



Κος ΛΕΛΕΚΑΣ:

Καλησπέρα σας κυρίες και κύριοι. Είναι μεγάλη χαρά που βρίσκομαι ανάμεσά σας σήμερα, σε αυτό το Συνέδριο Οινοτουρισμού, το 1ο σας και ελπίζω ότι θα μοιραστώ μαζί σας κάποια στοιχεία τα οποία θα είναι ενδιαφέροντα και χρήσιμα για όλους μας.

Όταν το Συνέδριο αυτό βρισκόταν ακόμα σε φάση σχεδιασμού και οργάνωσης, σκεφτόμασταν ότι προφανώς το βήμα αυτό πρέπει να δοθεί σε εκπροσώπους της κυβέρνησης, πρέπει να δοθεί σε θεσμικούς φορείς, στην τοπική αυτοδιοίκηση, στον ιδιαίτερο κλάδο, σε εκπροσώπους του εξωτερικού που θα μοιραστούν πολύ ενδιαφέρουσες εμπειρίες και case studies.

Λέγαμε όμως ότι πρέπει οπωσδήποτε να βρούμε έναν τρόπο να δοθεί το βήμα αυτό επίσης και στον απλό οινοτουρίστα. Γιατί αυτός ουσιαστικά είναι το επίκεντρό μας, γι' αυτόν είμαστε σήμερα εδώ και γι' αυτόν μιλάμε από χθες.

Αυτό που αποφασίσαμε να κάνουμε είναι μία έρευνα η οποία βασίστηκε σε ένα δειγματολόγιο που φτιάξαμε, ακριβώς για να καταγράψουμε την ως τώρα οινοτουριστική εμπειρία του Έλληνα οινόφιλου.

Όπερ και εγένετο. Δημιουργήθηκε το ερωτηματολόγιο και αφενός μοιράστηκε στο πλαίσιο της έκθεσης ΟΙΝΟΠΑΜΑ τον Μάρτιο που μας πέρασε και αφετέρου διανεμήθηκε και ηλεκτρονικά μέσα από το Internet.

Μαζέψαμε τελικά – κάτι για το οποίο εγώ είμαι ιδιαίτερα ευτυχής – περίπου 600 απαντήσεις, 600 απαντημένα ερωτηματολόγια. Στο σημείο αυτό πρέπει οπωσδήποτε να θυμηθώ και να ευχαριστήσω τρεις φορείς και οργανισμούς οι οποίοι έπαιξαν καταλυτικό ρόλο στην προσπάθεια αυτή.

Πρώτα απ' όλα, χωρίς αμφιβολία, στις γυναίκες του κρασιού, πάντα δραστήριες και πάντα στην αιχμή του δόρατος. Αφενός οι γυναίκες του κρασιού εξαρχής έχουν αρχίσει και ψάχνουν πάρα πολύ το θέμα του οινοτουρισμού, μάλιστα έχουν ξανακάνει έρευνα για τον οινοτουρισμό στα πλαίσια του κλάδου. Αυτή τη φορά μας βοήθησαν εξαιρετικά με το να

διανείμουν και να μαζέψουν τις απαντήσεις στη διάρκεια του ΟΙΝΟΡΑΜΑΤΟΣ.

Κατά δεύτερο, στο διαδικτυακό περιοδικό inlife.gr, στο οποίο έχω και τη χαρά να διατηρώ τη σελίδα του κρασιού και το οποίο αγκάλιασε αυτή την προσπάθεια, οι τεχνικοί της κωδικοποίησαν το ερωτηματολόγιο, το έκαναν ιντερνετικό και το διένειμαν σε 10.000 περίπου αναγνώστες και συνδρομητές τους.

Και τρίτον, στην εταιρεία ερευνών και δημοσκοπήσεων MRB, η οποία και μας βοήθησε εξαιρετικά στην επεξεργασία των αποτελεσμάτων τα οποία θα σας παρουσιάσω. Πάμε λοιπόν να τα δούμε κατευθείαν.

Ξεκινήσαμε θέλοντας βασικά να πάρουμε το στίγμα της συχνότητας αυτού που ο κόσμος, σε αυτή τουλάχιστον τη φάση που μιλάμε, αποκαλεί οινοτουρισμό. Πότε λοιπόν ήταν η τελευταία φορά που κάποιος από αυτούς που μας απάντησαν επισκέφθηκε ένα οινοποιείο;

Τα αποτελέσματα τα βλέπετε. Είναι ευτυχές για μένα το γεγονός ότι πάνω από το μισό επισκέφτηκαν ένα οινοποιείο μέσα στους τελευταίους έξι μήνες. Και είναι ακόμα ευτυχέστερο το γεγονός ότι αυτοί που απάντησαν 'ποτέ' είναι ένα σχετικά μικρό ποσοστό, γύρω στο 9%, κάτι λιγότερο.

Γιατί έγινε αυτή η επίσκεψη στο οινοποιείο; Περίπου οι μισοί δήλωσαν 'επί τούτου'. Δηλαδή ενημερώθηκαν, το έψαξαν και μία ωραία πρωία σηκώθηκαν, μπήκαν στα αυτοκίνητά τους και πήγαν και επισκέφτηκαν επίτηδες και ηθελημένα ένα οινοποιείο.

Το 35,7% μας λέει ότι το έκανε στα πλαίσια των διακοπών τους, δηλαδή ενός ταξιδιού. Κι αυτό θεμιτό και αυτό απόλυτα λογικό. Εκεί είμαστε χαλαροί, εκεί είναι πολύ πιθανό να βρούμε ένα οινοποιείο στο δρόμο μας, έχουμε και τον χρόνο, έχουμε και την άνεση και το κάνουμε.

Αυτό που το έκαναν τυχαία ή περαστικοί και νομίζω ότι θα δούμε λίγο πιο κάτω γιατί αυτό το ποσοστό είναι μικρό ακόμα και θα έχει να κάνει κατά πάσα πιθανότητα με τη σήμανση, είναι ακόμα λίγοι. Πάντα θα δείτε ότι παίζει ρόλο και το λεγόμενο word of mouth. Δηλαδή αυτό που μου είπε ο φίλος μου, η πρόταση, η σύσταση που μου έκανε ένας γνωστός μου τον οποίο εμπιστεύομαι.

Πού βρισκόταν το οινοποιείο το οποίο επισκεφτήκατε; Εδώ δεν έχουμε ποσοστό, εδώ έχουμε πινέζες στον χάρτη. Έτσι λοιπόν ξεκινάμε με την Πελοπόννησο. Ανάμεσα στις απαντήσεις τις συγκεκριμένες που λάβαμε σε αυτή την ερώτηση είναι όπως βλέπετε η Νεμέα, η Πάτρα, το Άργος, η Μονεμβασιά. Προφανώς η βόρειος Ελλάδα, Δράμα, Νάουσα και ούτω καθεξής, τα νησιά μας.

Και προσέξτε εδώ ότι εδώ πέρα δεν έχει μόνο πολύ βασικές οινοπαραγωγικές περιοχές. Έχουμε και ιδιαίτερα δημοφιλείς προορισμούς διακοπών. Στην υπόλοιπη Ελλάδα, αρχής γενομένης προφανώς από την Αττική, από εκεί και πέρα Αταλάντη, Λάρισα και Καρδίτσα είναι μερικές από τις απαντήσεις τις οποίες επίσης πήραμε και πάμε στο εξωτερικό.

Το εξωτερικό ήταν μικρό το ποσοστό ακόμα, αλλά ελπίζω ότι θα ανεβαίνει. Ιταλία, Γαλλία, Κύπρος και Πορτογαλία. Μάλιστα θυμάμαι χαρακτηριστικά, κάποιος είχε απαντήσει εκτός Γαλλίας, είχε πει συγκεκριμένα Αλσατία. Το οποίο μου έκανε ιδιαίτερη εντύπωση γιατί

είναι καλά τα κρασιά της Αλσατίας, αλλά τόσο κράτος εν κράτει στη Γαλλία ποιός θα το περίμενε; Τέλος πάντων, προχωράμε.

Πολύ σημαντικό. Ποιά ήταν η εποχή του χρόνου που επισκεφτήκατε το οινοποιείο; Το 61% μας απάντησε το φθινόπωρο. Εγώ μπορώ να υποθέσω ότι βασικό ρόλο παίζει εδώ η εποχή του τρύγου ίσως. Ή το γεγονός ότι τα παιδιά έχουν πάει πλέον στο σχολείο και έχουν μεγαλύτερη άνεση. Δεν ξέρω. Στην Ελλάδα ο καιρός παραμένει καλός, παρότι το καλοκαίρι έχει περάσει, ίσως είναι και πιο ήπιος, μπορεί και αυτό.

Αυτό που επίσης έχει σημασία όμως εδώ είναι να δούμε ότι οι υπόλοιπες τρεις εποχές του χρόνου είναι σχετικά ισοβαρείς. Αυτό λοιπόν που εγώ θα έπαιρνα ως πρόκληση εδώ, θα ήταν το να κάνουμε όποιες προσπάθειες μπορούμε και ουσιαστικές και επικοινωνιακές, έτσι ώστε η εποχικότητα του οινοτουρισμού να επιμηκυνθεί ή ακόμα και να εξαλειφθεί. Δηλαδή να έχουμε οινοτουρισμό στην Ελλάδα 12 μήνες. Τι καλύτερο;

Τι διέθετε το οινοποιείο που επισκεφτήκατε; Ρωτήσαμε τους φίλους μας. Κατά 65,8% μας λένε 'πωλητήριο κρασιών'. Εδώ πέρα, παρεμπιπτόντως να σας πω ότι σε ορισμένες κάρτες θα δείτε ότι όλα τα ποσοστά δεν αθροίζονται στο 100, είναι επειδή υπάρχουν πολλαπλές επιλογές. Κατά 57,3% μας λένε 'χώρο δοκιμής και γευσιγνωσίας'.

Αυτό μπορεί στην κάρτα συγκριτικά να φαίνεται μεγάλο το ποσοστό, εγώ το θεωρώ μικρό. Γιατί αν η θέλησή μας είναι να φέρουμε τον κόσμο κοντά στο κρασί και να του δώσουμε την ευκαιρία να δοκιμάσει το προϊόν σε σωστές συνθήκες, το να βλέπουν οι μισοί μόνο, να λένε ότι βρήκανε χώρο γευσιγνωσίας και δοκιμής οργανωμένο, είναι χαμηλό.

'Μπαρ και εστιατόριο', εδώ πάμε ακόμα πιο κάτω, πάμε στο ένα τρίτο. 'Οργανωμένη ξενάγηση' στο 22%. Εμένα μου έκανε λίγη εντύπωση αλλά έτσι μας λένε οι φίλοι μας, οπότε αυτό καταγράφω και σας λέω. 'Δωμάτια για ξενώνες' έχουν πέσει πολύ κάτω. Και υπάρχει και ένα ποσοστό 25% το οποίο μας λέει 'τίποτα από τα παραπάνω'.

Εδώ, σκεφτείτε ότι μπορεί αφενός όντως το 25% να μην είδαν τίποτα παραπάνω, μπορεί να μην τους είπε κανείς ότι υπάρχουν όλα τα παραπάνω ή μπορεί και να μην τους έμειναν αξιομνημόνευτα όλα τα παραπάνω και εδώ να μας λένε 'τίποτα'.

Φεύγουμε από το οινοποιείο και πάμε στην περιοχή. Τι διέθετε λοιπόν η περιοχή που βρισκόταν το οινοποιείο που επισκεφτήκατε; 'Οργανωμένους χώρους διαμονής' ρωτάμε. Ξενοδοχεία, κάμπινγκ, ξενώνες και τα λοιπά. 33%. 'Οργανωμένους χώρους σίτισης', ταβέρνες, εστιατόρια, καφετέριες. 44%, κάτω από το μισό. 'Χώρους τουριστικού ενδιαφέροντος', μουσεία, μνημεία και ούτω καθεξής, 35,7%. 'Λοιπές δραστηριότητες', εδώ είμαστε χαμηλά, 8,9%. 'Τίποτα από τα παραπάνω', πολύς κόσμος. Και πάλι, ίσως κάποιος δεν μπήκε στον κόπο να τους το πει ποτέ.

Εδώ ένα αρκετά μεγάλο κομμάτι έγκειται σε αυτά που έχουν πει και ειπώθηκαν πολύ σωστά και από προηγούμενους ομιλητές κι εχθές και σήμερα. Η οινοτουριστική εμπειρία είναι ένα παζλ, αποτελείται από πολλά κομμάτια, όλα εκ των οποίων είναι σημαντικά. Εδώ όμως, οι άνθρωποί μας, μας λένε ότι αυτά τα κομμάτια σε μεγάλο βαθμό λείπουν ή τουλάχιστον δεν τα βλέπουν εκείνοι. Εδώ λοιπόν αρχίζουν και μας ανάβουν κάποια περίεργα καμπανάκια.

Ωστόσο να σας πω κάτι γιατί εδώ βλέπουμε ότι ο Έλληνας οينوτουρίστας είναι προς το παρόν καλόβολος. Τον ρωτάμε "Πώς βρίσκετε γενικά την οينوτουριστική σας εμπειρία;" Το 71% μας λέει 'καλή'. Το 21,5% μας λέει ικανοποιητική. Σκεφτείτε ότι συνολικά αυτό μας βγάζει 92,5%. Και τα αρνητικά είναι σε ένα μικρό ποσοστό.

Αυτό το θεωρώ ένα θετικό βήμα στο οποίο πάνω μπορεί να χτίσει κανείς, αρκεί να μην κάνει κατάχρηση.

Ποσοστό ικανοποίησης από συγκεκριμένους παράγοντες που συνθέτουν την οينوτουριστική εμπειρία. 'Γνωριμία με το κρασί', μας λένε 37% ικανοποιητική. 'Ξενάγηση' όπου υπάρχει, υπάρχει ικανοποίηση σε μεγάλο σχετικά ποσοστό, 61,6%. Η αγορά του κρασιού είναι πάντα δημοφιλής. Η εξυπηρέτηση κοντά στο μισό. Από πλευράς οργάνωσης, υποδομών και σήμανσης που είναι βασικό, αρχίζουμε και πέφτουμε χαμηλά πάλι.

'Θα επισκεφτείτε ξανά ένα οινοποιείο στο μέλλον;' ρωτάμε. Ναι, μας λένε ευθαρσώς το 61%. 'Μάλλον' και εδώ είναι που πρέπει να δουλέψει κανείς σοβαρά, μας λέει το 38%. Ευτυχώς, 'όχι' μας λέει τουλάχιστον σε αυτή τη φάση μόνο το 1%.

Εδώ είναι μία σημαντική και ενδιαφέρουσα ερώτηση. Επειδή κάποιιοι απάντησαν εξαρχής 'όχι', δεν έχουν επισκεφτεί ποτέ ένα οινοποιείο και τους ρωτήσαμε αφού συμβαίνει αυτό, γιατί συμβαίνει. 'Δεν έχω αρκετή γνώση και ενημέρωση', ένα ποσοστό 17,3%. Το 'Δεν έχω χρόνο' να σας πω την αλήθεια περίμενα να είναι υψηλότερο στην εποχή που ζούμε σήμερα, το βρίσκω ακόμα σχετικά μικρό. 'Είναι μακρινά', μας λένε σχεδόν οι μισοί.

Εγώ αυτό το ερμηνεύω ότι δεν έχω κίνητρο να σηκωθώ και να πάω να επισκεφτώ ένα οινοποιείο. Ειδικά αν μιλάμε για ανθρώπους που ζούνε στην Αθήνα ή κοντά στην Αθήνα και σε περιοχές που γενικά υπάρχουν οινοποιεία, το να επικαλείται κάποιος την απόσταση ως δικαιολογία, για μένα είναι απλώς συμπτωματικό του ότι εμείς δεν κάνουμε αρκετά πράγματα για να τους κινητοποιήσουμε.

Με το 'δεν έτυχε', ίσως να πει κάποιος ότι δεν μπορεί να κάνει πολλά, δεν μπορεί να επέμβει στη μοίρα και στην τύχη. Εγώ θα έλεγα ότι μπορεί κάποιος να κάνει καλύτερη επικοινωνία, να κάνει εκδηλώσεις, να οργανώσει για να φέρει τον κόσμο πιο κοντά στο κρασί και να επέμβει και εκεί. Αυτό το 20,8% μπορεί να πέσει κι άλλο.

Ζητήσαμε συγκεκριμένα σχόλια, εδώ δεν απάντησαν πολλοί αλλά όσοι απήντησαν μας λένε το εξής. 'Έχει ενδιαφέρον και προοπτικές', μας λέει ένα ποσοστό. 'Χρειάζεται διαφήμιση και προώθηση', μας λένε κάποιοι άλλοι. 'Χρειάζεται δουλειά', γενικά υπάρχει ανησυχία, υπάρχει παρότρυνση. Γίνονται προσπάθειες, αναγνωρίζεται ως ένα βαθμό. 'Είναι ελλιπείς', μας λένε κάποιοι και χρειάζεται οργάνωση.

Για να δούμε ουσιαστικά για ποιον μιλάμε ως τώρα όμως. Ποιο είναι το προφίλ του Έλληνα οينوτουρίστα με βάση τη δικιά μας έρευνα. Οι άνθρωποι δηλαδή που απήντησαν στο δικό μας ερωτηματολόγιο ποιοι είναι.

Κατά 79% άντρες, κατά 21% γυναίκες. Εγώ να σας πω την αλήθεια θα περίμενα το ποσοστό των γυναικών και θα ήθελα δεν σας κρύβω, να

είναι λίγο υψηλότερο. Αλλά και πάλι νομίζω αυτή η ψαλίδα βρίσκεται σε ικανοποιητικό άνοιγμα, τουλάχιστον προς το παρόν.

Ηλικίες. Βλέπουμε ότι ο μεγαλύτερος όγκος εκτείνεται μεταξύ των 30 και των 60. Δηλαδή είναι άνθρωποι που πλέον έχουν αρχίσει να έχουν λεφτά, έχουν αρχίσει να είναι πιο επιτυχημένοι και ουσιαστικά μπορούν να διαθέσουν χρόνο και χρήμα στο χόμπι τους, σε κάτι που τους ευχαριστεί.

Εγώ αυτό που θα έλεγα βλέποντας αυτή την κάρτα, είναι ότι αφενός μπορεί κάποιος να επικεντρωθεί με συγκεκριμένες ενέργειες και στο target group 18-30, μιλώντας πάντα για ενηλίκους και πάντα μιλώντας για υπεύθυνη κατανάλωση, αλλά επειδή το συγκεκριμένο ηλικιακό γκρουπ είναι και πιο δραστήριο και πιο κινητικό και γιατί όχι, όπως γίνεται και στις περισσότερες οιοτουριστικές περιοχές στην Ευρώπη και στον κόσμο, να επικεντρωθεί κάποιος ενδεχομένως και στις πιο μεγάλες ηλικίες των 60+, ακριβώς επειδή έχουν σίγουρα τον χρόνο να διαθέσουν, έχοντας πλέον περάσει τα ζόρια της ζωής και ασχολούμενοι πλέον με τον εαυτό τους, να διαθέσουν λίγο χρόνο σε κάτι που τους ευχαριστεί.

Σχέση με το κρασί. Από αυτούς που μας απάντησαν, το 87% ήταν φίλοι και ερασιτέχνες, απλοί φίλοι του κρασιού και ερασιτέχνες. Το 13% ήταν από επάγγελμα. Εμένα με ευχαριστεί πολύ το γεγονός ότι είναι υψηλό το ποσοστό των ερασιτεχνών, αλλά θέλουμε σίγουρα και τη γνώμη και την εμπειρία των επαγγελματιών, οι οποίοι και λόγω επαγγέλματος και λόγω εξοικείωσης σίγουρα και γυρνάνε τον κόσμο και σε ελλαδικά πλαίσια και εκτός περισσότερο και ξέρουν περισσότερο τι να δουν και τι να προσέξουν.

Πώς ενημερώνονται οι οιοτουρίστες μας; Εδώ έχει ενδιαφέρον και έχει ενδιαφέρον γιατί υπάρχει υψηλό ποσοστό στα περιοδικά και θυμώμενος την έρευνα, θυμάμαι ότι πρόκειται κατά κύριο λόγο για εξειδικευμένα ελληνικά περιοδικά οίνου. Με ευχαριστεί ιδιαίτερα και το αυξανόμενο ποσοστό που είπε ως απάντηση, ως χρήστης του internet και ως blogger, το οποίο έχει ξεπεράσει και τις εφημερίδες τις συμβατικές.

Και τέλος, πάντα υπάρχει και το κάτι άλλο. Υπάρχει και άλλη πληροφόρηση πέρα από τις συμβατικές πηγές πληροφόρησης. Οι φίλοι, το word of mouth το λεγόμενο και κάποιοι, δεν ήταν λίγοι αυτοί, μας είπαν ότι στις σχολές κρασιού που βρίσκονται σε άνοδο υπάρχει πληροφόρηση και παρότρυνση.

Σας αφήνω με αυτά τα τρία πολύ απλά συμπεράσματα. Νομίζω με βάση αυτά που είδαμε, ο οιοτουρισμός είναι στη φύση μας. Είναι στη φύση μας γιατί το κρασί και το αμπέλι είναι μέσα στη ζωή και την καθημερινότητά μας εδώ και πολλούς αιώνες.

Ωστόσο, δεν σημαίνει ότι επειδή είμαστε καλόβολοι και επειδή κάποια πράγματα ως οιοτουρίστες τα θέλουμε και τα κάνουμε από μόνοι μας, δεν παρατηρούμε ατέλειες και προβλήματα και δεν έχουμε απαιτήσεις. Κι αυτό πρέπει να το λάβουν υπόψη αυτοί που πραγματικά εργάζονται προς τη δημιουργία της σωστής εμπειρίας προς τον οιοτουρίστα.

Και τρίτον, χρειάζεται οργάνωση, χρειάζονται υποδομές και σίγουρα χρειάζεται καλύτερη ενημέρωση για να έρθει ο κόσμος πιο κοντά στον χώρο του κρασιού και του οιοτουρισμού. Σας ευχαριστώ πολύ.