

Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΑΤΡΑ 2002

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: "ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΟΝ ΟΙΝΟ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ
ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑΣ. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ"



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:

ΞΗΝΤΑΡΗ
ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ

ΣΩΤΗΡΙΟΥ
ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ

“ Τρεις μόνον κρατήρας εγκερανύω τις ευ φρονούσι, τον μεν υγείας έναν, όν πρώρων εκπίνουσι, των δε δεύτερον έρωτος ηδονής τε, τον τρίτον δε ύπνου όν εκπίοντες οι σοφοί κεκλημένοι οίκαδε βαδίζουσι, ο δε τέταρτος ούκ έτι ημέτερος εστί, αλλα ύβρεως ο δε πέμπτος βοής ”.

Ανακρέων

Τρεις μόνο κρατήρες γεμίζω για τους φρόνιμους, τον πρώτο για την υγεία τον δεύτερο για τον έρωτα και την ηδονή και τον τρίτο για τον ύπνο, αφού όταν τον πιουν οι σοφοί καλεσμένοι πάνε στο σπίτι τους, ο τέταρτος δεν είναι για μένα γιατί οδηγεί σε καυγάδες, ο δε πέμπτος σε φασαρία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ	5
I. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	5
Από την ελληνική μυθολογία	5
Συμπόσια, γιορτές και λατρεία	5
Η Σημασία του κρασιού στην αρχαία ελληνική κοινωνία και οικονομία	7
Το κρασί στη εποχή της Ρωμαϊκής κυριαρχίας	7
Το κρασί στους Βυζαντινούς Χρόνους	8
Το κρασί επί Τουρκοκρατίας	9
Το κρασί στη Νεότερη και σύγχρονη Ελλάδα	9
II. ΟΙΝΟΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΙΑ	11
Ισλαμισμός	12
Ιουδαϊσμός	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	14
I. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΙΝΟ	14
Ορισμός, γενικές πληροφορίες για το κρασί	14
A. "Χημική" Διάκριση	15
B. "Ποιοτική" διάκριση	17
ΚΑΝΟΝΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	20
Η ΕΤΙΚΕΤΑ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ	21
ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΟΙΝΟΥ	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ	24
I. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ	24
ΤΟ ΑΜΠΕΛΙ	24
Ο ΤΡΥΓΟΣ	24
Η ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ	25
Λευκή οινοποίηση :	25
Ερυθρά οινοποίηση :	26
II. ΩΡΙΜΑΝΣΗ ΚΑΙ ΠΑΛΑΙΩΣΗ	26
Λευκά κρασιά	27
Κόκκινα κρασιά	27
III. ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ	29
IV. Η ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ	32
I. ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ	32
ΕΛΛΑΔΑ	32
Εκτάσεις Ελληνικών οιναμπέλων	37
Ιταλία	38
Γαλλία	40
Ισπανία	41
Γερμανία	42
Λοιπές οινοπαραγωγικές χώρες	43
Εκτάσεις οιναμπέλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ	45
I. ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΑ	45
Το χρώμα και η όψη του κρασιού.	45
Η διαύγεια του κρασιού	46
Το άρωμα του κρασιού	46
Ορισμός, έννοια γευσιγνωσίας.	48
Τεχνική της γευσιγνωσίας.	49
Αισθήσεις που χρησιμοποιούνται στη δοκιμασία.	50
Δυσκολίες της δοκιμής.	51
Παράγοντες που επηρεάζουν τη δοκιμή.	52
Πρακτικοί κανόνες δοκιμής.	52
II: ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΦΑΓΗΤΟ	53
Αρμονία χρωμάτων.	53
Συνδυασμοί φαγητού – κρασιού.	54
III. ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ	57
I. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΠΟΤΩΝ.	57
Ευάγγελος Τσάνταλης Α.Ε.	57
Κουρτάκης Α.Ε.	58
Αχαΐα Κλάους Α.Ε.	58
Μπουτάρης Α.Ε.	59
Σπηλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε	60
II. ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΟΙΝΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2000	62
III. ΕΞΕΛΙΞΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ	63
ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ Α.Ε.	63
ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε	68
ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ Α.Ε.	72
ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε.	76
ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	79
IV. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	82
V. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ (ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)	84
Η Δημοτικότητα των ελληνικών κρασιών.	91
Εισαγωγές οίνου στην Ελλάδα	92
Εξαγωγές Ελληνικού οίνου	93
Εγχώρια παραγωγή	94
Μεγέθη Εκριζώσεων	95

Έλλειψη αμπελουργικού μητρώου	95
Η παγκόσμια αγορά οίνου	97
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ	98
I. ΜΠΥΡΑ	98
II. ΟΥΖΟ	102
III. ΚΡΑΣΙ ΧΥΜΑ	104
IV. ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ	108
I. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	108
II. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	109
IV. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	112
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	117
ΠΗΓΕΣ	117

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

I. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Από την ελληνική μυθολογία

Οι Αρχαίοι Έλληνες θεωρούσαν το κρασί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής τους. Αυτό επιβεβαιώνεται από μία σειρά θεότητες που επινόησαν, με κεντρικό πρόσωπο τον Διόνυσο. Ο Διόνυσος, γιος του Δία και της Σεμέλης, κόρη του βασιλιά Κάδμου της Θήβας, ήταν ο θεός της γονιμότητας, του κρασιού και του θεάτρου. Λέγεται πως με το κρασί κατάφερε να συμφιλιώσει τον Ήφαιστο με την Ήρα και να συμφιλιωθεί και αυτός μαζί της.

Όλα αυτά αντανακλούν την πεποίθηση των Αρχαίων Ελλήνων ότι το κρασί δρα καταλυτικά στην επικοινωνία των ανθρώπων γιαυτό συμφιλιώνει ακόμα και θεούς. Παράλληλα ήταν πολύ αγαπητός στους απλούς ανθρώπους, καθώς αποτελούσε μια ευχάριστη διέξοδο από τα καθημερινά τους προβλήματα. Μόνιμοι συνοδοί του Διονύσου σε θεϊκές συντροφίες ήταν οι Σάτυροι και οι Σειλινοί, θεότητες με μορφή αλόγου. Επίσης, Μαινάδες ονομάζονταν οι γυναίκες που τις είχε καταλάβει η μανία του Διονύσου. Υπονοείται έτσι η έκσταση και η κατάσταση μέθης που έρχεται με την υπερβολική κατανάλωση κρασιού.

Συμπόσια, γιορτές και λατρεία

Είναι γνωστό ότι οι Αρχαίοι Έλληνες τιμούσαν τον Διόνυσο και το κρασί με γιορτές, σε κάθε ευκαιρία. Κάθε αγροτική δουλειά που γινόταν ομαδικά, συνοδευόταν από μεγάλα γλέντια. Κλασικό παράδειγμα ο τρύγος. Τον Οκτώβριο, προς τιμήν του Διονύσου γιορτάζονταν τα Οσχοφόρια. Η γιορτή περιελάμβανε αγώνες δρόμου και χορούς από νέους χορευτές που έφεραν σταφύλια και κλαδιά αμπέλου. Τον Δεκέμβριο γιορτάζονταν τα Διονύσια, γιορτή αφιερωμένη στην γονιμότητα και την βλάστηση. Κατά τα Διονύσια τελούνταν και αγώνες όπου οι διαγωνιζόμενοι προσπαθούσαν να ισορροπήσουν πάνω σε ένα λαδωμένο ασκί που περιείχε κρασί. Το έπαθλο του νικητή ήταν το ίδιο το ασκί.

Μια άλλη λαμπρή γιορτή ήταν τα Ανθεστήρια που άρχιζαν στα μέσα Φεβρουαρίου. Την πρώτη μέρα της γιορτής κάθε

χωρικός έφερε το πιθάρι του στο Λίμναιον, το αρχαίο ιερό της Αθήνας. Ένας, ένας άνοιγε το πιθάρι του και δοκίμαζε το καινούργιο κρασί. Ακριβώς επειδή η ημέρα αυτή ήταν αφιερωμένη στο άνοιγμα των πιθαριών ονομαζόταν Πυθοίγια. Την ημέρα αυτή ακολουθούσε και μεγάλο γλέντι με μουσική και χορό. Η δεύτερη ημέρα ελέγετο Χόες (Χους= μικρό αγγείο).Χαρακτηριστική εκδήλωση της ημέρας αυτής ήταν ο διαγωνισμός οينوποσίας. Νικητής ήταν όποιος θα έπινε πιο γρήγορα το κρασί που περιείχε μία χόα. Η ημέρα αυτή ήταν μια μέρα πραγματικά αφιερωμένη στην οينوποσία, το γλέντι και το χορό: ο θεός Διόνυσος περιφέρονταν ανεβασμένος στο άρμα του και οι συμμετέχοντες σε αυτήν την "πομπή του Διονύσου", φορούσαν μάσκες και αμπελόφυλλα στα μαλλιά.Η τρίτη ημέρα λεγόταν Χύτροι γιατί προσέφεραν στο Διόνυσο χύτρους, δηλαδή αγγεία στολισμένα με άνθη. Η μέρα αυτή ήταν αφιερωμένη στους νεκρούς και τους ετοιμοθάνατους.

Οι πιο συνηθισμένες κοινωνικές εκδηλώσεις στην αρχαία Ελλάδα ήταν τα συμπόσια. Συμπόσιο ήταν η γιορτή που γινόταν επ' ευκαιρία κάποιου γεγονότος όπως οικογενειακής γιορτής, επιτυχίας, νίκης σε έναν αγώνα και ήταν από τις πιο ευχάριστες στιγμές των αρχαίων Ελλήνων. Για κάθε συμπόσιο οριζόταν και ένας συμποσιάρχης ο οποίος ήταν υπεύθυνος για την αραιώση του κρασιού, το γενικό κλίμα του συμποσίου και παράλληλα για το πόσο κρασί θα πει ο καθένας, επιβάλλοντας ακόμα και ποινές. Για το συμπόσιο υπήρχε και το ανάλογο υπηρετικό προσωπικό. Ο οينوχός ανήκε στο ανώτερο υπηρετικό προσωπικό και φρόντιζε να υπάρχει πάντα κρασί στις κούπες των προσκεκλημένων. Οι κήρυκες υπό τις οδηγίες του συμποσιάρχη ήταν υπεύθυνοι για την αραιώση του κρασιού και τέλος οι τραπεζοκόμοι ήταν υπεύθυνοι για το σερβίρισμα του φαγητού. Κατά τη διάρκεια του συμποσίου και ανάλογα με την σύνθεση, γίνονταν συζητήσεις ή υπήρχαν διάφορες εκδηλώσεις όπως μουσική, χορός και θέατρο.

Αν και οι γιορτές ήταν πολλές, οι αρχαίοι Έλληνες έπιναν με μέτρο. Οι μεθυσμένοι σύμφωνα με τα κριτήρια της εποχής, δεν θεωρούνταν άνθρωποι ικανοί για μεγάλα έργα. Ο Αθηναίος πολίτης των κλασικών χρόνων θεωρεί το κρασί ως το μέσο που διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων. Το πίνει για την ευχαρίστησή του, αλλά γιατί το θεωρεί υγιεινό (αφού διευκολύνει την πέψη) και θρεπτικό. Ο νομοθέτης Λοκρίδας μάλιστα είχε απαγορεύσει δια νόμου στους πολίτες να πίνουν κρασί ανέρωτο. Το κρασί πινόταν πάντοτε με νερό. Αυτή η "κράσις" (συνένωση) του οίνου με το νερό από την οποία προέρχεται η λέξη "κρασί", γινόταν συνήθως με την αναλογία δύο

μέρη νερό προς ένα μέρος κρασί. Η κράσις του οίνου γινόταν σε ένα μεγάλο χάλκινο αγγείο, τον κρατήρα.

Η Σημασία του κρασιού στην αρχαία ελληνική κοινωνία και οικονομία

Το κρασί, εκτός από την χρήση του για τη τέρψη των ανθρώπων, χρησιμοποιείτο από αρχαιοτάτων χρόνων ως φαρμακευτική ουσία: ιατρικές δίαιτες παραγωγή φαρμάκων πλύση τραυμάτων, ήταν μερικές από τις χρήσεις του κρασιού. Χρησιμοποιείτο επίσης στις σπονδές και σε περιπτώσεις πολέμου όπου προσφερόταν στους πολεμιστές κατά την αναχώρηση. Η τεράστια οικονομική σημασία του κρασιού είχε σαν αποτέλεσμα την νομοθετική προστασία. Είχε μάλιστα επινοηθεί από τους αρχαίους "Ελληνες για πρώτη φορά η έννοια της ονομασίας προέλευσης. Έτσι συναντάμε κείμενα περιγραφής διάφορων τοπικών οίνων : το Λέσβιο οίνο (τον εύπνουν) το Μενδήσιο οίνο (τον λεκόν και αυστηρόν) το Χίο οίνο (τον άριστον των άλλων οίνων).

Ο πρώτος αμπελοοινικός νόμος που σώζεται είναι του 5^{ου} π.Χ αιώνα και αποτελείται από διατάξεις που ρυθμίζουν θέματα τρύγου και πώλησης οίνου. Στον νόμο αυτό ορίζεται σαφώς ότι ο οίνος που προορίζετο για εξαγωγή, τοποθετείται σε αμφορείς στους οποίους πρέπει να αναγράφεται το όνομα του εμπόρου και η σοδιά. Επίσης ότι οίνος πωλείται μόνο σε αμφορείς σφραγισμένους από τους ελεγκτές της αγοράς.

Το κρασί στη εποχή της Ρωμαϊκής κυριαρχίας

Τα 146 π.Χ η Ελλάδα κατακτήθηκε από τους Ρωμαίους. Ήταν φυσικά και το τέλος της Ελληνικής κυριαρχίας στο χώρο του κρασιού, καθώς τα ελληνικά κέντρα-εμπορίου έπεσαν σε παρακμή και τη θέση τους πήραν τα ρωμαϊκά. Παρόλα αυτά τα ελληνικά κρασιά παρέμεναν τα πιο φημισμένα και για λόγους ανταγωνισμού αλλά και σπανιότητας, τα πιο ακριβά. Αναφέρεται ότι ο Καίσαρας για να ευχαριστήσει πολλές φορές αξιωματούχους της Ρώμης, τους προσέφερε ελληνικά κρασιά.

Οι Ρωμαίοι ήταν οι πρώτοι που έβαλαν στηρίγματα στα αμπέλια και διαμόρφωσαν την "κρεβατίνα". Σε αντίθεση με του

έλληνες που συνήθιζαν να απλώνουν τα αμπέλια τους στο έδαφος. Ακολουθώντας το παράδειγμα των ελλήνων στα αγγεία που περιείχαν κρασί έγραφαν με μελάνι τη χρονιά της σοδιάς, το χρώμα του κρασιού το όνομα αυτού που τα “εμφιάλωσε” και το όνομα αυτού που είχε τα κελάρια από τα οποία προερχόταν το κρασί. Αυτό γινόταν για να διευκολύνεται η φορολόγηση αλλά και για λόγους ανταγωνισμού. Σιγά , σιγά η ρωμαϊκή οينوποιία κατέλαβε την πρώτη θέση στην ευρωπαϊκή αγορά. Οι Ρωμαίοι κυριάρχησαν στο χώρο του κρασιού δύο τρεις αιώνες περίπου.

Η πτώση της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας και η είσοδος στην Ευρώπη διαφόρων στρατιών Βίκινγκς Ασιατών και Μουσουλμάνων οδήγησαν σε εξαφάνιση τεράστιων αμπελουργικών εκτάσεων και, τελικά, σε “οπισθοδρόμηση” της αμπελουργίας. Η μετέπειτα αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για το κρασί οφείλεται σε χώρες όπως Γαλλία, Ισπανία, και Γερμανία που ανέπτυξαν νέες αμπελουργικές και οينوποιητικές τεχνικές και βελτίωσαν το άρωμα και τη γεύση του κρασιού.

Το κρασί στους Βυζαντινούς Χρόνους

Κατά την Βυζαντινή περίοδο, η αμπελουργία στο μεγαλύτερό της μέρος γινόταν από μοναχούς. Οι βυζαντινοί δεν αραίωναν το κρασί με νερό και μάλιστα το έπιναν ζεστό, συνήθεια που αποτελούσε δείγμα πολυτέλειας. Συνήθιζαν επίσης να καταναλώνουν ορισμένες τροφές πριν το κρασί για μην μεθούν εύκολα, όπως ωμό λάχανο και πικραμύγδαλα. Εκείνη την εποχή, ο Διόνυσος βρισκόταν υπό διωγμό. υπήρχε νόμος που έλεγε ότι αν κατά την ώρα του τρύγου αναφέρει κάποιος το όνομα του Διονύσου θα τιμωρείται. Παρά τη νομοθεσία οι βυζαντινοί κράτησαν τα έθιμα για πολλή καιρό. Σιγά, σιγά οι αμπελώνες άρχισαν να περνάνε στην ιδιοκτησία της εκκλησίας, η οποία διέθετε μεγάλο πλούτο και έτσι μπορούσε να κατασκευάζει πολύ σύγχρονα οينوποιεία.

Ακόμα κατά τους βυζαντινούς χρόνους απαντώνται ειδικά καταστήματα πώλησης οίνου, τα λεγόμενα οينوπωλεία ή ταβερνεία ή καπηλειά. Οι καταστηματάρχες λέγονταν κάπηλοι. Κατά την περίοδο αυτή το πιο φημισμένο κρασί και περιζήτητο, ήταν της Μαλβαζίας (Μονεμβασιάς) το οποίο παρασκευαζόταν στο τρίγωνο Θήρας, Κρήτης και Μονεμβασιάς (κυρίως στην Κρήτη) και αποτελούσε αντικείμενο πανευρωπαϊκού εμπορίου. Πλοία από τη Γαλλία, τη Γερμανία την Αγγλία και την Ιταλία έφταναν στα λιμάνια

της Κρήτης με σκοπό να φορτώσουν Μαλβαζία. Η φήμη του κρασιού αυτού διατηρήθηκε μέχρι τον 19^ο αιώνα.

Το κρασί επί Τουρκοκρατίας

Κατά τη διάρκεια της τουρκοκρατίας η αμπελουργία δεν περιορίστηκε όπως θα αναμενόταν, αντίθετα : οι εκάστοτε Τούρκοι άρχοντες προωθούσαν την αμπελουργία έχοντας κατανοήσει ότι πρόκειται για μια σοβαρή πηγή πόρων. Στα τέλη της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας όμως η κατάσταση γίνεται πιο δύσκολη. Ο τοπικός άρχοντας δεν αφήνει τον παραγωγό να μεταφέρει τον τρύγο στο οινοποιείο εάν δεν έχει εξοφλήσει τα χρέη του, καταστρέφοντας έτσι μεγάλες σοδιές αλλά και οικογένειες που βασίζονταν σε αυτές. Το χειρότερο από όλα όμως είναι ότι οι Τούρκοι καθώς υποχωρούσαν, κατέστρεφαν, ξερίζωναν και έκαιγαν τα αμπέλια που συναντούσαν στο πέρασμά τους.

Το κρασί στη Νεότερη και σύγχρονη Ελλάδα

Κατά την περίοδο 1821-1860, η Ελλάδα είχε έκταση 47.516 τετραγωνικά χιλιόμετρα αποτελούμενη από την Πελοπόννησο, τη Στερεά, την Εύβοια, τα νησιά του Αργωσαρωνικού τις Κυκλάδες και τις Σποράδες. Σε αυτό το χώρο, η άμπελος κάλυπτε έκταση 500.000 στρεμμάτων και η σταφίδα, η οποία παραγόταν τότε κατά παγκόσμια αποκλειστικότητα στην Ελλάδα, 154.000 στρέμματα. Την περίοδο αυτή οι αμπελώνες είναι συγκεντρωμένοι κυρίως στα νησιά (43%) ενώ οι σταφιδάμπελοι στη Πελοπόννησο (87%). Κατά την περίοδο 1860-1911, η καλλιέργεια της αμπέλου διπλασιάστηκε, ενώ της σταφιδάμπελου αυξήθηκε κατά 3,5 φορές.

Την εποχή εκείνη μεσουρανούσαν τα γαλλικά κρασιά με αποτέλεσμα την ύπαρξη μιας έντονης τάσης μίμησης των στην Γαλλία συμβαινόντων. Αρκετοί Έλληνες πήγαν στο Μπορντό για εκπαίδευση ή μετεκπαίδευση. Γυρνώντας ίδρυσαν αξιόλογες οινοβιομηχανίες μεταξύ των οποίων η ΑΧΑΪΑ-ΚΛΑΟΥΣ που ιδρύθηκε από τον Γερμανό Γουστάβο Κλάους και ο Ανδρέας Καμπάς, που αγόρασε το κτήμα στην Κάντζα το 1875.

Από την άλλη πλευρά, η συνεχής μετακίνηση του πληθυσμού προς τις μεγάλες πόλεις και ιδιαίτερα στην Αθήνα διέυρνε σταθερά τη ζήτηση για φτηνό χύμα κρασί. Δύο είναι τα

χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτής της κατάστασης. Το πρώτο ότι ο αμπελώνας της Αττικής τριπλασιάστηκε την περίοδο 1860-1900 και το δεύτερο ότι ένα μέρος της οινοποίησης πέρασε από την ύπαιθρο στην πόλη. Τα Μεσόγεια έφτιαχναν το μούστο που γινόταν κρασί σε απειράριθμα μικρά οινοποιεία και καπηλειά. Φυσικά, το κρασί αυτό συνεχώς χειροτέρευε σε ποιότητα, για να φτάσει στις αρχές του αιώνα μας το κρασί των οινοπωλείων να προκαλεί αποστροφή. Αυτό συντέλεσε στη ραγδαία αύξηση της ζήτησης της μπύρας που έκανε την εμφάνισή της στην ελληνική αγορά την περίοδο εκείνη. Οπότε σε όλη σχεδόν τη διάρκεια του πρώτου μισού του 20^{ου} αιώνα, η εμπορική οινοπαραγωγή ήταν περιορισμένη στην ρετσίνα και στο χύμα κρασί που εξαγόταν με σκοπό να αναμιχθεί σε διάφορα χαρμάνια.

Μια σειρά ωστόσο από αιτίες, ιδιαίτερα μετά το τέλος του 2^{ου} παγκοσμίου πολέμου φαίνεται ότι δημιούργησαν τις προϋποθέσεις για την κυριολεκτικά θαυμαστή άνοδο του ελληνικού εμφιαλωμένου κρασιού: 1. Η χαμηλή ποιότητα του κρασιού των καπηλειών άφησε κενό στην οίνοκατανάλωση. Ο καταναλωτής ήταν φυσικό να αναζητήσει κάποιο προϊόν με σταθερή ποιότητα και γνωστό παραγωγό. 2. Η εκρηκτική αύξηση του πληθυσμού στις πόλεις δημιούργησε καταναλωτές χωρίς παραδοσιακές δεσμεύσεις με οικιακή παραγωγή κρασιού. 3. Ο συστηματικός και πολυπληθής τουρισμός από τις χώρες της Ευρώπης δημιούργησε μια μεγάλη ζήτηση εμφιαλωμένου κρασιού. Οι λόγοι της εντυπωσιακής αυτής αύξησης ήταν η προσάρτηση των Ιονίων νήσων και της Θεσσαλίας καθώς και η επέκταση της αμπελοκαλλιέργειας και της σταφιδοπαραγωγής στα νησιά και στην Πελοπόννησο αντίστοιχα.

Η περίοδος 1911-1927 είναι ίσως η σημαντικότερη καθώς το 1913-1914 προσαρτήθηκαν η Μακεδονία, Ήπειρος, Κρήτη, τα νησιά του Αιγαίου και το 1920 η Θράκη, η Ήμβρος και η Τένεδος. Ωστόσο γύρω στα 1920 η έκταση της αμπέλου μειώνεται σημαντικά λόγω της φυλλοξήρας. Κατά την τελευταία δεκαετία του μεσοπολέμου η καλλιέργεια της αμπέλου σημειώνει σταθερή αύξηση και φτάνει 1938 τα 1.850.000 στρέμματα. Το 1969 δημιουργήθηκε μια νέα πραγματικότητα στην ιστορία του ελληνικού κρασιού με την νομοθεσία που απέβλεπε στην δημιουργία ενός εθνικού πλαισίου για την έγκριση των κατάλληλων κρασιών, που θα είχαν στο εξής το δικαίωμα να χαρακτηρίζονται το γεωγραφικό όνομα της τοποθεσίας παραγωγής τους, είτε ως "ονομασία προελεύσεως ελεγχόμενη" είτε ως "ονομασία προελεύσεως Ανώτερης ποιότητας". Τα μέτρα αυτά ελήφθησαν ενόψει της εισόδου της Ελλάδας στην

Ευρωπαϊκή οικονομική κοινότητα, και συνεπώς απέβλεπαν στη συμμόρφωση προς τους κανονισμούς της Ε.Ο.Κ και τις ονομασίες.

Αυτή τη στιγμή, οι προοπτικές για το μέλλον της εμπορικής παραγωγής ελληνικών κρασιών, είναι πολύ ευνοϊκές καθώς διανύουμε μια περίοδο έξαρσης της ζήτησης οίνου. Μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις οινοποιίας προπορεύονται στην εισαγωγή σύγχρονης τεχνολογίας. Τα συνεταιριστικά οινοποιεία υπερνικούν σταδιακά, με τη βοήθεια Κοινοτικών χρηματοδοτήσεων, τους οικονομικούς φραγμούς που δεν του επέτρεπαν ως τώρα να βελτιώσουν την παραγωγή τους στον τομέα των εμφιαλωμένων. Οι μικροί παραγωγοί επιστρέφουν στην ελληνική αγορά εμφιαλωμένων, έπειτα από μακρά περίοδο πτώσης του ενδιαφέροντος. Μετά από συνεχείς προσπάθειες των Ελλήνων παραγωγών τα ελληνικά κρασιά που παρουσιάζονται σε διεθνείς διοργανώσεις κατακτούν σημαντικές διακρίσεις και κάνουν δυναμικά την εμφάνισή τους στις αγορές του εξωτερικού. Σε όλο το φάσμα της ελληνικής οινοποιητικής βιομηχανίας πιστεύεται ευρύτατα ότι η Ελλάδα ξανακερδίζει τη φήμη που είχαν αποκτήσει τα κρασιά της ήδη από την αρχαιότητα.

II. ΟΙΝΟΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΙΑ

Το κρασί κατέχει σημαντική θέση στην ιερουργία, το εθιμοτυπικό και τη βιβλιογραφία, επομένως στις θρησκείες του κόσμου. Διότι ο οίνος εθεωρείτο ανέκαθεν, στην καλή του χρήση, μαζί με το σιτάρι και το λάδι, δώρο Θεού στους ανθρώπους. Η "στέρσις οίνου" εθεωρείτο επίσης μεγάλη πενία για ένα νοικοκυριό.

Στην Εκκλησία μας ο οίνος χρησιμοποιείται σε ποικίλες λειτουργικές χρήσεις. Κυρίως όμως σαν ένα από τα δύο συστατικά της Θ. Ευχαριστίας αναμεμιγμένος με νερό και μεταβαλλόμενος σε αίμα Χριστού. Γι' αυτό ανέκαθεν προτιμάται ερυθρός οίνος για να προσομοιάζει στο αίμα Κυρίου.

Από το πρώτο κιόλας βιβλίο της Αγίας Γραφής (την Γένεση) βλέπουμε τον οίνο να εντάσσεται στο πλαίσιο της Χριστιανικής σοφίας. Πλήθος χωρίων μέσα στην Παλαιά Διαθήκη, κάνουν λόγο για τη άμπελο και τον οίνο. Χαρακτηριστικά ο Νώε, γενόμενος μετά τον καταυλισμό ο πρώτος γεωργός της γης, « εφύτευσεν αμπελώνα και έπιεν εκ του οίνου και εμεθύσθη και εγυμνώθη εν τω οίκω αυτού », (Γεν. θ'20 – 21). Έτσι η πρώτη αναφορά οίνου στην Αγ. Γραφή συνδέεται με την μέθη και την καταισχύνη.

Επίσης ο οίνος σχετίζεται με τη χαρά και τη λύπη, την σοφία και την απερισκεψία, την σωφροσύνη και αφροσύνη, τον πλούτο και την πενία, την φιλοξενία, την λατρεία, την ευγένια, την ομορφιά του έρωτα.

Εκτός της Θ. Ευχαριστίας στο μυστήριο του γάμου προσφέρεται στους νεόνυμφους κοινόν ποτήριον οίνου που δηλώνει την συμμετοχήν στις χαρές και τις λύπες της συμβίωσης. Στην αρτοκλασία μαζί με τους άρτους παρατίθενται φιάλαι ελαιόλαδου και κρασιού.

Οι πένθιμες ημέρες και οι μέρες νηστείας έχουν συνδυαστεί με την απουσία οίνου από το τραπέζι. Όπως αντίθετα είναι αταίριαστο κατά την ορθόδοξη παράδοσή μας σε ένα τραπέζι εορτής, χαράς και γάμου, να μην υπάρχει οίνος.

Η εκκλησία έχει υμνήσει διαχρονικά την άμπελο και το "γέννημά της" όσο καμιά άλλη θρησκεία στην οικουμένη. Η μετοχή της αμπέλου στον πολιτισμό του ανθρώπινου γένους δε θα ήταν η σημερινή, χωρίς την στήριξη του οίνου απ' αυτή και την διάδοση του Χριστιανισμού. "Εγώ ειμί η άμπελος η αληθινή" θα ακούσουμε τον ίδιο το δημιουργό να λέει, οπού θα επιλέξει τον οίνο για να γίνει Αίμα του και διαμέσου αυτού θα αλλάξει η ροή της ανθρώπινης μοίρας.

Η ίδια η εκκλησία συμβολίζεται πια ως άμπελος. Με την εξάπλωση και κυριαρχία του Χριστιανισμού στον κόσμο η άμπελος και ο οίνος περνούν ωκεανούς και ερήμους και το κρασί φέρεται στα τραπέζια κάθε πολιτισμένου και απολίτιστου λαού.

Ισλαμισμός

Στο Ισλάμ απαγορεύεται η χρήση οίνου. Σύμφωνα με την ισλαμική νομοθεσία (Σαρία) υπάρχουν τέσσερα είδη δικαιωμάτων που πρέπει να ικανοποιούνται από κάθε άνθρωπο.

1. τα δικαιώματα του Θεού
2. τα δικαιώματα του εαυτού
3. τα δικαιώματα των συνανθρώπων
4. τα δικαιώματα όλων των στοιχείων που είναι στη διάθεση του σ' αυτή τη ζωή, όλα όσα μεταχειρίζεται και επωφελείται απ' αυτά.

Στα δικαιώματα του εαυτού αναφέρεται ότι : απ' τα βασικά σημεία αδυναμίας που είναι έμφυτα στον άνθρωπο, είναι η τέλεια υποταγή του σε κάποια ηδονή που τον υπερνικά, χωρίς να νοιάζεται για τη ζημιά που μπορεί να του προκαλέσει και άσχετα απ' το αν το συνειδητοποιεί αυτό ή όχι. Ένας άνθρωπος που τον

μαγεύει το ποτό, τυφλώνεται, γι' αυτό και υπομένει για χάρη του τις επιζήμιες συνέπειες στην υγεία του, το χρήμα του, την αξιοπρέπεια του. Και επειδή επιδίωξη της ισλαμικής νομοθεσίας είναι η επιτυχία και η ευημερία του ανθρώπου, επικεντρώνει την προσοχή του στην αλήθεια που λέει : « και ο εαυτός σου έχει δικαίωμα πάνω σου ». Τον εμποδίζει έτσι απ' ότι τον βλάπτει, όπως είναι τα οινόπνευματώδη ποτά και οι ναρκωτικές ουσίες.

Ιουδαϊσμός

Στους Εβραίους το κρασί είναι επίσης πολύ εύχρηστο, σαν φυσικό προϊόν της Παλαιστίνης, ιδίως στους γάμους και στις γιορτές. Στην Εβραϊκή λατρεία γίνεται χρήση του οίνου στη λειτουργία του ναού και προσφέρεται στις σπονδές. Στη διαδικασία – τελετή της περιτομής χρησιμοποιείται επίσης οίνος.

Στους Βίκιγκς ο Φρέι ήταν ο Θεός του γάμου και της βλάστησης. Όταν έσπερναν τις συγκομιδές τους, σκόρπιζαν ψωμί και έχυναν κρασί ή μπύρα στο χώμα. Αυτό το έκαναν για να ευχαριστήσουν τον Φρέι και σε αντάλλαγμα να αυξήσει τις συγκομιδές τους.

Οι Ρωμαίοι έκαναν χρήση οίνου, απαγόρευαν όμως αυτόν απολύτως στις γυναίκες.

Στην Αρχαία Αίγυπτο πιθάρια οίνου συνόδευαν τον νεκρό, όπως μας αποκαλύπτει ο τάφος του Τουταγχαμών, στο ταξίδι του πέραν του τάφου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

Ι. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΙΝΟ

Ορισμός, γενικές πληροφορίες για το κρασί



Ορισμός: Κρασί είναι το προϊόν τέλειας ή μερικής ζύμωσης του μούστου των σταφυλιών. Κάθε άλλος τύπος κρασιού που δεν πληρεί τους παραπάνω όρους, ονομάζεται τεχνητό κρασί. Ο ορισμός του φυσικού κρασιού έχει καθιερωθεί διεθνώς και περιλαμβάνεται στη νομοθεσία όλων των κρατών που έλαβαν μέρος στο Διεθνές συνέδριο του Λευκού Στρατού της Γενεύης συνήλθε

στο Παρίσι το 1909, για την καταπολέμηση της νοθείας των τροφίμων και ποτών.

Το κρασί είναι το προϊόν που έχει ζωή. Ένας ζωντανός οργανισμός που γεννιέται, ωριμάζει, μερικές φορές αρρωσταίνει, γερνάει, υπερηλικιώνεται και πεθαίνει. Για παράδειγμα : ένα κρασί εσοδείας 1981 όταν το πιεις το 1985, θα είναι διαφορετικό απ' ότι το 1996 ή το 1997. Αν είναι καλύτερο τότε λέμε ότι πάλιωσε, αν είναι χειρότερο, τότε λέμε ότι γέρασε. Αυτό συμβαίνει γιατί τα συστατικά του κρασιού που "δουλεύουν" συνεχώς, κάποια στιγμή έφτασαν στο optimum των αναλογιών τους και έδωσαν ένα πολύ καλό κρασί και μετά οι αναλογίες αυτές άρχισαν να αλλάζουν, με αποτέλεσμα να αρχίσει να γερνάει.

Τα κόκκινα κρασιά του Μπορντώ της Γαλλίας, χρειάζονται συνήθως γύρω στα 5 χρόνια για να φτάσουν στο optimum των αναλογιών τους. Κατά κανόνα τα άσπρα κρασιά ιδίως των μεσογειακών αμπελώνων, "πίνονται πιο φρέσκα" επειδή προέρχονται από ποικιλίες ευωξειδοτες που με το πέρασμα του χρόνου το άρωμά τους μειώνεται. Όσο ψηλότερη είναι η θερμοκρασία αποθήκευσης του λευκού κρασιού τόσο πιο γρήγορα μειώνεται και το άρωμά του.

Δύο βασικοί παράγοντες παίζουν πρωταρχικό ρόλο στην ποιότητα του κρασιού :

- Το οικοσύστημα της περιοχής και
- Η τεχνική.

Το οικοσύστημα κάθε περιοχής αποτελείται από 3 συνισταμένες :

Η ποικιλία, δηλαδή το είδος του σταφυλιού έχει αναπτυγμένα διάφορα χαρακτηριστικά, όπως το χρώμα, το άρωμα, τα οξέα και τα σάκχαρα τα οποία μεταφέρονται στο κρασί και φυσικά υπάρχουν ποικιλίες με τις οποίες μπορούμε να κάνουμε κρασιά καλύτερης ποιότητας από άλλα.

Η δεύτερη συνισταμένη είναι ο τόπος παραγωγής ο οποίος καθορίζει και την ποιότητα της καλλιεργούμενης ποικιλίας με αποτέλεσμα, η ίδια η ποικιλία καλλιεργούμενη σε διαφορετικούς τόπους, να παράγει διαφοροποιημένο προϊόν.

Η τρίτη συνισταμένη είναι οι καιρικές συνθήκες κάθε χρονιάς. Βροχερό πολύ ξερό καλοκαίρι έχει σαν αποτέλεσμα χαμηλή ποιοτικά παραγωγή. Όταν έχουμε ιδανικές συνθήκες το καλοκαίρι και μέχρι την περίοδο του τρύγου, τότε έχουμε αυτό που λέμε "καλές χρονιές".

Διακρίσεις του κρασιού.

A."Χημική" Διάκριση

Τα κρασιά διακρίνονται :

- Ανάλογα με το χρώμα σε :
 - λευκά
 - ροζέ
 - ερυθρά

- Ανάλογα με την περιεκτικότητα σε σάκχαρα:
 - γλυκά
 - ημίγλυκα
 - ξηρά

- Με βάση την περιεκτικότητα σε αλκοόλη σε :
 - χαμηλόβαθμα
 - υψηλόβαθμα

• Ανάλογα με την περιεκτικότητα σε διοξείδιο του άνθρακα σε:

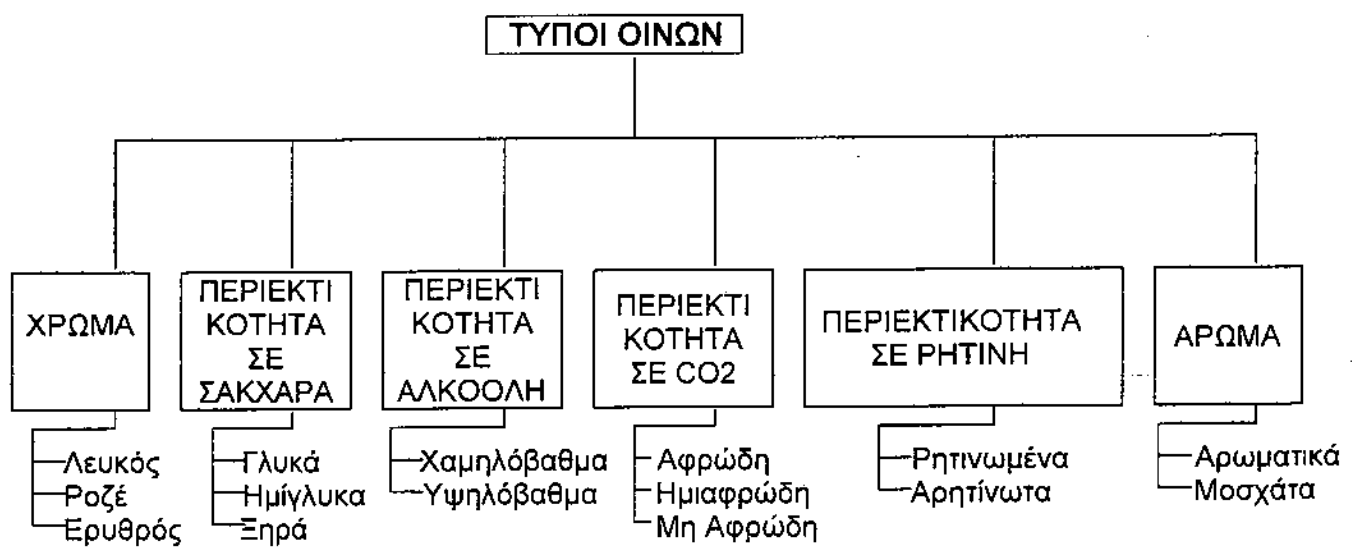
- αφρώδη(φυσικός αφρώδης-τεχνητός αφρώδης)
- ημιαφρώδη
- μη αφρώδη

• Με βάση την περιεκτικότητα σε ρητίνη σε:

- ρητινωμένα
- αρητίνωτα

• Ανάλογα με το άρωμα σε :

- αρωματικά
- μοσχάτα.



B. "Ποιοτική" διάκριση

B. "Ποιοτική" διάκριση βάσει του θεσμικού πλαισίου που επικρατεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Εδώ συναντώνται δύο μεγάλες κατηγορίες κρασιών : Τα ονομασίας προελεύσεως(v.q.p.r.d.) και τα επιτραπέζια.

I. Τα εμφιαλωμένα κρασιά "ονομασίας προελεύσεως"(V.Q.P.R.D.) σύμφωνα με το νομοθετικό πλαίσιο που ισχύει στη χώρα μας πρέπει : να προέρχονται από αυστηρά καθορισμένη και αναγνωρισμένη αμπελουργική ζώνη, καθώς να παράγονται από μία ή και περισσότερες ποικιλίες οινάμπελου, πάντοτε τις ίδιες, που συνήθως καλλιεργούνται σε αμπέλια με περιορισμένη στρεμματική απόδοση και έχει αποδειχθεί ότι δίνουν κρασιά υψηλής ποιότητας.

Οι οίνοι V.Q.P.R.D., το μερίδιο των οποίων ήταν 8,3% την περίοδο 1988/1999 αυξήθηκε σε 9,4% το 1998/1999, ενώ την περίοδο 1999/2000 κυμαίνεται στο 7,9%.

Το μερίδιο των οίνων V.Q.P.R.D. την τελευταία πενταετία κυμάνθηκε μεταξύ 11-14,2% έχοντας σημειώσει άνοδο σε σχέση με τις παρελθούσες δεκαετίες. Ωστόσο, εξακολουθεί να παραμένει σε χαμηλό επίπεδο, όμως εκτιμάται ότι, υπάρχουν περιθώρια για επέκταση των μεριδίων οίνων ονομασίας προελεύσεως, γεγονός που θα επιδράσει θετικά στην αύξηση των εξαγωγών των ελληνικών κρασιών.

Στη χώρα μας τα κρασιά "ονομασίας προέλευσης" χωρίζονται σε δύο υποκατηγορίες, τις εξής :

❖ **Οίνοι Ο.Π.Α.Π (Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας)**

Τα κρασιά Ο.Π.Α.Π είναι κρασιά τα οποία :

- Προέρχονται από συγκεκριμένη περιοχή απ' όπου φέρουν το όνομα (τοπωνύμιο). Μέσα στα όρια της περιοχής αυτής καλλιεργείται η ποικιλία των σταφυλιών από τα οποία παρασκευάζονται.

- Παράγονται από πατροπαράδοτες ποικιλίες σταφυλιών της περιοχής και βάση εμπειρίας έχει αποδειχθεί ότι οι ποικιλίες αυτές δίνουν κρασιά υψηλής ποιότητας.
- Έχουν δική τους προσωπικότητα που οφείλεται στο οικοσύστημα της περιοχής.
- Τα αμπέλια που καλλιεργούνται στη συγκεκριμένη ζώνη είναι χαμηλών αποδόσεων αλλά υψηλής ποιότητας.
- Έχουν καθορισμένη μέθοδο παραγωγής και επεξεργασίας.
- Τα κρασιά ωριμάζουν κάτω από ειδικές συνθήκες που διαμορφώνουν αξιοποιούνται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους.

Στη χώρα μας έχουν χαρακτηριστεί επίσημα σαν Ο.Π.Α.Π 19 κρασιά διαφόρων περιοχών. Πρόκειται για μια ανώτερη από πλευράς ποιότητας και τιμής κατηγορία. Τα κρασιά της κατηγορίας αυτής φέρουν στο πώμα τους, σαν εγγύηση γνησιότητας, την κόκκινη ταινία ελέγχου.

Κάποιοι από τους πιο γνωστούς οίνους αυτής κατηγορίας είναι οι : NEMEA AXAIA CLAUSS (ποικιλία σταφυλιού-Αγιωργίτικο), PATRAS AXAIA CLAUSS (ποικιλία σταφυλιού – Ροδίτης), MANTINIA AXAIA CLAUSS (ποικιλία σταφυλιού – Μοσχοφύλερο), η ΝΑΟΥΣΑ, η ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ και NEMEA (Μπουτάρη), η ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ (Καμπά) κ.λ.π.

❖ Οίνοι Ο.Π.Ε (Ονομασία Προελεύσεως Ελεγχόμενη)

Πρόκειται για κατηγορία υψηλής ποιότητας, αντίστοιχη εκείνης των VIN DE LIQUEUR. Η Ελλάδα διαθέτει 8 τύπους κρασιών Ο.Π.Ε. Η Αχάϊα Κλάους είναι ο μεγαλύτερος σημαντικός παραγωγός, κατέχοντας το 42% της εγχώριας αγοράς, ενώ το υπόλοιπο παρουσιάζει έντονη κατάτμηση μεταξύ πολλών παραγωγών. Τα πιο γνωστά αυτής της κατηγορίας είναι η ΜΑΥΡΟΔΑΦΝΗ ΠΑΤΡΩΝ ΑΧΑΙΑ CLAUSS και ο ΜΟΣΧΑΤΟΣ ΠΑΤΡΩΝ ΑΧΑΙΑ CLAUSS.

II. "Επιτραπέζιοι οίνοι" είναι όλα τα κρασιά – εξαιρουμένων των γλυκών και αφρωδών οίνων – που προέρχονται από περιοχές και

ποικιλίες που δεν πληρούν τις προϋποθέσεις που καθορίζει ο νόμος για να χαρακτηρισθούν "ονομασίας προέλευσης".

Η συνολική εγχώρια παραγωγή καλύπτεται σε μεγάλο ποσοστό από επιτραπέζιους οίνους, το μερίδιο των οποίων στη συνολική παραγωγή την περίοδο 1998-1999 επανήλθε στα ίδια επίπεδα (90,6%) με αυτά που επικρατούσαν προ δεκαετίας (90,2%).

Επειδή δεν επιβάλλεται να ακολουθούν κάποιο νομοθετημένο πρότυπο, οι παραγωγοί αυτής της κατηγορίας μπορούν να διαμορφώνουν τύπους κρασιών για συγκεκριμένες καταναλωτικές προτιμήσεις.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα προϊόντα αυτής της κατηγορίας αποτελούν μια πρώτη αναβάθμιση στις προτιμήσεις των καταναλωτών σε σχέση με το χύμα κρασί. Τα πιο γνωστά κρασιά είναι η DEMESTICA (ΑΧΑΙΑ CLAUSS), το LAC DE ROCHES (Μπουτάρη), το ROTONDA (Μπουτάρη), το APPELIA (Κουρτάκη) το CAMBAS (Καμπά), το CELLAR (Γένκα).

Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει μια υποκατηγορία προϊόντων, τους λεγόμενους "τοπικούς οίνους". Αφορά τα κρασιά τα οποία, επειδή παράγονται σε συγκεκριμένα γεωγραφικά διαμερίσματα ή μεμονωμένες περιοχές, κυκλοφορούν στην αγορά με γεωγραφική ένδειξη της περιοχής. Η παραγωγή τους πληροί όρους αντίστοιχους με αυτούς που συναντώνται στα Ο.Π.Α.Π και θεωρούνται ποιοτικώς αναβαθμισμένα κρασιά.

Τα πιο γνωστά που ανήκουν στην κατηγορία αυτή είναι ο ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟΣ ΑΧΑΙΑ CLAUSS, το ΚΕΛΑΡΙ του CLAUSS, ο ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΣ και ο ΑΓΙΟΡΕΙΤΙΚΟΣ (Τσάνταλη), ο ΚΡΗΤΙΚΟΣ (Μπουτάρη) και ο ΑΤΤΙΚΟΣ (Καμπά).

Μέχρι σήμερα έχουν αναγνωρισθεί 74 τοπικοί οίνοι. Η πρώτη υπουργική απόφαση περί "Γενικών κανόνων χρήσης τού όρου τοπικός οίνος" δημοσιεύτηκε το 1998 κάτω από τη διαρκή πίεση των ιδιωτών οινοπαραγωγών, σε μία προσπάθεια προσαρμογής της ελληνικής νομοθεσίας στην Κοινοτική. Η υπουργική απόφαση – παρότι βασίστηκε στο γαλλικό μοντέλο κατέστη αναχρονιστική και πολύ γρήγορα αντικαταστάθηκε από μια νεότερη, αναμορφωμένη από τον Σύνδεσμο Ελληνικού Οίνου και εναρμονισμένη πλήρως με την Κοινοτική νομοθεσία. Η απόφαση

αυτή αποτέλεσε τη βάση για τη δημιουργία πλήθους ποιοτικών τοπικών οίνων. Οι τοπικοί αυτοί οίνοι και οι πολυάριθμες διακρίσεις που απολαμβάνουν διεθνώς, εκτόξευσαν το ελληνικό κρασί ανάμεσα στα πιο ποιοτικά του κόσμου.

ΚΑΝΟΝΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

Οι «Όνομασίες Προελεύσεως» προστατεύονται από τη νομοθεσία της Ε.Ε. τόσο αυτές των κρατών-μελών όσο και τρίτων χωρών που έχουν υπογράψει συμφωνία αμοιβαίας προστασίας με την Ε.Ε. Αυτό σημαίνει ότι κανένας Έλληνας έμπορος δεν μπορεί να εμπορευθεί Chablis, το οποίο παράγεται από την ποικιλία Chardonnay, έστω και εάν αγοράσει σταφύλια από ελληνικές αμπελουργικές εκμεταλλεύσεις, που καλλιεργούν αυτή την ποικιλία. Όπως καμιά χώρα δεν μπορεί να εξάγει στις αγορές των εταίρων μας ένα κρασί μοσχάτο με το όνομα Σάμος, έστω και αν προέρχεται από σταφύλια της ίδιας μοσχάτης ποικιλίας. Τα «αυτονόητα» ισχύουν στο πλαίσιο της Ε.Ε. χάρις στο οινικό Δίκαιο, αλλιώς θα επικρατούσε ζούγκλα γιατί όπως σε όλα τα επαγγέλματα έτσι και στο οινεμπόριο δεν λείπουν εκείνοι που είναι έτοιμοι να καταστρατηγήσουν τους κανόνες του παιχνιδιού.

Ως παράδειγμα, από τις σελίδες του αξιόλογου περιοδικού «ΤΡΟΦΙΜΑ ΚΑΙ ΠΟΤΑ» αναφέρεται ότι κάποιος Γάλλος έμπορος, ο Πασκάλ Πιεζέ, κατόρθωσε κατά την περίοδο 1989-1993, να πουλήσει ως κρασιά ονομασίας προελεύσεως Chablis και Romard, 750.000 φιάλες επιτραπέζιων οίνων.

Από το δικαστήριο της Λυών καταδικάστηκε σε 15 μήνες φυλάκιση και καταβολή 750.000 γαλλικών φράγκων περίπου 50 δρχ. ανά παράνομη φιάλη προς αποζημίωση του Διεπαγγελματικού Συνδέσμου Οίνων της Βουργουνδίας, στη δύναμη του οποίου ανήκουν οι παραγωγοί αυτών των δύο μεγάλων «Όνομασιών Προελεύσεως».

Και γεννιέται το ερώτημα: Γιατί φυλάκιση; Γιατί τόσο αυστηρή ποινή; δεδομένου ότι δεν πρόκειται για νοθεία με επιπτώσεις στην υγεία, αλλά για απλή παράβαση στη σήμανση των ετικετών; Τι ενδιαφέρει τον καταναλωτή το γεωγραφικό όνομα που είναι γραμμένο πάνω στην ετικέτα; αρκεί το κρασί να του αρέσει, να μην έχει «χημικά» που τον βλάπτουν, και η τιμή του να είναι λογική.

Το πράγμα δεν είναι όμως τόσο απλό. Δεν είναι μόνο ο καταναλωτής που ενδιαφέρει το νομοθέτη, αλλά και η αμπελουργική εκμετάλλευση, το γεωργικό νοικοκυριό και το

εισόδημά του. Το θέμα από τη δική του σκοπιά είναι το εξής:

Κάθε «Ονομασία Προελεύσεως» είναι κοινόχρηστη εμπορική επωνυμία των κρασιών όλων των αμπελουργικών εκμεταλλεύσεων τής ίδιας περιοχής. Η φήμη που έχουν αποκτήσει στην αγορά τα κρασιά κάθε περιοχής οφείλεται στην ποιότητά τους, για την οποία έχουν απαιτηθεί κοινές προσπάθειες τόσο στην καλλιέργεια των αμπελιών και την παρασκευή των κρασιών όσο και στον έλεγχό τους πριν έρθουν στην κατανάλωση. Η φήμη των οίνων «Ονομασίας Προελεύσεως» Chablis και Pomard δεν αποκτήθηκε σε λίγα χρόνια. Απαιτήθηκαν προσπάθειες γενεών, ώστε να φτάσουν εκεί που έφτασαν στην ιεραρχία των κρασιών τής Βουργουνδίας.

Ως φυσικό, οι υψηλές τιμές των κρασιών με αυτές τις επωνυμίες καταγωγής είναι απόρροια τής φήμης τους, η οποία είναι συνάρτηση τής ποιότητάς τους. Όταν όμως κάποιος έμπορος βαφτίσει με τα γεωγραφικά αυτά ονόματα, κρασιά άσχετα, που αγοράζει εδώ κι εκεί, θα οδηγήσει αναπόφευκτα σε υποβάθμιση τού εμπορικού image των δύο αυτών «Ονομασιών Προελεύσεως». Και όταν η «εικόνα» τους ξεθωριάσει, οι τιμές θα καταρρακωθούν.

Επομένως, ο έμπορος που καπηλεύεται μια ονομασία προελεύσεως θέτει σε κίνδυνο τόσο το ετήσιο εισόδημα τής αμπελουργικής οικογένειας όσο και την αξία τής περιουσίας τής, γιατί σε περίπτωση πώλησης μιας αμπελουργικής εκμετάλλευσης, η τιμή τής είναι τόσο πιο υψηλή όσο μεγαλύτερη η φήμη των κρασιών τής στις οйнаγορές. Για αυτό ακριβώς ο οινέμπορος καταδικάστηκε να αποζημιώσει τον Διεπαγγελματικό Σύνδεσμο Οίνων τής Βουργουνδίας.

Η ΕΤΙΚΕΤΑ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ

Τα εμφιαλωμένα εγχώρια κρασιά με “ονομασία προέλευσης” φέρουν στο πώμα τους ταινία εκδιδόμενη από το Υπουργείο Γεωργίας που αποτελεί εγγύηση γνησιότητας. Στους οίνους ονομασίας προέλευσης, οι ενδείξεις που πρέπει υποχρεωτικά να αναγράφονται στην ετικέτα τους είναι :

- 1) Το όνομα τής περιοχής από την οποία προέρχονται.
- 2) Η ένδειξη Ονομασία Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας (ΟΠΑΠ) ή Ονομασία Προελεύσεως Ελεγχόμενη (ΟΠΕ).
- 3) Το όνομα και η έδρα του εμφιαλωτή.
- 4) Ο αλκοολικός τίτλος.

5) Ο όγκος της φιάλης (η περιεκτικότητα). Άλλες ενδείξεις που αφορούν αποκλειστικά τα κρασιά ονομασίας προέλευσης είναι οι όροι RESERVE και GRANDE RESERVE, ενδείξεις που υποδηλώνουν παλαίωση.

Για τους επιτραπέζιους οίνους οι ενδείξεις που πρέπει υποχρεωτικά να αναγράφονται στην ετικέτα είναι:

1. Επιτραπέζιος Οίνος
2. Όνομα και διεύθυνση εμφιαλωτή
3. Αλκοολικός τίτλος
4. Όγκος φιάλης

Για τους τοπικούς οίνους οι ενδείξεις που πρέπει να αναγράφονται υποχρεωτικά στην ετικέτα είναι :

1. Η ένδειξη ότι είναι τοπικός
2. Το όνομα του παραγωγού ή της εταιρίας
3. Ο τόπος εμφιάλωσης
4. Ο κωδικός αριθμός. Τα δύο πρώτα στοιχεία του κωδικού αριθμού είναι πάντοτε τα δύο πρώτα γράμματα του ονόματος της περιοχής από την οποία προέρχεται το κρασί. Για έναν Πελοποννησιακό Τοπικό οίνο π.χ τα δύο πρώτα γράμματα είναι ΠΕ και ακολουθεί αύξων αριθμός της φιάλης και η χρονιά παραγωγής.

ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΟΙΝΟΥ

Η εγχώρια αμπελοκαλλιέργεια έχει να επιδείξει μια πλούσια συλλογή σπάνιων και εξαιρετικών ποικιλιών σταφυλιών, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. Οι ποικιλίες αυτές είναι κυρίως γηγενείς και ορισμένες ακόμη αυτόριζες.

Παράλληλα καλλιεργούνται και ορισμένες "ξένες" ποικιλίες που ευνοούνται από το ελληνικό οικοσύστημα. Συνολικά υπολογίζεται ότι υπάρχουν πάνω από 300 πολύτιμες γηγενείς ποικιλίες.

Οι σημαντικότερες θεωρούνται οι παρακάτω :

- **Ροδίτης** : Καλλιεργείται σε πάρα πολλές περιοχές κυρίως όμως στην Βορ. Πελοπόννησο, Αττικο-Βοιωτία και Εύβοια.
- **Σαββατιανό** : Πολύ διαδομένη καλλιέργεια σε Αττικο-Βοιωτία, Εύβοια. Το μεγαλύτερο μέρος χρησιμοποιείται για Παρασκευή ρετσίνας.
- **Μοσχάτο Άσπρο** : Καλλιεργείται στην Πάτρα (Ρίο), στην Λήμνο και Σάμο.
- **Αθήρι** : Καλλιεργείται στο Νότιο Αιγαίο.
- **Ασύρτικο** : Η θεωρούμενη καταπληκτικότερη λευκή ποικιλία της Μεσογειακής λεκάνης. Συναντάται στα υφαιστιογενή εδάφη της Σαντορίνης.
- **Ρόμππολα** : Καλλιεργείται στην Κεφαλλονιά.
- **Ντεμπίνα** : Καλλιεργείται βορείως των Ιωαννίνων, κυρίως στη Ζίτσα.
- **Μοσχοφίλερο** : Καλλιεργείται στην περιοχή της Τρίπολης κυρίως.
- **Βηλάνα** : Καλλιεργείται στην περιοχή της Κρήτης.
- **Ξινόμαυρο** : Καλλιεργείται κυρίως στη Νάουσα, στο Αμύνταιο, τη Γουμένισσα και τη Ραψάνη.
- **Αγιωρίτικο** : Καλλιεργείται κυρίως στη Νεμέα.
- **Κοτσιφάλι** : Καλλιεργείται κυρίως στην Κρήτη.
- **Λήμνιο** : Καλλιεργείται κυρίως στη Χαλκιδική και στο Β.Α Αιγαίο.
- **Μαυροδάφνη** : Καλλιεργείται αποκλειστικά στην περιοχή στα Ν.Α της Πάτρας και την Κεφαλλονιά.
- **Λιάτικο** : Καλλιεργείται στην Κρήτη.
- **Λαγόρθι** : Καλλιεργείται στην περιοχή Καλαβρύτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Ι. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

ΤΟ ΑΜΠΕΛΙ



Το πεδίο δράσης του οινολόγου αρχίζει με την μελέτη της φύσης και της σύστασης του εδάφους και του υπεδάφους του αμπελώνα, την εδαφολογία.

Το ιδανικό έδαφος είναι αυτό που λειτουργεί ως ρυθμιστής της υγρασίας, απομακρύνει δηλαδή το πλεόνασμα του νερού και ταυτόχρονα εξασφαλίζει την απαραίτητη υγρασία για να αντέχει το φυτό στις περιόδους ξηρασίας. Η περιεκτικότητα σε άζωτο, φωσφόρο, κάλιο και ορισμένα ιχνοστοιχεία, καθορίζουν τη γονιμότητα του εδάφους. Το αμπέλι πρέπει να εγκαθίσταται σε εδάφη όχι πολύ γόνιμα, αλλά βαθιά και σε περιοχές που οι κλιματολογικές τους συνθήκες επιτρέπουν τη φυσιολογική ωρίμανση. Καθοριστική είναι επίσης και η απόφαση για το είδος της ποικιλίας που θα φυτευτεί. Σήμερα, με τη διεθνή επιβολή 2-3 ποικιλιών, ο οινικός κόσμος κινδυνεύει να γίνει εξαιρετικά μονότονος.

Το ερώτημα είναι αν θα πρέπει οι Έλληνες παραγωγοί να στηριχτούν σε ποικιλίες που μόνο αυτοί καλλιεργούν. Η απάντηση είναι ναι, γιατί σίγουρα δεν έχουμε εξαντλήσει όλα τα περιθώρια βελτίωσης. Ο προορισμός του αμπελιού δεν είναι να παράγει απλώς όσο το δυνατόν περισσότερα σταφύλια, αλλά να δώσει μια πρώτη ύλη ποιότητας, κατάλληλη για κατά το δυνατόν εκλεκτότερο κρασί.

Τέλος οι ιδιαίτερες κλιματολογικές συνθήκες, είναι αυτές που σε έναν συγκεκριμένο αμπελώνα ορίζουν το μικροκλίμα, που είναι ένας ακόμα παράγοντας στην ίδια περιοχή.

Ο ΤΡΥΓΟΣ

Όσο ωριμάζει το σταφύλι, τόσο πιο ευαίσθητο γίνεται και κινδυνεύει να προσβληθεί από μικροοργανισμούς.

Μια από τις κυριότερες διαδικασίες είναι η παρακολούθηση της ωρίμανσης. Η επιλογή της ημερομηνίας έναρξης του τρυγητού

είναι μια εξαιρετικά δύσκολη υπόθεση. Η μέρα του τρύγου είναι σημαντική και γι' αυτό είναι απαραίτητη η καταγραφή των δεδομένων κάθε χρονιάς. Στον τρύγο πρέπει να μαζεύουμε μόνον ότι φαγώσιμο, δηλαδή τέλεια τσαμπιά, ώριμα και υγιή.

Η ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ

Οινοποιώ σημαίνει εφαρμόζω σε δεδομένες συνθήκες μια επιλεγμένη τεχνική από το σύνολο των γνώσεων που υπάρχουν για τους μηχανισμούς και τους παράγοντες των φαινομένων της οινοποίησης. Σημαίνει επίσης, μετατρέπω τα σταφύλια σε οίνο.

Καλός οινοποιός είναι αυτός, που πέρα από τις γνώσεις του, είναι παρατηρητικός, έχει την ικανότητα να παίρνει αποφάσεις και να οργανώνει την εργασία του. Πολλές φορές είναι ο αποφασιστικός παράγοντας της διαφοροποίησης της ποιότητας.

Ρόλος του οινολόγου δεν είναι να ομοιομορφοποιήσει τα κρασιά, αλλά να βγάλει στην επιφάνεια τις διαφορές τους δηλαδή να εμφανίσει τα χαρακτηριστικά της ποικιλίας, τις ιδιαιτερότητες του εδάφους και της χρονιάς παραγωγής.

Η οιнологία είναι με το μέρος του καλού κρασιού, ανεξάρτητα από την τιμή του και την προέλευσή του, γιατί το κρασί θα πρέπει να είναι ένα ποτό εξαιρετικά ευχάριστο. Η τέλεια γεύση είναι ο συνδυασμός του πλούτου και της λεπτότητας. Είναι τα ενιαίο σύνολο, μέσα από το οποίο ξεπροβάλλει κάθε χαρακτήρας.

Η μακροβιότητα ενός κρασιού είναι τόσο μεγαλύτερη, όσο καλύτερα οινοποιηθεί, προστατευθεί από οξειδώσεις, συντηρηθεί σε χαμηλές θερμοκρασίες.

Λευκή οινοποίηση :



Η οινοποίηση θα πρέπει να γίνεται με εφαρμογή κάποιων κανόνων που είναι κοινοί, αλλά όχι πανομοιότυποι. Στη λευκή οινοποίηση είναι η εξαγωγή και διαύγαση του γλεύκους, η αλκοολική ζύμωση, η προστασία από τις οξειδώσεις και πολύ σπάνια η μηλογαλακτική ζύμωση.

Στην παραγωγή λευκών κρασιών η ποιότητα ξεκινά από την ποιότητα των σταφυλιών. Η χρήση μικροοργανισμών, βιομηχανικά παραχθέντων, επιτρέπει καλύτερο έλεγχο της αλκοολικής ζύμωσης. Σήμερα είναι απόλυτα παραδεκτό ότι η θερμοκρασία ζύμωσης δεν πρέπει να ξεπερνά τους 20° C.

Επίσης το κρασί θα πρέπει να διατηρείται σε χαμηλές θερμοκρασίες από την πρώτη στιγμή της ωρίμανσης, αλλά και στη διακίνησή του, και από τον καταναλωτή. Τέλος είναι απαραίτητη η προσθήκη θειώδη ανυδρίτη πριν και μετά το τέλος των ζυμώσεων προκειμένου να προστατευθεί το κρασί από τις οξειδώσεις.

Ερυθρά οινοποίηση :



Στην ερυθρά οινοποίηση, ο αποραγισμός και το σπάσιμο είναι δύο απαραίτητες επεξεργασίες του σταφυλιού. Τα προσεγμένα κόκκινα κρασιά παλαιώνουν σε καινούργια γαλλικά δρύινα βαρέλια, που δεν είναι καθόλου μεγάλα, αλλά αντίθετα έχουν χωρητικότητα 300 περίπου λίτρων. Κατά την επεξεργασία τους, τα καλά κόκκινα κρασιά αφήνουν πολύ ζουμί να πάει χαμένο.

Ο σπαστήρας (ένα ειδικό μηχάνημα που σπάει τις ρώγες και τις ρίχνει μέσα στη δεξαμενή) κάνει αυτή την προεργασία και τις ρίχνει στον κάδο μαζί με το φλοιό τους. Το κόκκινο χρώμα στο κρασί το δίνει η επιδερμίδα (φλοιός), που παραμένει για ένα διάστημα μαζί με το χυμό.

Το λεγόμενο "vin de goutte" είναι το πρώτο που τραβιέται μετά τη ζύμωση. Αυτό είναι το καλό κρασί και προέρχεται πριν από την πίεση, από το άδειασμα της δεξαμενής. Όταν τελειώσει η αλκοολική ζύμωση, τραβάμε από μία βάνα που βρίσκεται στο κάτω μέρος της δεξαμενής ότι μούστο υπάρχει. Το υπόλοιπο περιεχόμενο της δεξαμενής το ρίχνουμε μέσα στο πιεστήριο, το πατάμε και βγάζουμε το λεγόμενο "vin de presse".

II. ΩΡΙΜΑΝΣΗ ΚΑΙ ΠΑΛΑΙΩΣΗ

Ορισμός

Με τον όρο ωρίμανση εννοούμε την παραμονή του κρασιού σε δρύινα βαρέλια (ή ανοξειδωτα δοχεία) και το σύνολο των διεργασιών που γίνονται εκεί. Ως παλαίωση νοείται ο χρόνος που περνάει το κρασί στη φιάλη μέχρι να καταναλωθεί. Τόσο στην ωρίμανση όσο και στην παλαίωση, οι διεργασίες έχουν σαν αποτέλεσμα τη βελτίωση των οργανοληπτικών χαρακτήρων του κατάλληλου κρασιού (άρωμα, γεύση κ.λ.π). Η βασική ειδοποίησή διαφορά είναι ότι στη μεν ωρίμανση έχουμε συμμετοχή του οξυγόνου στη δε παλαίωση όχι.

Λευκά κρασιά

□ Λευκά κρασιά

Από τα ελληνικά λευκά ξηρά και ροζέ κρασιά που φτιάχνονται από τις δικές μας ποικιλίες αμπέλου, ο καταναλωτής συχνά απολαμβάνει έντονο και φίνο άρωμα, φρεσκάδα και διαυγές, λαμπερό χρώμα. Τα έντονα αυτά χαρακτηριστικά τα συναντάμε, όταν το κρασί βρίσκεται στη νεανική του ηλικία, δηλαδή τη χρονιά παραγωγής του. Μπορεί κανείς να συστήσει ανεπιφύλακτα ότι τα λευκά και ροζέ κρασιά του τόπου μας, πρέπει να καταναλώνονται μέσα στον πρώτο χρόνο από την παραγωγή τους, εφόσον δεν βελτιώνονται με το χρόνο οπότε η παλαίωσή τους δεν έχει νόημα. Αυτό συμβαίνει διότι τα λευκά κρασιά δεν έχουν καθόλου φαινολικές ενώσεις, οι οποίες συναντώνται μόνο στα κόκκινα κρασιά.

□ Το λευκό κρασί στο βαρέλι.

Υπάρχουν βέβαια και περιπτώσεις όπου το λευκό κρασί περνά από βαρέλια. Αυτό σημαίνει ότι είναι επιθυμητή η μεταβολή της γευστικής του εικόνας, η ανάπτυξη του μπουκέτου και η δημιουργία συνθετότερων αρωμάτων. Είναι η περίπτωση των λευκών κρασιών με την ένδειξη "CAVA". Ωστόσο, ο παραγωγός λευκού κρασιού στο βαρέλι μπορεί να οδηγήσει σε αλλοίωση των ευαίσθητων πρωτογενών αρωμάτων του από την παρουσία των αρωμάτων του ξύλου.

Κόκκινα κρασιά

□ Το βαρέλι, η πηγή ωρίμανσης του κόκκινου κρασιού.

Οι πόροι του βαρελιού επιτρέπουν την είσοδο οξυγόνου, το οποίο αντιδρά με αρκετά συστατικά του κρασιού δημιουργώντας το σύνολο των αντιδράσεων της λεγόμενης οξειδωτικής παλαίωσης (ωρίμανσης). Στη διαμόρφωση του μπουκέτου της παλαίωσης, καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει πάντα μια από τις αρωματικές ουσίες του ξύλου της δρυός που λέγεται βανιλίνη (η γνωστή μας βανίλια). Η ουσία αυτή υπάρχει άφθονη μόνο στα δρύινα βαρέλια. Ωστόσο αξίζει να τονιστεί ότι το πέρασμα από το

δρύινο βαρέλι δεν είναι υποχρεωτικό για όλα τα κόκκινα κρασιά. Για παράδειγμα ένα Nouveau δεν περνά εξ' ορισμού από βαρέλι.

□ Παλαίωση στις φιάλες.

Η παλαίωση που γίνεται στις φιάλες είναι το ίδιο σημαντική με αυτή των βαρελιών και ίσως ακόμα περισσότερο, για το λόγο, ότι ένα κρασί μένει περισσότερο χρόνο στο μπουκάλι απ' ότι μέσα στο βαρέλι. Βέβαια δεν ωριμάζει ακριβώς μέσα στο μπουκάλι, αλλά συντηρείται.

Η παλαίωση του κρασιού κατ' αυτόν τον τρόπο εγκυμονεί κινδύνους γιατί δεν είναι εύκολη η παρακολούθησή του, και υπάρχει περίπτωση να δημιουργηθούν ελαττώματα που δεν είναι δυνατόν να γίνουν αντιληπτά πριν από το άνοιγμά του. Τα καλά άσπρα κρασιά παλαιώνονται στην φιάλη και ο χρόνος που χρειάζονται για να ωριμάσουν κυμαίνεται από 1 έως 2 χρόνια. Για την πλειοψηφία των καλών λευκών κρασιών, η παλαίωση γίνεται για 4 με 5 χρόνια (εννοείται από τη στιγμή της εμφιάλωσης). Τα ίδια ισχύουν και για τα ροζέ κρασιά, ενώ τα κόκκινα έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις. Τα βαριά και λεπτής ποιότητας κόκκινα κρασιά μπορούν να παραμένουν στις φιάλες μέχρι 15 χρόνια.

□ Παλαίωση επιτραπέζιων κρασιών.

Ο χρόνος ωρίμανσής τους κυμαίνεται σε 1 μέχρι 2 το πολύ χρόνια μέσα σε βαρέλια τοποθετημένα στο δροσερότερο μέρος της κάβας. Αν όμως θερμανθούν στους 53° C, με απουσία οξυγόνου και επί 15 με 30 ημέρες, δίνουν αυξημένο άρωμα και ΒΟΥQUET. Τα κόκκινα κρασιά μπορούν να βελτιωθούν ως προς το ΒΟΥQUET με άριστες συνθήκες θερμοκρασίες και σε μετρίου μεγέθους βαρέλια από 1 μέχρι 4 χρόνια. Η θερμοκρασία επηρεάζει σημαντικά την παλαίωση. Η καλύτερη θερμοκρασία που βοηθά την παλαίωση των επιτραπέζιων κρασιών είναι 10° C – 15° C.

□ Παλαίωση επιδόρπιων κρασιών.

Τα κρασιά αυτά συνεχίζουν να βελτιώνονται για πολλά χρόνια μέσα στις φιάλες. Τα πιο εμπλουτισμένα από αυτά, υφίσταται μια πιο γρήγορη παλαίωση στους 20° C και μετά από λίγους μήνες μπορούν να διατεθούν στο εμπόριο.

III. ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ

Η εμφιάλωση είναι μια σχετικά απλή μηχανική διαδικασία. Επειδή όμως αποτελεί το τελευταίο κρίσιμο βήμα στη διαδικασία της παρασκευής του κρασιού υποβάλλεται σε αυστηρούς ελέγχους. Καταρχήν ο οίνος θα πρέπει να είναι διαύγεστος και να έχει καλή σύνθεση συστατικών χωρίς άσχημη γεύση και όσφρηση. Η κατάλληλη περίοδος για εμφιαλώσεις Κάβας είναι από το Νοέμβριο έως το Μάρτιο, διότι κατά τη χρονική αυτή περίοδο συνήθως επικρατεί κρύο. Κατάλληλη ημέρα για εμφιάλωση θεωρείται όταν επικρατεί καλός καιρός με χαμηλές θερμοκρασίες και ξηρός.

Επεξεργασία φιαλών.

Συνιστάται κατά προτίμηση φιάλες γυάλινες και σκούρες καλής ποιότητας με λαιμό απόλυτα στρογγυλό. Εάν είναι πρώτη η χρήση τοποθετούνται σε ένα διάλυμα τρυγικού οξέος 15%.

Εάν έχουν ήδη χρησιμοποιηθεί χρειάζονται ειδική επεξεργασία ανάλογα με την κατάσταση που βρίσκονται κατά την επιστροφή τους στα εργοστάσια. Γι' αυτό χρησιμοποιούνται ειδικές πλυντικές μηχανές με συντριβανισμούς ζεστού και κρύου νερού και απορρυπαντικών διαλυμάτων.

Πλεονεκτήματα της φιάλης.

- Δεν απορροφά το υγρό που περιέχει.
- Προστατεύει το κρασί από μολύνσεις.
- Είναι χημικά αδρανής και δεν αλλάζει τη σύνθεση του κρασιού.
- Εξαιτίας της διαφάνειάς της, δίνει τη δυνατότητα ελέγχου του χρώματος και της διαύγειας του κρασιού.

Επεξεργασία φελλών.

Οι φελλοί πρέπει να είναι καλής ποιότητας. Οι επιφάνειες να είναι λείες χωρίς σπηλιές απαλλαγμένοι από κάθε ξένη οσμή αφού θα έλθουν σε επαφή με τον οίνο.

Καλό είναι να τοποθετούνται στην αρχή σε ζεστό νερό, ύστερα σε κρύο, για 5-10 λεπτά και αμέσως μετά να χρησιμοποιούνται για την εμφιάλωση των φιαλών.

Το κρασί μετά τη διαύγασή του που σκοπό έχει την απομάκρυνση τυχόν αιωρημάτων, είναι πλέον έτοιμο να εμφιαλωθεί. Όλα τα τμήματα της εμφιαλωτικής γραμμής αποστειρώνονται. Το κρασί ρέει στο γεμιστικό τμήμα, οι φιάλες γεμίζουν, ο φελλός συμπιέζεται και εισάγεται στο λαιμό τους. Στην συνέχεια τοποθετείται ένα λεπτό καψύλλιο και η ετικέτα και οι φιάλες πακετάρονται σε χαρτοκιβώτια και μεταφέρονται σε κλιματιζόμενες αποθήκες.

IV. Η ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ

Το κρασί αποθηκεύεται μέχρι να φτάσει η στιγμή να καταναλωθεί και έτσι εξασφαλίζεται η σωστή συντήρηση του ευαίσθητου αυτού προϊόντος και συνεχίζεται η παλαίωση ή η συντήρησή του.

Η αποθήκευση αυτή είναι δυνατόν να γίνει από του ίδιους τους οινοποιούς που διατηρούν ένα σταθερό αριθμό φιαλών μέχρι να τα διαθέσουν καθώς επίσης και από επισιτιστικές μονάδες, σε ειδικούς χώρους αποθήκευσης (κάβες).

Προϋποθέσεις για την εξασφάλιση των σωστών συνθηκών διατήρησης των κρασιών :

- Η κατάλληλη θέση. Ο ιδανικότερος χώρος για την εγκατάσταση κάβας κρασιών θα ήταν ένα πέτρινο υπόγειο κελάρι με βορεινό προσανατολισμό. Η θερμοκρασία. Πρέπει να είναι σταθερή χειμώνα καλοκαίρι μεταξύ $11^{\circ}\text{C} - 14^{\circ}\text{C}$.
- Ο φωτισμός. Το φως, φυσικό ή τεχνητό λειτουργεί γενικά πάνω στο κρασί σαν χρονομηχανή που το γερνά σε γρήγορους ρυθμούς με αρνητικό αποτέλεσμα. Όσον αφορά στο τεχνητό φως που υπάρχει συνήθως, πρέπει να είναι χαμηλό χωρίς λάμπες φθορισμού.
- Ο αερισμός. Η κάβα δεν πρέπει να είναι ερμητικά κλεισμένη και προτείνεται ένα μικρό άνοιγμα προς το βορρά που θα δημιουργεί ανεπαίσθητο ρεύμα αέρος και θα λειτουργεί ευεργετικά. Το στοιχείο αυτό χρειάζεται προσοχή ώστε να μην αποβεί εχθρός της απαραίτητης υγρασίας.

- Η υγρασία. Η υγρασία της κάβας θα πρέπει να κυμαίνεται στο 75% περίπου. Στην περίπτωση που το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο αρχίζει το φαινόμενο της ξήρανσης των φελλών που χάνουν την ελαστικότητά τους, και επιτρέπουν την είσοδο του αέρα μέσα στη φιάλη. Στοιχεία που υποβοηθούν την υγρασία είναι το κάρβουνο και η άμμος στο δάπεδο. Το κάρβουνο ειδικά, αφομοιώνει και έναν εχθρό του κρασιού, τις άσχημες μυρωδιές.
- Η ησυχία και η καθαριότητα. Η φασαρία στο χώρο της κάβας αναταράσσει τους ζυμομύκητες με αποτέλεσμα την αύξηση του βαθμού οξύτητας των κρασιών. Τέλος η ύπαρξη ακάθαρτων αντικειμένων και δυσάρεστων οσμών τα επηρεάζουν αρνητικά.

Ξύλινα ράφια : Το ξύλο είναι κακός αγωγός της θερμότητας και βοηθά στη διατήρηση της θερμοκρασίας των κρασιών.

Σωστές θήκες : Πρέπει να είναι σχεδιασμένες με τέτοιο τρόπο ώστε η αφαίρεση ή τοποθέτηση των φιαλών να μην "ενοχλεί" τις διπλανές.

Σωστή θέση : Ως γνωστό η πλάγια θέση είναι βασικός κανόνας σωστής διατήρησης του κρασιού. Σ' αυτήν τη θέση βρέχεται ο φελλός, δεν σαπίζει και δεν επιτρέπει την είσοδο του αέρα στη φιάλη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

Ι. ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

ΕΛΛΑΔΑ

Μακεδονία

Νάουσα

Η Νάουσα φημίζεται για το ξηρό κόκκινο κρασί της που παρασκευάζεται αποκλειστικά από Ξινόμαυρο που καλλιεργείται σε προσδιορισμένους αμπελώνες της Νάουσας και των χωριών Στενήμαχος, Γιαννακοχώρι, Μαρίνα, Λευκάδια, Κοπανός και Τρίλοφος. Η ποικιλία Ξινόμαυρο έχει δώσει τον οίνο ΟΠΑΠ Νάουσα και αποτελεί την ευγενέστερη ερυθρή ποικιλία του βορειοελλαδικού χώρου με έντονο χρώμα, υψηλή οξύτητα και πλούσιο άρωμα. Ο παλαιότερος παραγωγός εμφιαλωμένου κρασιού Νάουσας είναι η εταιρεία Μπουτάρη ενώ η εταιρεία Τσάνταλη διατηρεί οινοποιείο κοντά στην πόλη της Νάουσας και περίπου 200 στρέμματα στην περιοχή της Στράντζας.

Χαλκιδική

Η Χαλκιδική χερσόνησος έχει τρία πόδια: το Άγιον Όρος, τη Σιθωνία και την Κασσάνδρα. Στο Άγιον Όρος η εταιρεία Τσάνταλη έχει συνάψει συμφωνία με τους μοναχούς και έχει δημιουργήσει εκτεταμένους αμπελώνες παράγοντας τον Αγιορείτικο Τοπικό Οίνο όπως επίσης Ροδίτη, Ασύρτικο, Ξινόμαυρο, Grenache Rouge, Cabernet Sauvignon, Λημιό και Αθήρι. Στην Κασσάνδρα λόγω της αστικοποίησης η αμπελοκαλλιέργεια έχει εξασθενήσει. Αντίθετα στην Σιθωνία υπάρχουν σημαντικά πράγματα να τονίσει κανείς όπως ένας αμπελώνας 4.500 στρέμματα, από τους μεγαλύτερους της Ευρώπης. Πρόκειται για το κτήμα Καρρά που παράγει Ροδίτη, Λημιό, Cabernet Sauvignon, Grenache. Τα κρασιά Καρρά λόγω της συστηματικής δουλειάς και των ευρωπαϊκών, γαλλικών προσανατολισμών και σημάτων που έχουν χρησιμοποιηθεί, έχουν διεθνή καριέρα και εκτίμηση. Από το 1981 είναι εγκεκριμένο το ΟΠΑΠ Πλαγιές Μελίτων.

Ήπειρος

Η Ήπειρος δεν είναι αυτό που θα λέγαμε ανεπτυγμένη, οινολογικά περιοχή. Οινολογικά, το ενδιαφέρον περιορίζεται στη Ζίτσα και στο Μέτσοβο. Η σπουδαιότερη ποικιλία στην περιοχή της Ζίτσα είναι η λευκή Ντεμπίνα. Παράγονται και ερυθρές ποικιλίες όπως είναι το Βλάχικο και το Μπεκάρι αλλά η ΟΠΑΠ Ζίτσα που καθιερώθηκε το 1971, αφορά μόνο λευκά κρασιά, ξηρά ή αφρώδη, που παρασκευάζονται μόνο από Ντεμπίνα. Στο Μέτσοβο παράγεται το Cabernet Sauvignon ύστερα από αναμπέλωση της περιοχής από την οικογένεια Αβέρωφ.

Θεσσαλία

Ο κάμπος της Θεσσαλίας δεν παρουσιάζει ιδιαίτερο οινολογικό ενδιαφέρον ωστόσο λόγω του πρόσφορου κλίματος που επικρατεί υπάρχουν ελπίδες για μία εξαιρετική ανάπτυξη του θεσσαλικού κρασιού. Γενικά στην Θεσσαλία παράγονται: Στην περιοχή της Ραψάνης τρεις ερυθρές ποικιλίες, το Ξινόμαυρο, το Σταυρωτό και το Κρασάτο. Της έχει δοθεί το δικαίωμα χρήσης ΟΠΑΠ Ραψάνη με την προϋπόθεση της συνύπαρξης και των τριών ποικιλιών. Στην Καρδίτσα το Σαββατιανό και η ποικιλία Μεσενικόλα που έχει δώσει τον οίνο ΟΠΑΠ Μεσενικόλα. Στον Τύρναβο το Μοσχάτο Αμβούργου, το Μπατίκι, καθώς Ροδίτη και Σαββατιανό.

Στερεά Ελλάδα και Εύβοια

Από ποσοτική άποψη το γεωγραφικό διαμέρισμα της Στερεάς Ελλάδας και Εύβοιας είναι το πρώτο σε παραγωγή οίνου, αφού κατέχει πάνω από το 1/3 της συνολικής εθνικής οινοπαραγωγής. Παράγει Ροδίτη και Σαββατιανό αλλά το σημαντικότερο οινολογικό χαρακτηριστικό της είναι η παραγωγή της δημοφιλούς ρετσίνας δηλαδή λευκό, ξηρό, ρητινωμένο κρασί που παράγεται από Σαββατιανό. Η εμφιάλωση της ρετσίνας καθώς και η ποιοτική βελτίωσή της σε μεγάλο βαθμό οφείλεται στις προσπάθειες της εταιρείας Κουρτάκη. Η οινοποίηση στην Αταλάντη είναι ταυτόσημη με τη Φάρμα Αταλάντης Αγροτική Α.Ε. του Δημήτρη Χατζημιχάλη.

Στο κτήμα Χατζημιχάλη που περιλαμβάνει οινοποιείο και εμφιαλωτήριο μέσα στον αμπελώνα, καλλιεργούνται πολλές ποικιλίες όπως Ρομπόλα, Αθήρι, Ροδίτης, Merlot, Syrah,

Carignan, Chardonnay. Η Αττική χωρίζεται σε τρεις αμπελουργικές ζώνες: των μεσογείων, της βόρειας Αττικής και των Μεγάρων. Την καλύτερη προσαρμογή στα εδάφη της Αττικής βρήκε το Σαββατιανό. Το Σαββατιανό επίσης καλλιεργείται σχεδόν αποκλειστικά και στην Εύβοια.

Πελοπόννησος

Στην Πελοπόννησο οινολογικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι περιοχές της Πάτρας, της Νεμέας καθώς και της Μαντινείας. Στην Πάτρα το σύνολο των αμπελώνων καλύπτει περίπου 120.000 στρέμματα, που αποτελούν το 12,75% της συνολικής έκτασης της χώρας, πρόκειται δηλαδή για ένα από τα μεγαλύτερα αμπελουργικά διαμερίσματα. Στην περιοχή της Δυτικής Αχαΐας παράγεται το κρασί ΟΠΕ Μαυροδάφνη Πατρών. Η Μαυροδάφνη είναι κρασί γλυκό και συμπληρωματικά στην παρασκευή του μπορεί να χρησιμοποιηθεί μαύρη κορινθιακή σταφιδάμπελος.

Το βασικό μυστικό της Μαυροδάφνης είναι η παλαιώσή της σε δρύινα βαρέλια για μεγάλο χρονικό διάστημα. Χωρίς να υποτιμηθεί η Μαυροδάφνη του Συνεταιρισμού, δεν μπορεί κανείς να παραγνωρίσει τη διάρκεια 135 ετών σχέση της Μαυροδάφνης με την ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ. Εκτός από το κρασί ΟΠΕ Μαυροδάφνη παράγονται επίσης το ΟΠΕ Μοσχάτο Πατρών και το ΟΠΕ Μοσχάτο Ρίου Πατρών. Ο Ροδίτης είναι η αποκλειστική ποικιλία για τα κρασιά ΟΠΑΠ Πάτρα. Άλλη ποικιλία η οποία επίσης καλλιεργείται στην περιοχή Πατρών είναι ο Σιδερίτης.

Στην Νεμέα καλλιεργείται αποκλειστικά με εξαιρετική επιτυχία λόγω άριστης προσαρμογής, το Αγιωργίτικο. Από το 1971 έχει εγκριθεί η ΟΠΑΠ Νεμέα όπως επίσης και η ΟΠΑΠ Μαντινεία. Στην Μαντινεία καλλιεργείται με επιτυχία το Μοσχοφίλερο και οι Ασπρούδες.

Κρήτη

Η Κρήτη παράγει περίπου το 20% των ελληνικών κρασιών. Από τον 12^ο έως και τα μέσα του 17^{ου} αιώνα ήταν ο σημαντικότερος παραγωγός Μαλβαζία. Στην κοιλάδα του Τεμένους, τα χωριά Άνω και Κάτω Αρχανές μαζί με άλλα πέντε χωριά καθορίζουν την περιοχή παραγωγής ενός ερυθρού ξηρού κρασιού με το όνομα ΟΠΑΠ Αρχανές. Επίσης στην περιοχή αυτή ευδοκίμει το Κοτσιφάλι καθώς και η Μανδηλαριά. Στην κοιλάδα των Πεζών, δεκαοκτώ χωριά αποτελούν την ζώνη ΟΠΑΠ Πεζά.

Από πλευράς ποικιλιών έχουμε τη λευκή Βηλάνα, τη Μανδηλαριά και το Κοτσιφάλι.

Στην περιοχή της Σητείας επικρατεί η κόκκινη ποικιλία Λιάτικο. Για το κρασί ΟΠΑΠ Σητεία η νομοθεσία έχει καθορίσει μία αμπελουργική ζώνη με 7.000 περίπου στρέμματα Λιάτικου. Η περιοχή Δάφνες επίσης, είναι η δεύτερη περιοχή που πήρε ΟΠΑΠ για το Λιάτικο. Περιοχή της Κρήτης που είναι γνωστή για τα κρασιά της είναι και ο Κίσαμος Χανίων. Το κρασί Κισάμου είναι ξηρό, κόκκινο και παράγεται από την ποικιλία Ρωμέικο.

Νησιά Αιγαίου

□ Σαντορίνη

Τα κρασιά της Σαντορίνης είναι μοναδικά τόσο στην Ελλάδα όσο και στην υπόλοιπη Ευρώπη. Βασικοί συντελεστές αυτής της μοναδικότητας είναι το έδαφος, που είναι καλυμμένο με τέφρα, λάβα, ελαφρόπετρα και σκουριά καθώς και το ξηρό κλίμα. Τα αμπέλια της Σαντορίνης είναι φυτεμένα σε μεγάλες αποστάσεις μεταξύ τους και διευθετούνται στο έδαφος, έτσι ώστε να μην παίρνουν ύψος αλλά να σχηματίζουν ένα "καλάθι", που προφυλάσσει από τον αέρα τα σταφύλια (οι ντόπιοι το λένε στεφάνι). Η σημαντικότερη ποικιλία το νησιού είναι το περίφημο Ασύρτικο που μαζί με τις λευκές ποικιλίες Αθήρι και Αϊδάνι δίνουν το λευκό, ξηρό ΟΠΑΠ Σαντορίνη. Λόγω της τουριστικής αξίας του νησιού σημειώνεται χαμηλή παραγωγικότητα του αμπελώνα της. Επίσης οι εγκαταστάσεις του Μπουτάρη είναι εκπληκτικές και αποτελούν μάλιστα σημαντικό αξιοθέατο του νησιού.

□ Πάρος

Η Μονεμβασιά είναι η καλύτερη λευκή ποικιλία της Πάρου. Το 1981 ήταν η χρονιά που καθιερώθηκε νομικά ο οίνος ΟΠΑΠ Πάρος.

Άλλες ποικιλίες αμπέλου που συναντώνται είναι το Σαβατιανό και η Βάφτρα κυρίως στην Αντίπαρο.

□ Λήμνος

Στην Λήμνο επικρατεί το λευκό Μοσχάτο Αλεξάνδρειας. Η ποικιλία αυτή έδωσε στο νησί τον τίτλο ΟΠΑΠ Λήμνος.

□ Ρόδος

Στο νησί επικρατούν δύο ποικιλίες. Η κυκλαδίτικη Μανδηλαριά, που έχει εγκλιματιστεί στο νησί θαυμάσια και η λευκή Αθήρι που αποτελεί βάση του λευκού, ξηρού ΟΠΑΠ Ρόδος.

□ Σάμος

Χαρακτηριστική ποικιλία της Σάμου αποτελεί το Μοσχάτο άσπρο ή απλώς Μοσχάτο ενώ υπάρχουν επίσης και οι ποικιλίες Φωκιανό και Ρητινό. Η ίδρυση της Ένωσης Οινοποιητικών Συνεταιρισμών Σάμου (ΕΟΣΣ) ήταν και εξακολουθεί να είναι καθοριστική για το νησί.

Η Καθολική Εκκλησία έχει παραχωρήσει στη Σάμο το δικαίωμα παραγωγής κρασιού για την Θεία Ευχαριστία. Τέλος η Σάμος παράγει μια μεγάλη ποικιλία από γλυκά κρασιά συγκεκριμένα τα Σάμος Γλυκό και Σάμος Νέκταρ.

□ Χίος

Στην περιοχή Κουρούνια της Χίου παράγεται το Κρασοστάφυλο από την ποικιλία Μανδηλαριά.

□ Ικαρία

Η Ικαρία κατέχει την αρχαιότερη Ονομασία Προελεύσεως με τον λεγόμενο Πράμνιο οίνο.

Νησιά Ιονίου

Από αμπελουργική άποψη, ο χάρτης των Επτανήσων είναι ποικίλος με σημαντικές διαφορές από νησί σε νησί.

□ Ζάκυνθος

Το χαρακτηριστικό κρασί της Ζακύνθου είναι το λεγόμενο βερντέα που είναι λευκό, επιτραπέζιο ξηρό κρασί, με υψηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλη. Συναντάται σε δύο τύπους. Σε παραδοσιακό τύπο που έχει ωριμάσει σε βαρέλια, με υψηλό αλκοολικό βαθμό και πικάντικη γεύση και πίνεται πριν το φαγητό,

και ως επιδόρπιο και σε λευκό ξηρό κρασί που πίνεται μαζί με το φαγητό.

Το κρασί της Ζακύνθου δεν μπορεί να γίνει ΟΠΑΠ λόγω της αστάθειας του οινοποιητικού μίγματος, γι' αυτό παράγεται ως Ονομασία κατά Παράδοση. Η Ζάκυνθος επίσης φημίζεται για την ποιοτικά κορυφαία σε παγκόσμιο επίπεδο σταφίδα της.

□ Κεφαλλονιά

Στην Κεφαλλονιά καλλιεργείται η Ρομπόλα που διακρίνεται σε ορεινή και καμπίσια. Η Ρομπόλα είναι το ακριβότερο ελληνικό σταφύλι και έγινε γνωστή σε όλη την Ελλάδα από την εταιρεία Καλλιγά. Εκτός από τα κρασιά ΟΠΑΠ Ρομπόλα, η Κεφαλλονιά διαθέτει και τα ΟΠΕ Μοσχάτο καθώς και Μαυροδάφνη Κεφαλλονιάς. Άλλες ποικιλίες που καλλιεργούνται στην Κεφαλλονιά είναι οι: Τσαούσι, Κοζανίτης, Ζακυνθινό, Περαχωρίτικο για λευκά κρασιά και Θηνιάτικο για κόκκινα.

□ Λευκάδα

Η βασική ποικιλία της Λευκάδας είναι το Βερτζαμί το οποίο δεν εκτιμάται από τους ειδικούς τόσο ώστε να οδηγήσει την Λευκάδα στην απόκτηση ενός ΟΠΑΠ.

□ Κέρκυρα

Οι σημαντικότερες ποικιλίες αμπέλου στην Κέρκυρα είναι ο λευκός Κακοτρύγης και ερυθρή Πετροκόρυθος. Υπάρχουν ακόμα Ρομπόλα, Κοτανίτης, Φιδιά, Σκοπελίτικο, Μαυροδάφνη, Μοσχάτο άσπρο, Μαρτζαβί κ.λ.π.

Εκτάσεις Ελληνικών οιναμπέλων

Στον χώρο της πρωτογενούς παραγωγής της αμπελοκαλλιέργειας, η Ελλάδα είναι από τις μεσογειακές χώρες με την πλέον μακρόχρονη παράδοση σε αυτόν τον τομέα.

Οι συνολικές εκτάσεις αμπελώνων από 1.613.308 στρέμματα το έτος 1988 μειώθηκαν σε 1.294.432 στρέμματα το 1998, προκύπτει δηλαδή μείωση των ελληνικών αμπελώνων σε ποσοστό 19,8% (ή κατά 318.876 στρέμματα).

Μείωση, όμως, παρατηρήθηκε και στις εκτάσεις οιναμπέλων,

οι οποίες από 843.344 στρέμματα το 1988 μειώθηκαν σε 695.721 στρέμματα το 1998 (μείωση κατά 17,5%).

Οι οινάμπελοι καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής αμπελοκαλλιέργειας της χώρας, σε ποσοστό 53,7% το έτος 1988 (έναντι ποσοστού 52,3% τού 1988).

Ιταλία

Η Ιταλία παράγει κρασί περίπου τρεις χιλιάδες χρόνια. Εδώ και είκοσι αιώνες το κρασί ήταν το καθημερινό ποτό των κατοίκων της. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν το γεγονός ότι οι αρχαίοι Έλληνες αποκαλούσαν πολύ εύστοχα την Ιταλία οινότρια, δηλαδή χώρα του κρασιού μιας και σε κάθε γωνιά της μπορεί να συναντήσει κανείς το αμπέλι, με εξαιρέσεις ελάχιστα μέρη της χώρας. Η διαμόρφωση του εδάφους, η ηλιοφάνεια και το κλίμα της Ιταλίας την κάνουν να είναι η χώρα με τις πιο ευνοϊκές συνθήκες για την καλλιέργεια της αμπέλου, σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης. Έτσι δεν είναι τυχαίο ότι η Ιταλία είναι η μεγαλύτερη οينوπαραγωγός χώρα στον κόσμο και φυσικά στην Ευρώπη.

Με καλλιεργούμενες εκτάσεις που φτάνουν το 914.000 εκτάρια, ανέρχεται σε 57.212.000 εκατόλιτρα. Ένα ελάχιστο μέρος από αυτή την ποσότητα αφορά κρασιά Ονομασίας Προέλευσης, μια και το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής πουλιέται χύμα ή εμφιαλώνεται ως επιτραπέζιος οίνος. Η μέση κατανάλωση ανά κάτοικο φτάνει τα 92 περίπου λίτρα το χρόνο. Από άποψη εξαγωγών περίπου 18.000.000 εκατόλιτρα το χρόνο, ποσότητα που είναι μεγαλύτερη από το τριπλάσιο της ελληνικής οينوπαραγωγής.

Ιστορικά η αμπελοκαλλιέργεια στην Ιταλία άρχισε, την εποχή της δημιουργίας των ελληνικών αποικιών και εξαπλώθηκε κατά την διάρκεια των Ρωμαϊκών χρόνων. Τα ιταλικά κρασιά αρχίζουν από γλυκά (Abocato), για να καταλήξουν στα μπρούσκα (Secco), και από πυκνά, για να καταλήξουν στα αφρώδη (Spumante). Σε αντίθεση με την Γαλλία, εδώ μόλις τα τελευταία είκοσι χρόνια άρχισε να επιβάλλεται κάποιος έλεγχος και να γίνονται σοβαρές προσπάθειες για την κατάταξη και την αξιολόγηση των κρασιών που παράγονται στις διάφορες περιοχές.

Οι κυριότερες κατηγορίες κρασιών, εκτός φυσικά από τα επιτραπέζια, είναι: Denominazione de Origine Controllata e Garantita (D.O.C.G.) δηλαδή Ονομασία Προέλευσης Ελεγχόμενη και Εξασφαλισμένη. Στην κατηγορία αυτή ανήκει η αφρόκρεμα των

ιταλικών κρασιών, δηλαδή αυτά που παράγονται σε αμπελουργικές περιοχές αυστηρά ελεγχόμενες και για τα οποία έχουν θεσπιστεί πιο αυστηροί νόμοι ώστε να εξασφαλιστεί η ποιότητά τους. Τα κρασιά αυτά υπόκεινται έως και σε οργανοληπτικούς ελέγχους.

Για να έχει ένα κρασί δικαίωμα σε ελεγχόμενη και εγγυημένη ονομασία πρέπει να έχει εμφανιστεί στον τόπο παραγωγής του και η φιάλη να φέρει την ειδική κρατική σφραγίδα.

Denominazione di Origine Controllata (D.O.C.) δηλαδή Ονομασία Προέλευσης Ελεγχόμενη. Η κατηγορία αυτή είναι λιγότερο αυστηρή από την προηγούμενη. Σ' αυτήν ανήκουν τα κρασιά που παράγονται σε συγκεκριμένη περιοχή, από συγκεκριμένη ποικιλία, και συγκεκριμένο τρόπο. Η κατηγορία αυτή είναι αντίστοιχη της ελληνικής κατηγορίας Ο.Π.Α.Π.

Το Εθνικό Ινστιτούτο Εξαγωγών, του οποίου το σήμα I.N.E. βρίσκεται στις ετικέτες των μπουκαλιών, δίνει εγγύηση ότι το κρασί προέρχεται από το μέρος που αναφέρεται. Οι ιταλικές ετικέτες δεν είναι τόσο λεπτομερείς όσο οι γαλλικές και οι γερμανικές. Η κλασική ιταλική μπουκάλα είναι πολύ στρογγυλή και ονομάζεται Fiasco.

Αν και σε κάθε γωνιά της Ιταλίας παράγεται κρασί, μπορεί να χωριστεί σε δύο μεγάλα τμήματα. Στη Βόρεια Ιταλία (πάνω από την Ρώμη) και την Νότια. Ο κύριος όγκος των κρασιών ποιότητας παράγεται στο βόρειο τμήμα ενώ αντίθετα το νότιο τμήμα χαρακτηρίζεται, εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων, από επιτραπέζια κρασιά, χωρίς ιδιαίτερες δυνατότητες διάκρισης.

Οι πιο γνωστές αμπελουργικές περιοχές της Ιταλίας που παράγουν κρασιά ποιότητας, είναι: Το Πεδεμόντιο, το Βενέτο, το Τρεντίνο Άλτο Αντιτζε, η Τοσκάνη και η Ούμπρια.

Στο Πεδεμόντιο παράγονται τα διάσημα κόκκινα BAROLO και BARBARESCO, που συγκαταλέγονται στα καλύτερα κόκκινα κρασιά και το λευκό αφρώδες ASTI SPUMANTE. Στην περιοχή του Βενέτο, το βορειοανατολικό μέρος της Ιταλίας, με επίκεντρο τις ιστορικές πόλεις Βενετία και Βερόνα παράγεται το λευκό SOAVE και ORVIETO, τα πιο γνωστά ιταλικά λευκά κρασιά. Στην περιοχή αυτή συναντιούνται και τα περίφημα κόκκινα κρασιά VELTELINA SASELA INFERMO GRUMELLO και το ροζέ CHIARETTO.

Η Τοσκάνη είναι η περιοχή του γνωστού κρασιού CHIANTI, το οποίο όσο πιο φρέσκο είναι, τόσο καλύτερο, ενώ όσο παλαιώνει χάνει τα καλά χαρακτηριστικά του.

Γαλλία

Η Γαλλία είναι μία από τις μεγαλύτερες παραγωγούς χώρες στον κόσμο. Για την ακρίβεια η δεύτερη μετά την Ιταλία. Η καλλιεργούμενη με αμπέλια έκταση φτάνει περίπου τα 914.000 εκτάρια και αντιστοιχεί στο 3,3% των συνολικά καλλιεργούμενων εδαφών στην χώρα αυτή. Η ετήσια παραγωγή κρασιών φτάνει περίπου τα 54.271.000 εκατόλιτρα. Από αυτά το 15% περίπου είναι κρασιά ονομασίας προέλευσης και τα υπόλοιπα επιτραπέζια. Η μέση κατανάλωση ανά κάτοικο φτάνει τα 90 λίτρα περίπου τον χρόνο. Από άποψη εξαγωγών η Γαλλία στέλνει στο εξωτερικό περίπου 900.000 τόνους ετησίως.

Ιστορικά η αμπελοκαλλιέργεια στην Γαλλία άρχισε την περίοδο της δημιουργίας της ελληνικής αποικίας στην Μασσαλία. Στην διάρκεια των Ρωμαϊκών Χρόνων εξαπλώθηκε σε όλη την Γαλατία όπου οι Ρωμαίοι δίδαξαν την τεχνική της αμπελοκαλλιέργειας στους Γαλάτες. Τα Γαλλικά κρασιά άρχισαν να αποκτούν το όνομα που έχουν σήμερα και να γίνονται οι πρώτες εισαγωγές την εποχή του Μεσαίωνα.

Η Γαλλία είναι η πρώτη χώρα στον κόσμο που, εδώ και 200 χρόνια, ανέπτυξε ένα σύστημα κατάταξης των κρασιών ανάλογα με την ποιότητά τους. Στα κρασιά V.Q.P.R.D. (Οίνοι Ποιότητας Παραγόμενοι σε Καθορισμένη Περιοχή) περιλαμβάνονται:

A.O.C. (Ονομασία Προέλευσης Ελεγχόμενη η οποία καλύπτει τα καλύτερα και αυστηρότερα κρασιά). V.D.Q.S. (Κρασιά Παραγόμενα σε Καθορισμένη Περιοχή με Ανώτερη Ποιότητα). Vin de Pays (η Κατηγορία των Τοπικών Οίνων). Vin de Table (η Κατηγορία των Κοινών Επιτραπέζιων Οίνων χωρίς διάκριση).

Τα Γαλλικά κρασιά χαρακτηρίζονται τα καλύτερα του κόσμου. Ειδικότερα, η φήμη των κρασιών των περιοχών Μπορντό και Βουργουνδίας είναι πολύ μεγάλη. Επίσης άλλες αμπελοουργικές περιοχές από τις οποίες προέρχονται εξίσου φημισμένα κρασιά είναι η Αλσατία, η περιοχή του Ροδανού, του Λίγηρα και η Καμπανία. Η πόλη Μπορντό, πρωτεύουσα του νομού Gironde, είναι το κέντρο παραγωγής κρασιών εξαιρετικής ποιότητας. Η φήμη των κρασιών Μπορντό πέρασε τα σύνορα της Γαλλίας προς το εξωτερικό, όταν ο βασιλιάς Ερρίκος ο Β' της Αγγλίας παντρεύτηκε την Ελεονόρα της Ακουϊτανίας και πήρε προίκα όλη την περιοχή. Από τότε χιλιάδες βαρέλια κόκκινου κρασιού της περιοχής κατέληγαν στην Αγγλία με το όνομα CLARET.

Ο όρος Claret, προσδιορίζει μόνο τα κόκκινα κρασιά που προέρχονται από την περιοχή Μπορντό της Γαλλίας. Επίσης,

μόνο τα κρασιά που παρασκευάζονται από σταφύλια του νομού Gironde μπορούν να ονομάζονται Μπορντό. Οι αμπελώνες του Μπορντό ονομάζονται Σατό (Chateaux). Αυτή η λέξη αποδίδεται στην ελληνική γλώσσα με τη λέξη «πύργος». Οι ιδιοκτήτες των Σατό προστατεύουν με προσοχή την υπόληψη της φήμης τους, μέχρι σημείου να μην τοποθετούν (την φήμη τους) σε κρασί κακής χρονιάς. Στο Μπορντό οι ιδιοκτησίες βρίσκονται στα χέρια λίγων παραγωγών, σε αντίθεση με την περιοχή της Βουργουνδίας. Η Βουργουνδία είναι η βορειότερη περιοχή στον κόσμο που παράγει κόκκινα κρασιά υψηλής ποιότητας. Επίσης τα κρασιά της Βουργουνδίας είναι γενικά βαριά και γι'αυτό προτιμούνται από τους κατοίκους βορείων χωρών.

Ισπανία

Η Ισπανία είναι η τρίτη οινοπαραγωγός χώρα στην Ευρώπη μετά την Ιταλία και την Γαλλία. Αν και οι καλλιεργούμενες εκτάσεις ξεπερνάνε τα 1.155.000 εκτάρια, η παραγόμενη ποσότητα κρασιού, δεν ξεπερνά τα 33.720.000 εκατόλιτρα. Η μέση κατανάλωση ανά κάτοικο φτάνει τα 57 λίτρα το χρόνο. Η παραγωγή κρασιών ποιότητας στην Ισπανία έχει ιστορία μόνο 30 ετών.

Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '60, ο κύριος όγκος του ισπανικού κρασιού χρησίμευε απλά για εσωτερική κατανάλωση και οι ποσότητες που εξαγόταν χρησίμευαν κυρίως σε αναμίξεις. Τα ισπανικά κρασιά εκτός από ενδυναμωμένα Σέρι, είναι τα πιο ασταθή του κόσμου.

Για τον έλεγχο της ποιότητας των ισπανικών κρασιών υπάρχουν υποτυπώδεις κανονισμοί. Οι ειδικοί θεωρούν τους κρατικούς χαρακτηρισμούς ποιότητας άχρηστους και βασίζονται μάλλον στην ετικέτα, που αναγράφει "Gardia De Origen", δηλαδή ότι το κρασί είναι προϊόν μέλους της συνεργατικής ενώσεως των παραγωγών της περιοχής Rioja, που βρίσκεται στη βόρεια περιοχή της Ισπανίας, με αμπελώνες για επιτραπέζια κρασιά, άσπρα και ροζέ.

Τα καλύτερα παλιά κρασιά φέρουν στην ετικέτα την επιγραφή Reserva και την ημερομηνία εμφιάλωσης. Ανάμεσα στα καλύτερα κόκκινα και λευκά κρασιά του Rioja είναι τα RESERVAS ESPECIALES. Άλλη γνωστή περιοχή είναι αυτή της Lacha, που βρίσκεται στην κεντρική Ισπανία και δίνει αξιόλογα επιτραπέζια κρασιά.

Γερμανία

Η Γερμανία είναι η τέταρτη παραγωγός χώρα κρασιών στην Ευρώπη. Ταυτόχρονα είναι και η βορειότερη χώρα της Ευρώπης στην οποία καλλιεργείται και δίνει καρπό το αμπέλι. Όσο και αν φαίνεται παράξενο η Γερμανία, συγκρινόμενη με την Ελλάδα, μία κατεξοχήν παραδοσιακή οινοπαραγωγό χώρα, έχει 2,5 φορές μεγαλύτερη παραγωγή από αυτήν.

Η καλλιεργούμενη με αμπέλια έκταση στην Γερμανία φτάνει τις 101.000 εκτάρια και η παραγωγή σε κρασί τα 13.000.000 εκατόλιτρα. Η μέση κατανάλωση ανά κάτοικο είναι μόλις 26,5 λίτρα τον χρόνο. Τα λευκά κρασιά αποτελούν τον κύριο όγκο του γερμανικού κρασιού, καλύπτοντας το 87% της συνολικής παραγωγής.

Η ιστορία του γερμανικού κρασιού είναι η ιστορία των κατοίκων του Ρήνου. Μετά από τους Ρωμαίους η αμπελοκαλλιέργεια έπεσε σε μαρasmus μέχρι που ένα μεγάλο τμήμα των αμπελώνων έγινε εκκλησιαστική περιουσία.

Η κατάταξη των γερμανικών κρασιών ανά κατηγορίες ποιότητας δεν ακολουθεί τους κανόνες που ακολουθούνται σε όλες τις άλλες χώρες της Ευρώπης. Εδώ το κράτος-ελεγκτής ενδιαφέρεται κυρίως για την περιεκτικότητα του κρασιού σε σάκχαρα, δηλαδή για τον βαθμό ωρίμανσης των σταφυλιών μιας και είναι δύσκολο λόγω κλίματος.

Πραγματικά, στους αμπελώνες του Ρήνου και Μοζέλα ο ήλιος είναι λιγοστός και το καλοκαίρι διαρκεί πολύ λίγο. Καμιά φορά το αποτέλεσμα είναι πολύ μέτριο και οι παραγωγοί αναγκάζονται να προσθέσουν ζάχαρη στα κρασιά, για να επιτευχθεί η απαιτούμενη περιεκτικότητα σε αλκοόλ. Όταν γίνεται αυτό η ετικέτα στα μπουκάλια του κρασιού αναφέρει την λέξη *Verbesserte* ή *Betlered* ενώ στα κρασιά που δεν έχει προστεθεί ζάχαρη η ετικέτα γράφει *Naturrein* ή *Naturwein*.

Οι τρεις κυριότερες περιοχές κρασιών στο Ρήνο είναι η Ραινγκάου, Ραινέεσεν και Ραινφάλτς. Στην περιοχή Ραινγκάου σε καλές χρονιές παράγονται καταπληκτικά άσπρα κρασιά, πλούσια και χυμώδη, με έναν τόνο αυστηρότητας που γενικά τα χαρακτηρίζει.

Οι τέσσερις βασικές κατηγορίες των γερμανικών κρασιών είναι:

Τάφελβάιν: είναι η κατηγορία των επιτραπέζιων οίνων που πρέπει να περιέχουν 5% φυσικό αλκοόλ.

Λαντβάιν: η κατηγορία αυτή είναι των τοπικών οίνων. Η περιεκτικότητά τους σε φυσικό οινόπνευμα πρέπει να είναι τουλάχιστον 5.5%. Συνήθως πρόκειται για κρασιά ημίξηρα.

Καλιτασβάιν Μπεστίμτερ Ανμπαουγκέμπτ: Αυτά υποχρεωτικά προέρχονται από μια συγκεκριμένη περιοχή και παράγονται από συγκεκριμένες ποικιλίες. Πρέπει να περιέχουν τουλάχιστον 7.5% φυσικό αλκοόλ και να έχουν αριθμό ελέγχου.

Καλιτασβάιν Μιτ Πράνκτικατ: αυτή είναι η κατηγορία των εξαιρετικών οίνων ποιότητας. Πρέπει να περιέχουν τουλάχιστον 9.5% φυσικό αλκοόλ και να προέρχονται όχι μόνο από συγκεκριμένες ποικιλίες αλλά και από μια συγκεκριμένη μικρή αμπελουργική περιοχή. Η κάθε φιάλη φέρει υποχρεωτικά αριθμό ποιοτικού ελέγχου.

Λοιπές οινοπαραγωγικές χώρες

Εκτός των παραπάνω άλλες οινοπαραγωγικές χώρες εκτός Ευρώπης είναι η Αυστραλία που επιδίδεται στην παραγωγή σαμπάνιας, οίνου Βουργουνδίας και άλλων ευρωπαϊκών ποτών, καθώς και η Αλγερία η οποία γνώρισε το κρασί από τους Γάλλους που μετέφεραν Γαλλικές ποικιλίες ποιότητας λόγω της φυλλοξήρας στην Γαλλία. Επίσης η Αργεντινή, κατέχοντας μεγάλο ποσοστό στην παγκόσμια παραγωγή και προσφέροντας εξαιρετη ποιότητα κρασιού, η Βραζιλία, η Ιαπωνία και οι Ηνωμένες Πολιτείες τις Αμερικής(Η.Π.Α.).

Το 90% του συνόλου των αμερικανικών κρασιών παράγεται στην Καλιφόρνια σε ένα από τα πιο έφορα και παραγωγικά μέρη του κόσμου με ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες στην οποία ευημερεί οποιοδήποτε είδος και εάν φυτευτεί.

Εκτάσεις οινάμπελων στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Συμπερασματικά με βάση την καλλιεργούμενη έκταση, η χώρα με τους μεγαλύτερους αμπελώνες το 1997, ήταν η Ισπανία, με έκταση 1.155 χιλ. εκτάρια, καλύπτοντας το 32,71% των συνολικών εκτάσεων αμπελώνων της Ε.Ε. Ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία με καλλιεργούμενες εκτάσεις 914 χιλ. εκταρίων έκαστη, και αντίστοιχο ποσοστό συμμετοχής επί τού συνόλου των καλλιεργούμενων αμπελώνων στην Ε.Ε., 25,88%. Έπεται η Πορτογαλία με 260 χιλ. εκτάρια και μερίδιο συμμετοχής 7,36% και

η Ελλάδα με κάλυψη καλλιεργούμενων εκτάσεων 132 χιλ. εκταρίων και ποσοστό 3,7% το 1997.

Επίσης το σύνολο των καλλιεργούμενων αμπελώνων στην Ευρωπαϊκή Ένωση εμφάνισε διαχρονική μείωση το διάστημα 1986-1997. Συγκεκριμένα, η συνολική έκταση αμπελοκαλλιέργειας ανήλθε σε 3.531 χιλ. εκτάρια το 1997 από 4.190 χιλ. εκτάρια την περίοδο 1986-1990, παρουσιάζοντας μείωση κατά 15,73%.

Η συνολική παραγωγή οίνου παρουσίασε αυξομειώσεις την εξεταζόμενη περίοδο. Ειδικότερα, όσον αφορά στη σύνθεση της ευρωπαϊκής οινοπαραγωγής. Με βάση τα στοιχεία της περιόδου 1998/1997, η Ιταλία κυριαρχεί παραγωγή τής Ε.Ε. με 57.212 χιλιάδες εκατόλιτρα και ακολουθεί η Γαλλία με 54.271 χιλ. εκατόλιτρα, ενώ τρίτη έρχεται η Ισπανία με 33.720 χιλ. εκατόλιτρα (αν και η Ισπανία κατείχε την πρώτη θέση στον αριθμό εκτάσεων αμπελοκαλλιέργειας επί του συνόλου των εκτάσεων της Ε.Ε.).

Η κατανάλωση κρασιού μειώθηκε κατά τη διάρκεια τής περιόδου 1986-1997. Η μείωση αυτή στη συνολική κατανάλωση οίνου έφτασε τα 10 εκατ. εκατόλιτρα περίπου, ενώ αμελητέα αύξηση παρουσιάστηκε κατά το 1997/1996 της τάξης του 0,2%.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έκθεσης «Wine: Situation and Outlook», που εκδίδεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τα ευρωπαϊκά αμπέλια κατέχουν το 45% της παγκόσμιας έκτασης αμπελιών και παράγουν κατά μέσο όρο το 60% τής παγκόσμιας παραγωγής. Επι πλέον, η Ευρωπαϊκή Ένωση κατέχει περίπου το 60% της παγκόσμιας κατανάλωσης και ηγείται, τόσο στις εισαγωγές, όσο και στις εξαγωγές. Η Ευρώπη επομένως και ιδιαίτερα η Ευρωπαϊκή Ένωση κατέχει πρωταρχική θέση στην παγκόσμια αγορά οίνου.

Ωστόσο παρατηρούνται διαφορές μεταξύ των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τόσο σε επίπεδο εξειδίκευσης των οινοποιητικών εκμεταλλεύσεων, όσο και στο είδος των παραγόμενων προϊόντων και στην έκταση των καλλιεργούμενων αμπελώνων.

Οι ειδικές οινολογικές πρακτικές που χρησιμοποιούνται σε κάθε περιοχή, καθώς και τα ιδιαίτερα στοιχεία του εδάφους συνεισφέρουν στην απόδοση τοπικών χαρακτηριστικών στην παραγωγή κρασιού στην Ευρώπη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

Ι. ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΑ

Το χρώμα και η όψη του κρασιού.

Το χρώμα του κρασιού οφείλεται στις φαινολικές ουσίες που περιέχει, δηλαδή ταννίνες, ανθοκυάνες, και άλλα φαινολικά σώματα. Τα λευκά κρασιά όσο πιο κίτρινο χρώμα έχουν τόσο πιο οξειδωμένα είναι. Δεν υπάρχει “υποδειγματικό” χρώμα κρασιού. Το χρώμα του εξαρτάται από τη σύστασή του σε πολυφαινόλες, από την ποικιλία, την ωρίμανση, τον τρόπο οινοποίησης και συντήρησης.

Η πείρα έχει δείξει ότι υπάρχει σχέση μεταξύ έντασης του χρώματος και αρώματος του κρασιού. Χρώμα άτονο βεβαιώνει την ύπαρξη πτητικών αρωμάτων, φρούτων, λουλουδιών. Χρώμα έντονο φανερώνει πυκνό και έντονο άρωμα. Σκοτεινό, τέλος, χρώμα δείχνει αρώματα ξηρών φρούτων, καβουρδίσματος, μπαχαρικών.

Είναι γνωστό ότι η αύξηση της οξύτητας σε ένα κρασί προκαλεί αύξηση της έντασης του κόκκινου χρώματος των ανθοκυανών. Οι ζωηρές λοιπόν χροιές είναι σημάδι γευστικής φρεσκάδας και υψηλής οξύτητας, ενώ αντίθετα οι άτονες χροιές φανερώνουν μια πλαδαρότητα γεύσης.

Το χρώμα τέλος είναι πολύτιμος οδηγός στον προσδιορισμό της ηλικίας των κρασιών και ιδίως των κόκκινων. Έντονα κόκκινες χροιές φανερώνουν νεότητα. Όταν συμπεριέχουν και καστανές, κεραμιδί χροιές υποδηλώνουν γήρανση. Μπλέ χροιές είναι δείγμα πολύ νέου κρασιού. Για τα άσπρα η ένταση του κίτρινου εφόσον δεν οφείλεται σε παρατεταμένη οξείδωση, δείχνει την ωριμότητα της ηλικίας του.

Παρακολουθώντας από χρόνο σε χρόνο τη μεταβολή του χρώματος των κρασιών μιας περιοχής και για ορισμένη ποικιλία, μπορούμε να κάνουμε μια αρκετά καλή προσέγγιση της ηλικίας ενός κρασιού.

Η διαύγεια του κρασιού

Η διαύγεια ενός κρασιού είναι συνάρτηση της ύπαρξη σωματιδίων που είναι ορατά στο μάτι. Η διαφάνεια είναι συνάρτηση της ευκολίας με την οποία τα ορατά και αόρατα σωματίδια αφήνουν το φως να διασχίσει τη μάζα του κρασιού, με αποτέλεσμα να μην μπορούμε να δούμε τελείως τα αντικείμενα που βρίσκονται πίσω από το κρασί (εφόσον οι φωτεινές ακτίνες εμποδίζονται να φτάσουν μέχρι το μάτι μας).

Η διαύγεια ενός κρασιού γίνεται αντιληπτή βάζοντας το δείγμα σε ένα διαφανές ποτήρι ανάμεσα στον παρατηρητή και σε μια φωτεινή πηγή, όπως είναι το φως ενός κεριού. Ανακινώντας περιστροφικά το δείγμα μέσα στο ποτήρι μπορούμε να παρατηρήσουμε τη ρευστότητά του που είναι συνάρτηση σχεδόν αποκλειστικά της περιεκτικότητας σε αλκοόλη. Δάκρυ λέμε τις χονδρές σταγόνες που κυλούν από τα τοιχώματα του ποτηριού προς τα κάτω, όταν το δείγμα μετά από ανακίνηση το αφήσουμε σε ηρεμία. Όταν το κρασί εμφανίζει μεγάλο ιξώδες λέμε ότι είναι λιπαρό, κάτι που προκαλεί ευχάριστη οπτική εντύπωση.

Επίσης σημαντική είναι η επίδραση της θερμοκρασίας στην εμφάνιση των θολωμάτων που προέρχονται από επαναζυμώσεις ή καταβύθιση αλάτων. Υπάρχει ένα ιδανικό όριο θερμοκρασιών διατήρησης που εξαρτάται από το τύπο του κρασιού. Γενικά, τα κρασιά των θερμών χωρών αντέχουν σε πιο υψηλές θερμοκρασίες συντήρησης. Θερμοκρασία 14 ± 2 °C θεωρείται ιδανική. Για τα κρασιά των ψυχρών περιοχών η θερμοκρασία 12 ± 2 °C είναι καλή. Ένας τέτοιος ισόθερμος χώρος μπορεί να είναι ένα υπόγειο (κάβα) στο οποίο η θερμοκρασία κυμαίνεται σε αυτά τα χαμηλά όρια όλες τις εποχές του χρόνου.

Αυτά τα όρια ιδανικών θερμοκρασιών δεν είναι αυθαίρετα. Προκύπτουν από την ανάγκη αποφυγής συνθηκών δημιουργίας ιζήματος από άλατα (καθορίζει την ελάχιστη θερμοκρασία συντήρησης) και την παρεμπόδιση της επαναδραστηριοποίησης των μυκήτων (που καθορίζει την μέγιστη θερμοκρασία διατήρησης). Η γευστική πείρα έδειξε ότι τα κρασιά που διατηρούνται σε πολύ χαμηλές θερμοκρασίες "στεγνώνουν" γευστικά, ενώ σε μεγαλύτερες οξειδώνονται.

Το άρωμα του κρασιού

Το μεγαλύτερο μέρος των φυσικών χυμών έχει ένα ιδιαίτερο άρωμα, μια απλή και διακριτική μυρωδιά που επιτρέπει να

αναγνωρίσουμε την προέλευση του φρούτου από το οποίο προέρχεται. Τα κρασιά όμως, αντίθετα από τους χυμούς, δεν διαθέτουν ένα τέτοιο χαρακτηριστικό και έντονο άρωμα, εκτός βέβαια από κρασιά ορισμένων αρωματικών ποικιλιών όπως αυτά των μοσχάτου.

Σε πρώτη προσέγγιση το άρωμα του κρασιού, περισσότερο από ότι η γεύση του, είναι δύσκολο να γίνει αντιληπτό, να περιγραφεί. Ο δοκιμαστής προσπαθεί να διακρίνει την ένταση, τον όγκο της μυρωδιάς, την απόχρωση, την ποιότητα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της.

Με μία προσεκτική εξέταση μπορούμε να αναγνωρίσουμε μέσα στο αρωματικό σύνολο, μια αλληλεπίδραση αρωμάτων όπως λουλουδιών, φρούτων, ξηρών καρπών ή ξύλου. Στον ευχάριστο χαρακτήρα της μυρωδιάς αναγνωρίζουμε ένα καλό κρασί και στην πολυπλοκότητά του και τον πλούτο του σε αρωματικές αποχρώσεις, ένα μεγάλο κρασί.

Μια πρώτη αποσαφήνιση της πολυπλοκότητας είναι η διάκριση ανάμεσα στο άρωμα και το μπουκέτο ενός κρασιού. Η λέξη άρωμα δείχνει τη μυρωδιά ενός νέου κρασιού, ενώ το μπουκέτο αποκτιέται με την παλαίωση. Το μπουκέτο του κρασιού αναπτύσσεται όταν το κρασί βρίσκεται μέσα στο μπουκάλι, μακριά από την επίδραση του οξυγόνου. Το άρωμα ενός κρασιού διακρίνεται σε πρωτογενές, που προέρχεται από αρωματικές ουσίες που περιέχει το σταφύλι, σε δευτερογενές, το οποίο εμφανίζεται κατά τη διάρκεια της ζύμωσης, όταν μικροοργανισμοί μετατρέπουν το σάκχαρο του γλεύκους σε αλκοόλη και σε άλλο πλήθος ουσιών, σχηματίζοντας συγχρόνως αρωματικές ουσίες. Το τριτογενές άρωμα και το μπουκέτο αναπτύσσονται αργότερα κατά την ωρίμανση και παλαίωση του κρασιού.

Στα άσπρα κρασιά πρέπει να αποφεύγεται από την αρχή μέχρι το τέλος κάθε επαφή με τον αέρα που σε όλες τις περιπτώσεις δρα καταστρεπτικά στο άρωμά τους. Αυτή είναι και η αιτία που ένα άσπρο κρασί, όταν διατηρείται σε βαρέλι συνήθως χάνει το άρωμά του σταφυλιού.

Τα αρώματα του κρασιού μπορούν να παρουσιαστούν σε εννέα κατηγορίες: **1.**Αρώματα λουλουδιών, **2.**Αρώματα φρούτων, **3.**Τα αρώματα ξηρών φρούτων και καρπών, **4.**Τα αρώματα ξηρών χόρτων και φυλλωμάτων, **5.**Αρώματα καβουρδισμένου, **6.**Αρώματα μπαχαρικών, **7.** Βαλσαμικά αρώματα, **8.** Ζωικά αρώματα, **9.** Αρώματα διαφόρων τροφών.

Για την ποιοτική έκφραση μπορούν να χρησιμοποιηθούν επίθετα όπως :

- Λεπτό, όταν πρόκειται για ευγενή αρώματα φρούτων ή λουλουδιών που δεν είναι έντονα.
- Αρωματικό, όταν έχει έντονα αρώματα.
- Μυρωδικό, όταν είναι ικανό να προκαλέσει αρωματικό ερεθισμό κατευθείαν χωρίς την ανάγκη εισπνοής.
- Ράτσας, όταν έχει ιδιαίτερο τύπο, προσωπικότητα και ξεχωρίζει εύκολα μεταξύ άλλων κρασιών.
- Κομψό, όταν διακρίνεται από τον ιδιαίτερο τρόπο παρουσίασης ενός αρώματος μεταξύ άλλων κρασιών που περιέχουν το ίδιο άρωμα.
- Κοινό, όταν παρουσιάζει αρώματα χωρίς ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.
- Αυστηρό, όταν τα αρώματά του παρουσιάζονται κατά τρόπο ώστε να είναι διακριτικά και εύκολα αντιληπτά αλλά συγχρόνως κατά τρόπο δυσάρεστο.
- Χονδροκομμένο, όταν παρουσιάζει αρώματα φυτικά και χορταρώδη που στερούνται λεπτότητας.
- Ελαττωματικό, τέλος, όταν παρουσιάζει συγκεκριμένες οσμές αλλοιώσεων.

Μια σειρά από προσδιορισμούς μπορεί να δηλώσει την κατάσταση υγείας ενός κρασιού. Ένα κρασί με καθαρό άρωμα είναι ειλικρινές, ευθύ, κανονικό. Αντίθετα, όταν είναι αμφίβολο, αλλοιωμένο, αρρωστημένο τότε λέμε ότι το κρασί δεν έχει καθαρό άρωμα.

Ορισμός, έννοια γευσιγνωσίας.

Δοκιμασία σημαίνει εξέταση, έλεγχο, έρευνα, εξακρίβωση και ακόμη έγκριση, προσπάθεια, ταλαιπωρία. Όταν λέμε δοκιμασία ή οργανοληπτική εξέταση ή οργανοληπτική δοκιμή εννοούμε την εκτίμηση της ποιότητάς του, με τη βοήθεια της όσφρησης και της γεύσης.

Στην πραγματικότητα όμως “δοκιμάζω ένα κρασί” σημαίνει υποβάλλω το κρασί αυτό στο σύνολο των αισθήσεών μου προσπαθώντας να το γνωρίσω, να καθορίσω τους οργανοληπτικούς χαρακτήρες του. Με άλλα λόγια σημαίνει επιστράτευση όλων των αισθήσεων.

Κάθε άτομο είναι ικανό να δοκιμάσει. Φτάνει μια προσπάθεια προσοχής και ανάλυσης των εντυπώσεων, για να μετατρέψουμε την απλή κατανάλωση του κρασιού σε δοκιμή.

Το πιο δύσκολο, χωρίς αμφιβολία, έργο και το οποίο δεν είναι δυνατό για όλους είναι η περιγραφή των εντυπώσεων που δεχόμαστε και η αιτιολογημένη κριτική αυτών. Για να είναι επομένως, αποτελεσματική η οργανοληπτική εξέταση, ο δοκιμαστής οφείλει όχι μόνο να μπορεί να διακρίνει τα διάφορα χαρακτηριστικά του κρασιού αλλά και να ξέρει να συγκρατεί αυτό που αισθάνεται, να το εκφράζει με σαφείς και ακριβείς όρους και να είναι ικανός να διαμορφώσει μια γνώμη.

Τεχνική της γευσίγνωσης.

Η διαδικασία που ακολουθείται σε γενικές γραμμές για μία οργανοληπτική δοκιμασία, ξεκινάει από την οπτική εξέταση του κρασιού.

Μια οπτική εξέταση της επιφάνειας του κρασιού μπορεί να φανερώσει μικρά σωματίδια εξαιρετικά λεπτά, δείγμα επέμβασης μικροβίων.

Κοιτάζοντας το πόδι του ποτηριού δοκιμασίας από την επιφάνεια προς τα κάτω μπορούμε να έχουμε μια πρώτη εκτίμηση για την διαύγεια του κρασιού. Φέρνοντας το ποτήρι γυρτό πάνω σε μια άσπρη επιφάνεια κατάλληλα φωτισμένη, μπορούμε να κάνουμε τις παρατηρήσεις μας που αφορούν την περιγραφή, την ένταση και την ελκυστικότητα του χρώματος. Οδηγώντας περιστροφικά το κρασί στα τοιχώματα του ποτηριού, καταρχήν παρατηρούμε την ροή της αλκοόλης στα τοιχώματα που μπορεί να γίνεται με γρήγορο ή αργό σχηματισμό (δάκρυα).

Στην περίπτωση των αφρωδών παρατηρούμε και σημειώνουμε την ποσότητα, διάρκεια και λεπτότητα των φυσαλίδων. Χωρίς να κουνήσουμε το ποτήρι με το δείγμα, πλησιάζουμε την μύτη στην επιφάνειά του οπότε και εισπνέουμε τον αέρα που βρίσκεται στο πάνω μέρος του ποτηριού και που περιέχει τα πιο πτητικά αρώματα του κρασιού.

Μόνιμη επιδίωξη του δοκιμαστή είναι να καταφέρει να παίρνει τις εντυπώσεις του αν είναι δυνατόν με την πρώτη εισπνοή. Η επανάληψη φέρνει την κόπωση χωρίς να φανερώνει επιπλέον στοιχεία.

Η καθαρότητα του αρώματος αφορά την ύπαρξη δυσάρεστων οσμών που πιθανόν να συνοδεύουν ένα κρασί με εξαιρετικά τα υπόλοιπα αρωματικά χαρακτηριστικά του.

Το είδος του αρώματος (π.χ. λουλουδιού) και η περιγραφή το (π.χ. τριαντάφυλλου) αποτελούν την ποιοτική περιγραφή του.

Έχοντας τελειώσει και αυτό το στάδιο βάζουμε μια μικρή γουλιά κρασιού στο στόμα και αφήνουμε να διαβρέξει όλη την στοματική κοιλότητα χωρίς να το καταπιούμε. Περιγράφουμε την πρώτη γευστική εντύπωση (γλυκιά) και την διαδοχική εμφάνιση ξινή και αλμυρή γεύσης και καταπίνοντας μια ελάχιστη ποσότητα την πικρή.

Η θέρμανση κρασιού μέσα στο στόμα που έχει σχετικά υψηλότερη θερμοκρασία από αυτή του δείγματος, επιτρέπει σε συστατικά ακόμα λιγότερο πτητικά να γίνουν αντιληπτά με την έμμεση γραμμή όσφρησης. Η γεύση που αφήνει στο στόμα το κρασί όταν πια το έχουμε βγάλει, είναι ένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά του κρασιού. Σχετίζεται έντονα με την ύπαρξη πικρών συστατικών.

Ανυπαρξία γεύσης φανερώνει ένα μικρό και φτωχό σε συστατικά κρασί. Η ύπαρξη έντονης γεύσης πικρών ή ξινών συστατικών φανερώνει κρασί με ελαττωματική δομή.

Αντίθετα όταν η γευστικότητα του στόματος παραμένει έντονη χωρίς εμφάνιση ξινών ή πικρών συστατικών, είναι δείγμα ποιοτικής ανωτερότητας του κρασιού.

Στην διάρκεια διατήρησης της γευστικής εντύπωσης, βασίστηκε και η μέθοδος ποιοτικής κατάταξης των κρασιών που έχει το λατινικό όνομα Codalie (ουρά). Η εύρεση των Codalie ενός κρασιού είναι επαναλήψιμο φαινόμενο και δίνει τα ίδια αποτελέσματα για διαφορετικούς δοκιμαστές. Τέλος, είναι σταθερό για το ίδιο το κρασί καθ' όλη την διάρκεια της ζωής του.

Αισθήσεις που χρησιμοποιούνται στη δοκιμασία.

Οι αισθήσεις που χρησιμοποιούνται κυρίως στην οργανοληπτική εξέταση είναι : η όραση, η όσφρηση και η γεύση.

Η όραση μας πληροφορεί για την κατάσταση της διαύγειας και το είδος του χρώματος του κρασιού. Διακρίνουμε δηλαδή αν το κρασί μας είναι διαυγές ή θολερό εάν φέρει ή όχι ιζήματα αν είναι λευκό, ροζέ, ή ερυθρό. Παρατηρούμε την ένταση και απόχρωση του χρώματός του στοιχεία που μας πληροφορούν για το βαθμό οξειδώσεως ενός λευκού κρασιού και την ηλικία ενός κόκκινου. Ακόμα η όραση μας πληροφορεί για τη ρευστότητα του κρασιού και την περιεκτικότητά του σε CO₂ δηλαδή αν είναι αφρώδες ή ημιαφρώδες.

Η όσφρηση μας πληροφορεί για το άρωμα της πρώτης ύλης, το άρωμα της ζύμωσης καθώς επίσης και για το μπουκέτο που αναπτύσσεται στα κόκκινα κρασιά κατά την παλαίωσή τους.

Η γεύση σχηματίζεται στα ευαίσθητα κύτταρα που βρίσκονται μόνο πάνω στη γλώσσα, σε εξογκωμένα σημεία που ονομάζονται θηλίδια.

Δεν υπάρχουν παρά μόνο τέσσερις βασικές γεύσεις που γίνονται αντιληπτές από τα θηλίδια της γλώσσας το γλυκό, το ξινό, το αλμυρό και το πικρό. Το γλυκό γίνεται αισθητό στο εμπρόσθιο μέρος της γλώσσας, η ξινή γεύση στα πλάγια και κάτω, η αλμυρή γεύση ενδιαφέρει τα χείλη και όχι την κεντρική επιφάνεια της γλώσσας, ενώ η πικρή γεύση γίνεται αντιληπτή μόνο στο πίσω μέρος της γλώσσας σε μια ζώνη που φτάνει όταν καταπίνουμε.

Το κρασί έχει τις τέσσερις βασικές γεύσεις : Η γλυκιά που έχει δοθεί από το οινόπνευμα και φυσικά από τα ζάχαρα, η ξινή γεύση από τα ελεύθερα οργανικά οξέα, η αλμυρή από οξέα που βρίσκονται με μορφή αλάτων, η πικρή γεύση από φαινολικές συνθέσεις ονομαζόμενες κοινά ταννίνες. Μέσα στο κρασί αυτές οι γεύσεις δεν γίνονται αντιληπτές την ίδια ώρα. Παρουσιάζονται η μια μετά την άλλη.

Ο δοκιμαστής πρέπει να' ναι υπομονετικός σε αυτή την εναλλαγή των γεύσεων. Διακρίνουμε:

α) την "στιγμιαία" γεύση ή "επίθεση" που σχηματίζεται στα πρώτα 2-3 sec.

β) την "εξέλιξη" ή "ανάπτυξη" η οποία αντιστοιχεί στην συνεχή μεταβολή της αίσθησης (εκτύπωσης) και διαρκεί 5 -10 sec.

γ) την "επίγευση" αντιληπτή στο τέλος της δοκιμής είναι η εντύπωση που παραμένει μετά την αποβολή του κρασιού από το στόμα.

Άλλες αισθήσεις που αναπτύσσονται είναι η αφή. Οι αισθήσεις που έχουν σχέση με την αφή γίνονται αντιληπτές πάνω στην γλώσσα και στα ούλα και αναφέρονται σαν "ρευστότητα" ή "λιπαρότητα" του κρασιού. Με τον ερεθισμό των ούλων γίνεται αντιληπτή η καυστικότητα της αλκοόλης.

Δυσκολίες της δοκιμής.

Ο προσωπικός χαρακτήρας του δοκιμαστή δηλαδή η υποκειμενικότητα της αίσθησης επηρεάζει τη γευστική δοκιμασία. Χωρίς εξάσκηση δεν είναι δυνατή καμία εκτίμηση.

Η μνήμη είναι βασικός παράγοντας στη δοκιμασία επειδή αυτή δεν είναι τίποτα άλλο από μια σύγκριση εντυπώσεων ή αισθήσεων με άλλες σύγχρονες ή προγενέστερες.

Η γεύση και η οσμή δεν μπορούν να μετρηθούν με αριθμούς. Μπορούμε μόνο να κάνουμε συγκρίσεις και να πούμε

πως μια γεύση είναι πιο ισχυρή από μια άλλη, μια οσμή είναι πιο έντονη.

Για να αποδοθούν επομένως καλύτερα οι αισθήσεις αυτές χρειάζεται λεπτομερής περιγραφή και ερμηνεία των αισθήσεων με τις πιο ακριβείς λέξεις και εκφράσεις. Το λεξιλόγιο του δοκιμαστή όμως είναι ισχυρά φανταστικό με αποτέλεσμα να κωδικοποιείται δύσκολα και να απαιτούνται εξηγήσεις για την κατανόησή του.

Εξωτερικές επιδράσεις : Τέτοιες ασκούνται από το χώρο της δοκιμής, το σχήμα και το υλικό του ποτηριού, την παρουσίαση των δειγμάτων, τις καιρικές συνθήκες, τα σχόλια των διπλανών κ.λ.π.

Παράγοντες που επηρεάζουν τη δοκιμή.

Η επί τόπου δοκιμή στις αποθήκες συντήρησης δεν έχει την ίδια αυστηρότητα με αυτή που γίνεται στο δοκιμαστήριο. Ορισμένες δυσάρεστες οσμές όπως όξινη, πικρή κουράζουν γρήγορα. Άλλη μορφή κούρασης είναι η επίδραση του αλκοόλ το οποίο περνάει στο αίμα από τις βλεννομεμβράνες του στόματος.

Επίσης οι αντίθετες επιδράσεις που κάνουν ένα λευκό κρασί να φαίνεται όξινο μετά από ένα γλυκό, ένα κόκκινο να φαίνεται πιο δυνατό μετά από ένα ευκολόπιτο, διαφοροποιούν την κρίση.

Τέλος είναι πολύ εύκολο με τη μέθοδο της υποβολής να πειστεί ένας δοκιμαστής ότι δύο ποτήρια με το ίδιο στην πραγματικότητα κρασί είναι διαφορετικά. Είναι δυνατόν λοιπόν να επηρεαστεί ένας δοκιμαστής και να οδηγηθεί σε λάθος.

Πρακτικοί κανόνες δοκιμής.

Για να αποφευχθούν αυτές οι δυσκολίες και τα σφάλματα κατά τη διάρκεια της δοκιμής έχουν θεσπιστεί ορισμένοι κανόνες και μέθοδοι δοκιμής.

Έτσι : ο χώρος της εξέτασης πρέπει να είναι ευχάριστος κατάλληλα φωτισμένος χωρίς οσμές με θερμοκρασία 20-22°C καλή ηχομόνωση, χωρίς φανταχτερά και γυαλιστερά χρώματα. Τα κελιά των δοκιμαστών να είναι όλα ομοιόμορφα μεταξύ τους, ήσυχα και ανεξάρτητα.

Τα ποτήρια να έχουν κυπελοειδές σχήμα και μικρό άνοιγμα για τη συγκέντρωση των οσμών (σχήμα τουλίπας). Το γυαλί πρέπει να είναι κρυστάλλινου τύπου για την εκτίμηση της διαύγειας του κρασιού. Το ποτήρι πρέπει να γεμίζεται μέχρι το 1/3

του ύψους του, ποτέ μέχρι επάνω, διότι η ποσότητα αλλοιώνει το χρώμα. Καθαρίζεται με μη αρωματισμένα προϊόντα και ξεπλένεται με αποσταγμένο νερό.

Ο γευσιγνώστης θα πρέπει να είναι σε άριστη κατάσταση (να μην είναι άρρωστος ή ξενυχτισμένος κ.λ.π). Η κατάλληλη ώρα για τη δοκιμή είναι η πρωινή μεταξύ 10-12 πριν από το γεύμα, δεδομένου ότι το μέγιστο ευαισθησίας των αισθητηρίων οργάνων πετυχαίνεται όταν αρχίζει το αίσθημα της πείνας.

Η παρουσίαση των δειγμάτων πρέπει να είναι ομοιόμορφη και ανώνυμη. Η θερμοκρασία τους πρέπει να είναι ανάλογη με τον τύπο του κρασιού :

- Κρασιά γλυκά 6-8°C
- Κρασιά αφρώδη 8°C
- Κρασιά λευκά και ροζέ 12-14°C
- Κρασιά ερυθρά 15-18°C

Ο δοκιμαστής πρέπει να δουλεύει ανεξάρτητα και να σημειώνει τα αποτελέσματά του σε καρτέλες.

Η διάρκεια της δοκιμής δεν πρέπει να ξεπερνά τα 45-60 λεπτά και ο αριθμός των δειγμάτων δεν πρέπει να ξεπερνά τα 10-15 λεπτά.

Προηγούνται στην εξέταση τα ξηρά και λευκά κρασιά και ακολουθούν τα ερυθρά και γλυκά. Τα κρασιά βαθμολογούνται από 0 έως 20 βαθμούς. Από 1-3 δεν πίνονται από 7-9 είναι κάτω από τη βάση 10-12 μέτριο, από 13-15 καλό, 16-18 κρασιά αρκετά καλής ποιότητας, 19-20 κρασιά άριστης ποιότητας.

II. ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΦΑΓΗΤΟ

Αρμονία χρωμάτων.

Η πρώτη προσέγγιση αρμονίας στη γεύση γίνεται με βάση το χρώμα του κρασιού.

Τα ελληνικά κρασιά με το απαλό ανοιχτό χρώμα τους ταιριάζουν καλύτερα με τροφές που έχουν ανάλογες χρωματικές αποχρώσεις, όπως τα λευκά κρέατα (ψάρι, κοτόπουλο, μοσχάρι γάλακτος) και τις λευκές ή τις ξανθές σάλτσες.

Το κόκκινο ενός κρασιού μας προδιαθέτει ευθύς εξαρχής ευμενώς για το ταίριασμα με ένα κόκκινο κρέας με σκουρόχρωμες σάλτσες. Όλα αυτά φυσικά δεν είναι απόλυτα και αποτελούν απλές ενδείξεις.

Συνδυασμοί φαγητού – κρασιού.

A. Θαλασσινά και κρασί.

Τα στρείδια και τα μύδια που έχουν υφάλμυρη γεύση και έντονο άρωμα, συνδυάζονται με κρασιά έντονου αρωματικού χαρακτήρα και αυξημένης οξύτητας. Η οξύτητα έχει σαν αποτέλεσμα τη μείωση της αίσθησης του αλμυρού. Τέτοια κρασιά είναι το Μοσχοφίλερο η Ντεμπίνα και η Βηλάννα.

Για τις γαρίδες, караβίδες, αστακούς, που έχουν έντονο άρωμα και σχετικά γλυκιά γεύση προτείνεται ένα λευκό κρασί με πλούσιο άρωμα και όχι ιδιαίτερα ξηρό. Ιδανικό κρασί είναι αυτό από Ρομπόλα.

Τα μαλάκια που έχουν λεπτή γεύση θέλουν λευκά κρασιά χωρίς μεγάλη οξύτητα. Τέτοιο κρασί είναι από Σαββατιανό ή Ροδίτη που προέρχεται από πεδινούς αμπελώνες.

Τα ψάρια με χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος και υψηλή σε πρωτεΐνες (μπακαλιάρος, τόνος) συνδυάζεται με Ρομπόλα και Σαββατιανό. Ενώ τα ψάρια με υψηλή περιεκτικότητα σε λίπους και χαμηλή σε πρωτεΐνη (πέστροφα) αναζητούν μια Ντεμπίνα. Τα ψάρια με υψηλή περιεκτικότητα σε λίπος και πρωτεΐνες (σολομός) συνδυάζονται με Ροδίτη από ορεινούς αμπελώνες ή Ασύρτικο.

Τα κόκκινα κρασιά δεν ταιριάζουν με ψάρι για δύο λόγους. Οι ταννίνες των ερυθρών κρασιών όταν ενωθούν με τις πρωτεΐνες των ψαριών δίνουν δυσάρεστη μεταλλική αίσθηση. Επίσης οι αμινοξέες οσμές δύσκολα παντρεύονται με τα μπαχαρικά αρώματα ενός κόκκινου κρασιού.

B. Κρέας και κρασί.

Οι πρωτεΐνες του κρέατος σε αντίθεση με των ψαριών συνδυάζονται άριστα με τις ταννίνες των κόκκινων κρασιών. Γενικά ένα λιπαρό κρέας χρειάζεται κρασί με μεγαλύτερη οξύτητα.

Συγκεκριμένα το αρνί θέλει κρασιά κόκκινα με ταννικό χαρακτήρα. Το χοιρινό και το μοσχάρι γάλακτος χρειάζονται λευκά, πλούσια κρασιά, ροζέ έντονα ή ελαφριά κόκκινα.

Τα ψητά πουλερικά χρειάζονται λευκά ή κόκκινα λεπτά κρασιά και τα μαγειρεμένα, λευκά κρασιά.

Γ. Τυριά και κρασί.

Τυριά σκληρά και γλυκά όπως το γκούντα και το ένταμ με χαμηλή οξύτητα ταιριάζουν με ερυθρά κρασιά πλούσια σε ταννίνες.

Αντίθετα σκληρά γλυκά τυριά όπως η γραβιέρα και το έμενταλ πίνονται κατά προτίμηση με λευκά ή ερυθρά που στερούνται στυφών συστατικών. Στη μεγάλη οικογένεια των μπλέ τυριών, όπως το ροκφόρ, ή γκοργκοντζόλα, το στίλτον που είναι ημίσκληρα δεν ταιριάζουν με τα ερυθρά κρασιά, τα δε λευκά τα εξαφανίζουν τελείως. Μόνον αρωματικά γλυκά κρασιά μπορούν να αντέξουν την πικάντικη γεύση τους.

- Πετυχημένοι συνδυασμοί τυριών και κρασιών.

Η Βηλάνα συνδυάζεται θαυμάσια με το μπρί, το γκούντα, το ρεγκάτο, το τσεντάρ, την κοπανιστή, το ροκφόρ. Μια Ζίτσα με έμενταλ, ρεγκάτο, κοπανιστή, γκοργκοτζόλα και το στίλτον.

Τα Ασύρτικο με τσεντάλ, γκούντα παλαιωμένο, φέτα, μανούρι, και στίλτον.

Ένα ροζέ από ξινόμαυρο καθώς και μια Νεμέα με ρεγκάτο, τσεντάρ και παρμεζάνα.

Μια Νάουσα με προβολόνη, παρμεζάνα, και γκούντα παλαιωμένο.

Καμπερνέ και Λημνιό από τις πλαγιές Μελίτωνα με παρμεζάνα και γκούντα.

Η ρετσίνα με τσεντάρ, φέτα και μετσοβόνη.

Δ. Αλλαντικά και κρασί.

Τα αλμυρά αλλαντικά συνδυάζονται με λευκά κρασιά με σχετικά αυξημένη οξύτητα. Τα μαγειρεμένα αλλαντικά εξαιτίας του λίπους απαιτούν κρασιά ερυθρά ταννικά ή λευκά με οξύτητα. Τα αλλαντικά αέρος λόγω της μεγάλης οξύτητας αποτρέπουν από το να τα συνοδεύσουμε με κρασί.

III. ΚΡΑΣΙ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ

Παρόλο που το κρασί ως αλκοολούχο ποτό σε μεγάλες ποσότητες είναι βλαβερό για τον οργανισμό, είναι παραδεχτό ότι σε μικρή και λογική χρήση όχι μόνο δεν βλάπτει, αλλά ωφελεί. Γενικά πιστεύεται ότι διεγείρει την όρεξη, διευκολύνει τη χώνεψη, ξεκουράζει και βοηθά στον ύπνο και αρκετές φορές στην ανάρρωση από διάφορες αρρώστιες.

Βοηθά επίσης την καρδιά και τονώνει τους καρδιακούς μυς και την κυκλοφορία, ιδιαίτερα στα μικρά αιμοφόρα αγγεία, και ελαττώνει το στρες και την υπερένταση, μειώνοντας έτσι τον κίνδυνο για θρομβώσεις στις φλέβες και τις αρτηρίες.

Τέλος, χωρίς να αποδίδουμε στο κρασί τις θαυματουργές τάχα ιδιότητες για την πρόληψη των μολυσματικών ασθενειών που του απέδιδαν παλαιότερα, σήμερα Γάλλοι και Ιταλοί υγειονολόγοι παραδέχονται ότι ένα δυο ποτηράκια αυξάνουν την αντοχή σ' όλους τους ιούς, τη γρίππη και το κρυολόγημα.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε την ανάγκη της πειθαρχίας όσον αφορά το κρασί και την αυτοσυγκράτηση στο όριο αυτό, προκειμένου να υπάρχουν ωφέλειες, διαφορετικά η κλιμάκωση οδηγεί σε βλάβες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Ι. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΠΟΤΩΝ.

Παρουσίαση πέντε γνωστών επιχειρήσεων του κλάδου Βιομηχανίας ποτών.

Οι πέντε επιχειρήσεις που συγκαταλέγονται στον κλάδο Βιομηχανίας (ποτών) είναι οι εξής :

1. Ευάγγελος Τσάνταλης Α.Ε. οινοποιία - αποσταγματοποιία.
2. Κουρτάκης Ελληνικά Κελάρια Οίνων Α.Ε.
3. Αχάϊα Κλάους Οινοποιητική Α.Ε.
4. Μπουτάρης και Υιός Οινοποιητική Α.Ε.
5. Β.Γ. Σπηλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.

Ευάγγελος Τσάνταλης Α.Ε.

Η Εταιρία Τσάνταλης Α.Ε. ανήκει στο κλάδο Βιομηχανία-Ποτά. Πρόκειται για ανώνυμη εταιρία που ιδρύθηκε το 1971 σαν συνέχεια της ατομικής επιχείρησης του Ευάγγελου Τσάνταλη, ιδρυθείσης το 1947 στη Θεσσαλονίκη. Σήμερα διοικείται από την Ιωάννα Τσάνταλη-Βιλδιρίδη, πρόεδρο της εταιρίας.

Παράγει και εξάγει μπράντυ, ούζο, ρακί, τσίπουρο, τσικουδιά, κρασί ρετσίνα και κρασιά. Μεγάλος όγκος της παραγωγής (άνω του 80 %) τόσο των κρασιών όσο και του ούζου, εξάγονται με κυριότερο προορισμό την αγορά της Γερμανίας. Κύρια δραστηριότητα της όμως είναι η παραγωγή κρασιού. Οι πωλήσεις της εταιρίας κατά το έτος 2000 ανήλθαν στα 41.855.119,59 Ευρώ.

Η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στην Νέα Καλλικράτεια στο νομό Χαλκιδικής. Η εταιρία απασχολεί προσωπικό 360 ατόμων.

Κουρτάκης Α.Ε.

Η εταιρία ιδρύθηκε το 1972 αναλαμβάνοντας δραστηριότητες της ατομικής επιχείρησης Δημήτριος Κουρτάκης, ιδρυθείσης το 1946 σαν συνέχεια της επιχείρησης του Βασ.Κουρτάκη που ιδρύθηκε το 1895.

Ασχολείται με οινοποίηση, παραγωγή και εμφιάλωση κρασιών, εξαγωγές κρασιών και ούζου καθώς και αντιπροσώπευση και εισαγωγή του γνωστού ποτού Rosso Antico. Η εταιρεία πέραν της εμπορίας και εξαγωγών των δικών της προϊόντων όπως ρετσίνα, μπράντυ και κρασί, έχει αναλάβει την διακίνηση στην ελληνική αγορά ορισμένων από τα κρασιά που παράγει η εταιρία Ι.Κάλλιγας Α.Ε. όπως και όλες τις εξαγωγές κρασιών Κάλλιγα στο εξωτερικό, αξιοποιώντας το εμπορικό δίκτυο και τις διασυνδέσεις που έχει. Σημειώνεται ότι, πρόσφατα η επιχείρηση «Κουρτάκη», αγόρασε το εμπορικό σήμα της μπίρας FIX, με σκοπό να προχωρήσει στο προσεχές μέλλον σε παραγωγή ανάλογης μπίρας.

Πρόκειται για καθαρά οικογενειακή επιχείρηση που ελέγχεται από τα μέλη της οικογένειας Κουρτάκη. Είναι μια από τις παλαιότερες μεγάλου μεγέθους οινοβιομηχανίες της χώρας.

Οι πωλήσεις της εταιρίας το έτος 2000 ανήλθαν σε 28.079.236,98 ευρώ. Η εταιρία απασχολεί συνολικά προσωπικό 200 ατόμων.

Αχαΐα Κλάους Α.Ε.

Η Αχαΐα Κλάους αποτελεί την αρχαιότερη οινοποιητική βιομηχανία στην χώρα μας. Δημιουργήθηκε αρχικά το 1861 από τον Βαυαρό Γουσταύο Κλάους και το 1920 εξαγοράστηκε από τον επιχειρηματία Βλάσση Αντωνόπουλο. Έκτοτε ελέγχεται από τους κληρονόμους του.

Η επιχείρηση αυτή ασχολείται βασικά με την οινοποίηση, και εξαγωγές εμφιαλωμένων κρασιών, ρετσίνας, αποσταγμάτων αλλά και μπράντυ απεριτίφ και ούζου.

Η εταιρία το έτος 2000 πραγματοποίησε πωλήσεις που ανήλθαν στα 22.365.197,36 ευρώ. Η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στην Πάτρα και απασχολεί μόνιμα προσωπικό 110 ατόμων.

Το 1995 η διοίκηση της Αχαΐα Κλάους είχε προσπαθήσει να εισαγάγει την εταιρία στο Χρηματιστήριο με σκοπό να την εξυγιάνει χρηματοοικονομικά. Το σχέδιο αυτό δεν προχώρησε ποτέ, βρίσκοντας την εταιρία, στις αρχές του '96 με υψηλές

υποχρεώσεις : 3,8 δισ.δρχ. ήταν οι άμεσα απαιτητές οφειλές της προς τράπεζες, πέραν των χρημάτων, και περίπου 3,6 δισ. δρχ. οφείλονταν σε προσωπικό, προμηθευτές και ασφαλιστικά ταμεία. Με το ύψος αυτό των υποχρεώσεων και τα ταμεία της εταιρίας άδεια, τίποτα από όσα συγκροτούν τη λειτουργία μιας επιχείρησης δεν μπορούσε να προχωρήσει. Η κατάρρευση ήταν τότε μια προοπτική ιδιαίτερα πιθανή. Κλειδί για την επίλυση του προβλήματος ήταν η πρόταση της Τράπεζας Πειραιώς για την υπαγωγή της εταιρίας στις διατάξεις του άρθρου 44 του νόμου 1892/90 σχετικά με τις προβληματικές και υπερχρεωμένες επιχειρήσεις. Κοινός παρονομαστής του σχεδίου αυτού με την προηγούμενη προσπάθεια εισαγωγής στο Χρηματιστήριο ήταν η οικονομική εξυγίανση της εταιρίας με εξόφληση ποσού ύψους 2,5 δισ. δρχ. προς τις τράπεζες σε 5 χρόνια. Το άτομο που έβγαλε την επιχείρηση από τη δύσκολη θέση ήταν ο κ. Νίκος Καραπάνος, ιδρυτής της οινοποιητικής εταιρίας "Κυμοθόη Α.Ε" πρώην εργαζόμενος στην Αχάϊα Κλάους αφού το 1993 είχε διακόψει τις σχέσεις του με αυτή λόγω διαφωνίας με τον τότε βασικό μέτοχο και επικεφαλής της διοίκησης κ. Α. Νερουτσόπουλο.

Το μέλλον διαγράφεται αισιόδοξο για την επιχείρηση ύστερα και από την εξόφληση της τελευταίας δόσης το Μάιο του 2001, ανοίγοντας έτσι το δρόμο για την υλοποίηση νέων στόχων, όπως και η εισαγωγή της επιχείρησης στο χρηματιστήριο αξιών.

Μπουτάρης Α.Ε

Η εταιρία είχε ιδρυθεί το 1989 αρχικά με την επωνυμία ΓΙΟΥΝΑΙΤΕΝΤ ΝΤΙΣΤΙΛΛΕΡΣ ΜΠΟΥΤΑΡΗ Α.Ε με σκοπό την αντιπροσώπευση οινοπνευματωδών ποτών. Τον Αύγουστο του 1992 εξαγοράστηκε πλήρως από τα συμφέροντα της οικογενείας Μπουτάρη, ενώ το 1993 μετονομάστηκε σε ΑΦΟΙ ΜΠΟΥΤΑΡΗ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.

Η εταιρία εκτός από την παραγωγή αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών και κρασιού ασχολείται με το χονδρικό και λιανικό εμπόριο οινοπνευματωδών και λοιπών ποτών. Επίσης έχει και εισαγωγικές δραστηριότητες στον τομέα ποτών αξιοποιώντας τις δυνατότητες που της δίνει το ισχυρό δίκτυο διανομών που διαθέτει.

Εκτός αυτών αντιπροσωπεύει μεγάλους οίκους όπως BACARDI & Co Ltd (Bahames), UNSELM (Γαλλία) κ.λ.π. Επίσης εξάγει ούζο, ρετσίνα και γενικότερα κρασί. Οι πωλήσεις της το έτος 2000 ανήλθαν στα 21.925.285.,40 Ευρώ.

Η επιχείρηση έχει την έδρα της στη Θεσσαλονίκη και απασχολεί προσωπικό 180 ατόμων. Από τα τέλη του 1987 οι μετοχές της έχουν εισαχθεί στην κύρια αγορά του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών.

Σπηλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε

Η εταιρία ιδρύθηκε το 1895 και διοικείται από τον πρόεδρο Βασίλειο Σπηλιόπουλο.

Κύρια δραστηριότητά της αποτελεί η παραγωγή αιθυλικής αλκοόλης από υλικά που υφίστανται ζύμωση. Επίσης παράγει αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά, κρασί (χύμα μόνο), οινόπνευμα και βιομηχανικά αέρια. Ακόμα πραγματοποιεί εξαγωγές κρασιού (χύμα) μπράντυ, ούζου, αποστάγματα κρασιών και καθαρό οινόπνευμα.

Οι πωλήσεις της επιχείρησης το έτος 2000 ανήλθαν στα 14.644.619,22 Ευρώ. Η εταιρία έχει την έδρα της στην Πάτρα και απασχολεί προσωπικό 82 άτομα.

ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΚΡΑΣΙΩΝ

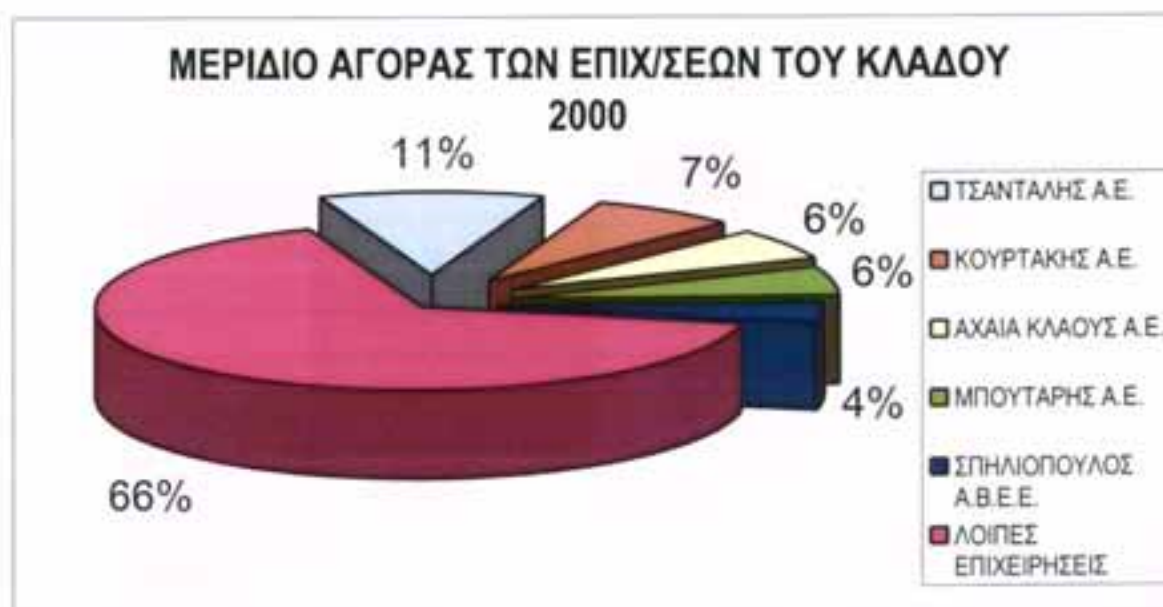
ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ ΕΜΦΙΑΛΩΜΕΝΩΝ ΚΡΑΣΙΩΝ
ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ Α.Ε	*ΑΓΙΟΡΕΙΤΙΚΟΣ (τοπικός) *ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΣ (τοπικός) *ΘΕΣΣΑΛΙΚΟΣ (τοπικός) *ΝΑΟΥΣΑ (ΟΠΑΠ) *ΡΑΨΑΝΗ (ΟΠΑΠ) *ΠΕΖΑ (ΟΠΑΠ) *ΝΕΜΕΑ (ΟΠΑΠ) *ΑΥΤΟΚΡΑΤΟΡΙΚΟΣ *ΚΑΒΑ ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ *ΛΗΜΝΟΣ (ΟΠΕ) *ΣΑΜΟΣ (ΟΠΕ) *ΜΑΥΡΟΔΑΦΝΗ (ΟΠΕ) *ΗΜΙΓΛΥΚΟΣ ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ *ΡΕΤΣΙΝΑ ΤΣΑΝΤΑΛΗ
ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε	*ΚΟΥΡΟΣ (ΟΠΑΠ) *ΜΑΥΡΟΔΑΦΝΗ ΚΟΥΡΤΑΚΗ *ΡΕΤΣΙΝΑ ΚΟΥΡΤΑΚΗ *ΡΕΤΣΙΝΑ ΑΤΤΙΚΗΣ (τοπικός)

	<p>*VIN DE CRETE (τοπικός) *CHALET SOLEGRO</p>
<p>ΑΧΑΙΑ ΚΛΑΟΥΣ Α.Ε</p>	<p>*ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟΣ(τοπικός) *ΤΟ ΚΕΛΛΑΡΙ ΤΟΥ ΚΛΑΟΥΣ (τοπικός) *ΜΑΝΤΙΝΕΙΑ (ΟΠΑΠ) *NEMEA (ΟΠΑΠ) *ΡΑΤΡΑΣ (ΟΠΑΠ) *ΜΑΥΡΟΔΑΦΝΗ IMPERIAL (ΟΠΕ) *ΜΟΣΧΑΤΟΣ ΠΑΤΡΩΝ (ΟΠΕ) *CHATEAU CLAUSS *DEMESTICA *SANTA HELENA *BON VIVEUR *DANIELIS *CAVA CLAUSS *ΛΙΟΚΡΙ ΡΕΤΣΙΝΑ</p>
<p>ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε</p>	<p>*ΡΟΤΟΝΤΑ *ΡΕΤΣΙΝΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ *ΗΜΙΓΛΥΚΟΣ *LAC DES ROCHES *ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΟΙΝΟΣ (τοπικός) *ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ (ΟΠΑΠ) *ΝΑΟΥΣΑ (ΟΠΑΠ) *ΓΟΥΜΕΝΙΣΣΑ (ΟΠΑΠ) *ΠΑΡΟΣ (ΟΠΑΠ) *NEMEA (ΟΠΑΠ) *CHATEAU MATSA *ΚΑΛΛΙΣΤΗ *ΚΑΒΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ *GRANT RESERVE *ROSE SEC</p>

II. ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΟΙΝΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2000

	ΠΩΛΗΣΕΙΣ 2000 (σε Ευρώ)
ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ Α.Ε	41.855.119,59
ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε	28.079.236,98
ΑΧΑΙΑ ΚΛΑΟΥΣ Α.Ε	22.365.197,36
ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε	21.925.285,40
ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ Β.Γ Α.Β.Ε.Ε	14.644.619,22
ΛΟΙΠΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	250.359090,20

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία του πίνακα πρώτη βάση πωλήσεων είναι η Τσάνταλης Α.Ε. και ακολουθούν οι επιχειρήσεις Κουρτάκης Α.Ε, Αχάϊα Κλάους Α.Ε, Μπουτάρης Α.Ε. και Σπηλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε. Ακολουθεί διαγραμματική απεικόνιση.



III. ΕΞΕΛΙΞΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ

ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ Α.Ε.

Α) Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης (σε EUR)

Οι δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης εξετάζουν το βαθμό εξαρτήσεως της επιχείρησης από ξένα κεφάλαια.

- Δείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης

$$\square \frac{\text{ΞΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 22.256.158,47 \div 41.335.069,70 = 53,84\%$$

$$1999 : 24.315.545,12 \div 43.681.226,71 = 55,66\%$$

$$2000 : 30.697.053,56 \div 51.979.826,85 = 59,05\%$$

Ο δείκτης αυτός, εκφράζει το ποσοστό των συνολικών επενδυμένων κεφαλαίων που προέρχονται από πιστωτές της επιχείρησης. Οι πιστωτές προτιμούν μικρούς δείκτες δανειακής επιβάρυνσης, διότι όσο χαμηλότερος είναι ο δείκτης, τόσο μεγαλύτερη είναι η εξασφάλισή τους από τη δημιουργία ζημιών σε περίπτωση ρευστοποίησης των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης. Οι μέτοχοι αντίθετα, ενδιαφέρονται για υψηλούς δείκτες με την προσδοκία δημιουργίας μεγαλύτερων κερδών. Επίσης ενδιαφέρονται για την απόκτηση ξένων κεφαλαίων, μέχρι του σημείου που το κατά μονάδα κόστος αποκτήσεως ξένου κεφαλαίου είναι μικρότερο από την αντίστοιχη απόδοσή του.

Για την εταιρία ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ Α.Ε ο δείκτης αυτός, κατά την περίοδο 1998-2000, κυμαίνεται από 53,84% έως 59,05%. Γεγονός που σημαίνει ότι οι πιστωτές καλύπτουν κατά το 2000

περισσότερο από το μισό της συνολικής χρηματοδότησης της επιχείρησης.

Αναλυτικότερα τα κεφάλαια (επενδύσεις) της επιχείρησης κατά το έτος 1998, έχουν χρηματοδοτηθεί, κατά 53,84% από πιστωτές ενώ το υπόλοιπο 46,16% από μετόχους. Το ποσοστό δανεισμού είναι μικρό αλλά η αυξητική πορεία του δείκτη είναι ανησυχητική.

- Δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας της επιχ/σης

$$\square \frac{\text{ΠΑΓΙΑ}}{\text{ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 9.120.017,61 \div 41.335.069,70 = 0,22$$

$$1999 : 9.231.495,23 \div 43.681.226,71 = 0,21$$

$$2000 : 12.285.326,49 \div 51.979.826,85 = 0,23$$

Ο δείκτης αυτός δείχνει το τμήμα της περιουσίας που βρίσκεται σε πάγια μορφή. Όσο περισσότερα είναι τα πάγια τόσο μεγαλύτερη είναι και η απόδοση ιδίων κεφαλαίων.

Ο βαθμός παγιοποίησης της περιουσίας, της Τσάνταλης Α.Ε, δεν παρουσιάζει μεγάλες διακυμάνσεις κατά τα έτη 1998-2000 και κινείται σε λογικά επίπεδα σε σχέση με τον κλάδο.

B) Δείκτες Ρευστότητας

Σαν ρευστότητα θεωρείται η ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Πρώτιστο μέλημα της Διοικήσεως κάθε επιχειρήσεως πρέπει να είναι η επίτευξη βαθμού ρευστοποίησης των στοιχείων ενεργητικού τουλάχιστον ίσου με το βαθμό ληκτότητας των υποχρεώσεων,

ώστε η επιχείρηση να είναι σε θέση να εξοφλεί τις λήγουσες υποχρεώσεις της. Ο όρος ρευστότητα, συνεπώς, δεν είναι ταυτόσημος με τον όρο μετρητά.

Μακροχρόνια, η ρευστότητα εξαρτάται από την αποδοτικότητα της επιχειρήσεως. Η επιχείρηση που από σειρά ετών δεν πραγματοποιεί κέρδη δεν θα είναι σε θέση μακροχρόνια να εξεύρει τα απαραίτητα κεφάλαια για την εξόφληση των χρεών της.

- Δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας.

□ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

$$1998 : 32.215.052,09 \div 19.507.677,18 = 1,65$$

$$1999 : 34.449.731,47 \div 21.436.601,61 = 1,60$$

$$2000 : 39.694.500,37 \div 25.727.879,68 = 1,54$$

Ο συγκεκριμένος δείκτης δείχνει το βαθμό κάλυψης των απαιτήσεων των βραχυπρόθεσμων δανειστών με περιουσιακά στοιχεία που μπορεί να ρευστοποιηθούν μέσα σε μία περίοδο που αντιστοιχεί περίπου με την περίοδο της λήξης των απαιτήσεων

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας της εταιρίας Τσάνταλης Α.Ε κατά τα έτη 1998-2000, δεν παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις σε σχέση με τον κλάδο γεγονός που καθιστά την εταιρία ίση ανάμεσα στις άλλες που έχουν την ίδια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Γ. Δείκτες Αποδοτικότητας

Οι δείκτες αποδοτικότητας μετρούν την αποτελεσματικότητα της διοίκησης όπως εμφανίζεται από τις αποδόσεις που αποφέρουν οι πωλήσεις και οι επενδύσεις.

- Δείκτης Μικτού περιθωρίου κέρδους

Ο δείκτης αυτός δείχνει τη λειτουργική αποτελεσματικότητα της επιχειρήσεως καθώς και τη πολιτική τιμών αυτής. Μια επιχείρηση για να θεωρηθεί επιτυχημένη θα πρέπει να έχει ένα αρκετά υψηλό ποσοστό μικτού κέρδους, που να της επιτρέπει να καλύπτει τα λειτουργικά και άλλα έξοδά της και συγχρόνως να της αφήνει ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος, σε σχέση με τις πωλήσεις και τα ίδια κεφάλαια που απασχολεί.

$$\square \frac{\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$$

$$1998 : 14.501.628,76 \div 38.328.179,02 = 37,83\%$$

$$1999 : 15.047.592,08 \div 40.022.846,66 = 37,60\%$$

$$2000 : 15.203.019,81 \div 41.855.119,59 = 36,32\%$$

Τα έτη 1998-2000, το μικτό περιθώριο κέρδους της εταιρίας Τσάνταλης Α.Ε έχει πτωτική πορεία κατά 3,9%, παρουσιάζοντας την ίδια εικόνα με τις λοιπές επιχειρήσεις του κλάδου.

- Δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους

Ο αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου δείχνει το ποσοστό του καθαρού κέρδους που επιτυγχάνει μια επιχείρηση από τις πωλήσεις της, δηλ. δείχνει το κέρδος από τις λειτουργικές της δραστηριότητες.

Με άλλα λόγια ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει το ποσοστό κέρδους που μένει στην επιχείρηση μετά την αφαίρεση από τις

καθαρές πωλήσεις του κόστους πωληθέντων και των λοιπών εξόδων της επιχειρήσεως. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης του καθαρού κέρδους τόσο πιο επικερδής είναι η επιχείρηση.

□ ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

$$1998 : 1.981.960,38 \div 38.328.179,02 = 5,17\%$$

$$1999 : 2.129.323,55 \div 40.022.846,66 = 5,32\%$$

$$2000 : 2.140.918,56 \div 41.855.119,59 = 5,11\%$$

Κατά τα έτη 1998-1999 το καθαρό περιθώριο κέρδους της εταιρίας αυξήθηκε κατά 2,9% λόγω της καλύτερης οργάνωσης των λειτουργιών της επιχείρησης και της μείωσης των λειτουργικών δαπανών. Έτσι από 5,17% ανήλθε σε 5,32% που σημαίνει ότι από πωλήσεις σε ευρώ επιτυγχάνεται καθαρό κέρδος 5,32 ευρώ.

Αντίθετα κατά τα έτη 1999-2000 παρουσιάζει μείωση κατά 3,9% γεγονός που σημαίνει ότι οι τιμές πώλησης είναι χαμηλές και τα έξοδά της είναι αυξημένα.

□ ROE ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

$$1998 : 1.981.960,38 \div 19.043.776,96 = 10,40\%$$

$$1999 : 2.129.323,55 \div 19.073.804,84 = 11,16\%$$

$$2000 : 2.140.918,56 \div 21.278.001,47 = 10,06\%$$

Ο δείκτης αυτός μετράει το ρυθμό αποδόσεως των επενδυμένων ιδίων κεφαλαίων. Μετρά, δηλαδή, την ικανότητα της

επιχείρησης να δημιουργεί κέρδη με την χρησιμοποίηση των ιδίων κεφαλαίων. Η αύξηση που παρατηρείται από το 1998 έως το 1999 οφείλεται στην επιτυχημένη διοίκηση της, στην σωστή χρησιμοποίηση των κεφαλαίων της και στον σωστό προγραμματισμό.

□ ROA ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΦΟΡΩΝ
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

1998 : $3.998.676,45 \div 41.335.069,70 = 9,67\%$

1999 : $4.115.688,92 \div 43.681.226,71 = 9,42\%$

2000 : $4.268.152,60 \div 51.979.826,85 = 8,21\%$

Ο δείκτης ROA εκφράζει την απόδοση που είχαν τα επενδυμένα στην επιχείρηση κεφάλαια. Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει σταδιακή μείωση από το 1998 έως το 2000, γεγονός που αποδεικνύει ελλιπή αξιοποίηση των συνολικών κεφαλαίων της επιχείρησης.

Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρησή μας δεν αξιοποίησε αποδοτικά τα μέσα δράσης που είχε στη διάθεσή της. Και σε αυτήν την περίπτωση η εταιρία δεν παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις από τον κλάδο.

ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε

Α) Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης (σε EUR)

- Δείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης

□ ΞΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

$$1998 : 18.254.242,11 \div 29.970.468,09 = 60,90\%$$

$$1999 : 19.273.875,27 \div 31.146.400,59 = 61,88\%$$

$$2000 : 23.013.276,59 \div 36.087.782,83 = 63,87\%$$

Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης της εταιρίας ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε. κατά την περίοδο 1998-2000 κυμαίνεται από 60,90% έως 63,87%. Αυτό σημαίνει ότι οι δανειστές έχουν χρηματοδοτήσει κατά το 1998 το 60,90% των κεφαλαίων (επενδύσεων) της επιχείρησης ενώ οι μέτοχοι το υπόλοιπο 39,10%.

Ενώ για το έτος 2000 οι δανειστές χρηματοδότησαν την εταιρία με 63,87% και οι μέτοχοι με το 36,13% αντίστοιχα. Το ποσοστό δανεισμού είναι μικρό αλλά η αυξητική πορεία του δείκτη είναι ανησυχητική.

- Δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας της επιχ/σης

$$\square \frac{\text{ΠΑΓΙΑ}}{\text{ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 6.460.956,71 \div 29.970.468,09 = 0,21$$

$$1999 : 6.224.695,52 \div 31.146.400,59 = 0,19$$

$$2000 : 6.325.473,22 \div 36.087.782,83 = 0,17$$

Ο δείκτης αυτός της εταιρίας Κουρτάκης Α.Ε δεν εμφανίζει σημαντικές αποκλίσεις από τον κλάδο.

Β) Δείκτης Ρευστότητας

$$\square \frac{\text{ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ}}{\text{ΒΡΑΧΥΠΡΟΘ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ}}$$

$$1998 : 23.509.511,38 \div 14.693.697,02 = 1,60$$

$$1999 : 24.921.705,06 \div 15.856.296,40 = 1,57$$

$$2000 : 29.762.309,61 \div 19.475.639,03 = 1,52$$

Ο δείκτης ρευστότητας της εταιρίας Κουρτάκης Α.Ε από το 1998-2000 παρουσιάζει μείωση της τάξεως του 5% χωρίς αυτό να τον διαφοροποιεί από τις λοιπές επιχειρήσεις του κλάδου.

Γ. Δείκτες Αποδοτικότητας

- Δείκτης Μικτού περιθωρίου κέρδους.

$$\square \frac{\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$$

$$1998 : 10.806.881,88 \div 27.092.237,71 = 39,89\%$$

$$1999 : 10.633.352,90 \div 27.195.771,09 = 39,09\%$$

$$2000 : 10.241.044,75 \div 28.079.236,98 = 36,47\%$$

Το μικτό περιθώριο κέρδους της εταιρίας Κουρτάκης Α.Ε παρόλο που παρουσιάζει πτωτική πορεία όπως και οι άλλες επιχειρήσεις του κλάδου, παραμένει η εταιρία με τα υψηλότερα ποσοστά. Αυτό δείχνει την ικανότητα της διοίκησης της εταιρίας να επιτυγχάνει φτηνές αγορές και να πωλεί σε υψηλές τιμές.

- Δείκτης Καθαρού περιθωρίου κέρδους

$$\square \frac{\text{ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$$

$$1998 : 1.540.845,19 \div 27.092.237,71 = 5,68\%$$

$$1999 : 1.507.509,90 \div 27.195.771,09 = 5,54\%$$

$$2000 : 1.247.301,54 \div 28.079.236,98 = 4,44\%$$

Το καθαρό περιθώριο κέρδους της εταιρίας Κουρτάκης Α.Ε από το 1998 έως το 2000 μειώθηκε κατά 0,21 ή 21%, πράγμα που οφείλεται στις χαμηλές τιμές πώλησης και στα αυξημένα της έξοδα. Ο δείκτης αυτός συγκλίνει με αυτόν της εταιρίας Τσάνταλης Α.Ε αλλά παρουσιάζει διαφοροποίηση σε σχέση με τις υπόλοιπες τρεις εταιρίες που αναλύονται στην συνέχεια.

$$\square \text{ ROE} \quad \frac{\text{ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ}}$$

$$1998 : 1.540.845,19 \div 10.990.453,41 = 14,01\%$$

$$1999 : 1.507.509,90 \div 11.536.892,15 = 13,06\%$$

$$2000 : 1.247.301,54 \div 12.796.666,18 = 9,74\%$$

Ο δείκτης ROE της εταιρίας παρουσιάζει μείωση τα έτη 1998 έως 2000 ίση με 30,4% χωρίς αυτό να την διαφοροποιεί με τις λοιπές επιχειρήσεις του κλάδου.

$$\square \text{ ROA} \quad \frac{\text{ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ \& ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 2.705.763,75 \div 29.970.468,09 = 9,02\%$$

$$1999 : 2.772.082,17 \div 31.146.400,59 = 8,90\%$$

$$2000 : 2.483.961,85 \div 36.087.782,83 = 6,88\%$$

Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει σταδιακή μείωση από το 1998 έως το 2000, γεγονός που αποδεικνύει μια ελλιπή αξιοποίηση των συνολικών κεφαλαίων της επιχείρησης. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρησή μας δεν αξιοποίησε αποδοτικά τα μέσα δράσης που είχε στη διάθεσή της. Και σε αυτή την περίπτωση δεν παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις από τον κλάδο.

ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ Α.Ε.

Α) Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης (σε EUR)

- Δείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης

$$\square \frac{\text{ΞΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 23.077.837,12 \div 24.913.913,43 = 92,63\%$$

$$2000 : 21.051.641,97 \div 36.999.595,01 = 56,90\%$$

Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης της εταιρίας ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ Α.Ε κατά την περίοδο 1998-2000 κυμαίνεται από 92,63% έως 56,90%. Αυτό σημαίνει ότι οι δανειστές έχουν χρηματοδοτήσει κατά το 1998 το 92,63% των κεφαλαίων (επενδύσεων) της επιχείρησης ενώ οι μέτοχοι το υπόλοιπο 7,34%. Ενώ για το έτος 2000 οι δανειστές χρηματοδότησαν την εταιρία με 56,90% και οι μέτοχοι με 43,10%.

Επειδή το 1996 η εταιρία αντιμετώπισε σοβαρό πρόβλημα επιβίωσης λόγω των μεγάλων οφειλών της σε τράπεζες (π.χ Πειραιώς, Εθνική, Εργασίας κ.λ.π), αποτέλεσμα της κακής διαχείρισης, της τότε διοίκησης, εμφανίζει το 1998 υψηλή δανειακή επιβάρυνση. Μετά από συμφωνία της νέας διοίκησης της Αχαΐα Κλάους με τις συγκεκριμένες τράπεζες και ορίζοντας την κάλυψη των οφειλών της σε 5 ετήσιες δόσεις, σύμφωνα με το άρθρο 44

περί προβληματικών επιχειρήσεων η δανειακή επιβάρυνση μειώνεται.

Μετά το 2000 και με τη εξόφληση της τελευταίας δόσης η επιχείρηση αναμένεται να στηριχθεί στα δικά της κεφάλαια και ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης πρόκειται να μειωθεί ακόμα περισσότερο εφόσον τα μετέπειτα κέρδη θα παραμένουν ατούσια στην επιχείρηση.

Τα συμπεράσματα μεταξύ των αποτελεσμάτων των δυο ετών δίνουν μεν μια εικόνα της μέχρι τώρα λειτουργίας της επιχείρησης, αλλά δεν μπορεί να επιτευχθεί μια απολύτως ακριβή σύγκριση με τις λοιπές επιχειρήσεις του κλάδου διότι, η διαχειριστική χρήση της εταιρίας Αχαΐα Κλάους για το 2000 αντί για 12μηνη ,είναι 18μηνη προκειμένου να συμβαδίζει με το κύκλο του σταφυλιού.

- Δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας της επιχείρησης

$$\square \frac{\text{ΠΑΓΙΑ}}{\text{ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 4.610.682,32 \div 24.913.913,43 = 0,18$$

$$2000 : 8.992.836,39 \div 36.999.595,01 = 0,24$$

Ο δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας της επιχείρησης Αχαΐα Κλάους Α.Ε κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα με τις λοιπές επιχειρήσεις του κλάδου.

Β) Δείκτης Ρευστότητας

$$\square \frac{\text{ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ}}{\text{ΒΡΑΧΥΠΡΟΘ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ}}$$

$$1998 : 20.303.231,1 \div 19.837.012,47 = 1,02$$

$$2000 : 28.006.758,62 \div 13.508.633,90 = 2,07$$

Το έτος 1998 ο δείκτης ρευστότητας της εταιρίας είναι πολύ μικρότερος από το μέσο αριθμοδείκτη του κλάδου. Ένδειξη που φανερώνει ότι η ικανοποίηση των υποχρεώσεων της επιχειρήσεως είναι προβληματική και τα κεφάλαια κίνησής ανεπαρκή. Το 2000 παρατηρείται ραγδαία αύξηση σε 2,07, τιμή μεγαλύτερη από το μέσο αριθμοδείκτη του κλάδου γεγονός που σημαίνει ότι έχει ανεκμετάλλευτα κυκλοφοριακά στοιχεία με συνέπεια τη δυσμενή αποδοτικότητα της επιχείρησης.

Γ. Δείκτης Αποδοτικότητας

- Δείκτης Μικτού περιθωρίου κέρδους

$$\square \frac{\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$$

$$1998 : 2.257.854,73 \div 14.829.382,25 = 15,22\%$$

$$2000 : 2.277.000,73 \div 22.365.197,36 = 10,18\%$$

Το μικτό περιθώριο κέρδους της Αχαΐα Κλάους Α.Ε παρουσιάζει σημαντική απόκλιση περίπου 40 ποσοστιαίες μονάδες από τις λοιπές επιχειρήσεις του κλάδου. Τα χαμηλά ποσοστά δείχνουν όχι καλή πολιτική της διοικήσεως στον τομέα αγορών και πωλήσεων καθώς και έλλειψη επενδύσεων λόγω των μεγάλων οφειλών της σε τρίτους.

Το γεγονός αυτό οδηγεί σε στασιμότητα πωλήσεων με αποτέλεσμα να μην πραγματοποιούνται αγορές σε μεγάλες ποσότητες, που θα μπορούσαν να επιτευχθούν με χαμηλές τιμές.

- Δείκτης Καθαρού περιθωρίου κέρδους

$$\square \frac{\text{ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$$

$$1998 : 245.687,45 \div 14.829.382,25 = 1,65\%$$

$$2000: 2.857.857,67 \div 22.365.197,36 = 12,7\%$$

Η βελτίωση του περιθωρίου καθαρού κέρδους προ φόρων από το 1998 έως το 2000 κατά 669,6% οφείλεται στην καλύτερη οργάνωση των λειτουργιών της επιχείρησης και στη μείωση των λειτουργικών δαπανών. Ενώ το 1998 ο δείκτης είναι πολύ χαμηλός το 2000 λόγω της ραγδαίας και εντυπωσιακής αύξησης των καθαρών κερδών της επιχείρησης, ανέρχεται σε ένα πολύ ικανοποιητικό ποσοστό.

$$\square \text{ ROE } \frac{\text{ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ}}$$

$$1998 : 245.687,45 \div 1.835.900,22 = 13,38\%$$

$$2000 : 2.857.857,67 \div 15.857.235,51 = 18,02\%$$

Η επιχείρηση βρίσκεται σε ευημερία και αυτό οφείλεται στην καλή διοίκηση και στον σωστό προγραμματισμό. Ο δείκτης αυτός δεν διαφοροποιεί σημαντικά την εταιρία μέσα στον κλάδο.

$$\square \text{ ROA } \frac{\text{ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ \& ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 1.766.203,96 \div 24.913.913,43 = 7,08\%$$

$$2000 : 5.180.839,33 \div 36.999.595,01 = 14 \%$$

Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει σταδιακή αύξηση από το 1998 έως το 2000. Η καλύτερη αξιοποίηση των συνολικών κεφαλαίων της εταιρίας προκάλεσε αυτή την σταδιακή αύξηση της απόδοσης που είχαμε σε σχέση με όλη την περιουσία της εταιρίας.

ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε.

Α) Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης (σε EUR)

- Δείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης

$$\square \frac{\text{ΞΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 22.708.349,23 \div 27.631.342,63 = 82,18\%$$

$$1999 : 23.438.024,94 \div 30.627.815,11 = 76,52\%$$

$$2000 : 17.051.066,76 \div 33.032.807,04 = 51,61\%$$

Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης της εταιρίας ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε. κατά την περίοδο 1998-2000 κυμαίνεται από 82,18% έως 51,61%. Αυτό σημαίνει ότι οι δανειστές έχουν χρηματοδοτήσει κατά το 1998 το 82,18% των κεφαλαίων (επενδύσεων) της επιχείρησης ενώ οι μέτοχοι το υπόλοιπο 17,82%. Το ποσοστό δανεισμού είναι υψηλό αλλά με αποτελεσματικές στρατηγικές καταφέρνει να το περιορίσει το 2000 στο 51,61%.

- Δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας της επιχ/σης

$$\square \frac{\text{ΠΑΓΙΑ}}{\text{ΣΥΝ.ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 5.123.536,32 \div 27.631.342,63 = 0,18$$

$$1999 : 4.632.044,22 \div 30.627.815,11 = 0,15$$

$$2000 : 4.733.687,45 \div 33.032.807,04 = 0,14$$

Η εταιρία Μπουτάρη δεν παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις σε σχέση με τον κλάδο

Β) Δείκτης Ρευστότητας

- $\frac{\text{ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ}}{\text{ΒΡΑΧΥΠΡΟΘ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ}}$

$$1998 : 22.507.806,31 \div 11.324.451,94 = 1,99$$

$$1999 : 25.995.771,09 \div 13.951.445,34 = 1,86$$

$$2000 : 28.299.119,59 \div 9.546.503,30 = 2,96$$

Η εταιρία Μπουτάρη Α.Ε και για τα τρία έτη που εξετάζονται, παρουσιάζει υψηλό δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας με αποκορύφωση το 2000, δημιουργώντας μεγάλες ανησυχίες για την μετέπειτα πορεία του δείκτη.

Συγκεκριμένα το 2000 η εταιρία έχει ανεκμετάλλευτα κυκλοφοριακά στοιχεία, με συνέπεια την δυσμενή αποδοτικότητα της επιχείρησης. Αυτό το συμπεραίνουμε από την τιμή του δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας η οποία είναι 2,96 για το έτος 2000.

Γ. Δείκτες Αποδοτικότητας

- $\frac{\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$

$$1998 : 5.560.716,07 \div 17.777.831,25 = 31,28\%$$

$$1999 : 4.916.176,08 \div 17.918.714,60 = 27,43\%$$

$$2000 : 6.735.134,26 \div 21.925.285,40 = 30,72\%$$

Ο δείκτης του βαθμού παγιοποίησης της περιουσίας της εταιρίας κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα με αυτόν του κλάδου.

□ ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

$$1998 : 4.209.892,88 \div 17.777.831,25 = 23,68\%$$

$$1999 : 168.252,38 \div 17.918.714,60 = 0,93\%$$

$$2000 : 1.784.836,39 \div 21.925.285,40 = 8,14\%$$

Το 1998 το καθαρό περιθώριο κέρδους της εταιρίας Μπουτάρη είναι το υψηλότερο ανάμεσα στις επιχειρήσεις που αναλύονται, και την καθιστά το 1998 την πιο επικερδή. Το 1999 έως το 2000 μειώνεται σημαντικά εξαιτίας της ραγδαίας μείωσης των καθαρών κερδών της επιχείρησης.

□ ROE ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

$$1998 : 4.209.892,88 \div 4.922.993,40 = 85,5\%$$

$$1999 : 168.252,38 \div 7.145.737,34 = 2,35\%$$

$$2000 : 1.784.836,39 \div 15.981.740,28 = 11,16\%$$

Το 1998 ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων είναι σχεδόν επτά φορές μεγαλύτερος από τους αντίστοιχους του κλάδου ενώ το 1999 εμφανίζει ραγδαία πτώση φτάνοντας στα 2,35%, ποσοστό εννιά φορές χαμηλότερο από τον κλάδο.

Το 2000 έχουμε αύξηση φτάνοντας σε κανονικά επίπεδα. Οι αυξομειώσεις αυτές χαρακτηρίζουν την εταιρία ασταθή δίχως προγραμματισμό και έλεγχο των ενεργειών της.

□ ROA ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΦΟΡΩΝ
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

$$1998 : 6.274.708,73 \div 27.631.342,63 = 22,7\%$$

$$1999 : 2.592.404,98 \div 30.627.815,11 = 8,46\%$$

$$2000 : 3.217.021,28 \div 33.032.807,04 = 9,73\%$$

Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει σταδιακή μείωση από το 1998 έως το 2000, γεγονός που αποδεικνύει μια ελλιπή αξιοποίηση των συνολικών κεφαλαίων της επιχείρησης. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρησή μας δεν αξιοποίησε αποδοτικά τα μέσα δράσης που είχε στη διάθεσή της.

ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.

Α) Δείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης (σε EUR)

- Δείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης
 - $\frac{\text{ΞΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$

$$1998 : 11.572.363,9 \div 15.247.838,59 = 75,89\%$$

$$1999 : 13.234.808,51 \div 17.464.196,63 = 75,78\%$$

$$2000 : 16.967.606,75 \div 21.737.461,48 = 78,05\%$$

Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης της εταιρίας ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. κατά την περίοδο 1998-2000 κυμαίνεται από 75,89% έως 78,05%. Γεγονός που σημαίνει ότι η εταιρία στηρίζεται σε λιγότερο από 30% στα δικά της κεφάλαια. Σε αυτή την περίπτωση που ο δείκτης συνολικής κεφαλαιακής διάρθρωσης είναι πολύ υψηλός έχουμε αύξηση του κεφαλαίου της επιχείρησης αλλά αυξάνεται και ο κίνδυνος, η διοίκηση να χάσει μέρος του ελέγχου της.

Η επιχείρηση δεν μπορεί να συνεχίζει να δανείζεται, κρίνεται απαραίτητη η στροφή προς την αξιοποίηση και αύξηση των ιδίων κεφαλαίων της.

- Δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας της επιχ/σης

$$\square \frac{\text{ΠΑΓΙΑ}}{\text{ΣΥΝ.ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 3.467.665,44 \div 15.247.838,59 = 0,22$$

$$1999 : 4.526.022,01 \div 17.464.196,63 = 0,25$$

$$2000 : 5.432.557,59 \div 21.737.461,48 = 0,24$$

Ο δείκτης αυτός δεν διαφοροποιεί την εταιρία μέσα στον κλάδο μιας και κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα με τις λοιπές επιχειρήσεις που ανήκουν σε αυτόν.

Β) Δείκτης Ρευστότητας

$$\square \frac{\text{ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ}}{\text{ΒΡΑΧΥΠΡΟΘ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ}}$$

$$1998 : 11.780.173,15 \div 11.326.036,68 = 1,04$$

$$1999 : 12.938.174,62 \div 12.607.512,84 = 1,02$$

$$2000 : 16.304.903,88 \div 8.982.562,00 = 1,82$$

Παρατηρούμε ότι τα πρώτα έτη (1998-1999) ο δείκτης είναι επικίνδυνα χαμηλός σε σχέση με τον κλάδο, πράγμα που σημαίνει για την επιχείρηση ανεπάρκεια κεφαλαίου κίνησης και δυσκολία να ανταποκριθεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Το 2000 όμως αυξάνεται η ικανότητα της επιχείρησης να καλύψει τις απαιτήσεις των βραχυπρόθεσμων δανειστών της.

Γ. Δείκτες Αποδοτικότητας

$$\square \frac{\text{ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$$

$$1998 : 3.046.764,49 \div 15.168.859,87 = 20,09\%$$

$$1999 : 2.811.979,46 \div 15.059.788,70 = 18,67\%$$

$$2000 : 2.763.826,85 \div 14.644.619,22 = 18,87\%$$

Το μικτό περιθώριο κέρδους της επιχείρησης Σπηλιόπουλος Α.Ε είναι πολύ χαμηλός σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου δημιουργώντας έτσι μια κατάσταση αβεβαιότητας για μελλοντικά θέματα όπως για παράδειγμα έκτακτες ζημιές.

$$\square \frac{\text{ΚΑΘ.ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ}}$$

$$1998 : 251.994,13 \div 15.168.859,87 = 1,66\%$$

$$1999 : 258.130,59 \div 15.059.788,70 = 1,71\%$$

$$2000 : 337.869,41 \div 14.644.619,22 = 2,30\%$$

Παρόλη την αύξηση του καθαρού περιθωρίου κέρδους της εταιρίας κατά τα έτη 1998-2000 ο δείκτης παραμένει χαμηλός σε σχέση με τον κλάδο λόγω των χαμηλών πωλήσεων και των αυξημένων εξόδων.

$$\square \text{ROE} \quad \frac{\text{ΚΑΘ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ}}$$

$$1998 : 251.994,13 \div 3.526.289,07 = 7,15\%$$

$$1999 : 258.130,59 \div 4.083.160,67 = 6,32\%$$

$$2000 : 337.869,41 \div 4.623.683,05 = 7,30\%$$

Ο ρυθμός απόδοσης των επενδυμένων ιδίων κεφαλαίων είναι χαμηλός σε σχέση με τον κλάδο. Η επιχείρηση αδυνατεί να χρησιμοποιήσει αποδοτικά τα κεφάλαιά της για της δημιουργία κερδών (μέσω επενδύσεων, διαφημιστικής καμπάνιας κ.λ.π).

$$\square \text{ ROA } \frac{\text{ΚΑΘ.ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ\&ΦΟΡΩΝ}}{\text{ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ}}$$

$$1998 : 1.516.135,00 \div 15.247.838,59 = 9,94\%$$

$$1999 : 1.516.167,27 \div 17.464.196,63 = 8,68\%$$

$$2000 : 1.414.890,69 \div 21.737.461,48 = 6,50\%$$

Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει μείωση από το 1999 έως το 2000, γεγονός που οφείλεται στην ελλιπή αξιοποίηση του συνόλου των επενδυμένων στην επιχείρηση κεφαλαίων . Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρησή μας δεν αξιοποίησε αποδοτικά τα μέσα δράσης που είχε στη διάθεσή της.

IV. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Συμπερασματικά από την Οικονομική Ανάλυση των χρηματοοικονομικών δεικτών των πέντε επιχειρήσεων του κλάδου προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις Τσάνταλης Α.Ε. και Κουρτάκης Α.Ε. κυμαίνονται σε ικανοποιητικά επίπεδα γεγονός που δεν δημιουργεί ανησυχία για το μέλλον. Πρόκειται για Οικονομικές Μονάδες με καλή χρηματοοικονομική διάρθρωση. Ενδεχόμενες μη ευνοϊκές οικονομικές συνθήκες είναι πολύ πιθανό να επηρεάσουν την ικανότητα τακτικής αποπληρωμής των υποχρεώσεών τους.

Η Αχάϊα Κλάους Α.Ε. παρόλο που το 1998 εμφανίζεται ως οικονομική μονάδα με βεβαρημένη χρηματοοικονομική διάρθρωση καταφέρνει να ξεπεράσει την κρίση που υπέστη και να

ορθοποδήσει διεκδικώντας το 2000 την τρίτη θέση στις πωλήσεις ανάμεσα στις οινοποιητικές επιχειρήσεις.

Η Μπουτάρης Α.Ε. εμφανίζεται ασταθής κατά την διάρκεια των εξεταζόμενων ετών, γεγονός που οφείλεται στην διενέργεια αβέβαιων επενδύσεων καθώς και στην εσωτερική αναδιοργάνωση της επιχείρησης. Συγκεκριμένα τα έτη 1998-99 η χρηματοοικονομική διάρθρωση της Εταιρίας δεν επιτρέπει ανεπιφύλακτη χρηματοδότηση. Αντίθετα το 2000 εμφανίζεται με πολύ καλή χρηματοοικονομική διάρθρωση, ικανή να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της και δύσκολα θα επηρεαστεί από τυχόν δυσμενείς οικονομικές συνθήκες.

Η εταιρία Σπηλιόπουλος Α.Ε. παρουσιάζει μικρά μεγέθη σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, που οφείλεται τόσο στην περιορισμένη δραστηριότητά του όσο και στο μικρότερο μέγεθός του. Για την ομαλή συνέχεια των δραστηριοτήτων και την ικανότητα κάλυψης των υποχρεώσεών της, κρίνεται απαραίτητη η αναδιάρθρωση των οικονομικών μεγεθών της.

Παρόλα αυτά παραμένει σταθερός χωρίς μεγάλες διακυμάνσεις λόγω του ότι δεν επιδιώκει νέες επενδύσεις παραμένοντας στις ίδιες ασχολίες, δηλαδή παραγωγή χύμα κρασιού και οινοπνεύματος.

Στοιχείο κατατεθέν του κλάδου αποτελεί η διατήρηση μεγάλου ποσοστού αποθεμάτων. Το κρασί πριν καταναλωθεί, παραμένει κάποιο χρονικό διάστημα στην επιχείρηση για να παλαιωθεί. Η παραμονή αυτή σε ειδικούς χώρους συνεπάγεται την αύξηση του κόστους παραγωγής εφόσον απαιτείται - μίσθωση χημικών για την αποφυγή οξειδωσης των κρασιών -χώρος για αποθήκευση –αγορά ειδικών βαρελιών, κ.λ.π. Εφόσον λοιπόν το κέρδος για την επιχείρηση δεν είναι άμεσο, (αφού το κρασί φυλάσσεται και δεν κυκλοφορεί απευθείας στην αγορά) είναι φυσικό να δημιουργείται η ανάγκη δανεισμού. Επομένως αυτός είναι και ο λόγος που ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης και των πέντε επιχειρήσεων είναι πάνω από το 50%.

V. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ (ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)

ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε.

- Η εταιρία Μπουτάρη κατέχει ηγετική θέση στις εξαγωγές ελληνικού κρασιού στον Καναδά, όπου το Μάρτιο του 1994 βραβεύθηκε στο Διεθνή Διαγωνισμό "SELECTIONS MONDIALES " με το "Βραβείο καλύτερου ελληνικού κρασιού" για το GRANDE RESERVE ΝΑΟΥΣΑ, εσοδείας 1988.
- Κατατάσσεται ανάμεσα στους 25 μεγαλύτερους εξαγωγείς κρασιού στον κόσμο. Κατέχει το 50% των εξαγωγών των ελληνικών κρασιών με ένδειξη καταγωγής (ΟΠΑΠ & Τοπικό).
- Το κρασί ΝΑΟΥΣΣΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ είναι το πρώτο σε πωλήσεις παγκόσμια ελληνικό κρασί Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας.
- Η οινοποιητική Μπουτάρη ήταν η πρώτη στην Ελλάδα του κλάδου Τροφίμων και Ποτών που απέκτησε το Πιστοποιητικό Ποιότητας ISO 9002 τον Νοέμβριο του 1993. Η πιστοποίηση κατά ISO 9002 σημαίνει ότι έχουν διασφαλιστεί όλες οι συνθήκες στο οινοποιείο της εταιρίας, ώστε το τελικό προϊόν να είναι άψογο ποιοτικά.
- Σειρές ποιοτικών κρασιών όπως η "ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑΚΩΝ" και "ΚΤΗΜΑΤΑ ΜΠΟΥΤΑΡΗ", καρποί μακρόχρονης ερευνητικής-πειραματικής δραστηριότητας, εδραιώνουν την εταιρεία Μπουτάρη στην κορυφή σπάνιων προϊόντων, περιορισμένης παραγωγής και υψηλής ποιότητας. Ξεκινούν την πορεία τους με προίκα την αναγνώριση και την επιβράβευση στον Διεθνή Διαγωνισμό Κρασιού στο Μπορντώ της Γαλλίας, στη Vinexpo:
- Απόκτηση Χρυσών μεταλλίων για το Λαουτάρι και το Αγιωργίτικο που συγκαταλέγονται στην "Επιλογή Ποικιλιακών", αργυρό για το κτήμα Γιαννακοχώρι της σειράς "Κτήματα Μπουτάρη" και χάλκινο για το Chardonnay εξίσου της "Επιλογής Ποικιλιακών".

- Η εισαγωγή του ομίλου Μπουτάρη στο χώρο του ζύθου με την αγορά της Χένιγκερ (1992) ανέτρεψε την πτωτική πορεία της και η παραγωγή (1997) της μπύρας Μύθος έδωσε νέα πνοή στην αγορά της μπύρας στην Ελλάδα.
- Διακρίνεται από δυναμικό μάρκετινγκ φιλοξενώντας εκδηλώσεις στα οινοποιεία της συμβάλλοντας έτσι στην πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής όπου είναι χτισμένα καθώς και στη μύηση αρκετών ατόμων στον ελκυστικό κόσμο του κρασιού.
Μέσα από τις εκδηλώσεις που συστηματικά φιλοξενούν τα οινοποιεία της εταιρίας Μπουτάρη στην Νάουσα, Ηγουμενίτσα, Σαντορίνη, μεταφέρονται μηνύματα πολιτισμού και γνώσης για τη διατήρηση της ποιότητας στην καθημερινή ζωή αναδεικνύοντας ταυτόχρονα τις απολαύσεις που χαρίζει η ποικιλία των ελληνικών κρασιών. Σημαντική είναι η προσέλευση μαθητών όλων των ηλικιών στις προσκλήσεις της Οινοποιητικής Μπουτάρη. Σκοπό έχουν να τονίσουν στις νεώτερες γενιές, την σημαντικότητα του κρασιού ως εθνικό προϊόν και αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής παράδοσης.
- Σωστή πολιτική μάρκετινγκ η διαφήμιση των προϊόντων της μέσω των εκδηλώσεων στα οινοποιεία της και η ταυτόχρονη προβολή του πολιτιστικού της χαρακτήρα. Επίσης οι συσκευασίες δώρων Μπουτάρη την περίοδο γιορτών και οι λεπτομερείς ετικέτες των κρασιών υψηλής ποιότητας που πληροφορούν για την ταυτότητά του προϊόντος και αποτελούν το σκεπτικό και τον πυρήνα της γενικότερης επικοινωνίας της εταιρείας Μπουτάρη.
- Στο παγκόσμιο διαγωνισμό οίνου στις Βρυξέλλες "Concours Mondial 1997" βραβεύτηκε με το μοναδικό ελληνικό χρυσό μετάλλιο στα κόκκινα κρασιά, για το ερυθρό Ονομασίας Προελεύσεως Νάουσα Ανωτέρας Ποιότητας "Ξινόμαυρο" εσοδείας 1994 από την "Επιλογή Ποικιλιών" της Οινοποιητικής Μπουτάρη.
- Απονομή βραβείου καλλίτερου οινοποιού στο Γιάννη Μπουτάρη το 1996 από το Σουηδικό περιοδικό Gourmet.
- Δυναμικό εξαγωγικό μάρκετινγκ εισχώρησης των προϊόντων των αδελφών Μπουτάρη και Καμπά στην αλυσίδα DIA, μια

από τις μεγαλύτερες αλυσίδες σούπερ-μάρκετ στην Ισπανία Γαλλία και Ιταλία.

- Η οργάνωση της πρώτης δημοπρασίας κρασιού στην Ελλάδα στις 18 Νοεμβρίου 1995 στο οινοποιείο της Νάουσας με σκοπό τα έσοδα να διατεθούν για το έργο συντήρησης και διάσωσης των Μακεδονικών Τάφων των Λευκαδίων. Έμφαση του φιλανθρωπικού χαρακτήρα της εταιρίας Μπουτάρη.

ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε.

- Δυναμικό εξαγωγικό μάρκετινγκ με την ίδρυση δύο κέντρων μάρκετινγκ, ένα στην καρδιά της Ευρώπης, τη Βόννη, με την εταιρία "ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ DEUTSCHLAND Gmb H" και ένα οικονομικό κέντρο της Ασίας, στο Τόκιο, με την εταιρία "Yugen Kaisha Kourtakis Japan".
- Βραβείο καλύτερης συσκευασίας EUROBEST (1990) και το " Τρόπαιο Ποιότητας" στην έκθεση VINEXPO για το ίδιο ελληνικό κρασί, το "ΚΟΥΡΟΣ".
- Συμφωνία συνεργασίας της "Δ. ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε" ΜΕ ΤΗΝ "MITSUBISHI CORPORATION" για αποκλειστική διάθεση τεσσάρων κρασιών Apelia σε λευκό, ροζέ, κόκκινο, ερυθρό ξηρό και ημίγλυκο ερυθρό σε όλα τα bullet trains (τραίνα μεγάλης ταχύτητας) στην Ιαπωνία που διακινούν εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο. "Ξεκίνησε το πιο γρήγορο τραίνο του κόσμου και μαζί του το ελληνικό κρασί στην αγορά της Ιαπωνίας" δημοσίευμα της μεγαλύτερης σε κυκλοφορία εφημερίδας της Ιαπωνίας "YOMIURI".
- Σημαντική συνεργασία της Δ. ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε με την Vinothèque της LUFTHANSA για την αποκλειστική διάθεση του βραβευμένου ελληνικού κρασιού Κούρος στους επιβάτες πρώτης θέσης των πτήσεων της.
- Πρωτοποριακή προσπάθεια διείσδυσης στις ξένες αγορές, με εντυπωσιακές συμμετοχές σε διεθνείς εκθέσεις οίνου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η μεταφορά ενός αληθινά Κυκλαδίτικου δίοροφου σπιτιού με αυθεντικά σκεύη και

παραδοσιακά έπιπλα και ενός εστιατορίου σε καθαρό νησιώτικο χρώμα και περιβάλλον, μέσα στη μεγαλύτερη διεθνή έκθεση τροφίμων και ποτών του κόσμου "ANUGA '91" στη Κολωνία της Δυτικής Γερμανίας. Το αποτέλεσμα υπήρξε τόσο εντυπωσιακό ώστε αναμφισβήτητα βελτίωσε την εικόνα όχι μόνο της Δ. Κουρτάκης Α.Ε αλλά και του ελληνικού κρασιού γενικότερα.

- Η ρετσίνα Κουρτάκη παραμένει πρώτη σε πωλήσεις ρετσίνα σε όλο τον κόσμο, ενώ η εταιρία καλύπτει πάνω από το 50% των εξαγωγών εμφιαλωμένης ρετσίνας της Ελλάδας.
- Εξάγει σε 35 συνολικά χώρες εκ των οποίων οι κυριότερες είναι η Γερμανία, ο Καναδάς, η Αγγλία, το Βέλγιο, η Ολλανδία, η Δανία, η Ιαπωνία, η Αμερική, η Αυστραλία, η Ελβετία, η Αυστρία, η Σουηδία, η Φιλανδία κ.λ.π.
- Η Δ. Κουρτάκης Α.Ε, μετά την απόκτηση από την Εθνική Τράπεζα, των σημάτων της ελληνικής μπίρας ΦΙΞ προχώρησε στην επανακυκλοφόρησή της στην εγχώρια αγορά.
- Από τις πιο πρωτοποριακές εταιρίες λόγω : της εισαγωγής νέων προϊόντων και νέων επαναστατικών αεροστεγών συσκευασιών αποτέλεσμα πολλών ετών έρευνας και εξέλιξης, συνδυάζοντας το μοντέρνο με το παλιό. Δίνει νέα διάσταση στη διακίνηση και τη διατήρηση της ποιότητας του κρασιού π.χ αεροστεγή συσκευασία τριών λίτρων με κάνουλα "winebox". Σκοπός η αναλλοίωτη γεύση και το άρωμα του κρασιού. Διοργάνωση πανελλήνιου καταναλωτικού διαγωνισμού με δώρα για να ευχαριστήσει εκατομμύρια των Ελλήνων που πίνουν κρασί Κουρτάκης Α.Ε. Δεν μένει αμέτοχος στις πολιτικές και κοινωνικές εξελίξεις του τόπου, π.χ η Μακεδονία είναι Ελληνική.

ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ Α.Ε

- Παρόλη την εμφάνιση "μικρών" οινοποιών και ποτοποιιών που απέσπασαν συνολικά αξιόλογο μερίδιο της ελληνικής αγοράς καθώς και την διάδοση του χύμα κρασιού, η εταιρία Τσάνταλης Α.Ε. με κριτήριο τον κύκλο εργασιών της τοποθετείται στην πρώτη θέση των ομοειδών εταιριών της

χώρας. Ανεβάζοντας τις συνολικές πωλήσεις της δεκαετίας 1990-2000 σε 344.534.115.9 Ευρώ.

- Η οικογένεια Τσάνταλη εφαρμόζει τόσο στους ιδιόκτητους όσο και στους αμπελώνες των αμπελουργών-συνεργατών της τη βιολογική και ολοκληρωμένη καλλιέργεια. Έτσι είναι σε θέση να εγγυηθεί όχι μόνο για την ποιότητα των προϊόντων της αλλά και για την προσφορά της στο ίδιο το περιβάλλον αλλά και στο οικοσύστημα.
- Το κρασί “Ραψάνη Επιλεγμένος 1996” βραβεύτηκε με το μοναδικό χρυσό μετάλλιο που κατέκτησε ελληνική εταιρία στον διεθνή διαγωνισμό οίνου “ΟΛΥΜΠΙΑΔΕΣ DU VIN” που έγινε στο Μπορντώ της Γαλλίας.
- Οι “ΟΛΥΜΠΙΑΔΕΣ DU VIN” είναι από τους πιο αυστηρούς Διεθνείς Οινολογικούς διαγωνισμούς και τελεί ύπο την αιγίδα του Ο.Ι.Υ.(Διεθνείς Γραφείο Αμπέλου και Οίνου).
- Ο αμπελώνας του Αγίου Παύλου (Τοπικός Οίνος Χαλκιδικής) εσοδείας 2000 κέρδισε όχι μόνο τον ελληνικό αλλά και τον διεθνή οινολογικό κόσμο. Συγκεκριμένα τιμήθηκε με αργυρό μετάλλιο στον 8^ο Διεθνή Οινολογικό Διαγωνισμό “Coneours Mondial de Bruxelles 2001” που πραγματοποιήθηκε στις Βρυξέλλες και στον οινολογικό διαγωνισμό “Internatinal Wine Challenge 2001” που διοργανώθηκε στο Λονδίνο.
- Διοργάνωση Ημερίδας γαστρονομίας από την οινοποιία Τσάνταλη και το επίλεκτο επιτελείο της στις πόλεις Φρανκφούρτη, Αννόβερο, Μόναχο και Ούλμ. Το επιτελείο της συγκροτείται από έναν διπλωματούχο γαστρονόμο, έναν διπλωματούχο γεωπόνο ειδικό επί της αμπελουργίας, έναν διπλωματούχο οινολόγο Α.Ε.Ι., έναν διπλωματούχο marketer του κρασιού και των αποσταγμάτων καθώς και έναν διπλωματούχο δημοσιογράφο(wine writer) ειδικό επί των κρασιών. Το επιτελείο αυτό έρχεται ειδικά για την Ημερίδα και αποσκοπεί στην επιμόρφωση των Ελλήνων γαστρονόμων της Γερμανίας και κατά συνέπεια στην καλύτερη δυνατή προβολή της ελληνικής γαστρονομίας στην χώρα αυτή. Συγκεκριμένα ενημερώνουν τους ιδιοκτήτες ελληνικών εστιατορίων, προκειμένου να μάθουν σωστά τον ρόλο τους όπως τον απαιτούν οι σύγχρονες περιστάσεις και ο σημερινός ανταγωνισμός. Δηλαδή μαθαίνουν για την

σπουδαιότητα που έχει μέσα στον χώρο εστίασης ο οινοχόος, ο ειδικός σερβιτόρος του κρασιού, ένας πρώτης τάξεως γευσιγνώστης που διαθέτει εγκυκλοπαιδικές γνώσεις για το κρασί, την προέλευση του, την αρμονία του με το φαγητό και την σωστή συντήρησή του. Με τον τρόπο αυτό η εταιρία είναι σίγουρη ότι η προβολή των προϊόντων της στο εξωτερικό γίνεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο αυξάνοντας έτσι τη μελλοντική ζήτηση, αποκτώντας ολοένα περισσότερους ένθερμους υποστηρικτές του ποιοτικού οίνου και του σωστού χειρισμού του.

- Η εταιρία Τσάνταλης Α.Ε. διεισδύει δυναμικά στην εξωτερική αγορά με μεγάλη επιτυχία που οφείλεται στην πρωτοποριακή στρατηγική Marketing που ακολουθεί. Αναλυτικότερα ακολουθεί μια πολιτική προώθησης των προϊόντων της μέσω μεγάλων αλυσίδων σούπερ-μάρκετ του εξωτερικού με σκοπό την απομυθοποίηση του κρασιού ως είδος πολυτελείας και την πιο οικεία προσέγγισή του από τους ξένους καταναλωτές. Επίσης συνεργάζεται με εισαγωγικούς οίκους που αναλαμβάνουν την διανομή των προϊόντων της σε εστιατόρια κυρίως ελληνικά προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες των καταναλωτών και σε εξωτερικούς χώρους όπως εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης και ψυχαγωγίας.
- Άλλη στρατηγική ανάπτυξης των εξαγωγών της είναι η διενέργεια μεγάλης διαφημιστικής καμπάνιας προώθησης των προϊόντων της σε περιοδικά και εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας.
- Εκτός από τις Ημερίδες γαστρονομίας ως μέσω προώθησης των προϊόντων της Τσάνταλης Α.Ε. η εταιρία διοργανώνει "Βραδιές Γνωριμίας των Ελληνικών Κρασιών" μέσα σε ελληνικά εστιατόρια του εξωτερικού, διαφημίζοντας την ελληνική κουζίνα, τα ελληνικά κρασιά και την ελληνική φιλοξενία.
- Διοργανώνει σε τακτά χρονικά διαστήματα και σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας εκδηλώσεις οίνου ανοίγοντας στο κοινό τα οινοποιεία της, με σκοπό να γνωρίσουν οι επισκέπτες τις πλούσιες αμπελουργικές περιοχές της χώρας, το κρασί που παράγεται καθώς και τα ήθη, έθιμα και την γαστρονομική κληρονομιά. Οι εκδηλώσεις αυτές

αποβλέπουν στην δημιουργία συνεκτικών δεσμών με τους Έλληνες καταναλωτές τονίζοντας την ελληνικότητα του κρασιού και την αναγκαιότητα στήριξής του σε μια εποχή έντονου ανταγωνισμού με τα αλκοολούχα.

- Παράλληλα παρέχει συμβουλευτική και τεχνική υποστήριξη σε αμπελοουργούς της Θεσσαλίας και της Μακεδονίας.

ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ Α.Ε

- Συστήνεται μια ομάδα εργασίας από την Αχαΐα Κλάους Α.Ε για την ανάγκη ενημέρωσης και εκπαίδευσης του καταναλωτή όσον αφορά το ελληνικό κρασί. Ο απώτερος σκοπός της είναι η εδραίωση και η ενδυνάμωση της θέσης της εταιρίας σε σχέση με άλλα ανταγωνιστικά καταναλωτικά προϊόντα. Η υλοποίηση μιας τέτοιας ιδέας στηρίχτηκε σε μια ποιοτική έρευνα της Αχαΐα Κλάους Α.Ε στις αρχές του 1991. Η έρευνα αυτή είχε δείξει ότι ο καταναλωτής διψάει για γνώση, ενώ παράλληλα αισθάνεται μέχρι και προσβεβλημένος για την απουσία ενημέρωσης και εκπαίδευσής του καθώς και την ελλιπή διαφημιστική υποστήριξη του ελληνικού κρασιού. Τα αλκοολούχα ποτά (μπύρα, ούισκι, βότκα κλπ) αντίθετα, βομβαρδίζουν καθημερινά τον καταναλωτή με διαφημίσεις, με αποτέλεσμα την άβουλη στροφή του προς την κατανάλωσή τους.
- Εξάγει περισσότερο από το 50% της παραγωγής της. Οι εξαγωγές της κατευθύνονται κυρίως στην Ευρώπη αλλά επίσης στην Αμερική, Καναδά, Ιαπωνία, Αυστραλία, σύνολο άνω των 40 χωρών καθώς επίσης και σε χώρες της ανατολικής Ευρώπης. Στην εσωτερική αγορά διαθέτει τρία κέντρα διανομής στην Αθήνα, Πάτρα και Θεσσαλονίκη με έντονη δραστηριότητα και δυναμικότατο δίκτυο πωλήσεων.
- Η φροντίδα της Αχαΐα Κλάους για τους συνεργάτες της είναι ανεξάντλητη. Η εταιρία επενδύει στην ποιότητα των προϊόντων της αλλά κατά κύριο λόγο στο ανθρώπινο δυναμικό της. Δίνει ιδιαίτερη σημασία στην σωστή, ολοκληρωμένη εκπαίδευση και ανάπτυξή του, ξοδεύοντας μεγάλα χρηματικά ποσά έχοντας ως δεδομένο ότι η επένδυση σε ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί την καλύτερη επένδυσή της. Χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ανοιχτού

συστήματος επικοινωνίας, που κάνει δυνατή την ανταλλαγή ιδεών, τη διατύπωση προτάσεων και απόψεων, καθώς και την έκφραση δυσανεκτιών και παραπόνων από τα κατώτερα έως τα ανώτερα κλιμάκια της εταιρίας ελεύθερα δίχως φραγμούς και αντίστροφα. Η σημασία που αποδίδει στην καθιέρωση σχέσεων αμοιβαίας εμπιστοσύνης, σεβασμού και εκτίμησης για τους συνεργάτες της, αποδεικνύεται έμπρακτα σε κάθε περίπτωση και με κάθε ευκαιρία.

Η Δημοτικότητα των ελληνικών κρασιών.

Τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές οινοβιομηχανίες δεν φαίνεται να θίγουν ιδιαίτερα τη δημοτικότητα πολλών ελληνικών κρασιών, τα οποία με κάποιες διακυμάνσεις, εξακολουθούν να αρέσουν στους καταναλωτές.

Αυτό προκύπτει από έρευνα που πραγματοποίησε το τμήμα ερευνών αγοράς της επιχείρησης ICAP Hellas, σύμφωνα με την οποία το κρασί που κατά κύριο λόγο προτιμούν οι καταναλωτές είναι το χύμα. Αξίζει να αναφερθεί ότι η κάθε μάρκα κρασιού εμφανίζει κάποια υπεροχή σε ορισμένα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας.

Έτσι ο Μπουτάρης εμφανίζει τα υψηλότερα ποσοστά αναφορών στη Θεσσαλονίκη, σε άτομα ηλικίας 18 έως 24 ετών, σε άτομα ανώτερης μόρφωσης και μεσαίων εισοδημάτων. Αντιστοίχως η Αχαΐα Κλάους εμφανίζει υψηλότερα ποσοστά στην Πάτρα, σε άτομα ηλικίας 45 έως 54 ετών, κατώτερης μόρφωσης και χαμηλότερων εισοδημάτων. Ο Κουρτάκης εμφανίζει υψηλότερα ποσοστά στην Αθήνα, στις γυναίκες, σε άτομα ηλικίας 55 έως 64 ετών, κατώτερης μόρφωσης και χαμηλότερων εισοδημάτων. Ο Τσάνταλης εμφανίζει μια υπεροχή στη Θεσσαλονίκη, στους άνδρες, σε άτομα ηλικίας 35-44 και 55-64 ετών, μέσης και ανώτερης μόρφωσης και ανώτερων εισοδημάτων.

Επίσης χαρακτηριστικές είναι οι απαντήσεις στην ερώτηση: "Ποιες μάρκες κρασιών χρησιμοποιείται ή έχετε χρησιμοποιήσει στο παρελθόν;". Οι συμμετέχοντες ανέφεραν ως πρώτη μάρκα το κρασί... χύμα (26%). Ακολουθούν οι μάρκες Κουρτάκη (17%), Τσάνταλη Αγιορείτικο (15%), Μπουτάρη (13%), Αχαΐα Demestica (11%), Cambas (11%), Μπουτάρη Lac De Roches (9%), Κουρτάκη Apelia (7%).

Εισαγωγές οίνου στην Ελλάδα

Οι εισαγωγές οίνου παρουσίασαν διακυμάνσεις τη χρονική περίοδο 1990-1998. Ειδικότερα, στις αρχές τής δεκαετίας (περίοδος 1990-1991) εμφανίζεται σημαντική αύξηση των εισαγωγών (κατά 41%), ενώ τα επόμενα τρία έτη (1992-1994) ακολούθησε διαχρονική μείωση των εισαγόμενων ποσοτήτων (μείωση ποσοστού 28,9% το 1992/1991, 8,9% το 1993/1992 και 14,8% το 1994/1993). Σταθερότητα παρουσιάστηκε το 1995 σε σχέση με το 1994, για να ακολουθήσει αύξηση την επόμενη τριετία 1995-1997 (κατά 6,4% το 1996/1995 και 6,1% το 1997/1996).

Το 1998 οι εισαγόμενες ποσότητες οίνου ανήλθαν σε 49.626 εκατόλιτρα, έναντι 48.004 εκατόλιτρων το προηγούμενο έτος, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξης του 3,4%.

Όσον αφορά στην αξία των εισαγωγών, παρατηρούνται έντονες διακυμάνσεις καθ' όλη την εξεταζόμενη περίοδο. Σημαντική αύξηση παρουσιάζεται το διάστημα 1996-1997, όπου η αξία των εισαγόμενων προϊόντων από 2.611.475 χιλ. δρχ. (το 1996) ανήλθε σε 3.180.083 χιλ. δρχ., παρουσιάζοντας άνοδο τής τάξης του 21,8%. Κατά το 1998 η αξία σημείωσε περαιτέρω άνοδο φτάνοντας σε 3.419.050 χιλ. δρχ. (7,5% σε σχέση με το 1997).

Η κατηγορία των «λοιπών αφρωδών» κατείχε την πρώτη θέση στις συνολικές εισαγωγές την περίοδο 1990-1995. Εν τούτοις σημειώνεται σταδιακή υποχώρηση του μεριδίου αυτής της κατηγορίας κρασιών, φτάνοντας στο 50,3% το 1995 από 56,8% το 1990. Το 1996 κυριάρχησε η κατηγορία των «ερυθρών-ροζέ» κρασιών με μερίδιο 41%, η οποία, όμως, το έτος 1997 παραχώρησε την ηγετική τής θέση στα «λοιπά αφρώδη», κατηγορία η οποία κάλυψε μερίδιο 42,1% επί των συνολικών εισαγωγών.

Κατά το έτος 1998 και πάλι η κατηγορία των «ερυθρών-ροζέ» κρασιών απέσπασε το υψηλότερο μερίδιο στις συνολικές εισαγωγές οίνου με ποσοστό 38,8%.

Στις αρχές τής δεκαετίας του 1990 το εμφιαλωμένο κρασί κάλυπτε ποσοστό περίπου 84% στις συνολικές εισαγωγές οίνου. Την περίοδο 1992/1995 παρατηρείται σημαντική επέκταση του μεριδίου των εισαγόμενων εμφιαλωμένων κρασιών (άνω τού 98%), ενώ την τριετία 1996-1998 σημειώθηκε βαθμιαία υποχώρησή του, με συνέπεια το έτος 1998, η σχέση μεταξύ εμφιαλωμένου και χύμα εισαγόμενου κρασιού να επανέλθει και πάλι στα επίπεδα των αρχών τής δεκαετίας, με τα εμφιαλωμένα κρασιά να καλύπτουν ποσοστό περίπου 85% στο σύνολο των εισαγωγών.

Εξαγωγές Ελληνικού οίνου

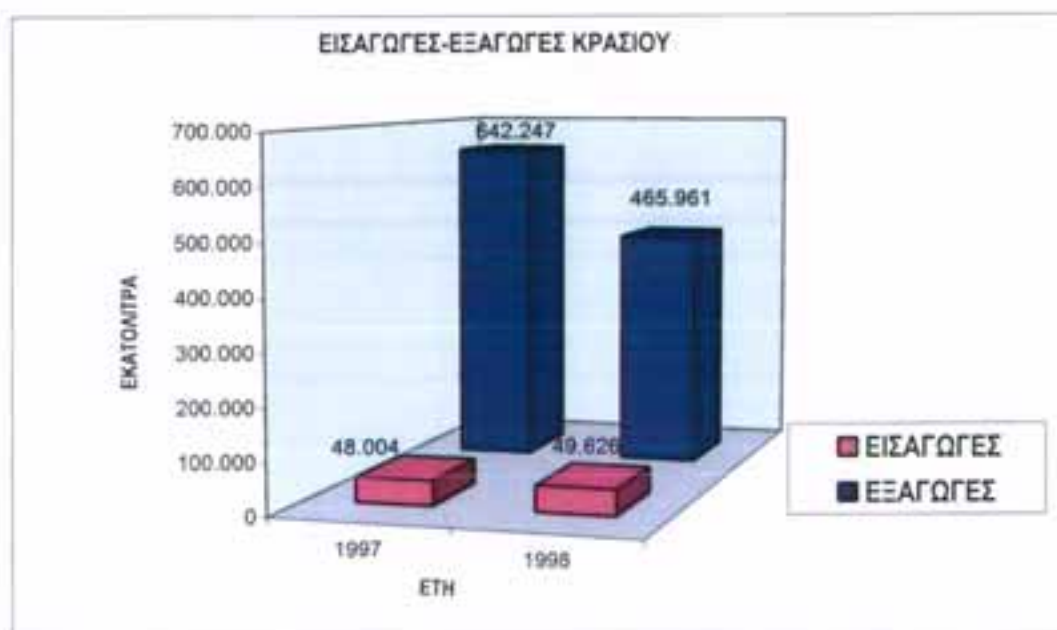
Σημαντική αύξηση κατά 37,8% σημείωσαν το 1998 οι εξαγωγές ελληνικού κρασιού έναντι τού 1997. Ειδικότερα, το 1998 οι συνολικές εξαγόμενες ποσότητες ανήλθαν σε 642.247 εκατόλιτρα, έναντι 465.961 εκατόλιτρων το 1997.

Καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 1990-1998 η εξέλιξη των εξαγόμενων ποσοτήτων κρασιών παρουσίασε διακυμάνσεις. Στο γενικό σύνολο σημείωσε πτώση, με μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 2,1%. Όμως, παρά την κάμψη των εξαγόμενων ποσοτήτων κρασιού, η συνολική αξία των εξαγωγών σημειώνει αύξηση, με μέσο ετήσιο ρυθμό 12,22%, γεγονός που οφείλεται στη βελτίωση της σύνθεσης των εξαγωγών.

Τα λευκά κρασιά κυριαρχούν στις συνολικές εξαγωγές από το 1993 έως και το 1998, όπου το ποσοστό συμμετοχής τους ανήλθε σε 40,9%, ενώ ακολουθεί η κατηγορία των «ερυθρών-ροζέ κρασιών» με μερίδιο 40,36%.

Αξιοσημείωτο είναι πάντως το γεγονός ότι, ενώ τα εμφιαλωμένα κρασιά το 1990 κάλυπταν μερίδιο μόνον 34% στο σύνολο των εξαγωγών, διεύρυναν με υψηλό ρυθμό τη συμμετοχή τους, με συνέπεια τη διετία 1996/1997 να καλύπτουν μερίδιο μεταξύ 80-81%. Για το έτος 1998 το μερίδιο των εμφιαλωμένων κρασιών επί τού συνόλου των εξαγωγών μειώθηκε σε 60,2%.

Παράλληλα, το εξαγόμενο χύμα κρασί παρουσιάζει πτωτική τάση, καθώς το μερίδιο από 66% το 1990 έφτασε σε 20,04% το 1997. Το 1998 όμως ανακτά ποσοστά, από το εμφιαλωμένο, φτάνοντας σε 39,8%.



Μειωμένες κατά 22% οι εξαγωγές ελληνικών ποτών κατά το έτος 1999, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat

Σύμφωνα με τα τελικά στοιχεία της Eurostat σημειώθηκε μείωση της τάξης του 22% στις εξαγωγές ελληνικών ποτών το 1999, καθώς ανήλθαν στο ύψος των 107,7 εκατομμυρίων ecu, έναντι 137,4 εκατ. ecu το 1998. Πρώτος εξαγωγικός υποκλάδος αναδεικνύεται το κρασί με εξαγωγές 57,6 εκατομμυρίων ecu, έναντι 71,8 εκατ., όμως, το 1998. Ακολουθούν: ούζο-αποστάγματα 24,1 εκατ. ecu (έναντι 41 το 1998), μπύρα 11,7 εκατ. ecu, λοιπά 14,1. Όσον αφορά στα κρασιά το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών τους είναι ροζέ-κόκκινα επιτραπέζια (20 εκατ. ecu) και ακολουθούν λευκά επιτραπέζια (17 εκατ. ecu), ροζέ-κόκκινα ΟΠΑΠ (9,8 εκατ. ecu), λευκά ΟΠΑΠ (1,6 εκατ. ecu) κ.λ.π.

Εγχώρια παραγωγή



Το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής εγχώριας παραγωγής αφορά στους λευκούς οίνους, οι οποίοι το 1998/99 κατείχαν μερίδιο 70,5%.

Αντίθετα, η συμμετοχή των ερυθρών-ερυθρωπών οίνων στη συνολική εγχώρια παραγωγή, ακολούθησε φθίνουσα πορεία μεταξύ των περιόδων 1989/1990-1997/1998, ενώ παρουσίασε αύξηση την τελευταία περίοδο, με συνέπεια να καλύπτουν ποσοστό 29,5% της

συνολικής εγχώριας οινοπαραγωγής.

Το 2000 τα καιρικά φαινόμενα όπως έντονη ξηρασία οδήγησαν σε πτώση της παραγωγής, αλλά βελτίωση της ποιότητας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Συνδέσμου Ελληνικού Οίνου το μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού αμπελώνα χαρακτηρίζεται εξαιρετικά ποιοτικό. Το γεγονός αυτό οδήγησε σε αύξηση της τιμής των σταφυλιών (προπαντός σε ζώνες οίνων ΟΠΑΠ και τοπικών).

Κάμψη παρατηρήθηκε και φέτος στην παραγωγή οίνου λόγω των απότομων και απρόβλεπτων μεταβολών του καιρού τους μήνες του τρυγητού. Φέτος όμως εκτός από την πτώση της παραγωγής είχαμε και μείωση της ποιότητας λόγω του σαπίσματος των σταφυλιών. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της ΚΕΟΣΟΕ, ο όγκος της φετινής παραγωγής θα κυμανθεί στους 360.000 τόνους.

Συγκεκριμένα μετά από δηλώσεις των παραγωγών του Συνεταιρισμού Νεμέας, το κρασί "Αγιωργίτικο Νεμέας" της φετινής χρονιάς (2002) δεν θα οινοποιηθεί λόγω της καταστροφής του, με αποτέλεσμα να προοριστεί μόνο για την παραγωγή ξυδιού. Πράξη απόλυτα σωστή για την διαφύλαξη και ενίσχυση του κύρους του ονόματος "Αγιωργίτικο Νεμέας". Συγχρόνως όμως τα μέλη του Συνεταιρισμού ζητούν αποζημίωση από την Κυβέρνηση για την απόφασή τους αυτή.

Μεγέθη Εκριζώσεων

Από το 1975/1976 και έπειτα ακολουθώντας τη σύσταση για απαγόρευση νέων καλλιεργειών και την εγκατάλειψη άλλων, οι ευρωπαϊκές περιοχές που παράγουν κρασί έχουν σταδιακά μειωθεί. Η μείωση αυτή επιταχύνθηκε χρονικά από τη δεκαετία του 1990.

Η μείωση των εκτάσεων αμπελοκαλλιέργειας αποδίδεται κυρίως στην οριστική εγκατάλειψη αμπελώνων, στα πλαίσια του Κανονισμού (ΕΟΚ) 1442/88, ο οποίος διέπει το καθεστώς εκριζώσεων.

Σε εφαρμογή της πολιτικής αυτής την περίοδο 1998 έως 1996 εκριζώθηκαν συνολικά 300.469 στρέμματα αμπελώνων, σε όλη τη χώρα, εκ των οποίων τα 126.319 στρέμματα (ποσοστό 42%) αφορούσαν οιναμπέλους.

Χρήση του σχετικού Κανονισμού της ΕΟΚ έκαναν στην Ελλάδα 77.376 δικαιούχοι και το συνολικό ποσό της πριμοδότησης που δόθηκε για την προαναφερόμενη οκταετία ανήλθε σε 54.205 εκατ. δρχ.

Από τις συνολικές εκριζωθείσες εκτάσεις αμπελώνων όλων των κατηγοριών, ποσοστό 39,8% αντιστοιχεί στην περιφέρεια της Κρήτης, όπου στο διάστημα αυτό εκριζώθηκαν 119.493 στρέμματα αμπελώνων γενικά.

Στην κατηγορία των οιναμπέλων ειδικότερα, οι μεγαλύτερες εκριζωθείσες εκτάσεις αντιστοιχούν στις περιφέρειες δυτικής Ελλάδος (Αιτωλοακαρνανία-Αχαΐα-Ηλεία) με 38.364 στρέμματα και στην περιφέρεια της Κρήτης με 26.572 στρέμματα οιναμπέλων).

Έλλειψη αμπελουργικού μητρώου

Λόγω έλλειψης αμπελουργικού μητρώου ενδέχεται να χαθεί το δικαίωμα που έχει δοθεί στην Ελλάδα για νέες φυτεύσεις, με βάση όσα ορίζει η νέα ΚΟΑ, η εφαρμογή της οποίας ξεκίνησε από 1η Αυγούστου 2000.



Παρά τις επαναλαμβανόμενες εξαγγελίες από όλες τις τελευταίες κυβερνήσεις, για τη δημιουργία τού αμπελουργικού μητρώου και στην Ελλάδα, ακόμη δεν έχει καταρτιστεί το απαραίτητο αυτό «εργαλείο», για τη χάραξη πολιτικής στο προϊόν με τη «χαρτογράφηση» των αμπελιών όλης τής επικράτειας, που θα επιτρέψει, εκτός των άλλων, την αξιοποίηση τού έστω και περιορισμένου δικαιώματος, που έχει παρασχεθεί στη χώρα μας για νέες φυτεύσεις.

Για την κατάρτιση τού αμπελουργικού μητρώου, με βάση τον προϋπολογισμό τού υπουργείου Γεωργίας, θα δαπανηθούν (από το Πρόγραμμα Δημόσιων Επενδύσεων) 9,6 δισ. δραχμές (άλλα 7,4 δισ. θα είναι η δαπάνη για το ελαιοκομικό).

Η έλλειψη τού αμπελουργικού μητρώου έχει επισημανθεί πολλές φορές από τις συνεταιριστικές και επιχειρηματικές Οργανώσεις τού κλάδου, χωρίς κανένα μέχρι στιγμής αποτέλεσμα.

Στην πρώτη, κοινή παρουσίαση των προβλημάτων τού κλάδου από εκπροσώπους τής κεντρικής, κλαδικής συνεταιριστικής Οργάνωσης των αμπελουργών (ΚΕΟΣΟΕ) και των ιδιωτικών οινοποιητικών επιχειρήσεων (ΣΕΟ), στο πλαίσιο τής νεοσύστατης Εθνικής Διεπαγγελματικής Οργάνωσης Αμπέλου και Οίνου, έγινε αναφορά στο πρόβλημα τής έλλειψης μητρώου με την επισήμανση ότι, η έλλειψη αυτή εμποδίζει την έκδοση εφαρμοστικών αποφάσεων τού κανονισμού, σε αντίθεση με όλες τις άλλες χώρες τής Ευρωπαϊκής Ένωσης, που υποδέχθηκαν πανέτοιμες το καθεστώς στον αμπελοοινικό τομέα.

Κεντρικός στόχος της νέας ΚΟΑ είναι η αντιμετώπιση τού ανταγωνισμού που δέχονται τα ευρωπαϊκά κρασιά από άλλες, αναπτυσσόμενες παραγωγικά στον τομέα αυτό, τρίτες χώρες (Αμερική, Αφρική, Αυστραλία).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, με τη νέα ΚΟΑ, έχει στόχο να στηρίξει την παρουσία επωνύμων, τοπικών προϊόντων κι έχει απαγορεύσει τις νέες φυτεύσεις (μέχρι τις 31 Ιουλίου 2010), δίνοντας κάποια δικαιώματα για νέες φυτεύσεις, δικαιώματα τα οποία, όμως, δεν μπορούν να αξιοποιηθούν, λόγω τής έλλειψης αμπελουργικού τομέα.

Στην Ελλάδα έχουν δοθεί δικαιώματα για δημιουργία νέων αμπελώνων έκτασης 10.980 στρεμμάτων (για οίνους ονομασίας

προέλευσης ανώτερης ποιότητας VQPRD και τοπικούς οίνους) και άλλων 8.500 στρεμμάτων για νομιμοποίηση παλιών αμπελώνων, που είχαν φυτευθεί παράνομα κατά τα προηγούμενα πριν το 1998 έτη. Αυτά τα δικαιώματα θα χαθούν, όπως ρητά ορίζεται στη νέα ΚΟΑ, εάν δεν έχουν χορηγηθεί έως το 2003.

Η παγκόσμια αγορά οίνου



Η παγκόσμια παραγωγή κρασιών φτάνει κάθε χρόνο περίπου τα 220.000.000 εκατόλιτρα (το εκατόλιτρο διεθνώς επικράτησε ως μονάδα μέτρησης). Τα ευρωπαϊκά κρασιά φτάνουν συνήθως τα 180.000.000 εκατόλιτρα ή τα τρία τέταρτα της παγκόσμιας παραγωγής. Οι

καλλιεργούμενες εκτάσεις σε παγκόσμιο επίπεδο μειώθηκαν αρκετά κατά τη διάρκεια της περιόδου 1986-1997 φτάνοντας το 1997 σε 7.814 χιλιάδες εκτάρια (μείωση 11,8%).

Αντίθετα, όμως, η παγκόσμια παραγωγή σταφυλιού αυξήθηκε σταδιακά την ίδια περίοδο κατά 11,1%. Η αύξηση αυτή μπορεί να αποδοθεί στις κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες, που οδηγούν στην αύξηση απόδοσης των αμπελοκαλλιεργειών και την εξέλιξη όσον αφορά στις μεθόδους καλλιέργειας, τις καλλιεργούμενες ποικιλίες κ.λ.π.

Η παγκόσμια παραγωγή οίνου παρουσιάζει μείωση την περίοδο 1991-1995 της τάξης του 14%. Για το 1997 η παραγωγή κυμαίνεται σχεδόν στα επίπεδο της περιόδου 1991-1995 παρουσιάζοντας μικρή μόνον αύξηση 1,2%.

Όσον αφορά στην παγκόσμια κατανάλωση οίνου παρατηρείται μείωση ακολουθώντας τη μείωση της παραγωγής οίνου για την προαναφερόμενη περίοδο. Σημειώνεται ότι, το έτος 1997 παρατηρείται μείωση κατά 672 χιλ. εκατόλιτρα (0,3%) σε σχέση με τον μέσο όρο της πενταετίας 1991/1995, και αντίστοιχη μείωση ποσοστού 6,4% συγκριτικά με την πενταετία 1986/1990.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

Ι. ΜΠΥΡΑ

Από την αρχαιότητα....

Η μπύρα, κατ' εξοχήν καλοκαιρινό ποτό στην Ελλάδα, έχει και την ιστορία της. Τα πρώτα βιοτεχνικά εργαστήρια παραγωγής μπύρας εμφανίζονται στην αρχαία Βαβυλώνα. Στην εποχή του ελληνο-ρωμαϊκού πολιτισμού κυριάρχησε το κρασί ως ευφραντικό ποτό, ενώ η μπύρα εθεωρείτο ρόφημα των "Βαρβάρων", τότε λαών, όπως οι Κέλτες, οι Γερμανοί, οι Σκύθες και οι Θράκες.

Ας σημειωθεί ότι η μπύρα στην παλαιά εποχή παρασκευαζόταν από καβουρδισμένα ή μη δημητριακά όπως το κριθάρι, το κεχρί, η βρώμη κλπ., το δε άρωμά της το έπαιρνε από μέλι, φλοιούς δέντρων αρωματικά φυτά και άλλα. Έλλειπε δηλαδή ο λυκίσκος που χρησιμοποιείται σήμερα.

Η πρώτη παραγωγή μπύρας, με τη σημερινή της μορφή έγινε στη μονή του Φράισιχ το 1079. Αρχικά η παρασκευή μπύρας στην Ευρώπη γινόταν μόνο από τα μοναστήρια. Το πρώτο εργοστάσιο ζυθοποιίας, τελείως πρωτόγονο, ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 1864 από τον Ιωάννη Γ. Φιξ στο Κολωνάκι. Το εργοστάσιο λειτούργησε επί τριάντα χρόνια, ενώ παράλληλα ο Ι. Φιξ άνοιξε πρατήρια σε όλο τον Ελλαδικό χώρο. Το 1890 τέλος, ιδρύθηκε στην Θεσσαλονίκη το εργοστάσιο "Όλυμπος" και το 1908 η ζυθοποιία "Νάουσα".

Η εγχώρια Βιομηχανία ζύθου ουσιαστικά ταυτιζόταν επί μακρά σειρά ετών με τη «FIX», μοναδική υπάρχουσα παραγωγική μονάδα μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '60. Έκτοτε σημειώνεται για πρώτη φορά η είσοδος άλλων εταιρειών στον κλάδο. Στην παρούσα φάση, το προφίλ της ελληνικής Βιομηχανίας ζύθου απαρτίζουν οι εταιρείες: «Αθηναϊκή Ζυθοποιία», «Ζυθοποιία Βορείου Ελλάδος» του Ομίλου «Μπουτάρη», «Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης» και «Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης».

Σημειώνεται ότι, πρόσφατα η γνωστή παραδοσιακή οινοποιητική επιχείρηση «Κουρτάκη», αγόρασε το εμπορικό σήμα της μπύρας FIX, με σκοπό να προχωρήσει στο προσεχές μέλλον σε παραγωγή ανάλογης μπύρας. Για τον σκοπό αυτό ιδρύθηκε η εταιρεία «Όλυμπιακή Ζυθοποιία» Α.Ε., τον Μάρτιο του 1996, αλλά μέχρι στιγμής δεν έχει σημειωθεί κάποια δραστηριοποίηση (εμπορική ή παραγωγική) της εταιρείας αυτής.

Η αγορά σήμερα

Από την εξέταση των σχετικών στοιχείων φαίνεται ξεκάθαρα ότι, η εταιρεία «Αθηναϊκή Ζυθοποιία» κατέχει δεσπτόζουσα θέση στις συνολικές πωλήσεις των βιομηχανικών Ζυθοποιίας.

Το "μυστικό" της επιτυχίας της ήταν η εκμετάλλευση των ευκαιριών που παρουσιάζονταν κατά την διάρκεια της πορείας της στο χώρο της μπύρας. Η εταιρία, στη οποία κύριος μέτοχος είναι η ολλανδική Amstel Brouwerij BV εγκαταστάθηκε στην Ελλάδα το 1963, σε μια περίοδο, που η κυριαρχία της Φιξ στην ελληνική αγορά της μπύρας ήταν αναμφισβήτητη.

Με την Amstel ως κύριο προϊόν της, κατόρθωσε να καταλάβει μια αξιοπρεπή θέση στην αγορά. Η σταδιακή κατάρρευση της Φιξ που οδήγησε στο οριστικό κλείσιμό της το 1983, βρήκε την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποφασισμένη να καταλάβει το χώρο που έμενε κενός. Η εταιρία εκμεταλλεύτηκε την ευκαιρία, αναπτύσσοντας ακόμα περισσότερο το δίκτυό της και βελτιώνοντας το προφίλ του προϊόντος της. Έτσι κατόρθωσε το 1977 να ανεβάσει την Amstel στην πρώτη θέση στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Η διατήρηση της κυρίαρχης θέσης της εταιρίας στην αγορά μπύρας οφείλεται στη παραγωγή ενός νέου προϊόντος την Heineken. Σήμερα η Heineken με ένα όνομα δύσκολο, που δημιουργούσε εμπόδια στην καθιέρωση του προϊόντος, έχει κατορθώσει να γίνει η "πράσινη" της αγοράς, αποκτώντας σχέση πωλήσεων προς την Amstel της τάξης του 1 προς 3.

Το 80% της ελληνικής αγοράς καλύπτεται από τη Αθηναϊκή ζυθοποιία, με δύο προϊόντα : την Amstel και την Heineken. Ακολουθεί η εταιρία Καμπάς του Ομίλου Μπουτάρη, που εισήλθε στην αγορά της μπύρας το 1992. Η εταιρία που ανέτρεψε την πτωτική πορεία της Heniger Hellas, κατείχε το 12% του μεριδίου αγοράς. Το 1997 εμφανίζεται μια νέα μπύρα παραγωγή του Ομίλου Εταιριών Μπουτάρη που περιλαμβάνει την Ανδρέας Καμπάς και την ζυθοποιία Βορείου Ελλάδος. Ονομάζεται Μύθος και είναι η μόνη από τις μπύρες που παράγονται στη χώρα μας, που θεωρείται ελληνική, αφού δεν ανήκει σε ξένο οίκο. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προκειμένου να συγκρατήσει τη δυναμική πορεία της Μύθος ξαναλανσάρει το παλιό σήμα της μπύρας Άλφα.

Το 75% του ελληνικού πληθυσμού πίνει μπύρα, αλλά η κατά κεφαλήν κατανάλωση παραμένει σε χαμηλά επίπεδα, γεγονός που μας κατατάσσει στη προτελευταία θέση στην Ευρώπη, με τελευταίους τους Ιταλούς που προτιμούν σταθερά το κρασί.

Οι τάσεις στην αγορά της μπύρας στη χώρα μας εμφανίζουν υψηλή εποχικότητα. Το 64% των πωλήσεων πραγματοποιείται μεταξύ Μαΐου - Σεπτεμβρίου λόγω και του αυξημένου τουρισμού στη χώρα μας κατά τους θερινούς μήνες.

Από το 70% της μπύρας που σερβίρεται, η μεγαλύτερη κατανάλωση (42%), σημειώνεται στις ταβέρνες και τα εστιατόρια. Και παρόλο που στην Ελλάδα κυκλοφορούν πολλά είδη μπύρας, το 97% των πωλήσεων ανήκει στις ξανθές ελαφριές μπύρες τύπου λάγκερ. Αύξηση εμφανίζουν οι πωλήσεις της εμφιαλωμένης μπύρας που πωλείται στα σούπερ-μάρκετ, αγγίζοντας το 40% των συνολικών πωλήσεων. Σταδιακή αύξηση παρουσιάζεται και στα ειδικά καταστήματα που σερβίρουν αποκλειστικά μπύρα (μπυραρίες), και τα οποία εξαπλώνονται σε όλα τα αστικά κέντρα.

Τα συμπεράσματα από τις σχετικές έρευνες αγοράς αποσαφηνίζουν ότι κατά κανόνα η επιλογή της μπύρας είναι αποτέλεσμα της εμφάνισης. Η γευστική εκπαίδευση για το συγκεκριμένο προϊόν στη χώρα μας δεν θεωρείται ακόμα η απαιτούμενη ώστε να αντιλαμβανόμαστε τη διαφορά, με αποτέλεσμα να αποφασίζουμε σε σημαντικό ποσοστό με βάση την εικόνα.

Διαφημιστικές Δαπάνες Μπύρας(και οينوπνευματωδών ποτών)

Σύμφωνα με στοιχεία που διεξάγει η εταιρία Amer Nielsen, η μπύρα είναι αυτή που πραγματοποιεί τις μεγαλύτερες διαφημιστικές δαπάνες σε σχέση με τις άλλες εταιρίες οينوπνευματωδών ποτών. Συγκεκριμένα τα δυο τελευταία έτη οι εταιρίες παραγωγής και εμπορίας ζύθου, δαπάνησαν περίπου 7 εκατ. ευρώ εκ των οποίων 1.532 χιλ. για τη διαφήμιση της Amstel και 1.441 χιλ. για την Heineken. Την ίδια περίοδο, οι διαφημιστικές δαπάνες για το ούισκι ανήλθαν στα 6.051 χιλ. ευρώ, για τα απεριτίφ στα 2.928 χιλ. ευρώ, για τη βότκα στα 1.942 χιλ. ευρώ, για τα λικέρ στα 1.179 χιλ. ευρώ, για το μπράντυ 390 χιλ. ευρώ και τέλος για τη σαμπάνια στα 46 χιλ. ευρώ.

Μπύρα και υγεία

Η μπύρα είναι υγιεινό προϊόν και έχει αποδειχθεί η σημαντική επίδραση της στην υγεία του ανθρώπου από πολλούς επιστήμονες που ασχολήθηκαν με αυτό το θέμα. Φυσικά δεν μπορεί να γίνεται αλόγιστη κατανάλωση. Ο πατέρας της

σύγχρονης φαρμακολογίας Παράκελσος λέει ότι: «η δοσολογία μιας ουσίας χαρακτηρίζει αν η ουσία αυτή είναι τρόφιμο, φάρμακο, δηλητήριο».

Αμερικανοί και Ολλανδοί γιατροί δήλωσαν πώς λογική ποσότητα αλκοόλ θεωρούνται τα 2-4 μικρά ποτήρια μπύρας τη μέρα.

Η μπύρα παρουσιάζει και κάποιες άλλες ιδιαίτερες αρετές : έχει λιγότερες θερμίδες από μια σόδα, ενώ επιπλέον περιλαμβάνει χρήσιμες δόσεις βιταμινών του συμπλέγματος Β και μεταλλικών αλάτων. Φαίνεται, ακόμα, ότι αναχαιτίζει το σχηματισμό λίθων στα νεφρά. Ένα ποτήρι μπύρα λοιπόν δεν πρέπει να μας προκαλεί ενοχές εφόσον δεν γίνεται κατάχρηση. Οι υπερκαταναλωτές μπύρας έχουν τρεις φορές περισσότερες πιθανότητες να αναπτύξουν καρκίνο του παγκρέατος, μια από τις χειρότερες μορφές καρκίνου και τις πιο δύσκολες στη διάγνωση. Και αν συμβαίνει να καπνίζει πάνω από 20 τσιγάρα την ημέρα, τότε οι πιθανότητες πολλαπλασιάζονται επί τέσσερα.

Μεγάλο πλεονέκτημα της μπύρας αποτελεί η καθαρότητά της έναντι των άλλων αλκοολούχων ποτών που μπορούν εύκολά να νοθευτούν. Άλλωστε δεν είναι λίγες οι φορές που στα νυχτερινά κέντρα διασκέδασης πρώτη επιλογή μας είναι η μπύρα για τη σιγουριά της καθαρότητάς της.

Εξέλιξη των εισαγωγών/εξαγωγών μπύρας

Οι εισαγωγές μπύρας κατά το έτος 1997, παρουσίασαν σημαντική αύξηση κατά 48,6%, φτάνοντας τα 352.127 εκατόλιτρα από 236.914 εκατόλιτρα το προηγούμενο έτος. Η ανοδική τάση συνεχίστηκε και το 1998, αλλά με πολύ χαμηλότερο ρυθμό (2,49%).

Αναφορικά με το είδος της συσκευασίας, που κατά κύριο λόγο εισάγεται, σημειώνεται ότι τα τελευταία έτη κυριαρχεί η μπύρα σε κουτάκι, η οποία κάλυψε κατά το 1998 το 56,2% των συνολικών εισαγωγών. Ακολουθούν (το ίδιο έτος), οι εισαγωγές μπύρας σε φιάλες με μερίδιο 22,8% και οι εισαγωγές μπύρας σε βαρέλι με ποσοστό 20,9%.

Ο μεγαλύτερος όγκος των εισαγωγών προέρχεται από χώρες της Ε.Ε. Κατά το έτος 1998 οι εισαγόμενες ποσότητες από την Ευρωπαϊκή Ένωση κάλυψαν το 83,7% του συνόλου, ενώ οι τρίτες χώρες το υπόλοιπο 16,3%.

Οι κυριότερες χώρες-προμηθευτές είναι η Ολλανδία με 111.783 εκατόλιτρα (μερίδιο 31%), η Γερμανία με 86.630 εκατόλιτρα (ποσοστό συμμετοχής 24%), η Ιταλία με 53.837

εκατόλιτρα (μερίδιο 14,9%) και το Μεξικό με 30.073 εκατόλιτρα (ποσοστό 8,3%).

Οι εξαγωγές μπύρας είχαν προορισμό, κατά κύριο λόγο, χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ποσοστό άνω του 90% κατά την εξεταζόμενη διετία). Όσον αφορά στο είδος της συσκευασίας που κατά κύριο λόγο εξάγεται, σημειώνεται ότι κυριαρχεί η μπύρα σε κουτάκι, η οποία αποτελεί το 83,35% των συνολικών εξαγωγών κατά το έτος 1998.

II. ΟΥΖΟ

Το ούζο είναι το εξελληνισμένο παιδί των αρωματισμένων με γλυκάνισο αποσταγμάτων στεμφύλων (=τσιπούρο). Είναι ο απόγονος αυτού, που οι Ανατολίτες Έλληνες ονόμαζαν ρακί και που έγινε γνωστό στην Ελλάδα από πρόσφυγες της Μικράς Ασίας. Από την παράδοσή τους γνωρίσαμε καλύτερα και υιοθετήσαμε πρώτα το τσίπουρο. Στη συνέχεια επειδή τα αποθέματα τσίπουρου δεν επαρκούσαν για την τεράστια ζήτηση, χρησιμοποιήθηκε για την απόσταξη καθαρό οινόπνευμα. Έτσι "γεννήθηκε το ούζο". Με την κατοχύρωση της ελληνικότητας του ούζου και σύμφωνα με τον κανονισμό 1576/89 του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχουν τεθεί ορισμένες προϋποθέσεις ώστε το αλκοολούχο ποτό με άνισο να ονομάζεται ούζο. Οι προϋποθέσεις αυτές είναι :

- Να παρασκευάζεται αποκλειστικά στην Ελλάδα.
- Να περιλαμβάνεται σύμμιξη αλκοολών που έχουν αρωματιστεί με απόσταξη ή διαβροχή, με σπόρους ανίσου, ενδεχόμενα μάραθου, μαστίχα και μια σειρά άλλων αρωματικών καρπών, φυτών και σπόρων.
- Το προϊόν να λαμβάνεται με απόσταξη μέσα σε χάλκινους παραδοσιακούς άμβυκες, χωρητικότητας μέχρι και 1000 λίτρων.
- Το ούζο να είναι άχρωμο και η περιεκτικότητά του σε ζάχαρη να μην υπερβαίνει τα 50g/l.
- Όταν πια πλάσάρεται στην αγορά η περιεκτικότητά του σε οινόπνευμα να μην πέφτει κάτω από τους 37 βαθμούς .

Μεγάλη διαμάχη όμως υπάρχει μεταξύ Ελλάδας και Νοτίου Αφρικής, διότι η τελευταία δεν δέχεται την προστασία της ονομασίας "ούζο" για προϊόν που παράγεται αποκλειστικά στην Ελλάδα και υποστηρίζει ότι η ονομασία ούζο είναι "generic" (γενική) ή "semi-generic" (ημιγενική) δηλαδή κοινόχρηστη.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Αποσταγμάτων και Οινοπνευματωδών Ποτών δηλώνει ότι σε καμία περίπτωση και για οποιαδήποτε αντάλλαγμα δεν είναι διατεθειμένος να απεμπολήσει την πολιτιστική μας παράδοση. Τίποτα δεν έχει αλλάξει στο Κοινοτικό δίκαιο που να αιτιολογεί μια τέτοια παραχώρηση προς τη Νότια Αφρική. Συγκεκριμένα η Ευρωπαϊκή Ένωση κατοχυρώνει τη χρησιμοποίηση της ονομασίας "ούζο", με της παρακάτω ενέργειες:

- με τον κανονισμό 1576/89 για τα αλκοολούχα ποτά,
- με την κοινή δήλωση Συμβουλίου και Επιτροπής του 1994 κατά την υπογραφή σχετικής Συμφωνίας μεταξύ Ε.Ε και Η.Π.Α.
- με την υπογραφή διμερούς Συμφωνίας προστασίας των ονομασιών προέλευσης μεταξύ Ε.Ε και Μεξικού.

Είναι το ποτό που κατέχει την πρώτη θέση στις ελληνικές εξαγωγές οινοπνευματωδών, αφού καλύπτει πάνω από το 56% των εξαγωγών που γίνονται σε όλες τις χώρες του κόσμου κάθε χρόνο. Λάτρεις του ελληνικού ούζου αποδεικνύονται οι Γερμανοί καταναλωτές απορροφώντας το 50% των συνολικών εξαγωγών ούζου. Το ούζο ενώ είχε δεχτεί σοβαρό πλήγμα παρουσιάζοντας σημαντική πτώση στις πωλήσεις του λόγω κυρίως των εισαγόμενων σκληρών αλκοολούχων ποτών, την τελευταία πενταετία δείχνει να ανακάμπτει στις προτιμήσεις των Ελλήνων. Αυτό φαίνεται από τις πωλήσεις του που έχουν σταθεροποιηθεί σε αρκετά σημαντικά επίπεδα. Το 60% του μεριδίου της αγοράς κατέχουν τα "επώνυμα" εμφιαλωμένα ούζα αφήνοντας το υπόλοιπο 40% για τα λιγότερο γνωστά εμφιαλωμένα και τα χύμα προϊόντα που προέρχονται από μικρές βιοτεχνικές-οικοτεχνικές μονάδες τοπικού κυρίως χαρακτήρα.

Αναλυτικά και σύμφωνα πάντα με εκτιμήσεις, λόγω του ότι δεν μπορεί να προσδιοριστεί με ακριβή αριθμό η ποσότητα του ούζου που πωλείται χύμα, το 25% με 26% της αγοράς κατέχει το ούζο 12 της εταιρίας Μεταξά, το 18% το ούζο Τσάνταλη και 17% το ούζο Μίνι της ΕΠΟΜ. Πρώτο σε διαφημιστική δαπάνη έρχεται το Ούζο Πλωμαρίου του Ισιδώρου Αρβανίτου, δεύτερο το Ούζο Μίνι, τρίτο το Ούζο 12 και τέταρτο το Ούζο Τσάνταλη.

III. ΚΡΑΣΙ ΧΥΜΑ

- **Γιατί όχι στο χύμα;**
 - το χύμα κρασί δεν έχει ταυτότητα, επομένως δεν πιστοποιείται η ποιότητά του.
 - το κρασί που δεν εμφιαλώνεται, οξειδώνεται.
 - η επιστήμη της οινολογίας θεωρεί ότι η διαδικασία παραγωγής του κρασιού τελειώνει με την εμφιάλωσή του και πλέον μας απασχολεί η συντήρησή του και η ωρίμανση-παλαίωση εντός της φιάλης.

- **Ποιόν συμφέρει η κατανάλωση του χύμα κρασιού; Αυτούς που κερδίζουν απ' αυτό. Ποιοι είναι;**
 - Κάποιοι παραγωγοί, εφόσον απαλλάσσονται από το δεύτερης ποιότητας κρασί (κρασί πίεσης) που παράγεται.
 - Κάποιοι ερασιτέχνες παραγωγοί, των οποίων τα κρασιά παρουσιάζουν τεχνικά προβλήματα οπότε πουλιούνται εύκολα χωρίς ταυτότητα, σε χαμηλή τιμή.
 - Κάποιες ταβέρνες, μεζεδοπωλεία, εστιατόρια, κλπ., που αγοράζουν χύμα κρασί πολύ φθηνά και όμως το πωλούν στην πενταπλάσια τιμή.

Λένε ότι τα χύμα κρασιά είναι φυσικά, χωρίς συντηρητικά, οικολογικά και άλλα παρόμοια.

Και πάλι κανένας δεν μας πιστοποιεί ότι το προϊόν είναι οικολογικής καλλιέργειας (απ' τις δυσκολότερες και πολυδάπανες καλλιέργειες, γι αυτό και τα οικολογικά προϊόντα συνήθως είναι πιο ακριβά).

Η εντύπωση που έχουμε “μεγαλώνοντας” οι ίδιοι ένα αμπέλι ότι φτιάχνουμε αγνό και καλό κρασί, αποτελεί ψευδαίσθηση διότι χωρίς την απαραίτητη τεχνογνωσία, το μεγαλύτερο μέρος της οινοποίησης γίνεται κατά τύχη. Μπορεί να παρουσιάζει σοβαρά τεχνικά προβλήματα και όταν δεν υπόκειται σε κάποιο έλεγχο μπορεί να είναι έως ακατάλληλο.

Καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας της παραγωγής του κρασιού πρέπει να τηρούνται αυστηρά συνθήκες υγιεινής

Το κρασί χρειάζεται μια ποσότητα συντηρητικού, που όταν προστίθεται ελεγχόμενα, είναι εντελώς ακίνδυνο, έως ευεργετικό. Εάν δεν προσθέσουμε συντηρητικό, το κρασί κινδυνεύει να προσβληθεί από ανεπιθύμητους μικροοργανισμούς.

IV. ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ ΠΟΤΑ

Στην αγορά των ποτών διεξάγεται έντονη διαμάχη ανάμεσα στο ελληνικό κρασί και στα λεγόμενα "σκληρά" ποτά δηλαδή το ουίσκι, τη βότκα και το τζίν. Οι συνθήκες και οι ρυθμοί ζωής, επαγγελματοποίησης και ψυχαγωγίας, το προφίλ του καταναλωτή, είναι παράγοντες άμεσα συναρτώμενοι με την κατανάλωση κρασιού και αλκοολούχων ποτών.

Οι νεαρότερες ηλικίες φαίνεται να μην προτιμούν το κρασί, αρέσκονται στην κατανάλωση σκληρών ποτών και μπύρας, ποτά που συνδέονται με τον τρόπο ζωής και διασκέδασής τους. Τα μπάρ, τα fast-food, είναι χώροι ξένοι προς το κρασί.

Νοθεία στα αλκοολούχα ποτά

Μεγάλη εμφανίζεται η νοθεία των οινοπνευματωδών ποτών : ουίσκι, βότκα, τζίν, τεκίλα, γεγονός που οδηγεί στην απομάκρυνση του καταναλωτή. Αρκετά είναι τα παράνομα εργαστήρια ανά την Ελλάδα και κυρίως στις περιοχές της Δυτικής Αττικής, που τροφοδοτούν την αγορά της νύχτας με επικίνδυνα παρασκευάσματα για την υγεία του καταναλωτή. Στην προκειμένη περίπτωση θιγόμενοι δεν είναι μόνο οι καταναλωτές αλλά και οι εταιρίες εισαγωγής, οι οποίες χρηματοδοτούν την επωνυμία των προϊόντων τους και πρέπει να αντιμετωπίσουν ανά πάσα στιγμή την δυσφήμιση του ονόματός τους.

Συγκεκριμένα μέτρα για να μειωθεί το φαινόμενο νοθείας των οινοπνευματωδών ποτών έχουν λάβει οι εταιρίες ποτών που εκπροσωπούνται από την Ένωση Επιχειρήσεων Οινοπνευματωδών Ποτών. Οι εκπρόσωποι των εταιριών έχουν συμφωνήσει σε ένα "πακέτο αποφάσεων", η υλοποίηση των οποίων θα συμβάλει, όπως εκτιμάται, ώστε να αποφευχθεί η νοθεία των ποτών και ασφαλώς να μεγιστοποιηθούν τα κέρδη των εταιριών. Ειδικότερα, οι αποφάσεις που έχουν ληφθεί είναι : πρώτο, η διενέργεια δειγματοληπτικών ελέγχων από τις μεγάλες

επιχειρήσεις του κλάδου καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Δεύτερο, η τοποθέτηση ειδικών μπιλιών στα μπουκάλια, ώστε να αποφεύγεται η νόθευση του περιεχομένου των μπουκαλιών. Τρίτον, η αναγραφή με πιο ευανάγνωστο τρόπο κωδικού στο πίσω μέρος της φιάλης και η παρουσία απαραίτητα ταινίας ελέγχου σε αυτή. Τέταρτο, η παρακολούθηση όλων των φάσεων που προηγούνται πριν φτάσει το ποτό στον τελικό καταναλωτή.

Ταυτόχρονα οι εταιρίες εμπορίας χρηματοδοτούν μια γενικότερη καμπάνια ενημέρωσης του κοινού, ώστε και αυτό να συνεισφέρει στην προσπάθεια περιορισμού του προβλήματος της νοθείας των ποτών.

Το κρασί στα ράφια των σούπερ – μάρκετ

Οι οινοποιητικές επιχειρήσεις στοχεύοντας στην αύξηση των πωλήσεών τους επικεντρώνουν την προσοχή τους στη προβολή των προϊόντων τους μέσω των ραφιών στις αλυσίδες των σούπερ-μάρκετ -πολιτική ραφιού-.

Θεωρείται μια από τις καλύτερες πολιτικές προσέγγισης του καταναλωτή που ακολούθησαν τα τελευταία χρόνια οι οινοποιίες που είναι leaders της αγοράς.

Τα σούπερ μάρκετ, τα περισσότερα από τα οποία ή ανακαινίζουν τα παλαιά τμήματα κάβας που διαθέτουν ή δημιουργούν καινούργια στα καταστήματά τους, αποτελούν πλέον πόλο έλξης για τους καταναλωτές επενδύοντας στην κάβα και σε αρκετές περιπτώσεις χαρακτηρίζοντάς την ως κατηγορία προορισμού.

Έτσι τα τελευταία χρόνια με την ποικιλία κρασιών, την ευκολία πρόσβασής τους και τους διαθέσιμους χώρους προβολής που διαθέτουν, συνέβαλαν σημαντικά στην στροφή των καταναλωτών προς το κρασί. Όλα αυτά σε συνδυασμό με τις καλύτερες τιμές, έχουν αυξήσει κατακόρυφα την προτίμηση των καταναλωτών για αγορές κρασιών αλλά και ποτών από τα σούπερ μάρκετ.

Η επιτυχημένη αυτή κίνηση δημιουργίας κάβας και η προσέλκυση μεγάλου αριθμού καταναλωτών οδήγησαν τις οινοποιητικές επιχειρήσεις να επενδύσουν χρήματα για την προβολή των προϊόντων τους μέσω των ραφιών των σούπερ-μάρκετ (πολιτική ραφιού). Η πολιτική ραφιού αποτελεί ένα πιο άμεσο τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών σε σχέση με την επαφή μέσω τηλεόρασης, ραδιοφώνου και περιοδικών.

Εάν μια επιχείρηση θέλει τα προϊόντα της να τοποθετούνται σε περίοπτη θέση (συνήθως στα μεσαία ράφια) με ευκολία πρόσβασης και ελέγχου θα πρέπει να προσφέρει προμοδοτήσεις στον ιδιοκτήτη του σούπερ-μάρκετ.

Διάθεση του κρασιού στις Κάβες.

Οι κάβες ξεχωρίζουν, διότι το κρασί είναι το αποκλειστικό αντικείμενό τους, ενώ τα σούπερ μάρκετ διακρίνονται για τη διασπορά τους σε πολλά σημεία και για το ότι προσελκύουν μεγάλο αριθμό καταναλωτών, πράγμα που σημαίνει προβολή σε ένα ευρύτερο κοινό.

Εταιρίες μεγάλου μεγέθους και με μεγάλη ιστορία στον χώρο του κρασιού, όπως η «ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ», διαθέτει τα γενικά καλά κρασιά στα σούπερ μάρκετ, ενώ μερικά απόλυτα εξειδικευμένα, όσον αφορά στην ποικιλία τα προορίζει αποκλειστικά για τις κάβες. Ο λόγος, για τον οποίο η εταιρεία προτιμά να διακινεί ορισμένα προϊόντα μέσα από τις κάβες είναι ότι σε αυτά τα καταστήματα υπάρχει πιο εξειδικευμένο κοινό, με περισσότερες γνώσεις γύρω από το κρασί, αρμόδιο για να απαντήσει στις ερωτήσεις ενός απαιτητικού πελάτη που αναζητεί κάτι παραπάνω από αυτό που του προσφέρουν τα σούπερ μάρκετ και να τον οδηγήσει στη σωστή επιλογή.

Επίσης, γιατί στις κάβες πλάι στα εγχώρια καλά κρασιά ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να δει και τα αντίστοιχα ξένα κρασιά και να διαπιστώσει ότι το ελληνικό κρασί είναι εξίσου καλής ποιότητας με τα ξένα.

Την ίδια άποψη συμμερίζεται και ο εμπορικός διευθυντής του «Κτήματος Χατζημιχάλη», ο οποίος πιστεύει ότι οι κάβες είναι οι φυσικοί διακινητές των κρασιών και αυτοί τα κατευθύνουν στα τελικά σημεία κατανάλωσης, που είναι το επαγγελματικό δώρο και η κατανάλωση στο σπίτι.

Επίσης ασκείται μεγάλος και σκληρός ανταγωνισμός ανάμεσα στα σούπερ μάρκετ, στις κάβες και τα πρατήρια ιδιαίτερα στις τιμές με συνέπεια τη συρρίκνωση των κερδών των δύο τελευταίων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ

Ι. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ



Νέες συνθήκες διαμορφώνονται στην εσωτερική αγορά οίνου με περιόδους ανακατατάξεων και μετακινήσεων μεριδίων, φαινόμενο που θα εξακολουθήσει να ισχύει βραχυπρόθεσμα.

Γενικότερα διαπιστώνεται η ανάπτυξη πολυάριθμων επιχειρήσεων οινοποίησης μικρού μεγέθους, οι οποίες παράγουν «περιορισμένης» ποσότητας κρασί, με αποτέλεσμα να εμφανίζονται πληθώρα «ετικετών» και προϊόντων στην αγορά. Οι πιο οργανωμένες από αυτές έχουν πλέον καθιερωθεί στην αγορά πραγματοποιώντας σεβαστές πωλήσεις. Οι λόγοι που ευνόησαν τις εξελίξεις αυτές ήταν η δημιουργία των ανάλογων «ειδικευμένων» δικτύων διακίνησης - διανομής κρασιών «μικρών παραγωγών».

Επίσης χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό σε επίπεδο προσφοράς ιδιαίτερα στο εμφιαλωμένο κρασί, καθώς υπάρχει πληθώρα προσφερόμενων ετικετών, ενώ αυξανόμενη παρουσιάζεται η προτίμηση για «επώνυμα» εμφιαλωμένα προϊόντα και κρασιά προερχόμενα από επιλογή ποικιλιών αμπέλου (ΟΠΑΠ και ΟΠΕ) ή και τοπικών που φέρουν στην ετικέτα σαφή ποικιλιακή ένδειξη προέλευσης.

Ακόμα με τις επενδύσεις εκσυγχρονισμού των οινοποιείων γίνεται πλέον εμφανής αναδιάρθρωση στην γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων, καθώς προστέθηκαν πολλά κρασιά ονομασίας προελεύσεως (Ο.Π.Α.Π. και Ο.Π.Ε.) και τοπικών οίνων.

Σε επίπεδο ζήτησης, στις αρχές τής δεκαετίας του 1990 οι καταναλωτές έδειχναν την προτίμησή τους στο κρασί χύμα και στα φθηνά εμφιαλωμένα κρασιά. Εξακολουθεί να ισχύει το φαινόμενο αυτό, καθώς παρατηρείται σημαντική διακίνηση αναβαθμισμένων τρόπων διάθεσης του χύμα κρασιού. Η τάση που διαφαίνεται είναι για κρασί draught (κρασί σε βαρέλι στο οποίο έχει προσαρμοστεί ειδικό μηχάνημα ψύξης διατηρώντας το στην καλύτερη δυνατή ποιότητά του).

Ωστόσο διατηρείται αυξανόμενη και η προτίμηση για «επώνυμα εμφιαλωμένα προϊόντα και κρασιά προερχόμενα από

επιλογή ποικιλιών αμπέλου (Ο.Π.Α.Π. και Ο.Π.Ε.) ή και τοπικών, που φέρουν στην ετικέτα σαφή ποικιλιακή ένδειξη προελεύσεως.

Ομοίως παρατηρείται ελαφρά ανάπτυξη πωλήσεων ελληνικών κρασιών που έχουν παραχθεί από ποικιλίες διεθνών προδιαγραφών και αναγνώρισης που καλλιεργούνται στην Ελλάδα (π.χ. Cabernet, Sauvignon, Chardonnay, Syrah, Merlot, κ.λπ.).

Σε γενικές γραμμές, τα επιτραπέζια εμφιαλωμένα φτηνά κρασιά χάνουν σταδιακά από το μερίδιό τους, ενώ επωφελούνται οι τοπικοί οίνοι και τα κρασιά με χαρακτηριστικά «ιδιαιτερότητας».

Η παραγωγή κρασιού χαρακτηρίζεται από πολλές ετήσιες διακυμάνσεις στην αγορά, οι οποίες οφείλονται, τόσο στην επίδραση του κλίματος, όσο και στις μεθόδους καλλιέργειας.

Η κατανάλωση κρασιού, επίσης παρουσιάζει διακυμάνσεις καθώς επηρεάζεται από παράγοντες, όπως το οικονομικό περιβάλλον, που τα τελευταία έτη έχει επιφέρει περιορισμό των καταναλωτικών δαπανών, την αλλαγή στον τρόπο ζωής, τις φορολογικές επιβαρύνσεις, την καταναλωτική συμπεριφορά, τον ρόλο που παίζει το κρασί στη διατροφή, κ.λ.π.

Στο επίπεδο της ζήτησης διαπιστώνεται σημαντική μετατόπιση της κατανάλωσης κρασιού από την "κρύα" αγορά στην "κατ'οίκον" κατανάλωση. Δηλαδή η «ζεστή» αγορά ενισχύει σταδιακά το μερίδιό της, αφενός λόγω των συνθηκών που επικρατούν στην αγορά (αύξηση της οικιακής κατανάλωσης κρασιού) και αφετέρου λόγω της μεγάλης ενδυνάμωσης και εξάπλωσης των αλυσίδων λιανεμπορίου (σούπερ-μάρκετ).

II. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Σε επίπεδο παραγωγής, ο αμπελοοινικός τομέας στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερα μικρό και πολυτεμαχισμένο κλήρο αμπελοουργικών εκμεταλλεύσεων, εκ των οποίων αρκετές συνδυάζουν περισσότερες της μίας καλλιέργειας. Το καλλιεργητικό κόστος επομένως είναι υψηλό, προκαλώντας επιδείνωση στην πορεία του κλάδου.

Επί πλέον, η πολιτική των εκριζώσεων που εφαρμόστηκε μέχρι και το 1996, έπληξε και ποιοτικούς αμπελώνες, σε δυσπρόσιτες και μειονεκτικές περιοχές, περιορίζοντας έτσι την παραγωγή προϊόντων με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, των οποίων οι αγορές παρουσιάζουν ανάπτυξη.

Επίσης, πρόβλημα αποτελεί η μη ολοκλήρωση του αμπελοουργικού μητρώου-κτηματολογίου, σύμφωνα με την

εφαρμογή του οποίου, από τον Ιούλιο του 2000 η Ελλάδα δικαιούται να προχωρήσει σε επιδοτούμενη ανανέωση των αμπελιών της μέσω νέων φυτεύσεων και μέσω αναδιάρθρωσης των ποικιλιών με την προϋπόθεση ότι, οι παραγόμενες ποικιλίες είναι συμβατές με τη ζήτηση των αγορών. Λόγω ανυπαρξίας αμπελουργικού μητρώου λοιπόν η Ελλάδα κινδυνεύει να μην μπορέσει να αξιοποιήσει όλα τα αναπτυξιακά μέτρα, για την αναδιάρθρωση και μετατροπή του ελληνικού αμπελώνα.

Περαιτέρω, παρατηρείται όχι μόνο το φαινόμενο της γήρανσης των αμπελώνων, αλλά και αργή προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες εκσυγχρονισμού για τη βελτίωση της παραγωγής, με αποτέλεσμα να είναι περιορισμένη η δυνατότητά τους, έναντι του ανταγωνισμού, τόσο στην εσωτερική, όσο και στην εξωτερική αγορά. Αυτό οφείλεται στην φανερή έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών στις Διευθύνσεις Μεταποίησης, Τυποποίησης & Π.Ε. Τμήμα Οίνου & Αλκοολούχων Ποτών και ΠΑΠ Δενδροκηπευτική - Τμήμα Αμπέλου & Ξηρών Καρπών του υπουργείου Γεωργίας.

-Στην αδυναμία σχεδιασμού της κατάλληλης στρατηγικής στον αμπελοοινικό τομέα της χώρας μας.

-Στην αδυναμία εκσυγχρονισμού του αμπελοοινικού νομοθετικού πλαισίου, σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα και τα διεθνώς συμβαίνοντα.

-Στην ως εκ τούτου μείωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών οίνων στην παγκόσμια αγορά και τη συρρίκνωση του ελληνικού αμπελώνα.

-Στην αδυναμία ενημέρωσης των ενδιαφερόμενων φορέων σχετικά με τις σοβαρότατες εξελίξεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

-Στην αδυναμία επεξεργασίας μακροχρόνιων εκκρεμοτήτων σχετικά με αιτήματα αναγνώρισης νέων τοπικών οίνων, τροποποίησης υφισταμένων, αναθεώρησης ζωνών ΟΠΑΠ και άλλες σοβαρές νομοθετικές εκκρεμότητες.

Επίσης, η έλλειψη εξαγωγικής στρατηγικής για τη σωστή και δυνατή προώθηση των ελληνικών κρασιών στην εξωτερική αγορά, δυσχεραίνει τον ανταγωνισμό αυτών σε διεθνές επίπεδο.

Σε επίπεδο κατανάλωσης, οι υψηλές τιμές κρασιού που διαμορφώνονται στα σημεία μαζικής εστίασης έχουν ως συνέπεια την απομάκρυνση τού σημαντικού μεριδίου των καταναλωτών από την κατανάλωση οίνου.

Επίσης, ο ισχυρότατος ανταγωνισμός από τα οινοπνευματώδη ποτά (που ευνοήθηκαν από τις φορολογικές μεταρρυθμίσεις του 1992) ενίσχυσαν τη διαφορά της κατανάλωσης στην κατηγορία αυτή.

Μεγάλο πρόβλημα αποτελεί και ο οξύς ανταγωνισμός που επικρατεί μεταξύ των εταιρειών, λόγω της πληθώρας των εμπορικών σημάτων και της μεγάλης ποικιλίας κρασιών και των μεταξύ τους κατηγοριών (λευκό-κόκκινο), που διατίθενται στη χώρα μας.

Είναι γεγονός ότι, η διάθεση νέων προϊόντων σε συνδυασμό με αυξημένη διαφημιστική καμπάνια έχουν δελεάσει το καταναλωτικό κοινό. Ωστόσο, ο έντονος ανταγωνισμός που επικρατεί μεταξύ των Ελλήνων παραγωγών οίνου δεν οδηγεί σε ουσιαστική αύξηση της συνολικής κατανάλωσης, λόγω και των γενικότερων οικονομικών δυσκολιών, που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές.

Στην οινοποιεία μέχρι και τα τέλη της προηγούμενης δεκαετίας υπερίσχυαν και ήλεγχαν την αγορά οι μεγάλοι μεγέθους, παραδοσιακά γνωστές οινοβιομηχανίες. Έκτοτε, βαθμιαία παρατηρείται «αλλαγή τοπίου». Μεγάλες οινοβιομηχανίες αντιμετώπισαν οικονομικά προβλήματα, και άλλες βαθμιαία άλλαξαν την προσφερόμενη ποικιλία των προϊόντων τους, καθώς η αυξανόμενη διείσδυση πολλών μικρών επιχειρήσεων με κρασιά «περιορισμένης παραγωγής» και τοπικών χαρακτηριστικών άρχισαν να εδραιώνονται στην αγορά.

Σημαντικό πρόβλημα αποτελεί ότι κάποιοι έχουν συνηθίσει να καταναλώνουν κακή ποιότητα κρασιού, οπότε και θεωρούν ότι αυτό είναι το κρασί. Αν συνηθίσει κανείς σε χαμηλή ποιότητα δύσκολα αναγνωρίζει την υψηλή. Δεν υπάρχει οινολογική παιδεία.

Επίσης η μείωση του ενδιαφέροντος των νέων για ενασχόληση με την αμπελοκαλλιέργεια προκαλεί μεγάλη ανησυχία για την μετέπειτα πορεία του κλάδου.

Σε επίπεδο διεθνούς εμπορίου γενικότερα, μέσω της συμφωνίας της GATT (εμπορική συνθήκη του 1947 για την ελευθεροποίηση του εμπορίου με κατάργηση εισαγωγικών δασμών), παρατηρείται έμμεσα ο περιορισμός της ευρωπαϊκής

παραγωγής οίνου. Με την πτώση των εισαγωγικών δασμών, η αύξηση των εισαγόμενων στην Ευρωπαϊκή Ένωση από τρίτες χώρες (Ν.Αφρική, Αργεντινή, Αυστραλία κ.λ.π.), αμπελοοινικών προϊόντων, έχει ως επίπτωση τον αδυσώπητο ανταγωνισμό.

III. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Οι μεσοπρόθεσμες προοπτικές του οινοπαραγωγικού κλάδου στην Ε.Ε. εκτιμάται ότι θα διαφοροποιηθούν σε σχέση με τις επικρατούσες συνθήκες στις αρχές της δεκαετίας του 1990.



Η παραγωγή κρασιού εκτιμάται ότι θα σταθεροποιηθεί στα 158 εκ. εκατόλιτρα την περίοδο 2002/2003. Η κατά μέσο όρο προσφορά κρασιού μέχρι το 2002-2003, αποκλείοντας τις αλλαγές στα αποθέματα και λαμβάνοντας υπόψη τις εξαγωγές, προβλέπεται ότι θα παρουσιάσει πλεόνασμα ύψους 5,3 εκατ. εκατόλιτρων. Υπό ευνοϊκές καιρικές συνθήκες, το ποσό αυτό θα μπορούσε να ανέλθει σε 17 εκ. εκατόλιτρα. Αντίθετα, δυσμενείς συνθήκες για την καλλιέργεια κρασιού, θα μπορούσαν να δημιουργήσουν έλλειμμα μεγαλύτερο των έξι εκ. εκατόλιτρων στην αγορά τής Ε.Ε.

Στο μέλλον, το κύριο μέλημα θα είναι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην εσωτερική και στη διεθνή αγορά μέσω της ποιοτικής ρύθμισης της προσφοράς και της ζήτησης και της οργάνωσης των παραγωγικών δομών.

Όσον αφορά στην κατανάλωση, η Οινοποιία έχει ευνοηθεί από την επιβολή αυξημένων ειδικών φόρων κατανάλωσης σε μπύρα και οινοπνευματώδη ποτά για τα οποία αναμένεται περαιτέρω αύξηση γεγονός που θα ευνοήσει την αγορά του κρασιού γενικότερα.

IV. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Μεταξύ των προτάσεων για τη δημιουργία ευνοϊκότερων συνθηκών για τον κλάδο, είναι:

-η γρήγορη προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες εκσυγχρονισμού για βελτίωση της παραγωγής.

-καθιέρωση υγιούς ανταγωνισμού, τόσο στην εσωτερική, όσο και στην εξωτερική αγορά.

-η παροχή μεγαλύτερης ευλυγισίας στο σύστημα των δικαιωμάτων καλλιέργειας, κυρίως για την παραγωγή κρασιών, τα οποία παρουσιάζουν μεγάλη ζήτηση.

-η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην εσωτερική και στη διεθνή αγορά μέσω της ποιοτικής ρύθμισης της προσφοράς και της ζήτησης, της επιτάχυνσης του ρυθμού ανανέωσης των αμπελιών και οργάνωσης των παραγωγικών δομών, αλλά και μέσω του εκσυγχρονισμού σε όλα τα επίπεδα της αλυσίδας παραγωγής κρασιού.

-η υιοθέτηση αποτελεσματικής εξαγωγικής στρατηγικής για τη σωστή και επιτυχή προώθηση των ελληνικών κρασιών στην εξωτερική αγορά με την βοήθεια αρμόδιων οργανισμών όπως για παράδειγμα ο Οργανισμό Προώθησης Εξαγωγών (Ο.Π.Ε.).

-Προσεκτική φροντίδα όσον αφορά τον προσδιορισμό των τιμών του κρασιού που προσφέρεται στα σημεία μαζικής εστίασης(π.χ.κέντρα διασκέδασης).Η διοργάνωση συγκεκριμένης καμπάνιας ενημέρωσης των ιδιοκτητών κέντρων διασκέδασης, για την ζημιόγONO πολιτική που ακολουθούν όσον αφορά το εμφιαλωμένο κρασί, αποτελεί πιθανή λύση του προβλήματος εάν οι ιδιοκτήτες φανούν συνεργάσιμοι.

-Επειδή η εγχώρια κατανάλωση δεν εξελίσσεται με τους ίδιους ρυθμούς αύξησης της παραγωγής (λόγω αναμπελώσεων σε ορισμένες περιοχές), θα πρέπει να αναζητηθεί διέξοδος στις εξαγωγές, σε μία διεθνή αγορά ιδιαίτερα ανταγωνιστική. Για τον σκοπό αυτό πρέπει να εντατικοποιηθεί η προσπάθεια ποιοτικής αναβάθμισης των ελληνικών κρασιών, να καθιερωθεί το ελληνικό κρασί ως κρασί «ποιοτικό». Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση ανάλογων στρατηγικών marketing και προβολής όπως:

- # η διαφήμιση σε διεθνή κλαδικά περιοδικά,
- # η αύξηση του κύρους των ελληνικών κρασιών από αναγνωρισμένους γευσιγνώστες με θετικά σχόλια στον διεθνή τύπο,
- # η ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων με διεθνείς οργανισμούς που σχετίζονται με τον οίνο όπως η "Διεθνή Ομοσπονδία Δημοσιογράφων Οίνων και Οινοπνευματωδών" κ.λ.π.

καθώς οι ελληνικές εξαγωγές δεν είναι δυνατόν να στηρίζονται μόνο στις κοινότητες των Ελλήνων μεταναστών ανά τον κόσμο.

-Εμφαση στην προβολή των ελληνικών ποτών στις αγορές του εξωτερικού με πραγματοποίηση διαφημιστικής καμπάνιας σε χώρες με οικονομικό ενδιαφέρον, με δημιουργία ενημερωτικού -

επικοινωνιακού υλικού, έκδοση εντύπων για το ελληνικό κρασί στην αγγλική και γερμανική γλώσσα, δημιουργία φωτογραφικού αρχείου, δημιουργία σελίδων στο Διαδίκτυο και συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις.

-Σχετικά με το αμπελουργικό μητρώο χαρακτηρίζεται επιτακτική η ανάγκη ανάληψης πολιτικής πρωτοβουλίας, με σκοπό να συμπεριληφθούν στην καταγραφή του αμπελουργικού μητρώου όλοι οι υφιστάμενοι αμπελώνες, εγκαταλελειμμένοι και μη, που είναι διάσπαρτοι σε ολόκληρη τη χώρα και ιδίως σε μειονεκτικές, ορεινές και ημιορεινές περιοχές. Θεωρείται επίσης, απαραίτητη η υποστήριξη του παραπάνω αιτήματος στην Κοινότητα, δεδομένου ότι αφορά ένα πολύ μικρής έκτασης αμπελώνα σε σχέση με τον μέσο ευρωπαϊκό. Επίσης, απαραίτητος κρίνεται ο κατάλληλος σχεδιασμός μιας μακροπρόθεσμης πολιτικής ως προς τα σχέδια αναδιάρθρωσης του ελληνικού αμπελώνα, ενώ επιτακτική χαρακτηρίζεται η ανάγκη επίσπευσης της κατάρτισης του αμπελουργικού δυναμικού.

-Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, αλλά και η μετάβαση σε μοντέλα ή στρατηγικές ηλεκτρονικού επιχειρείν κρίνονται πλέον απαραίτητα για την διαχείριση των σχέσεων της επιχείρησης με τους πελάτες / προμηθευτές, τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και γενικότερα την λειτουργία μιας σύγχρονης δυναμικής επιχείρησης.

Σημαντικό κίνητρο είναι, επίσης, η διατήρηση της προνομιακής θέσης της επιχείρησης και ο ανταγωνισμός όπως και ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός .

Η έννοια ηλεκτρονικό εμπόριο περιλαμβάνει:

- το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail),
- πρόσβαση στον παγκόσμιο ιστό (world wide site),
- διάθεση δικτυακού τόπου (web site),
- διάθεση Extranet
- διάθεση υποδομής ανταλλαγής ηλεκτρονικών παραστατικών (EDI),
- Χρήση ηλεκτρονικών μέσων για την επαφή με τους πελάτες(π.χ. κινητό τηλέφωνο, κέντρο κλήσεων-call center, ηλεκτρονικό υπολογιστή).

Τα σημαντικότερα εμπόδια στην υιοθέτηση και χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι τα εξής:

- Το υψηλό κόστος υλοποίησης
- Το μικρό ποσοστό χρηστών Διαδικτύου ή άλλων ηλεκτρονικών μέσων
- Η έλλειψη κανονιστικού και νομοθετικού πλαισίου
- Πρόβλημα ασφάλειας
- Η έλλειψη κρίσιμης μάζας εταιρών που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο
- Δυσκολίες στην προμήθεια /υλοποίηση των απαραίτητων τεχνολογιών

Τα εμπόδια αυτά, κυρίως του υψηλού κόστους μπορούν να ξεπεραστούν με συνεργασία των επιχειρήσεων του κλάδου ομοιογενούς καθώς και με την δημιουργία συμμαχιών με άλλες επιχειρήσεις άλλων κλάδων. Επίσης είναι αναγκαία η εξειδίκευση προσωπικού στην χρήση Διαδικτύου, ηλεκτρονικών υπολογιστών και άλλων ηλεκτρονικών μέσων.

TIRE-BOUCHONS DE COLLECTION / COLLECTORS' CORKSCREWS



Το κρασί κάνει:

*“ Τον αδύναμο να τολμά
Τον δειλό θαρραλέο
Τον πονεμένο να γελά ”*

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

□ ΟΙΝΟΛΟΓΙΑ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΟΙΝΩΝ

Σπύρος Π.Δαμηλάκος (Προϊστάμενος Οινολογικού Τμήματος στο Τ.Ε.Ι. Αθήνας)

□ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΝΟΓΝΩΣΙΑ, ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΡΑΣΙΑ

Αργύρης Τσακίρης

□ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΡΑΣΙΑ-ΟΔΟΙΠΟΡΙΚΟ ΣΤΗ ΧΩΡΑ ΤΟΥ ΔΙΟΝΥΣΟΥ

Miles Lambert-Gocs (μετάφραση: Ν.Α. Γκούμας)

ΠΗΓΕΣ

□ Παρακολούθηση Σεμιναρίου στον συνεδριακό χώρο του Πανεπιστημίου Πατρών με θέμα "Πάτρα, Οινόπολης 2002"

Εισηγητής: Κολλιόπουλος Κώστας (χημικός-οινολόγος)

□ Έρευνα των εκδόσεων της μηνιαίας εφημερίδας ΕΔΕΟΠ (Ένωση Διακινητών Εμπόρων Οίνων-Ποτών) από το 1992 μέχρι σήμερα

□ Στατιστική Υπηρεσία Πατρών

□ Ένωση Γεωργικών Συνεταιρισμών Πατρών (κ. Γιάννης Λαλάκος-Μάνατζερ Εξαγωγών)

□ Συνέντευξη κ. Ν.Ποταμιάνου (Διευθυντή Λογιστηρίου στην Αχάϊα Κλάους)

□ EBIBA (εφημερίδα των φίλων ελληνικού κρασιού)

□ ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ (Μηνιαίο περιοδικό επαγγελματικής ενημέρωσης και επαφής των επιχειρήσεων και στελεχών της βιομηχανίας και του

εμπορίου τροφίμων, κρασιού, ποτών, συσκευασίας και καταναλωτικών αγαθών)

□ EYROSTAT Crop Production Statistics (Στατιστική Υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης)

□ INTERNET στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις: www.google.com(στα site: [wine club.gr](http://wineclub.gr), fora.gr/krasi,gr hander.de) www.in.gr, www.gourmet.gr www.yahoo.com, www.allposters.com, www.triaina.com, www.adage.com

ΣΤΑΡΗΣ, Ι., & ΥΙΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. (Κωδ. 23741)

ΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ σε EUR	2000	99-00%	1999	98-99%	1998
ΠΕΡΙΟΔΟΣ	1/1/00-31/12/00		1/1/99-31/12/99		1/1/98-31/12/98
ΕΡΓΗΤΙΚΟ					
ΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	4.733.687,45	2,19	4.632.044,02	-9,59	5.123.536,32
ΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	635.154,81	44,65	439.107,85	-17,80	534.192,22
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	13.215.609,68	11,86	11.814.371,24	-0,89	11.920.228,91
ΚΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΦΛΙΣΜΟΣ	4.223.366,10	8,73	3.884.123,26	4,57	3.714.350,70
ΣΥΜΜΕΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ. - ΔΑΠ. ΠΟΛ. ΑΠΟΒ.	330.409,39	16,55	283.495,23	18,97	238.297,87
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	13.679.703,60	15,90	11.802.846,66	4,47	11.297.326,49
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	10.058.905,36	20,86	8.322.969,92	4,73	7.947.187,09
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	3.360.319,88	2,89	3.265.781,36	2,94	3.172.360,97
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΑΠΑΝ. ΠΟΛ. ΑΠΟΒ. - ΔΕΩΜ. ΑΚΙΝ.	260.478,36	21,66	214.095,38	20,43	177.778,43
ΚΡΟΠΡΟΨΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	6.591,34	-43,65	11.697,73	0,00	11.697,73
ΜΕΤΟΧΕΣ	2.259,72	7,84	2.095,38	0,00	2.095,38
ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	13.038.118,86	53,67	8.484.757,15	4,89	8.089.332,36
ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	9.689.129,86	36,54	7.096.132,06	6,37	6.671.295,67
ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ & ΥΛΙΚΑ	3.348.988,99	141,17	1.388.625,09	-2,07	1.418.036,68
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	14.646.221,57	-15,17	17.265.329,42	20,27	14.355.066,76
ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	14.295.448,28	-17,05	17.233.977,99	25,62	13.718.796,77
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	350.773,29	999,00	31.351,43	-95,07	636.269,99
ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ ΤΡΑΠΕΖΕΣ	614.779,16	150,23	245.684,52	287,47	63.407,19
ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	33.032.807,04	7,85	30.627.815,11	10,84	27.631.342,63
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
ΚΕΦΑΛΑΙΑ	15.981.740,28	123,65	7.145.737,34	45,15	4.922.993,40
ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	7.385.561,26	95,82	3.771.592,08	41,23	2.670.579,60
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ	8.596.179,02	108,19	4.128.968,45	30,03	3.175.492,30
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	0,00		-754.823,18		-923.078,50
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	7.504.563,46	-21,26	9.530.632,43	-16,28	11.383.897,29
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	7.504.563,46	-20,89	9.486.579,60	-16,67	11.383.897,29
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	0,00		44.052,82		0,00
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	9.546.503,30	-31,57	13.951.445,34	23,20	11.324.451,94
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	3.272.413,79	-60,27	8.236.443,14	40,39	5.867.031,55
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	5.364.968,45	-0,50	5.392.181,95	6,58	5.059.342,63
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	0,00		138.517,98		0,00
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	909.121,06	393,28	184.302,27	-53,70	398.077,77
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	33.032.807,04	7,85	30.627.815,11	10,84	27.631.342,63
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ					
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	21.925.285,40	22,36	17.918.714,60	0,79	17.777.831,25
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	15.190.151,14	16,82	13.002.538,52	6,43	12.217.115,19
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	6.735.134,26	37,00	4.916.176,08	-11,59	5.560.716,07
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	250.702,86	-5,48	265.235,51	13,35	233.986,79
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	1.432.184,89	-40,92	2.424.152,60	17,40	2.064.815,85
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	3.432.968,45	25,91	2.726.500,37	0,42	2.715.096,11
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	2.120.683,79	999,00	30.758,62	-96,97	1.014.790,90
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	399.979,46	66,18	240.683,79	-93,37	3.632.363,90
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	735.826,85	613,08	103.190,02	-76,40	437.261,92
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	758.409,39	12,01	677.085,84	-8,80	742.415,26
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	758.409,39	12,01	677.085,84	-8,80	742.415,26
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	1.784.836,39	960,81	168.252,38	-96,00	4.209.892,88
ΕΛΘΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	410.115,92		0,00		0,00

ΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ σε EUR	2000	99-00%	1999	98-99%	1998
	1/1/00-31/12/00		1/1/99-31/12/99		1/1/98-31/12/98
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
ΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	12.285.326,49	33,08	9.231.495,23	1,22	9.120.017,61
ΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.998.297,87	27,67	1.565.247,25	1,23	1.546.171,68
ΕΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	19.713.256,05	25,99	15.647.275,13	6,02	14.759.480,56
ΚΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	3.843.322,08	3,74	3.704.851,06	0,82	3.674.676,45
ΣΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΞΒ.	448.851,06	91,98	233.804,84	110,80	110.911,23
ΣΤΟΝ ΣΥΣΦΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	14.488.645,63	14,22	12.684.771,83	8,07	11.737.250,18
ΣΕΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	10.800.845,19	17,97	9.155.683,05	9,25	8.380.630,96
ΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΑ.	3.489.622,89	3,00	3.388.017,61	3,81	3.263.580,34
ΣΕΒ. ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΞΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	198.177,55	40,48	141.071,17	51,63	93.038,88
ΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	18.961,12	37,35	13.804,84	-6,37	14.743,95
ΣΜΕΤΟΧΕΣ	751.283,93	0,00	751.283,93	0,00	751.283,93
ΣΜΑΤΑ	20.305.341,16	12,68	18.019.920,76	-0,42	18.095.961,85
ΣΙΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.352.346,29	-13,03	1.555.025,68	-5,77	1.650.271,46
ΣΕ & ΥΛΙΚΑ	18.952.994,86	15,11	16.464.895,08	0,12	16.445.690,39
ΣΤΗΣΕΙΣ	19.273.308,88	22,51	15.732.607,48	17,71	13.365.258,99
ΣΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	18.162.080,70	17,36	15.475.944,24	17,77	13.140.387,38
ΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.111.228,17	332,95	256.663,24	14,14	224.871,61
ΣΤΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	115.850,33	-83,38	697.203,23	-7,51	753.831,25
ΣΤΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	51.979.826,85	19,00	43.681.226,71	5,68	41.335.069,70
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
Σ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	21.278.001,47	10,40	19.273.804,84	1,21	19.043.776,96
ΣΧΟΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	9.097.578,87	0,00	9.097.578,87	1,97	8.921.496,70
ΣΘΕΜΑΤΙΚΑ	12.180.422,60	19,69	10.176.225,97	0,53	10.122.280,26
Σ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	4.973.945,71	67,43	2.970.820,25	6,73	2.783.615,55
ΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	4.969.173,88	72,60	2.878.943,51	4,75	2.748.481,29
ΣΒΛΕΨΕΙΣ	4.771,83	-94,81	91.876,74	161,50	35.134,26
ΣΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	25.727.879,68	20,02	21.436.601,61	9,89	19.507.677,18
ΣΙΔΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ. ΔΑΝΕΙΩΝ	18.261.200,29	18,70	15.384.801,17	11,86	13.753.300,07
Σ. ΠΑΝΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	4.377.068,23	27,04	3.445.423,33	27,12	2.710.473,95
ΣΙΣΜ. ΠΑΝΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	895.084,37	90,63	469.552,46	6,67	440.205,43
ΣΤΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.194.526,78	2,70	2.136.824,65	-17,93	2.603.697,73
ΣΤΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	51.979.826,85	19,00	43.681.226,71	5,68	41.335.069,70
ΕΛΕΞΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ					
ΣΤΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	41.855.119,59	4,58	40.022.846,66	4,42	38.328.179,02
ΣΤΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	26.652.099,78	6,71	24.975.254,59	4,82	23.826.550,26
ΣΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	15.203.019,81	1,03	15.047.592,08	3,76	14.501.628,76
ΣΤΗΘΕΙΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	1.161.323,55	54,08	753.716,80	178,14	270.987,53
ΣΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	2.127.234,04	7,09	1.986.365,37	-1,50	2.016.716,07
ΣΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	11.882.283,20	0,77	11.791.826,85	9,51	10.767.427,73
ΣΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	2.354.826,12	16,40	2.023.116,65	1,74	1.988.472,49
ΣΤΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	609.082,91	60,76	378.867,20	-35,10	583.812,18
ΣΤΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	768.316,95	229,14	233.429,20	-60,46	590.324,28
ΣΤ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	54.673,51	39,36	39.231,11		0,00
ΣΤΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	1.043.160,67	8,14	964.657,37	5,12	917.637,56
ΣΤ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	988.487,16	6,81	925.426,27	0,85	917.637,56
ΣΤΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	2.140.918,56	0,54	2.129.323,55	7,44	1.981.960,38
ΣΤΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	895.084,37	90,63	469.552,46	6,67	440.205,43
ΣΤΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	888.516,51	1,88	872.120,32	22,91	709.570,07

ΠΑΚΗΣ, Δ., ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ ΟΙΝΩΝ Α.Ε. (Κωδ. 4511000)

ΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ σε EUR	2000	99-00%	1999	98-99%	1998
	1/1/00-31/12/00		1/1/99-31/12/99		1/1/98-31/12/98
ΡΗΓΗΤΙΚΟ					
ΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	6.325.473,22	1,62	6.224.695,52	-3,66	6.460.956,71
ΛΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	3.009.244,31	38,87	2.166.955,25	-12,92	2.488.349,23
ΕΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	15.406.620,69	5,52	14.600.874,54	5,42	13.849.860,60
ΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	2.537.132,80	9,61	2.314.741,01	2,61	2.255.859,13
ΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΒ.	292.598,68	-62,57	781.798,97	18,02	662.447,54
ΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	14.938.424,06	5,75	14.126.820,25	6,40	13.276.613,35
ΕΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	12.659.914,89	6,57	11.879.248,72	6,77	11.126.115,92
ΕΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	2.175.251,65	4,91	2.073.482,02	4,91	1.976.407,92
ΕΒ. ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	103.257,52	-40,69	174.089,51	0,00	174.089,51
ΠΡΟΠΡΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	18.300,81	4,02	17.593,54	205,71	5.754,95
ΜΕΤΟΧΕΣ	0,00		469.552,46	-1,21	475.298,61
ΕΜΑΤΑ	13.045.743,21	14,67	11.377.206,16	9,13	10.425.470,29
ΕΙΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	10.861.840,06	19,43	9.095.043,29	7,30	8.476.660,31
Ε & ΥΛΙΚΑ	2.183.903,15	-4,31	2.282.162,88	17,11	1.948.809,98
ΤΗΣΕΙΣ	16.620.610,42	23,43	13.465.490,83	4,26	12.915.841,53
ΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	16.037.132,80	22,91	13.047.788,70	6,35	12.269.247,25
ΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	583.477,62	39,69	417.702,13	-35,40	646.594,28
ΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	95.955,98	21,45	79.008,07	-53,03	168.199,56
ΑΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	36.087.782,83	15,87	31.146.400,59	3,92	29.970.468,09
ΤΙΚΟ					
ΚΕΦΑΛΑΙΑ	12.796.666,18	10,92	11.536.892,15	4,97	10.990.453,41
ΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	6.717.294,20	2,64	6.544.387,38	5,34	6.212.765,96
ΘΕΜΑΤΙΚΑ	6.079.371,97	21,77	4.992.504,77	4,50	4.777.687,45
Ε. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	3.815.477,62	1,66	3.753.212,03	-12,44	4.286.397,65
ΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	3.537.637,56	3,51	3.417.578,87	-4,02	3.560.625,09
ΒΛΕΨΕΙΣ	277.840,06	-17,22	335.633,16	-53,76	725.772,56
ΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	19.475.639,03	22,83	15.856.296,40	7,91	14.693.617,02
ΕΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	12.600.965,52	35,53	9.297.710,93	17,27	7.928.346,29
Μ. ΠΑΝΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	4.664.522,38	0,14	4.658.104,18	-6,06	4.958.843,73
ΕΣΜ.ΠΑΝΩΤ.-ΚΕΡΑΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	347.395,45	21,81	285.191,49	14,76	248.510,64
ΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.862.755,69	15,32	1.615.289,80	3,68	1.557.916,36
ΑΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	36.087.782,83	15,87	31.146.400,59	3,92	29.970.468,09
ΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ					
ΑΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	28.079.236,98	3,25	27.195.771,09	0,38	27.092.237,71
Ν ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	17.838.192,22	7,70	16.562.418,20	1,70	16.285.355,83
ΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	10.241.044,75	-3,69	10.633.352,90	-1,61	10.806.881,88
ΜΗΣΕΙΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΞΟΔΑ	596.208,36	85,63	321.173,88	6,80	300.719,00
ΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	1.236.660,31	-2,21	1.264.572,27	8,55	1.164.918,56
Α ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	8.511.862,07	4,43	8.150.553,19	-1,73	8.293.655,17
ΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	1.088.730,74	-29,28	1.539.401,32	-6,65	1.649.027,15
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	412.237,71	100,16	205.957,45	-40,27	344.812,91
ΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	253.666,91	6,65	237.848,86	-47,49	452.994,86
ΑΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	878.790,90	3,36	850.209,83	-18,50	1.043.172,41
ΕΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	878.790,90	3,36	850.209,83	-18,50	1.043.172,41
ΑΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	1.247.301,54	-17,26	1.507.509,90	-2,16	1.540.845,19
ΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	235.104,92	2,64	229.053,56	-7,83	248.510,64
ΕΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	448.111,52	-14,45	523.791,64	-17,98	638.594,28

26.5.00 *ΙΑ/ΚΝ/1/27.4.2000

Α.Ε.

ΛΙΑΠΟΠΟΥΛΟΣ, Β. Γ., Α.Β.Ε.Ε. (Κωδ. 4517400)

ΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ σε EUR	2000	99-00%	1999	98-99%	1998
ΠΕΡΙΟΔΟΣ	1/1/00-31/12/00		1/1/99-31/12/99		1/1/98-31/12/98
ΠΡΩΤΗΡΙΑΚΟ					
ΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	5.432.557,59	20,03	4.526.022,01	30,52	3.467.665,44
ΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.835.031,55	22,56	1.497.305,94	0,00	1.497.305,94
ΕΡΓΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1.712.862,80	-44,73	3.098.996,33	52,36	2.033.980,92
ΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	5.217.282,47	68,32	3.099.624,36	9,84	2.821.863,54
ΣΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	467.894,35	181,90	165.980,92	313,92	40.099,78
ΙΩΝ ΣΥΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	3.800.513,57	13,93	3.335.885,55	14,02	2.925.584,74
ΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	1.591.198,83	-0,29	1.595.844,46	3,64	1.539.727,07
ΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	2.015.225,24	19,74	1.682.984,59	22,22	1.377.021,28
ΣΒ. ΔΑΠΑΝ. ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΞΩΜ.ΑΚΙΝ.	194.089,51	240,17	57.056,49	545,70	8.836,39
ΘΕΜΑΤΑ	10.335.700,66	27,99	8.075.633,16	4,76	7.708.783,57
ΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	8.452.225,97	32,97	6.356.727,81	10,63	5.745.769,63
ΣΕ & ΥΛΙΚΑ	1.883.474,69	9,57	1.718.905,36	-12,44	1.963.013,94
ΕΠΙΤΗΘΕΙΣ	5.831.480,56	22,03	4.778.887,75	19,83	3.988.082,17
ΛΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	5.279.597,95	17,48	4.493.951,58	24,39	3.612.815,85
ΛΟΓΓΡΑΦΑ	42.324,28	311,35	10.289,07	0,92	10.195,16
ΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	509.558,33	85,53	274.647,10	-24,77	365.071,17
ΕΙΣΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	137.722,67	64,63	83.653,71	0,42	83.307,41
ΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	21.737.461,48	24,47	17.464.196,63	14,54	15.247.838,59
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ					
ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4.623.683,05	13,24	4.083.160,67	15,79	3.526.289,07
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.523.906,09	15,43	3.052.956,71	14,59	2.664.149,67
ΘΕΜΑΤΙΚΑ	1.098.811,45	16,18	945.763,76	9,92	860.443,14
ΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	965,52	-98,86	84.440,21	999,00	1.696,26
Μ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	8.131.216,43	951,19	773.523,11	95,57	395.512,84
ΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	7.985.044,75	999,00	627.295,67	154,66	246.327,22
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	146.171,68	-0,04	146.227,44	-1,98	149.185,62
ΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	8.982.562,00	-28,75	12.607.512,84	11,31	11.326.036,68
ΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	1.772.569,33	-77,97	8.046.033,75	0,74	7.986.995,33
Μ. ΠΑΝΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	6.635.307,41	67,72	3.956.108,58	62,12	2.440.249,45
ΙΣΜ.ΠΑΝΡΩΤ.-ΚΕΡΑΝ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	210.039,62	421,96	40.240,65	-70,26	135.301,54
ΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	364.645,63	-35,48	565.129,86	-25,98	763.489,36
ΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	21.737.461,48	24,47	17.464.196,63	14,54	15.247.838,59
ΕΞΕΛΕΞΜΕΝΑ ΧΡΗΣΕΩΣ					
ΠΡΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	14.644.619,22	-2,76	15.059.788,70	-0,72	15.168.859,87
ΑΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	11.880.792,37	-3,00	12.247.809,24	1,04	12.122.095,38
ΑΝΤΙΤΟ ΚΕΡΑΟΣ	2.763.826,85	-1,71	2.811.979,46	-7,71	3.046.764,49
ΑΜΟΙΒΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	341.267,79	-15,84	405.487,89	107,29	195.609,68
ΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	1.077.021,28	-14,39	1.258.036,68	-0,48	1.264.140,87
Α ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.684.804,11	-6,25	1.797.135,73	2,13	1.759.636,10
ΑΝΤΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	343.269,26	111,51	162.294,94	-25,76	218.597,21
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	66.617,75	-78,60	311.354,37	81,71	171.342,63
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	72.017,61	-66,58	215.518,71	56,23	137.945,71
ΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	544.827,59	35,18	403.052,09	26,21	319.351,43
ΕΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	544.827,59	35,18	403.052,09	26,21	319.351,43
ΠΡΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	337.869,41	30,89	258.130,59	2,44	251.994,13
ΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	185.071,17		0,00		102.796,77
ΕΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	137.256,05	103,84	67.333,82	-36,88	106.676,45

	1/1/99-30/6/00	1/1/98-31/12/98
ΛΗΠΤΙΚΟ		
ΠΑΡΑ ΠΑΡΙΑ	8.992.836,39	4.610.682,32
ΕΣΟΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.882.934,70	1.887.944,24
ΕΡΓΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	14.136.460,75	13.282.030,81
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	1.389.646,37	1.301.326,49
ΕΓΓΡΑΦΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	4.598.289,07	1.341.009,54
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	13.111.310,34	13.239.644,90
ΕΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	11.976.484,23	12.104.818,78
ΕΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ. ΕΞΟΠΛ.	1.081.079,97	1.081.079,97
ΕΣΒ. ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΞΩΜ.ΑΚΙΝ.	53.746,15	53.746,15
ΠΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	8.760,09	8.672,05
ΜΕΤΟΧΕΣ	88.055,76	29.344,09
ΕΣΟΔΑ	14.561.391,05	12.604.845,19
ΕΣΟΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	13.198.324,28	11.049.094,64
ΕΣΟΔΑ ΥΛΙΚΑ	1.363.066,76	1.555.750,55
ΕΣΟΔΑ	13.059.216,43	7.568.674,98
ΕΣΟΔΑ ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	10.917.790,17	6.794.491,56
ΕΣΟΔΑ ΓΡΑΦΑ	31.401,32	31.401,32
ΕΣΟΔΑ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	2.110.024,94	742.782,10
ΕΣΟΔΑ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	386.151,14	129.710,93
ΕΣΟΔΑ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	36.999.595,01	24.913.913,43
ΛΗΠΤΙΚΟ		
ΚΕΦΑΛΑΙΑ	15.857.235,51	1.835.900,22
ΕΣΟΔΑ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	19.763.759,35	11.219.369,04
ΕΣΟΔΑ ΚΑΤΑΤΙΜΑΤΑ	7.337.214,97	4.662.230,37
ΕΣΟΔΑ ΚΕΡΑΝ-ΕΥΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	-11.243.738,81	-14.045.699,19
ΕΣΟΔΑ & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	7.633.725,61	3.241.000,73
ΕΣΟΔΑ ΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	7.543.008,07	3.240.824,65
ΕΣΟΔΑ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	90.717,53	176,08
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	13.508.633,90	19.837.012,47
ΕΣΟΔΑ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	9.158.456,35	11.732.942,04
ΕΣΟΔΑ ΠΑΝΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	3.576.472,49	6.223.548,06
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	773.705,06	1.880.522,38
ΕΣΟΔΑ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	36.999.595,01	24.913.913,43
ΕΣΟΔΑ ΧΡΗΣΕΩΣ		
ΕΣΟΔΑ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	22.365.197,36	14.829.382,25
ΕΣΟΔΑ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	20.088.196,63	12.571.527,51
ΕΣΟΔΑ ΚΕΡΔΟΣ	2.277.000,73	2.257.854,73
ΕΣΟΔΑ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	3.776.252,38	227.829,79
ΕΣΟΔΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	2.322.981,66	1.520.516,51
ΕΣΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.806.729,27	897.000,73
ΕΣΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	1.923.542,19	68.167,28
ΕΣΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.963.492,30	177.520,18
ΕΣΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.029.176,82	0,00
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	0,00	513.851,80
ΕΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0,00	513.851,80
ΕΣΟΔΑ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	2.857.857,67	245.687,45