



Κος ΓΕΩΡΓΙΑΔΗΣ :

Ευχαριστώ κύριε Πρόεδρε. Μείναμε και λιγότεροι τώρα και ίσως είναι καλύτερο ή όχι, θα δούμε.

Να ξεκινήσουμε λίγο την παρουσίαση από την αρχή. Παράλληλα με την ομιλία θα βλέπετε ορισμένα slides τα οποία ουσιαστικά δείχνουν τις διαδρομές του κρασιού στη βόρεια Ελλάδα. Η εισήγησή μου βέβαια δεν θα είναι η παρουσίαση αυτών των διαδρομών, αλλά η παρουσίαση της λογικής και της πολιτικής κάτω από την οποία στήθηκε ουσιαστικά αυτό το δίκτυο στη βόρεια Ελλάδα, αναπτύχθηκε και θα έλεγα ότι θεωρείται από τα πλέον επιτυχημένα στον ελλαδικό χώρο.

Ο τίτλος λέει 'Από τα επισκέψιμα οινοποιεία στους Δρόμους του Κρασιού', δηλαδή πολύ συγκεκριμένα υποστηρίζω ότι είναι άλλοι τα επισκέψιμα οινοποιεία και άλλοι οι Δρόμοι του Κρασιού. Τα επισκέψιμα οινοποιεία είναι ένας χώρος όπου μπορείς να δέχεται επισκέψεις, είναι το κέφι του παραγωγού. Οι Δρόμοι του Κρασιού όμως είναι μία υπηρεσία, είναι ένα πρόγραμμα το οποίο λειτουργεί κάτω από συγκεκριμένες προδιαγραφές, με συγκεκριμένους όρους και με συγκεκριμένες υποχρεώσεις από πλευράς όχι μόνο των οινοπαραγωγών αλλά και όλων όσων συνιστούν αυτό το δίκτυο.

Για να καταλάβουμε λίγο πολύ πώς μπορεί να στηθεί ένα τέτοιο δίκτυο, θα κάνουμε μία μικρή ιστορική αναδρομή, γιατί πολλές φορές θεωρούμε ότι αν πάρουμε μία απόφαση, αν κάνουμε μία εξαγγελία θα γίνουν ξαφνικά οι Δρόμοι του Κρασιού ή οποιοδήποτε άλλο πρόγραμμα.

Η δικιά μας ιστορία, της Ένωσης Οινοπαραγωγών Αμπελώνων Βορείου Ελλάδος, ξεκίνησε το 1993 με 15 οινοπαραγωγούς. Και γιατί αυτοί μαζεύτηκαν για να φτιάξουν αυτή την εταιρεία και να δημιουργήσουν τους Δρόμους του Κρασιού; Γιατί υπήρχαν δύο φωτισμένοι οινοπαραγωγοί εκείνη την περίοδο, ο Γιάννης ο Μπουτάρης και ο Χρήστος ο Καρράς, με την υποστήριξη και του Ντίνου του Στεργίτη, φτιάξανε μία πρώτη χάρτα, τον Δρόμο του

Κρασιού, καλέσανε τους οινοπαραγωγούς και έγινε η εταιρεία το 1993 με 15 οινοπαραγωγούς.

Αρα βλέπουμε ότι το πρώτο σημαντικό στοιχείο των δρόμων του κρασιού είναι ότι ενώνει τον κλάδο, είναι πολύ σοβαρό, είναι ένας στόχος δηλαδή ο οποίος βοηθάει όλους να έχουν κάτι κοινό. Ανεξάρτητα από την αγορά, ανεξάρτητα από οποιεσδήποτε άλλες διαφορές. Στη συνέχεια, μέχρι το 1995 πραγματοποιήσαμε ορισμένες εκδηλώσεις στη Θεσσαλονίκη με σκοπό να αρχίσουμε να καταλαβαίνουμε τι είναι οι Δρόμοι του Κρασιού και παράλληλα, κάναμε μία πρώτη καταγραφή των δυνατοτήτων των οινοποιείων σχετικά με τις προδιαγραφές με το επισκέψιμο. Τι έχουνε, τι πόρους έχουν ανθρώπινους, υλικούς, ό,τι δηλαδή θεωρούμε ότι είναι σοβαρό και συνιστά μία υπηρεσία στο οινοποιείο.

Αυτή η καταγραφή έγινε εκ των ενόντων όπως λέμε, δηλαδή επειδή είχαμε στελέχη τα οποία είχαν αυτή την εμπειρία και τη γνώση κάνανε αυτή τη βόλτα, γνωρίστηκαν με τους παραγωγούς και κάνανε μία πρώτη καταγραφή. Αυτή η πρώτη περίοδος που κράτησε δύο χρόνια, τη λέμε 'το ξεκίνημα'.

Έχουμε μία δεύτερη περίοδο που ήρθε ουσιαστικά το 1996, ήταν 1993-1995 η πρώτη, η δεύτερη είναι 1996-2001 που είναι η περίοδος των παχιών αγελάδων, η περίοδος των χρηματοδοτήσεων. Εκείνη την περίοδο, πάλι με πρωτοβουλία του Γιάννη του Μπουτάρη, δημιουργείται ένα ειδικό πρόγραμμα 'Δρόμοι του κρασιού – Δασονομία' στον Οργανισμό Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης Θεσσαλονίκη 1997. Ο προϋπολογισμός 600.000 €, το δουλεύει η εταιρεία, κάνει εκδηλώσεις, αρχίζει ουσιαστικά να βάζει στην πράξη αυτά που λέμε 'Δρόμοι του Κρασιού, πολιτισμός, οίνος και πολιτισμός' και ό,τι συνιστά μία πρόταση προς τον επισκέπτη.

Το 1996 εγκρίνεται και το πρόγραμμα 'Προβολή και προώθηση του ελληνικού κρασιού' της κοινοτικής πρωτοβουλίας Leader 2 από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης τότε και Γεωργίας, με τελικό προϋπολογισμό 3.300.000 €. Σ' αυτή την περίοδο, ουσιαστικά αρχίσαμε να φτιάχνουμε τα οινοποιεία μας επισκέψιμα, με χρηματοδότηση του Leader και με ιδίους πόρους, οι οποίοι συνολικά ξεπεράσανε τα 6 εκατομμύρια ευρώ, καταφέραμε να κάνουμε τα περισσότερα οινοποιεία επισκέψιμα.

Όλες οι επενδύσεις είχανε κατευθυνθεί στη λογική του επισκέψιμου και όχι της παραγωγής, γιατί ήταν ενταγμένα σε ένα πρόγραμμα και αυτό που μας ενδιέφερε ήταν σιγά-σιγά να αρχίσουμε να φτιάχνουμε αυτό το πρόγραμμα και να δημιουργήσουμε τις υποδομές πάνω στις οποίες θα στηθεί. Έγινε η σήμανση, οι εκδηλώσεις, έντυπα, εξωτερικό και λοιπά.

Και το 2001, καταφέραμε τελικά μετά από έξι χρόνια να εγκρίνουμε σαν ολομέλεια της Ένωσης, τον εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας της ENOABE, που ουσιαστικά έχει τις υποχρεώσεις των οινοπαραγωγών απέναντι στην ανάπτυξη και στο πρόγραμμα των δρόμων του κρασιού. Δηλαδή ήδη κάτω από ποιες προϋποθέσεις μπορεί

κάποιος να ενταχθεί και αυτές κρατιόνται και τώρα και αν κάποιος δεν τις έχει δεν μπορεί να εγγραφεί στην εταιρεία και με αυτόν τον τρόπο αναπτύσσεται πλέον.

Καταφέραμε από τους 15 οινοπαραγωγούς αυτή τη στιγμή να είμαστε 35 και σιγά-σιγά να μεγαλώνουμε κι άλλο και να μεγαλώσουμε λίγο και τον χώρο πάνω στον οποίο δραστηριοποιούμαστε, ο οποίος βέβαια είναι πολύ μεγάλος και όσοι δεν είναι Έλληνες καταλαβαίνουν ότι αυτά τα προγράμματα και αυτοί οι φορείς που λειτουργούν τέτοιου είδους προγράμματα, δεν μπορούν να ασχολούνται μόνο με αυτό το αντικείμενο που λέγεται Δρόμοι του Κρασιού, ασχολούνται με όλα τα θέματα που αφορούν τον αμπελοοινικό κλάδο. Αυτό είναι μία ελληνική ιδιαιτερότητα, την οποία αν δεν τη σεβαστούμε δεν μπορούμε να προχωρήσουμε.

Ουσιαστικά όλο αυτό το επιχειρησιακό σχέδιο βασίστηκε στην ισχυρή υποστήριξη από ορισμένους φωτισμένους οινοπαραγωγούς αλλά και από την ομοψυχία όλων των μελών. Δηλαδή υπήρχαν πάντα κάποια μυαλά καλά, αλλά και όλοι οι άλλοι ακολουθούν. Με αυτή τη λογική χρηματοδοτήσαμε και όλες αυτές τις δράσεις και καταφέραμε φυσικά να πάρουμε και ξένες χρηματοδοτήσεις που ξεκινούσαν από το 60% και φτάνανε μέχρι και το 100%.

Μέχρι το 2001 ουσιαστικά καταφέραμε να αναδείξουμε την ENOABE, τους Δρόμους του Κρασιού της βορείου Ελλάδος ως τον πιο σημαντικό φορέα ανάπτυξης του οινικού τουρισμού στην Ελλάδα. Και ουσιαστικά έβαλαν και στην αγορά αυτό που λέμε οινικός τουρισμός.

Μετά έχουμε την τρίτη περίοδο, την περίοδο 2002-2008, που είναι η περίοδος αυτοχρηματοδότησης. Δηλαδή πολλοί περίμεναν ότι μόλις τελειώσουν οι χρηματοδοτήσεις από τα προγράμματα ότι η εταιρεία θα αρχίσει να φθίνει γιατί δεν υπάρχουν ξένα λεφτά. Αντίθετα, η εταιρεία άρχισε πάλι να μεγαλώνει με αυτοχρηματοδότηση. Δηλαδή όλα τα λειτουργικά της κόστη καλύπτονταν από την ίδια συμμετοχή των μελών, μέσα από έναν τακτικό προϋπολογισμό.

Αυτό μας έδωσε μια πολύ καλή θέση στην αγορά, έδωσε μία εμπιστοσύνη ότι θα συνεχίσουμε και κυρίως μας έδωσε τη δυνατότητα να αρχίσουμε να αντιλαμβανόμαστε ότι το πρόγραμμα που λέγεται Δρόμοι του Κρασιού δεν είναι αρκετό με τη λογική και με τη μορφή με την οποία το πουλούσαμε μέχρι τότε. Δηλαδή μία πρόταση διαδρομής γύρω από τα επισκέψιμα οινοποιεία.

Συν ότι είχαμε αρκετή ζήτηση, κυρίως από το εξωτερικό – δεν θα έλεγα ζήτηση, θα έλεγα εκδήλωση ενδιαφέροντος – όπου ζητούσαν προγράμματα πρότασης επίσκεψης, η οποία δεν μπορούσε να περιλαμβάνει μόνο τα επισκέψιμα οινοποιεία, γιατί ένα επισκέψιμο οινοποιείο είναι πολύ λίγο για να καλύψει μία μέρα και ενδιαφέρει και ένα πολύ μικρό κομμάτι των καταναλωτών, δηλαδή

οινόφιλους και επαγγελματίες. Ναι μεν μας ενδιαφέρουν πολύ επαγγελματικά αλλά δεν είναι αρκετό για τους καταναλωτές.

Έτσι αποφασίσαμε ότι πλέον οι Δρόμοι του Κρασιού πρέπει να γίνουν πραγματικά πρόταση. Και τι σημαίνει αυτό, ότι θα γίνουν πρόταση; Θα πρέπει να περιλαμβάνουν, εκτός από τα επισκέψιμα οινοποιεία, εστιατόρια, ξενοδοχεία, τοπικά προϊόντα, εναλλακτικές δραστηριότητες, που είναι επαγγελματικές κατηγορίες που έχουν οικονομική συμμετοχή στο πρόγραμμα.

Πώς θα το κάνουμε αυτό αφού πήραμε την πολιτική απόφαση; Συνεργασία με 16 αναπτυξιακές εταιρείες της βορείου Ελλάδας, κατάθεση μίας πρότασης στο Υπουργείο Ανάπτυξης στα πλαίσια της κοινοτικής πρωτοβουλίας Leader +, δημιουργία ενός προγράμματος με 800.000 € προϋπολογισμό, με ίδια συμμετοχή 20% και χρηματοδότηση 80%.

Βέβαια, για να γίνει όλη αυτή η προσπάθεια ακολουθήθηκαν μερικά πολύ συγκεκριμένα βήματα, τα οποία θα ήθελα λίγο να σας αναφέρω γιατί είναι ο χώρος πολύ μεγάλος, τα στοιχεία συνήθως είναι πάντα ελλιπή. Το πρώτο πράγμα που κάναμε ήταν να καταγράψουμε τι επιχειρήσεις υπάρχουν, καταγράψαμε 1.500 επιχειρήσεις που αφορούν αυτό το κομμάτι. Στη συνέχεια στείλαμε μία επιστολή ενημέρωσης, τι είμαστε, τι κάνουμε, τι θέλουμε να κάνουμε. Κάναμε μία εκδήλωση ή μία ανάλογα, σε κάθε Νομό, όπου τους ενημερώσαμε προσωπικά για αυτό το πρόγραμμα.

Στη συνέχεια, όσοι ενδιαφέρθηκαν στείλανε μία εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής, που λέει 'Με ενδιαφέρει να συμμετέχω'. Έγιναν οι προδιαγραφές ένταξης ανά κατηγορία, χωριστές για τα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία, ποιοτικές προδιαγραφές που βασίστηκαν και στην κοινοτική πρωτοβουλία.

Στη συνέχεια πήγαν οι ειδικοί οι οποίοι αξιολόγησαν αυτούς τους χώρους και στη συνέχεια, αφού αποδέχτηκε την αξιολόγηση και είχε θετική εισήγηση από πλευράς των αξιολογητών, μπορούσε να εγγραφεί κάποιος ως μέλος στους Δρόμους του Κρασιού. Πληρώνοντας και το ανάλογο τίμημα, το οποίο αναγράφεται, δηλαδή υπέγραφε τη σύμβαση, πλήρωνε την πρώτη δόση και ξεκινούσε αυτή τη συνεργασία, η οποία σήμαινε ότι έπαιρνε και ένα σήμα συνεργαζόμενου, το οποίο έγραφε 'Μέλος του δικτύου' και το έτος. Άρα αυτή τη στιγμή, αν θα πάμε στα 120 μέλη του δικτύου που υπάρχουν στη βόρεια Ελλάδα, θα δούμε αυτό το σημάκι έξω από το κατάστημα που υπάρχει.

Παράλληλα βέβαια δημιουργούμε και όλο το υλικό προώθησης και προβολής, συμμετέχουμε σε εκθέσεις, κάνουμε έντυπα, το site, λογισμικά και ό,τι χρειάζεται για να υποστηρίξουμε αυτή την προσπάθεια και στο εσωτερικό αλλά και προς το εξωτερικό.

Σίγουρα μία τέτοια προσπάθεια η οποία αναπτύσσεται σε ένα τόσο μεγάλο γεωγραφικό χώρο έχει και πολλές αδυναμίες. Αλλά και πολλά δυνατά σημεία. Στη δικιά μας την περίπτωση τα δυνατά είναι

και αδύνατα. Δηλαδή όλο το δίκτυο στηρίχθηκε πάνω σε ένα ισχυρό όνομα που λεγόταν Δρόμοι του Κρασιού της βορείου Ελλάδος, το οποίο ήταν στην αγορά για 15 χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι είχε μια αναγνωρισιμότητα, το ξέρανε, άρα πήγαινες να ενταχθείς σε κάτι που δούλευε, είχε 100.000 επισκέπτες στα οινοποιεία της, άρα και όποιος ερχόταν πήγαινε σε ένα έτοιμο πελατολόγιο, θα λέγαμε.

Βέβαια, αυτό έδινε μία ταυτότητα η οποία ήταν πολύ ισχυρή σε σχέση με το κρασί, άρα δημιουργούσε κάποια αδυναμία στις συμπληρωματικές παρεχόμενες υπηρεσίες διαμονής, διατροφής και των άλλων συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, η οποία σε κάποια στιγμή άρχισε να μας δημιουργεί όχι προβλήματα αλλά πιθανόν κάποιες αντιρρήσεις σχετικά με το αν θα έπρεπε να αλλάξουμε όνομα ή αν πρέπει να κάνουμε ένα καινούργιο όνομα.

Το ότι μας υποστήριξε η κοινοτική πρωτοβουλία, μας έδωσε τη δυνατότητα να μας χρηματοδοτήσει αυτές τις ενέργειες, αλλά παράλληλα μας υποχρέωσε να υλοποιήσουμε δράσεις πολύ γρήγορα, που θα έπρεπε κανονικά να χρειάζονταν πολύ μεγαλύτερο χρόνο υλοποίησης. Δηλαδή σε ενάμιση χρόνο έπρεπε να κάνουμε όλες αυτές τις δουλειές.

Μέσα από όλη αυτή την πολιτική μας και την επιτυχία μας ή την πρακτική μας, φάνηκε ότι αυτή τη στιγμή υπάρχουν στη βόρεια Ελλάδα 160 επιχειρήσεις που είναι μέλη του δικτύου, επισκέψιμα οινοποιεία και οι άλλες κατηγορίες. Φαίνεται ότι για να είναι βιώσιμο, αυτοχρηματοδοτούμενο αυτό το πρόγραμμα θα πρέπει σε τρία χρόνια να φτάσει τις 250 επιχειρήσεις και αυτός ήταν ο επιχειρηματικός αρχικός στόχος. Βλέπουμε ότι αυτή τη στιγμή υπάρχει μεγάλη δυνατότητα για χρηματοδότηση προβολής αυτού του δικτύου, γιατί πλέον δεν αφορά μόνο το κρασί αλλά αφορά συνολικά όλη την ύπαιθρο.

Βλέπουμε ότι πιθανόν στα επόμενα χρόνια θα χρειαστεί να σκεφτούμε τη δημιουργία ενός νέου λογοτύπου, το οποίο θα είναι πιο επικοινωνιακό αν θέλετε και πιο μαρκετινικό, το οποίο πιθανώς να σκεφτούμε ότι μπορεί να είναι ένα εθνικό σήμα το οποίο ανάλογα θα χρησιμοποιείται σε διάφορες περιοχές. Πιστεύουμε ότι με τη συνεργασία των μελών, δηλαδή υπηρεσίες και κρασί, αναπτύσσονται συνέργιες και αλληλουποστήριξη η οποία είναι αμοιβαία επωφελής, εμείς θέλουμε πελάτες, αυτοί θέλουν τα κρασιά, απλά πράγματα.

Θεωρούμε ότι οι Δρόμοι του Κρασιού της βορείου Ελλάδος αυτή τη στιγμή, όπως θεωρούνται γωνιακό μαγαζί για τους οινοπαραγωγούς θα πρέπει να γίνουν αντίστοιχα και για τα υπόλοιπα επαγγέλματα. Έτσι πιστεύω ότι με βάση αυτές τις προϋποθέσεις, ότι ο στόχος μας για τη δημιουργία ουσιαστικά μιας αγροτουριστικής πρότασης στη βόρεια Ελλάδα, θα πετύχει. Γιατί είχαμε από την αρχή ξεκάθαρες προδιαγραφές. Δηλαδή ο καθένας ήξερε ποια στοιχεία αξιολογούνται, με ποιον τρόπο, κάτω από ποιες διαδικασίες. Αυτοί που κάνανε την αξιολόγηση ήταν επαγγελματίες, δεν ήταν άνθρωποι που δεν γνώριζαν το θέμα.

Είχαμε χρηματοδότηση από την κοινοτική πρωτοβουλία, είχαμε μία υπάρχουσα έντονη αξιοπιστία, θεωρούμε ότι μέσα από το business plan που έχουμε κάνει έχουμε τους όρους και τις προϋποθέσεις για να είναι βιώσιμο αυτό το δίκτυο και στη συνέχεια, που είναι βασικό γιατί δεν αποτελεί μία ενέργεια η οποία δημιουργείται από μία καινούργια εταιρεία και αν δεν εκπληρώσει τους στόχους της δεν θα μπορεί να λειτουργήσει, αλλά αποτελεί μια συμπληρωματική δραστηριότητα της ENOABE, η οποία παράλληλα, μαζί με τις άλλες δραστηριότητες, υποστηρίζει και αυτή. Όταν φτάσει στα επίπεδα που στοχεύουμε, θα μπορέσει να αποτελέσει και ένα ανεξάρτητο τμήμα με δικό του προϋπολογισμό.

Για να κλείσω, θα είμαι και πιο γρήγορος απ' ό,τι φαίνεται, τι πιστεύετε ότι πρέπει να γίνει στα επόμενα χρόνια. Καταρχήν θεωρώ ότι θα πρέπει να γίνει θεσμοθέτηση του οινοτουρισμού σαν εναλλακτική μορφή τουρισμού. Δεν θεωρώ ότι αυτό θα αλλάξει τα πράγματα, απλώς θα μας δώσει τουλάχιστον μία προϋπόθεση να μπαίνουμε σε κάποια ακόμα προγράμματα, θα σταματήσουμε να γκρινιάζουμε ότι δεν είναι αναγνωρισμένος και θα μπορούμε φυσικά να χρηματοδοτούμε πιο εύκολα ορισμένες δράσεις σε αυτόν τον τομέα.

Θα πρέπει σε εθνικό επίπεδο να χρηματοδοτηθούν οι ενέργειες προβολής και υποστήριξης. Ο ΕΟΤ επιτέλους θα πρέπει να βάλει το κρασί και τους Δρόμους του Κρασιού στα έντυπά του. Θα πρέπει να υποστηριχθούν οι επιχειρήσεις που βρίσκονται συνήθως σε άγονες γραμμές. Το 80% των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στους Δρόμους του Κρασιού της βορείου Ελλάδος είναι σε άγονες γραμμές. Πολλοί έχουν πρόβλημα με τους δρόμους, έχουν πρόβλημα με την επικοινωνία, τηλέφωνα, internet, υπάρχει τραγικό πρόβλημα με τη σηματοδότηση και δεν μπορούμε να αναλάβουμε σαν εταιρεία πρόγραμμα τέτοιου τύπου γιατί είναι τεράστιας δαπάνης.

Οπότε πρέπει να υπάρξει ουσιαστικά μία υποστήριξη προς την ύπαιθρο σαν δράση ελληνική και εθνική. Θα πρέπει να δημιουργηθούν κοινές προδιαγραφές, οι οποίες όμως να προσαρμόζονται στις τοπικές ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής σε εθνικό επίπεδο και να αρχίσουμε να σκεφτόμαστε τη δημιουργία των ελληνικών Δρόμων του Κρασιού σαν μία διαδικτυακή πύλη, η οποία θα έχει συνδέσεις με όλες τις προτάσεις διαδρομών σε όλες τις περιοχές της χώρας και στη συνέχεια ένα γραφείο επικοινωνίας και συντονισμού.

Αυτό είναι σημαντικό γιατί δεν λειτουργούμε με ξερές στυγνές προδιαγραφές σε όλα τα επίπεδα. Ένα εστιατόριο δηλαδή που στη Νάουσα παράδειγμα θα μπορούσε να μην ενταχθεί γιατί δεν είχε τις προϋποθέσεις, σε ένα βουνό, σε μία δύσβατη περιοχή που δεν υπάρχει τίποτα πιθανώς θα μπορούσε να ενταχθεί. Άρα κοιτάζουμε ουσιαστικά να συμπληρώσουμε την πρόταση, όπου και να πας να υπάρχει μία αξιόπιστη πρόταση η οποία θα σου εξασφαλίζει ότι εδώ

θα φάω σωστά, θα πω σωστά, θα κοιμηθώ σωστά και μπορώ να κάνω και πέντε άλλα πράγματα.

Σε αυτή την πρόταση τώρα, η εταιρεία μας τι μπορεί να προσφέρει; Θεωρούμε ότι έχουμε την τεχνογνωσία, μπορούμε να βοηθήσουμε στον συναγωνισμό, έχουμε και το στελεχιακό δυναμικό για να υποστηρίξουμε μία τέτοια προσπάθεια. Υπάρχει ένα ερώτημα και στην εταιρία, γιατί και για εμάς αυτή η δραστηριότητα έχει ενάμιση χρόνο ζωής, είναι εάν θα πετύχουμε.

Με βάση αυτές τις προϋποθέσεις και τη λογική αν θέλετε και την πολιτική της εταιρείας, φαίνεται ότι στη βόρειο Ελλάδα θα τον πετύχουμε αυτόν τον στόχο. Να δημιουργήσουμε ουσιαστικά τις διαδρομές του κρασιού και τους Δρόμους του Κρασιού. Τώρα για τις άλλες περιοχές, θα μιλήσουν οι άνθρωποι που γνωρίζουν τι γίνεται και με ποιο τρόπο και τι άποψη έχουν.

Αυτό που πρέπει να ξεκαθαρίσω από την αρχή όμως είναι ότι εάν σε οποιαδήποτε ένωση οινοπαραγωγών, που είναι είτε στην Κρήτη είτε στα νησιά είτε στην Αττική, δεν καταλάβουν ότι οι Δρόμοι του Κρασιού είναι ένα επιχειρησιακό πρόγραμμα που χρειάζεται χρόνο, στελέχη και χρήματα, εάν δεν ξεκαθαρίσουν ότι αυτά τα πράγματα δεν θα τα κάνουν, δεν υπάρχει λόγος να ξεκινούν τέτοιου τύπου προσπάθειες. Δεν χρειάζεται να αποτυγχάνουμε, υπάρχουν πάρα πολλές ανάγκες στον κλάδο και τα χρήματα είναι λίγα και πρέπει να πηγαίνουμε στοχευμένα για να μπορούμε να τις ικανοποιήσουμε.

Το επισκέψιμο οινοποιείο είναι το κέφι του οινοπαραγωγού. Η ένταξή του όμως στους Δρόμους του Κρασιού σημαίνει ότι έχει υποχρεώσεις που πρέπει να σεβαστεί. Ευχαριστώ για την προσοχή. Όλη αυτή η πρόταση και όλο αυτό το αποτέλεσμα χρειάστηκε 15 χρόνια δουλειάς και πάρα πολλά χρήματα, αλλά νομίζω ότι τελικά αξίζει τον κόπο.