ΕΘΝΙΚΟ
ΚΕΝΤΡΟ
ΔΗΜΟΣΙΑΣ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ &
ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Κ' ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΕΛΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Θέμα:

Η Γαστρονομία ως εναλλακτική μορφή τουριστικής ανάπτυξης της Ελλάδας.

Επιβλέπων/ουσα: Κουρεμένου Ιουλία

Σπουδάστρια: Κιουμουρτζή Κυριακή



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ……..3

ΠΕΡΙΛΗΨΗ……4

ABSTUCT……6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ 7

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΑΝΑ ΤΟΥΣ ΑΙΩΝΕΣ 13

2.1 Η γαστρονομία στην Αρχαία Ελλάδα 13

2.2 Η γαστρονομία στα χρόνια του Βυζαντίου 14

2.3 Η ελληνική γαστρονομία σήμερα 16

2.4 Χαρακτηριστικά της ελληνικής κουζίνας 16

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:ΜΙΑ ΕΝΝΑΛΑΚΤΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ..…..…..…. 20

3.1 Έννοια του γαστρονομικού τουρισμού 20

3.2 Κατηγορίες γαστρονομικών τουριστών 21

3.3 HACCP :Σύστημα ελέγχου για τη παροχή υγιεινών και ασφαλών τροφίμων 22

3.4 Ειδικό Σήμα Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα 23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ 26

4.1 Τοπική Κουζίνα 26

4.2 Ξενοδοχειακή Κουζίνα 29

4.3 Επισκέψιμοι χώροι παραγωγής και μεταποίησης τοπικών προϊόντων και εκτάσεις με καλλιέργειες 34

4.4 Διαδρομές και περιηγήσεις.....37

4.5 Εκδηλώσεις και γιορτές γαστριμαργίας 39

4.6 Σεμινάρια και μαθήματα Μαγειρικής 39

4.7 Μουσεία και εκθεσιακοί χώροι 41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ 43

5.1 Χρήση του διαδικτύου 43

5.2 Ενέργειες δημοσιότητας και Φιλοξενίας 46

5.3 Στοχευμένες καταχωρήσεις/διαφημιστικές καμπάνιες 47

5.4 Χρήση ελληνικής κουζίνας και μπουφέ σε δημόσιες εκδηλώσεις…….....47

5.5 Συνεδριακός τουρισμός και ελληνική γαστρονομία 47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ 49

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ 54

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ……...62

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ……..65

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η σπουδάστρια θα ήθελε να ευχαριστήσει, πάνω από όλα, την κ. Κουρεμένου Ιουλία, για την επίβλεψη και την άψογη συνεργασία καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας αυτής καθώς και για τη πολύτιμη βοήθεια που παρείχε με κάθε μέσω.

Επίσης θα ήθελε να ευχαριστήσει την κυρία Σόνια Τζιόλα-Γεροβασιλείου για το πολύτιμο υλικό που της παρείχε σε ό, τι αφορά το Κτήμα Γεροβασιλείου.

Επιπρόσθετα, η σπουδάστρια θα ήθελε να ευχαριστήσει την κυρία Μουρατίδου Μαρία, Βιολόγος και υπεύθυνη της ΠΕΡΕΚ ΕΠΕ για τις πρώτες ύλες, για τις χρήσιμες πληροφορίες που της παρείχε αναφορικά με την ΠΕΡΕΚ ΕΠΕ.

Επίσης, θα ήθελε να αποδώσει θερμές ευχαριστίες στον κύριο Μπακάλη Χρήστο για τις χρήσιμες πληροφορίες του όσον αφορά τον τομέα της οινοποιίας αλλά κυρίως για την υποστήριξη που της παρείχε για την αποπεράτωση της συγκεκριμένης εργασίας.

Τέλος, η σπουδάστρια θα ήθελε να ευχαριστήσει θερμά τις συναδέλφους σπουδάστριες Χρηστίδου Βασιλική και Καραβασίλη Αικατερίνη για την πολύτιμη συμβολή και συμπαράστασή τους ώστε η εργασία να ολοκληρωθεί και να αποκτήσει αρτιότητα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να προτείνει την γαστρονομία της Ελλάδος ως μία μορφή εναλλακτικής τουριστικής ανάπτυξης. Η διατροφή αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας. Τα τοπικά προϊόντα, τα ποτά και γενικά η τοπική παραδοσιακή κουζίνα, αποτελούν σημαντικό κίνητρο για τους τουρίστες, για να επιλέξουν έναν τόπο ως προορισμό για τις διακοπές τους, και παράλληλα συνδέονται άμεσα με τον πολιτισμό και την εθνική κληρονομιά αυτού.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα γίνει μία προσέγγιση της έννοιας του τουρισμού, των εναλλακτικών και ειδικών μορφών αυτού και της σχέσης τους με την γαστρονομία. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα γίνει μία σύντομη αναφορά στην ιστορία της ελληνικής κουζίνας, από την αρχαία Ελλάδα, τα χρόνια του Βυζαντίου έως και σήμερα.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα αναλυθεί η έννοια του γαστρονομικού τουρισμού και θα επισημανθεί η ανάγκη για χρήση ασφαλών και ποιοτικών τροφίμων, το οποίο γίνεται εφικτό μέσω του συστήματος HACCP και του Ειδικού Σήματος Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα. Στο τέταρτο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί η γαστρονομική προσφορά της Ελλάδος.

Στο πέμπτο κεφάλαιο θα καταδειχτούν οι ενέργειες μέσω των οποίων μπορεί να προβληθεί η ελληνική κουζίνα, τονίζοντας ιδιαίτερα τη χρήση του διαδικτύου και των εργαλείων του web 2. Στο έκτο κεφάλαιο διαπιστώνεται η κατάσταση που επικρατεί στη χώρα μας στον τομέα της γαστρονομίας, με προβλήματα να εντοπίζονται κυρίως στην ανεπαρκή προσφορά ποιοτικών και ελληνικών, παραδοσιακών εδεσμάτων και κρασιών από εστιατόρια και ξενοδοχεία με χώρους μαζικής εστίασης.

Τέλος, στο έβδομο κεφάλαιο συμπεραίνουμε ότι ο ελληνικός τουρισμός οφείλει να επενδύσει στο τομέα της γαστρονομίας ώστε να γίνει πιο

ανταγωνιστικός. Αυτό μπορεί να γίνει εφικτό κυρίως μέσω της υιοθέτησης και προβολής της Ελληνικής Παραδοσιακής Κουζίνας, οπότε και προτείνονται ορισμένοι τρόποι για την επίτευξη αυτού.

Λέξεις-Κλειδιά: γαστρονομία, γαστρονομικός τουρισμός, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ελληνική παραδοσιακή κουζίνα, ξενοδοχειακή κουζίνα, πολιτισμικό απόθεμα

ABSTUCT

Objective of this project is to suggest greek gastronomy as an alternative form of tourism development. Nutrition constitutes an important part of tourism experience. The local products, the drinks and the local traditional cuisine in general offer an important motivation to the tourist in order to choose a holiday destination. Besides they want to get familiar with the civilization and the national heritage of a tourism destination.

In the first part of this project we will try to approach the concept of tourism, of alternative and special forms of tourism and the gastronomy as an alternative form of tourism. In the second part we will present briefly the history of greek cuisine from the antique Greece and the Byzantine era until now.

In the third part the essence of gastronomic tourism will be analysed whereas the need to use safe and quality products will be pointed out. This can be achieved through the HACCP system and through the special quality certificate of greek cuisine awarded by GNTO. In the fourth part the gastronomical contribution of Greece will be presented.

In the fifth part, marketing actions through which the greek cuisine can be promoted will be presented, emphasizing on the use of internet and web 2.

In the sixth part we will observe the existing situation in our country in the gastronomy area and which are the existing problems. These are the insufficient supply of qualitative greek, traditional food and wines especially from restaurants and hotels.

Last but not least, in the seventh part, we conclude that greek tourism should invest in gastronomy so that it can become more competitive. This can be achieved through the promotion of greek cuisine. Therefore, in the direction of this goal certain suggestions are being made.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός ,δηλαδή η κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο, δεν είναι υπόθεση των τελευταίων ετών αλλά χρονολογείται αρκετά πίσω στο χρόνο. Αποτελεί μια γιγάντια βιομηχανία που σήμερα είναι η μεγαλύτερη παγκόσμια δύναμη στο εξωτερικό εμπόριο .Επίσης θεωρείται ο μεγαλύτερος τομέας έντασης απασχόλησης άμεσα και έμμεσα Όλες οι χώρες επενδύουν σημαντικά ποσά για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος που προσφέρουν με σκοπό τη προσέλκυση όλο και περισσότερων τουριστών, διότι τα οφέλη του τουρισμού δεν περιορίζονται μόνο στην εθνική οικονομία αλλά διαχέονται και στην κοινωνία και στο βιοτικό επίπεδο των κατοίκων. Βέβαια, πιο έντονα είναι τα θετικά αποτελέσματα που προκαλούνται στους τομείς της οικονομίας, οι επιδράσεις των οποίων διακρίνονται σε άμεσες και έμμεσες.

Άμεσες επιδράσεις[1] της τουριστικής δραστηριότητας παρατηρούνται α) στις διεθνείς συναλλαγές της χώρας με τον υπόλοιπο κόσμο με αποτέλεσμα να επηρεάζονται οι συναλλαγματικές εισροές και εκροές (οπότε και το ισοζύγιο πληρωμών) β) στην συνολική κατανάλωση καθώς η τουριστική κατανάλωση (δαπάνες που προκαλεί η τουριστική ζήτηση την για απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών) αποτελεί σημαντικό κομμάτι αυτής και γ) στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας καθώς ο τουρισμός είναι δημιουργός πλήθους άμεσων και έμμεσων παραγωγικών δραστηριοτήτων.

Έμμεσες[2] είναι οι επιδράσεις που προκαλούνται από τα παράγωγα αποτελέσματα της τουριστικής ζήτησης και αφορούν α) το εθνικό εισόδημα β) την απασχόληση γ) τις τιμές, επηρεάζοντας οπότε και το επίπεδο του πληθωρισμού δ) τα κρατικά έσοδα τα οποία αυξάνονται μέσω της

[1]Ντούβας, Λουκάς (2009). Τουριστική Οικονομία και Επιχειρηματικό Σχέδιο, Σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

[2] Ντούβας, Λουκάς (2009). Τουριστική Οικονομία και Επιχειρηματικό Σχέδιο, Σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

φορολόγησης περισσότερου εθνικού εισοδήματος ε) το ισοζύγιο πληρωμών στ) την βελτίωση του κοινωνικού και βιοτικού επιπέδου και ζ) την περιφερειακή ανάπτυξη που επεκτείνεται και στην ανάπτυξη στο σύνολο της χώρας.

Συνεπώς, η οικονομική και κοινωνική σημασία του τουρισμού θεωρείται μεγαλειώδης για ένα μεγάλο αριθμό χωρών και περιοχών του κόσμου. Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα σύνολο συντονισμένων έργων και ενεργειών που έχουν σα στόχο την ικανοποίηση αναγκών που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο και τις μετακινήσεις των ανθρώπων. Επιπρόσθετα, αντιπροσωπεύει μια βιομηχανία διότι αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων και την μετατροπή των πρώτων υλών, των ανθρώπινων και κεφαλαιουχικών πόρων σε τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες[3].

Για τους λόγους αυτούς αλλα και για πολλούς άλλους οι περισσότερες χώρες προσπαθούν να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που τους δίνονται με σκοπό τη βελτίωση κι αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Προσπαθούν λοιπόν να προσελκύσουν επενδύσεις, να εκσυγχρονίσουν τις τουριστικές επιχειρήσεις, να βελτιώσουν τις υπάρχουσες υποδομές αλλά και να δημιουργήσουν νέες και καλύτερες.

Με το πέρασμα όμως των χρόνων, η αύξηση του ανταγωνισμού, η αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών και προτύπων, η δημιουργία νέων κινήτρων για την αναζήτηση ταξιδιωτικών εμπειριών αλλα και η εμφάνιση των πρώτων αρνητικών επιπτώσεων του μαζικού οργανωμένου τουρισμού (το πρότυπο που επικρατούσε πανηγυρικά έως τότε) κυρίως στο περιβάλλον αλλά και σε άλλους τομείς, δημιούργησε έντονους προβληματισμούς πάνω στο θέμα της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Το γεγονός αυτό οδήγησε στην αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικού προϊόντος. Τα πρότυπα αυτά θα έπρεπε να στοχεύουν στη μείωση των

[3] Ντούβας, Λουκάς (2009). Τουριστική Οικονομία και Επιχειρηματικό Σχέδιο, Σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

αρνητικών επιπτώσεων στον τόπο υποδοχής, στη προώθηση του πολιτισμού, στη προστασία του τοπικού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος και στη επίτευξη της ισορροπίας ανάμεσα στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον. Έτσι, αναπτύχθηκαν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες συμβάλλουν στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού[4] χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού και κυρίαρχου κινήτρου στη ζήτηση (π.χ. συνέδρια, πολιτισμός κλπ) και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής στις τουριστικές περιοχές που στοχεύει στην εξυπηρέτηση των τουριστών κάθε μορφής.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού[5] αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών κι χαρακτηρίζονται επίσης από την ύπαρξη ενός κυρίαρχου ειδικού κινήτρου στη ζήτηση, το οποίο συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα όπως: φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητισμός, περιήγηση, περιβάλλον, γνωριμία με την τοπική παράδοση. Στις εναλλακτικές μορφές, οι τουρίστες συχνά επιλέγουν έναν τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού στον οποίο κυριαρχεί η αυτονομία στις επιλογές και η περιήγηση με μικρή ή ελάχιστη χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Επιπλέον και στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού καταγράφεται η ανάπτυξη μιας ειδικής υποδομής που εξυπηρετεί τους συγκεκριμένους τουρίστες. Τέλος, κοινός παρανομαστής τόσο στη ζήτηση όσο και στη προσφορά των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αποτελεί ο σεβασμός της τοπικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δομής.

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που παρουσιάζουν δυναμική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, είναι[6]:

- Κοινωνικός τουρισμός
- Κοινωνικός τουρισμός επαγγελματικών ενώσεων

[4] Τσάρτας, Π.- Διδασκάλου, Ελ. (2009). Τουριστική Ανάπτυξη, σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

[5] Τσάρτας, Π.- Διδασκάλου, Ελ. (2009). Τουριστική Ανάπτυξη, σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

[6] Τσάρτας, Π.- Διδασκάλου, Ελ. (2009). Τουριστική Ανάπτυξη, σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

- Αγροτουρισμός
- Τουρισμός στην ύπαιθρο-φυσιολατρικός τουρισμός
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας
- Αθλητικός τουρισμός
- Περιηγητικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός-οικοτουρισμός
- Τουρισμός υγείας και ευεξίας
- Ιαματικός τουρισμός-θερμαλιστικός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Επαγγελματικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Εκθεσιακός τουρισμός
- Τουρισμός κινήτρων
- Ορεινός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Χρονομεριστική μίσθωση
- Τουρισμός περιπέτειας
- Αστικός τουρισμός
- Τουρισμός σε οργανωμένα τουριστικά χωριά ειδικού τύπου (club)
- Τουρισμός σε θεματικά πάρκα και θεματικά μουσεία

Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές λοιπόν, προωθούν το πρότυπο του ενεργού τουρίστα ο οποίος απαγκιστρώνεται από τον μαζικό οργανωμένο τουρισμό και αναζητά όλο και περισσότερη αυτονομία και ελευθερία στη διοργάνωση του τουριστικού του ταξιδιού και των δραστηριοτήτων του οι οποίες είναι συναφείς με το πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον.

Μια από τις ειδικές μορφές τουρισμού που αναφέρθηκαν αποτελεί ο πολιτισμικός τουρισμός. Κομμάτι του πολιτισμού μιας χώρας αποτελεί η

γαστρονομία της και οι διατροφικές συνήθειες του λαού της. Τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ολοένα και περισσότερο ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται μια χώρα έχοντας ως κίνητρο την τοπική της κουζίνα, τις παραδοσιακές της γεύσεις, την παρακολούθηση των διάφορων τοπικών εκδηλώσεων που θεματολογία τους είναι η γαστρονομία και την επίσκεψη αμπελώνων, τυροκομιών και άλλων εργαστηρίων παραγωγής τροφίμων όπου παρακολουθούν από κοντά τη παραγωγική διαδικασία αλλά και συμμετέχουν ενεργά σε αυτή. Με τον τρόπο αυτό, έρχονται σε επαφή με τους ντόπιους και τις συνήθειες και τις παραδόσεις τους, οπότε γνωρίζουν καλύτερα την κουλτούρα του λαού της χώρας και τη λαογραφία του. Συνεπώς, το φαγητό δεν επιτελεί απλά και μόνο το ρόλο της «καύσιμης ύλης» που θα δώσει ενέργεια στο σώμα μας, αλλά αποτελεί στοιχείο υψηλής αισθητικής αξίας, προάγοντας τον πολιτισμό και την κληρονομία μιας χώρας.

Επιπρόσθετα, η γαστρονομία συνδέεται άμεσα και με τις υπόλοιπες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού δημιουργώντας ένα πλέγμα συνεργασιών μεταξύ των εμπλεκόμενων επιχειρηματιών. Έχει άμεση σχέση με τον τουρισμό ευεξίας καθώς στα πλαίσια αυτού προσφέρονται στους τουρίστες συγκεκριμένες τροφές-κυρίως λαχανικά, φρούτα, τρόφιμα πλούσια σε φυτικές ίνες -που συμβάλλουν στην αναζωογόνηση του σώματος και στην ενίσχυση της άμυνας του οργανισμού. Επίσης συνδέεται με τον αθλητικό τουρισμό διότι οι αθλητές πρέπει να τρέφονται ναι μεν υγιεινά αλλά και με τροφές πρωτεϊνούχες και με χαμηλό γλυκαιμικό δείκτη ώστε να διατηρείται η άριστη φυσική κατάσταση του σώματος. Σχετίζεται με το θρησκευτικό τουρισμό όπου καταναλώνονται νηστήσιμα φαγητά αλλά και με τον αγροτουρισμό καθώς οι αγροτουρίστες συμμετέχουν ενεργά σε διάφορες αγροτικές εργασίες μεταξύ των οποίων και η παραγωγή τυριού, γιαουρτιού, ζυμωτού ψωμιού κλπ και στη συνέχεια τα απολαμβάνουν. Παράλληλα, άμεση είναι η σχέση της με τον πολιτισμικό τουρισμό καθώς μέσα από τις διατροφικές συνήθειες ενός τόπου και τις παραδοσιακές του συνταγές ο πολιτισμικός τουρίστας μαθαίνει διάφορες πτυχές της καθημερινότητας, της ιστορίας και του πολιτισμού της περιοχής (π.χ. ποια είναι η ιστορία των εδεσμάτων που συνοδεύουν το χριστουγεννιάτικο τραπέζι και πως αυτό

συνδέεται με τις παραδόσεις και την ιστορία του τόπου) όπως επίσης και η σύνδεσή της και με τον οινικό τουρισμό καθώς γαστρονομία σημαίνει προσφορά και κατανάλωση φαγητού κα οίνου, οπότε και η απόλαυση του κρασιού συνδυάζεται πάντα με τη παρουσία του κατάλληλου φαγητού που αναδεικνύει τη γεύση και το άρωμα του.

Συνεπώς, η γαστρονομία δεν περιορίζεται μόνο στην εναλλακτική τουριστική μορφή που αντιπροσωπεύει αλλά υπεισέρχεται και σε πολλές άλλες μορφές ενισχύοντας τη σημαντικότητα της.

Στην Ελλάδα, η παραδοσιακή κουζίνα της χώρας μας με την αυθεντικότητα, άριστη ποιότητα και εντοπιότητα των υλικών της, προάγει την υγεία και συντελεί στην ενίσχυση του πολιτισμικού μας αποθέματος. Η μοναδική γεωγραφική της θέση, το κλίμα της, η πολυμορφία του εδάφους της και το θαλάσσιο στοιχείο που την αγκαλιάζει δημιούργησαν τις ιδανικές συνθήκες για την παραγωγή εξαιρετικών προϊόντων για την δημιουργία μιας εκλεπτυσμένης και υγιεινής κουζίνας η οποία αντανακλά την ιστορία μας, τις παραδόσεις και τον πολιτισμό μας. Οφείλουμε λοιπόν να την προστατεύσουμε από τις διάφορες απειλές και κινδύνους που την απειλούν και να προσπαθήσουμε να τη διαδώσουμε σε όλες τις χώρες του κόσμου και μάλιστα για 12 μήνες του χρόνου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΑΝΑ ΤΟΥΣ ΑΙΩΝΕΣ

2.1 Η γαστρονομία στην Αρχαία Ελλάδα

Η ελληνική διατροφή και γαστρονομία αποτελεί μέρος της ελληνικής ιστορίας και του πολιτισμού μας. Για αιώνες, βασικά συστατικά της ελληνικής διατροφής αποτέλεσαν το ψωμί, το λάδι και το κρασί. Αρχικά, στα προϊστορικά χρόνια τα υλικά που συναντούνται στον Ελλαδικό χώρο είναι ελάχιστα αλλά στη συνέχεια η ναυτιλία, τα ταξίδια, οι πόλεμοι, οι αποικίες, οι εκστρατείες(πχ, με τις εκστρατείες του Μ. Αλεξάνδρου εξελίσσεται και η Μακεδονική κουζίνα που μέχρι τότε είχε κυρίαρχη την κατανάλωση κρέατος) όπως και οι κατακτητές (Ρωμαίοι, Οθωμανοί, Ενετοί) φέρνουν τους Έλληνες σε επαφή με νέους πολιτισμούς και νέες διατροφικές συνήθειες, επηρεάζοντας με τον τρόπο αυτό και τις δικές τους.

Στα αρχαία χρόνια βασικές τροφές στην αρχαία Ελλάδα (σύμφωνα με αναφορές) ήταν οι φακές σαν σούπα, το σιτάρι ως ψωμί, το κριθάρι ως πολτός η παξιμάδι. Με τα δημητριακά παρασκεύαζαν χυλούς και κουρκούτια. Αυτά συνοδεύονταν από τον "όψον", αυτό που τρώει κάποιος με το ψωμί, δηλαδή λαχανικά, τυρί, αυγά, ψάρια φρέσκα η παστά και λιγότερο συχνά κρέας κυρίως αρνί και χοίρο. Την διατροφή τους συμπλήρωνε το κυνήγι, κυρίως οι λαγοί (π.χ. λαγός με σάλτσα από κόλιανδρο και λάδι) αλλά και τα ορτύκια[7]. Σαν επιδόρπιο προτιμούνταν οι ξηροί καρποί(κυρίως καρύδια, αμύγδαλα, φουντούκια και κάστανα), τα οποία συνόδευαν και το κρασί αλλά πολλές φορές τρώγοντας και ως επιδόρπια.

Στην εποχή του Περικλή, το λεγόμενο 5^{ο} Χρυσό Αιώνα του Περικλέους, η ανάπτυξη του εμπορίου που επιφέρει και σημαντική οικονομική ανάπτυξη, θα επηρεάσει την τοπική γαστρονομία εμπλουτίζοντας τηη εντυπωσιακά .

[7] www.kazam.gr/online/node/61005. "Τοπική ελληνική κουζίνα-Ένα ταξίδι ανά τους αιώνες"

2.2 Η γαστρονομία στα χρόνια του Βυζαντίου

Στα χρόνια του Βυζαντίου, η διατροφή επικεντρώνεται κυρίως στη χρήση του ψωμιού, του λαδιού, των ελιών και του τυριού. Η ποιότητα του ψωμιού παρουσίαζε ποικιλία και ήταν ανάλογη με τις οικονομικές δυνατότητες του καταναλωτή (δηλαδή, συναντάμε ψωμί από καθαρό σιτάρι ή σιμιγδάλι αλλά και ψωμί ζυμωμένο με άλλα χαμηλής ποιότητας υλικά για τα κατώτερα οικονομικά στρώματα του πληθυσμού). Επίσης, πολύ διαδεδομένη ήταν η χρήση των οσπρίων και των λαχανικών λόγω των παρατεταμένων περιόδων νηστείας χωρίς όμως να απουσιάζει και η κατανάλωση ψαριών, κρέατος, γαλακτοκομικών προϊόντων και αυγών[8](«Τα ζώα της οικογένειας εκτρέφονταν κυρίως για τα γαλακτοκομικά προϊόντα και τα αυγά. Η κατανάλωση κρέατος, ακόμη και του παστού, ήταν μια σπάνια πολυτέλεια για το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Αντίθετα, στα τραπέζια των πλουσίων έβρισκαν συχνότερα τη θέση τους αρνιά, κατσίκια, κότες, πουλερικά, καθώς και κυνήγια. Σε ιδιαίτερη εκτίμηση είχαν τα χοιρινά κρέατα»).[9]



Για την παρασκευή των γευμάτων οι Βυζαντινοί χρησιμοποιούσαν λάδι και ζωικά λίπη και πολλά μυρωδικά, μπαχαρικά αλλά και σάλτσες. Μία πολύ δημοφιλή σάλτσα της εποχής ήταν στη βυζαντινή κουζίνα ήταν το *γάρον* ή ο *γάρος*. Σύμφωνα με το άρθρο : "Οι Διατροφικές συνήθειες του λαού μας" «Γνωστό από την αρχαιότητα, το *γάρον* φτιαχνόταν από εντόσθια

[8] http://11dim-kaval.kav.sch.gr/main/diatrofi/10people "Οι Διατροφικές συνήθειες του λαού μας"

[9] http://11dim-kaval.kav.sch.gr/main/diatrofi/10people "Οι Διατροφικές συνήθειες του λαού μας"

ψαριών και μικρά ψάρια, τα οποία αφού αλάτιζαν και πιθανώς ανακάτευαν με κρασί, τα άφηναν στον ήλιο για δύο έως τρεις μήνες ή τα έβραζαν για αρκετές ώρες. Το υγρό αυτό χρησιμοποιούσαν σε διάφορες παραλλαγές (ανακατεμένο με νερό, κρασί, λάδι ή ξύδι) για να αρτύσουν όλων των ειδών τα φαγητά, λαχανικά, κρέατα, ψάρια.

Η Βυζαντινή κουζίνα είναι η πρώτη κουζίνα στην οποία κάνουν την εμφάνιση τους οι γαστρονομικοί πειραματισμοί και καινοτομίες. Αποτέλεσμα αυτών είναι εμφάνιση εδεσμάτων που προέρχονται από τη χρήση του αποξηραμένου κρέατος (εμφάνιση του παστουρμά). Τον 12ο αιώνα εντάχτηκε στην διατροφή το χαβιάρι, το αυγοτάραχο και οι παστές ρέγγες από την Βρετανία. Ακόμη η μελιτζάνα και το νεράντζι ήταν τα νέα υλικά ενώ θεωρείται καινοτομία η παρασκευή ντολμάδων με αμπελόφυλλα και όχι φύλλα συκιάς στην άλμη όπως έκαναν τόσα χρόνια. Την ίδια περίοδο στο Αιγαίο αλλά και στην ηπειρωτική Ελλάδα άρχισαν οι πειραματισμοί στα γαλακτοκομικά και έτσι ξεκίνησε η παραγωγή μυζήθρας και φέτας.[10]

Από τα πρώτα χρόνια ύπαρξης της ελληνικής κουζίνας, αναπόσπαστο στοιχείο της διατροφής αποτελεί το κρασί αραιωμένο με νερό («οίνος κεκραμένος»). Μάλιστα στη βυζαντινή κουζίνα είναι πολύ διαδεδομένο να ενισχύουν το άρωμα των κρασιών χρησιμοποιώντας διάφορα αρωματικά φυτά όπως γλυκάνισο, μαστίχα η ρετσίνι πρόγονοι, τα οποία θεωρούνται των σημερινών λικέρ.

Επίσης, ιδιαίτερα διαδεδομένη από παλιά ήταν η χρήση του μελιού, το οποίο θεωρείται μεν ως είδος πολυτελείας αλλά χαρακτηρίζεται για τη θρεπτική του αξία και χρησιμοποιείται και ως γλυκαντικό αλλά και ως μέσο συντήρησης.

[10] http://11dim-kaval.kav.sch.gr/main/diatrofi/10people "Οι Διατροφικές συνήθειες του λαού μας"

2.3 Η ελληνική γαστρονομία σήμερα

Με το πέρασμα τον χρόνων καθιερώνονται δύο είδη κουζίνας, αυτή της Μικράς Ασίας και του Ανατολικού Αιγαίου και αυτή της υπόλοιπης Ελλάδος. Όμως, με τη μικρασιατική καταστροφή η Ελλάδα δέχεται στους κόλπους της μαζικά κύματα προσφύγων οι οποίοι κουβαλούν μαζί τους και τις γαστρονομικές και διατροφικές συνήθειες. Αποτέλεσμα αυτού είναι να επέλθει μία ζύμωση των γαστρονομικών τάσεων και να δημιουργηθεί μια νέα μικτή κουζίνα η οποία είναι εμφανώς επηρεασμένη από τη τουρκική (και λόγω της γειτνίασης αλλά και λόγω της υποδούλωσης μας από τους Τούρκους), το οποίο άλλωστε φαίνεται και από πολλά πιάτα όπως το ιμαμ μπαϊλντί, το τζατζίκι, τα κεμπάπ, το γιαχνί κλπ. Όλα αυτά έχουν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία αυτού που αποκαλούμε «ελληνική κουζίνα».

2.4 Χαρακτηριστικά της ελληνικής κουζίνας

Σήμερα λοιπόν, η ελληνική παραδοσιακή κουζίνα αποτελούμενη από πληθώρα εδεσμάτων φαγητών και γλυκισμάτων των οποίων ο τρόπος παρασκευής διαφοροποιείται από πόλη σε πόλη και από χωριό σε χωριό και είναι άμεσα συνυφασμένος με τις παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμά μας, τις θρησκευτικές μας εκδηλώσεις, το κλίμα κλπ, χαρακτηρίζεται από μια γαστρονομική πανδαισία γεύσεων, χρωμάτων και αρωμάτων.

Βασικά χαρακτηριστικά της ελληνικής κουζίνας είναι τα φρέσκα και ντόπια υλικά που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία των γαστρονομικών προτάσεων. Συγκεκριμένα, τα βασικά υλικά που τη συνθέτουν και δε λείπουν ποτέ από το ελληνικό τραπέζι είναι τα ακόλουθα:

- Το ελαιόλαδο. Διάσημο παγκοσμίως τόσο για την αγνότητα και νοστιμιά του όσο και για τις ωφέλιμες επιπτώσεις στην υγεία μας, αποτελεί βασικό συστατικό και στο μαγείρεμα αλλά και στις σαλάτες.





- Το τυρί, είτε είναι η φέτα, είτε ξινομυζήθρα, φορμαέλα, κεφαλοτύρι, κασέρι κλπ, πολλά εκ των οποίων έχουν και Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης.

- Το ψωμί, που συνοδεύει πάντα τα γεύματα και παραδοσιακά είναι ζυμωτό στο χέρι (το γνωστό χωριάτικο) και ψήνεται σε παραδοσιακούς κτιστούς φούρνους με ξύλα.

- Το μέλι, το οποίο φημίζεται για την αγνότητα, το υπέροχο άρωμα και γεύση του και χρησιμοποιείται είτε στο πρωινό, είτε σε διάφορα γλυκά, είτε ως επιδόρπιο συνοδεύοντας το γιαούρτι. Γνωστές ποικιλίες είναι το θυμαρίσιο μέλι, το ανθόμελο, το ελατίσιο, το μέλι από άνθη πορτοκαλιάς, το κουμαρόμελο, το πευκόμελο κλπ.



- Τα φρέσκα λαχανικά, φρούτα, χόρτα.
- Τα παραδοσιακά γλυκά του κουταλιού και οι κομπόστες, φτιαγμένα είτε από φρούτα είτε και από λαχανικά (πχ γλυκό μελιτζανάκι, κολοκυθάκι, αγγουράκι κλπ) είτε από ξηρούς καρπούς(γλυκό καρυδάκι, κάστανο κλπ) αποτελούν το κλασσικό τρόπο για το καλωσόρισμα του επισκέπτη.
- Οι γευστικότατες πίτες με το χειροποίητο φύλο και ψημένες σε φούρνους παραδοσιακούς και μη, γεμισμένες με διάφορα υλικά γεγονός που αιτιολογεί τη μεγάλη ποικιλία τους (τυρόπιτες, πρασόπιτες, λαχανόπιτες, κολοκυθόπιτες, πίτες με πλιγούρι, με σπαράγγια, με κρέμα, με κιμά, με κρέας, με πατάτες, με χταπόδι κλπ).



- Ο ελληνικός καφές ψημένος στη φωτιά ή στη χόβολη, με καταγωγές από την Αραβία, είναι ιδανικός για απόλαυση κάθε ώρα της ημέρας συνήθως

συνοδευόμενος με ένα κομμάτι λουκούμι. Εξίσου δημοφιλής είναι και ο φραπέ.

- Και φυσικά ο οίνος ή διαφορετικά το κρασί, όπως μεταλλάχθηκε γλωσσικά ο άκρατος οίνος από την αρχαιότητα, αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του ιδιαίτερου ελληνικού τραπεζιού. Ο ποικιλιακός πλούτος του ελληνικού αμπελώνα σε συνδυασμό με τις εδαφοκλιματικές συνθήκες της κάθε περιοχής, αποτελεί για το κρασί αστείρευτη πηγή χρωμάτων, αρωμάτων και γεύσεων. Ερυθρά κρασιά με βαθύ πλούσιο χρώμα, ξηρά ή γλυκά όπως η «Μαυροδάφνη Πατρών» ,Ελεγχόμενης Ονομασίας Προελεύσεως. Λευκά κρασιά από χαρακτηριστικές ελληνικές ποικιλίες όπως το «Μοσχάτο Σάμου» με το πολύ έντονο αρωματικό δυναμικό. Η Ρετσίνα, που αποτελεί ελληνική πρωτοτυπία παγκοσμίως στους λευκούς οίνους. Όπως επίσης και τα αποστάγματα των εξαίρετων αυτών οίνων, που κατά την σχεδόν τελετουργική διαδικασία της απόσταξης, απελευθερώνουν το πνεύμα τους (το οινό-πνευμα) και υγροποιώντας το, σταγόνα τη σταγόνα, γεννιέται το ρακί, το τσίπουρο και το ούζο. Μοναδικά ελληνικά αποστάγματα εμπλουτισμένα με τη γευστική παράδοση και το μεράκι της κάθε περιοχής, τα οποία είτε σκέτα είτε αραιωμένα με νερό ή πάγο, συνοδεύουν τους ελληνικούς μεζέδες και αποτελούν το ποτό με το οποίο οι Έλληνες καλωσορίζουν τους καλεσμένους τους στο τραπέζι (συνοδευόμενα συνήθως με παξιμάδι και ελιές ή πάστα ελιάς). Η ποικιλομορφία αυτή των ελληνικών οίνων και αποσταγμάτων, χάριν στο πλούσιο γηγενές γενετικό υλικό, τις εδαφοκλιματικές συνθήκες και το μεράκι των παραγωγών, είναι αυτή που τους δίνει την δυνατότητα να δεθούν αρμονικά, να συμπληρώσουν και να αναδείξουν τον πλούτο του ελληνικού φαγητού.





Τα προαναφερόμενα παραδοσιακά προϊόντα συνθέτουν τα παραδοσιακό ελληνικό τραπέζι, το οποίο όμως ολοκληρώνεται με την

παρουσία της οικογένεια ή της καλής παρέας. Άλλωστε είναι στις συνήθειες αλλά και στη φιλοσοφία των Ελλήνων να μαζεύονται γύρω από το τραπέζι στο σπίτι ή σε μια ταβέρνα, να γεύονται το φαγητό και την ποικιλία των μεζέδων και να απολαμβάνουν το κρασί συντροφιά με αγαπημένα πρόσωπα. Αυτή η ζεστή και οικεία ατμόσφαιρα ενισχύεται ακόμη περισσότερο από το περιβάλλον φυσικό τοπίο είτε αυτό είναι ορεινό(πχ μια παραδοσιακή ταβέρνα στο βουνό) είτε δίπλα στη θάλασσα (πχ ψαροταβέρνα όπου δίπλα της σκάει το κύμα)[11].

Καταλήγουμε λοιπόν στο συμπέρασμα ότι η ελληνική γαστριμαργία διαθέτει ανεξάντλητο πλούτο γεύσεων και νοστιμιών, ικανές να εξιτάρουν την ηδονή και του πιο απαιτητικού ουρανίσκου.

[11] www.gnto.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΜΙΑ ΕΝΝΑΛΑΚΤΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Έννοια του γαστρονομικού τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια, ο γαστρονομικός τουρισμός όπως και ο οινοτουρισμός προσελκύουν εκατομμύρια τουριστών ανά το κόσμο οι οποίοι επιδιώκουν να συνδυάσουν τη ταξιδιωτική εμπειρία με την αναζήτηση γαστρονομικών γεύσεων και απολαύσεων. Η αναζήτηση παραδοσιακών εδεσμάτων και τοπικών προϊόντων και ο συγκερασμός αυτών με τα ήθη και τα έθιμα του τόπου, τη λαογραφία του, την ιστορία αλλα και μυθολογία του αποτελούν πλέον βασικό κίνητρο για πολλούς τουρίστες και για το λόγο αυτό πολλές χώρες επενδύουν στην προώθηση της τοπικής τους κουζίνας αλλά και των τοπικών τους προϊόντων (πχ, Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Αγγλία). Αυτό ενισχύεται και από τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού όπου το 44% των ταξιδιωτών ανά τον κόσμο θεωρούν το φαγητό ως ένα από τα πρωτεύοντα κριτήρια του τόπου που θα επισκεφτούν.[12]

Επίσης, την τελευταία πενταετία παρατηρείται μια τόνωση του μάρκετινγκ διαμέσου της γαστρονομίας. Παραδείγματα έχουμε από το διεθνή χώρο, όπου πολυεθνικές εταιρίες (Hilton Group), γκρουπ ξενοδοχείων (Château & Relais, The Leading Hotels of The World), εστιατόρια μεμονωμένα, αεροπορικές εταιρίες (Lufthansa, Austrian Airlines), ναυτιλιακές εταιρίες (Super Fast Ferries, Cruise Group) και κάποιες σιδηροδρομικές εταιρίες (TGV, Swiss Train, California Amtrak) προβάλουν τις γαστρονομικές

[12] www. AegeanCuisine.gr/content/file/Gastronomikos Tourismos.pdf « Γαστρονομικός Τουρισμός και προϋποθέσεις για την Ανάπτυξη του»

προτάσεις τους βασισμένες στη σταθερή ποιότητα των πρώτων υλών, καθώς και στον ευαίσθητο χαρακτήρα τους για το περιβάλλον[13] .

Τι ακριβώς όμως εννοούμε με την έννοια «γαστρονομικός τουρισμός»; Σίγουρα, δεν εννοούμε μόνο το τι θα φάμε όταν επισκεφτούμε κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό. Όταν μιλάμε για γαστρονομικό τουρισμό αναφερόμαστε ουσιαστικά σε μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού (διότι η γαστρονομία πηγάζει και διαμορφώνεται ανάλογα με τα ήθη, τα έθιμα, την ιστορική κληρονομιά, το κλίμα, τη γεωγραφική θέση της εκάστοτε περιοχής) στην οποία οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να βιώσουν μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες και να έρθουν σε επαφή με τα τοπικά εδέσματα, τόσο μέσω της δοκιμής αυτών αλλά και μέσω της συμμετοχής τους στις προσφερόμενες γαστρονομικές υπηρεσίες[14] (πχ, συμμετοχή σε εκδηλώσεις γευσιγνωσίας και οινογνωσίας, επίσκεψη σε οινοποιεία και εργαστήρια μεταποίησης προϊόντων και παρακολούθηση από κοντά του τρόπου παρασκευής τους κλπ).

3.2 Κατηγορίες γαστρονομικών τουριστών

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία[15], ο γαστρονομικός τρόπος ζωής των τουριστών και οι προτιμήσεις τους για το φαγητό και το ποτό παρουσιάζεται σε τέσσερις μορφές: στον υπαρξιακό τουρίστα, στον τουρίστα που ενδιαφέρεται για την αναψυχή ,στον τουρίστα που επιθυμεί να αποκλίνει και στον τουρίστα που πειραματίζεται γαστρονομικά. Πιο αναλυτικά:

- Υπαρξιακοί τουρίστες είναι αυτοί οι οποίοι επιδιώκουν να συνδυάσουν το φαγητό, το ποτό και τις γαστρονομικές εμπειρίες με σκοπό την περαιτέρω εκπαίδευσή τους πάνω σε αυτό το θέμα. Με τον τρόπο αυτό γίνεται εφικτή η απόκτηση γνώσης πάνω στην εθνική ή τοπική κουζίνα, στο ποτό αλλά και στον πολιτισμό του τόπου προορισμού. Αναζητούν λοιπό, εστιατόρια που τα

[13] www.traveldailynews.gr

[14] www.cretan-nutrition.gr

[15] Σιγάλα Μαριάννα (2009), Νέες Τεχνολογίες στον Τουρισμό , σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

προτιμάνε και οι ντόπιοι, αγνά και φρέσκα τοπικά πιάτα και ποτά που έχουν παρασκευαστεί με ιδιαίτερη φροντίδα και μεράκι, συμμετέχουν σε μαθήματα μαγειρικής και στη συγκομιδή καρπών και φρούτων ενώ αποφεύγουν οτιδήποτε βιομηχανοποιημένο που δε γίνεται με σεβασμό στην παράδοση.

- Οι τουρίστες που ενδιαφέρονται για την αναψυχή θεωρούνται από τους πιο συντηρητικούς τύπους τουριστών διότι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους φροντίζουν οι ίδιοι για τη διατροφή τους μαγειρεύοντας το στα καταλύματα όπου διαμένουν ενώ συχνά φέρνουν και τα υλικά από το σπίτι τους ώστε να μην κάνουν και πολλά πράγματα. Το φαγητό και το ποτό δεν αποτελούν βασικά κίνητρα για τις διακοπές τους οπότε και δε συνδέουν τη γαστρονομία με την έκβαση των διακοπών τους.
- Οι τουρίστες που επιθυμούν να αποκλίνουν επιζητούν κατά τις διακοπές τους να ξεφύγουν από την καθημερινή ρουτίνα οπότε το φαγητό και το ποτό είναι για αυτούς το μέσο για να συναναστραφούν με φίλους και πρόσωπα αγαπημένα. Επιδιώκουν λοιπόν κατά τις διακοπές τους να βρίσκουν εύκολα το φαγητό και το ποτό γι' αυτό και δε δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην ποιότητα (σε αντίθεση με την ποσότητα του φαγητού), επιλέγουν γνωστές αλυσίδες εστιατορίων και προτιμούν να γεύονται μενού που τα γνωρίζουν ήδη.
- Τέλος, οι τουρίστες που πειραματίζονται γαστρονομικά θεωρούν σημαντικό κομμάτι της ζωής τους το φαγητό και το ποτό γι' αυτό και επιλέγουν συνήθως πολύ δημοφιλή τρόφιμα και κρασιά και προτιμούν να επισκέπτονται τα πιο γνωστά εστιατόρια και καφέ του τόπου προορισμού. Ενημερώνονται τακτικώς για τις τάσεις και εξελίξεις της γαστρονομίας και επιζητούν εκλεπτυσμένα μενού και εξεζητημένη εξυπηρέτηση.

3.3 HACCP: Σύστημα ελέγχου για τη παροχή υγιεινών και ασφαλών τροφίμων

Αναγκαία προϋπόθεση για την προσέλκυση των γαστρονομικών τουριστών είναι η παροχή ασφαλών και υγιεινών τροφίμων προς τους καταναλωτές για την αποφυγή τροφικών ασθενειών ή διαταραχών που δημιουργούν αρνητική εικόνα για την επιχείρηση. Για τη επίτευξη αυτού του σκοπού , ο πιο αξιόπιστος τρόπος είναι η εγκατάσταση ενός συστήματος

HACCP το οποίο έχει διεθνή αναγνωσιμότητα και πλέον απαιτείται από όλες τις επιχειρήσεις που σερβίρουν από 1.300 γεύματα και άνω ημερησίως[16](σύμφωνα με την Οδηγία 93/43 του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία έχει ενσωματωθεί στην Εθνική Νομοθεσία με την Κ.Υ.Α 487/ΦΕΚ Β/ 1219/04.10.2000). Το σύστημα HACCP (Ανάλυσης Κίνδυνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου) είναι ένα εξειδικευμένο σύστημα ελέγχου για τα τρόφιμα και αφορά την υγιεινή και ασφάλεια των τροφίμων, το οποίο βοηθά στον εντοπισμό, την ανάλυση κι την αντιμετώπιση κινδύνων, οι οποίοι θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ασφάλεια των τροφίμων. Για να είναι επιτυχής η εφαρμογή του HACCP απαιτείται η υποστήριξη της διοίκησης, η εφαρμογή των βασικών κανόνων υγιεινής, η εκπαίδευση του προσωπικού και η συχνή επιθεώρηση του συστήματος. Η ορθή λειτουργία ενός τέτοιου συστήματος σε μια επιχείρηση μαζικής εστίασης επιτρέπει τον έλεγχο του κινδύνου τροφο-δηλητηριάσεων και διασφαλίζει την προσφορά στους πελάτες/καταναλωτές ασφαλή και υγιεινά προϊόντα[17].

3.4 Ειδικό Σήμα Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα[18],[19]

Όσον αφορά την Ελλάδα, ένας άλλος τρόπος εξασφάλισης της παροχής ποιοτικών υπηρεσιών και τροφίμων που πληρούν τις απαραίτητες συνθήκες ασφάλειας και υγιεινής, είναι η απόκτηση από τον ΕΟΤ του Ειδικού Σήματος Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα. Το ειδικό αυτό Σήμα Ποιότητας είναι σήμα με ειδικό λογότυπο του ΕΟΤ και υποδεικνύει ότι ο ΕΟΤ πιστοποιεί ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση μπορεί να προσφέρει ένα ικανοποιητικό επίπεδο εδεσμάτων Ελληνικής Κουζίνας σε συνδυασμό με αντίστοιχα ικανοποιητικό

---

16 "Η ασφάλεια και η υγιεινή τροφίμων ουσιαστική ανάγκη για τα ξενοδοχεία", (4/10/2002), www.traveldailynews.gr

[17] «Οδηγός καλής Πρακτικής για την Ανάπτυξη Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων από Γυναίκες σε Απομακρυσμένες Περιοχές», 2008,ΕΟΤ, Αθήνα

[18] «Οδηγός καλής Πρακτικής για την Ανάπτυξη Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων από Γυναίκες σε Απομακρυσμένες Περιοχές», 2008,ΕΟΤ, Αθήνα

[19] Κουρεμένου, Ιουλία (2009), Τουρισμός και Κοινοτικά Προγράμματα, σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

επίπεδο συνολικής παροχής υπηρεσιών. Καθιερώθηκε σύμφωνα με την παρ. 2 του άρθρου 21του Ν. 2741/99(ΦΕΚ 199/Α/28-9-99), είναι προαιρετικό και χορηγείται από τον ΕΟΤ έπειτα από αίτηση του επιχειρηματία. Συγκεκριμένα, οι όροι και οι προϋποθέσεις για την χορήγηση του Σήματος είναι μεταξύ άλλων οι συνθήκες άψογης καθαριότητας των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού στους χώρους παραγωγής, αποθήκευσης και διάθεσης τροφίμων, συνθήκες άψογης καθαριότητας στους χώρους υγιεινής, τήρηση προδιαγραφών σχετικά με την ασφάλεια τροφίμων όπως περιγράφονται στον Οδηγό Υγιεινής για τις επιχειρήσεις εστίασης, τήρηση αναγκαίων όρων προσωπικής υγιεινής του απασχολούμενου προσωπικού, μη χρήση ευτελών και πλαστικών πιάτων/καθισμάτων/τραπεζομάντηλων, χρήση αποκλειστικά καλής ποιότητας ελαιολάδου για φαγητά και παρθένου ελαιολάδου για σαλάτες, προσφορά μόνο ελληνικής φέτας-ελληνικής πατάτας, προσφορά καφέ ελληνικού παρασκευασμένου στη φωτιά και όχι στον ατμό, κουβέρ που υποχρεωτικά περιλαμβάνει ελιές, ή/και πάστα ελιάς, ή/και τοπικό ορεκτικό κλπ.

Το Ειδικό Σήμα Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού και της ποιότητας του, γι' αυτό και οι επιπρόσθετες δαπάνες που προκύπτουν για την απόκτηση του από τις ελληνικές (τουριστικές) επισιτιστικές επιχειρήσεις ενισχύθηκαν στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ από την πράξη 5.3.1.1. του ΕΠ.ΑΝ μέσα από δύο κύκλους προκηρύξεων.

Συνεπώς, η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και τροφίμων ενισχύει τη γαστρονομική προσφορά της χώρας και προωθεί τον τουρισμό της, καθότι, όπως τονίστηκε σε μελέτη του ΣΕΤΕ για το γαστρονομικό τουρισμό[20] , η γαστρονομία υπεισέρχεται με διττό τρόπο στη συζήτηση για τον τουρισμό καθώς αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία για όλους ανεξαιρέτως τους τουρίστες και ταυτόχρονα αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης για ειδικού ενδιαφέροντος τουρίστες.

[20] "Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού" ,(2010), www.sete.gr

Οπότε, η αναβάθμιση της γαστρονομικής προσφοράς ενός τόπου μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στον εμπλουτισμό του τουρισμού της περιοχής. Ένας ευχαριστημένος τουρίστας που έχει γευτεί ένα καλό φαγητό θα προχωρήσει με περισσότερη προθυμία στην δαπάνη περισσότερων χρημάτων είτε για την περαιτέρω κατανάλωση φαγητών και ποτών είτε για την αγορά γαστρονομικών αναμνηστικών δώρων ενώ όταν επιστρέψει στην πατρίδα του θα συστήσει και σε άλλους τον συγκεκριμένο προορισμό και για την ποιότητα της κουζίνας αλλά και με όσα σχετίζονται με αυτήν (πολιτισμική παράδοση, καλή εξυπηρέτηση, ποιοτικές πρώτες ύλες, καθαρότητα των χώρων κλπ). Απαιτείται λοιπόν, για την προβολή της γαστρονομίας του τόπου, όχι μόνο το καλό και ποιοτικό φαγητό και ποτό αλλά και η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, η ύπαρξη επαγγελματισμού και εκπαίδευσης του προσωπικού αλλα και του επαγγελματία-ιδιοκτήτη που να γνωρίζουν τα προσφερόμενα πιάτα, τα συστατικά και τον τρόπο παρασκευής τους ώστε να είναι σε θέση να ενημερώνουν τους τουρίστες και να τους παρέχουν τις ζητούμενες πληροφορίες.

Όπως έχει προαναφερθεί, στη χώρα μας τα βασικά συστατικά, δηλαδή το καλό φαγητό και το κρασί, υπάρχουν. Οπότε, αυτό που χρειάζεται δεν είναι η ενίσχυση της γαστρονομικής μας προσφοράς, αλλά η επένδυση στην ποιότητα των τροφών και των υπηρεσιών και στις κατάλληλες ενέργειες μάρκετινγκ. Με τον τρόπο αυτό, θα προσελκυθούν περισσότεροι γαστρονομικοί τουρίστες και θα καθιερωθεί η χώρα μας ως δημοφιλής γαστρονομικός προορισμός, που για την ώρα βρίσκεται σε εμβρυακή φάση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η γαστρονομική προσφορά της χώρας μας αποτελείται κυρίως, από τις ακόλουθες συνιστώσες:

4.1 Τοπική Κουζίνα

Η Ελληνική κουζίνα, έχει δεχθεί αρκετά ισχυρές επιρροές λόγω της γεωγραφικής θέσης της χώρας μας, καθώς βρίσκεται στο σταυροδρόμι που ενώνει την Ανατολή με τη Δύση με αποτέλεσμα να έχει αφομοιώσει στοιχεία από γειτονικές χώρες . Αυτό, σε συνδυασμό με την πολυκύμαντη ιστορία της που επίσης έχει επηρεάσει σημαντικά τη μαγειρική, μας οδηγούν στη διαπίστωση ότι είναι δύσκολο κάποιος να μπορέσει να ταξινομήσει την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα σύμφωνα με τα όρια της κάθε περιοχής. Παρόλα αυτά, μπορεί να γίνει κάποιου είδους κατηγοριοποίηση, απομονώνοντας τρεις βασικούς άξονες: τη παραδοσιακή μαγειρική των ποιμένων, τη λιτή μαγειρική των νησιών του Αιγαίου πελάγους και την αστική μαγειρική των Ελλήνων της Μ. Ασίας οι οποίες αποτυπώνουν και τον τρόπο ζωής και την τοπική οικονομική και κοινωνική ταυτότητα κάθε περιοχής.

Η ορεινή μαγειρική των ποιμένων[21] εντοπίζεται κυρίως στις περιοχές της Ηπείρου, της Ρούμελης και της Θεσσαλίας όπου εγκαταστάθηκαν με τον καιρό οι περισσότερες ποιμενικές φυλές. Βασικά χαρακτηριστικά της διατροφής τους είναι το γάλα, τυρί, γιαούρτι, μερικά προϊόντα που έχουν παρασκευαστεί από δημητριακά όπως ζυμαρικά με βάση το καλαμπόκι και το γάλα , τραχανάς, χόρτα και κρέας. Επίσης, απουσιάζει η συχνή χρήση του

[21] Η Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα κατά περιοχές και η αξία της επαφής των νέων με αυτήν και τις τοπικές γιορτές, (04/07/2009), www.laosver.gr/news/articles

ελαιολάδου το οποίο αντικαθίσταται με το βούτυρο όντας ένα γαλακτοκομικό άρα και ποιμενικό προϊόν.

Η αιγαιοπελαγίτικη μαγειρική διακρίνεται για την απλότητά και τα εύπεπτα εδέσματα της και έχει ως βάση της, τις τρεις κολώνες της Μεσογείου: Δημητριακά, σταφύλια και ελιές. Το Αιγαίο είναι ο τόπος όπου βρίσκεις τις αρχαίες παραδόσεις να συμπορεύονται με τη σύγχρονη ζωή. Στη μαγειρική αυτή υπάρχει ένα είδος απλότητας, ένας σεβασμός για τα υλικά που τα αφήνει όσο το δυνατόν πιο κοντά στη φυσική τους κατάσταση. Αυτή η απλότητα κορυφώνεται στη μαγειρική της Κρήτης όπου τα ίδια τα συστατικά εκτελούν μια ατέλειωτη φούγκα, πλούσια από τα αγαθά της κρητικής γης[22].

Σε αντίθεση με την ελαφριά αιγαιοπελαγίτικη κουζίνα, η κουζίνα των Ελλήνων της Μ. Ασίας θεωρείται αρκετά βαριά με πολύ έντονες γεύσεις. Τη κουζίνα αυτή τη συναντάμε κυρίως σε περιοχές της Θράκης και της Ανατολικής Μακεδονίας αλλά και στις υπόλοιπες περιοχές της Ελλάδος όπου εγκαταστάθηκαν πρόσφυγες από τη Μικρά Ασία. Η κουζίνα αυτή, εμφανώς επηρεασμένη από την περσική αυτοκρατορία, τη Βυζαντινή, την Αραβική και την Οθωμανική, εξελίχθηκε σε ένα συνονθύλευμα αντικρουόμενων στοιχείων: οι παραλλαγές αρωμάτων από την Ανατολή και τον Νότο, όπως και από την Περσική μαγειρική, δημιούργησαν μια κληρονομιά η οποία τελικά εξελίχθηκε σε ποικίλα παραδοσιακά πιάτα, όπως διάφορα λαχανικά και αμπελόφυλλα γεμιστά με ρύζι και ένα σωρό άλλα. Χαρακτηριστικά αυτής της κουζίνας είναι τα γεμιστά λαχανικά με ρύζι ή πλιγούρι, το κρέας μαγειρεμένο με ποικίλους τρόπους με λαχανικά (η μελιτζάνα κατέχει προεξέχουσα θέση), τα γλυκά του ταψιού [23]κλπ.

[22] Η Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα κατά περιοχές και η αξία της επαφής των νέων με αυτήν και τις τοπικές γιορτές, (04/07/2009), www.laosver.gr/news/articles

[23] Η Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα κατά περιοχές και η αξία της επαφής των νέων με αυτήν και τις τοπικές γιορτές, (04/07/2009), www.laosver.gr/news/articles

Παρατηρούμε λοιπόν ότι η ελληνική κουζίνα αποτελείται από μία πληθώρα πιάτων και εδεσμάτων τα οποία μπορούν να ικανοποιήσουν τις γαστρονομικές ιδιαιτερότητες και του πιο απαιτητικού πελάτη κρεατοφάγου αλλά και χορτοφάγου. Αυτό γίνεται εύκολα εφικτό διότι στηρίζεται στις μοναδικές πρώτες ύλες της ελληνικής γης, είτε πρόκειται για φρέσκα φρούτα και λαχανικά, είτε για γαλακτοκομικά προϊόντα, είτε για βότανα και μπαχαρικά.

Συνεπώς, κάθε περιοχή στην Ελλάδα έχει τις δικές της παραδοσιακές συνταγές βασισμένες στα αγνά Ελληνικά προϊόντα και την απλότητα που αναδεικνύει το μεγαλείο της. Γεύσεις όπως της ντομάτας, του καρότου, του μαϊντανού, του σκόρδου αλλά και άλλων φρέσκων λαχανικών, σε συνδυασμό ή ξεχωριστά εμπλουτίζουν με τρόπο μοναδικό τα γαστρονομικά πιάτα των οποίων η γεύση απογειώνεται με τη χρήση του ελαιολάδου το οποίο είναι άριστης ποιότητας και έχει αποδειχτεί πολύτιμο για την υγεία. Επιπρόσθετα, οι γαστρονομικές απολαύσεις ενισχύονται με τα ποικίλα ελληνικά τυριά, βασίλισσα των οποίων θεωρείται η φέτα αλλά ακολουθούν άξια και η γραβιέρα, το κεφαλοτύρι, το κατίκι, η μυζήθρα, το μαστέλο, τα κατσικίσια τυριά κλπ. Και φυσικά όλα αυτά συνοδεύονται άριστα με τα υψηλής ποιότητας κρασιά τα οποία παράγονται από σταφύλια της χώρας που γέννησε το θεό του κρασιού και της καλοπέρασης, το Διόνυσο.



Δυστυχώς όμως, σύμφωνα με την έρευνα του ΣΕΤΕ[24] «στην Ελλάδα τα εστιατόρια που προσφέρουν καλή τοπική κουζίνα αποτελούν μειοψηφία και δεν είναι πάντοτε εύκολο να τα εντοπίσει κανείς. Αν και πολλοί αναζητούν τις παραδοσιακές ταβέρνες για να γευτούν καλό παραδοσιακό

[24] "Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού" (2010), www.sete.gr

ελληνικό φαγητό, συχνά ανακαλύπτουν ότι και σε αυτές προσφέρεται κουζίνα χαμηλής ποιότητας. Αυτό οφείλεται κατά βάση στην γενικότερη απουσία επαγγελματισμού και εκπαίδευσης του επιχειρηματία και του προσωπικού, στην ελλιπή στελέχωση, στην τάση για εύκολες παρασκευές (πχ, τηγάνι), στα χαμηλής ποιότητας και χαμηλού κόστους υλικά, ενώ δεν λείπουν και οι απάτες, όπου τα κατεψυγμένα θαλασσινά πωλούνται ως φρέσκα ή το κοτόπουλο ορνιθοτροφείου ως κόκορας ελεύθερης βοσκής»

Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι η ελληνική παραδοσιακή κουζίνα δεν περιορίζεται μόνο στο μουσακά, το τζατζίκι, το σουβλάκι και τη χωριάτική σαλάτα. Άλλωστε θα την καταδικάζαμε εμείς οι ίδιοι αν αφήνουμε να περάσει προς τα έξω αυτή η εικόνα. Χαρακτηρίζεται από μια πληθώρα παραδοσιακών πιάτων που στηρίζονται στον παραδοσιακό τρόπο διατροφής ο οποίος διαμορφώθηκε από τα χαρακτηριστικά του φυσικού περιβάλλοντος , τη φυτική και ζωική παραγωγή του κάθε τόπου καθώς και από τις θρησκευτικές πεποιθήσεις και τις πολιτισμικές καταβολές κάθε λαού μας. Γι' αυτό θα πρέπει να την προβάλουμε και να την προωθούμε πάντα με το σωστό τρόπο χωρίς να την αμαυρώνουμε. Και οι επαγγελματίες του είδους θα πρέπει να την υπηρετούν με σεβασμό και σε αυτήν αλλά και στον πελάτη ο οποίος μας επισκέπτεται για να απολαύσει τις ελληνικές γεύσεις οπότε δε θα πρέπει να τον κοροϊδεύουν προσφέροντας του παραποιημένη ελληνική γαστρονομία.



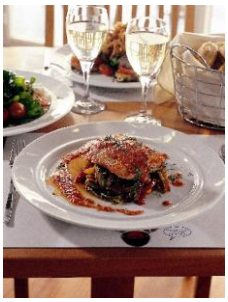
4.2 Ξενοδοχειακή Κουζίνα

Σύμφωνα με έρευνα του ΣΕΤΕ[25] "το επίπεδο της κουζίνας των ξενοδοχείων που προσφέρεται στους τουρίστες είναι απογοητευτικό. Ελάχιστα ξενοδοχεία-αλλά που ευτυχώς συνεχώς αυξάνονται- προσφέρουν

[25] "Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού"(2010) www.sete.gr.

είτε καλή τοπική κουζίνα εφαρμόζοντας έξυπνες λύσεις (πχ ιδιόκτητα αγροκτήματα για την προμήθεια πρώτων υλών), είτε υψηλή κουζίνα. Οι λόγοι για τον οποίο παρατηρείται αυτή η κατάσταση, είναι μεταξύ άλλων η έλλειψη γνώσεων και εμπειρίας των μαγείρων, οι συνεχείς αλλαγές προσωπικού, η χρήση υλικών χαμηλής ποιότητας και κυρίως η απουσία γαστρονομικής κουλτούρας από πλευράς των ξενοδόχων". Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται κάποια βελτίωση και σε αυτό συνέβαλε η απόφαση των ξενοδόχων να στραφούν στην παροχή ποιοτικών φαγητών και κρασιού, χωρίς αυτό απαραίτητα να σημαίνει και σημαντική αύξηση του λειτουργικού κόστους.

Πέραν όμως του προβλήματος που παρατηρείται στη μη παροχή ποιοτικών και ελληνικών εδεσμάτων, αντιμετωπίζονται προβλήματα και στην προσφορά του κρασιού. Το κρασί που συνήθως περιέχεται στα μενού των



ξενοδοχείων είναι κακής ποιότητας ενώ πολλές φορές προσφέρεται εισαγόμενο κρασί που-εκτός από κακής ποιότητας- παρουσιάζεται και ως ελληνικό, εξαπατώντας τον πελάτη. Επίσης προβλήματα εντοπίζονται στο ότι οι υπάλληλοι δε γνωρίζουν τον κατάλληλο τρόπο που θα πρέπει το κρασί να μεταφέρεται, να αποθηκεύεται και να διατηρείται, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η ποιότητα και η γεύση του ενώ συχνά αγνοούν και το σωστό τρόπο σερβιρίσματος του (σε διαφορετική θερμοκρασία σερβίρεται το κόκκινο και σε διαφορετική το λευκό) και παράλληλα δε γνωρίζουν πληροφορίες σχετικά με τους τόπους παραγωγής, τα έτη παλαίωσης κλπ, που μπορεί να ενδιαφέρουν τους πελάτες. Μία άλλη πληγή που συναντάται στον τομέα της προσφοράς του κρασιού είναι η ανεπαρκής συνεργασία των ξενοδοχείων με τα ελληνικά οινοποιεία και τους παραγωγούς ελληνικών κρασιών. Το πρόβλημα συνήθως εντοπίζεται στο ότι οι ξενοδόχοι δείχνουν απρόθυμοι να συνεργαστούν είτε λόγω νοοτροπίας (θεωρούν τα ελληνικά



κρασιά «κατώτερα» των ξένων») είτε λόγω άγνοιας αλλά και έλλειψης οράματος. Ωστόσο, σύμφωνα πάντα με τη μελέτη του ΣΕΤΕ , «υπάρχουν εξαιρέσεις και συνεχώς αυξάνεται ο αριθμός των ξενοδοχείων όπου το κρασί έχει αναβαθμισμένη θέση. Αυτή η εξέλιξη διαπιστώνεται αφενός σε ξενοδοχεία πολυτελείας και αφετέρου σε μικρότερα boutique hotels με ενδιαφέρουσες συλλογές κρασιών, αντιπροσωπευτική παρουσίαση της τοπικής οινικής παραγωγής, τεχνολογικώς άρτια κελάρια και εκπαιδευμένο προσωπικό. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν μερικά από τα ξενοδοχεία της Σαντορίνης όπου είναι ικανοποιητική η παρουσία των τοπικών κρασιών στους καταλόγους και στα κελάρια των εστιατορίων τους».

Ένα άλλο μελανό σημείο που παρατηρείται στα μενού των ξενοδοχείων αφορά το πρωινό που προσφέρεται στους πελάτες. Αυτό είναι συχνά πενιχρό και αποτελείται κυρίως από ξένα πιάτα καθώς το «American breakfast» ή «continental breakfast» κάθε άλλο παρά ελληνικά δε θεωρούνται. Βέβαια συνήθως προβάλλεται η τετριμμένη δικαιολογία ότι είναι υψηλό το κόστος, οπότε για την εξοικονόμηση του οι ξενοδόχοι θα προβούν στην προσφορά λιγότερο ποιοτικών πιάτων τα οποία δε θα αποτελούνται από τα «υψηλού κόστους» ελληνικά προϊόντα αλλά από κάποια άλλα φθηνότερα και εισαγόμενα. Επίσης, συχνά φταίνε και οι ίδιοι οι πελάτες οι οποίοι, στην προσπάθεια τους να πετύχουν πιο οικονομικές τιμές δωματίων, ωθούν τον ξενοδόχο να ρίξει την τιμή κόβοντας χρήματα από αυτά που θα διέθετε για την παρασκευή του πρωινού. Εντούτοις, υπάρχουν πολλά εγχώρια προϊόντα τα οποία είναι και οικονομικά, δεν επιβαρύνουν το κόστος και μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία και προσφορά ενός ελληνικότατου πρωινού(τραχανάς, ξινόγαλο, ελληνικά τυριά και αλλαντικά, φρέσκα φρούτα και χυμοί , παραδοσιακές πίτες κλπ).

Παρά τις όποιες δυσκαμψίες, υπάρχουν τρόποι ώστε να προσφερθεί από τα ξενοδοχεία μια ελληνική δημιουργική κουζίνα σε εξαιρετικά υψηλό επίπεδο. Ελληνική γιατί βασίζεται στην παράδοση, αλλά και δημιουργική γιατί γεννά νέες συνταγές μέσα από πειραματισμούς ως προς το συνδυασμό υλικών και τους τρόπους παρασκευής. Για τον λόγο αυτό, αυτή θα πρέπει να είναι η μελλοντική πορεία της ξενοδοχειακής κουζίνας ώστε αφενός να

προσφέρει μια γαστρονομική εμπειρία υψηλής ποιότητας στους πελάτες και αφετέρου να αυξηθούν τα έσοδα των ξενοδοχείων από τα εστιατόριά τους (με την προϋπόθεση ότι θα ασκηθεί και το κατάλληλο Μάρκετινγκ).

Μια άλλη, εξίσου θετική επιλογή για να γίνει ανταγωνιστικότερη η ξενοδοχειακή κουζίνα είναι η προσφορά τοπικής, πραγματικά αυθεντικής



κουζίνας, την οποία δυστυχώς ελάχιστα ξενοδοχεία κατέχουν. Ο ΕΟΤ θα μπορούσε να συνδράμει στην ανάδειξη της ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας με την υιοθέτηση επιπλέον μορίων στον κατάλογο των βαθμολογούμενων κριτηρίων του πδ 43/2002 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει σήμερα, όταν το ξενοδοχειακό κατάλυμα κατατάσσεται σε κατηγορίες αστέρων και κλειδιών. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την προηγούμενη πρόταση, όταν ένα ξενοδοχείο υιοθετεί την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα στα μενού που προσφέρει, θα μπορούσε να πριμοδοτείται με επιπλέον μόρια το οποίο θα μπορούσε να συμβάλλει στο να ανέβει κατηγορία. Τα μόρια αυτά βέβαια θα πρέπει να είναι αρκετά έτσι ώστε αυτό να μπορεί να αποτελεί κίνητρο για τις ξενοδοχειακές μονάδες που δραστηριοποιούνται στη χώρα. Κάτι τέτοιο θα μπορούσε να τους δώσει ένα σχετικό προβάδισμα μορίων κατά τη διαδικασία κατάταξης σε αντίστοιχη κατηγορία αστεριού ή κλειδιού. Με τον τρόπο αυτό διαφοροποιείται το κατάλυμα σε σχέση με τις λοιπές επιχειρήσεις στον τομέα της εστίασης. Άλλωστε η διαφοροποίηση είναι ιδιαίτερα σημαντική για κάθε επιχείρηση ώστε να αποκτήσει εν δυνάμει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τα υπόλοιπα ξενοδοχεία που



χρησιμοποιούν τις πιο «γνωστές» κουζίνες όπως τη γαλλική, ιταλική κλπ.

Επίσης, είναι αναγκαίο ένα εστιατόριο να βασίζεται σε υλικά και πρώτες ύλες που βγάζει η περιοχή, δίνοντας με τον τρόπο αυτό

έμφαση στην εντοπιότητα των εδεσμάτων, ώστε να ελαχιστοποιηθεί η χρήση εισαγόμενων υλικών. Γι' αυτό άλλωστε πρέπει οι μάγειροι και chef να δουλεύουν με τα προϊόντα που παράγονται στην περιοχή και «δένουν» εικαστικά και αισθητικά με το τοπίο στο οποίο είναι τοποθετημένο το εστιατόρια/ξενοδοχείο,βοηθώντας τα να αποκτήσουν μια διακριτή ελληνική ταυτότητα. Για παράδειγμα, ένα εστιατόριο που βρίσκεται δίπλα στη θάλασσα και προσφέρει στους πελάτες του κοτόπουλο με τρούφες, πατέ από συκώτι πάπιας και γαλλικά ή ισπανικά κρασιά, ενδεχομένως τους αποξενώνει από τον τόπο που βρίσκονται αλλά ταυτόχρονα δημιουργεί και μια εικόνα η οποία δε συνάδει με το φυσικό περιβάλλον. Οπότε, είναι στο χέρι όχι μόνο των ξενοδόχων αλλά και των μαγείρων να προσφέρουν πιάτα τα οποία να συνδυάζουν την υψηλή μαγειρική με την τοπική παράδοση και τα οποία να καταλήγουν σε μια νέα δημιουργία και μια ιδιαίτερα απολαυστική εμπειρία, ώστε να μην περιορίζεται ο Έλληνας ή ξένος τουρίστας σε μια κουζίνα τυποποιημένη, χωρίς φαντασία και με προτίμηση στις εύκολες παρασκευές[26].

Ο διάσημος σεφ Γιάννης Μπαξεβάνης, ο οποίος διακρίνεται για την ανεξάντλητη δημιουργικότητά του και την προσήλωση στη γαστρονομική του ιδεολογία, έχοντας δουλέψει αρκετά χρόνια τόσο στη Γαλλία όσο και σε ελληνικά ξενοδοχεία έχει κατασταλαγμένη άποψη για το πώς θα πρέπει να παρέχεται η γαστρονομία στον Έλληνα και ξένο τουρίστα. Υποστηρίζει λοιπόν ότι[27]:

- Τα περισσότερα ξενοδοχειακά εστιατόρια είναι απρόσωπα και δυσκολεύονται να δελεάσουν ακόμη και τον πελάτη του ξενοδοχείου. Το εστιατόριο πρέπει να έχει τη δική του φυσιογνωμία και μια υπόσταση ξεχωριστή από το υπόλοιπο ξενοδοχείο.

[26] **"**Η ξενοδοχειακή κουζίνα του μέλλοντος από τον Γιάννη Μπαξεβάνη",(6/02/2006), www.traveldailynews.gr

[27] **"**Η ξενοδοχειακή κουζίνα του μέλλοντος από τον Γιάννη Μπαξεβάνη",(6/02/2006), www.traveldailynews.gr

- Η κουζίνα πρέπει να αντανακλά την προσωπικότητα του σεφ. Μερικά ελληνικά ξενοδοχεία συνειδητοποίησαν αυτήν την ανάγκη και άρχισαν τα τελευταία χρόνια να συνεργάζονται με επώνυμους σεφ.
- Ο σεφ δεν πρέπει να βρίσκεται μόνο στην κουζίνα αλλά να έχει παρουσία και στη σάλα ώστε να υποδέχεται τους πελάτες και να τους εξηγεί τα πιάτα. Ο πελάτης πρέπει να νιώσει την περιποίηση από τον ίδιο τον σεφ ο οποίος πρέπει να εκτελεί τον ρόλο τόσο του δημιουργού όσο και του οικοδεσπότη.
- Ο σεφ πρέπει να βασίζεται στα υλικά που βγάζει ο τόπος κάθε εποχή.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι, ο βαθμός ελληνικότητας του ξενοδοχειακού γεύματος/δείπνου/πρωινού είναι πρωτίστως θέμα γαστρονομικής κουλτούρας αλλά και της γενικότερης φιλοσοφίας που πρέπει να διέπει τη λειτουργία ενός ξενοδοχείου και όχι απαραίτητα θέμα κόστους.

4.3 Επισκέψιμοι χώροι παραγωγής και μεταποίησης τοπικών προϊόντων και εκτάσεις με καλλιέργειες

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται χώροι που αποτελούν ελκυστικά αξιοθέατα για τους τουρίστες με σκοπό να τους ωθήσουν στην παρακολούθηση της εξέλιξης της ελληνικής γαστρονομίας και να τους μυήσουν στην ιδιαιτερότητα των παραδοσιακών προϊόντων. Αναμφίβολά, οι χώροι παραγωγής που κατεξοχήν είναι επισκέψιμοι είναι τα οινοποιεία της χώρας, των οποίων ο αριθμός παρουσίασε σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια. Ιστορικά, το πρώτο οινοποιείο στην Ελλάδα που έγινε επισκέψιμο ήταν στη Σαντορίνη το 1990 από τον Όμιλο Μπουτάρη. Παρόλα αυτά, στον Ελλαδικό χώρο υπάρχουν και άλλα τέτοια οινοποιεία που έχουν επενδύσει στη δημιουργία επισκέψιμων χώρων, διαθέτουν αίθουσες γευσιγνωσίας, είναι δυνατή η δοκιμή και η αγορά του παραγόμενου προϊόντος ενώ ορισμένα διοργανώνουν και διάφορες σχετικές δραστηριότητες και εκδηλώσεις (πχ, σεμινάρια γευστικής δοκιμής κρασιού).



Ένα αξιοσημείωτο παράδειγμα επισκέψιμου οινοποιείου είναι αυτό του Κτήματος Γεροβασιλείου στην Επανομή Θεσσαλονίκης.Το οινοποιείο που

βρίσκεται λίγα χιλιόμετρα νοτιοανατολικά της Θεσσαλονίκης, περιβάλλεται από αμπελώνα 550 στρεμμάτων όπου καλλιεργούνται ελληνικές και διεθνείς ποικιλίες σύμφωνα με τα πρότυπα του Συστήματος της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, εξασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό όλες τις προδιαγραφές για την παραγωγή ποιοτικών οινοποιήσιμων σταφυλιών. Το Κτήμα Γεροβασιλείου είναι επισκέψιμο στους φίλους του κρασιού αλλά και στους υπόλοιπους ενδιαφερόμενους. Η επίσκεψη περιλαμβάνει μια σύντομη περιήγηση στον αμπελώνα, στους χώρους της παραγωγής, της εμφιάλωσης, της παλαίωσης και στο Μουσείο Οίνου. Παράλληλα, ο επισκέπτης δύναται να δοκιμάσει τα κρασιά του κτήματος στις αίθουσες γευσιγνωσίας του οινοποιείου.

Το Κτήμα δέχεται πολλούς επισκέπτες τόσο από τον Ελλαδικό χώρο όσο και αλλοδαπούς οι οποίοι συνδυάζουν τις διακοπές τους στη Χαλκιδική αλλά και στις γύρω περιοχές, με την επίσκεψη στο συγκεκριμένο χώρο. Επίσης, δέχεται επισκέψεις και από σχολεία, πραγματοποιώντας εκπαιδευτικά προγράμματα για διάφορες ηλικιακές ομάδες. Τέλος, είναι σημαντικό να αναφερθεί το γεγονός ότι το Κτήμα Γεροβασιλείου διαθέτει δική του κουζίνα, προσφέροντας στις διάφορες διαλέξεις και εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στο χώρο του, γεύματα που δίνουν έμφαση στα ελληνικά προϊόντα και προτείνει διάφορους συνδυασμούς φαγητού και κρασιού.

Πέραν των οινοποιείων υπάρχουν και άλλες περιπτώσεις παραγωγικών μονάδων και εργαστηρίων που είναι ανοικτά προς το κοινό,



όπως τυροκομεία, εργαστήρια ζυμαρικών και ποτοποιίες. Αξιόλογο παράδειγμα εργαστηρίου παραδοσιακών αρτοσκευασμάτων και ζυμαρικών αποτελεί η πρότυπη μονάδα μεταποίησης «ΠΕΡΕΚ Ε.Π.Ε.» στον οικισμό Μονοπήγαδο του Τοπικού Διαμερίσματος Αγίου Αντωνίου του Δήμου Βασιλικών Θεσσαλονίκης. Η μονάδα είναι επισκέψιμη και διαθέτει χώρους έκθεσης – πώλησης των προϊόντων της, καθώς και έναν παραδοσιακό χώρο εστίασης όπου ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει την πανδαισία γεύσεων που παράγονται. Καθ' όλη τη διάρκεια της επίσκεψης, προσφέρονται στους τουρίστες (Έλληνες, ξένους-κυρίως Γερμανούς, Σουηδούς, Γάλλους και Άγγλους- καθώς και πολλούς φοιτητές από το πρόγραμμα ERASMUS) ως κέρασμα παραδοσιακά προϊόντα και γίνεται αφήγηση μύθων που σχετίζονται με τον άρτο και των οίνο (κομμάτια της Μυθολογίας μας που αφορούν τη θεά Δήμητρα, την κόρη της την Περσεφόνη, το θεό Διόνυσο κλπ). Χαρακτηριστικό της συγκεκριμένης μονάδας είναι η χρήση αγνών, τοπικών πρώτων υλών όπως το φρέσκο γάλα, το γιαούρτι, τα χωριάτικά αυγά, το αγνό παρθένο ελαιόλαδο καθώς και το γεγονός ότι όλα τα προϊόντα ψήνονται σε παραδοσιακό ξυλόφουρνο.

Όμως, σύμφωνα με την έρευνα του ΣΕΤΕ[28] «Μολονότι όλες οι παραπάνω ενέργειες έχουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο, είναι μεμονωμένες και άρα, σε μικρή κλίμακα. Επίσης, λείπουν εντυπωσιακοί χώροι που θα μπορούσαν να προσελκύσουν έναν αξιοπρόσεκτο αριθμό τουριστών(όπως πχ το ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΑΣ όπου υπάρχει τρενάκι που μεταφέρει τους πελάτες από το ξενοδοχείο στο οινοποιείο του Κτήματος, στο οποίο μπορούν να

[28] "Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού"(2010), www.sete.gr

μυηθούν στα μυστικά της παραγωγής των φημισμένων κρασιών του Porto Carras. Παράλληλα, στην αίθουσα οινογνωσίας μπορούν οι πελάτες να γνωρίσουν από κοντά τα κρασιά, συνοδευόμενα με μεζέδες ελληνικούς, και εκλεκτές συνταγές, με προϊόντα από τις βιολογικές καλλιέργειες του Κτήματος). Τέλος, υπάρχουν περιοχές και εκτάσεις οι οποίες δεν έχουν αξιοποιηθεί επαρκώς όπως ο ελαιώνας της Άμφισσας που αποτελεί τμήμα του Δελφικού Τοπίου, ο αμπελώνας της Νεμέας, το Λεμονοδάσος κοντά στον Πόρο κλπ ».

4.4 Διαδρομές και περιηγήσεις

Οι διαδρομές πολιτισμικού, οινικού, γαστρονομικού και τουριστικού ενδιαφέροντος σε συνδυασμό με τις περιηγήσεις εντός αυτών, αποτελούν μια ακόμη συνιστώσα της ελληνικής γαστρονομικής προσφοράς. Η κατηγορία αυτή αποτελείται από τους «Δρόμους του Κρασιού» και τους «Δρόμους της Ελιάς».

Δρόμους του κρασιού συναντάμε σε πολλές περιοχές της Ελλάδος . «Πρόκειται για μία πρόταση προς τον επισκέπτη να ακολουθήσει μία προκαθορισμένη, επιλεγμένη διαδρομή, ή οποία διασχίζει τα πιο γραφικά σημεία μιας αμπελουργικής ζώνης, να επισκεφτεί επιλεγμένες οινοπαραγωγικές μονάδες, να γευτεί κρασιά τυπικά της περιοχής σε συνδυασμό με πιάτα της τοπικής γαστρονομίας, να θαυμάσει τους χώρους με φυσικό, αρχαιολογικό ή άλλου είδους πολιτιστικό ενδιαφέρον»[29].

Από τους πιο γνωστούς δρόμους του κρασιού στη χώρα μας είναι οι Δρόμοι του Κρασιού της Πελοποννήσου και συγκεκριμένα, οι δρόμοι του κρασιού της Μαντινείας, οι δρόμοι του κρασιού της Νεμέας που περιλαμβάνουν τους παραγωγούς, τους αμπελώνες και τα οινοποιεία όπου και παράγονται τα ονομαστά κρασιά της περιοχής και οι δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδας. Οι τελευταίοι αποτέλεσαν καρπό της πρώτης προσπάθειας που πραγματοποιήθηκε από 13 οινοπαραγωγούς του

[29] www.wineroads.gr

βορειοελλαδικού χώρου, οι οποίοι το 1993 ίδρυσαν την Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος με το διακριτικό τίτλο «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος». Σήμερα, τα 37 μέλη της Ένωσης προτείνουν 41 επισκέψιμα οινοποιεία σε 8 διαδρομές που διασχίζουν απ' άκρη σε άκρη τη Βόρεια Ελλάδα, κάνοντας στάσεις στους σημαντικούς αμπελοτόπους της Θεσσαλίας (Ραψάνη και Κρανιά), της Ηπείρου, της Μακεδονίας και της Θράκης. Ο χάρτης συμπληρώνεται με αξιόλογα εστιατόρια, ταβέρνες, ξενώνες και ξενοδοχεία, καταστήματα με παραδοσιακά προϊόντα, αρχαιολογικοί χώροι και χώρους με εναλλακτικές δραστηριότητες, όλα συνεργαζόμενα μέλη των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος που έχουν αξιολογηθεί βάσει κοινών προδιαγραφών και φέρουν το αντίστοιχο ειδικό σήμα.(στοιχεία παρμένα από το site *www.wineroads.gr*).

Εδώ, δε θα πρέπει να παραλειφθεί το γεγονός ότι οι Δρόμοι του Κρασιού Βορείου Ελλάδος έχουν ενισχυθεί και με ευρωπαϊκή χρηματοδότηση καθώς είχανε ενταχθεί στο LEADER II που αφορούσε δράσεις προβολής αλλά και ενέργειες ώστε να γίνουν επισκέψιμα τα οινοποιεία που είναι ενταγμένα στους δρόμους του κρασιού όπως επίσης και στο LEADER+ που συνέβαλε στο να διευρυνθεί το δίκτυο με διάφορες άλλες επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, εστιατόρια κλπ). Όσον αφορά το ΕΣΠΑ, οι δράσεις οι οποίες προβλέφθηκαν αφορούν τον εκσυγχρονισμό και τη συγχώνευση οινοποιείων.

Τέλος, δρόμοι του κρασιού συναντώνται και σε άλλες περιοχές της Ελλάδος, όπως στην Κρήτη αλλά και στην Κεντρική Ελλάδα.

"Οι Δρόμοι της Ελιάς" είναι διαδρομές πολιτισμού οι οποίες επικεντρώνονται στον καρπό της Ελιάς. Στα πλαίσια αυτού του πολιτιστικού δρώμενου, από το 1998 έως και σήμερα έχουν λάβει χώρα ή έχουν προγραμματιστεί στην Ελλάδα αλλά και σε διάφορες άλλες χώρες οδοιπορικά της ελιάς και πολλές άλλες εκδηλώσεις (όπως πολιτιστικές και εικαστικές εκθέσεις, πολιτιστικές και εμπορικές συναντήσεις κλπ) όπως επίσης ενημερωτικές ημερίδες και σημαντικές εκδόσεις που σχετίζονται με

την ιστορία, τον συμβολισμό και τη σημασία της ελιάς (το σύμβολό της ειρήνης, φιλίας και ευημερίας) αλλά και τη θρεπτική αξία των προϊόντων της. Με τον τρόπο αυτό ο πολιτισμός της ελιάς συμβάλλει στην ενίσχυση των τοπικών οικονομιών και δημιουργεί μια «γέφυρα» επικοινωνίας που ξεκινά από τη Μεσσηνία, την Ελλάδα και τη Μεσόγειο και επεκτείνεται σε όλες τις χώρες του κόσμου. Επιπρόσθετα, ενισχύει τη μεταξύ τους συνεργασία και προωθεί τον τουρισμό και την αειφόρο ανάπτυξη.

4.5 Εκδηλώσεις και γιορτές γαστριμαργίας



Πολλές και αρκετά ενδιαφέρουσες είναι οι γαστρονομικές γιορτές που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα όπου πρωταγωνιστούν διάφορα τοπικά προϊόντα μαγειρεμένα με ποικίλους τρόπους. Ορισμένες από αυτές είναι η Γιορτή φασολάδας (στη Φλώρινα, στην Κέρτεζη Καλαβρύτων, στις Πλαταιές Βοιωτίας κ.α) , η Γιορτή Πατάτας(π.χ. στο Σκλήθρο Φλώρινας), η Γιορτή ροδάκινου στη Κοζάνη (π.χ. στο Βελβεντό επισκέψεις στους χώρους καλλιέργειας και ξεναγήσεις στα αξιοθέατα του Βελβεντού, ενώ λειτουργούν και περίπτερα γευσιγνωσίας και δωρεάν διάθεσης ροδάκινων, μαρμελάδων, καθώς και άλλων τοπικών προϊόντων του Βελβεντού),η Πανελλήνια γιορτή μανιταριού στα Γρεβενά όπου προσφέρεται στους επισκέπτες μανιταρόσουπα και μανιταρόπιτα, η Γιορτή κρασιού(στη Νεμέα, στο Δαφνί, στο Ρέθυμνο, στην Αμφίκλεια Φθιώτιδας κ.α) η Γιορτή σαρδέλας (στο δήμο Καλαμαριάς, στην Αννέζα Άρτας, στη Σκάλα Καλλονής ν. Λέσβου κ.α) όπως επίσης και γιορτές πιπεριάς, καλαμποκιού, σπαραγγιών κλπ.

4.6 Σεμινάρια και μαθήματα Μαγειρικής

Η διοργάνωση σεμιναρίων και μαθημάτων με θέματα μαγειρικής, γευσιγνωσίας και διατροφής έχει αρχίσει τα τελευταία χρόνια να κερδίζει όλο και περισσότερους οπαδούς και στη χώρα μας. Μέσω αυτών οι επισκέπτες είτε παρακολουθούν σεμινάρια μαγειρικής είτε συμμετέχουν ενεργά στην

παρασκευή τους και στο τέλος γεύονται τις δημιουργίες τους. Αξιοσημείωτα παραδείγματα είναι τα ακόλουθα:

Στη Σαντορίνη στο εστιατόριο "Selene"[30] του Γιώργου Χατζηγιαννάκη στην Καλντέρα της Σαντορίνης όπου έχει δημιουργηθεί "σχολή" γαστρονομίας η οποία αναδεικνύει τις σαντορινιές συνταγές σε έλληνες και ξένους τουρίστες μέσα από μονοήμερα σεμινάρια στην αγγλική γλώσσα ή και στα ελληνικά κατόπιν ζήτησης. Περιλαμβάνει γευσιγνωσία τοπικών προϊόντων, κυκλαδίτικων τυριών και κρασιών, παρασκευή τεσσάρων συνταγών (ορεκτικό, σαλάτα, κυρίως πιάτο, γλυκό) στην κουζίνα του "Selene" και γεύμα.

Στην Ικαρία στα πλαίσια του σεμιναρίου Glorious Greek Kitchen School[31] η κ. Νταϊάνα Κόχυλα οργανώνει μαθήματα νησιώτικης ελληνικής μαγειρικής στη Βίλα Θανάση, ένα παραδοσιακό σπίτι με κατάφυτο κήπο, στο χωριό Χριστός.

Στη Κρήτη, στο αγροτόσπιτο –ταβέρνα «Λογάρι»[32] στο χωριό Καταλαγάρι του Ηρακλείου στα εβδομαδιαία, πενθήμερα και τριήμερα προγράμματα που διοργανώνονται κάθε εποχή του έτους, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να συμμετάσχουν σε σεμινάρια αναγνώρισης χόρτων, παραγωγής μούστου και ρακής. Ακόμη, παρουσιάζονται κρητικές συνταγές και γίνονται προσπάθειες να έρθουν οι τουρίστες σε επαφή με τις διατροφικές συνήθειες της Κρήτης.

Επίσης, στο χωριό Βάμος στο νομά Χανίων παραδίδονται μαθήματα μαγειρικής κρητικών παραδοσιακών γεύσεων και σεμινάρια παραγωγής μούστου, τσικουδιάς και λαδιού, τα οποία τα οργανώνει ο οργανισμός εναλλακτικού τουρισμού Βάμος Α.Ε. Οι συμμετέχοντες μαγειρεύουν,

[30] www.selene.gr

[31] www.dianekochilas.com

[32] www.logari.gr

δοκιμάζουν και απολαμβάνουν τις κρητικές συνταγές και παρασκευάζουν ιδιαίτερα νόστιμα τοπικά εδέσματα[33].

Επιπρόσθετα, μαθήματα γνήσιας ελληνικής κουζίνας παραδίδει στο σπίτι της στην Απολλωνία της Σίφνου η κα Ρόνια Αναστασιάδου.

Τέλος, αξιόλογες είναι και οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται από την Wine Plus η οποία διοργανώνει σειρά σεμιναρίων κρασιού, κάθετων γευστικών δοκιμών, εργαστηρίων γεύσης και μαθημάτων μαγειρικής (μεσογειακής και πολυεθνικής κουζίνας) καθώς επίσης και γαστρονομικών δείπνων[34].

4.7 Μουσεία και εκθεσιακοί χώροι

Σε όλη τη χώρα ο επισκέπτης μπορεί να αναζητήσει και να βρει μουσεία αλλά και εκθεσιακούς χώρους που παρουσιάζουν όλη τη διαδικασία της παραγωγής του προϊόντος (σύγχρονους και παραδοσιακούς) όπως επίσης και εργαλεία και αντικείμενα που σχετίζονται με το προϊόν. Ορισμένα από αυτά είναι τα ακόλουθα:

Μουσείο του ούζου Βαρβαγιάννη στη Λέσβο. Το σημαντικότερο έκθεμα είναι οι πρώτοι αποστακτήρες ούζου αλλά και εργαλεία κατασκευής βαρελιών, γυάλινα και μεταλλικά δοχεία για τη φύλαξη του ούζου, παλιά ποτήρια και φιάλες ούζου αλλά και όργανα αλκοομέτρησης

Κέντρο μελισσοκομίας και φυσικής ιστορίας της μέλισσας στη Ρόδο. Μουσείο αφιερωμένο στη μέλισσα και το μέλι. Οι επισκέπτες μπορούν να ενημερωθούν λεπτομερώς για τη βιολογία της μέλισσας, τα διαφορετικά είδη μελιού ανά τον κόσμο και να δουν τα εργαλεία, τις κυψέλες αλλά και όλα τα μηχανήματα που έχουν χρησιμοποιηθεί για την παρασκευή του μελιού μέσα στο χρόνο.



[33] www.vamossa.gr

[34] *www.wineplus.gr*

Μουσείο Ελιάς στη Σπάρτη. Τα εκθέματα περιλαμβάνουν κείμενα, σχέδια, φωτογραφίες, και αντίγραφα εργαστηρίων μέσα από τα οποία μπορεί κάποιος να μάθει λεπτομέρειες για την ιστορία της ελιάς από την αρχαιότητα έως σήμερα καθώς και την εξέλιξη των ελληνικών ελαιοπιεστηρίων.

Μουσείο Οίνου Γεροβασιλείου στην Επανομή Θεσσαλονίκης όπου εκτίθενται δυο μεγάλες συλλογές, η συλλογή ανοικτηριών (πάνω από 2000 αντικείμενα, ορόσημα τεχνολογικής εξέλιξης, υψηλής αισθητικής και κοινωνικού συμβολισμού) μπουκαλιών και αγγείων και η συλλογή εργαλείων αμπελουργίας, οινοποίησης και εμφιάλωσης.



Μουσείο Οίνου Κουτσογιαννόπουλου στη Σαντορίνη. Υπόσκαφο Μουσείο Οίνου 8 μέτρα κάτω από τη γη σε σχήμα λαβύρινθου, όπου παρουσιάζεται η ιστορία του κρασιού και η ζωή του Σαντορινιού αμπελουργού από το 1660 έως το 1970. Μέσω των αναπαραστάσεων με κινητά και ακίνητα ομοιώματα και της αυτόματης προσωπικής ξενάγησης σε 9 γλώσσες, ο επισκέπτης περιηγείται στην ιστορία του κρασιού και παρακολουθεί όλα τα στάδια της παραγωγής του.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Για να μπορέσει να αποτελέσει η γαστρονομία βασικό παράγοντα που θα ωθήσει τους τουρίστες να επιλέξουν την Ελλάδα ως προορισμό για τις διακοπές τους, θα πρέπει να σχεδιαστούν κατάλληλες προωθητικές ενέργειες έτσι ώστε να καθιερωθεί ως χώρα με σημαντική γαστρονομική προσφορά. Οι ενέργειες αυτές θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν με την χρήση των ακόλουθων επικοινωνιακών εργαλείων:

5.1 Χρήση του διαδικτύου[35]

Η χρήση της διαδικτυακής πύλης αποτελεί ίσως το πιο καθοριστικό εργαλείο για την προβολή της ελληνικής γαστρονομίας. Ως γνωστόν, η ιστοσελίδα αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μεταξύ μιας εταιρίας και του καταναλωτή, αλληλεπιδρώντας μεταξύ των δύο πλευρών για την δημιουργία της εμπειρίας του καταναλωτή οπότε αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο στην διαδικασία της επικοινωνίας του Ηλεκτρονικού εμπορίου. Αποτελεί ένα είδος εικονικής παρουσίασης των προϊόντων, του προωθητικού υλικού, του τιμοκατάλογου και των πωλήσεων/σημείων διανομής της επιχείρησης. Επομένως, αποτελεί η ιστοσελίδα, τη λειτουργική πλατφόρμα αλληλεπίδρασης και συναλλαγής με τους WEB καταναλωτές.

Βέβαια, στο επίσημο τουριστικό portal του ελληνικού τουρισμού(www.gnto.gr) γίνεται ειδική αναφορά για την ελληνική γαστρονομία και ιδιαίτερα στα βασικά συστατικά της και στη φιλοσοφία και την ατμόσφαιρα που τη χαρακτηρίζουν, παρόλα αυτά όμως, κρίνεται αναγκαίο να δημιουργηθεί και μια ιστοσελίδα η οποία θα είναι αφιερωμένη αποκλειστικά στην ελληνική κουζίνα είτε σα σύνολο χώρας είτε να αφορά τοπικές κουζίνες. Η ιστοσελίδα αυτή, θα πρέπει να σχεδιαστεί με τέτοιον τρόπο ώστε να είναι εύχρηστη και ιδιαίτερα φιλική προς τον χρήστη ώστε να

[35] Σιγάλα Μαριάννα (2009), Νέες Τεχνολογίες στον Τουρισμό , σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

του ελκύει το ενδιαφέρον. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να έχει μουσική, φωτογραφίες, εικόνες και βίντεο που θα απεικονίζουν πιάτα με ελληνικά φαγητά, ελληνικά τοπία, εστιατόρια, ταβέρνες, εστιατόρια ξενοδοχείων, ζαχαροπλαστεία κλπ. Τα κείμενα που θα υπάρχουν θα πρέπει να είναι γραμμένα σε όσο το δυνατόν περισσότερες γλώσσες και επίσης θα πρέπει να παρέχεται η μέγιστη δυνατή πληροφόρηση πάνω στην ελληνική γαστρονομία η οποία θα μπορεί να προωθείται και με τη χρήση διαφόρων μυθολογικών θεών και ιστορικών ηρώων(Θεά Δήμητρα, Θεός Απόλλωνας, διατροφικές συνήθειες αρχαίων ελλήνων, βυζαντινών αυτοκρατόρων κλπ). Όμως, η πληροφόρηση δε θα πρέπει να περιορίζεται αποκλειστικά σε θέματα γαστρονομίας. Αντίθετα, θα πρέπει να είναι δυναμική δηλαδή να ενημερώνεται και να επικαιροποιείται συνεχώς και να παρέχει πληροφορίες[36]:

- ✓Σχετικά με το πως μπορεί ο επισκέπτης να φτάσει στον προορισμό, εναλλακτικά μεταφορικά μέσα, αριθμός των οινοποιείων και εργαστηρίων που μπορεί να επισκεφτεί, τιμές κλπ.
- ✓Πληροφορίες σχετικά με τις επιπρόσθετες υπηρεσίες στον προορισμό όπως κέντρα υγείας, κέντρα πληροφόρησης, ενοικίασης αυτοκινήτων, ωράρια εμπορικών καταστημάτων κλπ
- ✓Σχετικά με τα διάφορα τουριστικά θέλγητρα υλικά και άυλα του προορισμού όπως πανηγύρια, μουσεία, παραλίες, αθλητικά και άλλα πολιτιστικά γεγονότα, εορταστικές εκδηλώσεις κλπ
- ✓Σχετικά με τις διάφορες εναλλακτικές λύσεις και δυνατότητες καταλυμάτων όπως ξενοδοχεία, κάμπινγκ, ξενώνες κλπ
- ✓Αναφορικά με την πραγματική κατάσταση-συνθήκες στον προορισμό, π.χ. καιρός, πολιτικές εξελίξεις, τιμές συναλλάγματος κλπ

Επίσης, η πλοήγηση θα πρέπει να είναι τέτοια ώστε κάθε ενδιαφερόμενος να μπορεί να εντοπίζει εύκολα την πληροφορία που αναζητά.

[36] Σιγάλα Μαριάννα (2009), Νέες Τεχνολογίες στον Τουρισμό , σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

Ειδικότερα, θα πρέπει να υπάρχει εξειδικευμένο περιεχόμενο για κάθε κοινό-στόχο δηλαδή ξεχωριστές σελίδες για τουρίστες (Έλληνες και ξένους), δημοσιογράφους, επαγγελματίες του τουρισμού, επαγγελματίες της γαστρονομίας. Τέλος, θα πρέπει ν υπάρχουν και μηχανές αναζήτησης για μεγαλύτερη διευκόλυνση αλλά και on line διαφημίσεις.

Συνεπώς, για την επίτευξη των παραπάνω στόχων αλλά και για την ενίσχυση της λειτουργικότητας της εν λόγω διαδικτυακής πύλης, κρίνεται αναγκαία η χρήση των εργαλείων του Web 2 (ιστολόγια, κατηγοριοποίηση/ταξινόμηση περιεχομένου από τους χρήστες, κοινωνικά δίκτυα όπως το facebook, my space κλπ) τα οποία επιδρούν σημαντικά τόσο στην τουριστική ζήτηση όσο και στην τουριστική προσφορά. Συγκεκριμένα, οι τουρίστες-πελάτες μέσω της χρήσης των συγκεκριμένων εργαλείων μετατρέπονται από παθητικοί σε ενεργητικοί δέκτες καθότι συμμετέχουν ενεργά στον σχεδιασμό, στην παραγωγή και στη διαφήμιση των τουριστικών εμπειριών ενώ μέσω της διαπεραστικότητας που προσφέρεται είναι δυνατή η ανταλλαγή σχολίων και διάχυση πληροφόρησης, εμπειριών και γνώσης. Παράλληλα, από την πλευρά τους, οι τουριστικές επιχειρήσεις δύνανται να κάνουν πιο αποτελεσματικό το μάρκετινγκ αλλά και τις λειτουργίες εξυπηρέτησης των καταναλωτών (π.χ. μέσω της επικοινωνίας με τον πελάτη και των κριτικών του μπορούν να βελτιώσουν το προσφερόμενο προϊόν, να κάνουν δημόσιες σχέσεις και έτσι να προωθήσουν πιο εύκολα το προϊόν τους, να δημιουργήσουν νέα προϊόντα που να ανταποκρίνονται στα γούστα των τουριστών-πελατών κλπ).

Με τον τρόπο αυτό, το συγκεκριμένο portal θα λειτουργήσει και ως ευρετήριο των επιχειρήσεων που αποτελούν τους καλύτερους πρεσβευτές της ελληνικής οινο-γαστρονομίας. Οι επισκέπτες θα μπορούν να ανατρέξουν στις ηλεκτρονικές σελίδες προκειμένου να βρουν, μεταξύ άλλων, προτάσεις για εστιατόρια, επισκέψιμα οινοποιεία, εργαστήρια ζυμαρικών και παραδοσιακών γλυκών και ηδύποτων, εμπορικά καταστήματα που πωλούν τοπικά προϊόντα καθώς και για επιχειρήσεις που προσφέρουν μαθήματα μαγειρικής και προγράμματα οινογνωσίας.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ηλεκτρονική πύλη της AegeanCuisine[37] με τοπικές συνταγές της Δωδεκανήσου και των Κυκλάδων, καθώς και με το αναλυτικό επιχειρησιακό σχέδιο του προγράμματος που περιλαμβάνει τις ενέργειες εμπορικής και επικοινωνιακής ανάδειξης της αιγαιοπελαγίτικης οινο-γαστρονομίας ενώ παρέχονται πληροφορίες και για τις γιορτές που γίνονται στα νησιά και συνδέονται με την οινο-γαστρονομική παράδοση.

Η ηλεκτρονική πύλη δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του προγράμματος AegeanCuisine, μιας πρωτοβουλίας για την προώθηση της αιγαιοπελαγίτικης γαστρονομίας που υλοποιεί το Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ) Νοτίου Αιγαίου με τη στενή συνεργασία των Επιμελητηρίων Δωδεκανήσου και Κυκλάδων[38].

5.2 Ενέργειες δημοσιότητας και Φιλοξενίας[39]

Ένα ακόμη αποτελεσματικό μέτρο για την προβολή της ελληνικής κουζίνας είναι οι ενέργειες δημοσιότητας και φιλοξενίας. Συγκεκριμένα, οι ιθύνοντες θα μπορούσαν διοργανώνοντας κάποιο ταξίδι ή συνέδριο για να φέρουν σε διάφορες περιοχές της Ελλάδος δημοσιογράφους είτε Έλληνες είτε ξένους και έτσι προσφέροντας τους τοπικά εδέσματα και ποτά να τους φέρουν κοντά με την ντόπια γαστρονομία, εξασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό την επιθυμητή δημοσιότητα (ενέργειες φιλοξενίας).

Αναφορικά με τις ενέργειες δημοσιότητας, θα πρέπει να συντάσσονται και να αποστέλλονται δελτία τύπου προβάλλοντας το γαστρονομικό προιόν καθώς και να οργανωθεί και να διανεμηθεί ένα press kit που θα περιλαμβάνει μια παρουσίαση του ποιος είναι ο οργανισμός και ο προορισμός καθώς και κάποια άρθρα που να αφορούν την ιστορία του

[37] www.AegeanCuisine.gr.

[38] Βίκυ Καραντζαβέλου, "Την ηλεκτρονική του πύλη εγκαινιάζει το πρόγραμμα προώθησης της "AegeanCuisine", (31/10/2008, www.traveldailynews.gr

[39] Κούτουλας, Δ. 2009, «Σχεδιασμός και Εφαρμογή Μάρκετινγκ Στους τουριστικούς Προορισμούς», σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

τόπου, λαογραφία ή και μυθολογία και στη συνέχεια αυτό να αποσταλεί σε επιλεγμένα μέσα ενημέρωσης (ηλεκτρονικά, έντυπα κλπ).

5.3 Στοχευμένες καταχωρήσεις/διαφημιστικές καμπάνιες

Δε θα πρέπει να γίνονται ανούσιες καταχωρήσεις σε διαφόρου είδους περιοδικά οι οποίες είναι αναποτελεσματικές και οικονομικά σπάταλες. Αντιθέτως, θα μπορούσαν να γίνουν στοχευμένες διαφημιστικές ενέργειες (π.χ. σε περιοδικά γαστρονομικού-οινικου περιεχομένου) οι οποίες θα απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους και όχι μόνο στο μαζικό τουρίστα (ο οποίος επιθυμεί να απολαύσει στις διακοπές του φαγητό με συγκεκριμένο κόστος, συνήθως χαμηλό).Μέσα από αυτές τις καταχωρήσεις οι συγκεκριμένες ομάδες στόχοι θα μπορούν να ενημερώνονται τόσο για το γαστρονομικό προφίλ της επιχείρησης αλλά και για κάποια ειδική προσφορά (π.χ. για κάθε γεύμα τεσσάρων ατόμων προσφέρεται δωρεάν ένα μπουκάλι κρασί) που μπορεί να προκύψει.

5.4 Χρήση ελληνικής κουζίνας και μπουφέ σε δημόσιες εκδηλώσεις

Σε κάθε είδους εκδηλώσεις που γίνονται από τα Υπουργεία ή από δημόσιους οργανισμούς, δεξιώσεις, εκθέσεις στο εξωτερικό ή εσωτερικό κλπ στις οποίες υπάρχει και φαγητό/μπουφέ, θα είναι προτιμότερο να χρησιμοποιούνται ελληνικά προϊόντα, ελληνικά εδέσματα και ελληνικά κρασιά/αναψυκτικά ώστε με τον τρόπο αυτό να προβάλλεται η ελληνική γαστρονομία. Για παράδειγμα, με «πρωταγωνιστές» το παρθένο ελαιόλαδο, βότανα της ελληνικής γης, εκλεκτά κρασιά εγχώριας παραγωγής και παραδοσιακά γλυκίσματα μπορούν να προσφερθούν πιάτα νοστιμότατα, εύπεπτα και πάνω από όλα, ελληνικότατα.

5.5 Συνεδριακός τουρισμός και ελληνική γαστρονομία

Για τη χώρα μας, η προβολή της στο παγκόσμιο σκηνικό ως ιδανικός συνεδριακός προορισμός αποτελεί βασική προτεραιότητα καθότι συνήθως οι σύνεδροι που μετέχουν σε μεγάλα επιστημονικά συνέδρια, είναι τουρίστες υψηλού εισοδήματος που συνδυάζουν τη συμμετοχή τους στα συνέδρια με τουριστικές επισκέψεις των ίδιων ή και μελών της οικογένειας τους και

δημιουργούν εμπορική κίνηση στην τοπική αγορά. Όμως, με πολύ απλές και οικονομικά συμφέρουσες κινήσεις, μέσω των ενεργειών για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θα μπορούσε να επωφεληθεί και ο γαστρονομικός τουρισμός και να αναδειχθεί η ελληνική παραδοσιακή κουζίνα που αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του πολιτιστικού μας αποθέματος.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου, θα πρέπει η διατροφή που προσφέρεται στα συνέδρια ή στις δεξιώσεις που ακολουθούν μετά από αυτά (φαγητά, γλυκά, ποτά κλπ.)να προβάλλει την ελληνική κουζίνα και, όπου είναι δυνατό, τις τοπικές σπεσιαλιτέ. Επίσης, θα μπορούσε να υπάρχει κοντά στον μπουφέ ή από όπου γίνεται η παραλαβή των φαγητών από τους συνέδρους, μια «αφίσα» ή κάποιο ενημερωτικό φυλλάδιο (τουλάχιστον στην Αγγλική γλώσσα),που να περιγράφει τα είδη που προσφέρονται, τα συστατικά τους, την προέλευσή τους , τον τρόπο κατασκευής και ενδεχομένως τους χώρους που μπορούν να επισκεφτούν και να γνωρίσουν τη διαδικασία παραγωγής

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Έχοντας λοιπόν παρουσιάσει σε προηγούμενο κεφάλαιο το πώς διαμορφώνεται σήμερα η προσφορά της χώρας μας στον τομέα της γαστρονομίας, διαπιστώνουμε ότι εμφανίζονται ορισμένες παθογένειες κυρίως στους τομείς της τοπικής και ξενοδοχειακής κουζίνας.

Το βασικότερο πρόβλημα, όπως έχει τονιστεί αλλεπάλληλα, είναι ότι δε δίνεται προτεραιότητα στη προσφορά ελληνικών παραδοσιακών εδεσμάτων και στη χρήση ελληνικών πρώτων υλών. Δυστυχώς, οι ταβέρνες, τα εστιατόρια αλλά και τα καταλύματα με χώρους εστίασης δε δίνουν τη σημασία που αρμόζει στα παραδοσιακά πιάτα της περιοχής τους. Κυρίως, όσον αφορά τη ξενοδοχειακή κουζίνα θα μπορούσαν να προσφέρονται μενού αποτελούμενα αποκλειστικά από ελληνικά προϊόντα, τα οποία θα εξειδικεύουν παραδοσιακές ελληνικές συνταγές. Για παράδειγμα, στα



ξενοδοχεία της Θράκης να προσφέρεται θρακιώτικη σκορδαλιά με καρύδια, κοτόπουλο με λάχανο τουρσί, τσιγιεροσαρμάδες και γλυκιά κολοκυθόπιτα. Στα ξενοδοχεία της Πελοποννήσου λαγότο, κόκορας με μακαρονάδα και γουρουνόπουλο ψητό ενώ στα ξενοδοχεία των Κυκλάδων αχινομακαρονάδα, ρεβίθια με λαχανικά, χταπόδι με μελιτζάνες και μελιτίνια. Βέβαια, το μαγείρεμα τους οφείλει να γίνεται με τη χρήση ντόπιων τυριών, λαχανικών, φρούτων και των υπόλοιπων πρώτων υλών, ώστε να δοθεί στο μενού έμφαση και στην εντοπιότητα των υλικών. Επίσης, και στο πρωινό θα μπορούσαν να



προσφέρονται, πέραν των συνηθισμένων (μαρμελάδα, μερέντα, τυριά αγνώστου προελεύσεως, βούτυρο, ψωμάκια, φρυγανιές, κέικ, κρουασάν κλπ), πίτες της περιοχής (τυρόπιτες, σπανακόπιτες, μυζηθρόπιτες, κολοκυθόπιτες, πρασόπιτες, τσουκνιδόπιτες, γαλατόπιτες κλπ), ντόπια γλυκά του κουταλιού και μαρμελάδες, τσουρέκι, κρέπες-τηγανίτες (ή όπως είναι γνωστές σε κάποιες περιοχές ως λαγγίτες), ξεροτήγανα, αυγά χωριάτικα, βούτυρο της περιοχής, τραχανά κόκκινο ή ξινό, χυλοπίτες κλπ. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι με απλά και φρέσκα προϊόντα της ελληνικής γης μπορούν να δημιουργηθούν παραδοσιακά πιάτα υψηλού επιπέδου, τα οποία μπορούν να συναγωνιστούν δυναμικά αυτά που προέρχονται από ξένες κουζίνες. Σε αυτή τη προσπάθεια θα ήταν αποτελεσματική και η χρήση των ελληνικών βοτάνων στα προσφερόμενα πιάτα, ιδιαίτερα από τα ξενοδοχεία. Η ελληνική φύση είναι προικισμένη με πληθώρα αρωματικών φυτών και βοτάνων που είναι απολαυστικά στη γεύση και αναδύουν μοναδικές μυρωδιές και τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη παρασκευή εδεσμάτων, κεντρίζοντας με τον τρόπο αυτό το ενδιαφέρον των εκλεπτυσμένων και μη, γαστρονομικών τουριστών. Παράλληλα, η χρήση των ελληνικών βοτάνων στη μαγειρική θα μπορούσε να αποτελέσει και πόλο έλξης για τους φίλους του οικοτουρισμού οι οποίοι, όντες λάτρεις του φυσικού περιβάλλοντος, θα γοητεύονταν σημαντικά από την προσφορά τέτοιου είδους πιάτων.

Βέβαια, αξίζει να αναφερθεί ότι πολλά εστιατόρια-ξενοδοχεία κάνουν κάποιες κινήσεις για προβάλουν την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα, διοργανώνοντας βραδιές γεύσεων, κατά τη διάρκεια των οποίων παρουσιάζονται διάφορα πιάτα της τοπικής κουζίνας της περιοχής τους. Παράλληλα όμως, θα μπορούσαν να καθιερώσουν τη διοργάνωση διάφορων «γευστικών ταξιδιών ανά την Ελλάδα», προσφέροντας κάθε φορά πιάτα αλλα και κρασιά από διάφορες περιοχές (πχ νησιά Αιγαίου, Ιονίου, Ηπειρώτικες γεύσεις κλπ). Με τον τρόπο αυτό οι επισκέπτες θα έρχονται σε επαφή, όχι μόνο με τις τοπικές γαστρονομικές γεύσεις αλλά και με αυτές της υπόλοιπης Ελλάδος. Επιπρόσθετα, θα μπορέσουν να προσελκύσουν με



αυτό τον τρόπο και ένα ειδικότερο κοινό, που διέπεται από συγκεκριμένες διατροφικές συνήθειες και επιθυμεί να γνωρίσει λεπτομερώς και σε βάθος τις εξεζητημένες τοπικές γαστρονομικές δημιουργίες.



Παράλληλα, πρόβλημα εντοπίζεται και στην αδυναμία των μαγείρων να δημιουργούν ελεύθερα -με ιδιαίτερη έμφαση στη ποιότητα των υλικών που χρησιμοποιούν- αφού πολύ συχνά περιορίζονται από οικονομικούς παράγοντες. Δυστυχώς όμως, οι ξενοδόχοι και εστιάτορες συνήθως δίνουν σημασία σε μεγάλο ποσοστό, σε παράγοντες οικονομικούς και όχι ποιοτικούς, με αποτέλεσμα οι Chef να είναι αναγκασμένοι εκ των πραγμάτων να μη λειτουργούν με τον τρόπο που πραγματικά θα ήθελαν. Παρόλα αυτά, σήμερα ευτυχώς τα πράγματα κάπως βελτιώνονται και γίνονται προσπάθειες να δημιουργηθούν αυτές οι προϋποθέσεις που είναι αναγκαίες για να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα, τόσο σε θέματα ποιότητας όσο και σε θέματα υγιεινής. Άλλωστε, η επένδυση αυτή θα επιφέρει κέρδος μακροχρόνια και θα συνεισφέρει καταλυτικά τόσο στην ικανοποίηση του πελάτη όσο και στην αναβάθμιση των προσφερομένων υπηρεσιών στον τομέα της εστίασης.

Όσον αφορά τη διαδικασία του μαγειρέματος, παρατηρούμε ότι δε λείπουν περιπτώσεις όπου αυτό γίνεται επιπόλαια και με προχειρότητα. Αντί αυτού, επιβάλλεται να γίνεται από άτομα που είναι επαγγελματίες στο είδος τους, θέτουν ως προτεραιότητα την ικανοποίηση του καταναλωτή και όχι την εκμετάλλευση του, προσπαθώντας να βγάλουν εύκολο κέρδος εξαπατώντας τον.

Επιπλέον, όπως έχει ήδη προαναφερθεί προβλήματα παρουσιάζονται στο θέμα της προσφοράς και χρήσης ελληνικού κρασιού. Οι ξενοδόχοι και εστιάτορες θα πρέπει να αλλάξουν νοοτροπία και να απεγκλωβιστούν από την ιδέα ότι το ξένο κρασί (π.χ. το γαλλικό) είναι απαραίτητα καλύτερο.

Οφείλουν να έρθουν σε επαφή με το ελληνικό κρασί και να το γνωρίσουν, ώστε να το εντάξουν στα προσφερόμενα μενού τους. Αυτό κάλλιστα μπορεί να γίνει εφικτό μέσω της συμμετοχής τους σε διάφορες οινολογικές εκθέσεις (πχ, το ΟΙΝΟΡΑΝΑ, τα ΒορΟΙΝΑ κλπ) οι οποίες μάλιστα θα μπορούσαν να αναφέρονται αποκλειστικά σε επαγγελματίες. Μέσω οινογευστικών δοκιμών θα μπορέσουν να εκτιμήσουν την αξία του και να συνειδητοποιήσουν ότι αποτελεί εγγύηση αλλά παράλληλα και μια οικονομικά συμφέρουσα λύση. Επίσης κρίνεται αναγκαίο τα οινοποιεία να συνεργάζονται μεταξύ τους και να δημιουργούν συνεταιρισμούς, αφού οι οργανωμένες και συντονισμένες προωθητικές ενέργειες είναι αναμφίβολα πιο αποτελεσματικές από τις μεμονωμένες.

Όπως καθίσταται σαφές από τα προλεχθέντα, θα πρέπει τα ελληνικά εδέσματα και τα τοπικά προϊόντα να προβάλλονται πρωτίστως από τους ίδιους τους εστιάτορες και τους ξενοδόχους. Μέσα από αυτή τη διαδικασία , έχουν τη δυνατότητα να γίνουν οι ίδιοι πρεσβευτές της τοπικής γαστρονομικής παράδοσης. Θα πρέπει, λοιπόν, να απεγκλωβιστούν από την ιδέα ότι η ξένη κουζίνα είναι πιο εντυπωσιακή και περισσότερο επιθυμητή από τον καταναλωτή και να συνειδητοποιήσουν ότι η ελληνική κουζίνα μπορεί να τη «συναγωνιστεί» ισάξια, γιατί τα προϊόντα που τη συνθέτουν είναι ό, τι καλύτερο για την υγεία.

Τέλος, καθοριστικός είναι εδώ ο ρόλος της πολιτικής ηγεσίας και του ΕΟΤ, οι οποίοι έχουν αντιληφθεί τη σημασία της ελληνικής παραδοσιακής γαστρονομίας και γι' αυτό την έχουν θέσει ως μια από τις άμεσες προτεραιότητες στο τομέα της ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Στις προσπάθειες του ΕΟΤ για τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος δίνεται πρωταρχική σημασία στον γαστρονομικό τουρισμό με βάση τη μεσογειακή διατροφή και το λάδι που παίζει σημαντικό ρόλο σε αυτή. Αυτό γίνεται εμφανές τόσο με την προώθηση του προγράμματος για το Σήμα Ποιότητας της Ελληνικής Κουζίνας όσο με την προβολή των ελληνικών προϊόντων(μαστίχα, μέλι, κρασί, ελαιόλαδο, κρόκο Κοζάνης κλπ) στις τουριστικές εκθέσεις και διεθνείς εκθέσεις που παίρνει μέρος, όπου εκεί πραγματοποιούνται και εκδηλώσεις γευσιγνωσίας. Κυρίως

όμως επιτυγχάνεται μέσω της διαφημιστικής του καμπάνιας σημαντικό στοιχείο της οποίας αποτελεί το τρίπτυχο Πολιτισμός– Γαστρονομία– Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Είναι γεγονός ότι ο ελληνικός τουρισμός διανύει δύσκολη περίοδο. Οι βασικότεροι παράγοντες στους οποίους αποδίδεται αυτή η σοβαρή κρίση, θεωρούνται οι ακόλουθοι: α) η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση, β) τα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα που πλήττουν τον τουρισμό μας και γ) η αρνητική εικόνα της χώρας μας, ως συνέπεια των καταστροφικών επεισοδίων στην Αθήνα και στις άλλες πόλεις της Ελλάδος.

Πολύ πριν ακόμα ξεσπάσει η παγκόσμια οικονομική κρίση, ο ελληνικός τουρισμός είχε ήδη έντονα σημεία παθογένειας με σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα που σταδιακά τον οδηγούσαν σε απώλεια του ανταγωνιστικού του πλεονεκτήματος από άποψη σχέσης ποιότητας-τιμής (value for money), συγκριτικά με τους νέους ανταγωνιστές στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου που για το ίδιο τουριστικό προϊόν, έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος παραγωγής και επομένως, πολύ χαμηλότερη τιμή. Εμφανή συμπτώματα αυτής της παθογένειας είναι η συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου, η μείωση της διαπραγματευτικής μας ικανότητας – που εκδηλώνεται με φαινόμενα όπως οι στάσιμες ή μειούμενες τιμές, αλλά και η σταθερή υποβάθμιση του οικονομικού και κοινωνικού προφίλ του μέσου τουρίστα[40]. Για τους λόγους αυτούς, η Ελλάδα οφείλει να βρει τρόπους οι οποίοι θα αναζωογονήσουν το τουριστικό της προιόν και θα την φέρουν και πάλι σε ισχυρή θέση. Μία λοιπόν λύση, της οποίας τα αποτελέσματα θα μπορούσαν να εξελιχθούν σε εντυπωσιακά, είναι η επένδυση στην αυθεντική ελληνική κουζίνα και στην γαστρονομία του τόπου

[40] *«Οι επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης στον τουρισμό της Κρήτης, Προτάσεις για ανάκαμψη», www.cretanews.com*

μας, καθώς η Ελλάδα δεν έχει τίποτα να ζηλέψει από τις χώρες αυτές που διεκδικούν το γαστρονομικό τουρισμό (πχ Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία).

Η γεύση αποτελεί πολύτιμο στοιχείο του πολιτισμού της χώρας μας. Τα ελληνικά προϊόντα διακρίνονται για την αυθεντικότητα τους και η παραδοσιακή ελληνική κουζίνα για τον απαράμιλλο συνδυασμό συστατικών πρώτης ποιότητας ενώ το τυπικό ελληνικό φαγητό μπορεί να είναι όσο απλό ή όσο πολύπλοκο το θέλει κανείς, πολύχρωμο και γεμάτο με δυνατές γεύσεις. Παρόλα αυτά, κρίνεται αναγκαίο να γίνουν κάποιες ενέργειες και να ληφθούν ορισμένα μέτρα ώστε να βελτιωθεί η γαστρονομική προσφορά της χώρας μας για να μπορέσει να καθιερωθεί η Ελλάδα ως ένας δημοφιλής γαστρονομικός προορισμός. Ως εκ τούτου προτείνεται:

1. Κατ' αρχάς, είναι ανάγκη τα προϊόντα τα οποία προσφέρονται από τα εστιατόρια, τις ταβέρνες και τα ξενοδοχεία να χαρακτηρίζονται για την εντοπιότητα τους, τη φρεσκάδα τους, την εποχικότητά τους και την παρασκευή τους με όρεξη και όχι «στο πόδι». Να μη χρησιμοποιούνται δηλαδή ξένα τυριά αλλά ελληνική φέτα, ξινομυζήθρα, κασέρι, κρητική γραβιέρα κλπ. Τα υλικά να είναι της εποχής τους διότι πχ δε μπορείς να κάνεις το χειμώνα ντοματοκεφτέδες όταν η ντομάτα είναι εκτός εποχής και άνοστη. Το ελαιόλαδο θα πρέπει να προσφέρεται άφθονα και να μην είναι αγνώστου προέλευσης αλλά ελληνικό, διότι με αυτές τις ενέργειες καταστρέφεται και παραποιείται η ελληνική γεύση. Γ' αυτό θα πρέπει να προσφέρεται κουζίνα ελληνική, γνήσια και τίμια, και να χαρακτηρίζεται από επαγγελματισμό και το σεβασμό προς τον πελάτη.



2. Επίσης, το προσωπικό που εξυπηρετεί τους πελάτες θα πρέπει να είναι εκπαιδευμένο και καταρτισμένο ώστε να φέρεται στους πελάτες με επαγγελματισμό, ευγενικούς και καλούς τρόπους, να τους προσφέρει ποιοτική εξυπηρέτηση, διακριτικό σερβίρισμα και να είναι ενημερωμένο για το μενού του εστιατορίου, ώστε να είναι σε θέση να γνωρίζει τις γεύσεις, τον τρόπο παρασκευής των πιάτων, τα υλικά που χρησιμοποιούνται, τα είδη των κρασιών που υπάρχουν στο μαγαζί, την περιοχή προέλευσής τους, με ποια

φαγητά συνδυάζονται κλπ. Την κατάρτιση αυτή θα μπορούσε να αναλάβει ο ΟΤΕΚ σε συνεργασία με την ΠΟΕΣΕ[41] μέσω ειδικών προγραμμάτων ανά την Ελλάδα. Μετά από κύκλους σεμιναρίων οι επιχειρήσεις εστίασης θα μπορούσαν να υποδείξουν στο προσωπικό τους ποια είναι τα χρησιμοποιούμενα υλικά της ελληνικής κουζίνας, η προέλευσή τους(γιατί δε μπορεί να σερβίρει ούζο Πλωμαρίου χωρίς να ξέρει που βρίσκεται το Πλωμάρι) και ο τρόπος παρασκευής τους όπως επίσης και να τους καταρτίζουν σε θέματα που αφορούν την εξυπηρέτηση, το σωστό σερβίρισμα κλπ. Επιπλέον μπορούν να γίνονται και σεμινάρια που να απευθύνονται στους ξενοδόχους με σκοπό να τους τονίσουν την αναγκαιότητα υιοθέτησης ελληνικού παραδοσιακού πρωινού κλπ στους πελάτες τους . Σε αυτή τη προσπάθεια θα μπορούσαν να συμβάλλουν και η Ομοσπονδία Αρχιμαγείρων Ελλάδας αλλά και οι κατά τόπους λέσχες (πχ Λέσχη Αρχιμαγείρων Αθήνας), ώστε να τονιστεί η σπουδαιότητα της ελληνικής κουζίνας και διατροφής και τα οφέλη από αυτήν.

3. Σχετικά με την ξενοδοχειακή κουζίνα, θα μπορούσαν να υπάρχουν στο γεύμα αλλά και στο δείπνο κάποια πιάτα τα οποία να περιέχουν τοπικές συνταγές και να είναι παρασκευασμένα με τη χρήση τοπικών προϊόντων. Το



πρώτο πράγμα που θα ζητήσει να γευτεί ο ξένος τουρίστας όταν έλθει στη χώρα μας είναι οι σπεσιαλιτέ της ελληνικής κουζίνας . Είναι από τις πρώτες ίσως απαιτήσεις τους η γεύση ελληνικών παραδοσιακών εδεσμάτων και οι επαγγελματίες του είδους οφείλουν να τους το προσφέρουν.

4. Επιδίωξη συνεργασίας με τους γυναικείους συνεταιρισμούς. Πολλά ξενοδοχεία και εστιατόρια θα μπορούν να προμηθεύονται προϊόντα από τους τοπικούς γυναικείους συνεταιρισμούς, ενισχύοντας με τον τρόπο αυτό και την γυναικεία επιχειρηματικότητα και τονώνοντας την οικονομία της περιοχής. Συγκεκριμένα, τα ξενοδοχεία θα μπορούσαν να κάνουν συμφωνίες με τους γυναικείους συνεταιρισμούς, ώστε να προμηθεύονται αποκλειστικά από αυτούς ορισμένα από αυτά τα προϊόντα. Όμως, αυτό θα

[41] Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Εστιατορικών & Συναφών Επαγγελμάτων

πρέπει να γίνεται πάντα μέχρι το όριο του επιτρεπτού, διότι σε περιοχές με ιδιαίτερα αυξημένη τουριστική κίνηση, για να μπορέσει να καλυφθεί η αυξημένη καταναλωτική ζήτηση, απαιτείται μεγάλη ποσότητα προϊόντων, με αποτέλεσμα να διακυβεύεται η ποιότητα τους.

5. Υιοθέτηση πρακτικών από τη διεθνή εμπειρία. Στην προσπάθεια των ξενοδόχων να ενσωματώσουν την ελληνική γαστρονομία στην κουζίνα τους, θα μπορούσε να συνδράμει η υιοθέτηση καλών πρακτικών από το εξωτερικό. Για παράδειγμα μία χώρα η οποία ανήκει στις πρώτες επιλογές των γαστρονομικών τουριστών είναι η Γαλλία. Εκεί οι ξενοδόχοι θέτουν ως προτεραιότητα την προσφορά τοπικής κουζίνας και την ανάδειξη των προϊόντων που παράγει η περιοχή τους. Άλλωστε δεν είναι τυχαίο το γεγονός πως πολλά ξενοδοχεία προσφέρουν τοπική κουζίνα σε υψηλό επίπεδο και αυτό αποδεικνύεται και από βραβεύσεις, αποδοχή σε δίκτυα με αυστηρά κριτήρια επιλογής (π.χ. τα ξενοδοχεία-μέλη της Relais & Châteaux), αναφορά τους σε γαστρονομικούς οδηγούς κύρους κλπ.

6. Μία άλλη σημαντική παράμετρος που θα δε θα πρέπει να παραλειφθεί, είναι η χρήση ελληνικών κρασιών στα μενού των ξενοδοχείων και των εστιατορίων. Άλλωστε, το κρασί ως βασικότατο συστατικό της ελληνικής γαστρονομίας θα πρέπει να έχει προεξέχουσα θέση, μιας και οι γεωκλιματικές συνθήκες της χώρας μας είναι ιδανικές για την παραγωγή κρασιών υψηλής ποιότητας, η οποία ενισχύεται και από την απόκτηση της απαιτουμένης τεχνογνωσίας. Αυτό βέβαια απαιτεί την ύπαρξη καλής θελήσεως και από την πλευρά των οινοποιείων, ώστε να προωθηθούν τα αγαθά τους αλλά και από τη πλευρά και των εστιατόρων.

7. Οι εστιάτορες/ξενοδόχοι, αφού οικειοποιηθούν τα ελληνικά κρασιά, θα μπορούσαν να τα διαφημίζουν στις ιστοσελίδες της επιχείρησής τους. Δηλαδή θα μπορούσαν να αναφέρουν ότι τα μενού τους συνοδεύονται από κρασιά της ελληνικής γης, τα οποία μπορούν να γευτούν όσοι επιλέξουν να τους επισκεφτούν. Παράλληλα, θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο και αποτελεσματικό να προβάλλουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των κρασιών, τα οποία είναι



αλληλένδετα με την τοπική κουζίνα (σε περίπτωση που χρησιμοποιούν κρασιά της περιοχής). Για παράδειγμα, στις περιοχές όπου δεσπόζει το κυνήγι, συναντιούνται ιδιαίτερα τα ταννικά κρασιά (δηλ τα πολύ στιφα) διότι για τη συνοδεία του κυνηγιού συνήθως επιλέγεται κρασί με έντονα χαρακτηριστικά ώστε αυτό να μην υπερκαλύπτεται αλλά και να μη υποσκιάζεται, προκειμένου να επιτευχθεί γευστική αρμονία.

8. Μία άλλη κίνηση που θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί για τη διαφήμιση των ελληνικών κρασιών από τους επιχειρηματίες είναι η πρόσληψη "sommelier"[42]. Κατά τη διάρκεια της επιλογής του μενού από τον πελάτη, οι sommeliers θα τους παρουσιάζουν την ποικιλία των ελληνικών κρασιών που προωθεί το μαγαζί και παράλληλα θα τους προτείνουν την καλύτερη επιλογή που συνδυάζεται αρμονικά με το πιάτο της επιλογής του.



9. Επιπρόσθετα, πέραν των προωθητικών ενεργειών που έχουν ήδη προλεχθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, θα μπορούσαν να γίνουν και άλλες κινήσεις οι οποίες, σε συνδυασμό με τον οινοτουρισμό, θα μπορούσαν να εξελιχθούν σε ιδιαίτερα αξιόλογες. Για παράδειγμα, τα διάφορα τοπικά οινοποιεία μπορούν να συνεργαστούν με παραγωγούς τοπικών προϊόντων (π.χ. κατά τη διεξαγωγή γαστρονομικών εορτών), κάτι που θα αποφέρει σημαντικά οφέλη τόσο στους παραγωγούς αλλά και στους τουρίστες-καταναλωτές. Άλλωστε ο συνδυασμός της τοπικής κουζίνας/ διατροφής και των γαστρονομικών πόλων έλξης με τους οινικούς προορισμούς, τα οινοποιεία και τους αμπελώνες, αυξάνουν την πιθανότητα προσέλκυσης τουριστών.

10. Τέλος, για την αποτελεσματική προβολή και διάθεση των ελληνικών τοπικών προϊόντων και στο εξωτερικό, προαπαιτείται η παραγωγή και τυποποίηση ποιοτικών αλλά και επώνυμων προϊόντων με

[42] Γαλλικός όρος για το σερβιτόρο που είναι ειδικός σε θέματα κρασιού.

ονομασία προελεύσεως, γεωγραφική ένδειξης κ.λπ. Επίσης, επιβάλλονται τοπικές συνεργασίες μεταξύ τουριστικών επιχειρηματιών, παραγωγών και τυποποιητών, αφού όμως πρώτα μεταβάλλουν τη νοοτροπία ότι «ο διπλανός μας δεν είναι ανταγωνιστής, αλλά συνεργάτης και σύμμαχος».

11. Εφαρμογή της επιπλέον μοριοδότησης από τον ΕΟΤ κατά τη διαδικασία κατάταξης του καταλύματος σε αστέρι ή κλειδί όποτε υπάρχει υιοθέτηση της ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας από τα ξενοδοχεία που διαθέτουν χώρους εστίασης, όπως αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο.

Συμπερασματικά θεωρούμε ότι η παραδοσιακή ελληνική διατροφή και κουζίνα βασισμένες στο λάδι, στα άφθονα λαχανικά και φρούτα καθώς και στην παρουσία οσπρίων και ψαριών είναι γνωστό ότι στο πλαίσιο της Μεσογειακής Διατροφής θεωρείται παγκοσμίως ένας από τους υγιεινότερους τύπους διατροφής.



Επιπλέον η ελληνική κουζίνα, λόγω της πολυδιάσπασης και πολυμορφίας του γεωγραφικού ελληνικού χώρου και των διαφορετικών επιρροών, παρουσιάζει σημαντική ποικιλότητα. Η κάθε περιοχή έχει να παρουσιάσει τα δικά της τοπικά υλικά και εδέσματα. Επίσης, η διαφοροποίηση που παρατηρείται στον τρόπο παρασκευής των διαφόρων τροφίμων ενισχύει ακόμη περισσότερο τον πλούτο της ελληνικής γαστρονομίας: χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι πίτες που σε κάθε περιοχή φτιάχνονται και με διαφορετικό τρόπο. Επιπρόσθετα, ο συνδυασμός των εδεσμάτων αλλά και των τρόπων παρασκευής τους με παραδόσεις και δρώμενα της τοπικής κοινωνικής ζωής, με τα ήθη και τα έθιμα αλλά και με τοπικές γιορτές κι πανηγύρια, συμβάλλουν καθοριστικά στο να θεωρείται η γαστρονομία της χώρας μας ως μέρος της πολιτισμικής μας παράδοσης. Όλα τα προαναφερθέντα συνηγορούν στο να θεωρείται η Ελλάδα μια χώρα με

έντονο γαστρονομικό πλούτο, η αξιοποίηση του οποίου θεωρείται επιτακτική για την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού της χώρας μας. Ο γαστρονομικός τουρισμός λοιπόν – υποκατηγορία του οποίου αποτελεί και ο οινικός τουρισμός – αποτελεί το «κανάλι» μέσα απ' το οποίο θα διοχετευτούν τα τοπικά προϊόντα και θα προβληθεί ο διατροφικός πολιτισμός και η γαστρονομία μας. Αυτό το «πάντρεμα» των ποιοτικών τοπικών προϊόντων με το τουριστικό προϊόν θα μας δώσει προοπτικές για την ανάπτυξη δράσεων που θα εμπλουτίσουν το ήδη υπάρχον τουριστικό προϊόν, θα οδηγήσουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και θα βοηθήσουν στην ενίσχυση του ήδη υπάρχοντος (το οποίο όμως έχει αρχίσει τα τελευταία χρόνια να φθείρει) ισχυρού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Συγκεκριμένα, η ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού μπορεί να συνεισφέρει στην τουριστική ανάπτυξη, όχι μόνο σε μικροοικονομικό επίπεδο (πχ, μέσω της αύξησης της ζήτησης για τη γραβιέρα ή για τα ελληνικά αλλαντικά) αλλα και σε μακροοικονομικό επίπεδο, όπως :

- Οικονομική ανάπτυξη του τουρισμού και της περιφέρειας μέσω της δικτύωσης των γαστρονομικών επιχειρήσεων για τη δημιουργία γαστρονομικών εμπειριών (πχ, μέσω της διοργάνωσης κάποιας γαστρονομικής εκδήλωσης)
- Άμβλυνση των κοινωνικο- οικονομικών ανισοτήτων αφού η δημιουργία γαστρονομικών πόλων έλξης διαχέει την τουριστική ζήτηση χρονικά και γεωγραφικά σε περισσότερες περιοχές και επιχειρήσεις
- Ενίσχυση της εικόνας του προορισμού, η οποία μπορεί να ενισχύσει την συνολική εικόνα του προορισμού,
- Αύξηση της μέσης τουριστικής δαπάνης του τουρίστα και κατ΄ επέκταση βελτίωση της τοπικής οικονομίας

Συνεπώς, τα οφέλη της ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού είναι πολλαπλά, τόσο για τις επιχειρήσεις συγκεκριμένα όσο και για το σύνολο της τοπικής οικονομίας, καθώς η αύξηση της τουριστικής δαπάνης του επισκέπτη για φαγητό, ποτό και γαστρονομικά αναμνηστικά δώρα θα δημιουργήσει αύξηση της τουριστικής ζήτησης στην περιοχή. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγής των επιχειρήσεων, προκειμένου

να μπορέσουν να ανταποκριθούν στην ικανοποίηση της ζήτησης, κάτι που θα επιφέρει και αύξηση των θέσεων εργασίας και επακόλουθη μείωση της ανεργίας στην περιοχή. Παράλληλα, οι νέες θέσεις εργασίας θα οδηγήσουν στην αύξηση του εισοδήματος των πολιτών, οι οποίοι θα το διοχετεύσουν στην κατανάλωση διαφόρων αγαθών. Άρα, τα άμεσα και τα έμμεσα αποτελέσματα θα οδηγήσουν στην αύξηση του εισοδήματος της περιοχής, στην αύξηση της παραγωγής και της απασχόλησης, τα οποία θα συμβάλλουν στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του τόπου αλλά και των γύρω περιοχών μέσω της διάχυσης των αποτελεσμάτων.

Τέλος, τα συστατικά της γαστρονομικής προσφοράς της χώρας μας (τοπική κουζίνα, εκδηλώσεις γαστριμαργίας, εκδρομές και περιηγήσεις, επισκέψεις σε οινοποιεία και εργαστήρια παρασκευής ζυμαρικών κλπ) προσφέρονται για να τα απολαύσει κάποιος σε όλη τη διάρκεια χρόνου, μειώνοντας έτσι το φαινόμενο της εποχικότητας που αποτελεί ένα από τα προβλήματα που ταλανίζουν τον ελληνικό τουρισμό.

Η ελληνική γαστρονομία οφείλει να αποτελέσει όχημα για την προβολή του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού και τουρισμού. Αποτελεί αναπόσπαστο και σημαντικό τμήμα της παράδοσής της χώρας μας, φορέα οικονομικής ανάπτυξης και μια καθοριστική προοπτική για το μέλλον. Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης η Ελλάδα οφείλει να διεθνοποιήσει την τοπική της κουζίνα και να γνωστοποιήσει ότι το κυρίαρχο στοιχείο της είναι η εντοπιότητα των υλικών και ο παραδοσιακός τρόπος μαγειρέματος. Διότι, ο δρόμος προς τα πίσω είναι δρόμος προς τα εμπρός.



Εν κατακλείδι, η ελληνική γαστρονομία μπορεί να μεταφέρει σε κάθε γωνιά της γης την εικόνα της σύγχρονης Ελλάδας και για το λόγο αυτό θα πρέπει να δοθεί η πρέπουσα σημασία στην ανάπτυξη της εν λόγω εναλλακτικής μορφής τουρισμού της Ελλάδος: της Ελλάδας του πολιτισμού, της ποιότητας και της αγάπης για το καλό φαγητό και το μεθυστικό κρασί.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Έντυπη

Ντούβας, Λουκάς (2009). Τουριστική Οικονομία και Επιχειρηματικό Σχέδιο, Σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

Τσάρτας, Π.- Διδασκάλου, Ελ. (2009). Τουριστική Ανάπτυξη, σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

Κούτουλας, Δ. 2009, «Σχεδιασμός και Εφαρμογή Μάρκετινγκ Στους τουριστικούς Προορισμούς», σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

Κουρεμένου, Ιουλία (2009), Τουρισμός και Κοινοτικά Προγράμματα, σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

Σιγάλα Μαριάννα (2009), Νέες Τεχνολογίες στον Τουρισμό , σημειώσεις ΕΚΔΔΑ, ΤΟΑ, Αθήνα

«Οδηγός καλής Πρακτικής για την Ανάπτυξη Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων από Γυναίκες σε Απομακρυσμένες Περιοχές», 2008,ΕΟΤ, Αθήνα

Ελένη Μαλούπα-Μαρία Στικούδη, “Αρώματα και γεύσεις από το Βοτανικό Κήπο”, Θεσσαλονίκη, (2009),

Ηλεκτρονική

“Τοπική ελληνική κουζίνα-Ένα ταξίδι ανά τους αιώνες”www.kazam.gr/online/node/61005.

“Οι Διατροφικές συνήθειες του λαού μας”http://11dim-kaval.kav.sch.gr/main/diatrofi/10people

“Η ασφάλεια και η υγιεινή τροφίμων ουσιαστική ανάγκη για τα ξενοδοχεία”, (4/10/2002), www.traveldailynews.gr

« Γαστρονομικός Τουρισμός και προϋποθέσεις για την Ανάπτυξη του» www.AegeanCuisine.gr/content/file/Gastronomikos Tourismos.pdf

“Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού” ,(2010), www.sete.gr

Η Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα κατά περιοχές και η αξία της επαφής των νέων με αυτήν και τις τοπικές γιορτές, (04/07/2009),

www.laosver.gr/news/articles

"Η ξενοδοχειακή κουζίνα του μέλλοντος από τον Γιάννη Μπαξεβάνη",(6/02/2006), www.traveldailynews.gr

Νίκη Μηταρέα "Γεύσεις και αρώματα της Σαντορίνης", (24/07/2009), http://www.naftemporiki.gr/t+z/story.asp?id=1693945

Βίκυ Καραντζαβέλου, **"**Την ηλεκτρονική του πύλη εγκαινιάζει το πρόγραμμα προώθησης της "AegeanCuisine"**,** (31/10/2008, www.traveldailynews.gr

«Οι επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης στον τουρισμό της Κρήτης, Προτάσεις για ανάκαμψη», www.cretanews.com

www.traveldailynews.gr

www.cretan-nutrition.gr

www.gnto.gr

www.wineroads.gr

www.selene.gr

www.dianekochilas.com

www.logari.gr

www.vamossa.gr

www.wineplus.gr

www.AegeanCuisine.gr.

www.mel.gr

www.oliveoilmuseums.gr

http://ktima.gerovassiliou.gr

http://www.barbayanni-ouzo.com

http://www.olivetreeroute.gr/

http://www.volcanwines.gr/

www.oenorama.com/

http://www.intravelreport.gr

http://www.fagito.com/our-news/MESOGEIAKI-DIATROFH.html

http://thrakiotika.blogspot.com/

http://www.greekcuisine.com/

http://www.forthnet.gr/templates/newsPosting.aspx

http://www.agrotypos.gr/index.asp?mod=articles&ID=55520

http://www.agro-tour.net/web/guest

Μηταρέα Νίκη, "Βόρεια Ελλάδα - Αθήνα από το... δρόμο του κρασιού", (09/11/2007), http://www.naftemporiki.gr/t+z/story.asp?id=1436249

http://www.paseges.gr/portal/cl/tn/Agrotourism/co/fc917270-4240-437e-8392-cf0be8741e29

http://www.e-espa.gr/

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Παραδοσιακές Ελληνικές Συνταγές (Πηγή: www.stellaspanou.gr)

Λάχανο τουρσί με χοιρινό, Θράκη

ΥΛΙΚΑ
1 κιλό χοιρινό κρέας
1 μεγάλο κρεμμύδι
2 ντομάτες σε κομματάκια χωρίς την φλούδα τους
1 κουταλιά της σούπας ρίγανη
1 κουταλιά κόκκινο πιπέρι
1 φλιτζανάκι λάδι
2 ποτήρια νερό
μισό κιλό λάχανο τουρσί
ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Πλένουμε καλά το κρέας με κρύο νερό . Το στραγγίζουμε το έχουμε ήδη κομμένο σε μέτρια κομμάτια, ρίχνουμε το λάδι σε μια κατσαρόλα με το κρέας και το ψιλοκομμένο κρεμμύδι ι τα σοτάρουμε μέχρι να πιάσει κρούστα το κρέας και να ξανθίσει το κρεμμύδι . Ρίχνουμε μέσα την ντομάτα το αλάτι το κόκκινο πιπέρι το νερό και θα το βράσουμε σε μέτρια φωτιά για 1/1/2 ώρα. Κατόπιν θα έχουμε έτοιμη σάλτσα και εκεί ρίχνουμε το λάχανο τουρσί, αφού το έχουμε ξεπλύνει και ψιλοκόψει, να βράσουν για περίπου μισή ώρα …… σε μέτρια φωτιά …… δεν θέλει πολύ ανακάτεμα αυτό το φαγητό λίγο πριν το σβήσουμε ρίχνουμε και την ρίγανη .

Τσιγιεροσαρμάδες Θράκης

ΥΛΙΚΑ
1 συκωταριά από κατσικάκι
1 ματσάκι φρέσκα κρεμμυδάκια
¼ ματσάκι δυόσμο
½ ματσάκι άνηθο
2 κουταλιές του γλυκού αλάτι
½ μαύρο πιπέρι
ένα φλιτζανάκι ελαιόλαδο
1 φλιτζάνι ρύζι Καρολίνα
την σκέπη (μπόλια)του κατσικιού
2 ποτήρια νερό .
4 κουταλιές σούπας ξύδι

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

• Πλένετε τη συκωταριά σε κρύο νερό, την κρατάτε σε μια λεκάνη με το ξύδι και νερό.Την βράσετε για 15 λεπτά την στραγγίζετε.
• Ψιλοκόβετε τη συκωταριά σε μικρά κομματάκια γύρο στους 2 πόντους.
• Στη συνέχεια τα κρεμμυδάκια τα τσιγαρίζετε όλα για δέκα λεπτά, και το ρύζι πλυμένο τα δυο ποτήρια νερό, ωσότου να φουσκώσουν λίγο τα υλικά .
• Στο τέλος ρίχνεται τον άνηθο και το δυόσμο ψιλοκομμένο το αλάτι και το πιπέρι.
• Παίρνατε ένα ταψί μέτριο μεγέθους το λαδώνεται και μέσα σε ένα μπολ με μικρό βάθος, απλώνετε την μπόλια (αυτή ανοίγει άμα την πλύνετε με χλιαρό νερό).
• Την κόβεται ανάλογα το μέγεθος του μπολ τόσο ώστε το μήκος της μπόλιας να εξέχει, βάζετε 2 κουταλιές από την γέμιση και το τυλίγεται το γυρίζεται ανάποδα και το τοποθετείτε στο ταψί .
• Ρίχνετε λίγο νερό στο ταψί και την ψήνετε για ¾ της ώρας στους 180 βαθμούς μέχρι να αποκτήσει ένα σοκολατή χρώμα .

Γιουφκαδες με χοιρινό (Θράκη-Μακεδονία)

Στην περιοχή της Μακεδονίας και κυρίως της Θράκης οι γυναίκες φτιάχνουν σπιτικές χυλοπίτες που τις ονομάζουν γιουφκαδες (από την λέξη ιφκα που σημαίνει φύλλο)τις παρασκευάζουν με το φρέσκο σιτάρι και τις διατηρούν μέσα σε πάνινους σάκους

ΥΛΙΚΑ

1 κιλό χοιρινό κρέας χωρίς κόκκαλα
1 μεγάλο κρεμμύδι
2 πράσα (το άσπρο μέρος)
2 ντομάτες σε κομματάκια χωρίς την φλούδα τους
1 κουταλιά της σούπας ρίγανη
2 κουταλιές αλάτι
1 κουταλιά κόκκινο πιπέρι
1 φλιτζανάκι λάδι
2 ποτήρια νερό
μισό κιλό γιουφκαδες

ΕΚΤΕΛΕΣΗ

• Κόβετε το κρέας σε μέτρια κομμάτια το πλένετε καλά με κρύο νερό ,το στραγγίζετε.
• Ψιλοκόβετε τα πράσα και το κρεμμύδι, ρίχνετε το λάδι σε μια κατσαρόλα και τα σοτάρετε, κατόπιν το κρέας μέχρι να πιάσει κρούστα η πέτσα του .
• Προσθέτετε την ντομάτα το αλάτι το κόκκινο πιπέρι το νερό και το βράζετε σε μέτρια φωτιά για 1/1/2 ώρα.
• Μόλις είναι έτοιμη η σάλτσα,ρίχνετε τους γιουφκαδες να βράσουν για περίπου μισή ώρα ,δεν θέλει πολύ ανακάτεμα αυτό το φαγητό λίγο πριν το σβήσετε πασπαλίζετε με την ρίγανη .

Μπακαλιάρος Πλακί με σταφίδες, Χαλκιδική

Ο ξερός μπακαλιάρος στη Χαλκιδική τρώγετε πάρα πολύ την 25η Μαρτίου οι ντόπιοι προσθέτουν σταφίδες, μια κληρονομιά στην κουζίνα της Χαλκιδικής από το Βυζάντιο . Οι σταφίδες παίρνουν την ψαρίλα και προσθέτουν γλύκα στα κρεμμύδια .

Υλικά
• 1 κιλό μπακλιάρο
• 6 ξερά κρεμμύδια
• 1 ντομάτα
• 2 σκελίδες σκόρδο
• 2 δαφνόφυλλα
• Μαύρο πιπέρι σε κόκκους
• 1φλιτζανάκι ελαιόλαδο .
• 2 κουταλιές αλάτι
• Μια χούφτα μαύρες σταφίδες
• Μισό ποτήρι νερό

Εκτέλεση

Ξαλμυρίζετε τον μπακαλιάρο από την προηγούμενη αλλάζοντας πολλά νερά .Κόβετε σε ροδέλες τα κρεμμύδια, την ντομάτα, τα σοτάρετε στο λάδι προσθέτετε τα σκόρδα κομμένα στα δύο, την δάφνη, το πιπέρι, το αλάτι , λίγο νερό, τις σταφίδες και τα αφήνουμε στην φωτιά για 5 λεπτά .
Σε ένα μεγάλο πυρέξ η ταψί τοποθετείτε τον μπακαλιάρο σε κομμάτια και περιχύνετε με την ζεστή σάλτσα. Ψήνετε στους 180ο για μια ώρα.

Καβουρμάς σε πήλινο

Ατομική μερίδα

Υλικά
150 γρμ καβουρμά
1 φέτα τυρί φέτα
1 ροδέλα ντομάτα
1 καυτερή πιπεριά κατά προτίμηση
2 κομματάκια σκόρδο
πολύ λίγο αλάτι
λίγο μπουκοβο

Εκτέλεση

Σε ένα μικρό πήλινο. Τοποθετείτε το κομμάτι του καβουρμά κάτω και συνέχεια τη φέτα την ντομάτα, το σκόρδο και την πιπεριά .
Το ψήνεται στους 180 στο γκριλ για 10 λεπτά .
Δεν χρησιμοποιείται καθόλου λάδι και μάλιστα ο καβουρμάς θα σας βγάλει λίπος μπορείτε να το στραγγίξετε κρατώντας ανάποδα ένα πιάτο προς το πήλινο .
Πασπαλίζετε με το μπουκοβο και τρώγετε ζεστό .

Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης

Πειραιώς 211, ΤΚ 177 78, Ταύρος

Τηλ.: 213 1306225, Fax: 210 34 28 042

www.ekdd.gr