

**Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ -  
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ**

**ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ**

**ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ**

**ΖΑΚΥΝΘΟΥ**

Του ΤΣΙΡΙΓΩΤΗ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

Επιβλέπων καθηγητής: ΝΤΟΒΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

**2014**

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 <sup>ο</sup> .....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
1.1. Ο Νομός της Ζακύνθου.....	6
1.2. Η Παραγωγική & Οικονομική Δραστηριότητα της Ζακύνθου .....	7
1.2.1. Πρωτογενής Τομέας.....	8
1.2.2. Δευτερογενής Τομέας.....	9
1.2.3. Τριτογενής Τομέας.....	10
2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 <sup>ο</sup> .....	11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
2.1. Ο Αμπελώνας της Ζακύνθου.....	11
2.2. «Βερντέα» Ζακύνθου.....	12
2.3. ΠΓΕ Ζακύνθου.....	14
2.4. Οι δρόμοι του κρασιού στη Ζάκυνθο .....	16
2.5. Τα Οινοποιεία της Ζακύνθου.....	17
2.6. Στόχοι ανάπτυξης των οινοποιείων.....	19
2.7. Το προφίλ των οινοποιείων.....	22
2.8. Το προφίλ και τα κίνητρα των επισκεπτών .....	23
2.9. Οι έρευνες για το προφίλ των επισκεπτών .....	26
3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 <sup>ο</sup> .....	29
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	29
3.1. Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ζακύνθου .....	29
3.2. Οι εγκαταστάσεις της ΕΑΣ.....	31
3.2.1. Το Τυποποιητήριο Ελαιόλαδου .....	32
3.2.2. Το Οινοποιείο της ΕΑΣ.....	32
3.2.3. Το Σταφιδοεργαστήριο της ΕΑΣ .....	33
3.2.4. Το κατάστημα της ΕΑΣ.....	33
3.3. Ολοκληρωμένη διαχείριση.....	34

3.4. Οικονομικά στοιχεία.....	35
4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 <sup>ο</sup> .....	41
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	42
4.1. Ερευνητικοί στόχοι.....	42
4.2. Μεθοδολογία της έρευνας .....	43
4.3. SWOT ανάλυση .....	44
4.4. Η συνέντευξη.....	48
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	53
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	56
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ .....	61

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της παρούσης εργασίας είναι η γνωριμία με την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών –ΕΑΣ της Ζακύνθου, για την ιστορία της, την εξέλιξή της, τη σημερινή της κατάσταση και τους στόχους της για το αύριο. Η μελέτη μας θα εστιαστεί στην οινοποιητική δράση της Ένωσης, στον ρόλο που καλείται να παίξει στην ανάπτυξη των Δρόμων του Κρασιού και στην εξέλιξή της ως κύριος παράγοντας στον κλάδο του οινοτουρισμού.

Μέσα από την ΕΑΣ θα γνωρίσουμε την οινική παράδοση στην Ζάκυνθο, με το σήμα κατατεθέν της κρασί «Βερντέα» και θα ενημερωθούμε για όλα τα ενεργά οινοποιεία του νησιού.

Αρχικά για την προσέγγιση της μελέτης πραγματοποιήθηκε εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση, καθώς και αναζήτηση αναφορών σχετικές με το θέμα. Μελετήθηκαν δεδομένα και πηγές της Γενικής Περιφερειακής Διεύθυνσης Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Ιονίου, από το Επιχειρησιακό Σχέδιο Δράσης της Τουριστικής Προβολής 2013-2014, από κείμενα και μελέτες του Επιμελητηρίου και την Περιφέρεια Ιονίου, από εισηγήσεις σε συνέδρια για τον εναλλακτικό τουρισμό και από επίσημες ιστοσελίδες.

Στη συνέχεια ακολούθησε η συλλογή και η επεξεργασία των στοιχείων που αποτέλεσαν τη βάση για τις προτάσεις που ακολουθούν. Η έρευνα βασίζεται σε πρωτογενή και δευτερογενή στοιχεία και περιλαμβάνει:

**α)** τα πρωτογενή δεδομένα και η επεξεργασία αυτών, προέρχονται από την ποιοτική έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε μέσω μη δομημένης συνέντευξης με τον Διευθυντή της ΕΑΣ κ. Π.Β. και

**β)** τα δευτερογενή στοιχεία, μας οδηγούν στην ανάλυση των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών, καθώς και των ευκαιριών και των απειλών, μέσω της ανάλυσης SWOT, η οποία τεκμηριώθηκε από εκτενείς βιβλιογραφικές αναφορές, πηγές και στατιστικά δεδομένα

Έτσι η εργασία ολοκληρώνεται με την ανάλυση SWOT, σχετικά με τις προοπτικές ανάπτυξης της ΕΑΣ ως οινικός τουριστικός προορισμός και με μια αδόμητη συνέντευξη που μας παραχώρησε ο Διευθυντής της κ. Π.Β.

# 1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο 1<sup>ο</sup> Κεφάλαιο κάνουμε μια σύντομη ανασκόπηση στο Νομό της Ζακύνθου και στην Παραγωγική και Οικονομική δραστηριότητα της. Ο αναγνώστης, επίσης, μπορεί να πάρει ορισμένες πληροφορίες σχετικές με τον Πρωτογενή, Δευτερογενή και Τριτογενή Τομέα του νησιού.

### 1.1. Ο Νομός της Ζακύνθου

Η νήσος Ζάκυνθος, είναι ένα από τα νησιά του Ιονίου πελάγους, τα Επτάνησα. Το όνομα που την έκανε γνωστή είναι το «*Τζάντε*» ή το «*Φιόρο του Λεβάντε*», που σημαίνει το «*Άνθος της Ανατολής*», κατά του Βενετσιάνους κατακτητές της.

Με πληθυσμό, βάσει της απογραφής 2011, να ανέρχεται στους 40.758 κατοίκους και με έκταση 406 km<sup>2</sup>, είναι το 11<sup>ο</sup> μεγαλύτερο Ελληνικό νησί. Το κλίμα της είναι μεσογειακό, ήπιο, με μεγάλη ηλιοφάνεια αλλά και με αρκετές βροχοπτώσεις κατά τους μήνες Νοέμβριο έως Ιανουάριο.

Η Ζάκυνθος είναι νησί με πλούσια βλάστηση και κυρίως αγροτική παραγωγή, η οποία στηρίζεται στην ελιά, στη σταφίδα, στα εσπεριδοειδή και στην ανθοκομία. Η οικονομία της επίσης στηρίζεται στον τουρισμό, μιας και έχει να επιδείξει σημαντική ιστορική και μουσική παράδοση, η οποία συνδυάζεται με τις φυσικές της ομορφιές, με τη φιλοξενία των κατοίκων της

και την πληθώρα ξενοδοχειακών μονάδων, μικρών ή μεγαλύτερων.  
(Χρυσάφης, 2000)

## **1.2. Η Παραγωγική & Οικονομική Δραστηριότητα της Ζακύνθου**

Εξ αιτίας των κλιματολογικών συνθηκών η Ζάκυνθος παράγει ποιοτικά προϊόντα. Η μεγαλύτερη παραγωγή της είναι το ελαιόλαδο, η σταφίδα, το κρασί, αλλά και ποικίλα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Ποσότητες προϊόντων καταναλώνονται από τους ντόπιους, ενώ τα πιστοποιημένα Ζακυνθινά τοπικά προϊόντα προωθούνται μέσω του τουρισμού, στο αεροδρόμιο και στα διάφορα τουριστικά μαγαζιά. Το προϊόν με την μεγαλύτερη εμπορική κίνηση είναι το κρασί, ενώ ακολουθεί το λάδι και τέλος η σταφίδα. Τα προϊόντα του νησιού διατίθενται στα σούπερ μάρκετ σε πολλές περιοχές της Ελλάδας, αλλά και του εξωτερικού. Στην Αγγλία και στην Ολλανδία<sup>1</sup> εξάγεται σταφίδα και λάδι στην Βρετανία<sup>2</sup>, τη Ρωσία και την Γαλλία.

<http://imerazante.gr/2012/10/11/54367>)<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Για το 2012, 20 τόνοι σταφίδας εξήχθησαν στην Ολλανδία

<sup>2</sup> Για το 2012, 700 τόνοι σταφίδας εξήχθησαν στην Βρετανία

<sup>3</sup> Ηλεκτρονικό περιοδικό, «Η ημέρα της Ζάκυνθος», ανακτήθηκε 21/11/14,  
<http://imerazante.gr/2012/10/11/54367>

### 1.2.1. Πρωτογενής Τομέας

Ο αγροτικός τομέας είναι η κυριότερη πηγή εισοδήματος, παρόλο που οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις έχουν μειωθεί περίπου κατά 20%, εξ αιτίας της ανάπτυξης του τουρισμού. Για κάθε γεωργική εκμετάλλευση αντιστοιχούν 17 στρέμματα, καλλιεργήσιμης γης. Η συμβολή του τομέα στην οικονομία του νησιού ανέρχεται περίπου στα 12%, με ετήσια παραγωγή περίπου 2 εκατομμύρια λίτρα κρασί, 150.000 λίτρα λευκό κρασί, 7.000 τόνους μαύρη Κορινθιακή σταφίδα και 10.000 τόνους ελαιόλαδο. Επίσης καλλιεργείται το Ζακυνθινό πεπόνι και το Ζακυνθινό νεροκρέμμοδο, προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες. Αύξηση παρατηρείται και στους αριθμούς των κυφελών του νησιού, παρ' όλη την μείωση των μελισσοκομικών επιχειρήσεων.

Επίσης σημαντικός είναι και ο γαλακτοκομικός παραγωγικός τομέας του νησιού. Το νησί παράγει λαδωτήρι, πρέτζα, φέτα, γραβιέρα και γιαούρτια, τα οποία και τα διανέμει σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα. Μέσω δε διαφημίσεων επικοινωνεί την τοπική γαλακτοκομική παραγωγή του. Αναπτύχθηκε δε και μια από τις πιο μεγαλόσωμες φυλές Ελληνικών προβάτων, γνωστό σαν το πρόβατο φυλής Ζακύνθου. Στη Ζάκυνθο σε κάθε 34 στρέμματα γης αντιστοιχεί μια ζωική κεφαλή. (<http://www.zakynthos.gov.gr>)<sup>4</sup> (<http://imerazante.gr/2012/10/11/54367>)<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Δήμος Ζακύνθου, <http://www.zakynthos.gov.gr/zakynthos-island/genika/paragwgiko-systema-oikonomika-stoixeia.html>, ανακτήθηκε 1/12/14

<sup>5</sup> Ηλεκτρονικό περιοδικό, «Η ημέρα της Ζάκυνθος», ανακτήθηκε 21/11/14, <http://imerazante.gr/2012/10/11/54367>



Παρατηρείται μια στροφή των κατοίκων προς τις αγροτικές δραστηριότητες, ως κύρια ασχολία ή παράλληλα και συμπληρωματικά με τον τουρισμό. (<http://ionianlanduses.wordpress.com/>)<sup>6</sup>

### 1.2.2. Δευτερογενής Τομέας

Εξ αιτίας των ρύπων, οι οποίοι προκαλούνται από τον Δευτερογενή Τομέα και λόγω του τουρισμού, αυτός δεν είναι συμμετέχει με σημαντικό ποσοστό την οικονομία του νησιού.

Δύο είναι οι ομάδες που αφορούν τον δευτερογενή τομέα:

- Οι μονάδες επεξεργασίας και μεταποίησης συσκευασίας των τοπικών προϊόντων, στις οποίες ανήκουν τα οινοποιεία, τα εργοστάσια σταφίδας, τα τυροκομεία, οι αλευρόμυλοι και τα σφαγεία.
- Οι μονάδες οι οποίες είναι σχετικές με την παραγωγή οικοδομικών υλικών και όλων των δραστηριοτήτων που αφορούν την οικοδομή. Σε αυτήν την ομάδα ανήκουν οι μονάδες παραγωγής έτοιμου σκυροδέματος και αμμοχάλικου, τα σημεία επεξεργασίας πέτρας και μαρμάρου, εκμετάλλευσης και

---

<sup>6</sup> Έρευνα «Επίδραση των Διαχρονικών Αλλαγών Χρήσεων Γης στο Τοπίο και στη Βιώσιμη Ανάπτυξη των Νησιών Ζακύνθου, Κεφαλονιάς και Λευκάδας», στο πλαίσιο του έργου «Ανάδειξη του Τεχνολογικού Ιδρύματος Ιονίων Νήσων ως Διεθνούς Πόλου Εκπαίδευσης και Καινοτομίας», <http://ionianlanduses.wordpress.com/>, ανακτήθηκε 1/12/14

αξιοποίησης ορυκτών, τα σιδηουργεία, τα ξυλουργεία, η παραγωγή τουριστικών ειδών κ.α.  
(<http://www.zakynthos.gov.gr/>)<sup>7</sup>

### 1.2.3. Τριτογενής Τομέας

Αυτός ο τομέας αφορά τον τομέα των υπηρεσιών<sup>8</sup>, ο οποίος συμβάλλει κατά 68% στην τοπική οικονομία. Σε αυτόν τον τομέα ανήκει και το εμπόριο, λιανικό κυρίως, αλλά και χονδρικό σε συνάρτηση με τις τουριστικές δραστηριότητες. Τα χρόνια της κρίσης, πλήττουν κυρίως το λιανικό εμπόριο.  
(<http://www.zakynthos.gov.gr/>)<sup>9</sup>

Τον πιο βασικό πυλώνα της οικονομίας αποτελεί ο τουρισμός, κυρίως των παράκτιων περιοχών. Πολλές φορές η τουριστική δραστηριότητα επικρατεί σε βάρος κάθε άλλης οικονομικής δραστηριότητας. Μεταξύ των ετών 1990-2000 στο νησί σημειώθηκε αύξηση ξενοδοχειακών μονάδων περίπου 400%, όπου το 90% περίπου δημιουργήθηκαν στον παραθαλάσσιο χώρο.

---

<sup>7</sup> Δήμος Ζακύνθου, <http://www.zakynthos.gov.gr/zakynthos-island/genika/paragwgiko-systima-oikonomika-stoixeia.html>, ανακτήθηκε 1/12/14

<sup>8</sup> Εξαιρούνται οι υπηρεσίες του Δημόσιου τομέα

<sup>9</sup> Δήμος Ζακύνθου, <http://www.zakynthos.gov.gr/zakynthos-island/genika/paragwgiko-systima-oikonomika-stoixeia.html>, ανακτήθηκε 1/12/14

## 2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο 2<sup>ο</sup> Κεφάλαιο θα γίνει αναφορά γενικά στον αμπελώνα της Ζακύνθου και στο μοναδικό κρασί της την Βερντέα, η οποία ανήκει στους *Οίνους Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης*. Ακολουθεί αναφορά στους δρόμους τους κρασιού της Ζακύνθου και το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την σύντομη παρουσίαση των οινοποιείων του νησιού.

### 2.1. Ο Αμπελώνας της Ζακύνθου

Στον αμπελώνα της Ζακύνθου, κυρίως θα βρούμε λευκές ποικιλίες σταφυλιών, από τα οποία παράγονται τα γνωστά, για την ποιότητά τους, Ζακυνθινά κρασιά. Η ποιότητα είναι συνάρτηση των εδαφικών και κλιματολογικών συνθηκών του νησιού, της πολύχρονης Ζακυνθινής παράδοσης και των σύγχρονων τεχνολογικών εγκαταστάσεων των οινοποιείων.

Το κλίμα του νησιού, διακρίνεται για την υψηλή υγρασία περίπου 70% και η μέση υψηλότερη θερμοκρασία ανά έτος είναι περίπου στους 23<sup>ο</sup> C, η μέση χαμηλότερη περίπου στους 19<sup>ο</sup> C, ενώ οι ημέρες της βροχόπτωσης είναι περίπου 105. Τα εδάφη της αποτελούνται κυρίως από ιζηματογενή πετρώματα και οι καλλιέργειες είναι ξερικές.

Χαρακτηριστικό είναι ότι σε ποίημα του 1601 απαριθμούνται 34 ποικιλίες Ζακυνθινών κρασιών.

Όμως όταν αναφερόμαστε στα Ζακυνθινά κρασιά, ως επί τω πλείστον εννοούμε το κρασί «Βερντέα», το οποίο παράγεται μόνο σε αυτόν τον τόπο και είναι το αποτέλεσμα των συνθηκών που προαναφέραμε. Αν και η βερντέα είναι τύπος κρασιού και όχι ποικιλία αμπέλου.

## 2.2. «Βερντέα» Ζακύνθου

Η βερντέα είναι παραδοσιακό οινικό προϊόν και παράγεται αποκλειστικά στη Ζάκυνθο, νησί που για αιώνες ήταν στην κατοχή των Βενετών. Το όνομα «βερντέα» προέρχεται από το ιταλικό «verde», το οποίο σημαίνει πράσινο, παραπέμποντας έτσι στο χρώμα των άγουρων σταφυλιών, τα οποία χρησιμοποιούνται για να αυξήσουν την οξύτητα του κρασιού. Κατά άλλους το όνομα προήλθε από την ιταλική έκφραση «vera dea», η οποία σημαίνει «αληθινή θεά», υπονοώντας έτσι ότι είναι το κρασί των θεών. Την βερντέα την πρωτοσυναντάμε αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα και από τότε είναι ταυτισμένη με την οινική παράδοση της Ζακύνθου.



## Εικόνα 1: η Βερντέα Ζακύνθου

Η ονομασία αυτή έχει τις ρίζες της από πολύ παλιά. Ο Τόμας Ντάλαμ, ο οποίος ήταν σε αποστολή από την βασίλισσα Ελισάβετ Α΄, κατά το 1599, αναφέρεται στο κρασί με το όνομα βερντέα. Και από τον αρχιδούκα Λουδοβίκο Σαλβατόρ<sup>10</sup>, διαβάζουμε σχετικά με τα Ζακυνθινά κρασιά και ιδιαίτερως την βερντέα.

Οι ποικιλίες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή της βερντέα, είναι λευκές και τις συναντούμε μόνο στη Ζάκυνθο. Είναι ένα πολυποικιλιακό κρασί, του οποίου το μείγμα δεν είναι απολύτως σταθερό. Συνήθως περιλαμβάνει ποικιλίες όπως το Σκιαδίπουλο, η Αρετή, το Ζακυνθινό Ασπρούδι, η Ρομπόλα, ο Παύλος, το Γουστολίδι<sup>11</sup> κ.α.. Παραδοσιακά ήταν ένα ξηρό κρασί, με υψηλούς βαθμούς και έντονη γεύση, εξ αιτίας της μακρόχρονης παραμονής της στα δρύινα βαρέλια, όπου και οξειδώνεται αποκτώντας *rancio* χαρακτήρα<sup>12</sup> και χρώμα κεχριμπαρένιο. Σήμερα το κρασί, διατηρεί μεν το παραδοσιακό του χαρακτηριστικό, αλλά έχει περισσότερα φρουτώδη αρώματα, πιο πικάντικη γεύση και μεγαλύτερη φρεσκάδα.

---

<sup>10</sup> 1847-1915

<sup>11</sup> Το ποσοστό συμμετοχής της ποικιλίας «γουστολίδι» αποτελεί το μυστικό της ποιότητας της βερντέα.

<sup>12</sup> Τύπου Sherry

## 2.3. ΠΓΕ Ζακύνθου

Μέχρι πρόσφατα η βερντέα ανήκε στους *Οίνους κατά Παράδοση*, όμως σήμερα και σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Νομοθεσία, ανήκει στους *Οίνους Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης*<sup>13</sup> – Π.Γ.Ε.. Βάσει του άρθρου 40 του κανονισμού<sup>14</sup>, η βερντέα μπορεί να χρησιμοποιεί την *Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη*, εφ' όσον τηρεί τις προϋποθέσεις της Ελληνικής και Ευρωπαϊκής Νομοθεσίας<sup>15</sup>. Έτσι από τα τέλη του 2010 παράγεται ΠΓΕ

---

<sup>13</sup> «Γεωγραφική Ένδειξη»: το όνομα μιας περιοχής, ενός συγκεκριμένου τόπου ή, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, μιας χώρας, το οποίο χρησιμοποιείται για την περιγραφή ενός γεωργικού προϊόντος ή ενός τροφίμου, που κατάγεται από την εν λόγω περιοχή, τον συγκεκριμένο τόπο ή την εν λόγω χώρα, του οποίου η συγκεκριμένη ποιότητα, η φήμη ή άλλα χαρακτηριστικά μπορούν να αποδοθούν στην εν λόγω γεωγραφική καταγωγή, του οποίου η παραγωγή ή και η μεταποίηση ή και η επεξεργασία πραγματοποιούνται στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή. (<http://www.agrocert.gr/pages/content.asp?cntID=26&catID=15>)

<sup>14</sup> Όλον τον κανονισμό, τις διατάξεις, τις υπουργικές αποφάσεις, την Ελληνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία κλπ, τα βρίσκουμε στο Παράρτημα Ν<sup>ο</sup>1.

<sup>15</sup> Τα προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π.) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε.) διέπονται από τον Κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Νοεμβρίου 2012 για τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και τροφίμων ο οποίος αντικατέστησε τον Κανονισμό (ΕΚ) 510/2006 του Συμβουλίου της 20ης Μαρτίου 2006. Ο έλεγχος και η πιστοποίηση των ΠΟΠ και ΠΓΕ, έχει ανατεθεί, σύμφωνα με την Κοινή Υπουργική Απόφαση 261611/22-03-2007 (ΦΕΚ 406B/22-03-2007) και την τροποποίηση αυτής, στον Οργανισμό Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (ΟΠΕΓΕΠ). (<http://www.agrocert.gr/pages/content.asp?cntID=26&catID=15>)

Ζάκυνθος στους αμπελώνες του νησιού.

([http://winesurveyor.weebly.com/oinoi\\_pge\\_topikoi.html](http://winesurveyor.weebly.com/oinoi_pge_topikoi.html))<sup>16</sup>

Οι τοποθεσίες της Ζακύνθου, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιούν την ονομασία κατά παράδοση ΠΓΕ, είναι: Αγρέπαυλη, Αμπέλι, Αμπελώνας, Αρχοντικό, Κάβα, Κάστρο, Κτήμα, Μετόχι, Μοναστήρι, Πύργος.

Πρέπει επίσης να παράγεται με βάση τη σύγχρονη τεχνολογία κατά την οποία παράγονται οι λευκοί οίνοι και η θερμοκρασία κατά τη διάρκεια της αλκοολικής ζύμωσης να μην υπερβαίνει τους 20°C. Η παραγωγή της βερντέα προέρχεται από τη συνοينوποίηση σταφυλιών ή τις αναμειξεις των οίνων της ποικιλίας «Σκιαδόπουλο», κατά 50% και άλλων λευκών ποικιλιών, οι οποίες προβλέπονται από τον Νόμο και οι οποίες αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ενότητα. Τα σταφύλια δε από τα οποία θα παραχθεί, πρέπει να βρίσκονται σε κατάλληλα διαμορφωμένα πρεμνά εδάφη. Ολόκληρη η Ζάκυνθος ορίζεται οριοθετημένη περιοχή, για την παραγωγή οίνων ΠΓΕ Βερντέα, με βάση την Υπουργική απόφαση αριθ. 397719/1.10.1992 (ΦΕΚ 623/Β/22.10.1992).

---

<sup>16</sup> [http://winesurveyor.weebly.com/oinoi\\_pge\\_topikoi.html](http://winesurveyor.weebly.com/oinoi_pge_topikoi.html), ανακτήθηκε 10/12/2014



**Εικόνα 2 , Τα Ζακυνθινά κρασιά**

## **2.4. Οι δρόμοι του κρασιού στη Ζάκυνθο**

Η Ζάκυνθος έχει μεγάλη αμπελουργική και οινική ιστορία. Οι δρόμοι του κρασιού στο νησί είναι ένας μικρός γύρος, στο κέντρο του, με αφετηρία τη χώρα της Ζακύνθου. Οι περιοχές που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους οινόφιλους είναι στην κοινότητα Αρτεμισίων και στην κοινότητα Αρκαδίων.

Φέτος, το 2014, τα αποτελέσματα της συγκομιδής στη Ζάκυνθο ήταν αρκετά ικανοποιητικά. Οι κλιματολογικές συνθήκες, κατά τη διάρκεια του έτους, ήσαν ομαλές. Το καλοκαίρι πέρασε χωρίς ιδιαίτερα υψηλές θερμοκρασίες και με λίγες βροχοπτώσεις και έτσι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των οίνων είναι πολύ καλά. Η παραγωγή αυξήθηκε κατά 20%, μιας και τα



κλήματα δεν υπέφεραν από ασθένειες και οι τιμές των σταφυλιών κινήθηκαν στα περυσινά επίπεδα.

(<http://www.agrocapital.gr/Category/Kalliergies/Article/12743/polyikanopoiitika-ta-apotelesmata-syggomidis-sti-zakyntho>)<sup>17</sup>

## 2.5. Τα Οινοποιεία της Ζακύνθου

Τα οινοποιεία στη Ζάκυνθο παράγουν εμφιαλωμένη Βερντέα και τελευταίως έχουν ξεκινήσει να εμφιαλώνουν και ερυθρό Αγουσιάτη. Ήδη από το 2009 τα οινοποιεία του νησιού συνεργάζονται μέσω του «δικτύου Οινοποιών Ζακύνθου» και στοχεύουν στην αύξηση της παραγωγής τους, στην προώθηση των προϊόντων τους και στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού. Τα οινοποιεία είναι:

- **ΕΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ:** βρίσκεται στην τοποθεσία Λυκούδι, στη ΝΑ έξοδο από τη χώρα της Ζακύνθου<sup>18</sup> (<http://www.zantecoopunion.com/>)<sup>19</sup>
- **ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΚΑΛΛΙΝΙΚΑΣ:** στο χωρίο Καλιπάδο Αρκαδίων, βρίσκεται το επισκέψιμο, παραδοσιακό – μουσείο οινοποιείο της οικογένειας Βούλτσου (<http://ecozante.com/gr/callinico-wines>)<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.agrocapital.gr/Category/Kalliergies/Article/12743/polyikanopoiitika-ta-apotelesmata-syggomidis-sti-zakyntho>, ανακτήθηκε 16/12/2014

<sup>18</sup> Για την ΕΑΣ θα αναφερθούμε εκτενώς στο επόμενο κεφάλαιο

<sup>19</sup> Ο ιστότοπος της ΕΑΣ, <http://www.zantecoopunion.com>, ανακτήθηκε 20/11/14

- **ΚΤΗΜΑ ΑΓΡΙΑ:** επισκέψιμο οινοποιείο, της οικογένειας Κομούτου, θεωρείται το παλαιότερο ελληνικό οινοποιείο, μιας και λειτουργεί από το 1638 και καλλιεργεί παραδοσιακά προϊόντα, παράγοντας κρασί και λάδι ([http://www.comoutos.gr/intro\\_gr.htm](http://www.comoutos.gr/intro_gr.htm))<sup>21</sup>
- **ΚΛΗΜΑ ΓΡΑΜΨΑ:** βρίσκεται στο ημιορεινό χωρίο Λαγώποδο Αρτεμισίων, είναι επισκέψιμο οινοποιείο, ενώ λειτουργεί και ξενώνας (<http://www.ktimagrampsa.gr/>)<sup>22</sup>
- **ΚΤΗΜΑ ΟΙΝΟΛΠΗ:** επισκέψιμο οινοποιείο, συνολικής έκτασης 170 στρεμμάτων, στην πεδιάδα του νησιού, στην Αγριά των Αρτεμισίων, όπου καλλιεργούνται όλες οι ποικιλίες της Ζακύνθου, παράγεται η μαύρη κορινθιακή σταφίδα, ενώ έχει και ελαιώνα 1000 δένδρων (<http://www.oenolpi.gr/gr-farm.php>)<sup>23</sup>
- **ΚΤΗΜΑ ΜΟΥΖΑΚΗ,** Άνω Γερακάρι Αλυκών
- **ΚΤΗΜΑ ΓΚΟΥΜΑ,** βιολογικές καλλιέργειες στη θέση Τριλάγκαδα, Μαριές Ελατίων

---

<sup>20</sup> Ο ιστότοπος του Οινοποιείου Καλλίγκα, <http://ecozante.com/gr/callinico-wines>, ανακτήθηκε 16/12/2014

<sup>21</sup> Ο ιστότοπος του Κτήματος «Αγριά» Κομούτου, [http://www.comoutos.gr/intro\\_gr.htm](http://www.comoutos.gr/intro_gr.htm), ανακτήθηκε 20/11/2014

<sup>22</sup> Ο ιστότοπος του Κλήμα Γράμψα, <http://www.ktimagrampsa.gr/>, ανακτήθηκε 20/11/2014

<sup>23</sup> Ο ιστότοπος του Κτήματος Οινόπλη, <http://www.oenolpi.gr/gr-farm.php>, ανακτήθηκε 20/11/2014

## 2.6. Στόχοι ανάπτυξης των οινοποιείων

Εάν λειτουργεί ήδη ένα οινοποιείο σαν παραγωγική μονάδα και θέλει να την ανοίξει και στο κοινό, να γίνει δηλαδή επισκέψιμο οινοποιείο, ώστε αυτό να αποτελέσει πηγή εσόδων, πρέπει να επενδύσει και προς αυτή την κατεύθυνση. Έτσι διαμορφώνονται και οι στόχοι σχετικά με το τι είδους οινοποιείο σκοπεύει ο κάθε αμπελουργός να δημιουργήσει:

Ας δούμε ποιοι είναι οι μάρκετινγκ στόχοι για την ένωση των δύο αυτών κόσμων, «καθότι το να προωθείς το προϊόν που ήδη παράγεις (κρασί), ακόμη και ντύνοντας το με παράπλευρες υπηρεσίες, είναι σαφώς οικονομικότερο από το να δημιουργήσεις ένα νέο προϊόν (επισκέψιμο)», (Σιών, 2008):

### ο **Η Επένδυση**

#### **A) Η Αρχιτεκτονική του χώρου (εσωτερική-εξωτερική)**

Η φυσιογνωμία των χώρων, η διαρρύθμισή τους και η αισθητική τους, πρέπει να συνάδουν με την ταυτότητα του οινοποιείου. Οι χώροι προβολών, οι υπηρεσίες, ακόμη και το ποια προϊόντα επιλέγονται καθορίζουν δυναμικά το αρχιτεκτόνημα. Χώροι σίτισης (τραπεζαρίες), χώροι προετοιμασίας φαγητού, μουσείο ή εκθεσιακός χώρος, χώροι φιλοξενίας κ.α., απαιτούν ιδιαίτερες απαιτήσεις εξοπλισμού και υλικοτεχνικής υποδομής.

#### **B) Η επιλογή και η Επικοινωνία των Παρεχόμενων Υπηρεσιών**

Επειδή ο ανταγωνισμός δεν είναι τα υπόλοιπα οινοποιεία της περιοχής, αλλά το σύνολο των τουριστικών επιλογών της ευρύτερης περιοχής, ωφέλιμη είναι μια έρευνα αγοράς και μια ολοκληρωμένη στρατηγική branding. Ανάλογα με τη γεωγραφική του θέση, τους στρατηγικούς στόχους, τις απαιτήσεις του

μάρκετινγκ και του εταιρικού του προφίλ, το κάθε οινοποιείο πρέπει όχι μόνο να εξυπηρετεί τις ανάγκες του, αλλά να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά του ως αυτόνομο προϊόν.

### **Γ) Το Ανθρώπινο Δυναμικό**

Το οινοποιείο που έχει στόχο να προσελκύσει επισκέπτες, οι οποίοι πληρώνουν για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, απαραίτητα εντάσσει στο ανθρώπινο δυναμικό του περισσότερες ειδικότητες επαγγελματιών. Πολύγλωσσοι ξεναγοί, άνθρωποι των δημοσίων σχέσεων, πωλητές εξειδικευμένους, brand managers, οιολόγους, είναι μόνο μερικές από τις διαφορετικής φυσιογνωμίας ειδικότητες.

### **Δ) Υποπροϊόντα**

Είναι τα διαφορετικά «πακέτα προϊόντων» που καλείται να δημιουργήσει το κάθε οινοποιείο, ώστε να διαφοροποιηθεί από τα άλλα, με στόχο την μεγαλύτερη προσέλκυση επισκεπτών. Συνεργασίες με επαγγελματίες του τουριστικού χώρου, αρχαιολογικοί χώροι, μέρη γενικού τουριστικού ενδιαφέροντος, γαστρονομικές επιλογές, παραδόσεις και λαογραφικά στοιχεία, περιοχές φυσικού κάλλους, πολιτιστικά δρώμενα και φυσικά η γεωγραφική θέση του οινοποιείου είναι συγκριτικά πλεονεκτήματα και αποτελούν αρωγούς στην συνεχή ροή των επισκεπτών.

#### **○ Η εξειδίκευση**

Το Επισκέψιμο Οινοποιείο, ανήκει στον χώρο του τουρισμού. Δεν είναι πια ο αμπελουργός μόνο οινοποιός ή οιολόγος. Απαιτούνται συνεργασίες με εξειδικευμένους γνώστες, εσωτερικούς ή εξωτερικούς, οι οποίοι γνωρίζουν τις

νέες τάσεις του τουρισμού, την παροχής υπηρεσίας, την ειδικευμένη επικοινωνία.

#### ○ **Η επικοινωνία**

Μια επιτυχημένη επικοινωνιακή καμπάνια, μικρή ή μεγάλη, άμεση ή έμμεση, είναι η βάση για την εδραίωση του Επισκέψιμου οινοποιείου και την προσέλκυση των επισκεπτών. Για την καλύτερη επικοινωνία θα πρέπει να ληφθεί υπόψη και ο παράγοντας των ιδιομορφιών των διαφόρων εθνικοτήτων που πιθανόν θα επισκεφθούν το οινοποιείο. Επικοινωνιακές γέφυρες με το κοινό μπορούν να αποτελέσουν οι εθιμοτυπικές αντιλήψεις, η κουλτούρα, αλλά και οι γαστρονομικές συνήθειες, πάντα σε επίπεδο σχέσης με το κρασί.

Οι επικοινωνιακοί στόχοι θα μπορούσαν να αφορούν:

#### **A) Εταιρική Ταυτότητα**

Για την καθιέρωση και εδραίωση μιας εταιρικής ταυτότητας στη συνείδηση των καταναλωτών πρωταρχικό ρόλο παίζει η συστηματική απεικόνισή της. Οι δραστηριότητες του εκάστοτε οινοποιείου απαραίτητα πρέπει να συνάδουν με την ταυτότητα και την προσωπικότητά του. Από τα λογότυπα μέχρι τη διακόσμηση των χώρων και από την εμφάνιση των στελεχών μέχρι την επιλογή των παρεχόμενων υπηρεσιών, όλα πρέπει να έχουν ένα κοινό στόχο και μια κοινή προσωπικότητα, ξεκάθαρη και όχι πολυδιάστατη.

#### **B) Προβολή Ετικετών-Κρασιών**

Το κυριότερο κομμάτι προς προβολή. Η αρχή και το τέλος κάθε προσπάθειας.

Με στόχο τον επισκέπτη-τουρίστα. Το προφίλ του κάθε επισκέπτη δε απαιτεί

και μια διαφορετική αντιμετώπιση. Η εποχή της χωρίς έμπνευση ξενάγησης έχει παρέλθει ανεπιστρεπτή. Στόχος επίσης είναι η κατάλληλη επιλογή παρουσίασης κρασιών, έτσι ώστε ο επισκέπτης να μπορεί να έχει μια πλήρη εικόνα του εύρους, ταυτόχρονα να μην κουραστεί από την πληθώρα των επιλογών και η μνήμη του να μπορεί εύκολα να ανακαλεί αυτό που δοκίμασε.

### Γ) Διαφοροποίηση

Σε μια εποχή όπου επικρατεί η μαζικοποίηση, η ανάγκη για διαφοροποίηση είναι επιβεβλημένη. Αυτό το κάτι διαφορετικό είναι που θα προσελκύσει πιο εύκολα τον επισκέπτη-τουρίστα και θα έχει ως αποτέλεσμα τη αύξηση των εσόδων του οινοποιείου.

## **2.7. Το προφίλ των οινοποιείων**

Η επισκεψιμότητα ενός οινοτουριστικού προορισμού επηρεάζεται κυρίως από τα χαρακτηριστικά του «οινοτοπίου». Τα οινοποιεία χαρακτηρίζονται από τρία κύρια συστατικά: τους αμπελώνες, την διαδικασία και τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την παραγωγή του κρασιού και τα οινοποιεία, τα σημεία δηλαδή όπου το κρασί παράγεται και αποθηκεύεται. (Σιγάλα, 2009:23)

Τα οινοποιεία, τα οποία θέλουν να ενταχθούν στους Δρόμους του Κρασιού, έχουν συγκεκριμένο πρόγραμμα επισκέψεων και δέχονται επισκέπτες έπειτα από προγραμματισμό. Οι παροχές τους περιορίζονται στην ξενάγηση και την γευσιγνωσία και συνήθως διαθέτουν οργανωμένο

εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Ελάχιστα είναι τα οινοποιεία που διαθέτουν καταλύματα-χώροι διανυκτέρευσης. Όσον αφορά τους επισκέπτες, από την ανάλυση των ερευνών που έχουν διεξαχθεί, προκύπτει ότι στην πλειοψηφία τους είναι ώριμα ηλικιακά άτομα, παντρεμένοι και με ανώτερο κοινωνικοοικονομικό επίπεδο. (Ντασοπούλου, 2011)

## **2.8. Το προφίλ και τα κίνητρα των επισκεπτών**

Στον οινοτουρισμό βασικός άξονας είναι η επίσκεψη των τουριστών στα οινοποιεία. Οι επισκέψεις αυτές κρύβουν πολλά πλεονεκτήματα τόσο για τους παραγωγούς, την τοπική κοινωνία, αλλά και τους επισκέπτες.

Η επίσκεψη σ ένα οινοποιείο και γενικά σε έναν αμπελότοπο, είναι μια απόδραση από τη ρουτίνα της καθημερινότητας και βοηθάει στη χαλάρωση και την ηρεμία, απολαμβάνοντας ένα ποτήρι κρασί.

Ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να δει από κοντά πως λειτουργεί ένα οινοποιείο και του δίδεται η δυνατότητα μέσω σεμιναρίων να κατανοήσει όλη τη διαδικασία παραγωγής οίνου.

Έχει την ευκαιρία να δοκιμάσει κρασί μέσα από τη διαδικασία της γευσιγνωσίας, που πραγματοποιείται στα οινοποιεία και να γνωρίσει από κοντά αυτούς που το φτιάχνουν. Και τέλος μπορεί να αγοράσει απευθείας κρασιά που δεν μπορεί να τα βρει αλλού και σε οικονομικότερες τιμές.

Βάσει των ερευνών οι οινόφιλοι κατατάσσονται σε τέσσερις κατηγορίες:

- οι «οινόφιλοι» με υψηλό επίπεδο μόρφωσης και εισοδήματος, οι οποίοι ενδιαφέρονται να ενημερωθούν για το κρασί
- οι «νεοφώτιστοι», οι οποίοι είναι συνήθως φοιτητές ή νέοι άνθρωποι, περιορισμένου εισοδήματος, αλλά με ενδιαφέρον για την οινοποιία
- οι «περιστασιακοί επισκέπτες», με βασικό κίνητρο τη γαστρονομία της περιοχής και
- οι «τουρίστες», οι οποίοι αντιμετωπίζουν τους αμπελώνες και τα οινοποιεία ως τουριστικά αξιοθέατα της περιοχής επίσκεψής τους

Από αυτές τις κατηγορίες και μόνο, αντιλαμβανόμαστε ότι τα κίνητρα των επισκεπτών ποικίλλουν και διαφοροποιούνται αναλόγως. (Τερζούδη, 2009)

Το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών των οινοποιείων επιθυμούν την εκπαίδευσή τους, σχετικά με το κρασί και την παραγωγή του. Οι επισκέπτες αυτοί έχουν καθιερωθεί να ονομάζονται “wine lovers” (εραστές του οίνου). (Σιγάλα, 2009:23)

Οι περισσότεροι ορισμοί του οινοτουρισμού παρατηρούμε ότι συνδέονται με τα κίνητρα και τις εμπειρίες των τουριστών. Υπάρχουν τρεις τουλάχιστον οπτικές για το συγκεκριμένο θέμα. Των οινοπαραγωγών, των τουριστικών πρακτόρων και των επισκεπτών-τουριστών.



Συνεπώς ο οινoturισμός αποτελεί, ταυτόχρονα, μια μορφή συμπεριφοράς του καταναλωτή-τουρίστα, μια στρατηγική με την οποία οι τουριστικοί προορισμοί αναπτύσσουν και εμπορεύονται σχετικά με τον οίνο αξιοθέατα και τέλος μια ευκαιρία μάρκετινγκ για τα οινοποιεία, τα οποία εκπαιδεύουν τους καταναλωτές, με στόχο την απευθείας πώληση του προϊόντος τους. (Σιγάλα, 2009:5)

Ο Johnson (1998) δεν είναι σύμφωνος με αυτόν τον ορισμό, καθώς υποστηρίζει ότι όλοι οι επισκέπτες δεν έχουν κίνητρα τα οποία συνδέονται με το κρασί, αντιθέτως διαφέρουν σημαντικά ως προς τα ενδιαφέροντα τους και τις γνώσεις του σχετικά με το κρασί. Η άποψη αυτή πιθανών να είναι σωστή, διότι στα πλαίσια του αγροτουρισμού, ένας τουρίστας μπορεί να βιώσει την εμπειρία παρασκευής του οίνου, χωρίς απαραίτητα να το καταναλώσει, υποκινούμενος απλά για την ανάγκη της συγκεκριμένης εμπειρίας. (Hall & Mitchell, 2000:308-309)

Εν κατακλείδι οι σύγχρονοι επισκέπτες είναι αναζητητές εμπειρίας οι οποίοι επιθυμούν να γνωρίσουν κάτι καινούργιο, να λάβουν μέρος στο πολιτιστικό γίνεσθαι και στον τοπικό τρόπο ζωής, χαρούμενοι για τα προσωπικά τους βιώματα, τα οποία μπορούν να τα διηγηθούν στους οικείους τους. Είναι κοινωνικοί, απολαμβάνουν την τοπική γνώση και τους αρέσει η παράδοση, αλλά και η διαδραστικότητα με τους ντόπιους. Αγαπούν την περιπέτεια και ταξιδεύουν προκαλώντας τον εαυτό τους συναισθηματικά και πνευματικά, ενώ συλλέγουν εμπειρίες που προσφέρουν τη διαφορετικότητα. (Καλδής, Πατσιαβούρα, 2006)

## 2.9. Οι έρευνες για το προφίλ των επισκεπτών

Σύμφωνα με τους Macionis και Cabourne, κατά τη διάρκεια έρευνας που ολοκληρώθηκε το 1998, η πλειοψηφία των επισκεπτών στα οινοποιεία είναι μεταξύ 30-50 ετών, υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, κινούνται περισσότερο στο εσωτερικό της χώρας τους, είναι τακτικοί καταναλωτές κρασιού, με μέτρια έως καλή γνώση για το προϊόν και ταξιδεύουν συνήθως σε ομάδες, παρά ατομικά. Η συγκεκριμένη έρευνα διεξήχθη στην Αυστραλία και στην Ασία, όμως και άλλες παρόμοιες πιο σύγχρονες έρευνες εμφανίζουν πανομοιότυπα αποτελέσματα.

Στην Ελλάδα αντίστοιχες έρευνες σχετικά με το προφίλ των επισκεπτών, τα κίνητρα τους και τα Επισκέψιμα οινοποιεία παρουσιάζουν επίσης παρόμοια αποτελέσματα.

Σύμφωνα με την έρευνα του συνδέσμου «Ελληνίδες του Κρασιού», στην βόρεια, την κεντρική και την νότια Ελλάδα, ο οινικός τουρισμός προσελκύει Έλληνες επισκέπτες σε ποσοστό 70%, ενώ στις νησιωτικές περιοχές το ποσοστό των αλλοδαπών επισκεπτών είναι το μεγαλύτερο.

Βάσει μιας άλλης έρευνας της Γεωπονικής Σχολής του ΑΠΘ, μεταξύ των επισκεπτών των οινοποιείων της Μακεδονίας, ο οινικός τουρισμός αναλύεται, σε μονοήμερες εκδρομές (77,4%), σε παρέες φίλων (29,3%) και σε οργανωμένες εκδρομές (25,6%).

Σε έρευνα με ερωτηματολόγια, της Αλεμπάκη, σε δείγμα 133 επισκεπτών, οι επισκέπτες των οινοποιείων της Μακεδονίας είναι ηλικίας 18

έως 45 ετών (72,2%), μόνιμοι κάτοικοι μεγάλων αστικών κέντρων, υψηλού μορφωτικού επιπέδου, υψηλού και μέσου μηνιαίου εισοδήματος (73,6%).

Όσον αφορά τα κίνητρα των επισκεπτών αυτά αφορούν κατ' αρχήν την ύπαρξη οινοποιείου στην περιοχή της επιλογής τους (94,7%) και η πλήρης ενημέρωση-ξενάγηση για τον τρόπο και τα στάδια παραγωγής του (73,6%). Το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών (92,5%) δίνει ιδιαίτερη σημασία στην φιλοξενία, καθώς επίσης και στην ποικιλία των δράσεων (86,5%).

Με βάση την έρευνα της Ντασοπούλου (2011), σε οινοποιεία της Μαντινείας, το σημαντικότερο κίνητρο είναι η εικόνα της περιοχής, το τοπίο, ενώ το κρασί έπεται ως κίνητρο. Οι υποδομές πρόσβασης και το πόσο κοντά είναι το οινοποιείο στον τόπο μόνιμης κατοικίας αποτελούν επίσης σημαντικό κίνητρο, ενώ χαρακτηριστικά που αφορούν το οινοποιείο, όπως το τοπίο, οι αμπελώνες και η αρχιτεκτονική του οινοποιείου αναδείχθηκε μικρότερης σημασίας κατηγορία κινήτρων. Τέλος για κάποιους η επίσκεψη υποκινήθηκε από τυχαία κίνητρα. Η αξιολόγηση των κινήτρων δείχνει ότι το κρασί και οι υπηρεσίες και γνώσεις με τις οποίες συνδέεται δεν αποτέλεσαν τα κυριότερα κίνητρα και επομένως η έννοια του οινοτουρισμού δεν φαίνεται να είναι εμπεδωμένη σε μεγάλο μέρος των επισκεπτών. Παρόμοια συμπεράσματα προέκυψαν και από την τμηματοποίηση των επισκεπτών σε ομάδες.

Η πιο πρόσφατη έρευνα, έλαβε χώρα το 2013, μέσω 300 ερωτηματολογίων σε οκτώ μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες στις βασικές

τουριστικές περιοχές της Ρόδου<sup>24</sup>. Η έρευνα έγινε αναφορικά με το ενδιαφέρον του τουριστικού κοινού για τον οικότουρισμό.

Το 57,6% των ερωτηθέντων, ηλικίας άνω των 50 ετών και εισοδήματος άνω των 50.000€, διατίθενται να ακολουθήσουν τους Δρόμους του Κρασιού και να δαπανήσουν χρήματα, καθώς επίσης και το 35%, ηλικίας 18-30 ετών και εισοδήματος κάτω των 20.000€. Επίσης και το 55,9% των γυναικών, ανεξαρτήτου εισοδήματος και ηλικίας, διατίθενται να ακολουθήσουν τις οινικές διαδρομές, ενώ το ποσοστό μεγαλώνει στα 72,3%, για τις γυναίκες άνω των 40 ετών. Με ποσοστό 63,4% οι ερωτηθέντες με εκπαιδευτικό επίπεδο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, είναι διατεθειμένοι και τέλος το 91.7% όλων των ερωτηθέντων, είτε ενδιαφέρονται να ακολουθήσουν τους Δρόμους του Κρασιού είτε όχι, απαντήσανε ότι η βασική εμπειρία που θέλουν να έχουν κατά την περιήγησή τους σε ένα οινοποιείο, είναι η δοκιμή των παραγόμενων κρασιών.

---

<sup>24</sup> Πόλη Ρόδου, Ιξιά, Λίνδος, Νότια Ρόδος, Φαληράκι

## 3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Κεφάλαιο 3 ασχολείται με την γνωριμία του αναγνώστη με την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ζακύνθου. Δίδονται πληροφορίες για την ίδρυση της Ένωσης και τις δραστηριότητές της γενικά.

#### 3.1. Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ζακύνθου

Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ζακύνθου, στο εξής ΕΑΣ, ιδρύθηκε το 1920. Μέλη της είναι 56 πρωτοβάθμιοι συνεταιριστικοί οργανισμοί, στους οποίους είναι εγγεγραμμένοι 6.800 ενεργά, φυσικά πρόσωπα-αγρότες.



Εικόνα 3: το λογότυπο της ΕΑΣ, πηγή: <http://www.zantecoopunion.com>

<sup>25</sup> Ο ιστότοπος της ΕΑΣ, <http://www.zantecoopunion.com>, ανακτήθηκε 20/11/14

Μελετώντας την ιστορία της ΕΑΣ Ζακύνθου παρατηρούμε το σημαντικό ρόλο που έχει παίξει σχετικά με την βελτίωση της κοινωνικοοικονομικής σχέσης των μελών της. Είναι εδώ και πολλά χρόνια ο φορέας εκείνος που βοηθά την επαγγελματική ανάπτυξη του λαού της Ζακύνθου.

Τα προγράμματα τα οποία αφορούν τους ελαιοπαραγωγούς της ΕΑΣ είναι στρατηγικής σημασίας. Η συμβολή της Ένωσης είναι καθοριστική, μέσα από προγράμματα ενίσχυσης της ποιότητας, μέσα από κατευθύνσεις που δίδονται για την προσαρμογή στις σύγχρονες απαιτήσεις και την παράλληλη προστασία του περιβάλλοντος.

Σήμερα η ΕΑΣ συγκεντρώνει, τυποποιεί και εμπορεύεται τα κυριότερα αγροτικά προϊόντα του νησιού, όπως το ελαιόλαδο, την σταφίδα, τη σταφίδα με σοκολάτα και το κρασί. Για αυτές τις δραστηριότητες διαθέτει δικό της εργοστάσιο επεξεργασίας σταφίδας, τυποποιητήριο για το ελαιόλαδο και οινοποιείο. Στις δραστηριότητες της είναι και η εμπορία γεωργικών εργαλείων και γενικά εφοδίων, φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων κ.α.. Ασχολείται επίσης με την παροχή υπηρεσιών σχετικά με τις επιδοτήσεις και την επιστροφή του ΦΠΑ.

Η ακίνητη περιουσία της ΕΑΣ είναι σεβαστή και τελευταίως γίνονται προσπάθειες για να αξιοποιηθεί όσο το δυνατόν καλύτερα. (<http://www.rizaelliniki.gr/pages/vendors/DIA/3790/#products>)<sup>26</sup>

Ο πρόεδρος της ΕΑΣ, στις 11 Δεκεμβρίου 2014, δηλώνει ότι τα μηνύματα που δέχονται σχετικά με την εξαγωγική προοπτική είναι πολύ αισιόδοξα. Η ζήτηση για το Ζακυνθινό κρασί επικεντρώνεται κυρίως στην Κίνα, στην Ευρώπη και στη Ρωσία, με αιχμές του δόρατος τη Γερμανία και το Βέλγιο. Η αυξανόμενη ζήτηση συνεχίζεται στην Ελληνική αγορά και τα προϊόντα της ΕΑΣ κερδίζουν έδαφος. Από τη νομαρχία της Ζακύνθου ζητείται να είναι σύμμαχος και αρωγός των προσπάθειών για την προώθηση των αγροτικών προϊόντων και ειδικά των κρασιών και του οινοτουρισμού κατ' επέκταση, ενώ ήδη από 2009 δραστηριοποιείται και «το δίκτυο των οينوπαραγωγών». (<http://www.paseges.gr/el/news/Symmahia-EAS-Zakynthoy-Nomarhias-gia-thn-prowthsh-twn-topikwn-agrotikwn-proiontwn>)<sup>27</sup>

## 3.2. Οι εγκαταστάσεις της ΕΑΣ

Τα κεντρικά γραφεία της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών βρίσκονται στα περίχωρα της χώρας της Ζακύνθου, στο Λυκούδι, από το 2006. Το

<sup>26</sup> Portal «Ρίζα Ελληνική», ανακτήθηκε 1/12/14, <http://www.rizaelliniki.gr/pages/vendors/DIA/3790/#products>

<sup>27</sup> Ο ιστότοπος της Πανελλήνιας Συνομοσπονδίας Ενώσεων Αγροτικών Συνεταιρισμών ΠΑΣΕΓΕΣ, <http://www.paseges.gr/el/news/Taxidi-se-olo-ton-kosmo-gia-to-synetairistiko-krasi-apo-th-Zakyntho>, ανακτήθηκε 2/12/2014

οικόπεδο των 10.000 μ<sup>2</sup>, ανήκει στην Ένωση και αγοράστηκε από την Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος.

Το σύνολο του κτίσματος έχει συνολικό εμβαδόν 3000 μ<sup>2</sup> και ενοικιάζεται σε επιχειρήσεις και οργανισμούς, δημόσιους και ιδιωτικούς. Στο κεντρικό κτίριο, 380 μ<sup>2</sup>, στεγάζονται γραφεία εξυπηρέτησης, γραφεία των στελεχών Διοίκησης, αίθουσα ΔΣ και η αίθουσα αρχείου. Ο χώρος των 7.000 μ<sup>2</sup>, που σήμερα χρησιμοποιείται ως παρκινγκ, προορίζεται να γίνει ένα κέντρο υπηρεσιών.

### **3.2.1. Το Τυποποιητήριο Ελαιόλαδου**

Το Τυποποιητήριο Ελαιόλαδου συγκεντρώνει και τυποποιεί σημαντικό μέρος της παραγωγής ελαιόλαδου του νησιού. Το σύνολο χωρητικότητας των δεξαμενών του τυποποιητηρίου ανέρχεται στους 3.410 τόνους.

2 τόνοι ελαιόλαδα καθημερινά τυποποιείται στη γραμμή παραγωγής. Οι συσκευασίες του ελαιόλαδου είναι μπουκάλια των 250, 500 και 750 ml, πλαστικά μπουκάλια του 1L και μεταλλικά δοχεία των 5L.

### **3.2.2. Το Οινοποιείο της ΕΑΣ**

Οι δεξαμενές του οινοποιείου της ΕΑΣ είναι χωρητικότητας 20.000 εκατόλιτρων, ενώ το εμφιαλωτήριο της είναι δυναμικότητας 10.000 φιαλών, καθημερινά.



Οι εγκαταστάσεις του οινοποιείου και του τυποποιητηρίου εκσυγχρονίστηκαν το 2007, βάσει των σύγχρονων προδιαγραφών.



**Εικόνα 4: το τυποποιητήριο της ΕΑΣ Ζακύνθου**

### **3.2.3. Το Σταφιδοεργοστάσιο της ΕΑΣ**

Στο σταφιδοεργοστάσιο της ΕΑΣ επεξεργάζονται καθημερινά 16.250 κιλά σταφίδες, μικρές και μεσαίες.

Τα προϊόντα στέλνονται στους πελάτες σε χαρτοκιβώτια των 13 και των 15 κιλών.

### **3.2.4. Το κατάστημα της ΕΑΣ**

Στο κατάστημά της η ΕΑΣ εμπορεύεται γεωργικά μηχανήματα και εργαλεία, ζωοτροφές, λιπάσματα, φυτοφάρμακα και ανταλλακτικά.

Επίσης λειτουργεί συνεργείο για τις επισκευές των γεωργικών μηχανημάτων, ενώ οι τιμές είναι ανταγωνιστικές σε όλη την τοπική αγορά, με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των ντόπιων παραγωγών.

### 3.3. Ολοκληρωμένη διαχείριση

Η ΕΑΣ Ζακύνθου προτρέπει και ενισχύει τα μέλη της για την εφαρμογή μιας Ολοκληρωμένης Διαχείρισης. Η ΟΔ στοχεύει στην παραγωγή υψηλής ποιότητας γεωργικών προϊόντων, με τη χρήση των ορθότερων και καταλληλότερων μεθόδων, αλλά και εισροών. Έτσι εξασφαλίζεται και οικονομικό όφελος για τον παραγωγό, αλλά και μειώνεται η επιβάρυνση στο περιβάλλον και στην υγεία μας.

Η Ολοκληρωμένη Διαχείριση είναι ένας εύκολος και απλός τρόπος διαχείρισης, ο οποίος βασίζεται:

- Σε μια μόνιμη συνεργασία με τον γεωπόνο
- Στην ορθότερη χρήση των απαιτούμενων εισροών (νερό-λιπάσματα-προϊόντα φυτοπροστασίας κλπ)
- Παρακολούθηση – καταγραφή και έλεγχος όλων των φάσεων της παραγωγής
- Στην τήρηση όσων προβλέπει ο νόμος

Έτσι εξασφαλίζεται, για τους παραγωγούς, ο πλήρης έλεγχος της καλλιέργειας, σε όλες τις φάσεις της παραγωγής της. Η παραγωγή είναι υψηλής ποιότητας. Έτσι το προϊόν μπορεί να αποκτήσει ταυτότητα και να διαφοροποιηθεί από τα υπόλοιπα μη πιστοποιημένα προϊόντα της συμβατικής

γεωργίας. Αποκτά προστιθέμενη αξία, γίνεται ανταγωνιστικό και αυξάνεται το κύρος της παραγωγής-παραγωγού. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών ενδυναμώνεται, όσο ο παραγωγός ακολουθεί τους κανόνες της Ορθής Γεωργικής Πρακτικής και συμμορφώνεται στις σύγχρονες νομικές απαιτήσεις. Το περιβάλλον προστατεύεται εξ αιτίας της συνετούς χρήσης φυτοφαρμάκων, καθώς και η υγεία του ίδιου και των καταναλωτών. Το οικονομικό όφελος για τον παραγωγό είναι άμεσο και σημαντικό, μιας και το κόστος των εισροών του είναι αρκετά μειωμένο. Η παραγωγή αυξάνει, λόγω αυξημένης ζήτησης, εξ αιτίας της καλής ποιότητας και των καλύτερων τιμών πώλησης των προϊόντων. Η επιχειρηματικότητα ενισχύεται, όπως και η ανταγωνιστικότητα των γεωργικών εκμεταλλεύσεων.

### **3.4. Οικονομικά στοιχεία**

Με βάση του ισολογισμούς των ετών 2010, 2011 και 2012, έχουμε να παρατηρήσουμε σε γενικές γραμμές ότι η εικόνα της ΕΑΣ δεν είναι ιδιαίτερα καλή, παρά το γεγονός ότι το έτος 2011 διαφαίνεται μια ισχνή άνοδος στα αποτελέσματα εκμετάλλευσης, που όμως δεν είναι που όμως δεν είναι ικανή να αναχαιτίσει την καθοδική τάση. Συγκεκριμένα τα κέρδη την περίοδο 2011-13 μειώθηκαν από 83.000 σε 45.000, δηλ. κατά 46%.

Συνολικά παρατηρείται ότι οι υποχρεώσεις είναι μεγαλύτερες από τις απαιτήσεις, αλλά και τίποτα δεν διασφαλίζει ότι οι απαιτήσεις θα εισπραχθούν. Οι λογαριασμοί Τάξεως Χρεωστικών και οι λογαριασμοί Τάξεως Πιστωτικοί δεν μπορούν να μας δώσουν ικανά στοιχεία για την εξαγωγή

συμπερασμάτων, μιας και σε αυτούς τους λογαριασμούς δεν γνωρίζουμε η ΕΑΣ τι έχει συμπεριλάβει.

Η ΕΑΣ μπορεί να διαθέτει πολλά περιουσιακά στοιχεία, πλην όμως οι τιμές αποκτήσεων δεν έχουν καμία σχέση με την σημερινή πραγματικότητα, που σημαίνει ότι και να θελήσει να πουλήσει μέρος περιουσιακών στοιχείων δεν θα μπορέσει να λάβει τις τιμές του παρελθόντος, μιας και οι αξίες των ακινήτων σήμερα έχουν εκμηδενιστεί και όλες οι αξίες έχουν μεταβληθεί.

Με την σημερινή ζημιογόνα της εικόνα η ΕΑΣ δεν μπορεί να λάβει χρηματοδότηση και πιθανόν να έχει πρόβλημα και στην πίστωση για τις αγορές των πρώτων υλών της.

Για να μπορέσει να επανακάμψει η ΕΑΣ θα πρέπει να:

- Βρει άμεσα νέους βιώσιμους πελάτες
- Να προσπαθήσει να λάβει προκαταβολές από τους πελάτες της
- Να αλλάξει την πιστωτική της πολιτική
- Να τονώσει τις εξαγωγές της
- Να κάνει το προϊόν της πιο ελκυστικό με πιθανή αλλαγή συσκευασίας
- Να διαφημίσει τα προϊόντα της
- Να ρευστοποιήσει περιουσιακά της στοιχεία

Οι ισολογισμοί δεν είναι εύκολο να αποδοθούν ευκρινώς στην ηλεκτρονική μορφή. Παρ' όλα αυτά ακολουθούν οι ισολογισμοί των ετών 2010, 2011, 2012 και 2013, ενώ επισυνάπτονται στην έντυπη παράδοση της εργασίας.

# Ισολογισμός 2010

## ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΖΑΚΥΝΘΟΥ (ΕΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ) ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2010 1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2010 (ΓΟΣΑ ΙΣΕ ΕΥΡΩ)

ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ	Ποσά εκτιμώμενα εκθέσεις 2010			Ποσά πιστοποιημένα εκθέσεις 2009			Ποσά εκτιμώμενα εκθέσεις 2010	Ποσά πιστοποιημένα εκθέσεις 2009
	Αξία επίσημη	Αποθεσία	ήδη	Αξία επίσημη	Αποθεσία	ήδη		
<b>Α. ΕΙΣΑΓ. ΕΚΔΑΤΑΓΜΑΤΩΣ</b>	110.876,18	79.930,31	31.064,05	64.878,16	68.403,39	26.422,45		
<b>Β. ΒΑΣ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ</b>								
1. Γραμμάτια	1.306.798,28	0,00	1.306.798,28	1.306.798,28	0,00	1.306.798,28		
2. Αρμόδια προμήθ. τόπου	3.863.917,71	1.123.833,50	1.123.833,50	2.739.874,48	2.739.874,48	1.169.390,28		
3. Μεταφορικά - τρένο/καταστάσεις	1.203.442,28	771.306,53	422.073,83	1.016.437,78	674.374,21	326.023,19		
4. Μεταφορικά μέσο	193.293,25	147.788,28	47.494,97	182.789,89	143.209,79	64.729,85		
5. Συναμμία μετρητών/επιταγών	1.212.739,87	1.161.068,62	26.209,26	1.204.414,86	1.162.101,83	42.309,79		
6. Λογιστηριακά επί ακινήτων και περιουσιακών στοιχεία/επιταγών (Γ/Τ)	713.424,07	713.424,07	0,00	633.277,83	633.277,83	0,00		
7. Αποθετήματα	8.027.047,02	4.426.242,11	3.684.924,88	6.126.301,20	4.626.114,08	3.710.253,24		
8. Διαφορές επί άλλων μονομερών/επιταγών								
9. Διαφορές επί μετρητών/επιταγών	742.748,89			25.206,89				
10. Διαφορές επί μετρητών/επιταγών	26.000,78			41.008,69				
11. Διαφορές μετρητών/επιταγών	13.440,37			5.066,17				
12. Διαφορές μετρητών/επιταγών	782.000,22			72.000,22				
13. Διαφορές μετρητών/επιταγών (Γ/Τ)	4.443.442,20			3.102.145,19				
<b>Γ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ</b>								
1. Αποθετήματα	202.203,14			261.749,69				
2. Προμήθ. τόπου/επιταγών	28.705,13			6.627,19				
3. Διαφορές μετρητών/επιταγών	421.688,18			417.688,27				
4. Διαφορές μετρητών/επιταγών	892.833,45			887.833,20				
<b>Δ. ΑΝΑΦΟΡΕΣ</b>								
1. Πιστώσεις	726.378,84			664.237,89				
2. Διαφορές μετρητών/επιταγών	29.832,42			11.263,29				
3. Διαφορές μετρητών/επιταγών	733,68			733,68				
4. Διαφορές μετρητών/επιταγών	106.886,64			132.862,85				
5. Διαφορές μετρητών/επιταγών	62.586,69			66.719,28				
6. Διαφορές μετρητών/επιταγών	60.333,87			60.333,87				
7. Διαφορές μετρητών/επιταγών	42.970,87			3.269,69				
8. Διαφορές μετρητών/επιταγών	18.102,84			18.102,84				
9. Διαφορές μετρητών/επιταγών	348.364,13			319.297,13				
<b>Ε. ΔΙΑΦΟΡΕΣ</b>								
1. Διαφορές μετρητών/επιταγών	6.891,34			6.891,34				
2. Διαφορές μετρητών/επιταγών	66.515,38			66.515,38				
3. Διαφορές μετρητών/επιταγών	66.210,07			66.210,07				
4. Διαφορές μετρητών/επιταγών	1.445.210,24			1.445.210,24				
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b>	2.844,19			63,26				
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ (Β/Γ/Δ/Ε)</b>	<b>7.864.923,83</b>			<b>7.566.603,03</b>				
<b>ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ</b>								
1. Διαφορές μετρητών/επιταγών	29.802,13			29.802,13				
2. Διαφορές μετρητών/επιταγών	277.411,25			150.873,28				
3. Διαφορές μετρητών/επιταγών	6.530,26			6.530,26				
4. Διαφορές μετρητών/επιταγών	306.388,86			306.388,86				
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ</b>	600.012,50			593,65				
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>8.464.936,33</b>			<b>8.160.206,68</b>				

Επισημάνσεις: 1. Δεν υπάρχουν διατάξεις σχετικά με τον έλεγχο των ενοτήτων της Ε.Ε. 2. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 4. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΗΡΙΩΝ ΠΡΟΒΛΕΣΕΩΣ

ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ	Ποσά εκτιμώμενα εκθέσεις 2010		Ποσά πιστοποιημένα εκθέσεις 2009	
	Αξία επίσημη	Αποθεσία	Αξία επίσημη	Αποθεσία
<b>1. ΑΣΦΑΛΙΣΤΗΡΙΟ ΚΑΛΩΣΗΜΑΤΟΣ</b>				
Αξία επίσημη	4.138.286,46		3.813.238,46	
Αποθεσία	1.270.821,26		3.651.668,26	
Μείζον	145.344,50		162.073,12	
Μείζον	1.848,46		1.848,46	
Μείζον	850.817,80		1.146.573,68	
Μείζον	407.054,11	1.243.208,42	720.202,50	1.243.208,42
Μείζον	4.537,73	290.400,82	6.148,30	157.123,33
Μείζον	111,43	0,00	0,00	0,00
Μείζον	242.987,78	227.014,20	185.268,11	118.690,69
Μείζον	198.248,42	0,00	84.888,01	0,00
Μείζον	208.200,20	0,00	46.268,00	0,00
Μείζον	110.530,30	0,00	10.200,00	0,00
Μείζον	585,75	139.886,94	119.610,50	3.884,49
Μείζον	221.454,24	339.726,24	379.693,85	1.947,97
Μείζον	221.454,24	0,00	379.693,85	0,00
Μείζον	333.726,24	0,00	379.693,85	0,00

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ

Επισημάνσεις: 1. Η Ε.Ε. 2010 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 2. Η Ε.Ε. 2009 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009. 3. Η Ε.Ε. 2008 είναι επίσημα πιστοποιημένη σύμφωνα με τον Ν. 2666/2009.

Ισολογισμός 2011

ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΖΑΚΥΝΘΟΥ (ΕΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ)  
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2011  
ΓΙΑ ΤΟ 2011

Table with columns for 'Ποσά κελεινόμενα κελεινόμενα 2011' and 'Ποσά κελεινόμενα κελεινόμενα 2010'. Rows include assets like 'ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΙΑ', 'ΣΥΝΑΦΙΣΜΟΙ', 'ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑ', and 'ΚΑΤΑΣΤΑΣΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΜΩΝ ΑΓΡΟΤΕΛΕΜΑΤΩΝ'. Includes a note at the bottom: 'Επισημαίνεται η ύπαρξη των ακινήτων της Περιφέρειας Κρήτης ενυπόθητα σύμφωνα με τον Ν. 3719/07 και τον Ν. 3714/08...'

Table with columns for 'Ποσά κελεινόμενα κελεινόμενα 2011' and 'Ποσά κελεινόμενα κελεινόμενα 2010'. Rows include liabilities and equity sections: 'ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΙΑ', 'ΣΥΝΑΦΙΣΜΟΙ', 'ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΑ', and 'ΚΑΤΑΣΤΑΣΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΜΩΝ ΑΓΡΟΤΕΛΕΜΑΤΩΝ'.

Official document containing signatures and stamps. Includes the text: 'ΠΡΟΣ ΤΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΖΑΚΥΝΘΟΥ' and the signature of the President: 'ΝΙΚΟΛΑΟΣ Α. ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ'. There are also official stamps from the Ministry of Agriculture and the Chamber of Agriculture of Zakynthos.

Ισολογισμός 2012

ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΖΑΚΥΝΘΟΥ (ΕΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ)
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2012
1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2012

Main financial statement table with columns for 'ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ' (Assets) and 'ΠΑΘΗΤΙΚΟ' (Liabilities and Equity), broken down into 'ΠΕΡΙΣΤΡΑΦΙΜΑ ΚΑΘΙΣΤΕΡΑ' and 'ΜΗ ΠΕΡΙΣΤΡΑΦΙΜΑ ΚΑΘΙΣΤΕΡΑ' for both 2012 and 2011.

Detailed breakdown of 'ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ' and 'ΠΑΘΗΤΙΚΟ' assets and liabilities, including 'ΑΝΤΙΛΗΠΤΑ ΚΑΤΑΤΙΜΩΜΕΝΑ ΕΚΠΛΗΡΩΣΙΑΣ' and 'ΕΙΣΡΟΜΕΣ ΑΠΟ ΕΚΔΟΣΗ ΟΜΟΛΟΓΩΝ'.

Επισημάνσεις: 1. Στη 2η των ανωτέρω της Ένωσης υπάχθηκε κατάσταση στην 4.9.12 αριθμ. Αριθ. 1213/12...

ΒΑΣΙΣΤΗ ΔΟΞΑΡΙΑΣ ΑΔΙΕΥΚΛΗΣΤΟΝ ΕΒΛΗΤΗ ΑΔΙΕΥΚΛΗΣΤΗ
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΖΑΚΥΝΘΟΥ (ΕΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ)
Προς το Διοικητικό Συμβούλιο ΑΔΙΕΥΚΛΗΣΤΟΝ ΕΒΛΗΤΗ ΑΔΙΕΥΚΛΗΣΤΗ
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΖΑΚΥΝΘΟΥ (ΕΑΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ)

ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ
1. Στην 2η των ανωτέρω της Ένωσης υπάχθηκε κατάσταση στην 4.9.12 αριθμ. Αριθ. 1213/12...

ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ (Συνεχίζεται)
1. Στην 2η των ανωτέρω της Ένωσης υπάχθηκε κατάσταση στην 4.9.12 αριθμ. Αριθ. 1213/12...

ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ (Συνεχίζεται)
2. Στην 3η των ανωτέρω της Ένωσης υπάχθηκε κατάσταση στην 4.9.12 αριθμ. Αριθ. 1213/12...

ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ (Συνεχίζεται)
3. Στην 4η των ανωτέρω της Ένωσης υπάχθηκε κατάσταση στην 4.9.12 αριθμ. Αριθ. 1213/12...

ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΕΙΣ (Συνεχίζεται)
4. Στην 5η των ανωτέρω της Ένωσης υπάχθηκε κατάσταση στην 4.9.12 αριθμ. Αριθ. 1213/12...

Ισολογισμός 2013





## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να περιγράψει τις διαδικασίες της έρευνας που ακολουθήθηκαν για την εξέλιξη της παρούσης μελέτης.

Η έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε στην συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία έχει ως σημείο αναφοράς την οινοποιητική δράση της ΕΑΣ Ζακύνθου και πως αυτή μπορεί, σαν εναλλακτική μορφή τουρισμού, να συμβάλει στην ανάπτυξη της περιοχής.

### 4.1. Ερευνητικοί στόχοι

Σημαντικό για την εκπόνηση των εργασιών, είναι ο καθορισμός του προς διερεύνηση θέματος, δηλαδή ο καθορισμός του σκοπού της έρευνας:

*Ο οινικός τουρισμός, σαν μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού, επηρεάζει, συμβάλλει και καθορίζει τα επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης; Σε ποια φάση ανάπτυξης βρίσκεται η ΕΑΣ Ζακύνθου και εάν μπορεί να στραφεί προς αυτή την κατεύθυνση.*

Με βάση, λοιπόν την ισχύουσα κατάσταση στον τομέα του οινοτουρισμού στη Ζάκυνθο, τίθενται οι εξής στόχοι:

- Να διερευνηθούν οι δυνατότητες των οινοποιείων του νησιού, σχετικά με τον ανάπτυξη του κλάδου
- Να ανιχνευθούν οι προοπτικές ανάπτυξης

- Να γίνει πλήρης καταγραφή των δυνατών και αδύνατων σημείων του εσωτερικού περιβάλλοντος της ΕΑΣ
- Να γίνει πλήρης καταγραφή των ευκαιριών και των απειλών του εξωτερικού περιβάλλοντος της ΕΑΣ
- Μέσω των συμπερασμάτων να διατυπωθούν προτάσεις για περαιτέρω ανάπτυξη της ΕΑΣ ως παράγοντας οινοτουρισμού στη Ζάκυνθο

## 4.2. Μεθοδολογία της έρευνας

Για την παρούσα έρευνα αποφασίστηκε μια μικτή προσέγγιση.

Αρχικά έγινε εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση.

Η επόμενη μέθοδος που ακολουθήθηκε ήταν η μελέτη της παρούσας κατάστασης της ΕΑΣ, μέσα από τη διερευνητική ματιά της SWOT ανάλυσης, με στόχο την επέκτασή της και στον οινοτουρισμό.

Κατόπιν αποφασίστηκε η ποιοτική έρευνα, μέσω μη δομημένης συνέντευξης, η οποία απευθύνθηκε στον Διευθυντή της ΕΑΣ, κ. Π.Β.

Έτσι πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές δεδομένων προήλθαν από δεδομένα και πηγές της Γενικής Περιφερειακής Διεύθυνσης Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής Ιονίων νήσων, από το Επιχειρησιακό Σχέδιο Δράσης της Τουριστικής Προβολής 2013-2014, από κείμενα και μελέτες του Επιμελητηρίου και την Περιφέρεια Ιονίου, από εισηγήσεις σε συνέδρια για τον εναλλακτικό τουρισμό και από επίσημες ιστοσελίδες.

### 4.3. SWOT ανάλυση

Σε ένα επόμενο στάδιο κατάστρωσης ενός αποτελεσματικού Προγράμματος Μάρκετινγκ, για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού στην Ζάκυνθο, ακολουθεί η αξιολόγηση του «προϊόντος», με την ανάλυση των δυνατοτήτων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών, με την γνωστή μέθοδο ανάλυσης, SWOT.

Η ανάλυση SWOT αποτελεί βασικό εργαλείο, το οποίο χρησιμοποιείται από επιχειρήσεις και οργανισμούς, προκειμένου να αξιολογηθεί η σημαντικότητα διαφόρων πληροφοριών και να παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της στρατηγικής ανάλυσης. Οι πληροφορίες αυτές συλλέγονται μέσω της ανάλυσης του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης ή του οργανισμού.

Βάσει των πληροφοριών που έχουν αποτυπωθεί στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος, μπορούν πλέον να προσδιοριστούν οι *δυνατότητες* και τα *αδύνατα σημεία* (**S**trengths & **W**eaknesses) της επιχείρησης, ενώ από την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος προκύπτουν οι *ευκαιρίες* και οι *απειλές* (**O**pportunities & **T**hreats) του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση ή ο οργανισμός. (Αυλωνίτης, Παπασταθοπούλου, 2010)

Το θεωρητικό πλαίσιο της ανάλυσης SWOT θα χρησιμοποιηθεί σαν βάση στην παρουσίαση του υφιστάμενου επιπέδου ανάπτυξης του οινικού

τουρισμού στη Κω, όσο και σε μια προσέγγιση σχετικά με τις προοπτικές ανάπτυξής του.

Η ανάλυση SWOT έχει εφαρμοστεί και συνεχίζει να εφαρμόζεται σε πολλές περιπτώσεις εθνικού, περιφερειακού ή τοπικού χωρικού αναπτυξιακού σχεδιασμού, προγραμμάτων και πολιτικών. (Πετανίδου, 2002)

### Πίνακας Ν° 3: Ανάλυση SWOT – Εσωτερικό Περιβάλλον

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ - STRENGTHS	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ – WEAKNESSES
Καλές κλιματικές συνθήκες	Έλλειψη οινικής παιδείας
Γεωγραφική θέση	Έλλιπής εξειδικευμένη διαφήμιση
Εξαιρετική ποιότητα κρασιών	Έλλειψη συγκροτημένου σχεδίου μάρκετινγκ
Αρκετές ποικιλίες κρασιών ΠΓΕ	Έλλιπής συνεργασία με το Δημόσιο
Επαγγελματική κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού (πολύγλωσσοι εξειδικευμένοι ξεναγοί)	Παλαιά θεσμικά & νομοθετικά πλαίσια, που αφορούν τον κλάδο του οίνου στο Ιόνιο
Κοντινές αποστάσεις	Ανεπάρκεια & διαμονής
Συνδετικός κρίκος πολλών εκδηλώσεων	Έλλειψη επικοινωνίας & ομαδικού πνεύματος
Ποικιλομορφία φυσικών & πολιτιστικών πόρων	
Αρχαιολογικοί χώροι	
Έντονη τουριστική δραστηριότητα	

Υποδομές για υποδοχή & ξενάγηση	
Αίθουσες γευσιγνωσίας-γαστρονομίας	
Στρατηγικές συμμαχίες	
Διαφήμιση – Προβολή έντυπη	
Ηλεκτρονική Διαφήμιση-Προβολή	
Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου (εσωτερικός τουρισμός λόγω κρίσης)	

#### Πίνακας Ν° 4: Ανάλυση SWOT – Εξωτερικό Περιβάλλον

<b>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ - OPPORTUNITIES</b>	<b>ΑΠΕΙΛΕΣ – THREATS</b>
Ο οινοτουρισμός είναι Μόδα	Πτωτικές τάσεις του τουρισμού
Αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού	Μείωση του Συνεδριακού τουρισμού
Κοινοτικά προγράμματα LEADER-ΘΗΣΕΑΣ - ΕΣΠΑ για προώθηση & προβολή του οίνου & των οينوποιείων	Πακέτα διακοπών All Inclusive
Άμεση σύνδεση του οίνου με τον τουρισμό	Μη σταθερό νομοθετικό πλαίσιο για τον τομέα του τουρισμού
Γαστρονομία & οινογνωσία	Έλλειψη χάραξη στρατηγικής
Αυξημένη τουριστική κίνηση (μαζικός τουρισμός)	Επιθετικότερη πολιτική προώθησης οίνων & Δρόμων Κρασιού από

	οινοπαραγωγικές χώρες
Ντόπια παραδοσιακά προϊόντα	Αποσπασματικές & μεμονωμένες πρωτοβουλίες ανάπτυξης
Προβολή του νησιού σε εκθέσεις, ιστοσελίδες	Εξωτικοί φθηνοί προορισμοί
Προορισμός με σταθερή & ποιοτική ζήτηση	
Σύνδεση με αειφόρο ανάπτυξη	
Οικοσυστήματα (χλωρίδα & πανίδα)	
Υποδομές (αεροδρόμιο-μαρίνα για κρουαζιερόπλοια-τουριστικό λιμάνι-οδικό δίκτυο)	
Τουριστικές υπηρεσίες υψηλής ποιότητας	
Επενδυτικό ενδιαφέρον οινοποιών	
Μεσογειακό μοντέλο διατροφής	
Τουριστικό portal για το νησί	
Νέες αγορές Ρωσία – Κίνα	
Συχνή ακτοπλοϊκή επικοινωνία μεταξύ των νησιών	
Προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδηματικού & κοινωνικού επιπέδου	

Η ανάλυση SWOT επιτρέπει στον μελετητή να διακρίνει μεμιάς τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες του σχεδιαζόμενου προϊόντος, μαζί με τις ευκαιρίες και τις απειλές, που ενδεχομένως να παρουσιαστούν στην αγορά ή την περιοχή και έτσι να σχεδιάσει καλύτερα την πολιτική και να λάβει ορθότερες αποφάσεις. Πλεονέκτημα της μεθόδου είναι το γεγονός ότι επιτρέπει τη σύγκριση ανάμεσα σε παράγοντες του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος. (Αυλωνίτης, Παπασταθοπούλου, 2010)

#### **4.4. Η συνέντευξη**

Η συνέντευξη είναι μια διαδικασία που επιτρέπει στον ερευνητή να αντλήσει πληροφορίες και δεδομένα μέσα από την ανάλυση του λόγου επιλεγμένων χαρακτηριστικών περιπτώσεων. Είναι ένα ερευνητικό εργαλείο, το οποίο χρησιμοποιείται ως μέσον συλλογής πληροφοριών, ελέγχου και ερμηνείας των ερευνητικών ερωτημάτων της έρευνας. Οι συνεντεύξεις επιτρέπουν την πρόσβαση στον τρόπο που βλέπουν οι άλλοι τις καταστάσεις και στηρίζεται στην ελεύθερη και ανοικτή επικοινωνία. (Πετράκης, 1999)

Ενισχύοντας την μελέτη μας με την ανάλυση SWOT, αποφασίστηκε η συνομιλία μας με τον αρμόδιο επαγγελματία της Ζακύνθου.

Στην συνέντευξη ο Διευθυντής της ΕΑΣ κος Π.Β επικεντρώνεται στην οينوπαραγωγική δραστηριότητα της ΕΑΣ., δίνοντας χρήσιμες πληροφορίες.



## Η Συνέντευξη:

Κατά τον κ. Π.Β., η ΕΑΣ Ζακύνθου έχει 6.800 ενεργά μέλη, τα οποία δίνουν στην Ένωση λάδι, κρασί και σταφίδα.

Όσον αφορά την οινοπαραγωγή, ομάδα επιλεγμένων αμπελουργών δίνει ποικιλίες οι οποίες και εμφιαλώνονται, αφού γίνουν οι απαιτούμενοι αυστηροί έλεγχοι, από την παραγωγή έως και την οινοποίησή τους. Η ΕΑΣ οινοποιεί 1500 τόνους, ανά έτος, εκ των οποίων οι 350 είναι προς εμφιάλωση. Οι εγκαταστάσεις της είναι υπερσύγχρονες, καθώς και ο εξοπλισμός της σε όλα τα επίπεδα οινοποίησης. Διαθέτει:

- ένα ηλεκτρικό ζυγιστήριο,
- ανοξείδωτους σταφυλοδόχους 10 τόνων,
- πνευματικά αυτόματα πιεστήρια, 2Χ40,
- εκραγιστήρια για κόκκινα σταφύλια,
- δέκα αντλίες 4 τόνων/ώρα για την μεταφορά στις δεξαμενές,
- οινοποιητές κόκκινων σταφυλιών, 45 τόνων,
- ψυκτικές δεξαμενές 2000 τόνων,
- οινολογικό εργαστήριο,
- εμφιαλωτήριο πλαστικών και γυάλινων μπουκαλιών, με πλήρη εξοπλισμό: πλυντήριο, γεμιστήριο, ταπνωτικό, ετικετέζα, καψυλιέρα,
- τρία φίλτρα, κενού γης διατομών, πλακών

Όλα αυτά βρίσκονται στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της ΕΑΣ, 2000 τ.μ. Παλαιότερα οι δεξαμενές ήταν τσιμεντένιες και οι σταφυλοδόχοι σιδερένιοι, ενώ με τη χρήση των αναπτυξιακών προγραμμάτων αυτές αναβαθμίστηκαν. Επίσης αναμένονται νέες επενδύσεις και για την αναβάθμιση των κτιριακών εγκαταστάσεων, μιας και υπάρχει η προοπτική για να γίνουμε ένα επισκέψιμο οινοποιείο, με τη ματιά στραμμένη στην ανάπτυξη του οινοτουρισμού στο νησί.

Οι παραγωγές, ανά έτος, είναι σταθερές.

- 1000 τόνοι (100 για εμφιάλωση σε γυάλινο μπουκάλι)
- 250 τόνοι κόκκινος οίνος (100 για εμφιάλωση σε γυάλινο μπουκάλι)
- 250 τόνοι ροζέ οίνου (50 για εμφιάλωση σε γυάλινο μπουκάλι)

Οι τιμές για το χύμα λευκό κρασί είναι 1 ευρώ/κιλό, για το ροζέ 1,20 ευρώ/κιλό και για το κόκκινο 1,50 ευρώ/κιλό. Και για τα εμφιαλωμένα οι τιμές ανέρχονται στα 3 ευρώ για το λευκό, 3,50 για το ροζέ και 4 ευρώ για το κόκκινο. Η κρίση έδωσε την ευκαιρία στην ΕΑΣ, ως πρώτος παραγωγός του νησιού, να διορθώσει τα κόστη της, με αποτέλεσμα να έχει τις πλέον ανταγωνιστικές τιμές και τελικά να κατέχει το 50% της αγοράς της Ζακύνθου. Τα προϊόντα της διοχετεύονται σε πολλά σημεία στην Ελλάδα, όπως στη Θεσσαλονίκη, σε νησιά του Αιγαίου, στην Αθήνα, στα υπόλοιπα νησιά του Ιονίου, στο Αγρίνιο και στην Πρέβεζα. Επίσης η ΕΑΣ εξάγει σε Κίνα, Γερμανία, Αμερική, έχοντας πια την πλήρη τεχνογνωσία και την υποστήριξη οινολόγου, ως μόνιμου συνεργάτη της. Οι τζίροι της για το 2010 ήταν στις 356.000 €, το

2011 στις 390.000 €, το 2012 μαζί με τις εξαγωγές στην Κίνα οι τζίροι ανήλθαν στις 560.000 €, το 2013 στις 800.000 € και τέλος το 2014 στο 1.014.000 €.

Όσον αφορά την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και δη του οινοτουρισμού, προτείνει να γίνει μια οργανωμένη μελέτη και καταγραφή των ήδη υπαρχόντων εξειδικεύσεων και στη συνέχεια να επικεντρωθούν σε οργανωμένες προσπάθειες ανάπτυξής του, προς συγκεκριμένες πλέον κατευθύνσεις. Γενικά υπάρχει η θέληση να ενταχθεί η Ζάκυνθος στον χάρτη του οινοτουρισμού ώστε ο επισκέπτης φεύγοντας από το νησί, να έχει την επιθυμία και να αναζητήσει και στην πατρίδα του Ελληνικό κρασί. Όμως αυτό προϋποθέτει να αποφασιστούν κοινές στρατηγικές ανάπτυξης και προώθησης του οινοτουρισμού, μέσα από κοινές δράσεις, στρατηγικές συμμαχίες και κτίσιμο σταδιακά του brand προορισμού. Η διασύνδεση του οινοτουρισμού με άλλους παραγωγικούς τομείς, μέσω της προώθησης της ντόπιας γαστρονομίας και των ποιοτικών αγροτικών προϊόντων, των παραδοσιακών τεχνών, στους οποίους εμπλέκεται -άμεσα ή έμμεσα- η πλειοψηφία των υφιστάμενων μικρομεσαίων επιχειρήσεων του τόπου, αποτελεί βασικό πυλώνα της αναπτυξιακής στρατηγικής της Ζακύνθου. Επίσης, η συνέργεια δράσεων του τουρισμού με τον πολιτισμό και με την ανάδειξη της πλούσιας πολιτιστικής μας κληρονομιάς και της πολιτισμικής μας ταυτότητας, με αθλητικά και άλλα διεθνούς εμβέλειας δρώμενα, συμβάλει στη αναβάθμιση και διάκριση του τουριστικού μας προϊόντος. Το τρίπτυχο: παραδοσιακά προϊόντα, παραδοσιακές τέχνες και πολιτισμός, θα πρέπει να αποτελούν τις εμβληματικές προτεραιότητες στην ανάδειξη του προορισμού.

Με όλα τα ως άνω διαπιστώνει κανείς ότι η ΕΑΣ αντιμετωπίζει την κρίση ως ευκαιρία, εκσυγχρονίστηκε, άνοιξε τα φτερά της και στο εξωτερικό και με προγραμματισμό, στοχοθέτηση, όραμα και συνέπεια συνεχίζει την ανοδική της πορεία.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στην μελέτη μας για την οινοποιητική δράση της ΕΑΣ Ζακύνθου οδηγηθήκαμε και σε μονοπάτια που δεν περιμέναμε. Διαπιστώσαμε ότι η Ένωση «χρησιμοποίησε» την κρίση ως εφιαλτήριο για την δυναμική ανάπτυξη της και την εξωστρέφειά της και διακρίναμε ένα όραμά της το οποίο έχει να κάνει με την ένταξη της, αλλά και με την ένταξη όλου του νησιού, στους δρόμους του κρασιού. Η ΕΑΣ Ζακύνθου πιστεύει ότι ο εκσυγχρονισμός των οινοποιείων του νησιού είναι επιβεβλημένος και ότι ο οινοτουρισμός είναι ο σύγχρονος δρόμος για να έρθουν κοντά στον κλάδο οι τουρίστες που επισκέπτονται το νησί. Η ανάπτυξη του οινικού τουρισμού μπορεί να επιδράσει θετικά σε όλη την τοπική οικονομία. Το μεγαλύτερο κίνητρο για την ανάπτυξη του, μπορεί να προέλθει από την κατανόηση του εύρους των σημαντικών ωφελειών που μπορεί να προσφέρει σε ολόκληρη την περιοχή που αναπτύσσεται ο οινικός τουρισμός. Δρα δε θετικά σε όλη την κοινωνικό-οικονομική δομή της αγροτικής περιοχής, προσθέτοντας αξία, ευκαιρίες απασχόλησης και αυξάνοντας το ανθρώπινο κεφάλαιο.

Ο οινοτουρισμός διαθέτει τα δυναμικά και ποιοτικά στοιχεία που επιτρέπουν την διασύνδεση της τουριστικής οικονομίας και του πολιτισμού, ευνοεί την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και αυξάνει τον κύκλο εργασιών των τοπικών επιχειρήσεων. Μπορεί δε να γίνει ο συνδετικός κρίκος πολλών δραστηριοτήτων, συμβάλλοντας έτσι στην δημιουργία δημοσίων και ιδιωτικών υποδομών, ενδυναμώνει την πολιτιστική ταυτότητα και μετατρέπει τον επισκέπτη-τουρίστα σε περιηγητή. Επιπροσθέτως μπορεί να συντελέσει στην αναδιοργάνωση των αμπελώνων, προσφέροντας εναλλακτικούς τρόπους

στήριξης του εισοδήματος του παραγωγού. Μπορεί ακόμη να συνδεθεί με την αειφόρο ανάπτυξη και να λειτουργήσει ως ασπίδα για το οικοσύστημα από τις βίαιες περιβαλλοντικές επεμβάσεις της άναρχης τουριστικής ανάπτυξης.

Εν κατακλείδι ο οινικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη του τουρισμού σε έναν προορισμό. Μπορεί να προσελκύσει επισκέπτες που ενδιαφέρονται για τον οίνο και να δημιουργήσει έτσι νέα ζήτηση για μια χώρα ή μια περιοχή. Η ανάπτυξη τουρισμού γύρω από τα οινοποιεία μπορεί να βελτιώσει την εικόνα του προορισμού, όταν τα τρόφιμα και το κρασί θεωρηθούν μέρος αυτής της εικόνας. Μπορεί να δημιουργήσει τουριστικές ροές μακριά από τα μεγάλα τουριστικά κέντρα. Μπορεί να οδηγήσει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Αυξάνει τις εμπορικές δυνατότητες των οινοποιείων, μέσω άμεσων πωλήσεων και άλλων καναλιών διανομής, ενώ προσφέρει ευκαιρίες ανάπτυξης σε υποβαθμισμένες αγροτικές περιοχές, που χρειάζονται οικονομική τόνωση.

Τέλος, η επιτυχία του οινοτουρισμού, εξαρτάται από τις εμπειρίες του επισκέπτη, αφού αυτός και όχι το προϊόν είναι ο πρωταγωνιστής της διαδικασίας. *«Η επιτυχής μετάβαση από τις υπηρεσίες, στις εμπειρίες»* (Μπουτάρης, 2008), είναι η κυρίαρχη ιδέα του οινοτουριστικού μοντέλου που πρέπει να υλοποιηθεί.

Κανένα άλλο προϊόν δεν έχει συνδεθεί τόσο πολύ με τον τουρισμό, το ταξίδι και την αναψυχή, όσο το κρασί. Επίσης κανένα άλλο προϊόν δεν είναι τόσο ανοιχτό προς τους καταναλωτές όσο το κρασί. Και δεν είναι τυχαίο ότι,

εδώ και χρόνια, στις προηγμένες οινικά χώρες οι Δρόμοι του Κρασιού είναι ένας καθιερωμένος θεσμός.

Η ΕΑΣ Ζακύνθου μελετά προς αυτή την κατεύθυνση και είναι έτοιμη να υποστηρίξει, ταυτόχρονα με τη δική της ανάπτυξη και την ανάπτυξη εν γένει του οινικού κλάδου σε όλο το νησί.



Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Ζακύνθου  
Union of Agricultural Cooperatives of Zakynthos

Εικόνα 5: Λογότυπο της ΕΑΣ, πηγή: <http://iatrikathemata.gr/easz.htm>

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΞΕΝΗ

- Hall, C.M., Mitchell, R., (2000), «*Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring & development*», International Business Review, Thunderbird, vol 42(4)

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Αυλωνίτης, Γ., Παπασταθοπούλου, Π., (2010), «*Marketing plans, πώς να σχεδιάσετε αποτελεσματικά προγράμματα μάρκετινγκ*», εκδ. Σταμούλης, Αθήνα
- Ελληνική Δημοκρατία, Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, Γραφείο Γ. Γραμματέα, Συμπεράσματα μελέτης Περιφέρειας Ιόνιων Νήσων για την εφαρμογή της νέας κοινής Αγροτικής Πολιτικής, Αύγουστος 2007
- Καλδής Π., Πατσιαβούρα Α., (2006), «*Αγροτουρισμός: Από τα Προϊόντα στις Εμπειρίες. Μια Καινοτόμα Διαχείριση των Τοπικών Πολιτιστικών Πόρων*», Εισήγηση στη Διημερίδα: «Πολιτιστικός Τουρισμός στη Τρίτη Χιλιετία: Ρόδος – Απασχόληση – Πολιτισμός», Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Ρόδος 17-18 Μαρτίου
- Μπουτάρης, Ι., (2006), «*Οινοτουρισμός: Εθνικές και περιφερειακές διαδρομές*», Μελέτη



- Ντασοπούλου, Β., (2011), «Οινικός τουρισμός. Η περίπτωση των δρόμων κρασιού της περιοχής Μαντινείας», Μεταπτυχιακή Διατριβή, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Πετράκης, Μ., (1999), «Έρευνα Μάρκετινγκ: Θεωρία & Πράξη», εκδ. Σταμούλη, Αθήνα
- Σιγάλα, Μ., (2009), «Ηλεκτρονικά Συστήματα Οίνου και Οινοτουρισμού: Βέλτιστες πρακτικές και Αναπτυξιακές Προοπτικές», ebusiness forum
- Σιών, Λ. (2008) «Η σύνδεση του Τουρισμού με την Οινοποιία», στα Πρακτικά του 1ου Συνεδρίου για τον Οινοτουρισμό, Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου, Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου & Οίνου, [www.greekwinefederation.gr/gr/content/show](http://www.greekwinefederation.gr/gr/content/show), 6-8/6/2008, Λήμνος
- Τερζούδη, Μ., (2009), άρθρο, εφημερίδα Μακεδονία, 7/5/2009, «Τουρισμός: Πόλος έλξης τα οινοποιεία», <http://www.makthes.gr/news>
- Χρυσάφης, Γ., «Η Ζάκυνθος στην αρχαία ελληνική γραμματεία», 2000, Επτανησιακά Φύλλα, τομ: 20, 5 ,σελ.499-514

## ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Ο ιστότοπος της ΕΑΣ, <http://www.zantecoopunion.com>, ανακτήθηκε 20/11/14
- Ηλεκτρονικό περιοδικό, «Η ημέρα τση Ζάκυνθος», ανακτήθηκε 21/11/14, <http://imerazante.gr/2012/10/11/54367>
- <http://www.agronews.gr/agora/organoseis/arthro/112835/agrotikossune> [tairismos-pleon-i-eas-zakunthou/](http://www.agronews.gr/agora/organoseis/arthro/112835/agrotikossune), ανακτήθηκε 22/11/2014

- [http://www.newwinesofgreece.com/lista\\_oionon\\_pge\\_perifereiakon\\_enotiton/en\\_pge\\_zakun8os.html](http://www.newwinesofgreece.com/lista_oionon_pge_perifereiakon_enotiton/en_pge_zakun8os.html)
- Portal «Ρίζα Ελληνική», ανακτήθηκε 1/12/14, <http://www.rizaelliniki.gr/pages/vendors/DIA/3790/#products>
- Δήμος Ζακύνθου, <http://www.zakynthos.gov.gr/zakynthos-island/genika/paragwgiko-systima-oikonomika-stoixeia.html>, ανακτήθηκε 1/12/14
- Έρευνα «Επίδραση των Διαχρονικών Αλλαγών Χρήσεων Γης στο Τοπίο και στη Βιώσιμη Ανάπτυξη των Νησιών Ζακύνθου, Κεφαλονιάς και Λευκάδας», στο πλαίσιο του έργου «Ανάδειξη του Τεχνολογικού Ιδρύματος Ιονίων Νήσων ως Διεθνούς Πόλου Εκπαίδευσης και Καινοτομίας», <http://ionianlanduses.wordpress.com/>, ανακτήθηκε 1/12/14
- <http://iatrikathemata.gr/easz.htm>, ανακτήθηκε 2/12/14
- <http://www.paseges.gr/el/news/Taxidi-se-olo-ton-kosmo-gia-to-synetairistiko-krasi-apo-th-Zakyntho>, ανακτήθηκε 2/12/2014
- [http://www.newwinesofgreece.com/verdea/el\\_berntea.html](http://www.newwinesofgreece.com/verdea/el_berntea.html), ανακτήθηκε 2/12/2014
- [http://winesurveyor.weebly.com/oinoi\\_pge\\_topikoi.html](http://winesurveyor.weebly.com/oinoi_pge_topikoi.html), ανακτήθηκε 10/12/2014
- <http://www.paseges.gr/el/news/Symmahia-EAS-Zakynthoy-Nomarhias-gia-thn-prowthsh-twn-topikwn-agrotikwn-proiontwn>, ανακτήθηκε 3/12/2014

- Ποικιλίες Αμπέλου,  
<https://wineroadgr.wordpress.com/category/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B9%CE%BB%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%AD%CE%BB%CE%BF%CF%85/>,  
ανακτήθηκε 10/12/2014
- <http://callgreece.gr/activity/oinotourismos/zakynthos>, ανακτήθηκε  
10/12/2014
- <http://www.paseges.gr/el/news/Taxidi-se-olo-ton-kosmo-gia-to-synetairistiko-krasi-apo-th-Zakyntho>, 11.12.2014 | 11:35, ανακτήθηκε  
12/12/2014
- <http://www.agrocert.gr/pages/content.asp?cntID=26&catID=15>,  
ανακτήθηκε 16/12/2014
- <http://www.oenolpi.gr/gr-products.php>, ανακτήθηκε 16/12/2014
- <http://www.greekwinefederation.gr/gr/content/show/&tid=61>,  
ανακτήθηκε 16/12/2014
- <http://ecozante.com/gr/callinico-wines>, ανακτήθηκε 16/12/2014
- <http://www.agrocapital.gr/Category/Kalliergies/Article/12743/polyikanopoiitika-ta-apotelesmata-syggomidis-sti-zakyntho>, ανακτήθηκε  
16/12/2014
- <http://oinologia.blogspot.gr/2011/07/verdea.html>, ανακτήθηκε  
17/12/2014
- [http://www.inowines.gr/greek/glossari\\_topikoi\\_oinoi.html](http://www.inowines.gr/greek/glossari_topikoi_oinoi.html), ανακτήθηκε  
17/12/2014

- <http://www.paseges.gr/el/news/Symmahia-EAS-Zakynthoy-Nomarhias-gia-thn-prowthsh-twn-topikwn-agrotikwn-proiontwn>, ανακτήθηκε 17/12/2014
- <http://ecozante.com/gr/callinico-wines>, ανακτήθηκε 18/12/2014

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ν<sup>ο</sup> 1: Προδιαγραφή του προϊόντος

### ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

(Καν(ΕΚ) 1234/2007 Άρθρο 118γ, παρ.2)

Όνομα προς καταχώρηση: Βερντέα Ζακύνθου

Ισοδύναμος Όρος: Verdea of Zakynthos)

#### Περιγραφή των οίνων

#### A. ΟΙΝΟΣ ΛΕΥΚΟΣ

##### 1. Οίνος λευκός ξηρός

#### Αναλυτικά χαρακτηριστικά:

- Ελάχιστος αποκτημένος αλκοολικός τίτλος : 11,5 % Vol.
- Ολικός αλκοολικός τίτλος: Ελάχιστος 11,5% Vol.
- Ελάχιστος φυσικός αλκοολικός τίτλος: 11.0 % Vol.
- Περιεκτικότητα σε ολικά σάκχαρα ( g/l ): Μέγιστη 9,0\*
- Ολική οξύτητα εκφρασμένη σε τρυγικό οξύ (g/l): Ελάχιστη 3.5 - Μέγιστη 7,5

- Πτητική οξύτητα εκφρασμένη σε οξικό οξύ (g/l): Μέγιστη 1.08
- Μέγιστη περιεκτικότητα των οίνων σε ολικό διοξείδιο του θείου (mg/l):200

**Οργανοληπτικά χαρακτηριστικά :** Λαμπερό κιτρινοπράσινο χρώμα. Έντονα αρώματα λευκόσαρκων φρούτων, λουλουδιών καθώς και εσπεριδοειδών. Γεύση γεμάτη, πλούσια, φρουτώδης με μακρά επίγευση.

***\*όταν η περιεκτικότητα σε σάκχαρα υπερβαίνει τα 4g/l ισχύουν οι προϋποθέσεις του Παραρτήματος XIV του Καν(ΕΚ)607/2009 της Επιτροπής***

#### **Παραδοσιακές ενδείξεις:**

Παραδοσιακές ενδείξεις, σύμφωνα με το άρθρο 118κα παράγραφος 1, οι οποίες συνδέονται με την ονομασία προέλευσης ή τη γεωγραφική ένδειξη.

Σύμφωνα με το άρθρο 40 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 607/2009 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει από τον Καν(ΕΚ) 670/2011 της Επιτροπής και όπως έχουν οριστεί και καταχωρηθεί στην ηλεκτρονική βάση δεδομένων «E-Vacchus», οι παραδοσιακές ενδείξεις που μπορούν να χρησιμοποιούνται και να προστατεύονται για την Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (Π.Γ.Ε.) Βερντέα και με την προϋπόθεση ότι τηρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις της Κοινοτικής και Εθνικής νομοθεσίας, είναι οι εξής :

Ονομασία κατά παράδοση στη θέση των ΠΓΕ

Αγρέπαυλη, Αμπέλι, Αμπελώνας (εσ), Αρχοντικό, Κάβα, Κάστρο, Κτήμα, Μετόχι, Μοναστήρι, Πύργος.

## **ΟΙΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ**

### **Οινοποίηση λευκών ξηρών οίνων:**

#### **Λευκός ξηρός οίνος Π.Γ.Ε. Βερντέα**

Παράγεται σύμφωνα με την σύγχρονη τεχνολογία παραγωγής λευκών οίνων και η θερμοκρασία κατά την αλκοολική ζύμωση δεν υπερβαίνει τους 20 °C.

Παράγονται από συνοινοποίηση σταφυλιών ή ανάμειξη οίνων της ποικιλίας Σκιαδόπουλο σε ποσοστό τουλάχιστον 50% και λευκών ποικιλιών οιναμπέλου συνιστώμενων στον Νομό.

#### **Ειδικές οινολογικές πρακτικές**

Παράγονται από σταφύλια μη αρδευόμενων αμπελώνων που βρίσκονται σε κατάλληλα εδάφη. Η διαμόρφωση των πρεμνών ακολουθεί τις συνήθειες για την περιοχή καλλιεργητικές τεχνικές, ο αριθμός των πρέμνων ανά στρέμμα δεν είναι μικρότερος των 350.

#### **ΟΡΙΟΘΕΤΗΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΧΗ**

Η οριοθετημένη ζώνη παραγωγής οίνων Π.Γ.Ε. Βερντέα καθορίστηκε με την Υπουργική Απόφαση αριθ. 397719/1.10.1992 (ΦΕΚ 623/Β/22.10.1992).

Η οριοθετημένη περιοχή για την παραγωγή των οίνων Π.Γ.Ε. Βερντέα περιλαμβάνει όλη την νήσο Ζάκυνθο.

#### **ΜΕΓΙΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗ (αποδόσεις) ανά εκτάριο**

Η μέγιστη απόδοση ανά εκτάριο (ha) που επιτρέπεται ανέρχεται για τις λευκές ποικιλίες σε δώδεκα χιλιάδες (12,000) κιλά νωπά σταφύλια και για τις ποικιλίες Σκιαδόπουλο και Ροδίτης σε οχτώ χιλιάδες (8,000) κιλά νωπά σταφύλια.

### **Μέγιστη απόδοση σε εκατόλιτρα τελικού προϊόντος ανά εκτάριο**

Η μέγιστη απόδοση ανά εκτάριο (ha) ανέρχεται για τους λευκούς οίνους σε 90 HL τελικού προϊόντος.

### **ΕΠΙΤΡΕΠΟΜΕΝΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΙΜΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΑΜΠΕΛΟΥ**

Ο λευκός ξηρός οίνος Π.Γ.Ε. Βερντέα παράγεται από συνινοποίηση σταφύλιων της ποικιλίας Σκιαδόπουλο ( τουλάχιστον 50% ) και από τις συνιστώμενες λευκές για τον νομό ποικιλίες.

### **ΔΕΣΜΟΣ ΜΕ ΤΗΝ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ**

#### **Λεπτομέρειες της γεωγραφικής περιοχής**

##### **A. Ιστορικός δεσμός**

Η βερντέα είναι ένα παραδοσιακό λευκό πολυποικιλιακό κρασί που παράγεται αποκλειστικά στην Ζάκυνθο. Η βερντέα οφείλει το όνομά της στην ιταλική λέξη verde που σημαίνει πράσινο, παραπέμποντας στο πράσινο χρώμα των άγουρων σταφυλιών . Κατά μία άλλη εκδοχή το όνομα βερντέα είναι παραφθορά της ιταλικής έκφρασης vera dea , που σημαίνει αληθινή θεά, θέλοντας έτσι να δηλώσουν ότι πρόκειται για ένα κρασί των θεών. Σαν



ονομασία κρασιού εμφανίζεται από πολύ παλιά. Υπάρχουν αναφορές από τον απεσταλμένο της βασίλισσας της Αγγλίας Ελισάβετ της Α' , Τόμας Ντάλαμ ,ήδη από το1599, που γράφει για τη βερντέα. Εκτενής αναφορά γίνεται επίσης από τον αρχιδούκα Λουδοβίκο Σαλβατόρ (1847 - 1915) για τα ζακυνθινά κρασιά , με ιδιαίτερη μνεία για τη βερντέα το άσπρο κρασί που προέρχεται από το κάμπο της Ζακύνθου. Η παραδοσιακή βερντέα παραγείται από ένα μεγάλο αριθμό λευκών ζακυνθινών ποικιλιών , πολλές από τις οποίες συναντώνται μόνο στη Ζάκυνθο. Ήταν κρασι ξηρό , υψηλόβαθμο, με έντονη την αίσθηση της μακρόχρονης παραμονής σε δρύινα βαρέλια. Σήμερα, οι βερντέες χωρίς να έχουν χάσει το παραδοσιακό τους χαρακτήρα, έχουν περισσότερο φρουτώδη αρώματα, μεγαλύτερη φρεσκάδα και πικαντική γεύση.

## **Β. Πολιτιστικός, κοινωνικός και οικονομικός δεσμός**

Το αμπέλι και το κρασί είναι άρρηκτα δεμένα με την πολιτιστική, κοινωνική και οικονομική ζωή των ανθρώπων της περιοχής από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα.

Ο δεσμός αυτός συνεχίζεται στις ημέρες μας, με την οργάνωση εκδηλώσεων και ημερίδων που προβάλλουν το κρασί, αλλά και την πολιτιστική παράδοση του τόπου.

## **Γ. Γεωγραφικό περιβάλλον και γεωγραφική προέλευση**

Το κλίμα είναι μεσογειακό με υψηλό ποσοστό υγρασίας μέση μέγιστη ετήσια θερμοκρασία στους 23 βαθμούς και μέση ελάχιστη στους 19 105 μέρες βροχόπτωσης ανά έτος 900 χιλιοστά βροχή και μέση υγρασία 70%. 5 μποφόρ άνεμοι μέσο όρο. Στα εδάφη 1,5% οργανική ουσία, ΡΗ 7,-7,5 και έτσι τα εδάφη δεν παρουσιάζουν οξύνηση. Ιζηματογενή πετρώματα με άργιλο φαμμίτες και μαργιες με ξερικές καλλιέργειες. Όλα αυτά συμβάλουν στην ποιότητα του ζακυνθινού κρασιού Ο αμπελώνας της Ζακύνθου αποτελείται κυρίως από άσπρες ποικιλίες σταφυλιών.

Οι ποικιλίες αυτές, σε συνδυασμό με τις μοναδικές εδαφό-κλιματολογικές συνθήκες του νησιού, προσφέρουν τα ονομαστά για την ποιότητά τους σε όλη την Ελλάδα, ζακυνθινά κρασιά. Ένας ακόμη λόγος που κάνει τα κρασιά αξιόπεραστα είναι το 'πάντρεμα' της πολύχρονης ζακυνθινής παράδοσης με τη σύγχρονη τεχνολογία των εγκαταστάσεων του οινοποιείου.

### **Λεπτομέρειες του προϊόντος**

Ο συνδυασμός αυτών των κλιματικών συνθηκών, με την ποικιλία των εδαφών της περιοχής, τις καλλιεργούμενες ποικιλίες αμπέλου, τις εφαρμοζόμενες καλλιεργητικές φροντίδες της αμπέλου και τις οινοποιητικές τεχνικές, συμβάλουν στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των οίνων Π.Γ.Ε. Βερντέα.

### **Αιτιώδης αλληλεπίδραση**

Η μοναδικότητα των οίνων ΠΓΕ Βερντέα οφείλεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής (έδαφος , κλίμα, επίδραση των ανέμων κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού) σε συνδυασμό με τις καλλιεργούμενες ποικιλίες και τις εφαρμοζόμενες καλλιεργητικές τεχνικές.

## **ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ**

### **Απαιτήσεις Εθνικής Νομοθεσίας**

#### **Εθνική Νομοθεσία**

-Κοινή Υπουργική Απόφαση αριθ. 392169/20-10-1999 «Γενικοί κανόνες χρήσης του όρου «Τοπικός Οίνος» ως περιγραφικού στοιχείου επιτραπέζιου

οίνου»(ΦΕΚ1985/Β/8-11-1999) όπως τροποποιήθηκε με την με την αριθ. 321813/ 29-08-2007ΚΥΑ (ΦΕΚ1723/Β/29-08-2007)

-Υπουργική Απόφαση αριθ. 397719/1.10.1992 «Καθορισμός Προϋποθέσεων χρησιμοποίησης της ένδειξης Βερντέα ονομασία κατά παράδοση Ζακύνθου ως περιγραφικού στοιχείου οίνου» (ΦΕΚ 623/Β/22.10.1992).

-Υπουργική απόφαση αριθ. 280557/2005 «Καθορισμός του χρόνου ωρίμανσης, παλαίωσης και διάθεσης στην κατανάλωση των τοπικών οίνων Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας, των Τοπικών Οίνων καθώς και των ενδείξεων κατά την επισήμανσή τους που αφορούν τον τρόπο παραγωγής ή τις μεθόδους παρασκευής τους» (ΦΕΚ 818/Β/15.06.2005).

- Υπουργική απόφαση αριθ. 398581/27-9-2001 « Καθορισμός λεπτομερειών εφαρμογής του Καν(ΕΚ) 1282/2001 της Επιτροπής όσον αφορά τις πληροφορίες για την αναγνώριση των προϊόντων και την παρακολούθηση της αγοράς στον αμπελοοινικό τομέα και για την τροποποίηση του Καν(ΕΚ) 1623/2000» (ΦΕΚ 1293/Β/8.10.2001).

- Κοινή Υπουργική Απόφαση αριθ. 285870/1.9.2004 «Καθορισμός των αναγκαίων συμπληρωματικών μέτρων εφαρμογής του Καν(ΕΚ) 884/2001 της Επιτροπής σχετικά με τα συνοδευτικά έγγραφα μεταφοράς των αμπελοοινικών προϊόντων και των βιβλίων που πρέπει να τηρούνται στον αμπελοοινικό τομέα» (ΦΕΚ 1372/Β/ 8.9.2004) όπως τροποποιήθηκε με την αριθ. 317456/4.11.2005 ΚΥΑ (ΦΕΚ 1571/Β/14.11.2005).

- Υπουργική απόφαση αριθ. 388052/8.8.2001 «Εφαρμογή του Καν(ΕΚ) 2729/00 της Επιτροπής σχετικά με τις λεπτομέρειες εφαρμογής όσον αφορά τους ελέγχους στον αμπελοοινικό τομέα» (ΦΕΚ 1089/Β/ 21.8.2001).

-Υπουργική Απόφαση αριθ. 235309/7.2.2002 «Έγκριση παραδοσιακών ενδείξεων οίνων» (ΦΕΚ 179/Β/19.2.2002) όπως τροποποιήθηκε και ισχύει

- Κοινή Υπουργική Απόφαση αριθ. 352347/6670/1.9.1987 «Περί γενικών κανόνων χρήσης της ένδειξης «Κάβα» ως περιγραφικού στοιχείου επιτραπέζιων οίνων» (ΦΕΚ 512/Β/22.9.1987) όπως τροποποιήθηκε με την αριθ. 280580/21.6.2005 ΚΥΑ «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 326182/6268/1988 κοινής υπουργικής απόφασης «περί των γενικών κανόνων χρήσης των ενδείξεων «RESERVE» (επιλεγμένος) και «GRANDE RESERVE» (ειδικά επιλεγμένος) ως περιγραφικών στοιχείων οίνων ονομασίας προέλευσης) καθώς και της υπ' αριθμ. 352347/6670/1987 κοινής υπουργικής απόφασης «περί των γενικών κανόνων χρήσης της ένδειξης «Κάβα» ως περιγραφικού στοιχείου επιτραπέζιων οίνων» (ΦΕΚ 875/Β/28.6.2005)

- Κοινή Υπουργική Απόφαση αριθ.336927/10.3.1999 «Καθορισμός προϋποθέσεων χρήσης της ένδειξης «όνομα αμπελουργικής εκμετάλλευσης ή ομάδας αμπελουργικών εκμεταλλεύσεων»στις ετικέτες των Ελληνικών οίνων»(ΦΕΚ 420/Β/20.4.1999)

- Νόμος υπ'αριθ.427/30-8-1976 «Περί αντικαταστάσεως, συμπληρώσεως και καταργήσεως ενίων διατάξεων του Ν.Δ. 243/1969 περί βελτιώσεως και προστασίας της αμπελουργικής παραγωγής»» «(ΦΕΚ 230/Α31-8-1976)

**Παρέκκλιση από την παραγωγή στην οριοθετημένη περιοχή**

#### **Α) Νομικό πλαίσιο: Κοινοτική Νομοθεσία**

Στο άρθρο 6 παράγραφος 4 του Καν(ΕΚ)607/2009 της Επιτροπής «για τον καθορισμό ορισμένων λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 479/2008 του Συμβουλίου όσον αφορά τις προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης και τις προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις, τις παραδοσιακές ενδείξεις, την επισήμανση και την παρουσίαση ορισμένων προϊόντων του αμπελοοινικού τομέα».

### **Β) Νομικό πλαίσιο: Εθνική Νομοθεσία**

-Στην αριθμ .392169/20-10-1999 Κοινή Υπουργική Απόφαση «Γενικοί κανόνες χρήσης του όρου «Τοπικός Οίνος» ως περιγραφικού στοιχείου επιτραπέζιου οίνου» (ΦΕΚ 1985/Β/8-11-99) όπως τροποποιήθηκε με την αριθμ. 321813/29-8-2007 ΚΥΑ , στο άρθρο 4 στοιχείο γ) αναφέρεται:

«οι επιτραπέζιοι οίνοι που δικαιούνται τη χρήση του όρου «Τοπικός Οίνος» με γεωγραφική ένδειξη επαρχίας, νομού ή αμπελοουργικής περιοχής μικρότερης του νομού, παράγονται σε οινοποιεία που βρίσκονται μέσα στο νομό ή σε όμορους νομούς.»

-Στην αριθμ. 397719/1-10-1992 Υπουργική Απόφαση «Καθορισμός προϋποθέσεων χρησιμοποίησεως της ένδειξης «ΒΕΡΝΤΕΑ Ονομασίας κατά Παράδοση Ζακύνθου»»(ΦΕΚ 623/Β/22-10-1992) στη παράγραφο 3 αναφέρεται:

« Οι οίνοι που δικαιούνται χρήση της ένδειξης «ΒΕΡΝΤΕΑ Ονομασία κατά Παράδοση Ζακύνθου» εμφιαλώνονται και εκτός του νόμου παραγωγής».

### **Πρόσθετες διατάξεις που αφορούν στην επισήμανση των οίνων**

#### **A) Ενδείξεις που αφορούν ορισμένες μεθόδους παραγωγής**

### **Νομικό πλαίσιο: Κοινοτική Νομοθεσία**

Στο άρθρο 66 παράγραφοι 1, 2 και 6 του Καν(ΕΚ)607/2009 της Επιτροπής «για τον καθορισμό ορισμένων λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 479/2008 του Συμβουλίου όσον αφορά τις προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης και τις προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις, τις παραδοσιακές ενδείξεις, την επισήμανση και την παρουσίαση ορισμένων προϊόντων του αμπελοοινικού τομέα».

### **Νομικό πλαίσιο: Εθνική Νομοθεσία**

Στην αριθμ. 280557/9-6-2005 υπουργική απόφαση «Καθορισμός του χρόνου ωρίμανσης, παλαίωσης και διάθεσης στην κατανάλωση των οίνων Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας, των Τοπικών Οίνων καθώς και των ενδείξεων κατά την επισήμανσή τους που αφορούν τον τρόπο παραγωγής ή τις μεθόδους παρασκευής τους» (ΦΕΚ 818B/15-6-2005), στο άρθρο 3 και 4 αναφέρονται οι προϋποθέσεις για τη χρήση των παρακάτω ενδείξεων:

-«ΝΕΟΣ ΟΙΝΟΣ» ή «ΝΕΑΡΟΣ ΟΙΝΟΣ»

-«ΩΡΙΜΑΝΣΗ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ» ή «ΩΡΙΜΑΣΕ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ»

-«ΠΑΛΑΙΩΜΕΝΟΣ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ» ή «ΠΑΛΑΙΩΣΗ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ»

-«ΟΙΝΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΚΑΙ ΩΡΙΜΑΣΕ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ» ή «ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΩΡΙΜΑΝΣΗ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ»

-«ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ» ή «ΟΙΝΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΣΕ ΒΑΡΕΛΙ»

### **B) Αναγραφή στην επισήμανση του έτους συγκομιδής**

#### **Νομικό πλαίσιο: Εθνική Νομοθεσία**

Στην περίπτωση χρήσης της ένδειξης «ΝΕΟΣ ΟΙΝΟΣ» ή «ΝΕΑΡΟΣ ΟΙΝΟΣ» στην επισήμανση των οίνων είναι υποχρεωτική η αναγραφή του έτους συγκομιδής των σταφυλιών όπως ορίζεται στο άρθρο 1 παρ.2 της αριθμ. 280557/9-6-2005 υπουργικής απόφαση «Καθορισμός του χρόνου,

ωρίμανσης, παλαίωσης και διάθεσης στην κατανάλωση, των οίνων Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας, των Τοπικών Οίνων καθώς και των ενδείξεων κατά την επισήμανσή τους που αφορούν τον τρόπο παραγωγής ή τις μεθόδους παρασκευής τους» (ΦΕΚ 818/Β/15-6-2005).

### **Γ) Παραδοσιακές Ενδείξεις**

Παραδοσιακές ενδείξεις σύμφωνα με την αριθμ 235309/7-2-2002 Υπουργική Απόφαση «Έγκριση παραδοσιακών ενδείξεων οίνων» οι οποίες συνδέονται με την ονομασία προέλευσης ή τη γεωγραφική ένδειξη.

Σύμφωνα με την ανωτέρω Υπουργική Απόφαση οι παραδοσιακές ενδείξεις που μπορούν να χρησιμοποιούνται στην επισήμανση των οίνων με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (Π.Γ.Ε.) Βερντέα είναι οι παρακάτω:

ΛΕΥΚΟΣ ΑΠΟ ΛΕΥΚΑ ΣΤΑΦΥΛΙΑ / Blanc de blancs, ΟΙΝΟΣ ΛΟΦΩΝ / Vin de collines, ΟΙΝΟΣ ΠΛΑΓΙΩΝ / Vin de coteaux, ΑΠΟ ΝΗΣΙΩΤΙΚΟ(ΟΥΣ) ΑΜΠΕΛΩΝΑ(ΕΣ) / Vin de vignoble(s) Insulaire(s).

### **Δ) Χρήση του όρου «Ονομασία κατά παράδοση»**

-Στην αριθμ. 397719/1-10-1992 Υπουργική Απόφαση «Καθορισμός προϋποθέσεων χρησιμοποίησεως της ένδειξης «ΒΕΡΝΤΕΑ Ονομασίας κατά Παράδοση Ζακύνθου»», ΦΕΚ 623/Β/22-10-1992, στη παράγραφο 4 αναφέρεται:

«Η ένδειξη «Ονομασία κατά Παράδοση Ζακύνθου» αναγράφεται και επί της κύριας ετικέτας των εμφιαλωμένων οίνων και επί των μέσων συσκευασίας αμέσως κάτω από την ένδειξη «ΒΕΡΝΤΕΑ» με γράμματα ύψους όχι μεγαλύτερων των γραμμάτων αυτής».

### **Ε) Περιορισμός στην αναγραφή ποικιλιών**

Σύμφωνα με τον Νόμο υπ' αριθ. 427/30-8-1976 «Περί αντικαταστάσεως, συμπληρώσεως και καταργήσεως ενίων διατάξεων του Ν.Δ. 243/1969 περί βελτιώσεως και προστασίας της αμπελουργικής παραγωγής»» «(ΦΕΚ 230/A31-8-1976) δεν επιτρέπεται στην επισήμανση και τη συσκευασία η αναγραφή του ονόματος της ποικιλίας «Ρομπόλα» για τους λευκούς, ξηρούς οίνους.

## **ΕΛΕΓΧΟΙ**

1. Οι έλεγχοι πραγματοποιούνται με βάση τις παρακάτω διατάξεις:

- Υπουργική απόφαση αριθ. 388052/8.8.2001 «Εφαρμογή του Καν(ΕΚ) 2729/00 της Επιτροπής σχετικά με τις λεπτομέρειες εφαρμογής όσον αφορά τους ελέγχους στον αμπελοοινικό τομέα» (ΦΕΚ 1089/B/ 21.8.2001).

- Κοινή Υπουργική Απόφαση αριθ. 392169/20-10-1999 «Γενικοί κανόνες χρήσης του όρου «Τοπικός Οίνος» ως περιγραφικού στοιχείου επιτραπέζιου οίνου» (ΦΕΚ 1985/B/8-11-1999) όπως τροποποιήθηκε με την με την αριθ. 321813/ 29-08-2007 ΚΥΑ (ΦΕΚ 1723/B/29-08-2007).

- Υπουργική Απόφαση αριθ. 397719/1.10.1992 «Καθορισμός Προϋποθέσεων χρησιμοποίησης της ένδειξης Βερντέα ονομασία κατά παράδοση Ζακύνθου ως περιγραφικού στοιχείου οίνου» (ΦΕΚ 623/B/22.10.1992).

- Υπουργική απόφαση αριθ. 398581/27-9-2001 « Καθορισμός λεπτομερειών εφαρμογής του Καν(ΕΚ) 1282/2001 της Επιτροπής όσον αφορά τις πληροφορίες για την αναγνώριση των προϊόντων και την παρακολούθηση της αγοράς στον αμπελοοινικό τομέα και για την τροποποίηση του Καν(ΕΚ) 1623/2000» (ΦΕΚ 1293/B/8.10.2001).

- Κοινή Υπουργική Απόφαση αριθ. 285870/1.9.2004 «Καθορισμός των αναγκαίων συμπληρωματικών μέτρων εφαρμογής του Καν(ΕΚ) 884/2001 της Επιτροπής σχετικά με τα συνοδευτικά έγγραφα μεταφοράς των αμπελοοινικών προϊόντων και των βιβλίων που πρέπει να τηρούνται στον



αμπελοοινικό τομέα» (ΦΕΚ 1372/Β/ 8.9.2004) όπως τροποποιήθηκε με την αριθ. 317456/4.11.2005 ΚΥΑ (ΦΕΚ 1571/Β/14.11.2005).

2. Τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που ενδιαφέρονται να παράγουν τον συγκεκριμένο οίνο ΠΓΕ δηλώνουν στην αρμόδια Διεύθυνση, δεκαπέντε μέρες (15) προ του τρυγητού την ημερομηνία που θα αρχίσουν να παραλαμβάνουν σταφυλές για το σκοπό αυτό. Στα ζυγολόγια ή τιμολόγια που εκδίδονται από τους οινοπαραγωγούς κατά την παραλαβή των σταφυλιών που προορίζονται για τον συγκεκριμένο οίνο ΠΓΕ αναγράφεται το ονοματεπώνυμο του αμπελουργού, η ποικιλία της αμπέλου, ο κωδικός αριθμός του αμπελοτεμαχίου του Αμπελουργικού Μητρώου καθώς και ο δείκτης διαθλάσεως του γλεύκους σταφυλιών. Τα στελέχη των ζυγολογίων ή τιμολογίων αυτών φυλάσσονται επί πέντε έτη και επιδεικνύονται σε κάθε ζήτηση των αρμόδιων οργάνων ελέγχου.

3. Οι ανωτέρω οίνοι που διατίθενται συσκευασμένοι/εμφιαλωμένοι στην κατανάλωση, φέρουν υποχρεωτικά τυπωμένο επί της ετικέτας, με ευθύνη του συσκευαστή/εμφιαλωτή, ως στοιχείο ελέγχου, ειδικό κωδικό αριθμό, ο οποίος περιλαμβάνει τα γράμματα **ΒΕ**, στη συνέχεια εξαψήφιο αριθμό και μετά, τα δυο τελευταία ψηφία του έτους παραγωγής. Οι ειδικοί κωδικοί αριθμοί χορηγούνται από τη Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας & Κτηνιατρικής της περιοχής (πρώην Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης) όπου βρίσκονται οι εγκαταστάσεις συσκευασίας/εμφιάλωσης μετά από αίτηση του ενδιαφερομένου και αφού προηγηθεί ο σχετικός έλεγχος.

## **ΑΡΧΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ**

α) Υπουργείο: Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

Διεύθυνση: Μεταποίησης-Τυποποίησης & Ποιοτικού Ελέγχου

Τμήμα: Οίνου και Αλκοολούχων Ποτών

Διεύθυνση: Αχαρνών 2, Αθήνα, Τ.Κ. GR-101 76

Τηλ.: 210 - 212 4171, 210 - 212 4287, 210-2124289

Fax: 210 - 52 38 337

e-mail: [ax2u249@minagric.gr](mailto:ax2u249@minagric.gr), [ax2u086@minagric.gr](mailto:ax2u086@minagric.gr), [ax2u172@minagric.gr](mailto:ax2u172@minagric.gr)

β) Διευθύνσεις Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής

γ) Περιφερειακά Κέντρα Προστασίας Φυτών και Περιφερειακού Ελέγχου