

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
Ι Δ Ρ Υ Μ Α



ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ ΚΑΙ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑΚΩΝ
ΚΑΛΛΙΕΡΓΙΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΟΚΟΜΙΑΣ

ΘΕΜΑ : «Ο Οινικός τουρισμός στην Ελλάδα»

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Α.Μ. : 2010-100

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η παρουσίαση του φαινομένου του οινοτουρισμού. Αναλύονται οι βασικές έννοιες για τον τουρισμό, για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού καθώς και οι τάσεις που επικρατούν στην Ευρώπη αλλά και στη χώρα μας στον οινοτουρισμό και στα χαρακτηριστικά του οινοτουρίστα.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά και ανάλυση στην έννοια και στον ορισμό του τουρισμού καθώς και στο τουριστικό κίνητρο που υποκινεί τους ανθρώπους να ταξιδεύουν ανά τον κόσμο. Αναλύονται τα είδη των τουριστών, οι διακρίσεις του τουρισμού και τέλος, οι επιδράσεις που έχει το φαινόμενο του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και τον πολιτισμό ώστε να επιτυγχάνεται η σωστή διαχείριση των θεμάτων της τουριστικής πολιτικής.

Εν συνεχεία στο δεύτερο κεφάλαιο αναπτύσσεται η έννοια του ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού και η διαμόρφωση τους μέσα από το πέρασμα του χρόνου ενώ αναλύονται και οι διακρίσεις μεταξύ του ειδικού και του μαζικού τουρισμού. Σημαντική είναι η παράθεση των μορφών – ειδών τουρισμού που συνθέτουν τον εναλλακτικό τουρισμό.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται μια αναδρομή στην ιστορία του οίνου και παραθέτονται οι ορισμοί που έχουν διατυπωθεί για τον οινοτουρίστα. Σημαντική είναι η γνωριμία με τον οινοτουρισμό στις φημισμένες για το κρασί χώρες της Ευρώπης αλλά και η αντιμετώπιση των οινόφιλων από την Ελλάδα με στόχο την ανάπτυξη του οινοτουρισμού.

Στο κεφάλαιο που ακλουθεί μέσα από την τμηματοποίηση των επισκεπτών στα οινοποιεία και ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους γίνεται η ανάλυση του προφίλ τους. Στόχος της παρούσας ανάλυσης και τμηματοποίησης είναι η παρουσίαση των βασικών τους γνωρισμάτων τα οποία μπορούν να αποτελέσουν τα κατάλληλα εργαλεία

προσφέροντας γνώση στους οινοποιούς για την καλύτερη εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών τους.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι προσπάθειες που έχουν γίνει στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Πελοπόννησο ώστε ο οινοτουρισμός μέσω των «Δρόμων του κρασιού» να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης του τουρισμού αλλά και της ίδιας της περιοχής.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο Εισαγωγή στην έννοια του τουρισμού	7
1.1 Ιστορική αναδρομή	7
1.2 Η έννοια του τουρισμού	7
1.3 Τουριστικό κίνητρο	9
1.4 Μορφές τουρισμού	10
1.5 Διακρίσεις τουρισμού	10
1.6 Τα είδη των τουριστών	11
1.7 Οι συνέπειες του τουρισμού στην οικονομία και στην κοινωνία	12
1.8 Πεδία και φορείς τουριστικής πολιτικής	14
Κεφάλαιο 2ο	16
Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού	16
2.1. Εισαγωγή	16
2.2. Εναλλακτικός και μαζικός τουρισμός	17
2.3 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού	18
2.3.1 Επαγγελματικός τουρισμός (Business tourism)	19
2.3.2 Συνεδριακός τουρισμός (Congress Tourism)	21
2.3.3 Εκθεσιακός τουρισμός (Exhibition tourism)	22
2.3.4 Κοινωνικός τουρισμός (Social tourism)	22
2.3.5 Τουρισμός Υγείας - Ιαματικός τουρισμός (Health Tourism-Thermalism)	24
2.3.6 Πολιτιστικός τουρισμός (Cultural Tourism)	25
2.3.7 Θρησκευτικός τουρισμός (Religious Tourism)	26

2.3.8 Μορφωτικός-Εκπαιδευτικός τουρισμός (Education Tourism).....	27
2.3.9 Θαλάσσιος τουρισμός (Maritime Tourism).....	28
2.3.10 Αγροτουρισμός (Agritourism).....	29
2.3.11. Οικοτουρισμός (Ecotourism)	31
2.3.12 Τουρισμός περιπέτειας (Adventure Tourism).....	33
2.3.13 Αθλητικός τουρισμός (Sports Tourism)	35
Κεφάλαιο 3 ^ο - Οινoturισμός	37
3.1 Η ιστορία του οίνου	37
3.2 Ο ορισμός του οινoturισμού.....	38
3.2 Ο οινoturισμός στην Ευρώπη	39
3.2.1 Οινoturισμός στην Ισπανία	40
3.2.2 Ο οινoturισμός στη Γαλλία	41
3.2.3 Ο οινoturισμός στην Ιταλία.....	42
3.3 Ο οινoturισμός στη Ελλάδα	44
Κεφάλαιο 4 ^ο – Η καταναλωτική συμπεριφορά στα πλαίσια του οινoturισμού	46
4.1 Το προφίλ του οινoturίστα	46
4.2 Τα κίνητρα των οινoturιστών	49
Κεφάλαιο 5 ^ο - Ο οινoturισμός στην Πελοπόννησο	51
5.1 Ειγαγωγή.....	51
5.2 Οινoturισμός στην Πελοπόννησο	52
5.2.1 Δρόμοι του κρασιού Αργολίδας	53
5.2.2 Δρόμοι του κρασιού Αρκαδίας.....	55
5.2.3 Δρόμοι του κρασιού Αχαΐας.....	56
5.2.4 Δρόμοι του κρασιού Ηλεία	58

5.2.5 Δρόμοι του κρασιού Κορινθίας	60
5.2.6 Δρόμοι κρασιού Λακωνίας.....	61
5.2.7 Δρόμοι κρασιού Μεσσηνίας.....	63
5.3 Η διάδοση του οινοτουρισμού ως ευκαιρία επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου	65
5.4 Προβλήματα , Προτάσεις και Προοπτικές.....	67
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	70

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο Εισαγωγή στην έννοια του τουρισμού

1.1 Ιστορική αναδρομή

Κατά το 17ο αιώνα εμφανίζονται οι πρώτοι ταξιδιώτες οι οποίοι ταξιδεύουν π καθένας για το δικό του σκοπό. Κάποιοι ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής , κάποιοι άλλοι για απόκτηση εμπειριών και γνώσεων ενώ κάποιοι για διασφάλιση των αναγκαίων εισοδημάτων μέσω των οποίων θα εξασφαλίσουν ένα καλύτερο αύριο στον τόπο καταγωγής και μόνιμης εγκατάστασης τους. Σε αυτή τη λογική εντάσσονται και τα ταξίδια των νέων ευγενών με την προσδοκία της εξέλιξής τους σε ηγεμόνες , καθώς και τα ταξίδια των ατόμων της ανατέλλουσας αστικής τάξης, και τα οποία ονομάστηκαν εκείνα τα χρόνια ως «Grande Tours».

Το 18ο αιώνα τα ταξίδια αποκτούν έναν περιηγητικό χαρακτήρα για εξερεύνηση και γνωριμία με άλλους τόπους και άλλους διαφορετικούς λαούς. Κυριαρχούν οι περιπάτοι που σχετίζονται με την ιστορία και την αρχαιολογία των τόπων προορισμού.

Ο 19ος είναι αυτός κατά τον οποίο παρατηρούνται οι μεγαλύτερες αλλαγές. Διαμορφώνονται νέες συνθήκες και τεχνικές που διευκολύνουν τις μετακινήσεις και τα ταξίδια ατόμων και ομάδων ανθρώπων για αναψυχή , με οργανωμένα

1.2 Η έννοια του τουρισμού

Ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν όταν οι άνθρωποι, μεμονωμένα ή ομαδικά, πραγματοποιούν ένα ταξίδι και μένουν προσωρινά σ' ένα ξένο τόπο, επειδή οι ίδιοι το επιθυμούν ή το θεωρούν απαραίτητο. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός συνεχόμενου έτους, για αναψυχή, επαγγελματικούς ή άλλους λόγους (Lickorish & Jenkins, 2004).

Άξιο αναφοράς είναι ότι ο τουρίστας της παλιάς εποχής παρουσιάζει σημαντικές διαφορές με αυτόν της σύγχρονης εποχής. Συγκεκριμένα ο τουρίστας της παλιάς εποχής ήταν ένας άνθρωπος ο οποίος διέθετε χρήμα και χρόνο για διακοπές μεγάλης διάρκειας. Εν αντιθέσει, ο τουρίστας της σύγχρονης εποχής είναι ένας μέσος εργαζόμενος άνθρωπος με περιορισμένα εισοδήματα, που επιθυμεί να πραγματοποιήσει τις διακοπές του στον επιλεγμένο τόπο για μικρό χρονικό διάστημα και επιτυγχάνοντας τη μέγιστη ικανοποίηση με το μικρότερο δυνατό κόστος.

Ο τουρίστας, ο παράγοντας άνθρωπος, αποτελεί την ουσιαστική βάση του τουρισμού. Ο κύριος σκοπός της συμμετοχής των ανθρώπων στον τουρισμό είναι η ξεκούραση, η ψυχαγωγία, η σύντομη απομάκρυνση από τις καθημερινές συνήθειες, η γνωριμία με έναν άλλο πολιτισμό. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται μια χώρα, τόσο μεγαλύτερη είναι η προοπτική για αύξηση της παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Η τουριστική δραστηριότητα είναι μια σύνθετη και πολυδιάστατη διαδικασία που διαμορφώνεται μέσα από την αμοιβαία επίδραση ατόμων, επιχειρήσεων, εγκαταστάσεων, παραδόσεων, αποφάσεων και στρατηγικών για την προσέλκυση ατόμων σε συγκεκριμένες περιοχές (Ηγουμενάκης, 2007). Έτσι, οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν εφοδιαστικό ρόλο στην τουριστική αγορά με αγαθά και υπηρεσίες που ζητούν οι τουρίστες για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες και επιθυμίες, με σκοπό την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους. Ο τόπος φιλοξενίας όπως και η διοίκηση αυτού του τόπου, επιδιώκει μέσα από την ανάπτυξη του τουρισμού την δημιουργία θέσεων εργασίας και γενικότερα οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας.

Ο τουρισμός ως φαινόμενο, λόγω της φύσης του και της πολυπλοκότητας του τα παλαιότερα χρόνια παρουσίαζε έλλειψη ικανοποιητικών στατιστικών διαδικασιών, απουσία ειδικών μηχανισμών ανάλυσης και ανυπαρξία μιας συγκεκριμένης μεθοδολογίας ώστε να απομονωθεί, και να προσεγγιστεί σφαιρικά. Στις μέρες μας έχει γίνει αντιληπτή η αναγκαιότητα της επιστημονικής μελέτης και έρευνας της τουριστικής βιομηχανίας καθώς οδηγεί σε ενδιαφέροντα και χρήσιμα συμπεράσματα τα οποία είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για την κατανόηση, την ανάπτυξη του και τη σημαντική συμβολή του στην οικονομία της χώρας.

1.3 Τουριστικό κίνητρο

Τα κίνητρα που οδηγούν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν και να κάνουν τουρισμό, σύμφωνα με τον Goeldner, διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες:

- Προσωπικά κίνητρα. Η ρουτίνα της καθημερινότητας δημιουργεί στους ανθρώπους την ανάγκη να δραπετεύσουν λίγο έξω από αυτή ώστε να συναντήσουν και να συναναστραφούν με νέους ανθρώπους, να επισκεφθούν συγγενείς και φίλους ή ακόμα και να δημιουργήσουν νέες φιλικές σχέσεις.
- Κίνητρα γοήτρου και υψηλής κοινωνικής θέσης. Η ανάγκη κάποιων ανθρώπων για προσωπική εξέλιξη και ανάπτυξη της κοινωνικής τους θέσης ικανοποιούνται μέσω ταξιδιών τα οποία σχετίζονται με την εργασία τους, με την παρακολούθηση συνεδρίων, με τη συμμετοχή τους σε επιμορφωτικά σεμινάρια και με την αναζήτηση εξεζητημένων χόμπι. Έτσι, η επιθυμία για κοινωνική αναγνώριση και ανάδειξη του κοινωνικού τους κύρους (status) μπορεί να ικανοποιηθεί μέσω τέτοιων ταξιδιών.
- Κίνητρα εξυπηρέτησης και αποζημίωσης μιας περιορισμένης ελευθερίας. Η καθημερινότητα γίνεται ολοένα και πιο απαιτητική με αποτέλεσμα οι γρήγοροι και εξαντλητικοί ρυθμοί της να μην επιτρέπουν στους ανθρώπους να απολαμβάνουν όλα όσα τους ευχαριστούν και τους ξεκουράζουν. Έτσι, όλοι όσοι επιθυμούν να κάνουν ένα διάλειμμα από αυτούς τους ρυθμούς της καθημερινής ζωής, να ξεκουραστούν και να επιστρέψουν δριμύτεροι οργανώνουν ετήσιες διακοπές. Οι διακοπές αυτές προσφέρουν δόσεις ελευθερίας μέσα από διάφορες δραστηριότητες και ευχαρίστησης λόγω της φυγής από την καθημερινότητα.
- Κίνητρα μόρφωσης και εξερεύνησης. Οι άνθρωποι έχουν έμφυτη τάση να μαθαίνουν και να βιώνουν νέα πράγματα τα οποία συμβάλουν στην αύξηση του μορφωτικού επιπέδου και στην επέκταση των οριζόντων τους. Όσα περισσότερα πράγματα μαθαίνουν οι άνθρωποι για άλλους πολιτισμούς και για άλλες χώρες τόσο περισσότερο αυξάνεται η επιθυμία τους για ταξίδια και εξερευνήσεις σε μακρινούς προορισμούς.

1.4 Μορφές τουρισμού

Ο τουρισμός κατηγοριοποιείται σε τρεις γενικές μορφές οι οποίες είναι ο μαζικός τουρισμός, ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων και ο εναλλακτικός τουρισμός. Ο **Μαζικός Τουρισμός** είναι η πιο παραδοσιακή και διαδεδομένη μορφή τουρισμού καθώς περιλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών οι οποίοι αναζητούν και επιλέγουν έναν τουριστικό προορισμό με σκοπό την ξεκούραση, τη χαλάρωση και την διασκέδαση. Ο **Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων** σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού όπου οι τουρίστες επιλέγουν με κριτήριο τα ειδικά ενδιαφέροντα και τα κίνητρα που έχουν. Σε αυτή τη μορφή τουρισμού συγκαταλέγονται ο θρησκευτικός τουρισμός, ο συνεδριακός, ο επαγγελματικός, ο υγείας, ο θεματικός, ο εκπαιδευτικός, ο κοινωνικός, ο αστικός και ο τουρισμός κινήτρων. Τέλος, ο **Εναλλακτικός Τουρισμός** περιλαμβάνει ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο θαλάσσιος, ο ορεινός, ο χειμερινός, ο οικοτουρισμός κ.α. , τις οποίες επιλέγουν άνθρωποι οι οποίοι αναζητούν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών. Ο Εναλλακτικός Τουρισμός συνδέεται με την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, την αποφυγή των κλασσικών τουριστικών προσφορών, τη διατήρηση των οικοσυστημάτων, την αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία , τη στήριξη αγροτικών περιοχών και τέλος την αναζήτηση νέων τρόπων ζωής. Στη διεθνή βιβλιογραφία χρησιμοποιείται ο όρος Ειδικές Μορφές Τουρισμού ο οποίος περιλαμβάνει τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων και τον εναλλακτικό τουρισμό.

1.5 Διακρίσεις τουρισμού

Ο τουρισμός σε όλες τις μορφές και εκφάνσεις του αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων, η ανάπτυξη των οποίων προϋποθέτει την ύπαρξη χρηματικών πόρων, ελεύθερου χρόνου και διάθεση για ταξίδια. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός διακρίνεται σε έξι κατηγορίες :

- Εγχώριος τουρισμός: ο τουρισμός των κατοίκων μιας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός των συνόρων της για παράδειγμα ένας κάτοικος Πατρών πηγαίνει στη Λάρισα
- Εξερχόμενος τουρισμός: αναφέρεται στους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα όπως για παράδειγμα ένας Έλληνας που ταξιδεύει στην Ολλανδία
- Εισερχόμενος τουρισμός: αναφέρεται στον τουρισμό των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα , παραδείγματος χάριν ένας Ολλανδός που ταξιδεύει στην Ελλάδα
- Διεθνής τουρισμός: το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού
- Εσωτερικός τουρισμός: το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού
- Εθνικός τουρισμός: το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού .

1.6 Τα είδη των τουριστών

Για την καλύτερη κατανόηση του σύγχρονου τουρισμού γίνεται κατηγοριοποίηση των ανθρώπων που πραγματοποιούν ταξίδια σε μικρότερες ομάδες ανάλογα με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες των ταξιδιών.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό τουρισμού, **ταξιδιώτες** είναι όσοι πραγματοποιούν ταξίδια για οποιονδήποτε σκοπό μέσα στη χώρα του αλλά και στην αλλοδαπή, χωρίς αυτά να σχετίζονται με εργασιακές ή επαγγελματικές δραστηριότητες. Στους ταξιδιώτες εντάσσονται οι **επισκέπτες** , δηλαδή τα άτομα που μετακινούνται από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους σε έναν άλλο, για οποιοδήποτε σκοπό εκτός από επαγγελματικό και για χρονικό διάστημα μικρότερο των δώδεκα μηνών. Οι επισκέπτες κατηγοριοποιούνται σε δύο κατηγορίες, στους **τουρίστες** και στους **εκδρομείς** . Οι τουρίστες πραγματοποιούν στον τόπο προορισμού τουλάχιστον 24ώρη διαμονή σε ιδιωτικό ή συλλογικό κατάλυμα και ο σκοπός του ταξιδιού μπορεί να είναι η αναψυχή, οι διακοπές, κάποια επαγγελματική δραστηριότητα ή οτιδήποτε άλλο όπως άθληση, υγεία , θρησκεία. Επιπροσθέτως, οι κάτοικοι μια χώρας που διαβιούν στην αλλοδαπή ως

υπήκοοι της χώρας μόνιμης διαμονής τους και οι προσωρινοί ή μόνιμοι μετανάστες των χωρών διαμονής, όταν επισκέπτονται τη χώρα καταγωγής τους θεωρούνται τουρίστες. Τα μέλη των πληρωμάτων αλλοδαπών πλοίων και τα μέλη των πληρωμάτων αλλοδαπών αεροσκαφών όταν παραμένουν στη χώρα επίσκεψης παραπάνω από 24 ώρες και κάνουν μια διανυκτέρευση σε κατάλυμα της χώρας επίσκεψης θεωρούνται τουρίστες.

Εν αντιθέσει με τους τουρίστες, οι εκδρομείς μένουν στον τόπο προορισμού για λιγότερο από 24 ώρες δηλαδή δεν πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση. Όσοι ταξιδεύουν με κρουαζιερόπλοια και διανυκτερεύουν μέσα σε αυτά είναι επισκέπτες. Το ίδιο ισχύει και για τα μέλη των πληρωμάτων αλλοδαπών πλοίων και τα μέλη των πληρωμάτων αλλοδαπών αεροσκαφών τα οποία ενώ παραμένουν στη χώρα επίσκεψης για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 24 ωρών αλλά δε διαμένουν σε καταλύματα στη χώρα επίσκεψης ανήκουν στην κατηγορία των επισκεπτών.

Εν κατακλείδι για να χαρακτηριστεί κάποιος ως τουρίστας πρέπει να έχει χρήματα να δαπανήσει ώστε να ταξιδέψει σε κάποιο προορισμό εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας του, να πραγματοποιήσει εκεί μία τουλάχιστον διανυκτέρευση και ο σκοπός τους να είναι ψυχαγωγικός.

1.7 Οι συνέπειες του τουρισμού στην οικονομία και στην κοινωνία

Ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως η πιο επιτυχημένη σύγχρονη βιομηχανία η οποία έχει παγκόσμιο χαρακτήρα αλλά σχετική μικρή διάρκεια ζωής αφού ως φαινόμενο εμφανίστηκε τη δεκαετία του 1950. Από τότε μέχρι και τη σημερινή εποχή έχουν πραγματοποιηθεί πολλές έρευνες και μελέτες ώστε να καταγραφούν και να κατανοηθούν οι επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και τον πολιτισμό ώστε να επιτυγχάνεται η σωστή διαχείριση των θεμάτων τουριστικής πολιτικής.

▪ Οικονομία

Σύμφωνα με τις απόψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο ρόλος του τουρισμού είναι καθοριστικός στις εξελίξεις τόσο των εθνικών οικονομιών όσο και στις εξελίξεις της παγκόσμιας οικονομίας. Αναλυτικότερα οι οικονομικές επιδράσεις είναι:

1. Η εισροή συναλλάγματος στις χώρες υποδοχής τουριστών. Οι διεθνείς συναλλαγές απαιτούν αγοραστές, πωλητές και διαπραγματεύσεις σε ξένο συνάλλαγμα. Η τιμή ενός νομίσματος σε σχέση με την τιμή ενός άλλου ονομάζεται τιμή συναλλάγματος. Ο τουρισμός είναι μια συναλλαγματικά εξαγωγική βιομηχανία ο οποίος ενισχύει το ισοζύγιο των τρεχουσών συναλλαγών των αναπτυγμένων χωρών , μειώνοντας τα ελλείμματα τους και ενισχύοντας άλλους τομείς που χρήσουν βελτίωσης.
2. Η ενίσχυση των επενδύσεων σε νέες τουριστικές οικονομικές δραστηριότητες. Όσο αναπτύσσεται ο τουρισμός σε μια χώρα και εμφανίζει δείγματα για περαιτέρω ανάπτυξη τόσο περισσότεροι άνθρωποι επιθυμούν να ασχοληθούν με τον τουριστικό κλάδο. Οι επενδύσεις επιδρούν και επιφέρουν θετικά αποτελέσματα στη διαμόρφωση του Α.Ε.Π . Συγκεκριμένα, ο τουρισμός για το 2016 συμμετέχει στο ελληνικό Α.Ε.Π με ποσοστό 18,6% εμφανίζοντας έσοδα 12,7 δις (SETE). Άξιο αναφοράς είναι ότι οι επενδύσεις στον τουρισμό είναι ευάλωτες σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και πολιτικής αστάθειας παρουσιάζοντας διακυμάνσεις.
3. Η ενίσχυση της απασχόλησης. Σύμφωνα με τον Greenwood(1976) αυτό που παράγει ο τουρισμός είναι απασχόληση. Ιδιαίτερα σε χώρες όπως η Ελλάδα που πλήττονται από την οικονομική κρίση και την ανεργία, ο τουριστικός τομέας προσφέρει πολλές ευκαιρίες για μόνιμη ή εποχική εργασία. Επιπροσθέτως, άτομα με υψηλά προσόντα έχουν πιο πολλές ευκαιρίες σταδιοδρομίας στον τουριστικό τομέα καθώς θεωρείται πιο προσιτός από τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας(Anne-Mette Hjalager,2003). Κατά το 2016 ο τουρισμός στην Ελλάδα συμμετείχε σε ποσοστό 23,4% επί της συνολικής απασχόλησης.

▪ Κοινωνία

Η κοινωνία είναι αδύνατο να μείνει ανεπηρέαστη και ανέγγιχτη από την ανάπτυξη τουρισμού. Αυτό δεν είναι απαραίτητα κακό καθώς κάθε νέο βήμα έχει τα αρνητικά αλλά και τα θετικά του. Έτσι η εν λόγω ανάπτυξη επηρεάζει τα ήθη και τα έθιμα του κάθε τόπου, προκαλεί τάση μιμητισμού ιδιαίτερα στον τρόπο κατανάλωσης υλικών αγαθών αλλά και στον τρόπο ζωής και διασκέδαση όταν εμπεριέχει στοιχεία χλιδής και πολυτέλειας. Οι οικογενειακοί και κοινωνικού δεσμοί παρουσιάζουν χαλάρωση και ,

επίσης, παρατηρείται απομάκρυνση από τις παραγωγικές δραστηριότητες καθώς υπάρχει στροφή στις επενδύσεις που σχετίζονται με την παροχή τουριστικών υπηρεσιών.

Από την άλλη πλευρά μέσω της τουριστικής ανάπτυξης έχουν περιοριστεί οι ξενοφοβικές συμπεριφορές καθώς οι κάτοικοι των περιοχών υποδοχής των τουριστών έχουν άμεση επαφή με τον τουρίστα, επικοινωνούν στη γλώσσα του και αφιερώνουν χρόνο στην συναναστροφή μαζί του. Επιπροσθέτως, στην Ελλάδα την κρίσης και την ανεργίας οι τουριστικές επιχειρήσεις έχουν δημιουργήσει και προσφέρει πληθώρα θέσεων εργασίας συνεισφέροντας στην αποκλιμάκωση του δείκτη ανεργίας.

1.8 Πεδία και φορείς τουριστικής πολιτικής

Η κυβέρνηση και η τοπική αυτοδιοίκηση είναι υπεύθυνοι για την τουριστική πολιτική μιας χώρας. Τα τελευταία χρόνια η συνεχόμενη ανάπτυξη του τουριστικού τομέα έχει μεταφέρει το ενδιαφέρον στον ρόλο που οφείλουν να έχουν οι διάφοροι τουριστικοί φορείς και οργανισμοί ανεξαρτήτως αν είναι κρατικοί ή μη κρατικοί. Η τουριστική ανάπτυξη για να καταστεί βιώσιμη απαιτεί την ουσιαστική και έμπρακτη συνεργασία επιμέρους φορέων και ομάδων συμφερόντων που λειτουργούν ως βασικά ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholder) στον επηρεασμό και την καθοδήγησή της. Αυτοί οι stakeholders μπορεί να είναι: διεθνείς οργανισμοί- φορείς, εθνικές, περιφερειακές, τοπικές αρχές (τουριστικές και μη), τουριστικοί επιχειρηματίες και ενώσεις αυτών, κάτοικοι μιας περιοχής ή χώρας, επισκέπτες- τουρίστες (Bushell 1998). Σύμφωνα με τα προαναφερόμενα γίνεται αντιληπτό ότι οι αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται μέσω της επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασης όλων των φορέων και των ομάδων που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.

Τα κυριότερα πεδία εφαρμογής της τουριστικής πολιτικής είναι:

- Καταρτισμός και εκτέλεση προγράμματος τουριστικής προβολής και προώθησης της χώρας στο εξωτερικό.
- Ανάληψη ποικίλων δραστηριοτήτων και ενεργειών που αποβλέπουν στην οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού.

- Ενημέρωση, ενεργοποίηση και καθοδήγηση των ιδιωτών και επιχειρηματιών αναφορικά με τις πραγματοποιούμενες επενδύσεις και επιχορηγήσεις στον τουριστικό τομέα
- Ανάπτυξη της απαραίτητης νομοθεσίας η οποία θα διευκολύνει την άφιξη , την παραμονή και τη μετακίνηση των τουριστών στη χώρα.
- Εποπτεία και έλεγχος των τουριστικών εγκαταστάσεων αλλά και δραστηριοτήτων οποιασδήποτε κατηγορίας με στόχο την εύρυθμη λειτουργία και την αποφυγή κερδοσκοπίας και παρατυπιών σε όλα τα εμπλεκόμενα μέλη του τουριστικού κλάδου.
- Η χρήση κατάλληλων δεικτών για την αξιολόγηση της επιτυχίας των στρατηγικών και των δράσεων τουριστικής ανάπτυξης που έχουν υλοποιηθεί.
- Ανάπτυξη ασφαλών μεταφορικών δικτύων.

Η άσκηση της τουριστικής πολιτικής οφείλει να γίνεται σε συνεργασία με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς ώστε να επιτυγχάνεται το καλύτερο αποτέλεσμα για τον τουριστικό κλάδο. Πρέπει να αντιλαμβάνονται την ανάπτυξη του τουρισμού ως κοινό όραμα και μέσα από τη δημιουργία μιας πλατφόρμας επικοινωνίας και συνεργασία να φέρουν εις πέρας αυτό το δύσκολο έργο το οποίο συνεισφέρει σε όλους τους κλάδους της οικονομίας αλλά και στη γενική οικονομική κατάσταση της χώρας.

Κεφάλαιο 2ο

Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού

2.1. Εισαγωγή

Η αντίληψη ότι υπάρχουν κι άλλες εναλλακτικές στρατηγικές οικονομικής ανάπτυξης , με πρώτη και καλύτερη την ανάπτυξη του τουρισμού μακριά από τα αστικά κέντρα έδωσε το κίνητρο για τη γνωριμία με τον εναλλακτικό τουρισμό. Έτσι, εκδηλώθηκε αυξανόμενο ενδιαφέρον για τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως εργαλείο κατά των απειλών που μπορεί να επιφέρει ο μαγικός τουρισμός. Στα πλαίσια ενός προγραμματισμού και μιας μορφής οργάνωσης των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού έχουν τεθεί οι δύο παρακάτω στόχοι (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001):

1. Πρώτον, την προσφορά μεγαλύτερου αριθμού εξειδικευμένων υπηρεσιών, που καλύπτουν τη ζήτηση ειδικών ομάδων τουριστών και
2. Δεύτερον, τη συγκρότηση ενός προτύπου ανάπτυξης που να εντάσσεται ισόρροπα στην υπάρχουσα υποδομή, είτε βελτιώνοντας την ήδη διαμορφωμένη κατάσταση, είτε διαμορφώνοντας μια νέα παραγωγική δομή, η οποία όμως θα χαρακτηρίζεται από την ανάπτυξη εξειδικευμένων υποδομών και οργάνωσης Με τον τρόπο αυτό θα εξυπηρετηθούν καλύτερα οι ανάγκες των τουριστών της εκάστοτε ειδικής ή εναλλακτική μορφής τουρισμού, οι οποίες επελέγησαν ως κατάλληλες για τη συγκεκριμένη περιοχή

Η βασική έννοια που διαχωρίζει τις δύο αυτές κατηγορίες, τις ειδικές και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, είναι η αναψυχή. Όταν βασικός σκοπός του ταξιδιού

είναι η αναψυχή, τότε πρόκειται για αμιγώς εναλλακτικές μορφές. Όταν όμως η ανάγκη για την' πραγματοποίηση ενός ταξιδιού προκύπτει από επαγγελματικές υποχρεώσεις, θρησκευτικά πιστεύω ή την επιδότηση του ταξιδιού από τους φορείς κοινωνικής ασφάλισης σε ειδικές ομάδες του πληθυσμού, τότε πρόκειται για ειδικές μορφές τουρισμού.

Εννοιολογικά λοιπόν, οι «ειδικές μορφές» τουρισμού προσδιορίζονται από τα επιμέρους ειδικά κίνητρα που ωθούν τα άτομα στην πραγματοποίηση ταξιδιωτικών μετακινήσεων (Βαρβαρέσος, 2013). Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από ομαδικές ή ατομικές μετακινήσεις, που δεν είναι ιδιαίτερα μαζικές, και σκοπό έχουν την επίσκεψη σε έναν προορισμό με συγκεκριμένο κίνητρο και για συγκεκριμένο σκοπό: παράδειγμα αποτελούν η παρακολούθηση ενός συνεδρίου ή μιας έκθεσης, η εκπαίδευση και μετεκπαίδευση, οι λόγοι υγείας, η θρησκευτική αναζήτηση, η κοινωνική επιδότηση του ταξιδιού κ.λπ.

Εννοιολογικά επίσης, ως «εναλλακτικός» ορίζεται ο τουρισμός που διαφέρει κατά περίπτωση από το κυρίαρχο μοντέλο μαζικού τουρισμού ως προς τους πόρους που αξιοποιεί, το βαθμό χωρικής συγκέντρωσης, τον τρόπο και το χώρο διάθεσής του καθώς και τη χρονική περίοδο ανάπτυξής του .

2.2. Εναλλακτικός και μαζικός τουρισμός

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εξ' ορισμού συνάδουν με το μοντέλο της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, αφού σ' αυτές εντάσσονται δραστηριότητες μη εντατικές και κατεξοχήν περιβαλλοντικά φιλικές, σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό μέσω του οποίου δημιουργείται η τάση ομογενοποίησης του τουριστικού προϊόντος (Ανδριώτης, 2008).

Τόσο όμως οι ειδικές όσο και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν υποκαθιστούν το μαζικό τουρισμό, αλλά λειτουργούν συμπληρωματικά, εμπλουτίζοντας και

διευρύνοντας το τουριστικό προϊόν της χώρας ή της περιοχής στην οποία αναπτύσσονται

Συγκριτικά, τα βασικά χαρακτηριστικά μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού εμφανίζονται παρακάτω. Από τη μελέτη αυτού του πίνακα προκύπτει ότι ο εναλλακτικός τουρισμός:

- Συντελεί στην ανάπτυξη περιοχών που δεν έχουν χαρακτηριστικά ανάπτυξης μαζικού τουρισμού.
- Επιμηκύνει την τουριστική περίοδο.
- Ενέχει το οικονομικό όφελος σε ευρύτερα στρώματα επαγγελματιών
- Είναι μορφή φιλική προς το περιβάλλον.
- Χρησιμοποιεί τις υφιστάμενες υποδομές.
- Σέβεται την τοπική αρχιτεκτονική και
- Είναι χαμηλής έντασης και δεν επηρεάζει την τοπική κουλτούρα.
-

2.3 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αντιτίθενται στις μέχρι τώρα παραδοσιακές μορφές μαζικής ανάπτυξης που εστιάζουν κυρίως στον ήλιο και στη θάλασσα. Στον εναλλακτικό τουρισμό οι κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές προορίζονται για τη βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης του ντόπιου πληθυσμού και την αναζωογόνηση της τοπικής κουλτούρας. Ο εναλλακτικός τουρίστας είναι ενεργητικός, επιδιώκει την περιήγηση, τη γνωριμία με το περιβάλλον και τον πολιτισμό της περιοχής που επισκέπτονται. Για να επέλθει ουσιαστική και διαχρονική ανάπτυξη του συγκεκριμένου τουριστικού τύπου πρέπει ο ντόπιος πληθυσμός να αγκαλιάσει αυτή την προσπάθεια μέσα από την ενεργό δράση του και την παροχή υπηρεσιών με ποικίλους τρόπους. Για την καλύτερη κατανόηση του εναλλακτικού τουρισμού παρουσιάζονται αναλυτικά οι σημαντικότερες μορφές του.

2.3.1 Επαγγελματικός τουρισμός (Business tourism)

Επαγγελματικός τουρισμός είναι ο τομέας της τουριστικής βιομηχανίας ο σχετιζόμενος με τα ταξίδια που πραγματοποιούνται για επαγγελματικούς λόγους, αφορά δε στη συμμετοχή του ατόμου σε συνέδρια, εκθέσεις, τουρισμό κινήτρων και επιχειρηματικά ταξίδια. Ο επαγγελματικός τουρισμός, με αιχμή το συνεδριακό τουρισμό, αποτελεί μια διαρκώς αναπτυσσόμενη διεθνή αγορά περίπου 5 εκατομμυρίων ταξιδιωτών το χρόνο, με τζίρο περίπου 11 δις δολαρίων.

Ο επαγγελματικός τουρισμός, που αποτελεί τμήμα του ευρύτερου συνόλου των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, διακρίνεται (Κραβαρίτης, & Παπαγεωργίου. 2007), σε:

- Συνεδριακό τουρισμό
- Εκθεσιακό τουρισμό
- Τουρισμό κινήτρων
- Επιχειρηματικό τουρισμό

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί πολύ σημαντικό αναπτυξιακό μοχλό, τόσο για τις αναπτυγμένες, όσο και για τις αναπτυσσόμενες τουριστικές αγορές. Οι οικονομικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικές και πολιτισμικές επιδράσεις του επαγγελματικού τουρισμού είναι πολύ σημαντικές:

- Η μορφή αφορά σ' ένα μεγάλο εύρος τοπικών επιχειρήσεων και πολλούς εργαζομένους και επαγγελματίες διαφόρων ειδικοτήτων, ενώ ταυτόχρονα είναι ιδιαίτερα συναλλαγματοφόρος για την περιοχή διοργάνωσης της εκδήλωσης.
- Η προετοιμασία και η λειτουργία μεγάλων συνεδρίων και εκθέσεων προϋποθέτει ικανό αριθμό απασχολούμενων ατόμων, με θετικές επιδράσεις στην εργασία και την απασχόληση, συμβάλλοντας στον έλεγχο της ανεργίας
- Η τουριστική κίνηση είναι δυνατόν να διασπαρθεί σε χρονικά και γεωγραφικά πλαίσια ευρύτερα αυτών του συνεδρίου.
- Οι μετέχοντες στις επαγγελματικές εκδηλώσεις αποτελούν τεράστια διαφημιστική δύναμη, τόσο για τον τόπο διεξαγωγής, όσο και για το χώρο διεξαγωγής της διοργάνωσης της εκδήλωσης.

- Η επιτυχία μιας επαγγελματικής εκδήλωσης δημιουργεί προϋποθέσεις για επαναλαμβανόμενες διεξαγωγές συνεδρίων, δίνοντας τη δυνατότητα δευτερογενούς αύξησης της τουριστικής κίνησης, καθώς ευνοούνται επιπλέον και οι τάσεις νέων επισκέψεων των συνέδρων και των εκθετών στον τόπο διεξαγωγής, με άλλη ιδιότητα και σύνθεση. Με τον εκθεσιακό τουρισμό λοιπόν διευρύνεται η τουριστική ζήτηση του τόπου ή της χώρας, όπου λειτουργεί η έκθεση.
- Η συνεχής ροή τουρισμού, δεν ακολουθεί τη γενική τάση της οικονομίας σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, αφού στις περιόδους αυτές καταβάλλονται εντονότερες προσπάθειες εκ μέρους των επιχειρήσεων, για να ανταπεξέλθουν. να διατηρήσουν και ίσως και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους.
- Ο επαγγελματικός τουρισμός συντελεί στη συνολική αναβάθμιση, τόσο του εισερχόμενου, όσο και του εσωτερικού τουρισμού. Η επίδραση πάντως σχετίζεται και με τη γενικότερη αναβάθμιση της υποδομής του τόπου προορισμού.
- Οι τουρίστες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, συγκαταλέγονται στους ταξιδιώτες που δείχνουν σεβασμό στο περιβάλλον (Βενετσανοπούλου, 2006). Για το λόγο αυτό θεωρείται ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερος περιβαλλοντικός κίνδυνος από τη μετακίνησή τους.
- Η τόνωση του οικονομικού ιστού της περιοχής, τέλος, είναι μία ιδιαίτερα σημαντική κοινωνική επίδραση

Υπάρχουν όμως και αρνητικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού, που είναι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές.

Οι οικονομικές προέρχονται από διάφορες ανεπάρκειες των προμηθευτών, στον τεχνολογικό κυρίως τομέα, αλλά και στις συγκοινωνίες και αλλού, οι οποίες είναι δυνατόν να προκαλέσουν σημαντικές απώλειες στην τοπική οικονομία, αφού ο διοργανωτής θα πρέπει να προσφύγει στις υπηρεσίες εταιρειών εκτός του τόπου προορισμού για την εξυπηρέτηση των αναγκών της επαγγελματικής εκδήλωσης

Οι κοινωνικές συνίστανται στην αναστάτωση μικρών, ιδίως, πόλεων, από την έλευση εκατοντάδων συνέδρων ή εκθετών, ενώ και ο τρόπος ζωής και τα τοπικά έθιμα είναι δυνατόν να διαταραχθούν από επισκέπτες που, ίσως, δε σεβαστούν τις τοπικές συνθήκες και τυχόν ιδιαιτερότητες.

2.3.2 Συνεδριακός τουρισμός (Congress Tourism)

Συνεδριακός τουρισμός είναι η μετακίνηση ατόμων προς έναν προκαθορισμένο τόπο συνάντησης, με σκοπό την επιμόρφωση, την ανταλλαγή γνώσεων και την εξειδίκευση. Σε αυτόν μετέχουν τα μέλη επιστημονικών, επιχειρηματικών, επαγγελματικών και άλλων κοινοτήτων, τόσο σε τοπικό, όσο και σε διεθνές επίπεδο (Shone, 1998). Σύμφωνα με στοιχεία του UNWTO, ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους του τουριστικού τομέα.

Τα συνέδρια υπηρετούν την ανάγκη ενημέρωσης, επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων και ιδεών: αποτελούν επίσης χώρο σειράς κοινωνικοί δραστηριοτήτων που, φυσικά, σχετίζονται με το κύριο θέμα (ή θέματα) του συνεδρίου. Οι βασικοί τύποι συνεδρίων (Shone, 1998; Παπαγεωργίου, 2004) είναι οι ακόλουθοι:

- επιστημονικά συνέδρια,
- εμπορικά - επαγγελματικά συνέδρια,
- πολιτικά, κομματικά και κοινωνικά συνέδρια,
- συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών.
- συσκέψεις και
- σεμινάρια.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι για την Ελλάδα μια μικρή αγορά, σε σύγκριση με άλλες χώρες. Είναι γεγονός ότι η χώρα μας, παρότι είναι ένας ιδιαίτερα ελκυστικός τουριστικός προορισμός, δεν είναι σημαντικός προορισμός για διεξαγωγή μεγάλων διεθνών εκδηλώσεων.

Ένα βασικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα, αποτελεί το γεγονός ότι δε γίνεται κάποια συγκεκριμένη και συντονισμένη προσπάθεια, ούτε από τον ιδιωτικό ούτε από το δημόσιο τομέα, για την προβολή και την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Συνεπώς, η κίνηση που παρατηρείται οφείλεται κυρίως στη ζήτηση που υπάρχει από το εξωτερικό, απότοκο της ισχυρής επίδρασης που ασκεί το φυσικό κάλλος, ο πολιτισμός και η κληρονομιά της χώρας μας, τα οποία αποτελούν το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας.

2.3.3 Εκθεσιακός τουρισμός (Exhibition tourism)

Οι εκθέσεις είναι ουσιαστικά χώροι παρουσίασης προϊόντων ή υπηρεσιών, που σκοπό έχουν να προκαλέσουν ή να ενεργοποιήσουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών τους για τα συγκεκριμένα προϊόντα που εκτίθενται ή τις υπηρεσίες που παρουσιάζονται (Swarbrooke & Homer, 2001).

Ο εκθεσιακός τουρισμός αφορά στην συμμετοχή ατόμων σε εκθέσεις μιας σειράς τομέων ή κλάδων της οικονομίας. Ο εκθεσιακός τουρισμός αποφέρει σημαντικά οφέλη, τόσο με την προβολή νέων προϊόντων της βιομηχανίας και την προώθησή τους στο εμπόριο, όσο και με την παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Αποτελεί επίσης σημαντικό έσοδο και για την τουριστική βιομηχανία, αλλά και για την τοπική οικονομία των πόλεων όπου πραγματοποιούνται οι εκθέσεις.

Οι εκθέσεις, ανάλογα με τον τόπο προέλευσης των επισκεπτών που επιδιώκουν να τις επισκεφθούν, διακρίνονται σε τοπικές, περιφερειακές, εθνικές και διεθνείς. Κάτω από το πρίσμα αυτής της διάκρισης, οι εκθέσεις είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με μετακίνηση σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο, είναι δηλαδή συνδεδεμένες με τον επαγγελματικό τουρισμό. Αυτή η προσέγγιση στη διάκρισή τους αποτελεί καθοριστικής σημασίας κριτήριο, παρότι η έκθεση χαρακτηρίζεται όχι μόνο από τους εκθέτες, αλλά και από τους επισκέπτες. Θα μπορούσαμε επίσης να διακρίνουμε τις εκθέσεις:

- Ανάλογα με το σκοπό στον οποίο αποβλέπουν, σε εμπορικές και εκθέσεις γοήτρου και κύρους
- Ανάλογα με το περιεχόμενό τους, σε γενικές και ειδικές.
- Ανάλογα με το χρόνο λειτουργίας τους, σε διαρκείς, περιοδικές και έκτακτες.
- Ανάλογα με την ευρύτητα του γεωγραφικού χώρου προέλευσης των συμμετεχόντων, σε τοπικές, εθνικές και διεθνείς.

2.3.4 Κοινωνικός τουρισμός (Social tourism)

Κοινωνικός τουρισμός, σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (Bureau International la Tourism Social, B I T S.) είναι το σύνολο των σχέσεων και των

αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τη συμμετοχή στον τουρισμό κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα, συμμετοχή που καθίσταται εφικτή με μέτρα κοινωνικού χαρακτήρα επακριβώς καθοριζόμενα.

Σκοπός του θεσμού αυτού είναι να δώσει τη δυνατότητα σε εργαζόμενους, νέους και συνταξιούχους, καθώς και στα προστατευόμενα μέλη τους, να πραγματοποιήσουν διακοπές σε τουριστικά καταλύματα με μικρή οικονομική συμμετοχή εκ μέρους τους. Ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί απόρροια της ανάπτυξης του διεθνούς τουρισμού. Οι δικαιούχοι του κοινωνικού τουρισμού αρχικά ήταν (Λύτρας, 1998):

- Εργαζόμενοι
- Συνταξιούχοι και Πολύτεκνοι
- Άνεργοι
- Αγρότες
- Άτομα με ειδικές ανάγκες
- Υπερήλικες πολιτικοί πρόσφυγες
- Ανύπανδρες μητέρες

Σήμερα στα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού συμμετέχουν με επιδοτήσεις τους η Εργατική Εστία για τους μισθωτούς και συνταξιούχους, η ΓΓΝΓ για τους νέους, ο ΟΓΑ για τους αγρότες και ο ΕΟΤ για όλες τις κατηγορίες δικαιούχων, με το πρόγραμμα «τουρισμός για όλους». Ο θεσμός του κοινωνικού τουρισμού διαρκώς ενισχύεται αλλά, σε σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, υστερεί σημαντικά στον αριθμό των δικαιούχων, ενώ υπάρχει και μικρή συμμετοχή εκ μέρους των επιχειρήσεων (Κοψίνη, 2009). Ο κοινωνικός τουρισμός εμφανίζει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που είναι:

- Η ολική ή μερική χρηματοδότηση από τους φορείς που προαναφέρθηκαν, με αποτέλεσμα η δράση να διαμορφώνεται σύμφωνα με τη φιλοσοφία και πολιτική των φορέων αυτών.
- Ο καθορισμός της περιόδου των διακοπών και της διάρκειας των πακέτων κοινωνικού τουρισμού γίνεται επίσης από τους συγκεκριμένους φορείς, σε συνεργασία με τις μετέχουσες επιχειρήσεις.
- Η προεπιλογή του τύπου προορισμού γίνεται από τους φορείς και πρέπει να βρίσκεται πάντα στο εσωτερικό της χώρας (εσωτερικός τουρισμός).

- Τα πακέτα απευθύνονται σε άτομα με χαμηλά εισοδήματα

Τα χαρακτηριστικά αυτά προσδιορίζουν και το πλαίσιο μέσα στο οποίο η μορφή αυτή μπορεί να είναι ταυτόχρονα κερδοφόρα και κοινωνικά χρήσιμη.

2.3.5 Τουρισμός Υγείας - Ιαματικός τουρισμός (Health Tourism-Thermalism)

Ο Τουρισμός Υγείας αποτελεί μια ειδική μορφή τουρισμού, στην οποία οι συμμετέχοντες συνδυάζουν τις διακοπές τους με δραστηριότητες που αφορούν στην υγεία και την καλή φυσική τους κατάσταση. Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει σήμερα όλες εκείνες τις υπηρεσίες που έχουν σχέση με την υγεία, όπως τον ιατρικό έλεγχο, την ειδική διαιτητική, τη θεραπεία με βιταμίνες, τη βοτανοθεραπεία, τη γυμναστική και ειδικές θεραπείες, όπως η αντικαπνική, η θεραπεία των άγχους, η ψυχοθεραπεία, η κινήσιοθεραπεία και η αισθητική

Ο τουρισμός υγείας διακρίνεται σε δύο τομείς, στον τομέα υγείας, του οποίου τα προγράμματα είναι προγράμματα θεραπείας ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές και φυσικές μεθόδους και στον τομέα ευεξίας, του οποίου τα προγράμματα βασίζονται στην ευεξία, την αναζωογόνηση του οργανισμού και τον καλλωπισμό, αφού εφαρμόζει και μεθόδους αισθητικής, κοσμετολογίας και διαιτητικής

Το σημαντικότερο τμήμα του τουρισμού υγείας αποτελεί ο Ιαματικός-Θεραπευτικός Τουρισμός (health tourism), ο οποίος είναι μια ειδική μορφή τουρισμού με κύριο χαρακτηριστικό τη χρήση των ιαματικών νερών σε ειδικές εγκαταστάσεις, για θεραπευτικούς σκοπούς. Ο όρος που χρησιμοποιείται στη διεθνή ορολογία είναι Οερμαλισμός (thermalism) ή υδροθεραπεία, έννοια που απαντάται πολύ συχνό και στην ελληνική βιβλιογραφία.

Σήμερα, ο ιαματικός τουρισμός εξελίσσεται δυναμικά εμφανίζοντας μεγάλη εξειδίκευση, επέκταση δραστηριοτήτων και σύγχρονες τεχνολογικές εφαρμογές, που αναβαθμίζουν, εκσυγχρονίζουν και εξελίσσουν τα παραδοσιακά ιαματικά λουτρά

Η σύγχρονη τάση είναι να αντιτάσσονται κέντρα τουρισμού υγείας (health resorts) και φόρμες υγείας (health farms), που βρίσκονται σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, κοντά σε τουριστικά ενδιαφέροντα. Δεν είναι απαραίτητο να διαθέτουν ιαματικά νερά, ενώ προσφέρουν τη δυνατότητα παροχής μεγάλης ποικιλίας ιατρικών υπηρεσιών και υπηρεσιών υγείας, όπως σύγχρονα εξοπλισμένα γυμναστήρια, ειδικά προγράμματα διατροφής, δίαιτας και ομορφιάς, ιατρικό έλεγχο, διάφορα είδη σπορ, ανάλογα με την τοποθεσία και την εποχή, μασάζ, σάουνα, χώρους αναψυχής, καθώς και τεχνολογικό εξοπλισμό για φυσικές μεθόδους θεραπείας, όπως είναι η λουτροθεραπεία, η θαλασσοθεραπεία κ.λ.π.

2.3.6 Πολιτιστικός τουρισμός (Cultural Tourism)

Το πολιτιστικό κεφάλαιο αποτελεί αναπόσπαστο δομικό στοιχείο της ανάπτυξης του τουρισμού. Η προφανής επιθυμία των τουριστών να πραγματοποιήσουν επαφές και να γνωρίσουν μορφές και στοιχεία του υλικού και πνευματικού πολιτισμού της χώρας που επισκέπτονται, επιδιώκοντας να βιώσουν εμπειρίες από άλλους πολιτισμούς, είναι κίνητρα συνυφασμένα με την έννοια του τουριστικού φαινομένου.

Ορισμένα στοιχεία πολιτισμού, που μπορούν παράλληλα να θεωρηθούν και τουριστικοί πόροι, είναι (Βενετσανοπούλου, 2006):

- Οι αρχαιολογικοί τόποι, τα μνημεία και τα μουσεία,
- Οι διάφορες μορφές τέχνης, παραδοσιακές και σύγχρονες, καθώς και οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις,
- Τα ήθη, έθιμα και παραδόσεις της περιοχής που σχετίζονται με την τοπική παράδοση,
- Οι ιστορικές τοποθεσίες και οι θρησκευτικοί τόποι λατρείας, ο Η παραδοσιακή και σύγχρονη αρχιτεκτονική, οι παραδοσιακοί οικισμοί και τα ιστορικά κέντρα,
- Το περιβάλλον, φυσικό αλλά και τεχνητό και ο Οι διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Ανεξάρτητα πάντως από τον ορισμό, στη βάση του ο πολιτιστικός τουρισμός συντίθεται από πρωτογενή και δευτερογενή συστατικά. Πρωτογενές συστατικό είναι η πολιτιστική κληρονομιά, με τη μορφή των κατασκευών, των δημιουργών του πνεύματος και των εν

γένει αντικειμένων του παρελθόντος. Δευτερογενή συστατικά είναι οι τρέχουσες εκφάνσεις της καθημερινότητας και η συνεχής δημιουργικότητα το πρώτο συστατικό αποτελείται κυρίως από τα πιστεύω, τις παραδόσεις, τη λαϊκή τέχνη και τις γεύσεις, και το δεύτερο κυρίως από τις τέχνες, τα γράμματα, τη μόδα και την διασκέδαση (UNWTO, 2005).

Οι τουρίστες που έχουν ως πρώτη προτεραιότητα τον πολιτισμό, διαχωρίζονται ευρέως σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη ανήκουν εκείνοι που επισκέπτονται διαφορετικές κάθε φορά γεωγραφικές περιοχές, με στόχο την εξερεύνηση και τη γνωριμία με τις πολιτιστικές ιδιαιτερότητες της καθεμιάς, και ικανοποιούνται από την παρατήρηση, χωρίς ιδιαίτερες ανάγκες να εμβαθύνουν

Σε κάθε περίπτωση, αν και μόνο το 20% των ταξιδιωτών που επισκέπτονται έναν τόπο, έχουν ως πρώτη προτεραιότητα τον πολιτιστικό τουρισμό, τελικά είναι πολύ μεγαλύτερος ο αριθμός αυτών που θα εμπλακούν σε πολιτιστικές δραστηριότητες στο διάστημα που θα βρίσκονται σε μια πόλη ή γενικότερα σε έναν προορισμό. Ο τρόπος που θα προσεγγισθεί αυτός ο πληθυσμός από τους τοπικούς φορείς είναι πολύ σημαντικός για την τελική ενσωμάτωσή τους σε πολιτιστικές δραστηριότητες.

2.3.7 Θρησκευτικός τουρισμός (Religious Tourism)

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι η ανθρώπινη μετακίνηση που σκοπό έχει την αναζήτηση του ιερού ή του θείου, κάτι που αποτελεί μια σημαντική ψυχολογική ανάγκη για κάθε άτομο, ανεξάρτητα από φυλή, εθνικότητα ή θρησκεία. Οι μετακινήσεις αυτές έχουν πολλαπλές οικονομικές, πολιτιστικές και κοινωνικές επιδράσεις στους τόπους προσκυνηματικού ή θρησκευτικού προορισμού.

Το κύριο κίνητρο που ωθεί τα άτομα να πραγματοποιήσουν ταξίδια αυτής της μορφής είναι το θρησκευτικό στοιχείο, το οποίο συνδυάζεται και με άλλα κίνητρα που καλύπτουν την τουριστική τους ανάγκη. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού, άλλωστε, αποτελεί υποομάδα του πολιτιστικού τουρισμού. Σήμερα ο θρησκευτικός τουρισμός συνδυάζεται τόσο με τις διακοπές, όσο και τον πολιτιστικό τουρισμό αφού, για τους συμμετέχοντες των οργανωμένων προσκυνημάτων, προγραμματίζεται συχνά μια

ελεύθερη μέρα με σκοπό οι προσκυνητές να μπορούν να μετέχουν και σε άλλες τουριστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες

2.3.8 Μορφωτικός-Εκπαιδευτικός τουρισμός (Education Tourism)

Ο μορφωτικός-εκπαιδευτικός τουρισμός είναι συνυφασμένος με τη μόρφωση και τη γνώση, υπό την ευρεία έννοια εντάσσεται λοιπόν στην εκπαιδευτική διαδικασία των διδασκάλων, των φοιτητών, των σπουδαστών και των μαθητών και μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτελεί κλάδο του πολιτιστικού τουρισμού. Στόχος της μετακίνησης των ενδιαφερόμενων είναι η εκπαίδευση και η μάθηση, συνδέοντας άμεσα τη μορφή αυτή τουρισμού με την επιστημονική έρευνα και αναζήτηση

Ο μορφωτικός τουρισμός χρησιμοποιεί πληροφορίες για συγκεκριμένα μέρη και γεγονότα, με στόχο να εμπλουτίσει και πολλές φορές να τροποποιήσει τον τρόπο σκέψης των τουριστών για τον κόσμο και την ιστορία του (Wood, 2001). Οι περιοχές που υποδέχονται το συγκεκριμένο τουρισμό, είναι εκείνες που παρουσιάζουν ενδιαφέρον σχετικά με έναν επιστημονικό τομέα. Ο επισκέπτης αναζητά γνώσεις και ασχολείται με τη μελέτη της φύσης, τις τεχνολογικές εξελίξεις, τις ανακαλύψεις καθώς και διάφορες εφαρμογές. Τόπο προορισμού αποτελούν πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα, εκπαιδευτικά κέντρα, αστεροσκοπεία, βιομηχανικά και επιστημονικά συγκροτήματα, ειδικά πάρκα αλλά και χώροι ερευνάς συγκεκριμένων επιστημονικών κλάδων όπως η σπηλαιολογία, η γεωλογία, η παλαιοντολογία, η αρχαιολογία, η ωκεανολογία κ.λπ.

Ο μορφωτικός τουρισμός μπορεί να είναι μαζικός ή μη, ανάλογα με τον αριθμό των μετεχόντων και το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των διαφόρων ομάδων κατά περίπτωση Συχνά είναι επιδοτούμενος τουρισμός (από κράτη, υπουργεία, φορείς, βιομηχανίες, εταιρείες κ.λπ.), χαρακτηρίζεται από επαναληψιμότητα και θέτει τις βάσεις για νέες επισκέψεις του ταξιδιώτη με την οικογένεια, τους φίλους ή τους συνεργάτες του.

Στην Ελλάδα ο μορφωτικός τουρισμός δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς, παρότι η έρευνα έχει δείξει ότι υπάρχει ζήτηση και ενδιαφέρον από πολλές χώρες της Ευρώπης Η νεολαία δε, θεωρείται μία από τις σημαντικότερες για την Ελλάδα πηγές ζήτησης του

μορφωτικού τουρισμού, παρά την περιορισμένη οικονομική δυνατότητα (Βενετσανοπούλου, 2006).

2.3.9 Θαλάσσιος τουρισμός (Maritime Tourism)

Ως θαλάσσιος τουρισμός θα μπορούσε ευρέως να χαρακτηριστεί κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει σχέση με τη θάλασσα και τις ακτές (Βενετσανοπούλου, 2006). Με την έννοια αυτή, ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει ένα πλήθος δραστηριοτήτων, όπως η ναύλωση σκαφών αναψυχής κάθε είδους (ιστιοφόρα, ταχύπλοα, γιοτ κ.λπ.), η διενέργεια κρουαζιέρων, η κολύμβηση, τα θαλάσσια αθλήματα, η ερασιτεχνική αλιεία, η κατάδυση, η περιήγηση σε θαλάσσια πάρκα και η επίσκεψη σε ιστορικά πλοία (Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2005).

Ο θαλάσσιος τουρισμός συνήθως προσδιορίζεται από τη δυνατότητα χρήσης ιδιόκτητων και εκμισθωμένων σκαφών αναψυχής: τα σκάφη αυτά είναι διαφόρων μεγεθών και εμβέλειας ταξιδιών, διατίθενται με ή χωρίς πλήρωμα και κινούνται με ποικίλους τρόπους.

Σύμφωνα με τους Μυλωνόπουλο και Μοίρα, (2005:50) ο θαλάσσιος τουρισμός, ανάλογα με το κριτήριο του ιδιαίτερου θαλάσσιου χώρου όπου λαμβάνει χώρα η τουριστική δραστηριότητα και το πλωτό μέσο που χρησιμοποιείται για την ανάπτυξή της, διακρίνεται σε:

- Παράκτιο.
- Υποβρύχιο-Καταδυτικό,
- Θαλάσσιο αθλητικό.
- Θαλάσσιο αλιευτικό,
- Θαλάσσιο τουρισμό φύσης,
- Θαλάσσιο πολιτιστικό.
- Γιώτινγκ και
- Κρουαζιέρα

2.3.10 Αγροτουρισμός (Agritourism)

Ο όρος αγροτουρισμός παραπέμπει στις τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε περιοχές οι οποίες χαρακτηρίζονται ως αγροτικές (Benjamin, 2004). Επομένως, η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού συναντάται σε περιοχές μη αστικές, όπου οι βασικές οικονομικές δραστηριότητες ανήκουν στον' πρωτογενή τομέα. Η διεθνής πρακτική έχει δείξει ότι ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που ενσωματώνεται στον οικονομικό, κοινωνικοπολιτιστικό και περιβαλλοντικό ιστό των αγροτικών κοινοτήτων, στο πλαίσιο της οποίας ο τουρίστας συμμετέχει ενεργά στην αγροτική ζωή. Στις περιπτώσεις αυτές το τουριστικό προϊόν βασίζεται, κατά το μεγαλύτερο ποσοστό του, στην τοπική αγροτική ζωή και παραγωγή.

Σύμφωνα με το Ελληνικό Κέντρο Αγροτουρισμού, ο Αγροτουρισμός στην Ελλάδα είναι «η παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπεί στην οικονομική και κοινωνική αναβάθμιση των αγροτικών χώρων και της υπαίθρου, με τη στήριξη της τοπικής αγροτικής παραγωγής, της εμπορίας, της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών και της ανάδειξης του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου κάθε περιοχής». Σύμφωνα επίσης με την Ελληνική Προδιαγραφή του Ελληνικού Οργανισμού Τυποποίησης (ΕΛΟΤ). Για τον αγροτουρισμό, ο αγροτουρισμός είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, η οποία παγκοσμίως αποκαλείται εναλλακτική.

Κύριο χαρακτηριστικό του αγροτουρισμού. είναι η διαμονή των επισκεπτών σε καταλύματα τα οποία διαθέτουν αυθεντικό παραδοσιακό χρώμα και διακρίνονται για τον ιδιαίτερο αρχιτεκτονικό τους χαρακτήρα. Ταυτόχρονα, οι χώροι αυτοί παρέχουν ένα συνδυασμό εναλλακτικών δραστηριοτήτων (ιππασία, καλλιέργεια προϊόντων, μαθήματα τοπικής κουζίνας, κ.λ.π). με στόχο την ένταξη του επισκέπτη στον αγροτικό τρόπο ζωής (Ασκέλη, 2007).

Ο αγροτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που προέκυψε από μια διπλή αναγκαιότητα

Η πρώτη αφορά στους κατοίκους των μεγαλουπόλεων οι οποίοι, στην προσπάθειά τους να ξεφύγουν από το άγχος και τις πιέσεις που δημιουργεί η καθημερινότητα στις πόλεις,

αναζήτησαν την επανασύνδεσή τους με τη φύση και το παραδοσιακό πολιτισμικό στοιχείο, χαρακτηριστικά που είναι διάσπαρτα στην ύπαιθρο. Η προσπάθεια λοιπόν προσφοράς ήρεμων, ενεργών και συμμετοχικών διακοπών στους κατοίκους των πόλεων, αποτελεί ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του αγροτουρισμού. Η δεύτερη αφορά στους αγρότες, οι οποίοι αναζητούν εισοδήματα, συμπληρωματικά προς το γεωργικό, δεδομένης της κρίσης και της αβεβαιότητας στον γεωργικό τομέα.

Ο αγροτουρισμός μπορεί να καταταχθεί σε δυο κατηγορίες:

- τον αμιγή αγροτουρισμό κατά τον οποίο οι φιλοξενούμενοι, πέρα από το βασικό σκοπό του ταξιδιού τους που είναι οι διακοπές, ασχολούνται είτε με αγροτικές εργασίες, κατά κανόνα στο αγρόκτημα (περιποίηση ζώων, άρμεγμα, τυροκομία, θερισμός, τρυγητός, λιομάζωμα, οπωροκηπευτική, μελισσοκομία, κτλ.), είτε (και πολλές φορές παράλληλα) με ψυχαγωγικές δραστηριότητες, από αυτές που τους προσφέρει το περιβάλλον της αγροτικής περιοχής (κολύμπι, ψάρεμα, πεζοπορία, ορειβασία, κυνήγι, ιππασία, κτλ) και
- το σύνθετο αγροτουρισμό κατά τον οποίο οι τουρίστες, πέρα από τις παραπάνω δραστηριότητες που αναπτύσσουν μάλλον περιθωριακά, ικανοποιούν κυρίως κάποιες προσωπικές ανάγκες τους, τις οποίες συνδυάζουν με τον αγροτουρισμό της περιοχής, όπως για παράδειγμα η αποκατάσταση της υγείας τους, η άθληση, η φυσιολατρία και διάφορες θρησκευτικές και πολιτιστικές αναζητήσεις

Ο σύνθετος αγροτουρισμός στη χώρα μας αναπτύσσεται:

- Σε περιοχές με ιαματικές πηγές, γνωστές ως λουτροπόλεις. όπου σε ειδικά υδροθεραπευτήρια οι τουρίστες υπόκεινται σε κάποιες θεραπευτικές αγωγές, με ένα συνδυασμό αποτοξίνωσης και σωματικής χαλάρωσης, ο Σε ορεινά χωριά, στην περιοχή των οποίων λειτουργεί οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο, που αποτελεί το στοιχείο έλξης των τουριστών, ο Σε αγροτικές περιοχές με αθλητικές εγκαταστάσεις, όπου προσφέρονται όλες οι δυνατότητες για ανάπαυση και άθληση,
- Σε κέντρα διερχόμενων τουριστών, που βρίσκονται σε ειδικούς κόμβους και δέχονται περαστικούς για να τους προσφέρουν φιλοξενία και ενδιάμεσο κατάλυμα στην επιλεγείσα πορεία τους και

- Σε αγροτικές περιοχές με πολιτιστικά και θρησκευτικά ενδιαφέροντα. Οι διακοπές στις περιοχές αυτές συνδέονται με πνευματικές ενασχολήσεις.

Όλες οι παραπάνω μορφές αγροτουρισμού στην Ελλάδα, όπως αναφέρθηκε, αναπτύσσονται κυρίως σε αμιγώς αγροτικές περιοχές. Οι τύποι των καταλυμάτων είναι είτε δωμάτια εντός της οικίας της αγροτικής οικογένειας που φιλοξενεί τον τουρίστα, είτε καταλύματα που αποτελούν προέκταση της κατοικίας, είτε τέλος ανεξάρτητα της κύριας οικίας δωμάτια, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ανεξαρτησία της ιδιωτικής ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών.

2.3.11. Οικοτουρισμός (Ecotourism)

Ο τουρισμός φύσης αναπτύσσεται σε ορεινούς χώρους και σε ενδιαφέρουσες περιβαλλοντικά περιοχές, όπως οι περιοχές του δικτύου Φύση -Natura 2000- και τα δάση. Ο συνδυασμός της αναψυχής και της ζωής κοντά στη φύση ενσωματώθηκε στον όρο οικοτουρισμός και, με την έννοια αυτή, ο οικοτουρισμός προτείνεται ως ένα είδος συγκερασμού ανάμεσα στον τουρισμό και στο περιβάλλον (Patterson, 2007). Ο οικοτουρισμός αναπτύσσεται σε περιοχές με αξιόλογο φυσικό περιβάλλον, σε οικοσυστήματα με πλούσια βιοποικιλότητα, σε ιδιαίτερα μνημεία της φύσης, σε εθνικά πάρκα, σε σπάνια χλωρίδα και πανίδα και γενικότερα σε προστατευόμενες περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.

Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν πολλές και διαφορετικές τοποθετήσεις όσον αφορά την έννοια του οικοτουρισμού, όπως και για το συσχετισμό του με άλλες συναφείς έννοιες, όπως ο τουρισμός φύσης ή ο οικολογικός τουρισμός

Σύμφωνα με τον Ziffer (1989:6), ο οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που εμπνέεται κυρίως από τη φυσική ιστορία μιας περιοχής, άλλα και τις τοπικές πολιτιστικές παραδόσεις (indigenous cultures). Ο οικοτουρίστας επισκέπτεται σχετικά μη ανεπτυγμένες περιοχές με πνεύμα εκτίμησης, συμμετοχής και ευαισθησίας, κάνει συνετή χρήση των φυσικών πόρων και της άγριας ζωής και συνεισφέρει στην περιοχή που επισκέπτεται μέσω) της προσωπικής του εργασίας, ή των οικονομικών πόρων που διοχετεύονται κατευθείαν στην προστασία της φύσης και την οικονομική ευημερία των ντόπιων.

Κατά τον Richardson (1993), οικοτουρισμός είναι ο αειφόρος οικολογικά τουρισμός στην φύση, που αναδεικνύει το φυσικό τοπίο και τον πολιτισμό, προεκτείνει τη γνώση και κατανόηση που έχουν οι τουρίστες για αυτά, προωθεί την προστασία της φύσης και συμβάλλει στην ευημερία των ντόπιων.

Κατά τον παραπάνω ορισμό, τα συστατικά στοιχεία του οικοτουρισμού είναι:

- οι οικολογικά αξιόλογες και ως επί το πλείστον προστατευόμενες περιοχές. Υποδοχέας του οικοτουρισμού είναι μια περιοχή με αξιόλογα οικολογικά χαρακτηριστικά και, ως επί το πλείστον, προστατευόμενη. Στην Ελλάδα οι προστατευόμενες περιοχές έχουν χαρακτηριστεί ως τέτοιες σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, η δε προστασία σε ιδιωτικό επίπεδο είναι συνήθως περιστασιακή και συμπτωματική.
- η μη υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας της περιοχής. Η ανάπτυξη οικοτουριστικών δραστηριοτήτων προϋποθέτει την προηγούμενη εκτίμηση της φέρουσας ικανότητας και την ύπαρξη σχεδιασμού, με τη μορφή σχεδίου προστασίας και ανάπτυξης
- ενεργός προώθηση της προστασίας του φυσικού και του πολιτιστικού περιβάλλοντος. Πρόκειται για υιοθέτηση των πιο σύγχρονων αντιλήψεων, σύμφωνα με τις οποίες, αφενός η ανάπτυξη του οικοτουρισμού προτάσσει και προϋποθέτει την προστασία του αξιόλογου οικολογικά πόρου και αφετέρου συμβάλλει οικονομικά στην προστασία αυτή, δημιουργώντας και επαναδιοχετεύοντας έσοδα υπέρ του εκάστοτε φορέα προστασίας σε σταθερή βάση Ενδιαφέρουσα και ιδιαίτερα σημαντική για μια χώρα με μοναδικούς πολιτιστικούς πόρους, όπως η δική μας, είναι η σύνδεση με το πολιτιστικό περιβάλλον, στα πλαίσια της δραστηριότητας του οικοτουρισμού, είτε αυτή εξετάζεται από τη σκοπιά της ζήτησης, είτε από την σκοπιά της προσφοράς.
- διατήρηση της συνοχής του κοινωνικού ιστού. Πρόκειται στην ουσία για σύνδεση του οικοτουρισμού με το κοινωνικό περιβάλλον, με εμπλοκή και δραστηριοποίηση του τοπικού ανθρώπινου δυναμικού, εξασφάλιση εναλλακτικών λύσεων απασχόλησης ή επιχειρηματικής δράσης και πρόσθετων εισοδημάτων για την τοπική κοινωνία και παραμονή των ανθρώπων στον τόπο τους, με προσφορά νέων και παραγωγικών διεξόδων

Κατά τον WTO (2002) ο οικοτουρισμός, εκτός από τα χαρακτηριστικά αυτά, που συνιστούν συστατικά στοιχεία της έννοιάς του.

- θα πρέπει να οδηγεί σε ερμηνεία της φύσης και να έχει παιδαγωγικό χαρακτήρα, ενώ
- η πελατεία του συνήθως οργανώνεται σε μικρές ομάδες, από μικρά τοπικά τουριστικά γραφεία.

Σύμφωνα, τέλος, με τη Διακήρυξη του Κεμπέκ για τον οικοτουρισμό (UNEP/WTO, 2002), η οποία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της συνάντησης για το Παγκόσμιο Έτος Οικοτουρισμού το 2002, ο οικοτουρισμός:

- Περιλαμβάνει όλες εκείνες τις μορφές τουρισμού, στις οποίες το ουσιαστικό κίνητρο των τουριστών είναι η αγάπη, η εκτίμηση και η προστασία της φύσης, καθώς επίσης και η εξοικείωση τους με τους παραδοσιακούς πολιτισμούς που υφίστανται στις εν λόγω περιοχές.
- Παρέχει ερμηνευτικές και γνωσιολογικές εμπειρίες και ο Αφορά (ος επί το πλείστον ανεξάρτητους ταξιδιώτες και μικρές τουριστικές ομάδες, ενώ οργανώνεται από εξειδικευμένες και μικρές τοπικές επιχειρήσεις

Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει ότι, τόσο ο ορισμός, όσο και η ανάδειξη του ακριβούς περιεχομένου του οικοτουρισμού, είναι μια προσπάθεια που ακόμα δεν έχει αποδώσει οριστικά και κοινώς αποδεκτά αποτελέσματα.

2.3.12 Τουρισμός περιπέτειας (Adventure Tourism)

Η τουριστική αρχή του Καναδά έχει ορίσει τον τουρισμό περιπέτειας ως «υπαίθρια δραστηριότητα αναψυχής που λαμβάνει χώρα σε έναν ασυνήθιστο, εξωτικό, απομακρυσμένο ή φυσικό προορισμό, περιλαμβάνει κάποια μορφή ασύμβατων μέσων μεταφοράς και τείνει να σχετίζεται με χαμηλά ή υψηλά επίπεδα δραστηριότητας» (Canadian Tourism Commission, 1995). Οι δραστηριότητες που μπορεί να περιλαμβάνει ο τουρισμός περιπέτειας, είναι:

- Παρατήρηση της φύσης,

- Παρατήρηση άγριων ζώων (π.χ πουλιά, φάλαινες κ.α),
- Δραστηριότητες υδάτινης περιπέτειας (canoeing, kayaking, κ.ά.),
- Δραστηριότητες χειμερινής περιπέτειας (π.χ ελκυθροδρόμια, σκι. κ.ά.),
- Δραστηριότητες χειρσαίας περιπέτειας (π.χ ορειβασία, κ.ά.) και
- Δραστηριότητες εναέριας περιπέτειας, όπως πτήσεις με ανεμόπτερα, αερόστατα, αεροπορικά σαφάρι, bungee jumping και πτώσεις με αλεξίπτωτα.

Οι τουρίστες περιπέτειας αναμένουν μια εμπειρία ποικίλων βαθμών κινδύνου, έντασης αλλά και ηρεμίας, προσωπικής πρόκλησης, αυτοαντίληψης και αυτοελέγχου. Ο κίνδυνος αποτελεί συστατικό στοιχείο της μορφής αυτής: παρόλο όμως που η περιπέτεια εμπεριέχει το απρόβλεπτο, ως τουριστικό προϊόν οφείλει να προσφέρει εκ μέρους των διοργανωτών εγγυήσεις για την προστασία και την ασφάλεια των τουριστών, αφού η έννοια του κινδύνου δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να θέτει σε σοβαρό κίνδυνο τη ζωή του επισκέπτη κατά την άσκηση της δραστηριότητας. Ιδιαίτερη σημασία έχει η κατάλληλη υποδομή, ο εξοπλισμός και οι υπηρεσίες κατά την άσκηση της δραστηριότητας, σημαντική είναι επίσης η ενημέρωση, η σωστή οργάνωση και ο χειρισμός των καταστάσεων που προκύπτουν από τη δραστηριότητα. Ο βαθμός επικινδυνότητας είναι καθοριστικός και διαιρείται σε επίπεδα που διαφοροποιούνται με βάση το βαθμό δυσκολίας που παρουσιάζει η δραστηριότητα και τις ηλικιακές ομάδες που απευθύνεται.

Η περιπέτεια εμπεριέχει όλα τα επίπεδα ικανοτήτων των μετεχόντων και χωρίζεται σε δύο βασικές κατηγορίες την ακραία και την ήπια περιπέτεια (Swarbrooke et al., 2006).

Ο τουρισμός ακραίας περιπέτειας αναφέρεται σε δραστηριότητες υψηλού κινδύνου και απαιτεί εμπειρία, προσήλωση, φυσικές ικανότητες και νοητική ισορροπία. Η κινητήρια δύναμη είναι η επαφή με τη φύση και τον πολιτισμό του προορισμού. Όσοι μετέχουν πρέπει να είναι προετοιμασμένοι να αντιμετωπίσουν ακραίες συνθήκες με σωματική καταπόνηση, στέρηση ύπνου και διαιτητικούς περιορισμούς.

Ο τουρισμός ήπιας περιπέτειας εμφανίζει μικρότερο φυσικό κίνδυνο σε σχέση με την ακραία περιπέτεια, απαιτεί ελάχιστη ή και καθόλου εμπειρία και προσφέρει περισσότερη ευκολία σε θέματα ύπνου και κουζίνας. Πολλές δραστηριότητες μπορεί να είναι αντίστοιχες εκείνων της προηγούμενης κατηγορίας, ωστόσο λαμβάνουν χώρα σε

ένα χαμηλότερο επίπεδο απαιτήσεων φυσικής κατάστασης και σε ηπιότερο φυσικό περιβάλλον. Ο τουρισμός περιπέτειας ήπιας μορφής είναι ιδιαίτερα δημοφιλής, γιατί προσφέρει μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων και εμπειριών για τον εναλλακτικό ταξιδιώτη (Swarbrooke et al., 2006).

Ο Τουρισμός Περιπέτειας ήταν αναμενόμενο να κάνει την εμφάνισή του και στην Ελληνική ορεινή (και όχι μόνο) ζώνη, αφού οι φυσικοί πόροι της χώρας μας ευνοούν την ανάπτυξη των συγκεκριμένων τουριστικών δραστηριοτήτων. Η μορφή αυτή τα τελευταία χρόνια προσελκύει κατά βάση νέους ανθρώπους, κατοίκους των μεγαλουπόλεων, αλλά και μεγαλύτερους ηλικιακά επισκέπτες, που αναζητούν διεξόδους από το άγχος και την καθημερινότητα του αστικού τρόπου ζωής. Οι τουρίστες περιπέτειας συνήθως ταξιδεύουν οργανωμένα και σε μικρές ομάδες, ενώ το μεγαλύτερο μέρος τους προέρχεται από το εσωτερικό της χώρας.

2.3.13 Αθλητικός τουρισμός (Sports Tourism)

Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί τη συνισταμένη όλων των μορφών ενεργητικής ή παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες, στις οποίες η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας (Τερζάκης, 2007).

Ο αθλητικός τουρισμός αφορά στους προσωρινούς επισκέπτες, που διαμένουν σε μια συγκεκριμένη περιοχή στην οποία ένα αθλητικό συμβάν λαμβάνει χώρα. Ανάλογα με την ιδιότητα του επισκέπτη, ο αθλητικός τουρισμός αποκτά και διαφορετικό περιεχόμενο. Βάσει αυτών, οι μορφές αθλητικού τουρισμού είναι λ- Ο τουρισμός με αθλητικό περιεχόμενο. Πρόκειται για μορφή κατά την οποία ο επισκέπτης μετακινείται σε έναν προορισμό για αναψυχή και συμμετέχει σε αθλητικές εκδηλώσεις, είτε ως θεατής, είτε ως αθλητής. Πρωταρχική επιλογή του επισκέπτη είναι ο προορισμός, ενώ η συμμετοχή προκύπτει τυχαία, από τη σύμπτωση του χρόνου διοργάνωσης της εκδήλωσης κατά το χρόνο παραμονής του επισκέπτη εκεί. Η συμμετοχή του ως αθλητή αφορά ήπιες μορφές αθλητισμού, όπως οι γύροι πόλεων.

Σε γενικές γραμμές, τα αθλητικά γεγονότα και οι αθλητικές δραστηριότητες δημιουργούν νέες μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδυάζουν τις παραδοσιακές διακοπές

με την πρακτική ενός ιδιαίτερου αθλήματος (Γλυνιά και συν., 2004) Οι μορφές αυτές κυρίως περιλαμβάνουν:

- Τον κλασικό αθλητικό τουρισμό,
- Το θαλάσσιο αθλητικό τουρισμό,
- Τον καταδυτικό τουρισμό,
- Τον αθλητικό τουρισμό υπαίθρου,
- Τον αθλητικό ορεινό τουρισμό,
- Τον αεραθλητικό τουρισμό,
- Τον τουρισμό γκολφ,
- Το χιονοδρομικό τουρισμό και
- Τον τουρισμό περιπέτειας

Κεφάλαιο 3^ο- Οινοτουρισμός

3.1 Η ιστορία του οίνου

Το σταφύλι είναι ένα από τα αρχαιότερα φρούτα στον κόσμο. Αναλύσεις σε απολιθώματα μαρτυρούν την ύπαρξη της αμπέλου αρκετά εκατομμύρια χρόνια πριν. Το παλαιότερο μπουκάλι κρασί είναι πάνω από 1600 χρόνων και βρίσκεται στο Pfalz Historical Museum της Γερμανίας.

Οι Έλληνες ήταν οι πρώτοι που πριν 6000 χρόνια περίπου, καλλιέργησαν την άμπελο συστηματικά και παρήγαγαν κρασιά τα οποία διένεμαν με τα πλοία τους στον τότε γνωστό κόσμο. Όταν αποίκησαν την Κάτω Ιταλία, Σικελία, Νότια Γαλλία και Ισπανία, μετέφεραν και διέδωσαν την καλλιέργεια της αμπέλου και την τέχνη της παρασκευής του κρασιού. Κατά την Ελληνική μυθολογία, ο Θεός του οίνου, ήταν ο Διόνυσος ή Βάκχος και στις Διονυσιακές τελετές συμμετείχαν οι Μαινάδες, οι Σειληνοί, οι Σάτυροι και οι Νύμφες.

Το κρασί συνοδεύει τον άνθρωπο στις γιορτές, σε χαρές και λύπες, θρησκευτικές τελετές. Τον εμψυχώνει και τον χαλαρώνει συμβάλλοντας έτσι στο να ξεπερνάει δυσκολίες, όπως οικονομικές και κοινωνικές κρίσεις και του δίνει ευεξία και αισιοδοξία.

Η χημική ανάλυση του κρασιού και ειδικότερα του κόκκινου, περιέχει 200 περίπου συστατικά (φαινόλες, τανίνες, ανθοκυάνες, πολυφαινόλες, πολυσακχαρίτες, σίδηρο, κλπ). Ένα από τα σημαντικότερα συστατικά είναι η ρεσβερατρόλη, που υπάρχει στην φλούδα και στο κουκούτσι της ρόγας του σταφυλιού. Εισάγεται δε στο κρασί κατά την διαδικασία της ερυθράς οινοποίησης. Αξίζει να σημειωθεί ότι 100 gr κρασιού περιέχουν 80 θερμίδες.

Την ρεσβερατρόλη παράγει το φυτό για την αυτοάμυνα του στις διάφορες ασθένειες της αμπέλου. Η ρεσβερατρόλη είναι φυτική ορμόνη, που έχει αντιοξειδωτικές ιδιότητες. Μακροχρόνιες μελέτες έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι 2 έως 3 ποτήρια την ημέρα κόκκινο κρασί, έχει αντικαρκινικές ιδιότητες. Μειώνει τον κίνδυνο από

καρδιακές προσβολές, στεφανιαίες νόσους, αυξάνει το HDL (καλή χοληστερίνη) και περιορίζει τους θρόμβους και την συσσώρευση αιμοπεταλίων στο αίμα. Ακόμη μειώνει κατά 40% τον κίνδυνο ανάπτυξης του προστάτη. Ο Ιπποκράτης στην αρχαιότητα, πρότεινε για την θεραπεία των ασθενών του, την κατανάλωση κρασιού σε ποσότητα ανάλογη με το βάρος του ασθενούς σαν φάρμακο.

3.2 Ο ορισμός του οινοτουρισμού

Ο οινοτουρισμός παρά την ευρεία διάδοση των τελευταίων χρόνων, δεν θεωρείται ένα καινούργιο φαινόμενο καθώς οργανωμένες επισκέψεις σε αμπελώνες και οινοποιία αναφέρονται από την αρχή των κλασσικών χρόνων.

Κατά τα μέσα του 19^{ου} αιώνα συναντάμε οργανωμένες οινικές περιηγήσεις οι οποίες οφείλονται στις οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές που επέφεραν τα σιδηροδρομικά δίκτυα και η ανάπτυξη ενός νέου ενδιαφέροντος στη δυτική Ευρώπη για το κρασί.

Η έννοια του οινοτουρισμού και τι πραγματικά είναι τελεί υπό συνεχή διαμόρφωση και συνεπώς έχουν δοθεί πολλοί και διάφοροι ορισμοί.

Σύμφωνα με το Hall(1996) «ο οινοτουρισμός περιλαμβάνει επισκέψεις σε αμπελώνες και οινοποιεία, γιορτές και εκθέσεις κρασιών, κατά τις οποίες οι κύριοι παράγοντες παρακίνησης των επισκεπτών είναι η δοκιμή κρασιών και η εμπειρία των χαρακτηριστικών της οινοπαραγωγού περιοχής». Τον παραπάνω ορισμό ενίσχυσε ο Getz (2000) εντάσσοντας και τους τουρίστες που ταξιδεύουν με άλλο σκοπό στην περιοχή αλλά δρύνοντας της ευκαιρίας επισκέπτονται και τα οινοποιεία.

Το 1998 ο Dowling στον ορισμό του για τον οινοτουρισμό εντάσσει και την έννοια της εμπειρίας που αποκομίζουν οι επισκέπτες μέσα από το σύνολο των δραστηριοτήτων τους κατά την επίσκεψή τους σε ένα οινοποιείο. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι ο οινοτουρισμός ορίζεται ως «Βιωματικός τουρισμός που αναπτύσσεται στις αμπελοοινικές περιοχές και παρέχει μια μοναδικής εμπειρία, η οποία ενσωματώνει στοιχεία του οίνου, της γαστρονομίας, του πολιτισμού, της τέχνης, της επιμόρφωσης και του ταξιδιού».

Οι Tefter and Hashimoto (2002) στον ορισμό τους δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα και σημασία στην ενσωμάτωση της τοπικής κουζίνας στην οινοτουριστική εμπειρία ενώ οι Plummer at al. (2005) υπογραμμίζουν τη συσχέτιση ανάμεσα στον τουρισμό κρασιού και φαγητού καθώς θεωρούν το ένα είδος συμπληρωματικό του άλλου.

Ο ορισμός του οινοτουρισμού από τους Correia and Ascenaο (2006) παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον καθώς εξετάζει τον οινικό τουρισμό ως μέσο για την προσέλκυση επισκεπτών όχι μόνο για τα οινοποιεία αλλά για όλη την περιοχή. Στην ίδια λογική κινείται και ο ορισμός των Getz & Brown (2006), όπου μέσω της ελκυστικότητας του οίνου και σε συνδυασμό με το σωστό μάρκετινγκ του οινοποιού επιτυγχάνεται η επισκεψιμότητα τόσο στον χώρο του οινοποιού όσο και στο τόπο προορισμού.

Μέσα από του ορισμούς που έχουν καταγραφεί κατά το πέρασμα του χρόνου αλλά και την ανάπτυξη του οινικού τουρισμού γίνεται αντιληπτό ότι ο οινοτουρισμός είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο όπου οι επισκέπτες δοκιμάζουν την τοπική γαστρονομία, τον οίνο που παράγεται στην περιοχή ενώ ταυτόχρονα η περιοχή που επισκέπτονται διαδραματίζει και αυτή καταλυτικό ρόλο στη λήψη της απόφασης για την επίσκεψη τους η οποία στο σύνολο πρέπει να τους προσφέρει μια μοναδική εμπειρία οινικής ξενάγησης.

3.2 Ο οινοτουρισμός στην Ευρώπη

Ο οινοτουρισμός δεν είναι μόνο τα αμπέλια , το κρασί και το οινοποιείο. Είναι η συνολική εμπειρία της επίσκεψης. Η γεύση του κρασιού , η απόλαυση του φαγητού, η αρχιτεκτονική του οινοποιείου, το φυσικό περιβάλλον και πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής αλληλεπιδρούν με τον επισκέπτη δημιουργώντας μια ξεχωριστή οινική εμπειρία η οποία συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός γοητευτικού οινοπροορισμού.

Για να δοκιμάσεις ένα καλό κρασί αξίζει να ταξιδέψεις από τη μια άκρη του κόσμου στην άλλη. Η εξέλιξη του οινοτουρισμού επιβεβαιώνει ότι εκατομμύρια άνθρωποι ταξιδεύουν ανά τον κόσμο ώστε να απολαύσουν ένα καλό κρασί και να ζήσουν μια ταξιδιωτική εμπειρία. Ο επισκέπτης στους ευρωπαϊκούς αμπελώνες μπορεί να

ξεναγηθεί σε ιστορικά κάστρα, φροντισμένους αμπελώνες και να γνωρίσει φιλικούς και φιλόξενους ιδιοκτήτες. Κάθε επίσκεψη και περίπατος στους αμπελώνες συνδυάζεται με δοκιμή οίνου, διαμονή σε κάστρα και γευσιγνωσία της τοπικής γαστρονομίας.

3.2.1 Οινοτουρισμός στην Ισπανία

Την Ισπανία επισκέπτονται κάθε χρόνο 80-82 εκατομμύρια τουριστών, αντιπροσωπεύοντας το 10% του Α.Ε.Π της χώρας. Στόχος την Ισπανίας είναι η μεγαλύτερη αποδοτικότητα του τουρισμού κι όχι η ποσοτική αύξηση του αριθμού των επισκεπτών. Η ανάπτυξη του οινοτουρισμού είναι ο τρόπος και το μέσο επίτευξης του προαναφερόμενου στόχου.

Η χώρα διαθέτει τους περισσότερους αμπελώνες παγκοσμίως αλλά τα έσοδα που προέρχονται από τον οινοτουρισμό είναι μόλις 67 εκατ. ευρώ, ενώ τα αντίστοιχα για τη Γαλλία είναι 5,2 δισ. ευρώ και για την Ιταλία 3 δισ. ευρώ . Η Ισπανία έχει κερδίσει ένα πολύ καλό όνομα στον τομέα της αμπελουργίας και του τουρισμού και αυτό χάρη στους προορισμούς οίνου και τα οινοποιεία που διαθέτει, καθώς επίσης και στη διαμονή και τις ελκυστικές προσφορές που προορίζονται για τους τουρίστες.

Από τη δεκαετία του 1980, το ισπανικό κράτος έχει σημειώσει μεγάλη πρόοδο στη γαστρονομία, κυρίως χάρη στα εγχώρια προϊόντά της . Αντιστοίχως, το ίδιο επιθυμεί να πράξει με περισσότερη στόχευση στο εξής στον τομέα της οινοποιίας, εφόσον η παραγωγή οίνου συνδέεται άμεσα με τον ισπανικό πολιτισμό.

Συγκεκριμένα, μέσω της επεξεργασίας εξειδικευμένων στατιστικών πληροφοριών, η Ισπανία ετοιμάζει την επανατοποθέτηση των οινικών προϊόντων, τον ανασχεδιασμό και τη βελτίωση της ποιότητάς τους, την έμφαση σε οινικά προϊόντα που συνδέονται με τον πολιτιστικό τομέα και τη δημιουργία πίστης σε αυτά, με απώτερο στόχο τη βελτίωση της λειτουργίας της οινικής αγοράς και των κλαδικών επιχειρήσεων.

Επιπλέον, απαιτείται ανασχεδιασμός των προϊόντων γαστρονομίας με σκοπό να

ανταποκρίνονται στις επιταγές του μελλοντικού τουρισμού συνδυαστικά με τους οίνους.

Τέλος, υπάρχει η ανάγκη όχι μόνο προσέλκυσης οιογνωστών αλλά και προσφορών ευρύτερου περιεχομένου, καθώς και η ύπαρξη εξειδικευμένου προσωπικού μάρκετινγκ ώστε οι διαδρομές του κρασιού στην Ισπανία να παρουσιάζουν ένα πλήρες οιοτουριστικό προϊόν με υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και γεύσεων σε συνδυασμό με τις τοπικές ομορφιές.

3.2.2 Ο οιοτουρισμός στη Γαλλία

Η Γαλλία είναι ο τόπος όπου ο οίνος λατρεύτηκε περισσότερο από οπουδήποτε στον κόσμο και που έχει συνδέσει το όνομά του με τις πλέον εκλεκτές ετικέτες της αγοράς. Τα πιο φημισμένα κρασιά είναι εκείνα της Γαλλίας. Παράγει όλους τους τύπους κρασιών από τα φθηνότερα μέχρι τα ακριβότερα και πολυβραβευμένα. Η παράδοση στην οιοπαραγωγή στη Γαλλία μετράει χρόνια , ο οιοικός τουρισμός είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος και κάθε χρόνο υποδέχεται οιοφίλους από όλο τον κόσμο.

Ένας ιδιαίτερα αγαπητός προορισμός για τους φίλους του κρασιού είναι το Μπορντό. Το όνομα του και μόνο παραπέμπει σε παραμυθένια κάστρα και φροντισμένους αμπελώνες. Η πανέμορφη πόλη, με ιστορικές επαύλεις και μνημεία που έχουν άρτια ανακαινιστεί τα τελευταία χρόνια, θα μπορούσε να παρομοιαστεί με ένα "Παρίσι σε μινιατούρα. Η περιοχή χαρακτηρίζεται από ποικιλομορφία τοπίων, με μεσαιωνικά χωριουδάκια και βουκολικές σκηνές στη δεξιά όχθη του ποταμού Γαρούνα (Γκαρόν), με εντυπωσιακές επαύλεις και οιοποιεία στην πεδιάδα, όπου οι άλλοτε βαλτότοποι του Μέντοκ έχουν δώσει τη θέση τους σε εκτενείς αμπελώνες και με όμορφες παραλίες με αμμοθίνες, στην χερσόνησο Arcachon. Κυριολεκτικά δεκάδες είναι τα οιοποιεία, πολλά από τα οποία ανήκουν σε διάσημους συλλέκτες οίνου. Το πολυτελές αυτό τουρ της πόλης και της ευρύτερης περιοχής έχει σχεδιαστεί ειδικά για οιολάτρες, που αγαπούν την καλή ζωή. Θα επισκεφτούμε υπέροχους αμπελώνες με φιλικούς ιδιοκτήτες και θα γνωρίσουμε κάθε λεπτομέρεια από την

πολύπλοκη ιστορία της περιοχής και των κρασιών της. Οι περίπατοι στους αμπελώνες συνδυάζονται με δοκιμές οίνου, ξεναγήσεις από ιστορικούς τέχνης και οινολόγους, γευσιγνωσία σε υπέροχα πιάτα από διάσημους βραβευμένους σεφ.



Εικόνα 1: Οι αμπελώνες του Château Smith Haut Lafitte

3.2.3 Ο οινoturισμός στην Ιταλία

Στην Ιταλία ο οινoturισμός άρχισε να αναπτύσσεται τις αρχές της δεκαετίας του '90. Το νέο, για εκείνη την εποχή, τουριστικό προϊόν αναπτύχθηκε μόνο σε ορισμένες περιοχές. Η αυξημένη όμως ζήτηση οδήγησε στην δημιουργία ενός ολοκληρωμένου δικτύου οινικών διαδρομών που καλύπτει όλες τις οينوπαραγωγικές περιοχές.

Η έκταση της Ιταλίας είναι μόνο το 60% της έκτασης της Γαλλίας κι όμως έχει μια αναγνωρισμένη και επιτυχημένη παραγωγή κρασιού. Κρατά τα σκήπτρα στην παραγωγή του κρασιού και έχει καταφέρει να το εντάξει στην ιταλική κουλτούρα. Σε κάθε σημείο αναπτύσσονται απέραντοι αμπελώνες. Η Ιταλία διαθέτει τις

περισσότερες διαφορετικές ποικιλίες σταφυλιών και συγκεκριμένα πάνω από 1.000 με τουλάχιστον 440 να χρησιμοποιούνται σήμερα στην παραγωγή κρασιού.

Όνειρο ζωής για μεγάλο αριθμό φίλων του οίνου αποτελεί η Τοσκάνη. Μεσαιωνικά κάστρα, πέτρινα σπιτάκια, πύργοι στη μέση του πουθενά μέσα σε απέραντους αμπελώνες. Παντού υπάρχουν μικρά ή μεγάλα οινοποιία μπορεί να επισκεφθεί και να γίνει μέρος στο πάτημα του σταφυλιών. Κατά μήκος του δρόμου υπάρχουν παραγωγοί που πωλούν κρασί από τους οποίους ο οινοτουρίστας μπορεί να γευτεί και να προμηθευτεί αγνά κρασιά. Στην Ιταλία ο επισκέπτη έχει τη δυνατότητα να ζήσει μια ολοκληρωμένη οινική εμπειρία καθώς μπορεί να φιλοξενηθεί και να περπατήσει σε απέραντους αμπελώνες, να γίνει μέρος της παραγωγικής διαδικασίας του κρασιού και να απολαύσει τα ιδιαίτερα τοπία της Ιταλίας τα οποία είναι πλήρως εναρμονισμένα με την ύπαρξη των οινοποιείων.



Εικόνα 2: «Villa Promona» Αμπελώνας στην καρδιά της Τοσκάνης

3.3 Ο οινoturισμός στη Ελλάδα

Ο οίνος κατέχει σημαντική θέση στη χώρας μας καθώς είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό γίγνεσθαι του ελληνικού λαού. Από την άλλη ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους και συνεχώς αναπτυσσόμενους κλάδους παγκοσμίως κι όσον αφορά τη χώρα μας θεωρείται η «βαριά βιομηχανία» εν καιρώ κρίσης έχει καταφέρει όχι μόνο να διατηρήσει τη θέση του αλλά να την αναπτύξει προσελκύοντας ολοένα και μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών.

Ο τουρισμός εξελίσσεται και εμφανίζονται νέες τάσεις και συνήθειες που ως χώρα πρέπει να αφογκραστούμε και να ενεργοποιηθούμε, Έτσι, έκανε και ο οινoturισμός την εμφάνιση του σε διάφορες περιοχές της Ελλάδος. Βέβαια, κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά των εφαρμογών του τα συναντάμε και σε άλλες περιοχές της Ευρώπης όπως η Τοσκάνη και το Μπορντώ που έχουν μια μακρά παράδοση σε σχέση με το κρασί.

Η διαμόρφωση του ελληνικού οινoturιστικού προϊόντος έχει επηρεαστεί κι από άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού , συνδυάζοντας στοιχεία του αγροτουρισμού και του πολιτιστικού τουρισμού. Πρόκειται για μια μορφή τουριστικού μοντέλου που σε συνδυασμό με την ανοδική πορεία και εξωστρέφεια του κρασιού γνωρίζει σημαντική άνθιση και αναγνώριση.

Οι οινoturιστικές δραστηριότητες που συναντάμε στην Ελλάδα είναι για παράδειγμα όπως στη Σαντορίνη όπου έχουμε το μοναδικό τοπίο του ηφαίστειου το οποίο προσφέρει στους επισκέπτες πλούσιο θέαμα αλλά και τις ολοκληρωμένες οινoturιστικές υπηρεσίες οι οποίες περιλαμβάνουν επισκέψεις σε αμπελώνες και οινοποιία , δόκιμες κρασιών, γευσιγνωσία και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Όλα αυτά δίνουν στον οινoturιστά μια ολοκληρωμένη εμπειρία η οποία καλύπτει την ανάγκη του για γνωριμία με τον αμπελώνα αλλά και γνωριμία με τον τόπο επίσκεψης. Ένας ακόμα εξαιρετικός οινoturιστικός προορισμός είναι το Κτήμα Πόρτο- Καρράς'. Συνδυάζοντας διαμονή σε πολυτελές κατάλυμα , με επίσκεψη σε αμπελώνες και γεύματα υψηλής γαστρονομίας στα εστιατόρια του κτήματος.

Σε όλες τις περιοχές της Ελλάδος όπως σε Μακεδονία, Θράκη, Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησο, Ήπειρο, Θεσσαλία, Κρήτη , στα νησιά του Ιονίου και του Αιγαίου πραγματοποιούνται φεστιβάλ κρασιού, σεμινάρια , γευσιγνωσίες και ξεναγήσεις σε αμπέλια μέσω των οποίων προωθείται ο οινοτουρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο.

Μέσα από όλες τις οργανωμένες δράσεις παρέχονται δυνατότητες ενημέρωσης και οργάνωσης των επισκεπτών και διασύνδεση των οινοποιών με τις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις. Παράλληλα ενισχύεται και αναδεικνύεται η θέση της εκάστοτε περιοχής και των τοπικών κρασιών προωθώντας την τοπική οινοτουριστική δραστηριότητα. Έτσι, το κρασί, η ολοκληρωμένη οινική εμπειρία και ο οινοτουρισμός μέσα από τη σωστή προσέγγιση και ορθή αξιοποίηση των παραδόσεων της χώρας μπορούν να αναδείξουν τον οινικό τουρισμό σε μια ξεχωριστή παγκόσμια θέση.



Εικόνα 3 : Ο αρχαίος αμπελώνας της Σαντορίνης

Κεφάλαιο 4^ο – Η καταναλωτική συμπεριφορά στα πλαίσια του οινοτουρισμού

4.1 Το προφίλ του οινοτουρίστα

Ο οινοτουρισμός κερδίζει ολοένα και μεγαλύτερο έδαφος. Τα τελευταία χρόνια έχει παρουσιάσει ιδιαίτερη ανάπτυξη σε μικρές ημιαστικές ή αγροτικές περιοχές στις οποίες η καλλιέργεια των αμπελιών είναι η κύρια δραστηριότητα. Αυτή η ανάπτυξη και έντονη διάδοση του οινοτουρισμού γεννά την ανάγκη για γνώση σχετικά με τους επισκέπτες του οινοτουρισμού. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να γνωρίζουμε τις ανάγκες και τις προτιμήσεις του συγκεκριμένου κοινού και όλα όσα μας απαντούν στην ερώτηση «ποιος είναι ο οινοτουρίστας». Μέσα από την αναγνώριση των χαρακτηριστικών αλλά και των διαφορών των επισκεπτών στα οινοποιία μιας περιοχής μπορούμε να τμηματοποιήσουμε και να στοχεύσουμε στο επιθυμητό μέρος των επισκεπτών προσφέροντας τους υπηρεσίες οι οποίες καλύπτουν και ικανοποιούν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των επισκέψεων τους στα οινοποιία. Με αυτό τον τρόπο μπορούμε να τους προσφέρουμε μια μοναδική εμπειρία επίσκεψης που θα κατακτήσει την καρδιά και το μυαλό τους και θα τους κάνει να μιλούν για εμάς.

Οι οινοπαραγωγοί διατηρούν μια εικόνα κατηγοριοποίησης των επισκεπτών τους, η οποία στηρίζεται περισσότερο σε γενικές και μη συστηματικές παρατηρήσεις παρά σε ακριβείς μεθόδους συλλογής δεδομένων και ανάλυσης. Η πλέον κλασική τυπολογία οινοτουριστών είναι αυτή του Hall (1996), ο οποίος χρησιμοποιώντας δεδομένα από συνεντεύξεις με αντιπροσώπους των οινοποιείων, εντόπισε τρία τμήματα της αγοράς:

- «**Λάτρης κρασιού**» (wine lover): η επίσκεψη στο οινοποιείο είναι το κεντρικό ή και μοναδικό κίνητρο για την τουριστική του δράση.

- **«Ενδιαφερόμενος για θέματα κρασιού»** (wine interested): το κρασί αποτελεί πηγή

ευχαρίστησης παρά αντικείμενο πάθους ενώ η τουριστική δράση του επισκέπτη παρακινείται από πρόσθετους παράγοντες.

- **«Περίεργος»** (curious tourist): έχει άγνοια για τα θέματα κρασιού και θεωρεί την

επίσκεψη στο οινοποιείο ως μια εναλλακτική εμπειρία.

Μία ακόμα χρήσιμη και αποδεκτή τμηματοποίηση των οινοτουριστών έχει γίνει με βάση τις δημογραφικές και κοινωνικοοικονομικές μεταβλητές. Σε γενικές γραμμές, οι δημογραφικές και κοινωνικοοικονομικές μεταβλητές, όπως η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα και η εκπαίδευση υπήρξαν ευρέως χρησιμοποιούμενες για την τμηματοποίηση της αγοράς οινοτουρισμού. Εκ πρώτης όψεως, στη σχετική αρθρογραφία εντοπίζονται ορισμένα αντιφατικά ευρήματα, καθώς μια σειρά ερευνών υποστηρίζουν ότι οι οινοτουρίστες συνήθως ανήκουν σε μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (40-50 ετών) και έχουν πλούσιες γνώσεις για το κρασί (King and Morris, 1997, Heaney, 2003) ενώ από άλλες έρευνες προκύπτει ότι οι οινοτουρίστες μπορεί να ανήκουν και σε νεαρότερες ηλικίες. Εύστοχα οι Charters and Ali- Knight (2002) προτείνουν ότι τα ηλικιακά δημογραφικά χαρακτηριστικά ποικίλλουν από περιοχή σε περιοχή. Επίσης, θα μπορούσαμε να προσθέσουμε πως μπορεί να ποικίλλουν και από οινοποιείο σε οινοποιείο ανάλογα με τη στόχευση κάθε οινοποιείου σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς.

Τέλος, η έρευνα των Alebaki and Iakovidou (2010), που διεξήχθη στην Ελλάδα, επιχείρησε τη σκιαγράφηση του κοινωνικοοικονομικού προφίλ των επισκεπτών σε οινοποιεία της Μακεδονίας, καταλήγοντας ότι ο μέσος επισκέπτης είναι άνδρας νεαρής ηλικίας, με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και μέσο προς υψηλό εισόδημα. Στην ανάλυση τμηματοποίησης που πραγματοποιήθηκε βάσει των δημογραφικών χαρακτηριστικών και των

κινήτρων επίσκεψης, αναγνωρίστηκαν τέσσερα τμήματα: 1) οι «λάτρεις του κρασιού» (“wine lovers”), που έχουν υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης και εισοδήματος ενώ έχουν ως πρωτογενή κίνητρα την επίσκεψη στο οινοποιείο, τη γνωριμία με τον παραγωγό και την εκπαίδευση για το κρασί, 2) οι «αρχάριοι» (“neophytes”), που είναι κυρίως φοιτητές με

ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το κρασί, που ωστόσο διαθέτουν περιορισμένο εισοδήμα,
3) οι

«περιστασιακοί» επισκέπτες (“occasional wine tourists”), που δεν ενδιαφέρονται για τη μάθηση αλλά έλκονται από την τοπική γαστρονομία, και 4) οι «συνοδοί» (“hangers-on”),

που δεν ενδιαφέρονται για το κρασί, ούτε είναι καταναλωτές κρασιού αλλά η επίσκεψη αποτελεί μια αμιγώς τουριστική δραστηριότητα για εκείνους.

Στοιχεία για το προφίλ του ενδιαφερόμενου κοινού αντλούνται και από την περίφημη έρευνά με τίτλο «Who is the wine tourist?». Οι Charters and Ali-Knight (2002) δημοσίευσαν μια έρευνα τμηματοποίησης με βάση το ενδιαφέρον των τουριστών για το κρασί και το επίπεδο των γνώσεών τους. Η έρευνα, που πραγματοποιήθηκε στη Δυτική Αυστραλία, πρόσθεσε δύο τμήματα στην κλασική τυπολογία του Hall (1996), αναδεικνύοντας συνολικά πέντε τμήματα:

1. **«Λάτρεις κρασιού»** (wine lovers): έχουν την βαθύτερη γνώση σχετικά με το κρασί και

ενδεχομένως έχουν διαβάσει σχετικά βιβλία ή έχουν παρακολουθήσει σχετικά σεμινάρια ενώ θεωρούν τους εαυτούς τους καλύτερους γνώστες από τα άλλα τμήματα. Ακόμη και τα κίνητρά τους είναι πολύ ξεκάθαρα: θέλουν να πραγματοποιήσουν αγορές, να μάθουν για το κρασί και να δοκιμάσουν. Συμπερασματικά και σε σχέση με τα υπόλοιπα τμήματα ο τρόπος ζωής που συνδέεται με το κρασί τους ενδιαφέρει περισσότερο.

2. **«Γνώστες»** (connoisseurs): αποτελούν μόλις το 3,3% του συνόλου ενώ ενδεχομένως να

μπορούσαν να θεωρηθούν ως ένα εξειδικευμένο τμήμα των wine lovers, καθώς μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά τρόπου ζωής. Ωστόσο, παρουσιάζουν κάποιες διαφοροποιήσεις: δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την παραγωγική διαδικασία του κρασιού και είναι πρόθυμοι να παρακολουθήσουν πρόσθετες επιμορφωτικές δραστηριότητες. Είναι καταξιωμένοι επαγγελματικά και έχουν υψηλά εισοδήματα.

3. **«Ενδιαφερόμενοι για το κρασί»** (wine interested): αν και είναι πιθανό να έχουν προηγούμενες οινικές εμπειρίες, δεν έχουν καμία εμπειρία εκπαίδευσης σε θέματα κρασιού. Ενδιαφέρονται όσο οι «λάτρεις κρασιού» για θέματα συντήρησης και παλαίωσης κρασιών αλλά όχι για τη σύνδεση κρασιού και φαγητού. Απολαμβάνουν την τουριστική εμπειρία καθώς 86% αυτών έχουν επισκεφθεί οινοποιεία και στο

παρελθόν. Έχουν υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης ενώ δείχνουν ενθουσιασμό για την εκμάθηση της διαδικασίας γευσιγνωσίας.

4. «**Νεοεισερχόμενοι**» (wine novices): ομοιάζουν με το τμήμα της αγοράς που ο Hall (1996) χαρακτήρισε “curious tourists”. Όπως οι «ενδιαφερόμενοι για το κρασί», έχουν δοκιμάσει το κρασί πριν την επίσκεψη στο οινοποιείο αλλά αυτή είναι η μόνη εκπαιδευτική διαδικασία στην οποία έχουν λάβει μέρος. Τα κίνητρά τους είναι λιγότερο συγκεκριμένα ενώ επιθυμούν περισσότερο από όλους τους άλλους την περιήγηση στο οινοποιείο και στον αμπελώνα. Το τελευταίο ίσως αποδίδεται στην άγνοιά τους για το χώρο και την περιοχή ή στη διάθεση για μια πιο «ενεργητική-δραστήρια» επίσκεψη. Είναι μάλλον «ευκαιριακοί» επισκέπτες και βρίσκονται σε μεταβατική φάση: είτε θα αποφασίσουν να εμπλακούν περισσότερο σε θέματα κρασιού και θα εξελιχθούν σε «ενδιαφερόμενους» (wine interested), είτε θα απομακρυνθούν εντελώς από τέτοιου είδους δραστηριότητες. Είναι η κατηγορία επισκεπτών που οι Hall και Macionis (1998) είχαν περιγράψει νωρίτερα ως εκείνοι που πιθανότατα δεν θα είχαν πραγματοποιήσει την επίσκεψη στο οινοποιείο, αν η περιοχή δεν ήταν κοντά τους ή αν δεν είχαν την επισκεφθεί για ευρύτερα τουριστικά κίνητρα.

5. «**Συνοδοί**» (hangers-on): επισκέπτονται το οινοποιείο ως μέλη group, χωρίς να έχουν σημαντικό ενδιαφέρον για το κρασί.

4.2 Τα κίνητρα των οινοτουριστών

Τι είναι αυτό που πραγματικά ωθεί έναν άνθρωπο να οργανώσει μια απόδραση ή ένα ταξίδι σε ένα οινοποιείο είναι ερωτήματα τα οποία έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον όλων όσων ασχολούνται με τον τουρισμό. Γνωρίζοντας κίνητρο της επίσκεψης ενός οινοτουρίστα μπορούμε να αντληθούμε πολλά και οι οινοποιοί να προσφέρουν ακόμα περισσότερο. Πολλοί ερευνητές έχουν μελετήσει και ασχοληθεί με το συγκεκριμένο αντικείμενο χωρίς ωστόσο να έχει βρεθεί κάποια θεωρία η οποία να περιλαμβάνει όλες τις πτυχές και τις ζητούμενες απαντήσεις.

Οι κυρίαρχες απόψεις συγκλίνουν ως προς την ύπαρξη δύο ομάδων κινήτρων:

- αυτών που περιστρέφονται γύρω από το κρασί και

- τις εσωτερικές ανάγκες με τις οποίες αυτό συνδέεται και αυτών που περιστρέφονται γύρω από τον προορισμό, το οινοποιείο και τις δραστηριότητες οινοτουρισμού.

Κατά τους Bruwer and Alant (2009), τα κίνητρα των επισκεπτών οινοτουρισμού συσχετίζονται τόσο με το κρασί όσο και με την οινοπαραγωγό περιοχή. Συνεπώς, ο οινοτουρισμός μπορεί να συσχετιστεί τόσο με δραστηριότητες ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής αλλά και με το ταξίδι καθ' εαυτό. Μάλιστα, αρκετοί συγγραφείς επισημαίνουν ότι η συμπεριφορά των οινοτουριστών έχει έμφυτο το στοιχείο του ηδονισμού, καθώς συνδέεται με τη γευσιγνωσία και συνεπάγεται την κατανάλωση αλκοόλ και συνδέεται με το φαγητό, την παρέα, τη χαλάρωση και δραστηριότητες σχετικές με την απόλαυση (Beverland, 1998, Dodd, 1995, Bruwer and Alant, 2009).

Μια ξεκάθαρη αναγνώριση των κινήτρων στον οινοτουρισμό έχει γίνει από τους Hall et al. (2000) και τον Bruwer (2002b), οι οποίοι αναγνώρισαν δύο κατηγορίες κινήτρων: τα πρωτογενή κίνητρα που έχουν σχέση με το κρασί (π.χ. γευστική δοκιμή και αγορά κρασιών) και τα λεγόμενα δευτερογενή ή “περιφερειακά” κίνητρα, όπως η κοινωνικότητα, η διασκέδαση, η εκπαίδευση για το κρασί κ.α. Η άποψη αυτή αφενός αναγνωρίζει τις σχετικές με το προϊόν ανάγκες και αφετέρου επιτρέπει την ανάδειξη των καθ' εαυτών «τουριστικών» παραγόντων. Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, ο επισκέπτης του οινοτουρισμού χαρακτηρίζεται τόσο από ανάγκες αναζήτησης αναψυχής, ξεκούρασης και τουριστικών δραστηριοτήτων όσο και από ανάγκες σχετικές με το κρασί.

Τέλος, αξίζει να καταγραφεί ότι αν και είναι ευρέως διαδεδομένη και βάσιμη η αντίληψη ότι οι επισκέπτες οινοτουρισμού είναι συνήθως καταναλωτές οίνου που αναζητούν εμπειρίες σχετικές με το προϊόν και τον συσχετισμένο τρόπο ζωής, υποστηρίζεται παράλληλα η άποψη ότι δεν έχουν όλοι οι οινοτουρίστες κίνητρα που συσχετίζονται με το κρασί, καθώς μάλιστα κάποιοι από αυτούς δεν είναι καν καταναλωτές κρασιού (Douglas et al., 2001). Οι σχετικές έρευνες τμηματοποίησης επιβεβαιώνουν αυτή την άποψη καθώς αναδεικνύεται και εντοπίζεται το τμήμα των περίεργων (curious) ή των συνοδών (hangers-on) από αρκετούς συγγραφείς (βλ. Hall, 1996, Charters and Ali-Knight, 2002, Alebaki and Iakovidou, 2010).

Κεφάλαιο 5^ο - Ο οινoturισμός στην Πελοπόννησο

5.1 Εισαγωγή

Ένα μεγάλο κεφάλαιο του τουριστικού κλάδου και μια δυναμική ταξιδιωτική τάση είναι ο οινoturισμός. Αυξάνει τόσο το ενδιαφέρον των επισκεπτών από διάφορα μέρη του κόσμου όσο και τον ενδιαφέρον των ίδιων των Ελλήνων για επισκέψεις σε αμπελώνες και σε οινοποιία της χώρας. Τα ελληνικά κρασιά χαίρουν διεθνής αναγνώρισης καθώς κατέχουν αρκετά βραβεία και τα ελληνικά οινοποιία παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τον οινόφιλο επισκέπτη.

Η ευκαιρία είναι μπροστά μας. Εμείς οι ίδιοι πρέπει να γνωρίσουμε τα κρασιά και τους αμπελώνες τις χώρας μας και να αναπτύξουμε μία εκλεπτυσμένη ταξιδιωτική τάση η οποία θα αποτελέσει πόλο έλξης επισκεπτών – φίλων του οινoturισμού από όλο τον κόσμο. Η καλλιέργεια αμπελώνων και η κατανάλωση του παραγόμενου οίνου είναι άμεσα συνδεδεμένη με την ιστορία και τις πολιτισμό της χώρας μας. Οι περισσότερες ημιορεινές περιοχές της χώρας μας αλλά και τα νησιά μας καλύπτονται από αμπελώνες όπου σε συνδυασμό με τους ελαιώνες προσφέρουν μια εικόνα μεσογειακού τοπίου.

Στη σημερινή εποχή η πλειοψηφία των σύγχρονων οινοποιών διαθέτουν υποδοχή γευσιγνωσίας και τραπεζαρία αλλά και καταλύματα για όσους επισκέπτες επιθυμούν να ζήσουν μια ολοκληρωμένη ξενάγηση στους αμπελώνες. Το προσωπικό που είναι υπεύθυνο για τους επισκέπτες είναι άρτια καταρτισμένο και ενημερωμένο με την παραγωγική διαδικασία του οίνου και συνήθως οι ξεναγήσεις πραγματοποιούνται από οινολόγους.

Τα θεμέλια στον οινικό τουρισμό έχτισαν οι «Δρόμοι του κρασιού της Βόρεια Ελλάδας». Η προσπάθεια της «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος», με την είσοδο νέων μελών από τη Θράκη και την Ήπειρο στέφτηκε με επιτυχία καθώς το παράδειγμα τους ακολούθησαν ενώσεις οινοπαραγωγών από όλη την

Ελλάδα. Έτσι , δημιουργήθηκε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα οινοτουρισμού μέσα από το οποίο αναδεικνύεται το ελληνικό τυποποιημένο κρασί , οι περιοχές προέλευσης του αλλά και η πολιτιστική κληρονομιά του κάθε τόπου παραγωγής. Το παράδειγμα αυτό ακλούθησε και η Πελοπόννησος χαράσσοντας τους δικούς της δρόμους κρασιού.

5.2 Οινοτουρισμός στην Πελοπόννησο

Στο νότιο άκρο της ηπειρωτικής Ελλάδας ο αμπελώνας της Πελοποννήσου είναι, από κάθε άποψη, ένα από τα πλέον σημαντικά τμήματα του ελληνικού αμπελώνα. Στην Πελοπόννησο υπάρχουν τα περισσότερα αμπέλια, τα περισσότερα οινοποιεία και παράγονται οι περισσότεροι κωδικοί κρασιών από κάθε άλλο τμήμα της αμπελουργικής Ελλάδας, γεγονός που καθιστά τον οινοτουρισμό στην Πελοπόννησο, που συνδέεται και αμπελουργικά με την Πελοπόννησο, ουσιαστικό παράγοντα για τη γνωριμία με την οινική Ελλάδα.

Η εκτεταμένη ακτογραμμή της Πελοποννήσου, που προσφέρεται για θερινές διακοπές, τα μεγάλα βουνά και ποτάμια της, που είναι προορισμοί χειμερινού τουρισμού και τουρισμού περιπέτειας, οι πολλές δυνατότητες αγροτουρισμού, οι πολύ ενδιαφέροντες αρχαιολογικοί χώροι, με τα σημαντικά μουσεία και η άμεσα συνδεδεμένη με το μύθο του Ηρακλή μεγάλη αμπελουργική και οινική ιστορία, είναι κάποιοι από τους επιπλέον παράγοντες που θα γοητεύσουν όσους κάνουν οινοτουρισμό στην Πελοπόννησο. Τα εξαιρετικά προϊόντα της Πελοποννήσου, με κυρίαρχο το ελαιόλαδο και η πολυμορφία των τοπικών γεύσεων, θα συνοδεύσουν την πολύ μεγάλη γκάμα των οίνων ΠΓΕ Πελοπόννησος. Ο φορέας που σχεδιάζει και υποστηρίζει τους Δρόμους του κρασιού της Πελοποννήσου είναι η ΕΝΟΑΠ, η δράση της οποίας επεκτείνεται και στο νησιωτικό δυτικό τμήμα της Ελλάδας, στα νησιά του Ιονίου πελάγους, που είναι από τους πλέον δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας.

Οι 7 δρόμοι του κρασιού της Πελοποννήσου καλούν τους λάτρεις του οινοτουρισμού να περιπλανηθούν και να ανακαλύψουν τη μαγεία των αμπελώνων της. Οι διαδρομές έχουν επιλεχθεί και σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε ο επισκέπτης να διασχίζει τοπία απaráμιλλης ομορφιάς και να γνωρίσει τον κόσμο του κρασιού μέσα από 40 οινοποιεία. Οι φίλοι του οίνου μέσα από τους δρόμους του κρασιού θα ανακαλύψουν οινοτουριστικούς προορισμούς, θα εξερευνήσουν αυθεντικούς ελληνικούς αμπελώνες

γεμάτους χρώματα και αρώματα, θα δοκιμάσουν εξαιρετικά κρασιά στον τόπο παραγωγής τους, θα γευτούν την γαστρονομία του τόπου μέσα από τις περιηγήσεις στα παραδοσιακά χωριά. Η Πελοπόννησος μέσα από τις χ διαδρομές κρασιού προσκαλεί τους φίλους του κρασιού και τους λάτρεις των εμπειριών να μαγευτούν από τα μοναδικά της φυσικά μονοπάτια και από τα υπέροχα τοπία της.



Εικόνα 4: Δρόμοι κρασιού της Πελοποννήσου

5.2.1 Δρόμοι του κρασιού Αργολίδας

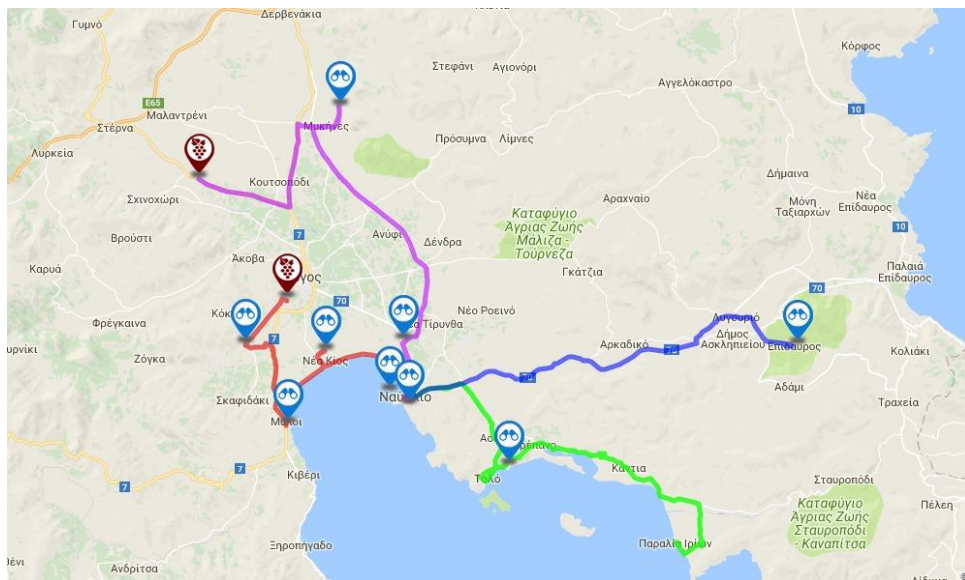
Οι δρόμοι του κρασιού Αργολίδας προσκαλούν τους οινόφιλους να ανακαλύψουν έναν από τους πιο ιστορικούς νομούς της Πελοποννήσου. Οι ακρογιαλιές εναλλάσσονται με εύφορες πεδιάδες και αμπελοτόπια, και οι διαδρομές οδηγούν σε εξαιρετικούς αρχαιολογικούς θησαυρούς, παραδοσιακά χωριά και γραφικές κωμοπόλεις με όμορφα αξιοθέατα και αμέτρητες επιλογές για διαμονή και καλό φαγητό.

Οι αφορμές για οινοτουρισμό στους δρόμους του κρασιού Αργολίδας είναι πολλές και αποτελούν ιδανική ευκαιρία για εξορμήσεις και τουρισμό σε ολόκληρο τον νομό. Ο συνδυασμός με την περιήγησή στους αμπελώνες της Αργολίδας με μια βόλτα στη ρομαντική πόλη του Ναυπλίου και με μία επίσκεψη στο αρχαίο Θέατρο της Επιδαύρου

προσφέρουν στον επισκέπτη την ευκαιρία να ανακαλύψει μαγευτικές παραλίες που ξετυλίγονται κατά μήκος του Αργολικού κόλπου και να μετατρέπουν την επίσκεψη του σε εμπειρία.

Στον χάρτη παρουσιάζονται οι τέσσερις προτεινόμενες διαδρομές για τους δρόμους του κρασιού της Αργολίδας.

- Διαδρομή 1
Μαλανδρένι, Μυκήνες, Τίρυνθα, Ναύπλιο
- Διαδρομή 2
Άργος, Κεφαλάρι, Ελληνικό, Μύλοι, Νέα Κίος, Ναύπλιο
- Διαδρομή 3
Ναύπλιο, Ασίνη, Τολό, Δρέπανο, Βιβάρι, Κάντια, Ίρια
- Διαδρομή 4
Ναύπλιο, Λυγουριό, Αρχαίο θέατρο Επιδαύρου



Εικόνα 5: Δρόμοι του κρασιού Αργολίδας

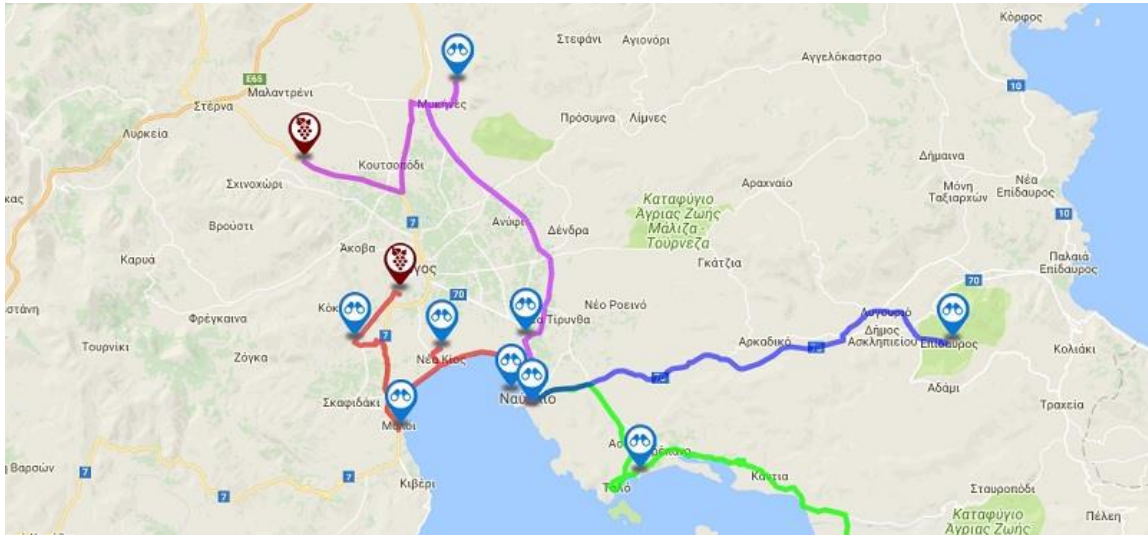
5.2.2 Δρόμοι του κρασιού Αρκαδίας

Οι δρόμοι του κρασιού Αρκαδίας ταξιδεύουν τον επισκέπτη στη ζώνη των οίνων ΠΟΠ Μαντινεία που βρίσκεται στην καρδιά της Πελοποννήσου. Οι επιλογές για οινoturισμό στην Αρκαδία είναι πολλές και εκτός από τους μαγευτικούς αμπελώνες και τα οινοποιεία, ο οινoturίστας έχει την ευκαιρία να απολαύσει βόλτες σε παραδοσιακά ορεινά χωριά, καθώς και τις τοπικές γεύσεις, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Η άγρια ομορφιά του ορεινού τοπίου, καθώς το εύφορο μαντινειακό οροπέδιο περιβάλλεται από το επιβλητικό Μαίναλο, το Αρτεμίσιο και τον κατάφυτο Πάρνωνα, όπου προτείνεται η περιήγηση στα γραφικά ορεινά χωριά και η οργάνωση δραστηριοτήτων στη φύση. Κατά τους θερινούς μήνες, όμως, οι επισκέψεις στους αμπελώνες και τα οινοποιεία συνδυάζονται άψογα με θαλασσινές εξορμήσεις στα παραλιακά χωριά της Αρκαδίας, όπως το Παράλιο Άστρος.

Στον χάρτη παρουσιάζονται οι προτεινόμενες διαδρομές για τους δρόμους του κρασιού της Αρκαδίας.

- Διαδρομή 5
Τρίπολη, Αρχαία Μαντινεία, Αρτεμίσιο
- Διαδρομή 6
Τρίπολη, Κάψιας, Λεβίδι, Βυτίνα, Δημητσάνα, Στεμνίτσα
- Διαδρομή 7
Τρίπολη, Τεγέα, Ρίζες, Δολιανά, Άστρος



Εικόνα 6: Δρόμοι κρασιού της Αρκαδίας

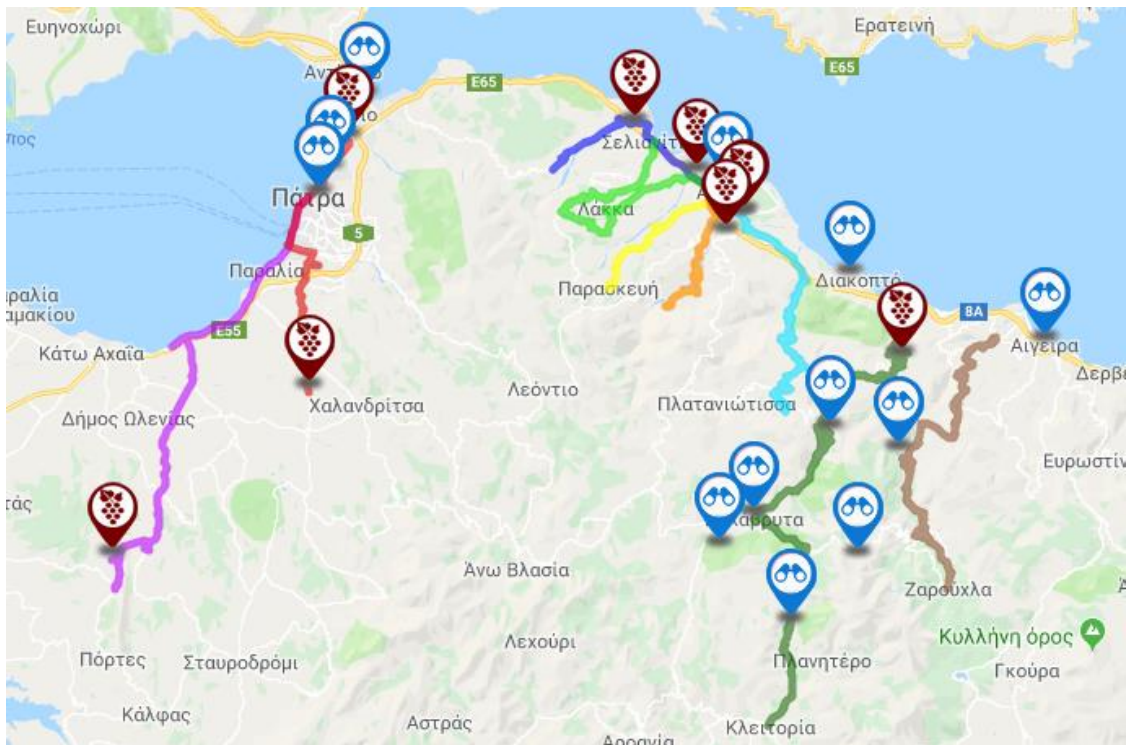
5.2.3 Δρόμοι του κρασιού Αχαΐας

Οι δρόμοι του κρασιού Αχαΐας, παρασύρουν τον επισκέπτη σε συναρπαστικές διαδρομές με έντονες αντιθέσεις βουνού και θάλασσας. Από τις γοητευτικότερες περιοχές της Πελοποννήσου για οινοτουρισμό, στην Αχαΐα με πανέμορφους ορεινούς αμπελώνες με τα αμπέλια πολλές φορές να βρίσκονται πλάι στα έλατα και ιστορικά χωριά, όπως τα Καλάβρυτα με αξιοθέατα και μαγευτικά τοπία.

Είτε για χειμερινές είτε θερινές οινικές εξορμήσεις, ο τουρισμός στους δρόμους του κρασιού της Αχαΐας είναι μια απολαυστική εμπειρία. Το ειδυλλιακό τοπίο δίπλα στο κύμα στα παράλια της Αιγιαλείας, τα φαράγγια που κόβουν την ανάσα, το δρομολόγιο του οδοντωτού σιδηρόδρομου το οποίο περνάει μέσα από το φαράγγι του Βουραϊκού, τα μοναδικά σπήλαια, οι αρχαιολογικούς θησαυρούς και οι σημαντικές μονές της περιοχής είναι μόνο κάποιες από τις επιλογές που διαθέτει η περιοχή ώστε να μαγέψει τον επισκέπτη της. Τέλος, Κι για την ώρα της ξεκούρασης και της χαλάρωσης οι επιλογές για φαγητό και διαμονή είναι πολλές καλύπτοντας τις ανάγκες ακόμα και του πιο απαιτητικού επισκέπτη.

Στον χάρτη παρουσιάζονται οι προτεινόμενες διαδρομές για τους δρόμους του κρασιού της Αχαΐας.

- Διαδρομή 8
Πάτρα, Παραλία Πατρών, Βραχναίικα, Νεοχώρι, Σανταμέρι
- Διαδρομή 9
Πάτρα, Δεμένικα, Οβριά, Κυδωνιές Βασιλικού Φαρρών
- Διαδρομή 10
Αίγιο, Λόγγος (ή Λαμπίρι), Καμάρες, Σαλμενίκο
- Διαδρομή 11
Αίγιο, Άγιος Κωνσταντίνος, Μερτίδι, Λάκκα, Γρηγόρι, Βερίνο, Μυρόβρυση, Σελιανίτικα
- Διαδρομή 12
Αίγιο, Χατζής, Δάφνες, Παρασκευή
- Διαδρομή 13
Αίγιο, Φονισκαριά, Μελίτσια, Μονή Ταξιαρχών
- Διαδρομή 14
Αίγιο, Δερβέρι, Μαμουσιά, Δουμενά
- Διαδρομή 15
Πούντα, Άνω Διακοπτό, Μέγα Σπήλαιο, Κάτω Ζαχλωρού, Καλάβρυτα, Άνω και Κάτω Λουσοί (ή Σουδενά), Σπήλαιο Λιμνών (Καστριά), Κλειτορία
- Διαδρομή 16
Ακράτα, Βαλιμή, Λίμνη Τσιβλού, Περιστερά, Ζαρούχλα



Εικόνα 7: Δρόμοι του κρασιού Αχαΐα

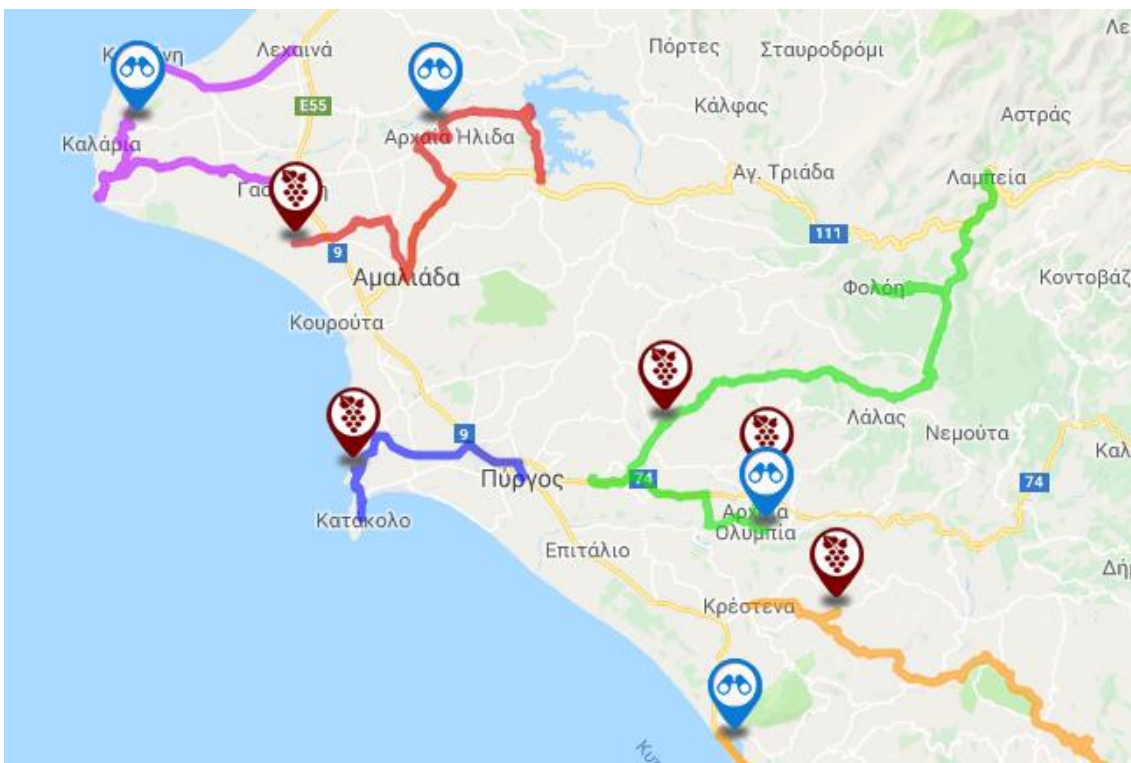
5.2.4 Δρόμοι του κρασιού Ηλεία

Οι δρόμοι του κρασιού Ηλείας, με αμπελοκαλλιέργειες που εκτείνονται σε ολόκληρη την περιοχή, επιφυλάσσουν στους λάτρεις του οινοτουρισμού ανεπανάληπτες εμπειρίες. Περνώντας μέσα από ορεινά χωριά και παραλιακές διαδρομές ο επισκέπτης θα αντικρύσει οινοποιεία, ιστορικά αλλά και νεότερα, έχοντας την ευκαιρία να χαρεί το ιδιαίτερα πλούσιο φυσικό περιβάλλον, να απολαύσει τις υπέροχες τοπικές γεύσεις και τα φημισμένα αξιοθέατα.

Χρυσές αμμουδιές με καταγάλανα νερά από την Κυλλήνη έως τη Ζαχάρω, προστατευόμενοι υδροβιότοποι και δάση με σπάνια χλωρίδα και πανίδα, μοναδικοί αρχαιολογικοί χώροι με αυτόν της Αρχαίας Ολυμπίας κλέβουν την παράσταση και υπόσχονται συναρπαστικές αποδράσεις στους δρόμους του κρασιού της Ηλείας.

Στον χάρτη παρουσιάζονται οι προτεινόμενες διαδρομές για τους δρόμους του κρασιού της Ηλείας.

- Διαδρομή 17
Λεχαινά, Μυρσίνη, Κυλλήνη, Κάστρο Κυλλήνης, Λουτρά Κυλλήνης, Αρκούδι, Βαρθολομιοί, Γαστούνη
- Διαδρομή 18
Παλαιοχώρι, Σαβάλια, Αμπελόκαμπος, Αμαλιάδα, Χαβάρι, Αρχαία Ήλιδα, Φράγμα και Τεχνητή Λίμνη Πηνειού, Κεραμιδιά
- Διαδρομή 19
Πύργος, Σκαφιδιά, Κορακοχώρι, Κατάκολο
- Διαδρομή 20
Αρχαία Ολυμπία, Φράγμα Αλφειού (Φλώκας), Βαρβάσαινα, Λατζοί, Φολόη, Λάμπεια (Δίβρη)
- Διαδρομή 21
Κρέσταινα, Καλλιθέα, Ανδρίτσεινα, Φιγαλεία, Θολό, Ζαχάρω, Καϊάφας



Εικόνα 7: Δρόμοι του κρασιού Ηλείας

5.2.5 Δρόμοι του κρασιού Κορινθίας

Περνώντας μέσα από τους αμπελώνες της αμπελουργικής ζώνης Νεμέας, οι δρόμοι του κρασιού Κορινθίας αποτελούν εξαιρετική ευκαιρία για ένα ταξίδι στον κόσμο του κρασιού, για να γνωρίσετε πεδινά και ορεινά αμπελοτόπια και να απολαύσετε τις ομορφιές και τα αξιοθέατα της Κορινθίας.

Οι επιλογές για οινoturισμό στους δρόμους του κρασιού της Κορινθίας είναι ατελείωτες. Συνδυάστε την περιήγησή σας στα οινοποιεία με μια βόλτα στον αρχαιολογικό χώρο της Νεμέας που περιβάλλεται από αμπελώνες. Θα λατρέψετε τα γραφικά χωριά, ενώ μοναδικές φυσικές ομορφιές της περιοχής, όπως η λίμνη Στυμφαλία, η κοιλάδα του Φενεού και η περιοχή του Ασωπού ποταμού, θα σας δώσουν την ευκαιρία να έρθετε κοντά στη φύση. Οι τοπικές νοστιμιές που θα δοκιμάσετε και η δυνατότητα άνετης διαμονής αποτελούν ακόμη ένα πλεονέκτημα για μια εξόρμηση οινoturισμού στους δρόμους του κρασιού της Κορινθίας.

Στον χάρτη παρουσιάζονται οι προτεινόμενες διαδρομές για τους δρόμους του κρασιού Κορινθίας.

- Διαδρομή 22
Νεμέα, Ασπρόκαμπος, Κεφαλάρι, Λίμνη Στυμφαλίας
- Διαδρομή 23
Νεμέα, Αηδόνια, Ζήρεια (όρος Κυλλήνη)
- Διαδρομή 24
Αρχαία Κόρινθος, Αρχαίες Κλεωνές, Αρχαία Νεμέα, Νεμέα
- Διαδρομή 25
Νεμέα, Κούτσι, Στιμάγκα, Βραχάτι



Εικόνα 8 : Δρόμοι του κρασιού Κορινθίας

5.2.6 Δρόμοι κρασιού Λακωνίας

Ακολουθώντας τους δρόμους του κρασιού Λακωνίας ο επισκέπτης θα οδηγηθεί στη χερσόνησο της Επιδάουρου Λιμηράς, τη γοητευτική Μονεμβασιά, όπου βρίσκεται η βασική αμπελουργική περιοχή της Λακωνίας, καθώς και στους αμπελώνες και τα οινοποιεία της Σπάρτης και του Ευρώτα, έχοντας την ευκαιρία να μυηθεί στην αυθεντική οινική παράδοση του τόπου.

Ο ήπιος καιρός μετατρέπει τις περιπλανήσεις στους δόμους κρασιού της Λακωνίας απολαυστικές, χειμώνα καλοκαίρι. Μια βόλτα στις καστροπολιτείες της Μονεμβασιάς και του Μυστρά είναι ικανές να ταξιδέψουν το μυαλό του επισκέπτη σε άλλες εποχές, ενώ το παραλιακό Γύθειο είναι ιδανικό για βόλτα, φαγητό και ξεκούραση δίπλα στο

κύμα. Για τους οινόφιλους που αγαπούν τις εξερευνήσεις προτείνονται οι διαδρομές για τα ορεινά χωριά του Ταυγέτου, τη Μάνη, το Οίτυλο και τα μοναδικά σπήλαια του Διρού.

Στον χάρτη παρουσιάζονται οι προτεινόμενες διαδρομές για οινοτουρισμό στους δρόμους του κρασιού Λακωνίας.

- Διαδρομή 26
Μυστράς, Σπάρτη, Ξηροκάμπι, Γύθειο
- Διαδρομή 27
Βλαχιώτης, Γύθειο, Αρεόπολη, Σπήλαια Διρού
- Διαδρομή 28
Μονεμβασιά, Βελιές, Δαιμονιά (Πυλά Ασωπού), Βιγκλάφια και Πούντα (δυνατότητα μετάβασης στην Ελαφόνησο), Νεάπολη (δυνατότητα μετάβασης στα Κύθηρα), Σπήλαιο Καστανιάς
- Διαδρομή 29
Μονεμβασιά, Άγιος Ιωάννης, Γέρακας, Ρειχέα, Μεταμόρφωση, Συκέα



Εικόνα 9: Δρόμοι του κρασιού Λακωνίας

5.2.7 Δρόμοι κρασιού Μεσσηνίας

Οι δρόμοι του κρασιού Μεσσηνίας, εκτείνονται στην αμπελουργική περιοχή της Τριφυλίας, και μαζί με τις περιοχές Πυλίας, Νέστορος και Μεσσήνης, που είναι επίσης κατάφυτες με αμπελώνες, γίνονται η βάση σας για τουρισμό σε ολόκληρη τη Μεσσηνία.

Τα καλοκαίρια, οι δρόμοι του κρασιού Μεσσηνίας προσφέρουν μοναδικές ευκαιρίες για οινoturισμό, χωρίς όμως να αποκλείονται οι εξορμήσεις καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Τις ξεναγήσεις στους αμπελώνες και τα κελάρια των οينوποιείων ακολουθούν βουτιές στις μαγευτικές αμμουδιές που εκτείνονται στα δυτικά παράλια της Μεσσηνίας,

καλό φαγητό δίπλα στο κύμα αλλά και στα χωριά της ενδοχώρας, εξερευνήσεις στη φύση και βόλτες σε ενετικά κάστρα και βυζαντινές καστροπολιτείες.

Στον χάρτη παρουσιάζονται οι προτεινόμενες διαδρομές για τους δρόμους του κρασιού Μεσσηνίας.

— Διαδρομή 30

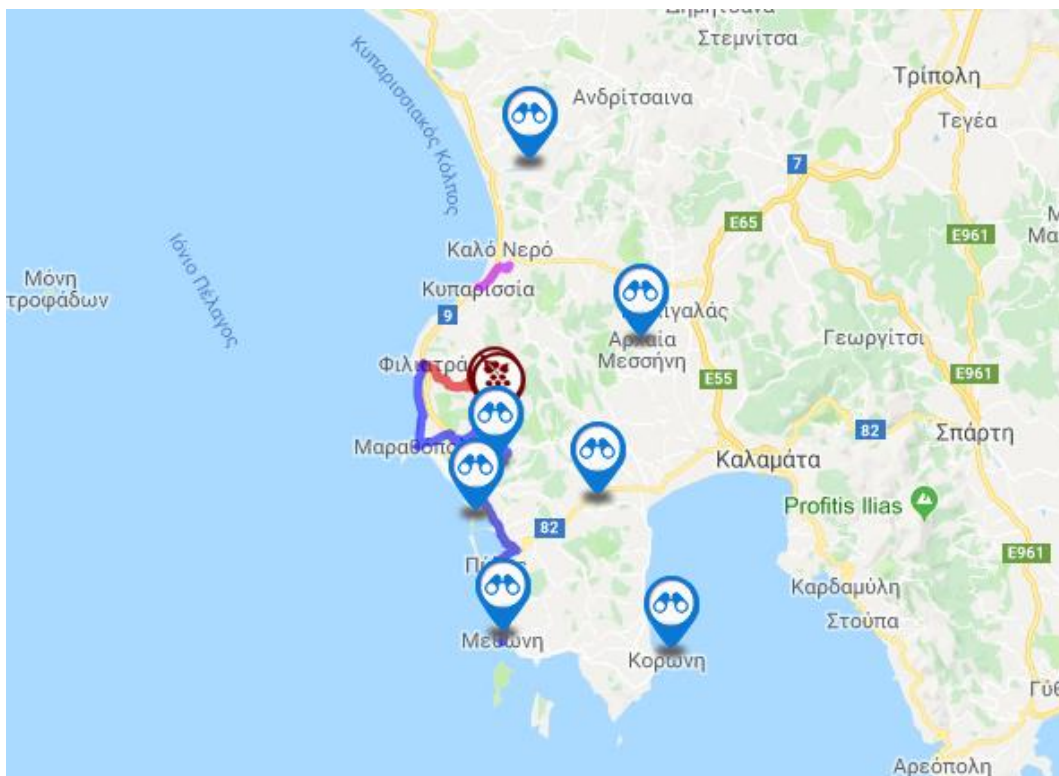
Κυπαρισσία, Ράχες

— Διαδρομή 31

Φιλιατρά, Χριστιανούπολη

— Διαδρομή 32

Φιλιατρά, Μαραθόπολη, Γαργαλιάνοι, Πύργος Τριφυλίας, Ρωμανός, Γιάλοβα, Πύλος, Μεθώνη



Εικόνα 10: Δρόμοι του κρασιού Μεσσηνίας

5.3 Η διάδοση του οινοτουρισμού ως ευκαιρία επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου

Κάθε χρόνο κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου και συγκεκριμένα από τον Μάιο έως τον Οκτώβριο η Ελλάδα ανοίγει τις πόρτες της για να καλωσορίσει εκατομμύρια επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Άξιο αναφοράς είναι ότι τα τελευταία χρόνια η φήμη της χώρας μας ο καλοκαιρινός τουριστικός προορισμός έχει εξαπλωθεί απ' άκρης σ' άκρη της γης. Ο απολογισμός των αφίξεων στο τέλος κάθε τουριστικής περιόδου σημειώνεται ως ρεκόρ αφίξεων ξεπερνώντας αυτό των προηγούμενων χρονών. Και μετά το τέλος Οκτωβρίου η Ελλάδα και η Πελοπόννησος ξεκουράζεται ανυπομονώντας για το ερχομό της άνοιξης και της νέας τουριστικής σεζόν. Και σε αυτό το σημείο εμφανίζεται ο εναλλακτικός τουρισμός και συγκεκριμένα ο οινοτουρισμός.

Η Πελοπόννησος έχει απέραντους αμπελώνες, απaráμιλλη ομορφιά και υπέροχα οινοποιία. Ήδη κάποια οινοποιία έχουν αναπτύξει τον οινοτουρισμό δημιουργώντας εξαιρετικά παραδείγματα προς μίμηση. Επισκέψιμα οινοποιία με χώρους υποδοχής υψηλής αισθητικής, με εξοπλισμένες αίθουσες γευσιγνωσίας και με ευγενικό και καταρτισμένο προσωπικό αποτελούν τον ιδανικό προορισμό κάθε φίλο του κρασιού. Οι επισκέπτες παρακολουθώντας κάθε στάδιο της παράγωγης κρασιού συμμετέχουν στην όλη διαδικασία και γίνονται ένα με αυτή κατακτώντας την εμπειρία και την απόλαυση της δημιουργίας.

Είναι ολοφάνερο ότι ο οινοτουρισμός μπορεί να αποτελέσει της ευκαιρία της Πελοποννήσου όπου μέσα από τη συλλογική προσπάθεια μπορεί να επιφέρει επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και ανάπτυξη του τόπου. Έτσι, οι εμπλεκόμενοι στον οινικό κλάδο θα πρέπει να εστιάσουν στην προβολή και προώθηση της κάθε επιχείρησης – οινοποιού ξεχωριστά αλλά και στην προβολή των κρασιών που παράγονται στην περιοχή της Πελοπόννησου ώστε να κατακτήσουν μια ξεχωριστή θέση στο μυαλό των επισκεπτών.

Εκτός από τις ενέργειες προβολής οι οινοποιοί της Πελοποννήσου θα πρέπει να εμπλουτίσουν το οινοτουριστικό προϊόν με διάφορες δραστηριότητες ώστε να

προσελκύσουν μια ευρύτερη κατηγορία επισκεπτών. Η γευσιγνωσία του κρασιού είναι μια ιδιαίτερη στιγμή καθώς οι αισθήσεις των επισκεπτών είναι ανοιχτές για να έρθουν σε επαφή με τη γεύση και τα αρώματα του κρασιού. Η είσοδος στον κόσμο του κρασιού μέσω της ανάλυσης και του προσδιορισμού των χαρακτηριστικών του κρασιού μαθαίνουν στον οινόφιλο για τη διάκριση του ποιοτικού κρασιού.

Σημαντική είναι η ενίσχυση των σχέσεων των οινοποιών με τους επιχειρηματίες της περιοχής όπως με τα εστιατόρια, τα τουριστικά γραφεία και τα ξενοδοχεία. Όλοι θα ωφεληθούν από την οργανωμένη προσπάθεια προσέλκυσης επισκεπτών. Με την ανάδειξη των περιοχών της Πελοποννήσου μέσω της παραγωγικής διαδικασίας του κρασιού η περιοχή μπορεί να ισχυροποιηθεί και να γίνει ένας ελκυστικός προορισμός όχι μόνο το καλοκαίρι αλλά και τον υπόλοιπο χρόνο. Οι οινοποιοί έχοντας ανοιχτά τα οινοποιία όλο τον χρόνο προς το κοινό την ευκαιρία στους επισκέπτες να γνωρίσουν την οινοποιητική διαδικασία και να αγοράσουν ποιοτικό κρασί από τον τόπο παραγωγής του.

Είναι αντιληπτό ότι η οργάνωση και η συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων μερών ώστε ο επισκέπτης κατά την επίσκεψη του σε ένα οινοποιείο ώστε να μπορεί να πραγματοποιήσει κι άλλες δραστηριότητες κρίνεται αναγκαία. Τα οινοποιεία οφείλουν να είναι οργανωμένα, να διαθέτουν καταλύματα και χώρους ελκυστικούς χώρους υποδοχής ώστε ο επισκέπτης να νιώθει άνετα και να γίνεται μέρος την διαδικασίας παράγωγης κρασιού. Τα παραπάνω σε συνδυασμό με την προβολή των Πελοποννησιακών περιοχών, τη διοργάνωση εκδηλώσεων και τη προβολή της εμπειρίας από την επίσκεψη μπορούν να δημιουργήσουν έναν ελκυστικό προορισμό κατάλληλο για όλες τις εποχές του χρόνου. Ίσως αξιοποιώντας τον φυσικό πλούτο και το καλό κρασί της Πελοποννήσου η ευκαιρία μπορεί να μετατραπεί σε μια επιτυχημένη προσπάθεια που θα επιφέρει ικανοποίηση σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

5.4 Προβλήματα, Προτάσεις και Προοπτικές

Ο οινικός τουρισμός έχει ήδη κάνει την εμφάνιση του στην Ελλάδα παρουσιάζοντας ενδιαφέρον και ενθαρρυντικά μηνύματα για τη μελλοντική του ανάπτυξη. Η χώρα μας είναι πόλος έλξης για μαζικό τουρισμό κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Εκατομμύρια επισκέπτες απολαμβάνουν τον ήλιο, τη θάλασσα και τις ελληνικές φυσικές ομορφιές. Μέσα από αυτό γεννήθηκε η ανάγκη για ανάπτυξη διαφορετικών μορφών τουρισμού οι οποίες θα καλύπτουν τα ενδιαφέροντα και τις δραστηριότητες των επισκεπτών. Μια από αυτές είναι και ο οινικός τουρισμός που αποσκοπεί στην ανάδειξη των ελληνικών αμπελώνων και κρασιών. Κάθε νέα προσπάθεια απαιτεί οργάνωση και επίλυση των προβλημάτων που προκύπτουν ώστε με το πέρασμα του χρόνου να αποφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Στην Ελλάδα καταγράφονται 484 οινοποιητικές επιχειρήσεις διαφορετικού μεγέθους και σε διαφορεικές περιοχές. Έχει διαπιστωθεί ότι η μεγαλύτερη παραγόμενη ποσότητα κρασιού στην χώρα μας δεν εμφιαλώνεται αλλά καταναλώνεται χύμα χωρίς εμπορικό σήμα. Αυτό είναι ένα μείζον ζήτημα στην ανάπτυξη του οινικού τουρισμού καθώς εμποδίζει την προβολή και την προώθηση του ελληνικού κρασιού. Κρίνεται αναγκαία η οργανωμένη προσπάθεια των οινοποιών της χώρας για την εμφιάλωση του οίνου και τη δημιουργία ενός ισχυρού και αναγνωρισμένου ελληνικού κρασιού το οποίο θα αυξήσει τις πωλήσεως του κρασιού αλλά θα αναδείξει μέσα από τη συσκευασία και την ποιότητα του προσφέροντας κύρος και φήμη.

Κατά δεύτερον, οι σωστές υποδομές για την φιλοξενία και την ξενάγηση των επισκεπτών θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη από τους οινοποιούς οι οποίοι επιθυμούν να ασχοληθούν με τον οινοτουρισμό. Χαράσσοντας και ακολουθώντας τη σωστή στρατηγική ανάπτυξης και επέκτασης του οινοποιείου τους μπορούν να προβάλλουν την ιστορία και την αρχιτεκτονική του χώρου τους συγκεντρώνοντας τα βλέμματα των φίλων του κρασιού. Οι σωστές και πλήρως εξοπλισμένες εγκαταστάσεις είναι πλεονέκτημα των οινοποιών.

Κάθε περιοχή έχει τη δική της ιστορία και τη δική της ξεχωριστή ομορφιά. Η ένωση και η συνεργασία των αμπελουργών και των οινοποιών με τους υπόλοιπους επιχειρηματίες

της περιοχής μπορεί να προσφέρει ένα οργανωμένο τουριστικό προϊόν στον επισκέπτη. Η γνωριμία με την τοπική γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα διατροφής, η συμμετοχής σε άλλες δραστηριότητες του τόπου , όπως η συγκομιδή του ελαιολάδου, η ξενάγηση σε ιστορικά μνημεία , η συμμετοχή σε πολιτιστικά γεγονότα και σε άλλες διάφορες δράσεις προσφέρουν στον οινοτουρίστα μία μοναδική και ξεχωριστή εμπειρία η οποία θα αναδείξει την περιοχή μέσα από τα καλά σχόλια των επισκεπτών.

Κάθε νέα προσπάθεια απαιτεί χρόνο ώστε να ξεπεραστούν τα προβλήματα και οι δυσκολίες. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση του οινικού τουρισμού στην Ελλάδα. Μέσα από τη σωστή οργάνωση και τη συλλογική προσπάθεια των ενδιαφερόμενων μερών η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να αναδειχθεί σε έναν ξεχωριστό οινοτουριστικό προορισμό. Οι οινοποιοί και οι αμπελουργοί αξιοποιώντας τη γνώση και την εμπειρία τους μπορούν να προχωρήσουν δημιουργώντας οινοποιεία στα οποία οι φίλοι του οίνου να γνωρίζουν τους αμπελώνες, τις ποικιλίες τους , να συμμετέχουν στην οινοποίηση και την παραγωγή του κρασιού, να δοκιμάζουν τα ελληνικά κρασιά και η συνολική εμπειρία της επίσκεψης τους να ανοίξει δρόμο για τον ελληνικό οινικό τουρισμό.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Ελλάδα είναι ήδη ένας αναπτυγμένος τουριστικός προορισμός. Ο ήλιος, η θάλασσα και οι απαράμιλλες ομορφιές της αποτελούν πόλο έλξης εκατομμυρίων τουριστών κάθε χρόνο. Έτσι, η εμφάνιση του οινικού τουρισμού ήταν θέμα χρόνου. Η εξέλιξη του αναμένεται γρήγορη και εντυπωσιακή και με το πέρασμα των χρόνων θα μπορεί να ανταγωνιστεί γνωστούς και δημοφιλείς οινικούς προορισμούς όπως το Μπορντώ και την Τοσκάνη.

Η χώρα μας διαθέτει πολλές οινοπαραγωγικές ζώνες οι μπορούν να μετατραπούν σε οινικούς προορισμούς αναδεικνύοντας τους ελληνικούς αμπελώνες. Χρειάζεται οργανωμένη προσπάθεια ώστε τα οινοποιεία να μετατραπούν σε επισκέψιμα διατηρώντας την ιστορία και την αρχιτεκτονική τους. Οι σύγχρονες εγκαταστάσεις φιλοξενίας, οι ξεναγήσεις στους αμπελώνες, η γνωριμία με τον οινοπαραγωγό ο οποίος θα μεταδώσει τη γνώση και το πάθος για το κρασί, η δοκιμή της τοπικής γαστρονομίας και η συμμετοχή σε διάφορες δραστηριότητες του τόπου αποτελούν κίνητρο ώστε ο επισκέπτης να ακολουθήσει τις οινικές διαδρομές και να επισκεφθεί τα οινοποιεία της Ελλάδας.

Ο οινικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει ώστε η Ελλάδα να γίνει προορισμός τεσσάρων εποχών. Τα επισκέψιμα οινοποιεία είναι ανοιχτά όλο το χρόνο ώστε το ενδιαφέρον των επισκεπτών να παραμένει αμείωτο. Οι αμπελώνες κάθε εποχή του χρόνου είναι τελείως διαφορετικοί, την άνοιξη και το καλοκαίρι καταπράσινοι ενώ το φθινόπωρο και το χειμώνα τα χρώματα αλλάζουν μέχρι τα αμπέλια να απογυμνωθούν. Παρόλα αυτά οι φίλοι του οίνου μπορούν να δοκιμάσουν κρασιά νέας σοδιάς ή κρασιά παλαιότερα ανάλογα με την εποχή της επίσκεψής τους. Οι Δρόμοι του Κρασιού έχουν συμβάλει σε αυτή την προσπάθεια καθώς ενώνουν τα οινοποιεία κάθε περιοχής με τα σημεία ενδιαφέροντος και με άλλους προορισμούς στους οποίους μπορεί να ξεναγηθεί ο οινοτουρίστας.

Η χώρα μας έχει απεριόριστες δυνατότητες ανάπτυξης του οινοτουρισμού. Οι πρώτες προσπάθειες έχουν στεφθεί με επιτυχία και ο οινικός τουρισμός στην Ελλάδα ωριμάζει αργά και σταθερά σαν το καλό κρασί.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξένη Βιβλιογραφία- Αρθρογραφία

1. **Alebaki, M. & Iakovidou, O. (2010α)**. Segmenting the Greek wine tourism market using a motivational approach. *New MEDIT Journal*, 9(4): 31-40.
2. **Getz, D. (2000)**. *Explore Wine Tourism: Management, Development, Destinations*. New York, Cognizant.
3. **Getz, D. & Brown, G. (2006α)**. Benchmarking wine tourism development: The case of the Okanagan Valley, British Columbia, Canada. *International Journal of Wine Marketing*, 18(2): 78-97.
4. **Getz, D. & Brown, G. (2006β)**. Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis. *Tourism Management*, 27(1): 146-158.
5. **Getz, D. & Carlsen, J. (2008)**. Wine tourism among Generations X and Y. *TOURISM*, 56(3): 257-270.
6. **Hall, C.M. (1996)**. Wine tourism in New Zealand. In: Kearsley, G. (Ed.) *Proceedings of Tourism Down Under II: A Tourism Research Conference*. Dunedin: Centre for Tourism, University of Otago.
7. **Hall, C. M. (2003)**. Wine and food tourism networks: a comparative study. In: Pavlovich, K. & Akorrie, M. (Eds.). *Strategic Alliances and Collaborative Partnerships – A Case Book*, Dunmore Press, Palmerston North, p. 258-268.
8. **Hall, C.M. & Mitchell, R. (2000)**. Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4): 445-465.
9. **King, C. & Morris, R. (1997)**. Wine tourism: A Western Australian case study. *The Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, 12(3): 246-49.

Ελληνική Βιβλιογραφία – Αρθρογραφία

1. Ανδρίωτης Κωνσταντίνος, *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2018
2. Βαρβαρέσος Στέλιος, *Οικονομική του τουρισμού*, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2013
3. Βενετσανοπούλου, Μ., *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό: Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Interbooks, Αθήνα 2006
4. Γλυνιά, Η., Λύτρας, Π. & Μάρας, Δ. (2004). *ANIMΑΣION : ψυχαγωγία και άθληση στον Τουρισμό*. Interbooks. Αθήνα

5. Ευθυμιάτου – Πουλάκου Α., Τουριστική Νομοθεσία, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2004
6. Ηγουμενάκης, Νίκος Γ. Τουριστική οικονομία / Νίκος Γ. Ηγουμενάκης. - 3η έκδ. - Αθήνα : Interbooks, 2007
7. Κραβαρίτης, Κ. & Παπαγεωργίου, Α., Επαγγελματικός τουρισμός: Οργάνωση συνεδρίων. Interbooks, Αθήνα 2007.
8. Καραγιάννης Στέφανος Γ. & Έξαρχος Γεώργιος Σ., Τουριστική Ανάπτυξη, Εκδόσεις Δίαυλος, 2016. .
9. Σπάθης, Σ. . Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, ΚΕΠΕ, Εκθέσεις 29, Αθήνα 2000
10. Συλλογικός Τόμος, Επιμέλεια: Δουλκέρη Τέσσα- Τουριστική Επικοινωνία στην Ελλάδα, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2015

Διαδίκτυο

Δρόμοι του κρασιού της Πελοποννήσου - Οινοτουριστικοί προορισμοί - <https://peloponnesewineroads.com/>

Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος (Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδας)- www.wineroads.gr

Καθημερινή- <http://www.kathimerini.gr/>