

ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΦΑΚΕΛΟΣ



© ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ: FACEBOOK THE ΕΤΑΙΡΕΙΑ THE OLIVE FABRICA

Ένα σήμα δείχνει δέσμευση αλλά δεν ορίζει τη φιλοξενία

Στον αγροτουρισμό πρώτα είναι η κουλτούρα και μετά η οικονομική επένδυση

ΤΟΥ ΑΓΙ ΤΣΙΜΠΛΑΚΗ
tsimplakis@agronews.gr

Με τη θέσπιση του ειδικού σήματος επισκεψιμότητας να ξεκινά, εν έτει 2017, από τα οινοποιεία, σε μια προσπάθεια ενίσχυσης της προώθησης του οινοτουρισμού, η εμπειρία αυτή, η οποία αποτιμάται πλέον ως επιτυχημένη από πολλούς εμπλεκόμενους στον κλάδο, έστρωσε το χαλί και για τη θέσπιση των επιπλέον σημάτων. Λίγα χρόνια μετά, το 2021 και το 2022, ακολούθησαν τα σήματα επισκέψιμου ζυθοποιείου, ελαιολιβερίου και τυροκομείου, ενώ σήμερα βρίσκεται σε διαβούλευση και το σήμα Επισκέψιμου Αποσταγματοποιείου-Ποτοποιείου.

«Έχουμε ανοίξει το ελαιολιβερίο μας εδώ και δέκα χρόνια οργανώνοντας ξενα-

γήσεις για Έλληνες και ξένους επισκέπτες φθάνοντας τις 35 επισκέψεις την ημέρα προ πανδημίας» θα πει ο Απόστολος Βολιώτης, επικεφαλής της ομώνυμης επιχείρησης στα Άνω Λεχώνια Βόλου, μία από τις πρώτες αντίστοιχες επιχειρήσεις που κατέθεσαν αίτηση για το Σήμα Επισκέψιμου Ελαιολιβερίου. Σύμφωνα με τον ίδιο, το σήμα μπορεί να επιτύχει τους βασικούς στόχους του, που είναι η διασύνδεση του τουρισμού με παραγωγικούς κλάδους του πρωτογενούς τομέα, ώστε να ενισχυθεί η εξωστρέφεια και το εισόδημα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτούς τους τομείς αλλά και η επισκεψιμότητα των περιοχών παραγωγής.

«Βλέπουμε αύξηση στην επισκεψιμότητα, όχι όμως μόνο λόγω του σήματος, αλλά και

λόγω της ποιότητας της δουλειάς μας» συμπληρώνει ο Γιάννης Σταθόρης του ομώνυμου Τυροκομείου της Χαλκιδικής, το οποίο ήταν το πρώτο που έλαβε το αντίστοιχο σήμα. «Είχαμε από πριν την ιδέα, γιατί η φιλοξενία είναι βασικό στοιχείο της κουλτούρας μας. Νομίζω όμως ότι αξίζει το σήμα. Βάζεις τα πράγματα σε μια σειρά και δείχνεις τη δουλειά σου με περηφάνια» συμπληρώνει.

Στο ίδιο μήκος κύματος και η Αμάντα Λιανομάτη από το οινοποιείο Ολύμπια Γη στην Αρχαία Ολυμπία αναφέρει: «Η απόκτηση του σήματος απλώς επιβεβαίωσε τη δέσμευσή μας για την παροχή ποιοτικών προϊόντων και υψηλού επιπέδου φιλοξενίας και αποτελεί μόνο ένα κλειδί, μέσα στα πολλά που πρέπει να κατακτήσει κανείς για υψηλές επιδόσεις στον οινοτουρισμό».

“

**Επισκέψιμα
αποσταγματοποιεία**

Τη θέσπιση σήματος
επισκέψιμου
αποσταγματοποιείου -
ποτοποιείου προβλέπει
σχέδιο Νόμου του υπουργείου
Τουρισμού που βρίσκεται σε
δημόσια διαβούλευση

Οικογένεια Βολιώτη - Ελαιόλαδο Πηλίου

Αν ξέρεις τι κάνεις στο ελαιόλαδο, το σήμα είναι μια ασφαλής επένδυση

«Πολλά τα οφέλη για την τοπική κοινωνία» σημειώνει ο Απόστολος Βολιώτης από τη Μαγνησία

Τη δυναμική που έχει ο ελαιoturισμός έχει αναγνωρίσει εδώ και πολλά χρόνια το ελαιotριβείο της Οικογένειας Βολιώτη, καθώς ήδη από το 2016 οργανώνει ξεναγήσεις για Έλληνες και επισκέπτες από το εξωτερικό. Αυτή η επιχειρηματική επιλογή είχε ως αποτέλεσμα να είναι μία από τις πρώτες αντίστοιχες επιχειρήσεις που κατέθεσαν αίτηση για το Σήμα Επισκέψιμου Ελαιotριβείου, το οποίο σύμφωνα με τον επικεφαλής Απόστολο Βολιώτη, θα συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη της επιχείρησής του.

Όταν πριν από μία δεκαετία περίπου το ελαιotριβείο με έδρα τα Λεχώνια Βόλου ξεκίνησε την τυποποίηση βιολογικού αγουρέλαιου, ταυτόχρονα άνοιξε και τις πόρτες του στο κοινό. Άρχισε να δέχεται ξένους κυρίως επισκέπτες που είχαν έντονη περιέργεια να δουν από κοντά πώς παράγεται το ελαιόλαδο και τις περισσότερες φορές προχωρούν και σε αγορές ελαιotλάδου αλλά και άλλων προϊόντων από τοπικές επιχειρήσεις.

Ελκυστικό στα τουριστικά γραφεία

Σύμφωνα με τον κ. Βολιώτη, το σήμα του Επισκέψιμου Ελαιotριβείου αναμένεται να αυξήσει τις επισκέψεις, οι οποίες, όπως ο ίδιος σημειώνει, πριν από την πανδημία μπορεί να έφταναν και τις 35 τη μέρα. Το σήμα προσδίδει μεγαλύτερο κύρος και αναγνωρισιμότητα, καθώς και έχει κάνει το ελαιotριβείο πιο ελκυστικό



Συχνά οι επισκέπτες προχωρούν σε αγορές ελαιotλάδου και άλλων προϊόντων

στα τουριστικά και ταξιδιωτικά γραφεία. Σύμφωνα με τον ίδιο, «τώρα κάποια τουριστικά γραφεία μας εμπιστεύονται περισσότερο. Παλαιότερα το κάναμε και χωρίς το σήμα, όμως όταν έχεις ένα επίσημο χαρτί, η αξιοπιστία και η εμπιστοσύνη είναι πολύ μεγαλύτερες».

Ναυαρχίδα το βραβευμένο Black Rock

Μαζί με το κομμάτι του ελαιoturισμού σε πλήρη ανάπτυξη βρίσκεται τα τελευταία χρόνια και το στρατηγικό άνοιγμα της «Voliotis Family - Olive Oil» στο τυποποιημένο επώνυμο ελαιόλαδο, η οποία από το 2019 υλοποίησε και τρία



προγράμματα εκσυγχρονισμού του μηχανολογικού εξοπλισμού στο πλαίσιο του ΠΑΑ, αφού είχε προηγηθεί το 2016 η επένδυση σε νέο μηχανικό εξοπλισμό διφασικής τεχνολογίας που χρησιμοποιεί ελάχιστες ποσότητες νερού καθώς και σε δεξαμενές με άζωτο.

Στοιχείο του επαναπροσδιορισμού της πορείας της επιχείρησης είναι και το λανσάρισμα το 2023 του νέου premium προϊόντος «Black Rock» που αποτελεί ναυαρχίδα της γκάμας των ελαιotλάδων από ποικιλία Αμφίσσης ενώ ως επιστέγασμα των δράσεων για την κοινωνική ευθύνη η επιχείρηση απέσπασε το βραβείο «ETHOS» της «EUROCERT» στο οποίο συντέλεσε με ταξυ άλλων και η σημαντική μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.

Να αναφερθεί επίσης ότι, καθώς το ελαιotριβείο ήταν επισκέψιμο και πριν την απόκτηση της πιστοποίησης, η απαιτούμενη επένδυση και χρόνος που χρειάστηκε δεν ήταν υπέρτοκα.



«Ναυαρχίδα» του τυροκομείου Σταθώρη αποτελεί το τυρί «Πετρωτό», το οποίο παράγεται αμιγώς από κατακίσιο γάλα και έχει αποσπάσει και πολλά βραβεία. Η μονάδα συνολικά παράγει περί τους 17-18 κωδικούς τυροκομικών προϊόντων.

Τυροκομείο Σταθώρη - Ιερισσός Χαλκιδικής

Βάζεις τα πράγματα σε μια σειρά και δείχνεις τη δουλειά σου με περηφάνεια

«Η κουλτούρα μας σαν οικογένεια και τυροκομείο είναι η φιλοξενία», λέει ο Γιάννης Σταθώρης

Το σήμα του επισκέψιμου τυροκομείου αξιοποίησαν οι άνθρωποι της «Σταθώρη Τυροκομική», ανοίγοντας τις πύλες των εγκαταστάσεών τους για το κοινό στην Ιερισσό Χαλκιδικής όπου οι επισκέπτες μπορούν να δουν, να δοκιμάσουν και να προμηθευτούν τα προϊόντα της μονάδας. Πρόκειται για έναν άρτια αισθητική χώρο έκθεσης τυροκομικών προϊόντων, όπου η γεισιγνωσία συνδυάζεται με την ενημέρωση για τα διάφορα τοπικά εδέσματα και με τη συνοδεία φρέσκιας χειροποίητης μπίρας από τη Μικροζυθοποιία Seven Seals ή με μοναστηριακά κρασιά από το Άγ. Όρος.

Εξωστρέφεια και αναγνωρισιμότητα

Σύμφωνα με τον επικεφαλής, Γιάννη Σταθώρη, πρόκειται για μια επένδυση πολύ αποδοτική, καθώς προσθέτει κύρος και αξιοπιστία στην επιχείρηση, καθιστώντας την πιο εξωστρεφή και αναγνωρίσιμη. «Νομίζω πως αξίζει τον κόπο, διότι σε βάζει στην εξωστρέφεια. Θα σε δει ο κόσμος, θα δει τι κάνεις, τι παράγεις, πού τα παράγεις» επισημαίνει ο ίδιος. Μάλιστα όπως συμπληρώνει, παρά το γεγονός ότι η ιδέα για ένα επισκέψιμο τυροκομείο υπήρχε πριν από την καθιέρωση του σήματος, η πιστοποίηση αυτή συνέβαλε στην

Πολλοί επισκέπτες παρομοιάζουν την εμπειρία τους στη φιλοξενία με αυτή ενός καλού ξενοδοχείου

αύξηση της επισκεψιμότητας τόσο Ελλήνων, όσο και ξένων τουριστών. «Βλέπουμε αύξηση στην επισκεψιμότητα, όχι μόνο λόγω του σήματος, αλλά και λόγω της ποιότητας της δουλειάς μας». Η θετική εικόνα του τυροκομείου στους επισκέπτες ενισχύεται από τις θετικές κριτικές που λαμβάνουν, με αρκετούς να παρομοιάζουν την εμπειρία τους με αυτή ενός ξενοδοχείου.

Ανάλογα με τις υπάρχουσες υποδομές η προετοιμασία για το επισκέψιμο

Σε ό,τι αφορά την προετοιμασία για να γίνει ένα τυροκομείο επισκέψιμο, ποικίλλει ανάλογα με τις υπάρχουσες υποδομές. Ο κ. Σταθώρης εξηγεί ότι η επένδυση μπορεί να είναι μεγαλύτερη, αν δεν υπάρχουν ήδη οι απαραίτητες εγκαταστάσεις. Στην περίπτωση τους, ήταν πιο προσαρμοσμένη στις ανάγκες τους, καθώς υπήρχε ήδη ο κατάλληλος διαμορφωμένος χώρος με τουαλέτες για Α.Μ.Ε.Α και όλα τα συναφή.

Η κουλτούρα της οικογένειας Σταθώρη, που βασίζεται στη φιλοξενία και την ποιότητα, είναι κλειδί για την επιτυχία σύμφωνα με τον ίδιο. «Η κουλτούρα μας σαν οικογένεια και σαν τυροκομείο είναι να προσφέρουμε φιλοξενία και ποιότητα», λέει ο κ. Σταθώρης, επισημαίνοντας τη σημασία



του να δημιουργείται μια ολοκληρωμένη εμπειρία για τους επισκέπτες.

Επίσκεψη και η μικροζυθοποιία Seven Seals της οικογένειας

Το μέλλον της επιχείρησης φαίνεται λαμπρό, με τα παιδιά του ιδιοκτήτη να συνεχίζουν την οικογενειακή παράδοση. Ο μεγάλος του γιος έχει ήδη δημιουργήσει τη μικροζυθοποιία Seven Seals, η οποία επίσης σχεδιάζεται να γίνει επισκέψιμη. Ο ίδιος μάλιστα συμβουλεύει τους νέους τυροκόμους να επενδύσουν στο σήμα επισκεψιμότητας: «Νομίζω ότι αξίζει. Βάζεις τα πράγματα σε μια σειρά και δείχνεις τη δουλειά σου με περηφάνια».



Η επιχείρηση «Voliotis Family - Olive Oil» παράγει και εμπορεύεται επίσης βιολογικό ελαιόλαδο.



Ο Απόστολος Βολιώτης με τον γιο του Βαγγέλη.

Κτήμα Ολύμπια Γη - Αρχαία Ολυμπία

Πάθος, επιμονή και στρατηγική για επιτυχία στον οινοτουρισμό

«Το σήμα επιβεβαιώνει τη δέσμευσή μας» τονίζει η Αμάντα Λιαρομμάτη



Μια πλατφόρμα με όλα τα επισκέψιμα οινοποιεία της χώρας θα απογειώνει τον οινοτουρισμό

Ακριβώς δίπλα στον αρχαιολογικό χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας, έναν τόπο με τεράστια επισκεψιμότητα, το οινοποιείο της οικογένειας Λιαρομμάτη, που λειτουργεί από το 2009, έχει καταφέρει να ξεχωρίσει, προσελκύοντας επισκέπτες απ' όλη την υφήλιο.

Δύο μόλις χρόνια μετά την έναρξη της παραγωγής είχαν ήδη ξεκινήσει να προσφέρουν ξεναγήσεις και γευσιγνωσίες, συνδυάζοντας την αρχαία ελληνική κληρονομιά

με τη σύγχρονη οινοπαραγωγή.

Η ιδέα το οινοποιείο να γίνει επισκέψιμο ήρθε στους ιδιοκτήτες το 2011. Όπως αναφέρουν, η απόκτηση του σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου από το υπουργείο Τουρισμού απλώς επιβεβαίωσε τη δέσμευσή τους για την παροχή ποιοτικών προϊόντων και υψηλού επιπέδου φιλοξενίας.

Οι ξεναγήσεις που προσφέρονται περιλαμβάνουν επισκέψεις στους αμπελώνες, όπου οι επι-

σκέπτες μαθαίνουν για την ιστορία και την καλλιέργεια, καθώς και στο χώρο παραγωγής του κρασιού.

Γραφειοκρατικές διευθετήσεις

Αν και το οινοποιείο είχε ήδη διαμορφώσει τους απαραίτητους χώρους πριν αποκτήσει το σήμα του επισκέψιμου οινοποιείου, η διαδικασία χρειαζόταν ορισμένες γραφειοκρατικές διευθετήσεις. Η ανανέωση του καταστατικού της εταιρείας και η συγκέντρωση των απαραίτητων εγγράφων ήταν μερικά από τα βήματα που χρειάστηκαν. Ωστόσο, οι ιδιοκτήτες θεωρούν ότι η ύπαρξη του σήματος είναι σημαντική και έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα χρήσιμο, καθώς δείχνει ότι υπάρχει ένας έλεγχος από το κράτος και ότι οι υποδομές του οινοποιείου πληρούν τις απαραίτητες προδιαγραφές.

Βελτίωση της ξεναγήσης στα μελλοντικά σχέδια

Η διαφήμιση και η προώθηση του οινοποιείου είναι βασισμένη κυρίως στα social media και στη συνεργασία με τουριστικά γραφεία. Μάλιστα μέσα από τη συζήτηση προέκυψε η ιδέα και η ανάγκη για τη δημιουργία μιας πλατφόρμας όπου οι επισκέπτες θα μπο-



ρούν να ενημερώνονται για τα επισκέψιμα οινοποιεία της Ελλάδας. Αν αυτό το εγχείρημα υλοποιούνταν από κάποιον δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα θα είχε όλα τα φόντα να βοηθήσει στην περαιτέρω προώθηση όχι μόνο αυτού του οινοποιείου αλλά και όλων των επιχειρήσεων που διαθέτουν το σήμα επισκεψιμότητας. Στα μελλοντικά σχέδια για το οινοποιείο περιλαμβάνονται η βελτίωση της ξεναγήσης και η δημιουργία βίντεο που θα δείχνει τη διαδικασία παραγωγής του κρασιού από την αρχή έως το τέλος.

Απαραίτητη η πλατφόρμα

Η ιστορία του οινοποιείου στην Αρχαία Ολυμπία δείχνει ότι με πάθος, επιμονή και σωστή στρατηγική, ένα οινοποιείο μπορεί να γίνει σημείο αναφοράς για τον οινοτουρισμό. Η ύπαρξη του σήματος του επισκέψιμου οινοποιείου, η προώθηση μέσω των social media και η συνεργασία με τουριστικά γραφεία είναι μερικά από τα κλειδιά της επιτυχίας. Ωστόσο, η δημιουργία μιας κεντρικής πλατφόρμας που θα προωθήσει τα επισκέψιμα οινοποιεία της Ελλάδας θα μπορούσε να απογειώσει την εμπειρία του οινοτουρισμού στη χώρα μας.



Στάθης Λιαρομμάτης



Αμάντα Λιαρομμάτη