Снимка 8. Pamidi



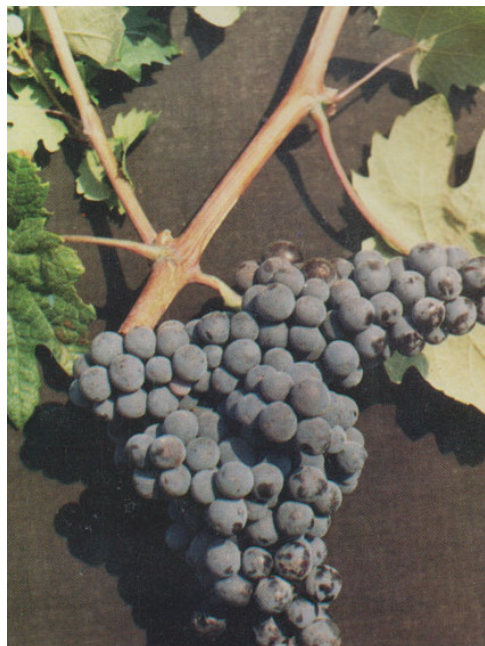
Източник: <https://www.ilovegreekwine.com>

Снимка 9. Voulgaroudes



Източник: <http://winewalker.gr/>

Снимка 10. Voidomatis



Източник: <http://winewalker.gr/>

7.2 Лозя и винарни на Регионално звено Еврос

Местните лозя и винарни могат да играят значителна роля за привличане на посетители, развиване на винен туризъм и по този начин да допринесат значително за икономическото развитие на Регионалното звено на Еврос, особено ако са комбинирани с други туристически инфраструктури

Най-важните винарни на Регионалното звено на Еврос, много от които трябва да бъдат посетени, са следните:

<p>Gutsidis Wines</p>	<p>Те се намират на мястото Дикая на Общинско звено Орестиада в Еврос.</p> <p>Това лозе се простира над хълмове, където се намират древни тракийски гробници и се нарича „Лозята на Дикая“ и се записва от 16 век от турския историк и пътешественик Евлия Челеби.</p> <p>Бежанците от Източна Ромулия, които дойдоха тук, носеха лози от сортове като кисел Мавуди (Синомавро) и Памиди.</p> <p>Виното се произвежда от био грозде, като в същото време е най-северната винарна в Гърция. На надморска височина от около 300 метра и континентален климат лозите растат в студени зими и меки сухи лета. Климатичните условия, до голяма степен зависещи от река Еврос, създават характера на вината Гуцидис, произведени от гръцки и международни сортове грозде, като Assyrtiko, Malagouzia, Roditis и Sovignon Blanc (White) и Xiniri, Mavroudi, Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot и специалният местен сорт Памиди (Червен).</p> <p>Процесът на винопроизводство е сертифициран от TUV AUSTRIA HELLAS</p>
------------------------------	--

Снимка 11. Gutsidis Wines: Лозя

Снимка 12. Gutsidis Wines: Съоръжения за отлежаване



Снимка 13. Gutsidis Wines – Marous, Xino Mavroudi

Снимка 14. Gutsidis Wines – Epillio, Cabernet Sauvignon с Mavroudi



Източник: <http://gutsidis-wines.com>

<p>Evritika Kellaria Винарна</p>	<p>В североизточна Гърция, на 10 км от границата с Турция и България, в Марасия на общинското отделение Тригоно в Орестиада, винарната Евритика Келария е разположена на хълм, заобиколен от лозя. Това е посетена Winery & Distillery - дестилерия с бутилирани вина, рецина, ципуро (със или без анасон) и ликьор. Произвежданите вина са "Онар", "Орфей" и "Енигма".</p> <p>Винарната е сертифицирана от HACCP & ISO 22000: 200, а в нейните съоръжения са включени дегустационна зала, търговски обект, музей и зала за обучение.</p>
--	---

Снимка 15. Evritika Kellaria Винарна – Сградни съоръжения



Снимка 16. Evritika Kellaria Винарна – Сградни съоръжения



Снимка 17. Evritika Kellaria Винарна – Лозя



Снимка 18. Evritika Kellaria Винарна – Съоръжения за производство на вино



Снимка 19. Evritika Kellaria Winery – “Onar” бяло вино

Снимка 20. Evritika Kellaria Winery – “Orfeas”, червено вино



Източник: Архив на Evritika Kellaria Winery S.A.

<p>Melmar Винарна</p>	<p>Винарна MELMAR се намира в района на Дафнес в Самотраки. Създадена е през 2013 г. и от 2015 г. работи както на вътрешния, така и на международния пазар с вината „ADYTON“ и „SECRET ROAD“. Това е съвременна винарска изба с енологично оборудване, независим химик с модерно оборудване за измерване и контрол, резервоари с двойни стени от неръждаема стомана, дъбови бъчви за отлежавачи вина, функционална винарска изба с идеал температурни и влажни условия. Малагузия, Асиртико, Мавроди и Сира от по-широкия район на Тракия, винопроизводството със съвременни методи и зачитане на традицията.</p> <p>Винопроизводството се извършва при строги температурни условия и при постоянен контрол на качеството.</p> <p>Узряването, стареенето и съхранението на вината се извършва при 60-65% влажност и при 15-170 градуса по Целзий.</p> <p>Посещението на винарната MELMAR включва, наред с други, обиколка на лозето и в съоръженията за производство, бутилиране и отлежаване. Гостите могат да опитат и да купят вина в специално проектираната дегустационна стая, докато се наслаждават на великолепната гледка към Егейско море.</p> <p>Съоръженията за настаняване също са разположени в собствеността на винарната.MELMAR.</p>
------------------------------	--

Снимка 21. Melmar – Сградни съоръжения



Снимка 22. Melmar – Дегустационна зала



Снимка 23. Melmar – лозе



Снимка 24. Melmar– Изба за остаряване



Снимка 25. Melmar– Наградените вина „Тайният път, Syrah 2016” и „Тайният път, Малагауза 2018”

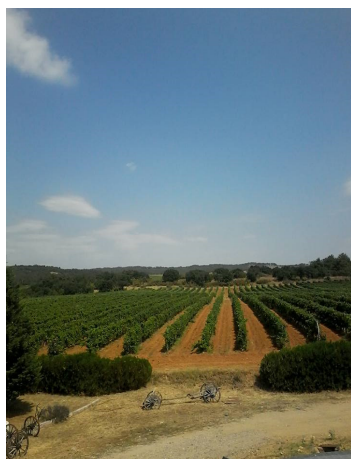
Снимка 26. Melmar– Adyton, Mavroudi



Източник: <https://www.melmarwinery.gr>

<p>Винарна - дестилерия Bella Bros</p>	<p>Лозята Bella Bros заемат площ от 350 акра в района на Аляния Суфли. Сортовете грозде идват от региона Суфли и Тракия. Освен това има и други разновидности като Moschofilero, Assyrtiko, Athiri, както и Cinsault, Merlot, Cabernet, които са адаптирани към микроклимата в района на Суфли от около 1880 г. Заслужава да се спомене, че сортовете „Karnahalas“ и „Keratsouda “се култивират изключително в Суфли. Нещо повече, тази винарна е известна със своето местно ципуро.</p>
--	--

Снимка 27. Bella Bros – Лозя



Снимка 29. Bella Bros – Обиколка на лозята

Снимка 28. Bella Bros – Съоръжения за производство на вино



Снимка 30. Bella Bros – Обиколка на

дестилерията



Снимка 31. Bella Bros – “Onos”, Keratsouda вино

Снимка 32. Bella Bros – “Peninta”, червен, syrah & merlot



Източник: Bella Bros, Facebook

На Маса 2 са представени другите важни лозя, винарни и дестилерии на Еврос.

Маса 2: Лозя, винарни и дестилерии на регионално звено „Еврос“

	име	Местоположение и описание
Лозя и винарски винари		

	име	Местоположение и описание
1	Tassioulis Vine Art	Александруполис, местно летище - вина и узо, рецина
2	Kadoglou лозе	Tihero, Суфли, Еврос
3	Rigas лозе	Намира се в Гемисти от Пепло (Ферес, Александруполис). Той произвежда червено вино (буско, полусладко и сладко), ципуро с или без анасон по традиционния начин, директно от първо смачкване на гроздов сок, без химическо или друго специално обработване.
4	Raptis Био лозарство	Намира се в Корнофолия на Суфли и общата му площ възлиза на около 65 декара. Отглеждането се извършва в съответствие с принципите на биологичното земеделие без използването на каквито и да било химикали, лекарства и торове. Основните сортове грозде на лозето са Каберне Совиньон, Каберне Фран, Мерло, Сира, Каринян, Гренаш Руж, Шардоне. Процесът на винопроизводство се извършва в пространствен тип съоръжения, а дестилацията на гроздова джибри за производство на ципуро се извършва в традиционен тип земноводни. Този лозя главно произвежда червено вино и ципуро със или без анасон.
5	Goudousaki вина	Намира се в Орфеаската църква Мавроклиси (Суфли), която е на около 90 километра северно от Александруполис. Произвежда червено сухо и полусладко вино, но също и ципуро без анасон. Сортовете грозде, които се използват са Каберне Совиньон, Сира и Мосхато Хамбург.
ДЕСТИЛЕРИИ		
1	Gugulidis Узо	Орестиада Еврос
2	Rakitzi Узо	Намира се в Дидимотейхо на Еврос. Това е първата дестилерия Узо и Ципуро, основана от Танасис Ракицис през 1883 г. Успехът на Узо и Ципуро Ракицис се дължи на специалната семейна рецепта, която има отлично качество и уникален вкус.

	име	Местоположение и описание
3	Mitsa спиртна фабрика	Намира се в района на Кастания, на Орестиада (Еврос). Дестилерията използва суровини с чисто качество за производството на узо, ципуро, традиционни ликьори и други алкохолни напитки с етикет „Алфа“
4	Goidas спиртна фабрика	Александрополис, Еврос
5	Evros Papadimitriou спиртна фабрика	Дестилерията Еврос Пападимитриу се намира в 11-ия км на Александрополис - Ферес и е основана преди 70 години от Панайотис Пападимитриу. Дестилерията стана известна през годините с широка гама от продукти като "Узо Еврос 15", "Узо дестилерия", "Ципуро Маджик" и различни алкохолни напитки като ракия и ликьор.
6	Ouzounidis спиртна фабрика	3-ти км Орестиада Дидимотейхо - "Узо E17", "Узо Орестис", ликьори, ракия
7	Hatzopoulos спиртна фабрика	Намира се в 6-ия км на Александрополис Ферес. Дестилерията е място за среща на традиции и опит с високотехнологични технологии. Той използва модерно механично оборудване по отношение на околната среда и доставя висококачествени продукти като първокласно и стандартно узо, както и ципуро със или без анасон.
8	Cooperative Diatrofiki Tsiouro Metaxi & Orfeas	Кооперативният диатрофики се намира във 2-ри км на Суфли Александрополис в Еврос и произвежда ципуро изключително от сортовете грозде Суфли.
9	Mandakis Stratos спиртна фабрика	Александрополис, Еврос
11	Bakaloudi спиртна фабрика	Суфли, Еврос
12	Basdanis спиртна фабрика	Нипса, Траянополис, Александрополис, Еврос. Производство на ципуро в насипно състояние
13	Nipsas спиртна фабрика	Нипса, Траянополис, Александрополис, Еврос. Производство на ципуро в насипно състояние
14	Petridis спиртна фабрика	Докса от Metaxas, Дидимотейхо, Еврос

	име	Местоположение и описание
		Производство на ципуро в насипно състояние
15	Agorakis спиртна фабрика	Лира от Тихеро, Суфли, Еврос. Производство на ципуро в насипно състояние

От горните винарни „Винарна Евритика Келария“ в района на Марасия, извън Орестиада, и винарната „Белла Брос“ в Суфли, полагат големи усилия за възраждането на местните лозя на Еврос, като признават, че ще са от полза както за производството на вино, така и за производството на вино. жизнеспособност на винарните, тъй като ще бъде постигната:

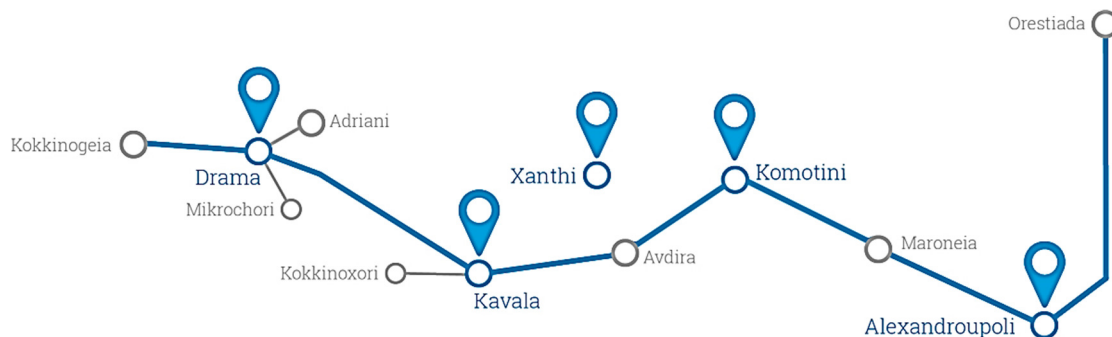
- Директни продажби на посетители - увеличени маржове на печалба
- Незабавно снабдяване на бизнеса с ценна информация за предпочитанията на потребителите
- Увеличете разпознаваемостта на марката

Най-важните бариери за постигане на горепосочените цели са високите разходи за изграждане и поддръжка на инфраструктурата, както и загубеното време по време на организирани посещения.

8. Възможности Еврос да се превърне в лозаро-винарски регион - добавена стойност на винопроизводството в регионалното икономическо развитие

В днешно време по-голямата част от местните лозя и основният интерес на винопроизводителите в Регионалното единство на Еврос са съсредоточени в общинските единици Суфли и Тригоно. В допълнение, има голям потенциал за развитието на винен туризъм в Еврос, тъй като там е крайната точка на „Дионисос винен път“, който е един от известните винени маршрути на Северна Гърция. Лозята и производството на вино също се предлагат в общинските звена на Александруполис и Метаксади. От 2010 г. етикетът за защита на географските указания на Еврос може да бъде поставен върху всяко вино, което се произвежда в целия регион Еврос.

Снимка 33. Винен маршрут на Дионисос



Ципуро също е популярен в региона, докато Еврос е един от шампионите в производството на рецина. Повечето дестилерии от ципуро се намират в по-широкия район на Суфли, най-големият от които е Кооперацията за лозарство Суфли, която е възстановена под името "Суфлиотика изби". Освен това Асоциацията на приятелите на лозата и виното "Stafylos" също е базирана в Суфли.

Въпреки това, заслужава да се отбележи, че въпреки че в региона се отглеждат значителен брой гроздови сортове в продължение на повече от 200 години, те не са експлоатирани и популяризирани, така че регионите ще създадат местна винна идентичност, различна от останалата част на Гърция и Европа. Като цяло лозята на Тракия са на последно място от 9-те лозарски гръцки региона и те също са на последно място по брой вина (произвеждат само 55 различни етикети на вино). Тракия е също

един от двата лозаро-винарски региона (заедно с регион Централна Гърция), който няма защитено наименование за произход на вина.

По-долу е представена оценка на възможностите за популяризиране на Еврос като лозаро-винарски регион чрез SWOT анализ, който е най-подходящият инструмент за стратегическо планиране, като се вземат предвид както вътрешната, така и външната среда на дадена дейност с цел постигане на конкретни цели

S – STRENGTHS

S1. Превъзходно качество на продукта

Местното вино, което е подбрано и стандартизирано в регионалните винарни, произлиза от традиционните лозя и се произвежда по съвременни методи и сертифициран процес, така че да се гарантира неговото превъзходно качество. Винарите също инвестират в изследователски дейности, за да произвеждат нови сортове вино. Необходимите лабораторни тестове потвърждават неговото превъзходно качество и продуктът носи съответните сертификати.

S2. Традиционно винопроизводство в Еврос

В историческото и културното наследство на Регионалното звено на Еврос виното е видно и е неразделна част от него. Като цяло именно древните гърци развиват изкуството на винопроизводството, лозарството и маркетинга на вино на толкова високо ниво. В Гърция има дългогодишна традиция на винопроизводството и консумацията на вино е неразривно свързана с гръцкия начин на живот и хранителен режим.

S3. Участие във винени състезания

Изключителното качество на вино Еврос, което се счита за важно предимство при спечелването на награди във винени състезания. В този случай регионалното вино има още едно сравнително предимство пред конкурентните продукти, като в същото време признанието на виното непрекъснато се увеличава.

S4. Благоприятният климат и почвата

Една от основните характеристики на регионалните лозя е големият брой микрорегиони със специална екосистема (почва - климат - сорт лоза), където се произвеждат местни качествени вина. Във всяка от тези области климатът е изключително благоприятен за лозето. Средиземноморският климат на региона се влияе от влиянието на съседните планини или морския бряг и придобива уникален характер. Следователно лозята са разположени на отлични места, или в низини, по планински склонове, или в близост до морски райони

W – WEAKNESSES

W1. Възможности за финансиране

Настоящата неблагоприятна икономическа ситуация в Гърция затруднява финансирането изключително трудно, за да започне всеки бизнес. Частните инвеститори са особено предпазливи по отношение на инвестициите и финансиращите институции предоставят заеми при много строги критерии и неблагоприятни условия за винопроизводителите.

W2. Липса на опит

Типичната компания за производство на вино трябва да контролира и да отчита всички фактори и потенциални рискове, които могат да възникнат при изпълнение на нейния бизнес план. Въпреки това, влизайки в индустрия, в която няма предишен опит, могат да възникнат трудности или дори грешен избор. Правилната подготовка ще смекчи потенциалното въздействие на такъв повод.

W3. Трудност при използване на икономии от мащаба

Особено за винопроизводителите, които са в началото на своята дейност, обикновено се очаква произведеното количество да остане ниско. В резултат на това новите компании не са в състояние да се възползват изцяло от икономии от мащаба в цялостния производствен процес на вино.

W4. Висока ценова политика

Цената на стандартното вино зависи от различни фактори. Това вероятно ще създаде трудности за бизнеса, поне докато успее до известна степен да укрепи позициите си в мрежата на доставчици и каналите за дистрибуция. Високата цена на бутилираните вина в ресторантите намалява потреблението и съответно печалбите на производителите.

W5. Ограничена динамична промоция

Както всеки нов продукт, стандартното вино се нуждае от динамично навлизане на пазара. Динамични и добре координирани маркетингови действия са необходими, за да привлекат вниманието на местните и чуждестранните потребители и да ги убедят да го купят.

O – OPPORTUNITIES

O1. Възможности за инвестиции и насърчаване на винопроизводството

Популяризирането на регионалните вина на Еврос, с идентичност и качество, пряко свързани с мястото им на производство, се превърна в стратегически избор. Целевите действия за всяка страна се изпълняват от гръцкото Министерство на развитието на земеделието и храните, за да се гарантира, че качествените вина завладяват чуждестранните пазари

O2. Признаване стойността на гръцкото вино и увеличаване на глобалното търсене

През последните години потребителите се обръщат към виното заради своята хранителна осведоменост и интереса си към общото здраве и благополучие. Гръцкото вино започна да завладява пазари, които не бяха традиционни цели. По-специално, гръцкото вино е признато за своето превъзходство пред конкурентните продукти от други страни.

O3. Foreign markets penetration potential

На първо място, има традиционни пазари за вино предимно в Европа и Северна Америка, с добре изградени мрежи за дистрибуция, където е възможно да се проникне чрез използване на подходящи стратегии. От друга страна, новите винени страни динамично навлизат на пазара на вино, като проявяват интерес към консумацията на вино, дори като гурме продукт, като Китай, Русия и Индия.

O4. Форми на алтернативен туризъм (агротуризъм - винен туризъм)

Регионалното звено на Еврос е популярна традиционна дестинация, която привлича много туристи. Това дава възможност за координирани действия в сътрудничество с развитието на алтернативни форми на туризъм, напр. агротуризъм и винен туризъм, така че потребителите от цял свят могат да опитат гръцко вино. В допълнение гръцките имигранти са сигурен канал за комуникация за този гръцки продукт на различни места по света.

O5. Участие в изложби

Голяма част от панаириите на храни се организират всяка година в много страни от този свят, което дава възможност на бизнеса да промотира своите продукти и да привлече потенциални купувачи. Те трябва да бъдат основен инструмент на бизнеса при опит за установяване на стратегически партньорства.

T – THREATS

T1. Силни състезатели

В областта на стандартизираното вино има много предприятия с дългогодишно присъствие и утвърдена пазарна позиция. Всички тези местни и международни конкуренти ще затруднят да излезе винарната на определени пазари. Бързото нарастване на световните доставки

T2. Висока цена на стандартното вино

Регионалното вино на Еврос има по-високи производствени разходи от другите страни, които произвеждат вино. Това, съчетано с усилията за използване на превъзходното му качество, води до прилагане на по-висока ценова политика в сравнение с конкурентните продукти от други страни. Важно е също да се отбележи, че неконтролираната търговия на насипно вино незаконно, разграничава условията на конкуренция и цената.

T3. Висока ценова еластичност на търсенето и дохода на нетрадиционните пазари

Поради факта, че стандартизираното гръцко вино навлезе на нетрадиционните пазари като луксозен продукт, то показва по-голяма гъвкавост на търсенето по отношение на цените и доходите на потребителите. Следователно трябва да се внимава, тъй като продуктът достига до крайните потребители на тези страни на цена, която балансира гореспоменатите параметри.

T4. Слаби национални стратегии за насърчаване

Усилията на компетентните органи да популяризират гръцкото стандартизирано вино на световния пазар, изглежда изостават от усилията на други страни за производство на вино. Необходими са по-координирани и динамични маркетингови действия на национално ниво за разширяване на винената индустрия, от производството до маркетинга. В резултат на това винарните компании за производство и стандартизация са значително освободени от изключително високата цена на индивидуалната промоция, а промоционалните усилия и възможности за растеж са особено по-ефективни.

В заключение, в Регионалното звено на Еврос работят голям брой винопроизводителни компании, по-голямата част от които са с малки размери. Вносът на вино е на ниско ниво и по този начин броят на компаниите, участващи в тази дейност, е ограничен. Продуктите, произвеждани в страната, надвишават вътрешното търсене, което понижава нивото на навлизане на вноса при сравнително ниски нива.

Както вече беше споменато, регионалните винарски компании произвеждат продукти с високо качество. Освен това е обнадеждаващ фактът, че много винопроизводители инвестират значителни средства в модернизацията на своите единици, като целят да подобрят качеството на вината. Качеството на регионалните вина, съчетано с преминаването на много потребители към хранителна диета, допринася за нарастващия интерес към тези продукти.

На следващата маса са обобщени резултатите от гореспоменатия SWOT анализ:

Снимка 34. SWOT анализ

<p>S – STRENGTHS</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Превъзходно качество на продукта <input checked="" type="checkbox"/> Традиционно винопроизводство в Еврос <input checked="" type="checkbox"/> Участие във винени състезания <input checked="" type="checkbox"/> Благоприятният климат и почвата 	<p>W – WEAKNESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Възможности за финансиране <input checked="" type="checkbox"/> Липса на опит <input checked="" type="checkbox"/> Трудност при използване на икономии от мащаба <input checked="" type="checkbox"/> Висока ценова политика <input checked="" type="checkbox"/> Ограничена динамична промоция Funding Opportunities
<p>O – OPPORTUNITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Инвестиционни възможности и насърчаване на винопроизводството <input checked="" type="checkbox"/> Признаване на стойността на гръцкото вино и увеличаване на глобалното търсене <input checked="" type="checkbox"/> потенциал за навлизане на чуждестранни пазари <input checked="" type="checkbox"/> Форми на алтернативен туризъм (агротуризм - винен туризъм) <input checked="" type="checkbox"/> Участие в изложби 	<p>T – THREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Силни конкуренти <input checked="" type="checkbox"/> Бързото нарастване на световните доставки <input checked="" type="checkbox"/> висока цена на стандартното вино <input checked="" type="checkbox"/> Висока ценова еластичност на търсенето и дохода на нетрадиционните пазари <input checked="" type="checkbox"/> Традиционно винопроизводство в Еврос Strong Competitors

9. Възможности за популяризиране на Еврос като лозаро-винарски район, съчетан с туристическата промоция

Виното в комбинация с лозята на Регионалното звено на Еврос е основна точка за развитието на винен туризъм, тъй като може ефективно да създаде бизнес среда за привличане на туристи.

Винен туризъм може да бъде определен като посещение на лозя, винарни, фестивали или винени конкурси, където дегустацията на различни вина или посещението на основните характеристики на региона са основната мотивация за посетителите. Това определение изключва професионално мотивираните посещения в лозаро-винарските региони, тъй като винен туризъм набляга на свободното време.



Винен туризъм е определен като един от секторите, които се разрастват извън традиционните столични райони и затова се счита, че играе съществена роля в регионалното развитие, заетостта, развитието на бизнеса, туризма и селските инвестиции. Винен туризъм допринася за създаването на работни места в традиционно

селските и икономически необлагодетелстваните райони и дава силно конкурентно предимство на винопроизводителните райони, като генерира печалба за винопроизводителите. Следователно винен туризъм е от полза за местната икономика, а не само за местните винарни.

Основна точка на винения туризъм са „Винените пътища“, които са пътеки, които пресичат лозя на конкретен географски район, записвайки посещаващи винарни, специализирани магазини за дегустация на вино, ресторанти и други. В повечето европейски производители на вино има официално определени маршрути за вино (най-добре организирани са френски, немски, испански, италиански, португалски и др.), Докато страните от така наречения „нов свят“ имат особено високо ниво на вино развитие на туризма.

Гръцките „Пътища на виното“ са в постоянно развитие, а тези от Северна Гърция се считат за най-важните. Въпреки това виненият туризъм в Гърция е много динамичен, постоянно се развива и оказва значително влияние върху местната икономика на всеки регион.

Изборът на един винарски район над друг се влияе главно от присъствието на винарната в района, което също е доминиращият мотив за посещението. Съществуват обаче и други специфични или допълващи стимули или за дестинацията (например посещение на лозаро-винарски район), и за дейността (дегустация на вино), или комбинацията от горното. Възприятията, миналият опит, познаването на виното, очакванията, както и личните характеристики на посетителя определят посещението на винарна.

Мотивациите на посетителите са многомерни и варират в зависимост от социалните характеристики на тях, както и техните възприятия и интереси. Професията, образователното ниво и доходите, от една страна, и винарната, срещата с винопроизводителя, информацията за виното и лозята, от друга, се считат за ключови характеристики, които диференцират посетителите на винопроизводството.

Според различните мотиви, които могат да имат посетителите, те могат да бъдат категоризирани в четири конкретни и обособени групи:

- a) „любители на виното“,
- b) „новобранци“,
- c) „случайни посетители“ и
- d) „туристи“.

Всички горепосочени групи могат до известна степен да допринесат за развитието на винен туризъм.

По случай „случайни посетители“ и „туристи“, които посещават винарната продукция или като част от посещението си в региона, или като придружават други посетители, винарната може да бъде стимул за посещение на района и насърчаване на селски туризъм, без особени особености печалба за винопроизводството.

От друга страна, по повод на "любителите на виното", които са на свободна практика, високо образовани и с високи доходи, те са ценители на виното и имат интерес да подобрят знанията си за виното чрез посещението си в винарната и срещата им с виното производител. по повод „новобранци“, които са потенциални „любители на виното“, при конкретни условия посещението им в винарната дава конкурентно предимство на региона, а регионалните вина произвеждат вина, генерират печалба в винопроизводителните компании и допринасят за развитието на лозаро-винарския сектор в региона.



библиография

Гръцки

ICAP, (2010), Κλαδική Μελέτη: Οινοποιία, Αθήνα

Αλεμπάκη Μ., Ιακωβίδου Ο., (2006), Ο οινικός τουρισμός και τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών των οινοποιείων. Η περίπτωση των "Δρόμων του Κρασιού" της Βόρειας Ελλάδας, Θεσσαλονίκη, ΑΠΘ

ΙΟΒΕ (2018), Βιομηχανία Τροφίμων & Ποτών. Αθήνα

Καραβασίλη Α., Αρφανής Δ., Ρούκος Κ., (2017), Ανάλυση του κλάδου οινοποιίας, Πάτρα: ΤΕΙ Δ. ΕΛΛΑΔΑΣ

Σεχρεμέλη Π., (2018), Ανάλυση του κλάδου της οινοποιίας στην Ελλάδα, Πειραιάς: ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Уеб страници

За вината:

https://winesurveyor.weebly.com/oinoi_pge_nomon.html

www.gaiapedia.gr

<https://www.vpaithros.gr/>

<http://www.bankofwine.gr>

<http://www.newwinesofgreece.com>

<https://www.ilovegreekwine.com>

Винарни, Дестилерии на Регионалното звено на Еврос:

<https://winesurveyor.weebly.com/tour1101.html>

<http://gutsidis-wines.com>

<http://www.evritiko.gr>

<https://www.melmarwinery.gr>

Сортове лози на Регионалното звено на Еврос ("Inohoos", в. "Катименини")

https://www.alexpolisonline.com/2009/09/blog-post_1547.html

Общи справки за лозята на Тракия: <http://oebese.gr/index.php/el/draseis-erga/33-dionysos-project>

Гастрономия на регионалното звено на Еврос: <https://gastrotourismos.gr/i-kouzina-tou-evrou-syntages-prionta-gastronomia-1878>

Хранително-вкусова промишленост

<https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-food%20&%20beverage-sector-in-greece.pdf>

Основна информация за производството на вино в Гърция

<https://winesofgreece.org/el/articles/%ce%b2%ce%b1%cf%83%ce%b9%ce%ba%ce%ac-%cf%83%cf%84%ce%bf%ce%b9%cf%87%ce%b5%ce%af%ce%b1-%cf%80%ce%b1%cf%81%ce%b1%ce%b3%cf%89%ce%b3%ce%ae%cf%82/>

ΠРИЛОЖЕНИЯ

Приложение I. Култивирани и винопроизводителни сортове в Регионалното звено на Еврос

Приложение II. Най-важните лозя, винарни и дестилерии в Регионалното звено на Еврос

Приложение III. ВЪПРОС ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ

Приложение I. Култивирани и винопроизводителни сортове в Регионалното звено на Еврос

	РАЗНООБРАЗИЕ	ОПИСАНИЕ
1	Alponoura	Бял, устойчив на болести среден сорт, с дълъг грозде.
2	Damiatis или Zoumiatis	Бял среден сорт с по-тънка гроздова грозде и умерена трайност.
3	Tsaousis	Бял ранен сорт с рядък грозде и ароматен с нежна кора. Това е разнообразие от винопроизводство и прибори за хранене. Много чувствителен към заболявания.
4 & 5	Опимо от Соифли (ориенталски разаци) и Разаци (Аууз али)	И двете са трапезни бели сортове, веднъж изнесени в големи количества за Германия. Те са чувствителни към дъжд.
6	Keratsouda	Бял или розов сорт с ярко розов цвят. Винопроизводство и прибори за хранене, с хрупкава плът и много аромати. Това е ранен, издръжлив и високо продуктивен сорт.
7	Neroproimia	Червен късен сорт (реколта през октомври) с голям куп трънки. Високо устойчив на ботрит.
8	Chasselas Dore	Червен сорт от славния френски период. Издръжлив, късен, умерен грозде.
9	Voidomatis	Червен сорт. Гроздето му е с дебела кора, има интензивен цвят, гъсто е и трайно.
10	Voulgaroudes	Червеният сорт особено издръжлив, с късна реколта, малък грозде, ароматен и танинов.
11	Karnahalas	Червен местен сорт (наричан „червеното“ злато на лозята „Еврос“). Предлага форма за зелено прибиране и е идеална за дълго стареене. В наши дни се винифицира само в Еврос и Тенедос.
12	Bogiolamas	Червен сорт, почти боядисан. Има много аромати и гъст грозде.
13	Pamidi	По-специално те са две разновидности; една червена и една розова. И двете се берат в началото на септември и имат дребно грозде - при сорт роза гроздето има плътен цвят, а при червения сорт има светъл цвят.
14	Karapapas	Червен сорт с гъст грозде, който изчезва. В лозята на регион Еврос има много малко растения.
15	Mavroudi или Sefka	Червен сорт, устойчив на суша и зараза, характеризира се с особени аромати и реколта в края на септември.
16	Cinsault	Червен сорт, също от славния френски период, той е траен, има средно грозде и аромати, идеални за производство на вино в нуво.

Приложение II. Най-важните лозя, винарни и дестилерии в Регионалното звено на Еврос

Лозя и винарни					
	ИМЕ	МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ И ОПИСАНИЕ	ЕТИКЕТ	РАЗНООБРАЗИЕ	ТИП
1	Gutsidis Вина	Дикая от Общинския отдел Тригоно в Орестиада, Еврос. вино, произведено от био грозде и е най-северната винарна в Гърция			
2	Evritika Kellaria Винарна	Марасия от Тригоно, общинско отделение на Орестиада, Еврос, посети Vinogy & Distillery - дестилерия с бутилирани вина, рецина, ципуро (със или без анасон) и ликьор. Винарната е сертифицирана по HACCP & ISO 22000: 200, като в нейните съоръжения са включени дегустационна зала, търговски обект, музей и зала за обучение	ONAR червен	Merlot	червен сух вино
			ONAR бял	Sauvignon Blanc	Бял сух вино
			ORFEAS червен	Merlot – Moschomavro	червен сух и полу-сладкавино
			ORFEAS roze	Merlot – Moschomavro	червен полу-сладкавино
			ORFEAS бял	Sauvignon Blanc – Roditis	Бял сух и полу-сладкавино
3	Винарна - спиртна фабрика Bella Bros	Суфли, регион Алания в източните покрайнини на гората на Дадия, бутилирани вина, ципуро с или без анасон. Продуктите на Bellas brothers, е отделена от продуктите на "Soufli Vineyards"	Metaxenios	Asirtiko	Бял вино
			Malagouzia	Malagouzia	Бял вино
			Wine	Keratsouda	червен вино
			50	Asirtiko – Malagouzia	Бял вино
			Bellas red	Senso, Cabernet Sauvignon, Syrah	червен вино
			Bianko	Keratsouda, Asirtiko, Malagouzia	Бял вино
			Water	Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot	Бял вино

			Bellas	Keratsouda, Asirtiko	Бял вино
			Roza	Asirtiko, Syrah,	Сух вино
			Tzialo	Keratsouda, Asirtiko, Malagouzia	Бял полу- сладкавино
			Azzuro	Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot	червен полу- сладкавино
4	Tassioulis Vine Art	Алехируполис, Local Airport - винос & ouzo, retsina			
5	Kadoglou лозе	Тихеро, Суфли, Еврос			
6	Rigas лозе	Близнаци от Пепло, Ферес, Алехируполис			
7	Raptis органичен лозе	Корнофолия на Суфли			
8	Goudousaki вина	Регион Mavroklisi, Орфеас, Суфли			
9	Melmar Винарна	Апалос, Алехируполис, Еврос - „Еликсирион“, Метаксади на Дидимотичо			

дестилерии		
	ИМЕ	МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ И ОПИСАНИЕ
1	Gugulidis Узо	Орестиада Еврос
2	Rakitzi Узо	Дидимотейхо Еврос, Узо и Ципуро
3	Mitsa спиртна фабрика	Регион Кастания, Орестиада, Еврос - Узо Алфа
4	Goidas спиртна фабрика	Алехируполис, Еврос
5	Evros Paradimitriou спиртна фабрика	Пападимитриу - 11-ти км на Алехируполис - Ферес
6	Ouzounidis спиртна фабрика	3-ти км Орестиада Дидимотейхо - “Ouzo E17”, “Ouzo

дестилерии		
	ИМЕ	МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ И ОПИСАНИЕ
		Orestis”, ликьори, бриу
7	Hatzopoulos спиртна фабрика	6-ти км от Алексируполис Ферес, узо премиум и стрийд, ципуро със или без анасон
8	Cooperative Diatrofiki Tsiouro Metaxi & Orfeas	Cooperative Diatrofiki се намира във 2-ри км на Суфли Алексируполис в Еврос
9	Миакis Stratos спиртна фабрика	Алексируполис, Еврос
11	Bakaloudi спиртна фабрика	Суфли, Еврос
12	Basdanis спиртна фабрика	Нипса, Траянополис, Алексируполис, Еврос. Производство на ципуро в насипно състояние
13	Nipsas спиртна фабрика	Нипса, Траянополис, Алексируполис, Еврос. Производство на ципуро в насипно състояние
14	спиртна фабрика Petridis	Докса от Metaxas, Didymoteicho, Evros. Производство на ципуро в насипно състояние
15	Agorakis спиртна фабрика	Лира от Тихеро, Суфли, Еврос. Производство на ципуро в насипно състояние

ВЪПРОС ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ

Α. ГЛАВНА ΙΝΦΟΡΜΑΤΙΟΝ

име			
Отличително заглавие на компанията			
Лице за контакт			
адрес			
Община			
Информация за връзка	<i>E-mail:</i>		
	<i>телефон.</i>		<i>факс:</i>
уебсайт			
Социални медии (facebook, LinkedIn, Pinterest, Twitter, google +, Instagram, youtube)			

Β. ΙΝΦΟΡΜΑΤΙΟΝ ΖΑ ΔΕΙΝΟΤΤΑ ΝΑ ΒΙΖΝΕΣΑ

1 Моля, посочете кои сортове и етикети на продуктите се произвеждат във вашата винарна:

<i>Етикет</i>	<i>сортове</i>	<i>Тип</i>	<i>(ГНΠ, (ГΚΝΠ и т.н</i>	<i>органичен</i>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>

2. Вашият бизнес има ли сертификат? Ако е така, моля уточнете:

HACCP

Bio

- ISO
- органичен
- друг _____

3. Моля, посочете местата за продажба на вашите продукти:

местен	
областен	
Национално ниво	
Международно ниво	

C. INFORMATION ABOUT WINERY VISITS

1. Виновата ви изглед ли е? Ако е така, попълнете следната информация:

Работни месеци:

Работно време:

ден	Часа

Цени на билети (за категория посетители, ако е приложимо):

2. Има ли вашата винарна рецепция и други удобства за туристи? Ако е така, моля уточнете:

- Дегустационна зала
- търговски магазин
- Кафе - ресторант
- Нощувка със закуска

- Свободни съоръжения
- зона за обучение
- музей
- Стая за здраве и благополучие - Спа
- друг _____

3. Кои от следните услуги предлага вашият бизнес на посетителите?

- Посещение на лозя
- Екскурзоводско обслужване на винарната
- Образователни курсове за виното
- Участие в беритби и производствени дейности
- Участие в беритби и производствени дейности
- Спа / винени терапии
- Постоянни изложби
- Настаняване
- Други _____
- Нито едно от посочените

4. Вашата винарна участва ли в конкурси за вино? Ако е така, моля уточнете дали е спечелил награди:

D. ВИНА ТУРИЗЪМ

1. Как бяха туристическите посещения през последните три години?

- Нагоре стабилен надолу

2. Според вас какви са ползите от винен туризъм за винарните? (до 3 отговора)?

- Директни продажби за посетители - високи маржове на печалба

- Постоянно излагане на продукта на потребителя
- Съберете ценна информация за предпочитанията на потребителите
- Увеличете разпознаваемостта на марката
- Повишаване на лоялността на потребителите
- Намалете проблема със сезонността
- друг _____

3. Според вас с какви проблеми се сблъскват гостуващите изби? (до 3 отговора)?

- Разходи за развитие и поддръжка на инфраструктурата
- Разходи за персонал
- Губене на време по време на посещения
- Ограничен брой посетители
- Липса на промоция на винен туризъм
- Проблеми с достъпността
- Ограничени „винени маршрути“
- Непредсказуем туристически поток в рамките на годината
- Проблеми с хигиената и безопасността
- друг _____

Приемам използването на лични данни, събрани за целите на проекта eTourist



Благодаря ви много за отделеното време