

«ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ»
Μέσο ανάδειξης και προβολής του κρασιού
ως οικονομικού στοιχείου και πολιτιστικού προϊόντος

Κυρίες και Κύριοι,

Ο τίτλος της εισήγησής μου είναι οι Δρόμοι του Κρασιού. Θα προσπαθήσω στον λίγο χρόνο που έχω στη διάθεσή μου να καλύψω το θέμα «οινοτουρισμός» μια και οι δρόμοι του κρασιού είναι απλά μια από τις δράσεις αυτές, του μεγάλου οικονομικού εν τέλει κεφαλαίου που λέγεται «οινοτουρισμός».

Θεωρώ κατ' αρχήν ότι η δραστηριότητα αυτή είναι αποτέλεσμα της φύσης του προϊόντος που λέγεται κρασί. Επιπλέον θεωρώ ότι για μια οινοπαραγωγική χώρα όπως η Ελλάδα ή η Κύπρος, η δραστηριότητα αυτή μπορεί να αποτελέσει όχι μόνο ένα εργαλείο για την βελτίωση της οικονομίας του κλάδου του κρασιού και των τοπικών οικονομιών, αλλά και ένα λιθαράκι στην προσπάθεια της ανάδειξης της πολιτιστικής μας κληρονομιάς. Δεν θ' αναφερθώ καθόλου στις κατηγορίες των κρασιών στην νομοθεσία, κοινοτική κι ελληνική, που ορίζει τα του κρασιού κ.λπ. Θα κάνω όμως μια σύντομη επισκόπηση της ανά τον κόσμο κατάστασης των κρασιών, όσον αφορά την κατανάλωσή τους, την παραγωγή τους και τις τάσεις που διαμορφώνονται στα διάφορα σημεία.

Εδώ δεν μπορώ ν' αντισταθώ σε μια αναφορά στην κουλτούρα μας.

Μια κουλτούρα βαθιά επηρεασμένη από τον Διόνυσο – τον θεό της αμπέλου και του οίνου - που λατρεύτηκε στην Ελλάδα επηρεάζοντας καταλυτικά τις τέχνες και τα γράμματα. Από τον Όμηρο (Οδύσσεια στίχοι 129-135) το αμπέλι γίνεται σημαντικό και καθοριστικό γεωγραφικό στοιχείο:

«Εκεί ριζώνει, δικό του και πολύκαρπο, το αμπέλι,
σ' ένα του ίσιωμα το αλώνι, όπου στεγνώνει ο ήλιος τα σταφύλια
όσα στην ώρα τους είναι για τρύγο, τα τρυγούν, άλλα στο πατητήρι
τα πατούν, πιο πέρα οι αγουρίδες τώρα ανθίζουν, αλλού μόλις
που πήραν τα σταφύλια να μαυρίζουν.
Κι όπου τα κλήματα τελειώνουν, οι βραγιές αρχίζουν,
κάθε λογής, πράσινες και με τάξη, όλο το χρόνο λάμποντας.»

Ο δε Ελύτης λέει :

«Εάν αποσυνδέσεις την Ελλάδα, στο τέλος θα δεις να σου απομένουν μια ελιά, ένα αμπέλι και ένα καράβι. Που σημαίνει ; με άλλα τόσα την ξαναφτιάχνεις».

Έκτοτε ποιητές, φιλόσοφοι, ζωγράφοι, γλύπτες άντλησαν, και συνεχίζουν να αντλούν, ανεκτίμητους θησαυρούς έμπνευσης από το αμπέλι και το κρασί,

διαμορφώνοντας τον πλούσιο πολιτισμό μιας χώρας που αιώνες τώρα «σφίγγει στο φως τ' αμπέλια της» και «κάθε λέξη της είναι ένα ποτήρι κρασί» (Γ. Ρίτσος).

Ο οίνος είναι ταυτόχρονα δείκτης αλλά και δεσμός πολιτισμού στην αρχαιότητα, στις κοινωνίες των Μέσων Χρόνων, Βυζαντίου και Δύσης, στην Οθωμανική Αυτοκρατορία αλλά και στον νεωτερικό κόσμο των πόλεων της Μεσογείου και της Ευρώπης. Σύμβολο και δηλωτικό ξεχωριστών στιγμών, σημειολογικό στοιχείο της λαϊκής κοινωνικότητας (η πιο συνηθισμένη ευχή γίνεται πίνοντας κρασί), αναπόσπαστο συστατικό της θρησκευτικής λατρείας, εορτασμών, επικύρωσης συμφωνιών κτλ. Η σύνδεσή του με τη γαστρονομία και τη διατροφή είναι εξίσου αρχαία και εντάσσεται στο γνωστό σχήμα της μεσογειακής διατροφής, δίπλα στο ψωμί και στο ελαιόλαδο.

Ριζωμένο βαθιά στην ιστορία, την παράδοση, τον πολιτισμό, την οικονομία και τη γεωγραφία των οινοπαραγωγών χωρών το αμπελοοινικό προϊόν και τα ποικίλα τοπία στα οποία εκτείνονται οι αμπελώνες δεν είναι τυχαίο ότι αποτελούν, ή πρέπει να αποτελούν, βασικό συστατικό της ευρωπαϊκής φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Για το λόγο αυτό πρέπει να ληφθούν όλες οι πρωτοβουλίες και τα μέτρα για τη διατήρηση, ανάδειξη και αξιοποίηση του αμπελοοινικού τοπίου και να ρυθμίζονται θέματα που θα επιτρέψουν την αρμονική ένταξη σ' αυτό μεταβολών που προκαλούνται από κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές διεργασίες, επιτρέποντας την επίτευξη μιας ανάπτυξης, βασισμένης σε μια ισορροπημένη συσχέτιση κοινωνικών αναγκών, οικονομικής δραστηριότητας, περιβάλλοντος και ανάδειξης λαογραφικών και πολιτιστικών στοιχείων.

Στη χώρα μας, η αμπελοοινική παράδοση είναι ιδιαίτερα πλούσια όπως και σε όλες τις χώρες της λεκάνης της Μεσογείου, όπου το κρασί είναι συνδεδεμένο με τον πολιτισμό των λαών τους, με τη θρησκεία τους και με τις διατροφικές τους συνήθειες.

Δεν είναι λοιπόν περίεργο ότι στην περίφημη «Πυραμίδα της Μεσογειακής Διατροφής» την προτεινόμενη δηλαδή πλέον από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, «Διατροφική Πυραμίδα», βρίσκουμε να προτείνεται το κρασί σε καθημερινή με μέτρο κατανάλωση.

Οι ιατρικές έρευνες απέδειξαν ότι δυο ποτηράκια κρασιού κατά γεύμα, όχι μόνον ευφραίνουν την ανθρώπινη καρδιά αλλά και την προστατεύουν από τη στεφανιαία νόσο και άλλες σύγχρονες ασθένειες της δυτικού τύπου κοινωνίας μας.

Κατά το τελευταίο όμως μισό του αιώνα μας, έχουν κοπεί οι παραδοσιακοί δεσμοί του ανθρώπου με το κρασί. Ως κύριο υπεύθυνο αναγνωρίζουμε την αλλαγή του τρόπου ζωής μας, δηλαδή την κυριαρχία ενός τρόπου ζωής που επηρεάζεται από την παγκοσμιοποίηση της αγοράς, την θεοποίηση της αριθμολαγνίας και των οικονομικών δεικτών, την μοναξιά.

Ο άνθρωπος των συγχρόνων «πολιτισμένων» κοινωνιών, με υψηλό βιοτικό επίπεδο και ικανή ενημέρωση μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, έχει θυσιάσει τη χαρά που του προσφέρει η κατανάλωση κρασιού κατά τη διάρκεια ενός φιλικού γεύματος στο βωμό της γρήγορης κατανάλωσης ούισκου και βότκας στο μπαρ, του μοντέρνου αυτού τρόπου διασκέδασης και απομόνωσης.

Ας τον παρατηρήσουμε όμως : βομβαρδίζεται καθημερινά από χιλιάδες διαφημιστικά μηνύματα τα οποία τον αφήνουν χαμένο ανάμεσα σε πληθώρα προτάσεων και πληροφοριών. Έρχεται αντιμέτωπος με τις ποικίλες αβεβαιότητες που πλανώνται διεθνώς. Επιπλέον πιέζεται από την ανταλκοολική υστερία των αγγλοσαξωνικών κυρίως λαών.

Βομβαρδίζεται καθημερινά από χιλιάδες μηνύματα που τον ωθούν να καταναλώνει υγρά, να πίνει είτε αυτό είναι νερό, είτε Coca Cola, μύρα, ούισκου, είτε κρασί. Η οικονομική αντίληψη της ζωής όπως άλλωστε και η διαφήμιση, τον έχουν εντελώς αποπροσανατολίσει. Η εισβολή της ταχύτητας στη ζωή της κοινωνίας δυτικού τύπου, μας οδήγησε στο να πίνουμε οτιδήποτε και γρήγορα. Το κρασί θεωρείται ως ένα ακόμη καταναλωτικό προϊόν και χάνει την επαφή που είχε με την ανθρώπινη ψυχή.

Κυρίες και Κύριοι,

Είναι φανερό ότι το κρασί απομακρύνεται σταθερά από το τραπέζι του καταναλωτή ως διατροφικό είδος ή ως συνοδευτικό γεύματος, και τείνει, ειδικά στις μη παραγωγές χώρες που καθορίζουν το lifestyle του δυτικού κόσμου, στα όρια ενός εξωτικού είδους πολυτελείας. Απεγνωσμένα ο ανύποπτος και φοβισμένος καθημερινός καταναλωτής, ψάχνει αρώματα μπανάνας μέσα στο κρασί, υπακούοντας στις οδηγίες των connaisseurs, φοβούμενος παράλληλα τα αλκοόλ που περιέχεται στο κρασί. Φυσικά αναφέρομαι στα όρια.

Εδώ πρέπει να σταθούμε στις νέες συνήθειες κατανάλωσης που επικρατούν πια στις μη παραγωγούς και χωρίς παράδοση αλλά πλούσιες καταναλώτριες χώρες (Αγγλία - Σκανδιναβία - ΗΠΑ). Σ' αυτές τις χώρες το κρασί τείνει να αποκατασταθεί σαν ένα status-symbol για τον καταναλωτή και φυσικά το στυλ αυτό μεταφέρεται παντού. Έχουμε όμως και νέες συνήθειες κατανάλωσης στις παραγωγούς χώρες, όπου η εισβολή άλλων «ποτών» τείνει να κυριαρχήσει αποκαθιστώντας ένα νέο lifestyle .

Μετά από αυτές τις διαπιστώσεις, οι ενέργειες των παραγωγών χωρών του κρασιού έχουν στραφεί και αναπτύσσονται πέραν των κλασικών μεθόδων προβολής και προώθησης σε ένα νέο σχήμα, τον «αμπελουργικό - οινικό τουρισμό» ως μια βασική μορφή εκπαίδευσης, προώθησης και δημιουργίας νέων καταναλωτών.

Σ' αυτό το τελευταίο κι όμως πολύ σημαντικό σημείο έχει στηριχθεί η εδραίωση του θεσμού των «ΔΡΟΜΩΝ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ».

Όμως τί σημαίνει ο όρος «Δρόμος του Κρασιού» (Route du Vin) ;

Πρόκειται για μια πρόταση προς τον σύγχρονο περιηγητή να ακολουθήσει μια προκαθορισμένη, επιλεγμένη διαδρομή, η οποία διασχίζει τα πιο γραφικά σημεία μιας αμπελουργικής ζώνης. Έχει τη δυνατότητα να επισκεφθεί επιλεγμένες οινοπαραγωγικές μονάδες, που συμμορφώνονται σε ορισμένες προδιαγραφές και εγγυώνται υψηλά επίπεδα φιλοξενίας. Παράλληλα έχει τη δυνατότητα στη διαδρομή αυτή να απολαύσει σημεία αρχαιολογικού, λαογραφικού, περιβαλλοντικού ή πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Είναι φανερό το ότι ένας Δρόμος Κρασιού, είναι ένα τουριστικό προϊόν, το οποίο εκμεταλλεύεται τα πάσης φύσεως «κάλλη» μιας περιοχής ή ενός συνόλου περιοχών, για να προσελκύσει επισκέπτες, συντελώντας με αυτό τον τρόπο σημαντικά στην ανάπτυξή της, και στοχεύοντας φυσικά έμμεσα στην αύξηση της κατανάλωσης του κρασιού.

Μερικά στοιχεία από τη διεθνή εμπειρία : Ο γερμανικός Δρόμος του Κρασιού, καλύπτει περίπου 80 χλμ. και διασχίζει 40 πόλεις και χωριά. Αντιπροσωπεύει μια έκταση 230.000 στρεμμάτων αμπελώνων. Φιλοξενεί κάθε χρόνο περισσότερους από 600.000 επισκέπτες που σημειώνουν τουλάχιστον 2 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις. Άλλοι τουλάχιστον 5 εκατομμύρια επισκέπτες έρχονται για μόνο μια μέρα.

Στη Γαλλία, στην Ιταλία, την Ισπανία, την Πορτογαλία, το Λουξεμβούργο, την Αυστρία έχει αναπτυχθεί περισσότερο ή λιγότερο ο «αμπελουργικός - οινικός τουρισμός».

Εάν δε εγκαταλείψουμε τη γηραιά ήπειρο και μεταφερθούμε στις νέες χώρες, Καλιφόρνια, ΗΠΑ, Καναδά, Νοτιοαφρικανική Ένωση και Αυστραλία, εκεί πλέον θα βρεθούμε αντιμέτωποι με μια νέα έκφραση τουρισμού, άριστα οργανωμένη και αποφασισμένη να κερδίσει την προσοχή του ταξιδιώτη, να ικανοποιήσει την όποια ανάγκη του για εκπαίδευση και έτσι να το μετατρέψει σε οινόφιλο.

Το Νοέμβριο του 1993, 15 οινοπαραγωγοί του Βορειοελλαδικού χώρου, ιδρύσαμε την «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Μακεδονίας» (ENOAM) με το διακριτικό τίτλο «ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ» που εν συνεχεία έγινε «ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ» και ενταχθήκαμε στην Ευρωπαϊκή ένωση των αντίστοιχων ομάδων παραγωγών της AREV.

Διευκρινίζω πως «Αμπελώνας της Μακεδονίας» ονομάζεται ο ευρύτερος γεωγραφικός χώρος της Βορείου Ελλάδος, που συμπεριλαμβάνει εκτός από το ομώνυμο διοικητικό διαμέρισμα της χώρας μας και την οινοποιητική περιοχή της Ραψάνης, προς τα νότια, καθώς και την περιοχή των νομών Ξάνθης και Ροδόπης στα ανατολικά και την Ήπειρο στα δυτικά.

Με κονδύλια από τα προγράμματα LEADER έχουν γίνει μέχρι σήμερα :

1. Κοινή σηματοδότηση των διαδρομών, έκδοση πληροφοριακών εντύπων, δημιουργία ταινιών για τηλεόραση, οργάνωση γραφείου συνεργασίας με τουριστικά πρακτορεία, συμμετοχή σε εκθέσεις προβολής ειδικού τουρισμού στην Ελλάδα και στο εξωτερικό
2. Επιμέρους επενδύσεις βελτίωσης χώρων υποδοχής στα οινοποιεία, και εκπαίδευση προσωπικού, παρουσίαση προϊόντων, πωλητήρια προϊόντων, ξεναγήσεις μέσα στα οινοποιεία και τους αμπελώνες, ανάδειξη ιδιαιτερότητας του κάθε οινοποιείου, προβολή των ποικιλιών των τύπων των παραγομένων κρασιών, υπόδειξη κατανάλωσης, κ.λπ.
3. Μελέτες διερεύνησης παραπροϊόντων και υποπροϊόντων της αμπέλου, όπως αποστάγματα – ξύδια – γλυκά από μούστο – πράσινος τρυγητός – αμπελόφυλλα κ.λπ.

Έχει ξεκινήσει ήδη η συμμετοχή εστιατορίων και ξενοδοχείων ως συνεργαζόμενα μέλη στις συγκεκριμένες διαδρομές, που θα ανταποκρίνονται στις προϋποθέσεις που απαιτούνται και είναι κοινές για τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως π.χ. τοπική κουζίνα, αξιοπρεπές επίπεδο περιποίησης του επισκέπτη, ιδιαιτερότητες της περιοχής και φυσικά φύλαξη, σερβίρισμα και ανάδειξη των τοπικών κρασιών. Σήμερα εκτός από τους οινοποιούς (35 τον αριθμό) της ENOABE έχουμε άλλα 170 συνεργαζόμενα μέλη, δηλαδή εστιατόρια, ξενοδοχεία, οργανισμούς κ.λπ.

Συνειδητοποιήσαμε ότι η υπόθεση αυτή δεν είναι υπόθεση μόνο των οινοπαραγωγών, αλλά απαιτείται ομαδική και συντονισμένη δουλειά της τοπικής αυτοδιοίκησης, των τοπικών πολιτιστικών ομάδων, των επαγγελματιών εστίασης.

Συνειδητοποιήσαμε ότι κάθε δράση πρέπει να αυτοχρηματοδοτείται, γιατί κανείς δεν σου χαρίζει λεφτά.

Συνειδητοποιήσαμε τέλος, οι οινοπαραγωγοί, ότι ο στόχος των επαγγελματιών πρέπει να είναι το μέγλωμα της πίτας και όχι το αλληλοφάγωμα.

Συνειδητοποιήσαμε όλοι όσοι συμμετείχαν το χρόνο που μας πέρασε, ότι η υποστήριξη των δράσεων των δρόμων του κρασιού, έχει επιπτώσεις θετικές όχι μόνο στην τοπική οικονομία, αλλά μπορεί να λειτουργήσει και σαν μέτρο πολιτισμού, μια αναγκαία παράμετρο για έναν τρόπο ζωής διαφορετικό από την ισοπέδωση της Coca Cola, του Fast Food, της τηλεόρασης, των μέσων αποβλάκωσης.

Πιστεύουμε βαθύτατα ότι με την πρόταση «Δρόμοι του Κρασιού» σαν εργαλείο, μπορούν να αφυπνισθούν και να παρακινηθούν τοπικές δυνάμεις σε κάθε σημείο των διαδρομών που έχουν επιλεγεί από τους οινοπαραγωγούς έτσι ώστε όχι μόνο να έχουμε οικονομικό όφελος όλοι, αλλά συγχρόνως να είμαστε περήφανοι για τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα, την καθημερινή συμπεριφορά μας, για την διαφορετικότητα που είμαστε υποχρεωμένοι να κρατήσουμε ζωντανή μέσα σ' αυτή την παγκόσμια τάση ομοιομορφοποίησης.

Θα μου επιτρέψετε τώρα να τελειώσω μ' αυτά αφού περιγράψω επιγραμματικά τα κύρια σημεία, θετικά και αρνητικά, που αναδείχτηκαν και που συνθέτουν την εμπειρία μας σ' αυτό το διάστημα :

1. Διαφορετική νοοτροπία των συμμετεχόντων που προκύπτει από διαφορετικό μέγεθος και διαφορετικά συμφέροντα
2. Ανάδειξη και καθιέρωση του σχήματος αμπελουργός-οινοποιός
3. Τάσεις οι εκδηλώσεις για το κρασί και τη γαστρονομία που παίρνουν χαρακτήρα καθαρά φολκλορικής κατάστασης
4. Δυσκολίες στη συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση μια και πέρα από την οργάνωση «πολιτιστικών» εκδηλώσεων η τοπική αυτοδιοίκηση ελάχιστο ενδιαφέρον ή ικανότητα επιδεικνύει για την ανάδειξη σοβαρών επαγγελματικών καταστάσεων.
5. Ανάδειξη της ύπαρξης χωρικής οινοποίησης και ανάγκη στήριξης αυτής της ασχολίας
6. Προβλήματα επικοινωνίας μεγάλων εταιριών σε μικρές, ανάγκη προσωπικής παρουσίας οινοποιού που λείπει στις μεγάλες εταιρίες

Μου δίνεται η ευκαιρία και η δυνατότητα από το βήμα αυτό, όχι μόνο από την πολύχρονη ενασχόλησή μου με τα θέματα του κλάδου γενικά, αλλά και από την ανήσυχη φύση που εν τέλει αναγκάζομαι να δεχθώ ότι έχω, να σκεφθώ μεγάλωφωνα ή αν θέλετε να προτείνω τους στόχους που μπορεί να βάλει ο κλάδος για το κομμάτι Οινοτουρισμός.

Οι στόχοι λοιπόν θα μπορούσαν να είναι :

- α. Η συνεχής καλλιέργεια και ανάπτυξη προς κάθε κατεύθυνση και επίπεδο, των πολύμορφων χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων του προϊόντός μας. Αυτό θα πει με λίγα λόγια η συνεχής ενημέρωση του καταναλωτή, έτσι ώστε να μπορεί να αναζητεί την ποικιλία, την πολυμορφία και την ιδιαιτερότητα των προϊόντων μας.
- β. Επιδίωξη συνειδητοποίησης από όλους μας του συνθήματος να μεγαλώσουμε την πίτα. Ας βάλουμε στόχο να φθάσουμε σε επίπεδα κατά κεφαλήν κατανάλωσης αντίστοιχα του μέσου Ευρωπαϊκού των παραγωγών χωρών, δηλαδή γύρω στα 55 λίτρα. Αυτό θα πει συλλογική καμπάνια προώθησης, συνεχούς προβολής, ενημέρωση κι εκπαίδευση επαγγελματιών, κ.λπ.
- γ. Τεχνική υποστήριξη περιοχών με συνεχείς μελέτες με πειραματισμούς, με εκπαίδευση των παραγωγών και ενημέρωση όλων όσων έχουν σχέση με τον κλάδο για τα διεθνώς συμβαίνοντα και συνεχής προσπάθεια ανάδειξης στελεχών.

Τέλος, θα πρέπει τα τρία Υπουργεία – Γεωργικής Ανάπτυξης, Τουρισμού και Πολιτισμού να συνεργαστούν εποικοδομητικά, να εμπιστευτούν τον κλάδο και να απαλλαγούν από το σύνδρομο του κρατισμού (κράτος αφέντης) και της τυπολατρίας που πολλές φορές αντικαθιστά την απαραίτητη γραφειοκρατία. Το πρώτο σημαντικό βήμα είναι η θεσμοθέτηση δια νόμου του Υπουργείου Τουρισμού που μετά από αιτήματά μας φαίνεται ότι θα οριστικοποιηθεί. Τουλάχιστον αυτή είναι η διαβεβαίωση του υπουργού κ. Σπηλιωτόπουλου και οι υπηρεσίες του το έχουν προωθήσει.

Το δεύτερο είναι η απόφαση του Υπουργείου Πολιτισμού να ορίσει επιτροπή με τίτλο «τουριστικός πολιτισμός – τουρισμός / κρασί» που θα επεξεργάζεται όλα τα συναφή θέματα. Αυτά είναι καλά νέα.

Θάθελα να κλείσω την παρουσίασή μου με την περιγραφή του υπάρχοντος θεσμικού καθεστώτος στην Ελλάδα και την αναφορά των αναγκών και προθέσεων του κλάδου όπως αυτή συμπεραίνεται από μια σειρά συναντήσεων / συνελεύσεων και δράσεων των τελευταίων ετών.

Στην Ελλάδα υπήρχε από παλιά η ΚΕΟΣΟΕ και ο τότε ΣΕΒΟΠ και εν συνεχεία ΣΕΟ. Η ΚΕΟΣΟΕ (Κεντρική Ένωση Οινοποιητικών Συνεταιριστικών Οργανώσεων Ελλάδος) ήταν και είναι η επικαλυπτική συνδικαλιστική οργάνωση των αποσταγματοποιών – ποτοποιών. Τολμώ να πω ότι για ένα μεγάλο διάστημα υπήρχε μια ανταγωνιστική σχέση μεταξύ ΣΕΟ & ΚΕΟΣΟΕ που ξεκινούσε από την αιώνια διαμάχη των τιμών, της εξαιρετικά κακής πρακτικής από το κράτος της άσκησης κοινωνικής πολιτικής μέσω των συνεταιρισμών που συνήθως αποσκοπούσε στην ομηρία των συνεταιρισμένων αμπελουργών με καθαρά ψηφοθηρικούς στόχους. Δεν νομίζω όμως ότι είναι ώρα για τέτοιου είδους κριτική. Ίσως με κάποια άλλη ευκαιρία μπορέσουμε να συζητήσουμε για τα λάθη του παρελθόντος και από τον ΣΕΟ και από την ΚΕΟΣΟΕ που είχαν σαν αποτέλεσμα την επιβράδυνση της υγιούς ανάπτυξης του αμπελοοινικού τομέα στη χώρα μας.

Κάποια στιγμή προ έξι ή επτά ετών ξεκίνησε μια συζήτηση του ΣΕΟ και της ΚΕΟΣΟΕ με στόχο τη δημιουργία ενός οργάνου που θα διαμόρφωνε στρατηγική και προτάσεις θεσμικών αλλαγών.

Κατά ευτυχή συγκυρία μετά από κοινοτική οδηγία εμφανίστηκε η έννοια των διεπαγγελματικών οργανώσεων που έλαβε σάρκα και οστά στη χώρα μας με το Ν. 2732/99 και εν συνεχεία με την 63179/5 απόφαση του Υπουργείου Γεωργίας ορίστηκαν οι όροι και οι προϋποθέσεις για τις περιφερειακές οργανώσεις.

Με το νόμο και την απόφαση αυτή καθιερώνονται έννοιες όπως η ανταποδοτική εισφορά, η επεκτατικότητα, η υποχρεωτικότητα κ.λπ. Βασική αρχή φυσικά είναι ότι η διεπαγγελματική οργάνωση δεν είναι συνδικαλιστικό όργανο αλλά θεσμικό όργανο συμβουλευτικό του Υπουργού. Τα δύο μέλη κρατάνε για τον εαυτό τους τη συνδικαλιστική δράση προάσπισης των συμφερόντων τους.

Ήδη σήμερα έχοντας ζήσει τις βρεφικές ασθένειες του συστήματος είμαστε έτοιμοι με προτάσεις να προχωρήσουμε στην αναδιοργάνωση του κλάδου αφού φυσικά και αν καταφέρουμε να πείσουμε το κράτος ότι ο κλάδος δεν χρειάζεται κηδεμόνες αλλά συνεργάτες και ότι είναι αδύνατον το κράτος να ξέρει πώς να τα κάνει όλα. Ο ρόλος του είναι να περιφρουρεί τη νομιμότητα, να επιδιώκει μεγάλη εκπροσώπηση του κλάδου και να μην μπαίνει εμπόδιο στην ανάπτυξη.

Θα μπορούσαμε να μιλάμε πολύ ώρα για σχήματα που μπορεί να διευκολύνουν τη συλλογικότητα και την αντιπροσωπευτικότητα που απαιτείται προκειμένου να έχουμε καλά αποτελέσματα.

Στην Ελλάδα καταφέραμε να μαζέψουμε τα λεφτά που απαιτούνται για το στρατηγικό σχεδιασμό. Κάναμε ένα μεγάλο συνέδριο για τον Οινοτουρισμό το 2008 στη Λήμνο και ένα μεγάλο συνέδριο για το marketing του ελληνικού κρασιού στο Μέτσοβο το 2005, απ'όπου και προέκυψε η ανάγκη του στρατηγικού σχεδιασμού.

Κάθε μέρα γίνεται και πιο εμφανές ότι τα μεγάλα θέματα και οι θεσμικές αλλαγές που μπορούν να φέρουν ανάπτυξη πρέπει να αντιμετωπίζονται σε

συλλογικό επίπεδο και κυρίως να υπάρχει ενεργός συμμετοχή του κάθε παραγωγού. Κάθε χώρα, κάθε τόπος έχει ιδιομορφίες και ανάλογα πρέπει να οργανωθεί. Εκείνο που πρέπει να είναι κοινός παρονομαστής και βασικός στόχος για όλες τις δράσεις μας είναι ότι πρέπει να μεγαλώσει η πίτα και προϋπόθεση απαραίτητη η συνεργασία σε όλα τα επίπεδα. Σε κλάδους σαν το δικό μας η μοναξιά είναι επικίνδυνος σύμβουλος .

Γιάννης Μπουτάρης
Συνέδριο Οινικής Πράξης και Προβληματισμού
Λεμεσός, Κύπρος
7 Νοεμβρίου 2008