



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**Η Ελληνική γαστρονομία ως μοχλός ανάπτυξης
της οικονομίας και της πατρίδος μας**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Ιπποκράτης Βασάλος

Επιβλέπων: Γεώργιος Απλαδάς

©
2015

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Βασάλος Ιπποκράτης

Μάρτιος 2015

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή, έχει σαν στόχο της, να καταδείξει τις μεγάλες δυνατότητες που έχει η Ελληνική Γαστρονομία, εις το να συμβάλει εποικοδομητικά στην προσπάθεια της Πατρίδας μας για οικονομική ανάπτυξη και ευημερία.

Συχνά, παραβλέπουμε την αξία της διατροφής και μας απασχολεί περισσότερο η ποσότητα, παρά η ποιότητα, γι' αυτό και τα πιάτα σε πολλά σπίτια ή εστιατόρια, είναι ασφυκτικά γεμάτα.

Δυστυχώς, πάνω σ' αυτό το γεγονός βασίζουν κάποιοι την «επιτυχία» τους. Αυτό βεβαίως, είναι το αποτέλεσμα του μειωμένου ενδιαφέροντος των καταναλωτών προς την ποιότητα και η έλλειψη παιδείας πάνω στην αξία των κανόνων της Γαστρονομίας. Οι συνέπειες αυτής της «φιλοσοφίας» είναι γνωστές και αποδεικνύονται καθημερινώς στην πράξη, με την αθρόα προσέλευση ασθενών στα νοσοκομεία, λόγω των προβλημάτων της κακής διατροφής και των άμεσων ή έμμεσων αποτελεσμάτων της. Η Ελληνική Γαστρονομία από μόνη της, είναι ικανή να στηρίξει μια υγιεινή διατροφή, μια διατροφή που θα προσφέρει στον καταναλωτή ευτυχισμένη μακροήμερευση. Η δυνατότητα της αυτή και μόνο, μπορεί να αποτελέσει ένα εμπορικό σήμα και μήνυμα.

Για να είναι πειστικό ένα επιχείρημα, θα πρέπει να επιστρατευτούν όλα τα μέσα που έχει στην διάθεσή του αυτός που θέλει να πείσει. Τι πιο αξιόπιστο από την ίδια την πραγματικότητα;

Για τον λόγο αυτόν, αναζητήθηκαν ιστορικά στοιχεία που δηλώνουν το βάθος χρόνου της Γαστρονομίας στην Ελλάδα, κι αυτό διότι έχει μεγάλη σημασία η τεκμηρίωση των προτάσεων, όταν απευθύνονται στο σημερινό, παγκόσμιο καταναλωτικό κοινό που ψάχνει και ως εκ τούτου γνωρίζει.

Είναι γνωστό ότι η «ετικέτα» ενός προϊόντος και η τεκμηριωμένη ιστορική πορεία του, παίζει μεγάλο ρόλο στην διαμόρφωση της θετικής του αποδοχής στην αγορά από τους καταναλωτές, μέσα σ' ένα περιβάλλον εξόχως ανταγωνιστικό.

Αναζητήθηκαν επ' ίσης τα αποδειχτικά στοιχεία εκείνα, που να τεκμηριώνουν την άποψη για τα οφέλη που αφορούν την υγεία και την μακροζωία εκείνων που επιλέγουν τα Ελληνικά προϊόντα μέσα από την εφαρμογή της Ελληνικής Γαστρονομίας στην καθημερινότητά τους.

Έγινε προσπάθεια για να γίνει απολύτως κατανοητό πόσο επωφελείται κάποιο προϊόν, όταν καλλιεργείται σε φυσικά περιβάλλοντα και πόσο επωφελούνται οι καταναλωτές αυτών των προϊόντων.

Εν τέλει στόχος της εργασίας, είναι η κατανόηση της ανάγκης για διεθνή προβολή της Ελληνικής Γαστρονομίας με γνώση και μεθοδικότητα, έτσι ώστε να λάβει την θέση που της αξίζει στο διεθνές γίγνεσθαι κι έτσι με τον τρόπο αυτό να αναπτυχθούν στην Πατρίδα μας, όλοι εκείνοι οι τομείς που επηρεάζει η τέχνη αυτή και που θα παρουσιαστούν στην συνέχεια.

Λέξεις Κλειδιά : Γαστρονομία, Τουρισμός, Εναλλακτικός Τουρισμός thesis is to demonstrate

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	11
1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
1.1 Δομή Πτυχιακής.....	13
2 Βιβλιογραφική Αναφορά	15
2.1 Ορισμός Γαστρονομία	15
2.1.1 Πολιτιστική Γαστρονομία.....	15
2.2 Ορισμός Τουρισμός	16
2.3 Εναλλακτικός Τουρισμός	17
2.3.1 Πολιτιστικός Τουρισμός	18
2.3.1.1 Γαστρονομικός Τουρισμός	19
3 Ιστορική Αναδρομή	20
3.1 Αναδρομή στην ιστορία της γαστρονομίας	20
3.1.1 Οι πρωτοπόροι της γαστρονομίας.....	21
3.2 Ελληνική Μαγειρική - Διατροφή.....	22
3.3 Ελληνική Κουζίνα, η πιο υγιεινή.....	25
3.4 Ιστορική εξέλιξη	26
3.4.1 Βυζαντινή Εποχή – Η διατροφή στο Βυζάντιο	28
3.5 Γαστρονομία Σήμερα	30
4 Μελέτη Περίπτωσης	34
4.1 Η σημασία της Ελληνικής γαστρονομίας	34
4.1.1 Υγεία – Ευεξία – Μακροζωία.....	34
4.1.2 Πυραμίδα Μεσογειακής Διατροφής	35
4.1.3 Ανάπτυξη Γεωργίας – Κτηνοτροφίας – Αλιείας.....	38
4.1.5 Ανάπτυξη Εξαγωγών	42
5 Μελέτη Περίπτωσης – Έρευνα	44
5.1 Αγορά στόχος – Δημογραφικά στοιχεία	44
5.2 Στόχοι έρευνας	47
6 Συμπεράσματα – Προτάσεις	52
6.1 Ανατροφοδότηση Έρευνας	52
6.2 Βελτιστοποίηση	53
6.2.1 Υπουργείο Πολιτισμού	53
7 Βιβλιογραφία	64
8 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	65
8.1 Ερωτηματολόγιο	65
Γαστρονομία ως μοχλός ανάπτυξης της Ελλάδας	65

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 Κατανομή αγορά στόχου σύμφωνα με το φύλο	45
Πίνακας 2 Κατανομή αγορά στόχου σύμφωνα με την τοποθεσία.....	45
Πίνακας 3 Δημογραφικά στοιχεία – Επάγγελμα	46
Πίνακας 4 Δημογραφικά στοιχεία – Ηλικία	46
Πίνακας 5 Κατανομή σύμφωνα με τα χρόνια προϋπηρεσίας	47
Πίνακας 6 Κατανομή σημαντικότητας Γαστρονομικού Τουρισμού	48
Πίνακας 7 Λόγοι μη κάλυψης Ελληνικής Γαστρονομίας σε Ελληνικά εστιατόρια	49
Πίνακας 8 Κατανομή διάδοσης Ελληνικής Γαστρονομίας.....	49
Πίνακας 9 Αρμοδιότητα Υπουργείου Πολιτισμού σχετικά με την διαφήμιση.....	50
Πίνακας 10 Προωθητικές Ενέργειες εκτός Ελλάδος.....	50
Πίνακας 11 Προωθητικές Ενέργειες εντός Ελλάδος.....	51
Πίνακας 12 Διάγραμμα σχετικά με το αν στο μενού ανήκουν πιάτα της ελληνικής γαστρονομίας	51

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Οφείλω να ευχαριστήσω μέσα από την εργασία μου αυτή, τους γονείς μου, οι οποίοι αν και σε δύσκολη εποχή, στάθηκαν δίπλα μου με φροντίδα και αγάπη ώστε να μπορέσω απερίσπαστος να ασχοληθώ με την φοιτητική μου εργασία και να πάρω όσα περισσότερα εφόδια μπορώ για να είμαι χρήσιμος στον εαυτό μου και την κοινωνία.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερος τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Γεώργιο Απλαδά, για τις άρτιες γνώσεις του, την υπομονή του και τις ατέλειωτες νουθεσίες και συμβουλές, ώστε να καταστεί εφικτή η αξιοπρεπής παρουσίαση αυτής της εργασίας.

Θα ήταν όμως παράλειψη εκ μέρους μου, αν δεν ευχαριστούσα και όλους τους καθηγητές και δασκάλους μου των ΤΕΙ Ηρακλείου Κρήτης και ιδιαίτερος του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, για τον ζήλο και την υπομονή με τα οποία μου μεταλαμπάδευσαν τις γνώσεις τους.

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Γαστρονομία[1]

Γαστρονομία, είναι εκείνη η γνώση που ορίζει τους νόμους και τους κανόνες που διέπουν ή θα έπρεπε να διέπουν την πολιτισμένη συμπεριφορά των ανθρώπων προς τις επιθυμίες της γαστέρας τους.

Κατ' επέκταση, είναι το σύνολο των γνώσεων που θα πρέπει να έχουν όλοι όσοι ασχολούνται με την κάλυψη των αναγκών των ανθρώπων για την σωστή διατροφή, την σωστή σίτιση και την με μέτρο οριοθέτηση των «θέλω» τους, έτσι ώστε να μην καταντά απόλυτος κίνδυνος και ακόρεστη βουλιμία η αγάπη προς το καλό φαγητό, η αγάπη προς την τριφυλή ζωή.

Κάτω από την όρο Γαστρονομία, υπάγονται οι κανόνες μαγειρικής, οι κανόνες οινολογίας και ποτοποιίας, οι κανόνες γαλακτοκομίας και τυροκομίας και ένα σωρό άλλες ειδικότητες που περιστρέφονται γύρω από την τέρψη της γαστέρας.

Δεν θα πρέπει να εξαιρέσουμε τις γνώσεις και τους κανόνες της σωστής και πολιτισμένης λειτουργίας, που θα πρέπει να διαθέτουν όλοι όσοι λειτουργούν μονάδες εστίασεως αλλά και όσοι εργάζονται με οποιανδήποτε ιδιότητα μέσα σ' αυτές...

1.1 Δομή Πτυχιακής

Η πτυχιακή εργασία αποτελείται από 7 κεφάλαια. Μέσα από αυτά τα κεφάλαια θα αναπτύξουμε την έννοια της γαστρονομίας, του τουρισμού, της σύνδεσης που έχουν μεταξύ τους ως έννοιες αλλά και στην πραγματικότητα.

Από το 2ο κεφάλαιο ξεκινάει η ανάλυση του θέματος της εργασίας ως ορισμοί. Τι θα πει γαστρονομία, τι τουρισμός, σε τι κατηγορίες χωρίζεται ο τουρισμός και πως συνδέετε η γαστρονομία με τον τουρισμό.

Στο κεφάλαιο 3 ξεκινάει η ιστορική αναδρομή της γαστρονομίας, αναφέρουμε την ιστορική εξέλιξη από την αρχαιότητα ως σήμερα, τι παραλλαγές δέχθηκε κατά συνέπεια χρόνων, ποια ήταν η προέλευση της λέξης και της έννοιας καθώς επίσης και τη επιρροή επέφερε σε κοινωνικό, πολιτιστικό και πολιτισμικό επίπεδο.

Στο 4ο κεφάλαιο μελετάμε την περίπτωση της Ελληνικής γαστρονομίας, τι επέφερε με το πέρασ των χρόνων, ποιες είναι οι συνέπειες, τι επιφέρει στην οικονομία και που βασίζεται η μέχρι τώρα διάδοση και επιτυχία της.

Στο 5ο κεφάλαιο αναλύουμε την έρευνα και πως πραγματοποιήθηκε. Ποια ήταν η αγορά στόχος όπου έγινε διανομή το ερωτηματολόγιο μας, ποια τα χαρακτηριστικά τους, ποιος ήταν ο στόχος τη έρευνας και τι αποτελέσματα συλλέξαμε τελικά κατανεμημένα σε διαγράμματα.

Στο 6ο και προτελευταίο κεφάλαιο πριν τη βιβλιογραφική αναφορά κάναμε τα δεδομένα μας πληροφορία και βγάλαμε τα συμπεράσματα μας. Ακόμη θέσαμε τις δικές μας προτάσεις σχετικά με τους τρόπους ανάπτυξης της Ελληνικής γαστρονομίας ορίζοντάς την ως μοχλό ανάπτυξης της οικονομίας της Ελλάδος.

2 Βιβλιογραφική Αναφορά

2.1 Ορισμός Γαστρονομία

Γενικά με τον ελληνικό όρο **γαστρονομία**¹, διεθνή σήμερα, χαρακτηρίζεται η τέχνη απόλαυσης εκλεκτής τροφής, στην οποία και συμπεριλαμβάνεται όχι μόνο η επιλογή και η παρασκευή της τροφής αλλά και το σερβίρισμά της. Σύμφωνα με τον πρώτο ορισμό που έδωσε ο διάσημος Γάλλος γαστρονόμος του 18ου αιώνα Ζαν-Αντέλμ Μπριγιά-Σαβαρέν: *"Γαστρονομία είναι η βαθιά γνώση όλων όσων αφορούν την διατροφή του ανθρώπου"*. Σήμερα ορίζεται γενικά ως τέχνη και επιστήμη της ανθρώπινης διατροφής.

Η **Γαστρονομία**² είναι η τέχνη της επιλογής, της ετοιμασίας, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης του καλού φαγητού. Μέσα από τους αιώνες η γαστρονομία αποδείχθηκε μεγαλύτερη πολιτιστική δύναμη μεταξύ των λαών του κόσμου από τη γλωσσολογία ή άλλες επιδράσεις. Σήμερα ο κόσμος μπορεί να διαιρεθεί σε καθορισμένες γαστρονομικές περιοχές, όπου επικρατούν ξεχωριστές κουζίνες που χρησιμοποιούν κοινά υλικά, αλλά διαφορετικές τεχνοτροπίες μαγειρικής και τρόπους παράθεσης των γευμάτων.

2.1.1 Πολιτιστική Γαστρονομία

Πολιτιστική Γαστρονομία είναι η διακόσμηση του πιάτου (food styling), η παρουσίαση του τραπέζιου (table styling), η αισθητική του εδεσματολογίου (menu presentation), την αισθητική του χώρου (merchandising), η τελετουργία του σερβιρίσματος (art de table). Η γευσιγνωσία στη γαστρονομία γίνεται με πολλούς τρόπους και για διαφορετικούς σκοπούς. Η γεύση είναι υποκειμενική και η ένταση της αισθητηριακής ολοκλήρωσης του καθενός είναι διαφορετική. Στην Ελλάδα και στον υπόλοιπο πολιτισμένο κόσμο, δεν υπάρχει πρωτόκολλο (syllabus) διαδικασίας γευσιγνωσίας και αισθητική της γεύσης. Κάθε φορέας, κάθε οργανισμός ορίζει τα δικά του standards. Εάν επιθυμούμε να δούμε τη γαστρονομία ακόμη πιο

¹“Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Larousse Britannica” τομ.16ος, σελ.214

² Από το βιβλίο «Διατροφικά & γαστρονομικά πρότυπα στην επαγγελματική εστίαση» των Δρ. Γ. Μπόσκου και Γ. Παλησίδη

«ρομαντικά» θα πρέπει να ειπωθεί πως και η Γαστρονομία είναι τέχνη. Ειδικοί στη διαδικασία της Γευσιγνωσίας στην Ελλάδα είναι οι καθηγητές Δρ. Γ. Μπόσκου και Γ. Παλησίδης. Από την έρευνά προκύπτει πως και γείτονα χώρα, η Τουρκία, αντιλαμβάνεται τη μαγειρική ως τέχνη και τη συμπεριλαμβάνει στο πανεπιστημιακό πρόγραμμά της (πανεπιστήμιο Yeditepe της Κων/πολης) Γενικής Σχολής Καλών Τεχνών. Είναι το πώς αντιλαμβάνεται ο κάθε δημιουργός-μάγειρας τη σύνθεση των χρωμάτων και των συστατικών. Θα επιθυμούσαμε να παρομοιάσουμε σ' αυτή την περίπτωση τον επαγγελματία πιστοποιημένο μάγειρα ή διαχειριστή τροφίμων ως έναν «ζωγράφο» της γαστρονομίας.

2.2 Ορισμός Τουρισμός

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας, ειδικά στον δυτικό Κόσμο ενώ παράλληλα αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντικότερη πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες όπως την Γαλλία, Ισπανία, Αμερική, Ιταλία, Κούβα και την Ελλάδα. Πρόσφατα χάρη στην μεγάλη μείωση του κόστους ταξιδιού και της πτώσης του Τείχους του Βερολίνου, υπάρχουν ανερχόμενοι τουριστικοί προορισμοί όπως Τσεχία, Ουγγαρία, Κροατία, Τουρκία, Αίγυπτος, Μαρόκο, που προσελκύουν κάθε χρόνο και περισσότερους τουρίστες με όπλο τις χαμηλές τιμές και την καλή εξυπηρέτηση. Πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του Τουρισμού. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής (ΠΟΤ, ορισμός και ισχύ από το 1962):

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.
- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους. Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή

τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.

- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Ο **Hunziker** και ο **Kraft** (1942) ορίζουν τον «**τουρισμό**» ότι είναι το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον αυτά δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμιά κερδοσκοπική δραστηριότητα.

Ο **Ηγουμενάκης** και ο **Κραβαρίτης** (2004:17) ορίζουν τον τουρισμό ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σ' έναν άλλο με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, καθώς και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων.

2.3 Εναλλακτικός Τουρισμός

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής (προσφοράς). Με τον εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism), οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού (Τσάρτας, 1995).

Εκτός των αναφερμένων, την ετήσια τουριστική κατανάλωση υποστηρίζει η παραγωγή από μια πληθώρα εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής όπως Συνεδριακά Κέντρα, αίθουσες συνεδρίων μικρότερων μεγεθών, κέντρα θαλασσοθεραπείας, γήπεδα γκολφ, Καζίνα και ένας σημαντικός αριθμός από Μαρίνες, χιονοδρομικά κέντρα, Ιαματικές Πηγές και τόπους τουριστικής επίσκεψης που συμπληρώνουν την εικόνα της τουριστικής προσφοράς την Ελλάδα. Όλοι οι παραπάνω τύποι εναλλακτικού τουρισμού ενδυναμώνονται με την ύπαρξη καλών

υπηρεσιών σίτισης. Εκτός από την παράλληλη υπηρεσία έχουμε και την επιτηδευμένη, όπου εκεί ο επισκέπτης μετακινείται αποκλειστικά για την επίσκεψη μιας γαστρονομικής επιχείρησης. Η Ελλάδα διαθέτει ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα με ιδιαίτερα σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης, τον τουρισμό κρουαζιέρας και τον συνεδριακό τουρισμό. Ο Ν. Σκουλάς αναφέρει ότι οι ειδικές μορφές τουρισμού, ιδιαίτερα οι ήπιες μορφές μπορούν να συμβάλουν σε μεγάλο βαθμό στη σύνθεση και προσφορά μιας συνολικής ταξιδιωτικής εμπειρίας στον φιλοξενούμενο επισκέπτη. Πρέπει όμως να πάψουμε απλά να απαριθμούμε τις διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και να τους προσδώσουμε συγκεκριμένο και ουσιαστικό περιεχόμενο καθώς τις εντάσσουμε σε ολοκληρωμένα προγράμματα (Σκουλάς, 2009). Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής (προσφοράς). Με τον εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism), οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού (Τσάρτας, 1995).

2.3.1 Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με την επίσκεψη σε ένα τόπο με στόχο την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία αυτού (αρχαιολογικά, βυζαντινά, κλασικά ή νεότερα μνημεία, ιστορία, τέχνες, λαογραφία κτλ.). Συνήθως δεν εμφανίζεται μόνος του, εκτός των περιπτώσεων εκπαιδευτικών εκδρομών σχολείων, αλλά πραγματοποιείται συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού, προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα παλαιότερα και δημοφιλέστερα είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες άτομα ή ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία, την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες. Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μίας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία. Επίσης, περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε δραστηριότητες είτε παθητικές, όπως παρακολούθηση

καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, είτε ενεργητικές, όπως εκμάθηση τοπικής μαγειρικής, τέχνης ή συμμετοχή σε λαογραφικές δραστηριότητες. Μία άλλη σημαντική παράμετρος που χαρακτηρίζει αυτή την μορφή τουρισμού, είναι η στενή και ουσιαστική επαφή που αποκτούν οι επισκέπτες με τον τοπικό πληθυσμό, τα ήθη και τις παραδόσεις του, σε συνδυασμό με τα πολιτισμικά δρώμενα στην περιοχή. πολιτιστικές παραστάσεων κ.ά.), επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, περιηγήσεις σε πολιτιστικές

2.3.1.1 Γαστρονομικός Τουρισμός

Ο **γαστρονομικός τουρισμός**³ ανήκει στην πολιτική έξυπνης ανάπτυξης. Αυτό συμβαίνει γιατί η ανάπτυξη του δεν απαιτεί μεγάλες επενδύσεις σε πάγια και άλλα στοιχεία (κάτι που είναι μονόδρομος λόγω της οικονομικής κατάστασης στην οποία έχει περιέλθει η χώρα). Το βασικό προϊόν υπάρχει (καλό φαγητό και καλό κρασί). Το μόνο που χρειάζεται είναι η κατάλληλη ανάπτυξη και εφαρμογή μιας στρατηγικής marketing, η οποία θα έχει ως στόχο της, τη δημιουργία ποιοτικών μορφών τουρισμού, τη δημιουργία υπεραξίας (added value) στον τουρίστα και την άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής περιόδου.

2.3.1.1.1 Γαστρονομικός Τουρισμός στην Κρήτη

Όταν μιλάμε για **γαστρονομικό τουρισμό**⁴ αναφερόμαστε ουσιαστικά σε μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς η γαστρονομία θεωρείται πολιτιστική έκφραση. Σε αυτό το είδος τουρισμού, που αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες τάσεις παγκοσμίως, οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να βιώσουν μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες.

Παραδείγματα υπηρεσιών γαστρονομικού τουρισμού είναι: η διοργάνωση σεμιναρίων κρητικής κουζίνας, εκδηλώσεων γευσιγνωσίας και οινογνωσίας, η ξενάγηση και η γνωριμία με παραδοσιακά προϊόντα και με τις μεθόδους παρασκευής τους κ.α.

³ Πολύζος Βασίλειος, «Γαστρονομικός Τουρισμός: Ο ανεξερεύνητος πλούτος της Ελλάδας» <http://www.tastygreece.gr/>

⁴ Περιφέρεια Κρήτης: <http://www.incrediblecrete.gr/>

Με τον πλούτο που έχει η Κρήτη, τόσο σε γαστρονομικό πολιτισμό όσο και στην ποιότητα και την αυθεντικότητα των τοπικών προϊόντων, είναι προφανής η ευκαιρία που υπάρχει για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί και την καθιέρωση της Κρήτης ως γαστρονομικού προορισμού.

3 Ιστορική Αναδρομή

3.1 Αναδρομή στην ιστορία της γαστρονομίας

Η αφετηρία της μαγειρικής πρέπει να βρίσκεται στα χρόνια της ανακάλυψης της φωτιάς. Οι αρχαίοι άνθρωποι έψηναν αρχικά τα φαγητά τους σε στάχτες. Αργότερα τα τύλιγαν σε φύλλα και υπήρξε γευστική πρόσθεση. Επόμενη μορφή ήταν το βράσιμο. Έβραζαν μέσα σε λάκκους, με τοιχώματα με πλάκες ειδικές, σε νερό μέσα στο οποίο έριχναν καυτές πέτρες. Αργότερα έχουμε κεραμικά σκεύη και τέλος μεταλλικά.

Οι Αιγύπτιοι είναι μάλλον οι πρωτοστάτες της Γαστρονομίας. Μόνο η ποικιλία ψωμιού έφτανε τα 15 είδη. Από φρούτα είχαν το χουρμά (που το χρησιμοποιούσαν ως φάρμακο) και βερίκοκα, είδη σύκου, σταφύλι, μετέπειτα μπανάνες, πορτοκάλια, λεμόνια, καρπούζια, πεπόνια. Από λαχανικά είχαν αγγούρια, σκόρδα, μπιζέλια, κόκκινο λάχανο, μαρούλι (το οποίο θεωρούσαν ότι ήταν διεγερτικό για τους άντρες και ότι προσέδιδε γονιμότητα στις γυναίκες).

Από καρπούς είχαν ρεβίθια, κουκιά, ελιές (το ελαιόλαδο το χρησιμοποιούσαν για φωτισμό πιο πολύ – για μαγείρεμα είχαν ένα είδος φυτικού λαδιού από είδος Βελανιδιάς) και φακές (που θεωρούσαν πως έφερναν ευφορία και τις χρησιμοποιούσαν στην αρχαιότερη σούπα του κόσμου «Potage Esau» που φτιάχνεται μέχρι σήμερα). Από κρέατα είχαν βόδι, μοσχάρι, γουρούνι (από τα οποία το ψαρονέφρι και το κόντρα τα έψηναν στην σούβλα). Από πουλερικά είχαν περιστέρια, χήνες, γερανούς, ορτύκια, πάπιες (τα οποία όλα έψηναν). Από ψάρια είχαν κέφαλους, μουρμούρες, χρόμηδες, λατίδες (τόσο μεγάλα που καμιά φορά έπρεπε να τα σηκώνουν 2 άντρες και που κατά τον Ηρόδοτο άλλα ξέραιναν στον ήλιο, άλλα έτρωγαν ωμά, άλλα έκαναν παστά σε άλμη και άλλα προσέφεραν στους Θεούς σε

δοχεία με ξύλινα καπάκια, μια πρώτη μορφή κονσερβοποίησης). Είχαν γάλα (το οποίο έβραζαν, όπως και το κρέας), βούτυρο, κρέμα γάλακτος (των οποίων τη θρεπτική αξία γνώριζαν καλά). Είχαν αμπέλια με μια μόνο ποικιλία από την οποία παρήγαγαν ένα είδος ξηρού κρασιού (Μαρεωτικός Οίνος) το οποίο έπιναν όχι για την γεύση (άλλωστε πρόσθεταν ζάχαρη ή και μπαχαρικά) αλλά για την αίσθηση ευφορίας που προσέδιδε. Το αντικαθιστούσαν και με υδρομέλι ή και με σταφυλόζουμο.

Τέλος είχαν τη μπύρα, το εθνικό τους ποτό, που πότε – πότε εμπλούτιζαν με λούπινο ή πικρά βότανα. ο αλάτι το απέφευγαν γιατί ήταν σύμβολο του Θεού του Κακού, Σεθ. Δεν υπάρχουν μαγειρικά βιβλία, μόνο συνταγές σε Ιατρικούς Πάπυρους και Ιερογλυφικές εικόνες για την άντληση στοιχείων. Συνταγές σώζονται στο Βρετανικό Μουσείο του Λονδίνου (π.χ. Ψάρι με σάλτσα Τάρατορ).

3.1.1 Οι πρωτοπόροι της γαστρονομίας

Είναι αυτοί που δημιούργησαν και μετέδωσαν το αλφαβητάρι της μαγειρικής.

Οι πρωτοπόροι της γαστρονομίας δεν είναι άλλοι από τους **αρχαίους Έλληνες αρχιμάγειρες**.⁵ Αυτοί είναι οι πρώτοι που πειραματίστηκαν με τα υλικά και τους τρόπους παρασκευής τους, αυτοί ανακάλυψαν μεθόδους μαγειρικής και τους κατέγραψαν, αυτοί δίδαξαν στον κόσμο τα μυστικά της μαγειρικής.

Οι Ρωμαίοι στήριζαν ολόκληρη τη μαγειρική τους στις συνταγές που πήραν από τους Έλληνες. Ακόμα και το αρχαιότερο βιβλίο μαγειρικής, του περίφημου Ρωμαίου Απίκιου, που γράφτηκε περίπου το 400π.Χ. ήταν συλλογή συνταγών των καλύτερων Ελλήνων αρχιμαγείρων.

Η Ελλάδα έχει μια από τις αρχαιότερες και πιο εύγευστες γαστριμαργικές παραδόσεις στον κόσμο, μια παράδοση γεύσεων, αρωμάτων, υλικών και τεχνοτροπιών που ξεκινά από τα προϊστορικά χρόνια και φθάνει μέχρι σήμερα.

⁵ Διαδίκτυο: Ελληνική Κουζίνα και Συνταγές <http://edesma.e-e.gr/history/>

3.2 Ελληνική Μαγειρική - Διατροφή

"Αρχή και ρίζα παντός αγαθού η της γάστρου ηδονή"

*Επίκουρος 341-270 π.χ.*⁶

Η ελληνική γαστρονομική ταυτότητα είναι πλούσια και ριζωμένη βαθιά μέσα στον χρόνο. Η Ελλάδα έχει μια από τις αρχαιότερες και πιο εύγευστες γαστριμαργικές παραδόσεις στον κόσμο, μια παράδοση γεύσεων, αρωμάτων, υλικών και τεχνοτροπιών που ξεκινά από τα προϊστορικά χρόνια και φθάνει μέχρι σήμερα.

Η αρχαία ελληνική κουζίνα αποτελεί τα τελευταία χρόνια αντικείμενο μελέτης και ιστορικής αναδίφησης. Τα γραπτά κείμενα της εποχής της αρχαιότητας περιγράφουν με εντυπωσιακές λεπτομέρειες τις διατροφικές συνήθειες των προγόνων μας στη νησιωτική και ηπειρωτική Ελλάδα. Τα είδη και σχήματα των δοχείων, σκευών και μαγειρικών εργαλείων που φέρνουν έρχονται στο φως από τις αρχαιολογικές ανασκαφές μαρτυρούν μια ιδιαίτερα προηγμένη, εκλεπτυσμένη και υγιεινή κουζίνα.

Η ελληνική κουζίνα είναι ένα πραγματικό καλειδοσκόπιο εδεσμάτων, συνταγών και παραδόσεων.

Ο τρόπος παρασκευής φαγητών και γλυκισμάτων στους διάφορους τόπους της Ελλάδας, επαναλαμβανόμενος ανά τους αιώνες, από τόπο σε τόπο, από νοικοκυριό σε νοικοκυριό και από εστιατόριο σε εστιατόριο, συνετέλεσε ώστε να δημιουργηθεί η Παραδοσιακή Ελληνική Κουζίνα. Σε αυτό το γενικό μοντέλο της Ελληνικής Παραδοσιακής Κουζίνας, οι κάτοικοι των ελληνικών επαρχιών, έβαλαν το δικό τους μεράκι, τις δικές τους ιδιαίτερες γεύσεις και στη βάση των τοπικών τους προϊόντων δημιούργησαν Τοπικές Παραδοσιακές Κουζίνες. Όπως είναι κατανοητό, στη διαμόρφωση της τοπικής κουζίνας ρόλο παίζουν οι τοπικές συνθήκες, όπως ο φυσικός πλούτος της κάθε περιοχής, το κλίμα της αλλά και οι επιρροές που αφομοίωσε η κάθε περιοχή από άλλους λαούς και άλλες παραδόσεις. Η ελληνική κουζίνα έχει επηρεαστεί άμεσα από την τουρκική, και αυτό είναι εμφανές σήμερα σε πιάτα ορεκτικών όπως το τζατζίκι (γιαούρτι με αγγούρι και σκόρδο), το ιμάμ μπαϊλντί (ανάμικτα λαχανικά στο φούρνο με λάδι), το σουβλάκι (κρέας στο γκριλ με ψωμί

⁶ Διαδικτυακός τόπος: Επίσημη σελίδα Δήμου Ηρακλείου <http://www.heraklion.gr/visitor/cretan-diet.html>

πίτας) και ο μουσακάς (λαχανικά με κιμά και κρέμα), αλλά και από την ενετική, ιδιαίτερα στις περιοχές των νησιών του Ιονίου .

Το αποτέλεσμα αυτής της πολιτισμικής ζύμωσης σε συνδυασμό με τη γαστριμαργική φαντασία του ελληνικού λαού και τα εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα της ελληνικής γης, οδήγησαν στη διαμόρφωση μιας μαγειρικής παράδοσης που θεωρείται από τις πλουσιότερες και πιο νόστιμες του κόσμου. Αυτό που αποκαλούμε ελληνική κουζίνα σήμερα είναι μια γευστική πανδαισία που συνδυάζει πληθώρα προϊόντων και ένα μεγάλο φάσμα τρόπων προετοιμασίας και απόλαυσής τους.

Κορωνίδα της ελληνικής κουζίνας σήμερα είναι η γνωστή χωριάτικη ή ελληνική σαλάτα, που αποτελείται από αγγούρι, τομάτες, κρεμμύδια, φέτα τυρί, ελιές και ρίγανη, όλα διανθισμένα με το περίφημο ελληνικό λάδι. Το λάδι με την υψηλή θρεπτική του αξία αποτελεί τη βάση της ελληνικής μαγειρικής ενώ όλα τα παράγωγα του ελαιόδεντρου αξιοποιούνται στο έπακρο.

Χαρακτηριστικό του ελληνικού τραπέζιού είναι η ποικιλία των πιάτων, όπου κανένα δεν μονοπωλεί τη γεύση αλλά όλα μαζί συνθέτουν ένα λαχταριστό σύνολο. Οι μεζέδες (μικρά πιατάκια με διαφορετικά εδέσματα) είναι πολλοί και αραδιασμένοι όλοι μαζί στο τραπέζι μοιάζουν με ένα πολύχρωμο καμβά γεμάτο εκπλήξεις και γαστρονομικές απολαύσεις. Τα υπέροχα λαχανικά και χόρτα, τα όσπρια με χαρακτηριστικά τα κουκιά και τη φάβα, τα φρεσκοτάτα και με μοναδική γεύση ψάρια και θαλασσινά των ελληνικών θαλασσών, τα ζουμερά φρούτα, το καλής ποιότητας κρέας, τα τυριά - πολλά εκ των οποίων έχουν προστατευμένη ονομασία προέλευσης, όπως η ξινομυζήθρα, η φορμαέλλα ή το μετσοβόνη - το κρεμώδες και εύγεστο ελληνικό γιαούρτι και το πυκνό και αρωματικό μέλι θυμαριού ή ανθέων, όλα προϊόντα της ελληνικής γης αφθονούν στη χώρα με το ήπιο μεσογειακό κλίμα και την καλή ποιότητα εδάφους. Το ελληνικό τραπέζι είναι μια γαστριμαργική εμπειρία που τέρπει και τους πιο απαιτητικούς ουρανίσκους.

Στο ελληνικό τραπέζι το φαγητό συνοδεύεται και με εξαιρετικά νόστιμο ψωμί, που παραδοσιακά είναι ζυμωτό ψωμί (χωριάτικο με προζύμι). Στα παλαιότερα χρόνια αλλά ακόμη και σήμερα σε κάποιες επαρχίες της χώρας το ζύμωμα του ψωμιού, διαδικασία ιερή, γινόταν με προγραμματισμό μια φορά την εβδομάδα και απαιτούσε ιδιαίτερη σοβαρότητα και σεβασμό. Σε πολλά ελληνικά χωριά το ψωμί ψήνεται

ακόμη σε φούρνους χτιστούς που τους ανάβουν με ξύλα και όπου εκτός από ψωμί φτιάχνουν και κουλούρες, τυρόπιτες, λαδοκούλουρα και μικρές πίτες με μέλι και κανελογαρίφαλο.

Πρωταγωνιστής στο ελληνικό τραπέζι ήταν από την αρχαιότητα και συνεχίζει να είναι το ιερό υγρό του θεού Διονύσου, το κρασί. Με αμπέλια να καλλιεργούνται σε όλες τις γωνιές της Ελλάδας, τα ελληνικά κρασιά θεωρούνται από τα καλύτερα παγκοσμίως και παράγονται σε μια συναρπαστική ποικιλία. Από την χαρακτηριστική ρετσίνα (λευκό κρασί που δεν πρέπει να παλιώνει) και τα αρωματικά λευκά ως την κόκκινη και πλούσια σε χρώμα και γεύση Μαυροδάφνη που προσφέρεται ως επιδόρπιο, τα ελληνικά κρασιά αλλά και το ούζο, το ρακί και το τσίπουρο συμπληρώνουν γευστικά και αναδεικνύουν τον πλούτο του ελληνικού φαγητού.

Όσο για τα γλυκά, το κλασικό γλυκό που προσφέρεται στα χωριά και τις πόλεις είναι το πατροπαράδοτο ελληνικό γλυκό του κουταλιού. Πρόκειται για διατηρημένα σε ζάχαρη φρούτα της κάθε εποχής τα οποία πρέπει να είναι άριστης ποιότητας (κυδώνι, σύκο, πορτοκάλι, κάστανο, βερίκοκο, κεράσι). Παραδοσιακά είναι επίσης και τα σιροπιαστά γλυκίσματα με βάση κυρίως τους ξηρούς καρπούς (καρύδια, φουντούκια, αμύγδαλα, φιστίκια), το σπιτικό φύλλο, τα διάφορα ξερά φρούτα και τέλος το μέλι που δίνει στα γλυκά αυτά χαρακτηριστικό άρωμα αλλά και υψηλή θρεπτική αξία. Γνωστά γλυκά είναι το γαλατομπούρεκο, ο μπακλαβάς, το κανταΐφι, τα μελομακάρονα, ο σιμιγδαλένιος χαλβάς, το ραβανί, το σάμαλι. Τα κέικ, οι τούρτες, οι πάστες, οι τάρτες και τα άλλα γλυκά ανήκουν σε νεότερες γενιές γλυκισμάτων αλλά έχουν ενσωματωθεί πλήρως στη σύγχρονη ελληνική κουζίνα.

Χαρακτηριστικός είναι και ο πολύ δημοφιλής "ελληνικός καφές" ο οποίος ωστόσο, σε αντίθεση με τον ιταλικό εσπρέσο⁷, δεν πίνεται μετά το φαγητό αλλά συνήθως κατά τη διάρκεια της ημέρας, το πρωί ή το απόγευμα. Αραβικής προέλευσης, ο ελληνικός καφές έχει δυνατή γεύση και πλούσιο άρωμα, είναι δε πιο νόστιμος όταν είναι φρεσκοαλεσμένος και ψήνεται στο μπρίκι, αυτό το κλασικό χάλκινο σκεύος με το μακρύ χερούλι. Είναι πιο βαρύς αλλά ίσως και πολύ πιο εύγευστος όταν προσφέρεται με καϊμάκι (ένα πηχτό στρώμα που σχηματίζεται μόλις αρχίζει να φουσκώνει ο

⁷ Λέσχη Αρχιμαγείρων Κρήτης : <http://www.chefsofcrete.gr/> Χρήσιμο Υλικό, Ιστορική Αναφορά

καφές). Σερβίρεται σε μικρό φλιτζανάκι και δεν πίνεται ποτέ ολόκληρος, με ένα καταστάλαγμα να μένει πάντα στον πάτο του φλιτζανιού. Ο ελληνικός καφές πίνεται συνήθως στα μικρά μαγαζάκια του καφέ, τα καφεενεία, όπου παρέες επιδίδονται σε πολύωρες συζητήσεις πίνοντας τον καφέ τους γουλιά-γουλιά. Περισσότερο ίσως δημοφιλής, ιδιαίτερα το καλοκαίρι, είναι ο ελληνικής επινόησης καφές φραπέ, στιγμιαίος καφές χτυπημένος για να δημιουργήσει αφρό και με την προσθήκη ζάχαρης, γάλατος ή πάγου για όποιους το επιθυμούν.

Η ελληνική μαγειρική ως σύνολο τοπικών παραδόσεων που συγκλίνουν για να τη δημιουργήσουν, παραμένει η πιο δημοφιλής κουζίνα στη σύγχρονη Ελλάδα. Αυτό οφείλεται, πέρα από αυτή καθαυτή τη γεύση και ποιότητα της ελληνικής γαστριμαργίας, και στο γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα η ιδιωτική πρωτοβουλία έχει συμβάλει τα μέγιστα στην ανάδειξη της ελληνικής γαστρονομικής και οινικής πολιτιστικής κληρονομιάς. Καλλιτέχνες της μαγειρικής τέχνης σε όλα τα σημεία της Ελλάδας αξιοποιούν με μεράκι και αγάπη τα ελληνικά προϊόντα αναδεικνύοντας τις γεύσεις τους και κρατώντας το ενδιαφέρον του κοινού σε υψηλά επίπεδα. Παράλληλα όμως ανανεώνουν και διευρύνουν τον πλούτο της ελληνικής μαγειρικής αφομοιώνοντας νεωτερισμούς από άλλες κουλτούρες, πειραματιζόμενοι με τα όρια της μαγειρικής τέχνης και ανακαλύπτοντας διαρκώς το παιγνίδι και τη γοητεία των γεύσεων.

3.3 Ελληνική Κουζίνα, η πιο υγιεινή

Εδώ και αρκετές δεκαετίες γίνεται λόγος για την περίφημη Μεσογειακή Δίαιτα και την υπεροχή της σε σχέση με άλλες γαστρονομικές παραδόσεις. Το 1994 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, η Σχολή Δημόσιας Υγείας του Harvard, και ο Οργανισμός Υγείας Oldways παρουσίασαν την λεγόμενη «**Πυραμίδα της Μεσογειακής Δίαιτας**» αποδεικνύοντας και επιστημονικά ότι η διατροφή των λαών της Μεσογείου, πλούσια σε λαχανικά, όσπρια, φρούτα, δημητριακά και με βασική πηγή λίπους το ελαιόλαδο, συντελεί στη διατήρηση της καλής υγείας και τη μακροζωία. Η πλειοψηφία των ιατρικών και διαιτολογικών ερευνών που έχουν γίνει σε παγκόσμια κλίμακα φέρουν την κρητική κουζίνα ως το πιο χαρακτηριστικό και ποιοτικά υψηλό παράδειγμα μεσογειακής διατροφής. Οι κάτοικοι της Κρήτης

διαπιστώθηκε ότι έχουν τους χαμηλότερους δείκτες θνησιμότητας και τα πιο μικρά αναλογικά και σε παγκόσμια κλίμακα ποσοστά θνησιμότητας από καρδιαγγειακά νοσήματα και καρκίνους.

Ποιο είναι όμως το μυστικό της κρητικής διατροφής; Η απάντηση είναι ότι οι Κρητικοί τρέφονται με τα προϊόντα που παράγει η γη τους, δηλαδή τρώνε άφθονα κηπευτικά, χόρτα και λαχανικά, όσπρια και φρούτα, αρωματίζουν το φαγητό τους με βότανα και φυτά από τα βουνά του νησιού, όπως θυμάρι και βασιλικό, ενώ σχεδόν πάντα συνοδεύουν το φαγητό με κρασί από τα τοπικά αμπέλια. Το σημαντικότερο διατροφικό στοιχείο όμως είναι το λάδι, το οποίο για τους Κρητικούς όπως και για όλους τους λαούς της Μεσογείου, αποτελεί όπως είπαμε τη βασική πηγή λίπους. Η Κρήτη με το μεσογειακό της κλίμα και τη καλή σύσταση του εδάφους της επιτρέπει στο ελαιόδεντρο όχι μόνο να φύεται παντού, τόσο σε πεδινές όσο και σε ορεινές περιοχές, αλλά και να αποδίδεται στην υψηλότερη ποιότητά του, με χαμηλή οξύτητα και υπέροχο άρωμα. Το ελληνικό λάδι αποτελεί γενικότερα βάση της ελληνικής διατροφής, και χρησιμοποιείται στα περισσότερα πιάτα εκτοπίζοντας το βούτυρο ή άλλα είδη λαδιού που χρησιμοποιούνται σε άλλες περιοχές του κόσμου. Η θρεπτική αξία του λαδιού είναι τεράστια καθώς αποτελεί το πιο ισχυρό αντιοξειδωτικό της φύσης, προστατεύοντας δηλαδή τον οργανισμό από την οξείδωση και την ανάπτυξη των ελεύθερων ριζών που προκαλούν σοβαρές παθήσεις. Το γεγονός ότι οι Κρητικοί ζουν περισσότερο και έχουν τους χαμηλότερους δείκτες στην εμφάνιση ασθενειών φαίνεται να συνδέεται άμεσα με το γεγονός ότι είναι και οι μεγαλύτεροι καταναλωτές λαδιού παγκοσμίως.

3.4 Ιστορική εξέλιξη

Ο πολιτισμός των λαών, υποδηλώνει το επίπεδο της γαστρονομίας τους. Άρα αν θέλουμε να καταγράψουμε ιστορικά στοιχεία της εξέλιξης της γαστρονομίας, θα πρέπει να ανατρέξουμε σε λαούς με ανώτερο πολιτισμό. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι θα πρέπει να παραβλέψουμε και τις διατροφικές συνήθειες των υπολοίπων λαών, διότι και εκεί έχουμε πολλά να διδαχτούμε. Η πραγματική γαστρονομία, η διατροφή των ανθρώπων με κανόνες δηλαδή, ξεκίνησε από την στιγμή που ο άνθρωπος, έπαψε να είναι συλλέκτης της τροφής του, και άρχισε να καλλιεργεί ο ίδιος την γη.

Αυτό σημαίνει, ότι δεν περιφερόταν πια στην γη αναζητώντας τα προς το ζην και άρα δεν έτρωγε πρόχειρα καθ' οδών, αλλά μένοντας στάσιμος σ' ένα μέρος, δημιούργησε την κατοικία του, καλλιέργησε την γη, ανέπτυξε την οικιακή κτηνοτροφία, άρα και τις αποθήκες και σταδιακά τους τρόπους συντηρήσεως κι απ' αυτό το περιβάλλον αντλούσε πλέον την τροφή του.

Αυτός ο τρόπος ζωής, δημιούργησε τον λεγόμενο «κύκλο της τραπέζης». Οι άνθρωποι δηλαδή, οικογένειες, φαμίλιες, φίλοι, σύντροφοι κτλ, συγκεντρωνόντουσαν όλοι μαζί σε κάποιο σημείο της κατοικίας ή του περιβάλλοντος όταν ο καιρός το επέτρεπε και 'κει έμαθε και σταδιακά διαμόρφωσε τις αξίες της κοινωνικής ζωής. «Έκτισε» τα έθιμα του και σταδιακά θεμελίωσε τους κανόνες της πολιτισμένης συμπεριφοράς.

Στην Ελλάδα η αρχαιολογική σκαπάνη, έχει αναδείξει σημάδια κοινωνικής ζωής από τα πρώιμα προϊστορικά χρόνια. Έχουν βρεθεί υπολείμματα οικιών όπου κεντρικό σημείο τους, είναι η εστία, το σημείο δηλαδή, όπου η φωτιά και ως εκ τούτου και το μαγείρεμα, είχε τον ουσιαστικό ρόλο στην ζωή των προϊστορικών ανθρώπων. Έτσι βλέπουμε ότι από νωρίς ο άνθρωπος κατανόησε την ανάγκη της ειρηνικής οικογενειακής και κατ' επέκταση της κοινωνικής ζωής, κάτι που εξασφάλιζε ο κύκλος της τραπέζης και των ομοτράπεζων.

Ο Ελλαδικός χώρος και η γης του, δεν προσφέρεται για πλουτισμό. Αυτόν τον προκάλεσε αργότερα η αποικιοκρατία και τα οφέλη από τις συνεισφορές των αποικιών προς τις μητροπόλεις τους.

Το άγονο έδαφος της Ελλάδας, η δυσκολία στις συγκοινωνίες και βέβαια οι πολύχρονοι πόλεμοι είχαν όπως ήταν φυσικό μεγάλη επίπτωση και στη διατροφή των Ελλήνων, γι' αυτό και είχαν αυτοχριστεί «μικροτράπεζοι» και «φυλλοτρώγες». Έτσι λοιπόν οι διατροφικές συνήθειες των αρχαίων Ελλήνων χαρακτηρίζονταν από τον λιτό τρόπο ζωής και διατροφής. Από τα πολύ παλαιά χρόνια η διατροφή βασίστηκε στη βασική μεσογειακή τριάδα, τον σίτον, τον οίνον και το έλαιον, δηλαδή τα δημητριακά, το κρασί και το λάδι.. .

Αυτά τα τρία προϊόντα, σχετικά ευκόλως καλλιεργούμενα, αποτέλεσαν και αποτελούν ακόμα και σήμερα τα κύρια συστατικά διατροφής όλων των ανθρώπων που κατοικούν γύρω από την λεκάνη της Μεσογείου.

Η γεωργία εκτός από τα τρία βασικά προϊόντα, έδινε αρκετά είδη λαχανικών και οσπρίων. Η κτηνοτροφία, έδινε το κρέας και το γάλα καθώς επ' ίσης και κάποια είδη τυριών. Το κυνήγι πρόσφερε τα τριχωτά και τα πτερωτά εδέσματα, κάτι που εμπλούτιζε το εδεσματολόγιο. Βέβαια, δεν θα πρέπει να παραβλέπουμε την ζωοδότρα θάλασσα που με τον πλούτο του βυθού και των ακτών της, γέμιζε με τροφή το τραπέζι των νησιωτών και των ανθρώπων που κατοικούσαν στα παράλια της.

Πληροφορίες για τις διατροφικές συνήθειες των αρχαίων Ελλήνων παρέχουν τόσο οι γραπτές μαρτυρίες όσο και οι διάφορες καλλιτεχνικές απεικονίσεις στα κεραμικά αγγεία και τα αγαλματίδια από ψημένο πηλό κι από την άλλη οι διάφορες κωμωδίες, κυρίως αυτές του Αριστοφάνη.

3.4.1. Βυζαντινή Εποχή – Η διατροφή στο Βυζάντιο

Η έλευση του Χριστιανισμού στον Ρωμαϊκό κόσμο, σηματοδοτεί την απαρχή της παρακμής της. Όταν ο Κωνσταντίνος ο Μέγας, μετέφερε την πρωτεύουσα στο Βυζάντιο (μετέπειτα Κωνσταντινούπολη), ήδη ο Χριστιανισμός είχε επιβληθεί σε μεγάλα στρώματα του πληθυσμού, αυτό είχε σαν συνέπεια να επιβληθούν νέοι κανόνες στην διατροφική συνήθεια των ανθρώπων της αυτοκρατορίας.

⁸ Στην καθημερινή ζωή βασική επιδίωξη ήταν η αυτάρκεια του νοικοκυριού και γι' αυτό κάθε οικογένεια καλλιεργούσε τα βασικά λαχανικά και εξέτρεφε κατοικίδια ζώα, συνήθως πουλερικά. Αυτό συνέβαινε στην επαρχία, στις μεγάλες πόλεις και ιδιαίτερα στη Κωνσταντινούπολη που την περίοδο της ακμής της, ξεπερνούσε τις 500.000 κατοίκους, επενέβαινε η κρατική μέριμνα, κυρίως μέσω του διοικητή (έπαρχου) της πόλης. Σ' αυτήν την περίοδο, γίνονται ορισμένες αλλαγές, φαινομενικά ασήμαντες σήμερα, όμως ουσιαστικές για την μετέπειτα πορεία της

⁸ Η διατροφή στο Βυζάντιο, <http://www.ellinikabaharika.gr/>

γαστρονομίας. Καταργείται στα συμπόσια το ανάκλιτρο και καθιερώνεται το τραπέζι. Μπαίνουν σε χρήση τα δίχηλα πιρούνια.

Την ίδια περίοδο μαζί με το τραπέζι εμφανίζεται για πρώτη φορά το τραπεζομάντιλο, ως ένδειξη της οικονομικής και κοινωνικής θέσης του οικοδεσπότη. Τέλος τα γεύματα οργανώνονται καλύτερα και σερβίρονται από προσωπικό διαφορετικών βαθμίδων και χρησιμοποιούνται πιο εξειδικευμένα σκεύη και εργαλεία. Στο αναμεταξύ Δύση επικρατούν οι σκοτεινοί αιώνες κι αυτό σταδιακά θ' αλλάξει με την πτώση της Βυζαντινής αυτοκρατορίας και την άλωση της Κωνσταντινουπόλεως. Τότε όπως παλαιότερα με την κατάκτηση της Ελλάδας από τους Ρωμαίους, θα φύγουν πολλοί, λόγιοι και τεχνίτες και θα καταφύγουν στην δύση και κυρίως στην Ρώμη. Μαζί μ' αυτούς, φεύγουν και πολλοί μάγειροι, οι οποίοι θα μεταλαμπαδεύσουν την τέχνη του για να εξελιχθεί σταδιακά αυτή, στην σημερινή της μορφή όπως την ξέρουμε στις Ευρωπαϊκές χώρες που βρέχονται από την Μεσόγειο.

Από την Ρωμαϊκή εποχή και μετά δεν παρουσιάστηκε καμία καινούρια και ουσιαστική επιρροή στην Ευρώπη και οι μέχρι τότε επιδρομές στις βόρειες περιοχές δεν είχαν επιφέρει τίποτα το ουσιαστικό, μέχρι που κατέφθασαν οι μάγειροι της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας. Στην συνέχεια μόνοι θεματοφύλακες της γαστρονομίας και μάλιστα άριστοι, ήταν κατά τον Μεσαίωνα τα μοναστήρια τα οποία αποδείχθηκαν πιστοί φύλακες της παράδοσης της Ρωμαϊκής τέχνης της μαγειρικής όπως και άλλων θησαυρών της παράδοσης. Οι μοναχοί δεν διέσωσαν μόνο χειρόγραφα αλλά και συνταγές τις οποίες φρόντιζαν να καλλιεργήσουν πλουσιοπάροχα. Στα μοναστήρια, δεν διατηρήθηκαν και αναπτύχθηκαν μόνο οι ρωμαϊκές συνταγές, αλλά ανέπτυξαν την τυροκομία και την οινοποιία σε πολύ σημαντικό βαθμό. Οι Ιταλοί και κυρίως οι Βενετοί, με το εμπόριό τους απέκτησαν μεγάλα πλούτη και ποιος είναι καλύτερος τρόπος επίδειξης πλουτισμού εκτός από την γαστρονομία; Έτσι λοιπόν άνοιξαν τα σαλόνια τους κι έτσι η γαστρονομία, άρχισε πάλι να παίρνει την θέση της στην ζωή των ανθρώπων και μαζί μ' αυτήν οι καλοί τρόποι συμπεριφοράς. Και στην Φλωρεντία όμως, επικρατούσε κλίμα πειραματισμού και έρευνας πάνω στην γαστρονομία με πολλές καινοτόμες ιδέες.

Οι Φλωρεντινοί έδωσαν ουσιαστική ώθηση στο δυτικό κόσμο η οποία επηρέασε κυρίως την Γαλλική κουλτούρα. Η αρχή έγινε με τους γάμους της Αικατερίνης των Μεδίκων με τον βασιλιά της Γαλλίας Ερρίκο τον Β΄. Η Αικατερίνη φεύγοντας από την πατρίδα της, πήρε μαζί της την «αυλή» της με πρώτους και καλύτερους τους μαγείρους. Αυτό ήταν η αφορμή να θεμελιωθεί η Γαλλική γαστρονομία και να φθάσει στο επίπεδο που την γνωρίζουμε σήμερα. Πολλές καινούριες συνταγές πήραν το όνομα διάσημων ανθρώπων της εποχής εκείνης και πολλοί μεγάλοι μάγειροι υπηρέτησαν τον 17ο και 18ο αιώνα στις μεγάλες αυλές των ηγεμόνων της Ευρώπης.

3.5 Γαστρονομία Σήμερα

Η Γαλλική επανάσταση ⁹επέφερε μεγάλη αλλαγή σ' ολόκληρη την ιστορία του πολιτισμού της ανθρωπότητας. Δεν άρχισε μόνο η εποχή της βιομηχανοποίησης και της τέχνης αλλά και των ταξιδιών και του τουρισμού. Η καλή κουζίνα κατάφερε από τις αυλές των ηγεμόνων να φτάσει στα μεγάλα αστικά στρώματα. Τα πρώτα «καλά» εστιατόρια άνοιξαν το 1765 στο Παρίσι και σ' άλλες μεγάλες πόλεις. Τα χάνια και τα πανδοχεία του μεσαίωνα, εξελίχθηκαν σε τεράστιες ξενοδοχειακές μονάδες, που φιλοξενούν καθημερινά χιλιάδες ανθρώπους που αναζητούν την περιπέτεια, την ξεκούραση, την γνώση και το καλό φαί. Οι σημερινές ιλιγγιώδεις ταχύτητες με τις οποίες διακινούνται οι ιδέες και οι ταχύτητες με τις οποίες ταξιδεύει ο άνθρωπος, μας έχουν κάνει κατ' ουσίαν ομοτράπεζους σ' ένα παγκόσμιο συμπόσιο. Η εύκολη και γρήγορη διακίνηση των γνώσεων και των πληροφοριών, μας έχει δώσει την δυνατότητα εκτός όλων των άλλων, να γίνουμε όλοι γνώστες και μυσταγωγοί της μεγάλης και παγκόσμιας κληρονομιάς των συνταγών και εφαρμογών της γαστρονομίας. Ο καθένας μπορεί μέσω του διαδικτύου, να προβάλλει την τέχνη του, τα προϊόντα του, τις απόψεις του.

Όλα αυτά μπορούν εν ριπή οφθαλμού, να φθάσουν σε χιλιάδες ή και εκατομμύρια ακόμα αποδέκτες κι αυτοί να τα αναζητήσουν στην αγορά, να τα δοκιμάσουν, να τα επικροτήσουν ή να τα απορρίψουν. Η έρευνα πάνω στους τρόπους γεωργίας, μας έχει

⁹ Η ιστορία της μαγειρικής τέχνης http://altgriechische-kueche.de/gesch_gr

βοηθήσει να καλλιεργούμε αγροτικά προϊόντα και εκτός της «πατρίδος» των. Αυτό έχει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα για το αυθεντικό προϊόν, δεν είναι καλύτερο απ' αυτό. Παρακάτω θα αναφέρουμε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα και πως μπορούμε να το εκμεταλλευτούμε.

3.6 ¹⁰Γαστρονομία και τέχνη του τραπέζιού

« Μια μεγάλη αναγνώριση »

Τον Δεκέμβριο του 2010, η γαλλική γαστρονομία εντάχθηκε στον κατάλογο της Αΰλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας.

Ήταν η πρώτη φορά που η UNESCO ενέταξε στον μακρύ της κατάλογο μια "άυλη" κληρονομιά" σχετική με την γαστρονομία, εκτός των αρχαιολογικών χώρων και μνημείων που παρουσιάζουν ένα εξαιρετικό ενδιαφέρον.

Τα μέλη της Επιτροπής τόνισαν ότι το γεύμα αποτελεί στη Γαλλία « μια παραδοσιακή κοινωνική πρακτική με σκοπό τον εορτασμό των πιο σημαντικών στιγμών της ζωής των ανθρώπων και των συνόλων, όπως οι γεννήσεις, οι γάμοι, τα γενέθλια, οι επιτυχίες και οι επανενώσεις ». Και, κατά συνέπεια, **μια πρακτική που ενισχύει την συλλογική ταυτότητα και συμβάλλει στην παγκόσμια πολιτισμική πολυμορφία.**

« Στους Γάλλους αρέσει να συναντώνται, να πίνουν και να τρώνε καλά και να εορτάζουν μια όμορφη στιγμή κατ'αυτόν τον τρόπο. Αποτελεί μέρος των παραδόσεων και μια πολύ ζωντανή παράδοση. »

3.7 Γεύση και εξέλιξη

Στο άρθρο « Οι Έλληνες και η αίσθηση της γεύσης»¹¹ (περιοδικό Αρχαιολογία, τεύχος 117, 2011) ο Μπόσκου και ο Παλησίδης παρουσιάζουν την ιστορία της γεύσης. Η γεύση είναι η αίσθηση που δέχονται οι γευστικές απολήξεις (κάλυκες) της γλώσσας μετά τη διάλυση των συστατικών του φαγητού με το σάλιο. Ο Ιπποκράτης

¹⁰ Jean Loup Kuhn-Delforge: <http://www.ambafrance-gr.org/>

¹¹ http://culinology.gr/wp-content/uploads/2011/11/%CE%93%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82.pdf

ταξινόμησε τις τροφές σε τέσσερις κατηγορίες: θερμές (π.χ. κρεμμύδι), ψυχρές (π.χ. σπαράγγι), ξηρές (π.χ. σταφύλι), υγρές (π.χ. μαρούλι). Αργότερα τα βότανα και οι τροφές ταξινομήθηκαν με βάση τις γεύσεις: γλυκό, ξινό, αλμυρό, δριμύ, πικρό και στυφό¹³. Στις μέρες μας, οι βασικές γεύσεις είναι η αίσθηση του γλυκού, του ξινού, του πικρού και του αλμυρού, οι οποίες έχουν συχνά και ανάλογες ψυχοσωματικές αντιδράσεις. Χαρακτηριστικό είναι ότι μεταξύ των γεύσεων παρατηρείται αντιστάθμιση του γλυκού με το ξινό και του πικρού με το αλμυρό¹⁴. Εάν επιθυμούμε να προσδιορίσουμε τη γεύση, τη νοστιμάδα ενός εδέσματος, τότε θα λέγαμε ως είναι το σύνολο των αισθήσεων της γεύσης και της όσφρησης που γίνονται αντιληπτές κατά το διάστημα που η τροφή βρίσκεται στη στοματική κοιλότητα. Στην ολική γεύση ενός τροφίμου πρέπει να συμπεριληφθούν ενδεχομένως οι εντυπώσεις που αφήνει ταυτόχρονα η αφή, η υφή και η θερμοκρασία. Η ποιότητα της γεύσης είναι αλληλένδετη με την οσμή¹², για παράδειγμα η μέντα έχει πικρή γεύση και δροσερή οσμή.

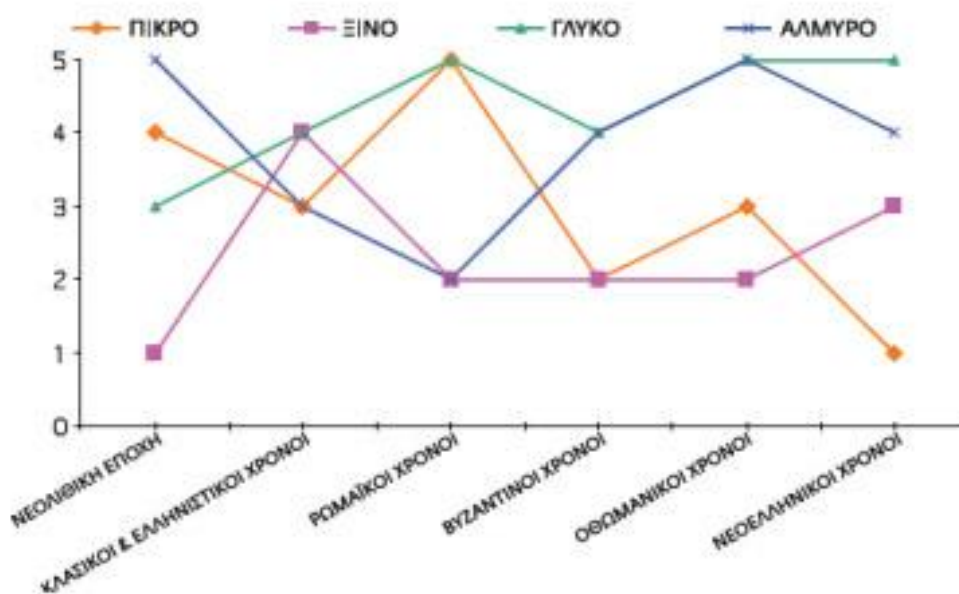
Το αίσθημα της γεύσης είναι αυτό που δημιουργεί πλήθος αντανακλαστικών, τα οποία και σχετίζονται με τη μάσηση, την κατάποση και την έκκριση πεπτικών υγρών και ενζύμων. Τα εργαλεία της γεύσης είναι οι 13 νευρικές οδοί (χημειοδεκτικά κύτταρα) που διακρίνουν τις τέσσερις βασικές γεύσεις¹⁷. Ο συνδυασμός των τεσσάρων αυτών γεύσεων και οι αυξομειώσεις στην ένταση της κάθε μίας δημιουργούν άλλες γεύσεις. Χαρακτηριστικό της γεύσης είναι ότι δημιουργεί βιώματα, τα οποία επηρεάζουν τη συνολική ψυχική μας διάθεση, τόσο κατά το διάστημα της αίσθησης, όσο και της επίγευσης. Για το λόγο αυτό ο άνθρωπος ανέκαθεν την αναζητούσε, ώστε να τροφοδοτήσει τη συνείδηση και να δημιουργήσει ευχάριστα εγκεφαλικά συναισθήματα.

Για να δούμε όλες τις διαστάσεις του όρου «γεύση», ας εξετάσουμε και τις παρακάτω έννοιες, οι οποίες σχετίζονται άμεσα με τη γαστρονομία: **Γευσιγνώστης είναι το εξειδικευμένο άτομο, ο δοκιμαστής, με ευαισθησία στις γεύσεις και γενικά στα αισθητήρια όργανα της γλώσσας, το οποίο επιλέγει τη διατροφή του σύμφωνα με τα οργανοληπτικά και γευστικά κριτήρια.**

¹² This H. (2009). «Goût, saveur, odeur, arôme?», L'Actualité Chimique 332 (2009), σ. 3

Η ευαισθησία αυτή οφείλεται στη συνεχή αναζωογόνηση των γευστικών κυττάρων ,κάνοντας γευστική γυμναστική, αναζητώντας σε κάθε μπουκιά το γεωγραφικό ταξίδι, τη μνήμη μιας παλαιάς εμπειρίας. Η γευστιγνωσία έχει να κάνει με την ποιοτική εκτίμηση ενός ή περισσότερων στοιχείων (όραση, οσμή, γεύση, αφή) και την κατηγοριοποίησή τους με βάση τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά τους, χωρίς να φτάνουμε σε επίπεδα κορεσμού. Ο όρος **γευστικός** χαρακτηρίζει την ιδιότητα ενός τροφίμου να ερεθίζει τους γευστικούς κάλυκες τις γλώσσας. Σε έρευνα που έγινε και παρουσιάζει (Περιοδικό Αρχαιολογία, τεύχος 115 και Συμπόσιο Αρχαίας Ελληνικής και Βυζαντινής Γαστρονομίας, 2011-Εταιρία ARTIFEX) την εξέλιξη της έντασης της γεύσης σε γράφημα ανάλογα την εποχή (βλ. Σχήμα: Βαθμοί έντασης γεύσης).

Στην έρευνα δεν συμπεριλάβαμε την καυτερή ή πικάντικη γεύση εδέσματα, διότι το καυτερόκαι το πικάντικο δεν αποτελούν γεύση, αλλά αντίδραση του οργανισμού στην καψαϊκίνη. Επίσης δεν συμπεριλάβαμε το στυφό δεδομένου ότι το αντιλαμβανόμαστε μετά την κατάποση της τροφής και επομένως δεν εμπίπτει στα κριτήρια της έρευνας μας. Οι βαθμίδες της έντασης χαρακτηρίζονται με βάση την κλίμακα από το 1 έως το 5 (1: λίγο, 2: ελαφρώς, 3: μέτρια, 4: αρκετά, 5: πολύ).



Εικόνα 1 Βαθμοί έντασης γεύσης κατά Μπόσκου & Παλησίδη

4 Μελέτη Περίπτωσης

4.1 Η σημασία της Ελληνικής γαστρονομίας

4.1.1 Υγεία – Ευεξία – Μακροζωία

Έχει αποδειχτεί από παγκόσμιες έρευνες, ότι η Μεσογειακή με επίκεντρο την Ελληνική και προπαντός την Κρητική-Μεσογειακή διατροφή, παίζει μεγάλο ρόλο στην καλή υγεία, στην ουσιαστική μακροζωία του ανθρώπου και την εν γένει ποιοτική ζωή του.

Ο λανθασμένος τρόπος της διατροφής του σύγχρονου δυτικού ανθρώπου, είναι πέρα πάσης αμφιβολίας, καταστροφικός. Όπου και να γυρίσουμε το βλέμμα μας, βλέπουμε υπέρβαρους ανθρώπους και το χειρότερο, υπέρβαρα παιδιά.

Φταίει η υπερκατανάλωση ζωικών λιπαρών, ζάχαρης, κρέατος, σνακ, αναψυκτικών κτλ.

Το τεράστιο πλήθος συντηρητικών και συστατικών που περιέχουν αποτελούν τους βασικότερους παράγοντες που στερούν χρόνια και ποιότητα ζωής από το σύγχρονο άνθρωπο, διότι έχει αποδειχτεί η καρκινογόνος δράση τους. Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία, ότι σύγχρονη διατροφή είναι περιορισμένη και φτωχή σε θρεπτικά συστατικά ενώ ταυτόχρονα παρέχει πολλές θερμίδες χωρίς ουσιαστική θρεπτική αξία.

Δυστυχώς, τα αποτελέσματα της κακής διατροφής, δεν έχουν άμεση επίδραση στον άνθρωπο, αλλά εκδηλώνονται σε βάθος χρόνου και εκδηλώνονται με πολλαπλούς τρόπους, τρόπους που αφορούν την υγεία αλλά και την ποιότητα ζωής.

Πριν από 60-70 χρόνια, οι άνθρωποι πέθαιναν κυρίως από μολυσματικές ασθένειες όπως η φυματίωση η ελονοσία κτλ.

Σε αυτό το διάστημα, η ιατρική εξελίχθηκε και τα σύγχρονα φάρμακα και εμβόλια εξάλειψαν σχεδόν ολοκληρωτικά αυτές τις ασθένειες.

Σήμερα, οι βασικότερες αιτίες θανάτου, είναι ο Καρκίνος και η Στεφανιαία νόσος και αιτίες τους πέραν πάσης αμφιβολίας, ο σημερινός τρόπος ζωής και διατροφής.

4.1.2 Πυραμίδα Μεσογειακής Διατροφής



Εικόνα 2 Πυραμίδα Μεσογειακής Διατροφής

Στις αρχές της δεκαετίας του 1960 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, έκανε μία έρευνα σε 7 χώρες (Ελλάδα, Φιλανδία, Ηνωμένες Πολιτείες, Ολλανδία, Ιταλία Γιουγκοσλαβία, Ιαπωνία) ¹³ για να διαπιστώσει σε ποιες από τις προαναφερθέντες χώρες εμφανίζονται τα μικρότερα ποσοστά θανάτων από καρκίνο και στεφανιαία νόσο.

Έπειτα από μελέτη 10 ετών συγκέντρωσαν τα αποτελέσματα της έρευνας και ανακάλυψαν ένα απίστευτο αποτέλεσμα. Οι άνθρωποι που ζούσαν στην Ελλάδα και ειδικά στην Κρήτη, όχι μόνο εμφάνιζαν τα μικρότερα ποσοστά θανάτων από

¹³ Δαλμάτσου – Ζερβουδάκη Κ. & Ηλιάσκου Β & Καρπουζοπούλου «Καρποί της Γης από την Μεσογειακή Διατροφή – σταφύλι, ελιά, σιτάρι», Εκδ. Κέδρος, 2008.

καρκίνο και στεφανιαία νόσο, αλλά ζούσαν περισσότερα χρόνια με καλή υγεία και καλή ποιότητα ζωής.

Αξιοσημείωτο εύρημα ήταν, ότι τα ποσοστά θανάτων από τις προαναφερθείσες ασθένειες ήταν τόσο μικρά, σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της έρευνας, ώστε έσπευσαν να ανακαλύψουν πιο ήταν το μυστικό των ανθρώπων της Κρήτης και το πώς κατάφερναν να ζουν περισσότερα και καλύτερα χρόνια από τους άλλους της έρευνας.

Τελικά και μετά από μακρόχρονες έρευνες, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι Κρητικοί εδώ και 4 χιλιάδες τουλάχιστον χρόνια, πριν δηλαδή και από την εποχή του Μινωικού Πολιτισμού, τρέφονται σχεδόν με τον ίδιο τρόπο και η καθημερινή τους διατροφή περιλαμβάνει ακατέργαστα δημητριακά όπως το σιτάρι, όσπρια όπως ρεβίθια, κουκιά, αρακά και φακές, άγρια χόρτα, πολλά είδη λαχανικών, κολοκυθάκια, αγγούρια, ραπανάκια κτλ. Χρησιμοποιούσαν επ' ίσης άφθονο σουσάμι στο ψωμί, στα γλυκά και στα φαγητά.

Επ' ίσης μεγάλο ρόλο σ' αυτήν την αλήθεια, έχει παίζει το ελαιόλαδο και οι ελιές, τα ψάρια και τα θαλασσινά, καθώς επ' ίσης και το ότι έτρωγαν κατ' ευθείαν και στην φυσική τους μορφή αμύγδαλα, καρύδια, φιστικιά, κάστανα, σύκα, αχλάδια, μήλα, ρόδια και ένα σωρό άλλα φρέσκα φρούτα . Από τα ζώα που εξέτρεφαν, παρασκεύαζαν γιαούρτι και τυρί, ενώ πολύ σπάνια έτρωγαν το κρέας τους. Είχαν μελίσσια για να έχουν αγνό και καλό μέλι, το οποίο σε πολλές περιπτώσεις το χρησιμοποιούσαν σαν βασική γλυκαντική ουσία εις βάρος της ζάχαρης φυσικά.

Φυσικά, είχαν το δικό τους κρασί που το έπιναν με μέτρο στο καθημερινό τους τραπέζι, αλλά και στις γιορτές και τα πανηγύρια τους. Μέσα λοιπόν από αυτή την μοναδικότητα των γεύσεων, των αρωμάτων και της ποικιλίας των τροφών , αν κάνουμε μία διατροφική ανάλυση πολύ εύκολα θα διαπιστώσουμε τις αιτίες της υπέροχης υγείας και ποιοτικής μακροζωίας των Κρητικών. Τα ακατέργαστα δημητριακά και τα όσπρια περιέχουν άφθονους υδατάνθρακες για ενέργεια και σχεδόν όλο το σύμπλεγμα των βιταμινών Β για την καλή λειτουργία του νευρικού συστήματος.

Από τα φρέσκα φρούτα και λαχανικά, προσλαμβάνουν τις βιταμίνες Α και C για την άμυνα του οργανισμού από τις λοιμώξεις. Το ελαιόλαδο βοηθά στην σωστή ροή του αίματος στα αγγεία και παρέχει άφθονη και φυσική βιταμίνη E για την μη πρόωρη γήρανση των κυττάρων.

¹⁴Το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί παρέχουν ασβέστιο για γερά οστά και δόντια, τα φρέσκα ψάρια και θαλασσινά, τις πρωτεΐνες για την καλή ανάπτυξη του οργανισμού αλλά και πολλές ουσίες για την καλή λειτουργία της καρδιάς. Οι ξηροί καρποί, τα άγρια χόρτα, τα όσπρια και το μέλι συμπληρώνουν όλα τα απαραίτητα αμινοξέα, μέταλλα και ιχνοστοιχεία στην διατροφή των Κρητικών.

Συμπέρασμα, η άριστη πέραν πάσης αμφιβολίας διατροφή, είχε σαν αποτέλεσμα οι Κρητικοί, να έχουν αναπτύξει ένα ισχυρό ανοσοποιητικό σύστημα και ισχυρούς μηχανισμούς άμυνας που τους προστατεύουν από ασθένειες όπως ο καρκίνος και οι καρδιοπάθειες. Αν τώρα σκεφτούμε τον δυτικό τρόπο διατροφής, δηλαδή στις τροφές τύπου «fast food» (γρήγορου φαγητού) με τα χάμπουργκερ από επεξεργασμένο κρέας, κέτσαπ, βούτυρο ή μαργαρίνη γεμάτα δηλαδή με κορεσμένα λιπαρά που εύκολα τραβούν πάνω τους καρκινογόνα συστατικά, τις τηγανιτές πατάτες σε προτηγανισμένα έλαια, τις πίτσες με τα πολλά αλλαντικά γεμάτα λίπος και καρκινογόνα συντηρητικά, τα τυριά με πολλά λιπαρά και τα αναψυκτικά με ανθρακικό και μεγάλες ποσότητες ζάχαρης.

Αν συγκρίνουμε τα δύο είδη διατροφής εύκολα μπορούμε να συμπεράνουμε ότι εφαρμόζοντας τη Μεσογειακή διατροφή θα είμαστε πάντα γεμάτοι ενέργεια, ζωντάνια, ευεξία και επειδή περιέχει ελάχιστο λίπος θα έχουμε και σωστό σωματικό βάρος.

Δείτε όμως όλους αυτούς που τρέφονται κυρίως με έτοιμες τροφές σε fast food, και πιτσαρίες. Συνήθως έχουν αυξημένο βάρος, και από τη διατροφή που κάνουν γεμίζουν σιγά με καρκινογόνα συστατικά το σώμα τους και από τα πολλά λίπη και τη χοληστερίνη κλείνουν και φράσσουν σιγά-σιγά οι αρτηρίες τους και πολύ σύντομα θα παρουσιάσουν είτε καρκίνο είτε καρδιαγγειακά προβλήματα. Οι κακές

¹⁴<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,3962472,00.html>

διατροφικές συνήθειες μπορούν να οδηγήσουν ένα παιδί αλλά και ένα ενήλικο στον αυριανό παχύσαρκο, διαβητικό, καρδιοπαθή, καρκινοπαθή ή να πληγεί από πολλές άλλες ασθένειες της σύγχρονης εποχής.

Ο Μεσογειακός τρόπος διατροφής έχει αποδειχτεί ως η καλύτερη πρόληψη για όλες τις παραπάνω ασθένειες. Το ελαιόλαδο, τα ψάρια, τα φρούτα, τα δημητριακά, τα όσπρια και τα γαλακτοκομικά του τόπου μας είναι εξαιρετικής ποιότητας γιατί παρέχουν όλα τα απαραίτητα θρεπτικά συστατικά, βιταμίνες, μέταλλα που θα εξασφαλίσουν την άριστη σωματική και πνευματική ανάπτυξη του παιδιού, του εφήβου και του ενήλικα. Θα πρέπει από νωρίς να διδάσκουμε στα παιδιά την Κρητική-Μεσογειακή διατροφή, ώστε να την υιοθετούν σ την ζωή τους, ως κανόνα απαράβατο αλλά και ως αξία ζωής. Αυτό θα πρέπει να τους γίνεται βίωμα έτσι ώστε να μπορούν να διατρέφονται σωστά και ως ενήλικες. Η Μεσογειακή διατροφή μέσα από την διατροφική αξία των προϊόντων του τόπου μας, μπορούν να καλύψουν επαρκώς τις ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου ώστε να ανταπεξέλθει με επιτυχία τόσο στην αυξημένη σωματική δραστηριότητα αλλά και στην πνευματική και να του εξασφαλίσουν όχι απλώς μακροβιότητα αλλά και άριστη ποιότητα ζωής.

4.1.3 Ανάπτυξη Γεωργίας – Κτηνοτροφίας – Αλιείας

Είναι αυτονόητο, γαστρονομία σημαίνει μεταξύ των άλλων αυθεντικά προϊόντα της φύσης, γεωργικά, κτηνοτροφικά, αλιεύματα κτλ. Τι καλύτερο, από το να παράγονται τα προϊόντα αυτά, εκεί όπου προσφέρεται η τοπική γαστρονομία;

Η ζήτηση, δημιουργεί την αιτία της παραγωγής. Όπου ζήτηση... καλές τιμές, ανάπτυξη, ευημερία, απασχόληση, μόρφωση, πολιτισμός, εξέλιξη. Είναι αδιανόητο να λέμε Ελληνική γαστρονομία και να χρησιμοποιούνται προϊόντα εισαγόμενα από άλλους τόπους. Εδώ θα πρέπει να επισημάνουμε την ανάγκη δημιουργίας του λεγόμενου «καλαθιού». Δηλαδή, θα πρέπει κάθε τόπος, μικρός ή μεγάλος, να δημιουργήσει το δικό του «καλάθι», που θα απαρτίζεται από τα αξιολογότερα και παραδοσιακότερα προϊόντα του τόπου αυτού.

Αυτό, θα πρέπει να είναι απολύτως κατανοητή ανάγκη, να διαφημίζεται καταλλήλως η ύπαρξη του, ώστε να βοηθείται η ανάπτυξη γαστρονομίας και η προσέλκυση πελατών υψηλού οικονομικού επιπέδου, κάτι που αφορά όλους τους εμπλεκόμενους στην όλη διαδικασία, παραγωγούς, εμπόρους, εστιατορες, ξενοδόχους, τουριστικούς πράκτορες κτλ.

Η σημασία που θα πρέπει να δίνεται στην ιστορία και την ιστορικότητα του κάθε προϊόντος, θα πρέπει να είναι αυτονόητη. Ειδικά στην πατρίδα μας, είναι αφελές να μην χρησιμοποιούμε την ιστορία μας, μια ιστορία που χάνεται στα βάθη του χρόνου.

Με τον τρόπο αυτό, ο επισκέπτης-πελάτης, θα αποκτά μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τον τόπο προορισμού του. Η ιστορία ποτέ δεν θα πάψει να απασχολεί τους ανθρώπους και η ιστορία των προϊόντων, δείχνει ταυτόχρονα και την ιστορική πορεία του τόπου παραγωγής των.

Φυσικό επακόλουθο αυτής της πρακτικής, είναι η μεταφορά των θετικών απόψεων των πελατών στις πατρίδες των. Τι πιο αυτονόητο από την αύξηση της ζήτησεως και άρα την αύξηση των εξαγωγών;

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα επιτυχημένης εξαγωγής γαστρονομικών προϊόντων, είναι η γειτονική μας Ιταλία αλλά και η Ισπανία καθώς επ' ίσης και η Γαλλία. Και που δεν βρίσκεις τα προϊόντα αυτών των χωρών!

Αυτοί οι Λαοί, αλλά και άλλοι το ίδιο επιτυχημένοι, καταλάβανε εγκαίρως ότι μεγάλη σημασία στο θέμα αυτό, έχει η πρωτοτυπία, η καινοτομία, το design και φυσικά η σταθερή ποιότητα του κάθε προϊόντος.

Η Πατρίδα μας, έχει ορισμένα προϊόντα που είναι μοναδικά στον κόσμο και κάποια από αυτά όπως η μαστίχα Χίου, δεν παράγονται πουθενά αλλού. Το ελαιόλαδο είναι μοναδικό, ο κρόκος Κοζάνης ασύγκριτος, ορισμένα τυριά όπως η φέτα ως προς την αναγνωσιμότητα και η μανούρα Σίφνου ως προς την διαχρονικότητα και η πρωτοτυπία, το μέλι ξεχωρίζει από όλα τα άλλα μέλια. Ο κατάλογος είναι πολύ μεγάλος, αλλά δεν τον έχουμε εκμεταλλευτεί προς όφελος μας.

¹⁵Επιλέγουμε να πουλάμε τα προϊόντα αυτά απρόσωπα και σε μεγάλες συσκευασίες. Αντίθετα, οι ανταγωνιστές μας, πουλάνε τα δικά τους σε μικρές και χαριτωμένες συσκευασίες,

Τα αλιεύματα των Ελληνικών θαλασσών και τα προϊόντα της ιχθυοκαλλιέργειας, είναι μοναδικά σε γεύση και ποιότητα. Αν επικεντρωθούμε στην εμπειρία που έχουμε αποκτήσει στις ιχθυοκαλλιέργειες και τις εμπλουτίσουμε, τότε μπορούμε να προσφέρουμε στην κατανάλωση αξιόλογα προϊόντα που σίγουρα υπερτερούν των ανταγωνιστών μας και επιπλέον σε πολύ καλές τιμές μιας και ο ανταγωνισμός είναι αμείλικτος.

4.1.4 Ανάπτυξη Τουρισμού

Η σημασία της Γαστρονομίας με τον τουρισμό αν και αυτονόητη, είναι αρκετά πολυσύνθετη, διότι ένα καλό φαγητό, ένα καλό κρασί κοκ, υπεισέρχεται στο όλο πακέτο της ταξιδιωτικής εμπειρίας των ανθρώπων. Πιο συγκεκριμένα: Η προσφορά καλής Γαστρονομίας, αποτελεί απόλαυση, εμπειρία και αναπόσπαστο τμήμα της πολιτιστικής ταυτότητας ενός τόπου και συνεπώς, μια σημαντική πηγή ικανοποίησης για κάθε τουρίστα, ανεξάρτητα εάν έχει ή δεν έχει κάποιο ειδικό ενδιαφέρον για τη γαστρονομία. Έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια, ότι αυξάνεται ραγδαία ο αριθμός των ανθρώπων που εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την Γαστρονομία του προορισμού του ταξιδιού τους κι ας μην είναι φανατικοί του καλού φαγητού. Εκτός αυτού, υπάρχουν τουρίστες, που μοναδικός σκοπός του ταξιδιού τους, είναι η Γαστρονομική αναζήτηση και μοναδικό κίνητρό τους και αφορμή, αυτή η αιτία. Οι τουρίστες αυτοί, έχουν μεγάλη εμπειρία στο να κρίνουν ένα καλό πιάτο και η άποψή τους, που την μεταφέρουν κιόλας, έχει βαρύνουσα σημασία. Αυτοί οι ταξιδιώτες, ονομάζονται **Γαστροτουρίστες** κι η κατάσταση αυτή ονομάζεται **Γαστροτουρισμός**.

Σκοπός των ταξιδιών τους είναι η ανακάλυψη και η αποκάλυψη θα λέγαμε, νέων γεύσεων και νέων Γαστρονομικών απολαύσεων. Βέβαια, απώτερος σκοπός της όλης

¹⁵ Νικόλαος Προμπονάς: «Δίφιλου του Σίφνιου, περί των προσφερομένων τοις νοσοῦσι και τοις υγιαίνουσι»

αυτής διαδικασίας είναι η εμβάθυνση στην Ιστορία και στον πολιτισμό της χώρας και των ανθρώπων του προορισμού τους. Την ανάγκη αυτή, την εξυπηρετούν οργανωμένα τουριστικά γραφεία που έχουν υπαλλήλους, απολύτως εξειδικευμένους στον τομέα αυτό.

Παράλληλα, έχουν δημιουργηθεί προς τον σκοπό αυτό, ξενοδοχεία, εστιατόρια, Γαστρονομικοί δρόμοι κ.λπ.). Κοντά στις μορφές αυτού του τουρισμού, έχουν δημιουργηθεί και παραπλήσιοι κλάδοι, όπως ο τουρισμός ευεξίας, ο αγροτουρισμός, αυτός της υγιεινής διατροφής κτλ

Άρα, η γαστρονομία μπαίνει στην συζήτηση μας, γιατί με την παρουσία της αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία για όλους ανεξαιρέτως τους τουρίστες και το κυριότερο, προσελκύει τους Γαστροτουρίστες, που αυτοί είναι κατά κύριο λόγο, εύποροι. Αυτονόητο πλέον είναι, ότι η προσφορά μιας προσιτής σε τιμή και καλής ποιοτικά Γαστρονομίας, ωφελεί τους τόπους προορισμού, αλλά και όσους εμπλέκονται στην όλη διαδικασία.

Η εμπειρία της τοπικής Γαστρονομίας, θα πρέπει να συνεπάγεται ταυτόχρονα δοκιμή για κάτι τι διαφορετικό, μύηση σε έναν άλλο πολιτισμό, μιαν άλλη κουλτούρα. Μέσα από την εμπειρία, εμπλουτίζεται ο τόπος με την ανάδειξη του δικού του τρόπου ζωής, του δικού του «lifestyle» ως σημαντικά ποιοτικός και διαφοροποιημένος προορισμός. Αυτονόητο είναι επομένως, ότι το όλο εγχείρημα της καλής Γαστρονομίας, πρέπει να συνοδεύουν οι αναλόγου ποιότητας υποδομές, όπως καλά ξενοδοχεία, καθαρό περιβάλλον, εξυπηρέτηση και μέρη όπου μπορεί κανείς να απολαύσει μια ποιοτική ζωή στο έπακρό της. Δεν θα πρέπει να αμφιβάλουμε ότι αυτό ανταμείβεται πλουσιοπάροχα.

Όταν ο Γαστροτουρίστας διαπιστώσει ότι ένας προορισμός έχει καλό φαγητό, είναι πρόθυμος να δαπανήσει μεγαλύτερα ποσά π.χ. με το να δοκιμάζει περισσότερα εδέσματα στους χώρους εστίασης, με το να αγοράζει γαστρονομικά δώρα κ.ο.κ. Άρα λοιπόν, η καλή Γαστρονομία, υποκινεί υψηλότερη τουριστική δαπάνη.

Ας δούμε στο παρακάτω πίνακα το προφίλ των Γαστροτουριστών που σύμφωνα με τα αποτελέσματα δύο ερευνών έχει ως εξής:

- Οι ηλικίες είναι κυρίως 30-50 ετών & (δευτερευόντως) 51-64 ετών
- Είναι επαγγελματικά καταξιωμένοι
- Διαθέτουν υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα από το μέσο τουρίστα
- Έχουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο
- Είναι περιπετειώδεις και έμπειροι ταξιδιώτες
- Ενδιαφέρονται για οπωσδήποτε για τον πολιτισμό του προορισμού τους
- Δαπανούν ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό του ταξιδιωτικού προϋπολογισμού σε δραστηριότητες γαστρονομικού ενδιαφέροντος

Οι βασικές χώρες προέλευσης των Γαστροτουριστών στην Ελλάδα είναι:

- Η.Π.Α.
- Γαλλία
- Ιταλία
- Γερμανία
- Ισπανία
- Ολλανδία
- Βρετανία

Έτσι λοιπόν παρατηρούμε ότι οι παραπάνω χώρες, είναι και οι κυριότερες αγορές του ελληνικού τουρισμού. Αυτό σημαίνει ότι ξένοι τουρίστες από αυτές τις χώρες έχουν αγοράσει το ελληνικό προϊόν, να μεν για τον ήλιο και την θάλασσα, αλλά ενέταξαν και τη Ελληνική Γαστρονομία ως νέο, θεματικά εμπλουτισμένο προϊόν. Μετά απ' αυτήν την γνώση, θα μπορούσαμε να στοχεύσουμε και να διεισδύσουμε πρωτίστως άρα και πιο εύκολα στις καθιερωμένες μας αγορές και ταυτόχρονα στις νέες. Με άλλα λόγια, είναι πιο εφικτή και αποτελεσματική μια μεγαλύτερη διείσδυση με τη γαστρονομία μας στη Γερμανία που είναι μια καθιερωμένη αγορά παρά στην Κίνα που είναι μια νέα αγορά.

4.1.5 Ανάπτυξη Εξαγωγών

¹⁶ Ποιος μπορεί να αμφιβάλλει ότι είναι αυτονόητη η σημασία της Γαστρονομίας για την ανάπτυξη των εξαγωγών; Στην πατρίδα μας, τα αυτονόητα είναι ακατανόητα.

¹⁶ <http://culinology.gr/wp-content/uploads/2011/11/%CE%93%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%>

Ο Ήλιος άπλετος και πηγή ζωής σ' αυτήν γη, θα μπορούσαμε να το εκμεταλλευόμασταν όχι μόνο για την προσέλκυση τουριστών, αλλά και σαν ουσιαστικό στοιχείο παραγωγής εκλεκτών αγροτικών προϊόντων. Αντίθετα, επιδιδόμαστε σε «επιδοτούμενες» μονοκαλλιέργειες, όπως το βαμβάκι στον Θεσσαλικό κάμπο, το οποίο καλλιεργούμε περισσότερο για τις επιδοτήσεις παρά για το ίδιο το προϊόν, αποστραγγίζοντας τον υδροφόρα ορίζοντα..

Συνεχίζοντας με αυτήν την τακτική της μονοκαλλιέργειας, αντί να εμπλουτίσουμε την Γη με τον φυσικό τρόπο της ποικιλίας των καλλιεργειών, την «εμπλουτίζουμε» για να μπορεί να παράξει καρπό, με χημικά που όλοι ξέρουμε πόσο κακό κάνουν στην υγεία μας και πόσο υποδεέστερα προϊόντα παράγουν. Η όλη τακτική καλλιεργειών, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ύβρις προς την φύση και την λογική, τα αποτελέσματα, είναι αναμενόμενα και δυσάρεστα.

Είναι οξύμωρο, οι ανήλιαγες βόρειες χώρες της Ευρώπης, να προμηθεύουν με αγροτικά προϊόντα αυτές του Νότου. Έχουμε κοντά, στην γειτονιά μας, ένα κλασσικό παράδειγμα ποιοτικής και καινοτόμου παραγωγής εκλεκτών αγροτικών προϊόντων. Ενοούμε το Ισραήλ το οποίο εκμεταλλεύεται άριστα την σημερινή τεχνολογία, δίνοντας ζωή στην έρημο. Βέβαια το Ισραήλ, δεν πατρωνάρεται από περίεργα και παράλογα συμφέροντα, έχει την δική του Εθνική πολιτική πάνω στην οικονομία και απλώς παράγει προϊόντα με βάση την αξία και την ζήτηση στις αγορές.

Η Ιταλία πάλι, μέσα από την Γαστρονομία της, κάνει γνωστά τα προϊόντα της και τα πουλά σ' όλο τον κόσμο. Εμείς σπαταλάμε όλη μας την δυναμική, ώστε να «κατοχυρώνουμε» ονομασίες προελεύσεως (ΠΟΠ), και αρκούμαστε σ' αυτό. Σπαταλήσαμε αρκετά χρόνια να κατοχυρώσουμε ως ΠΟΠ πολλά προϊόντα, με χαρακτηριστικότερο εκείνο της φέτας, την ώρα που είναι πασίγνωστο ότι η παραγωγή γάλακτος στην Ελλάδα, δεν επαρκεί για όλα αυτά που παράγουμε με πρώτη ύλη το γάλα.

Ενώ αλλοι, αφήνουν ελεύθερες τις ονομασίες των προϊόντων τους να τις παράγουν υποδεέστεροι παραγωγοί κι αυτοί φροντίζουν το δικό τους προϊόν, να είναι καλύτερο και ως εκ τούτου, να είναι περιζήτητο και να το πουλάνε σε καλύτερες τιμές.

Είναι δυσερμήνευτο και στερείται κάθε λογικής ερμηνείας το να αγοράζουμε μέσα στο καλοκαίρι ντομάτες από το Βέλγιο. Αν αποφασίσουμε να ασχοληθούμε με τις πραγματικές ανάγκες της πατρίδας μας και του Λαού της, θα πρέπει να γίνουμε αυτάρκης γεωργική χώρα και να δημιουργούμε ποιοτικό υπόλοιπο προς εξαγωγή. Άρμα αυτής της προσπάθειας και πρεσβευτής, θα πρέπει να είναι η Γαστρονομία μας.

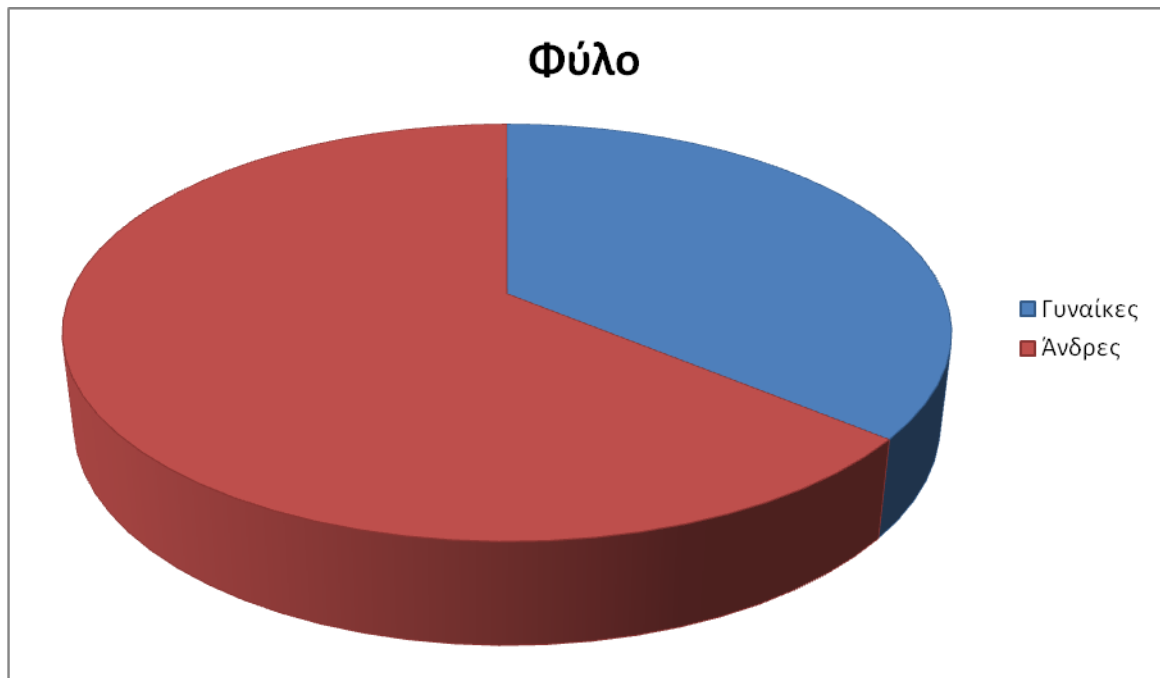
Μέσω της δύναμης της και της διαχρονικότητας της, μπορούμε να βγούμε έμμεσα στις αγορές. Τα κατά τόπους και πόλεις σ' όλον τον κόσμο, ελληνικά εστιατόρια, μπορούν να παίξουν επάξια τον ρόλο του προωθητή της Ελληνικής Γαστρονομίας στο εξωτερικό και μέσω αυτής των Ελληνικών προϊόντων.

5 Μελέτη Περίπτωσης – Έρευνα

Στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας ανέπτυξα έρευνα θέτοντας στόχο το βαθμό διάδοσης της Ελληνικής Γαστρονομίας, την ανάπτυξη αυτής καθώς και τον τρόπο που θα μπορούσε να διαδοθεί σήμερα η ελληνική γαστρονομία

5.1 Αγορά στόχος – Δημογραφικά στοιχεία

Το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε 50 ανθρώπους που ασχολούνται με το κομμάτι της γαστρονομίας. Οι 32 εκ των οποίων ήταν άνδρες ενώ οι υπόλοιποι 18 ήταν γυναίκες.



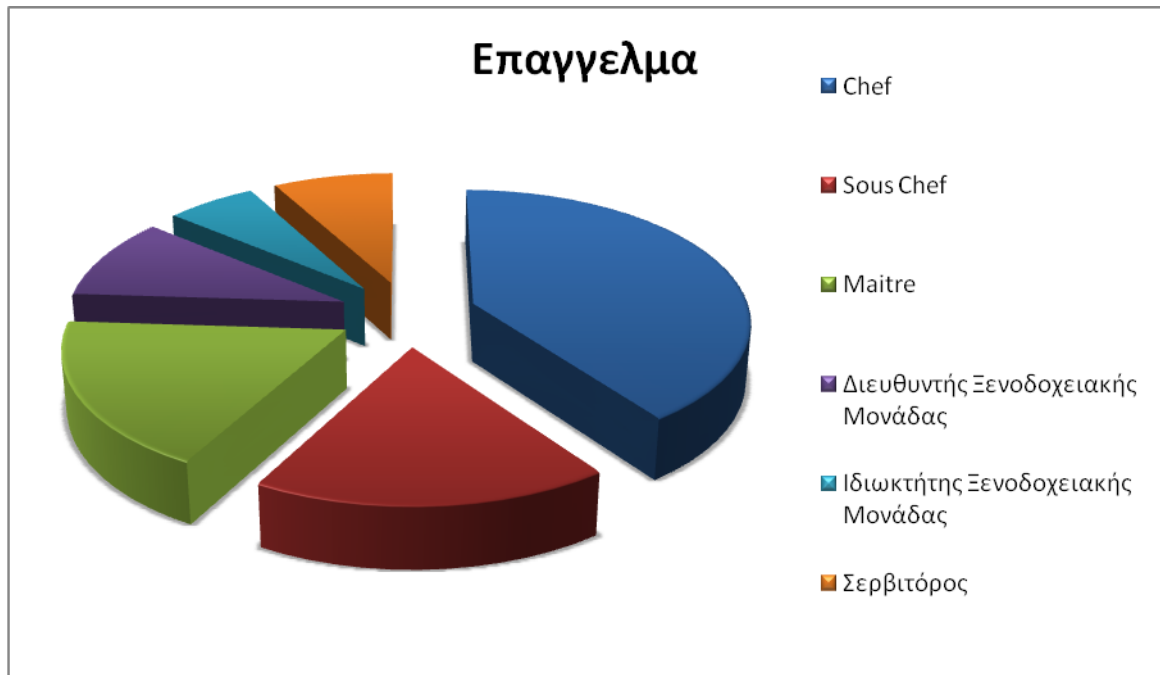
Πίνακας 1 Κατανομή αγορά στόχου σύμφωνα με το φύλο

Η διανομή των ερωτηματολογίων έγινε σε όλη την Ελλάδα προσπαθώντας να ορίσουμε ίση κατανομή σύμφωνα με τον πληθυσμό των μεγαλύτερων πόλεων της Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα οι πόλεις που κατανεμήθηκαν τα ερωτηματολόγια ήταν οι εξής: Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πειραιάς, Πάτρα, Λάρισα, Ηράκλειο.

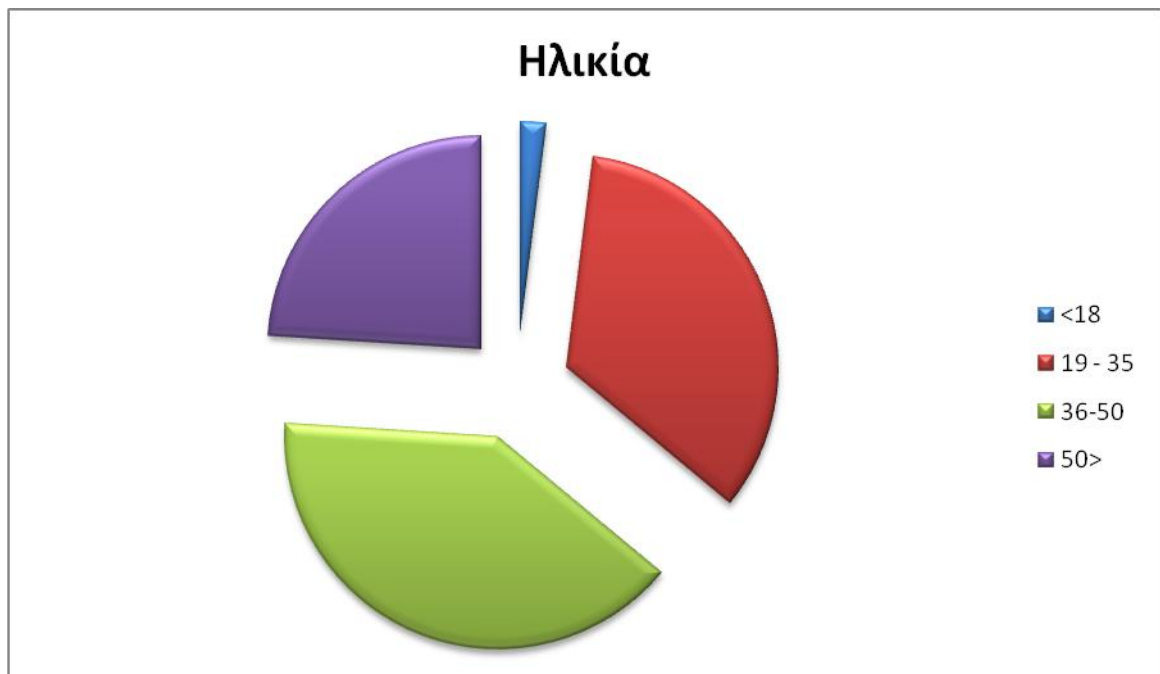


Πίνακας 2 Κατανομή αγορά στόχου σύμφωνα με την τοποθεσία

Σύμφωνα με τα δημογραφικά στοιχεία της αγοράς στόχος εξάγαμε τα εξής συμπεράσματα:



Πίνακας 3 Δημογραφικά στοιχεία – Επάγγελμα



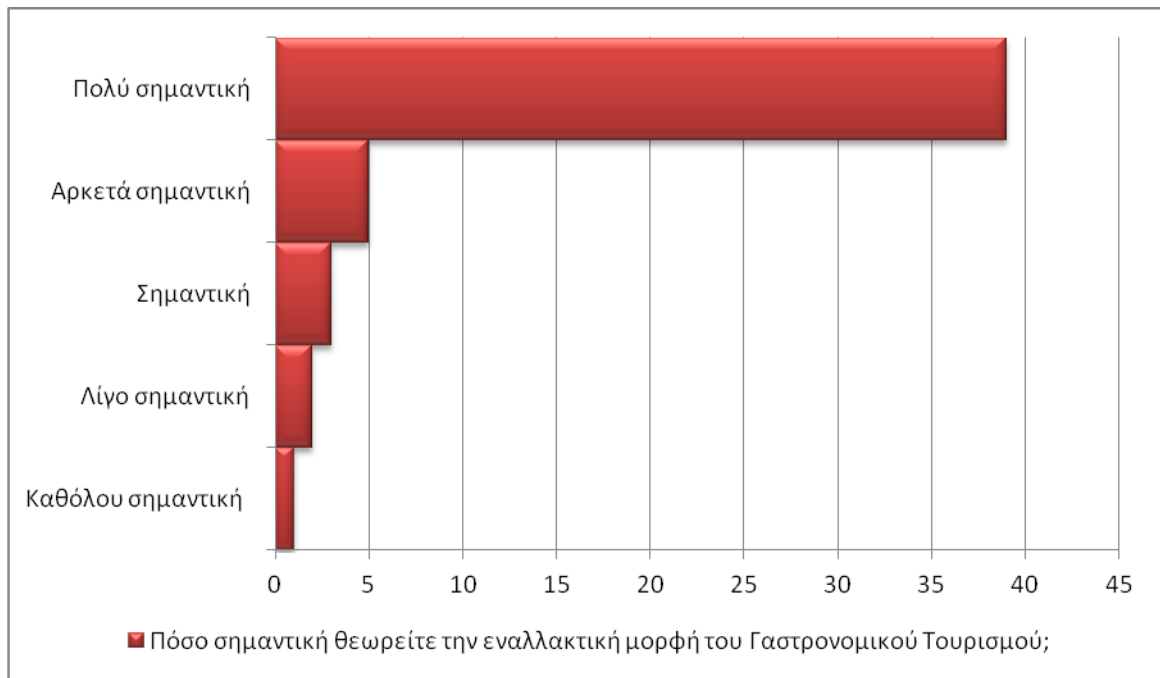
Πίνακας 4 Δημογραφικά στοιχεία – Ηλικία



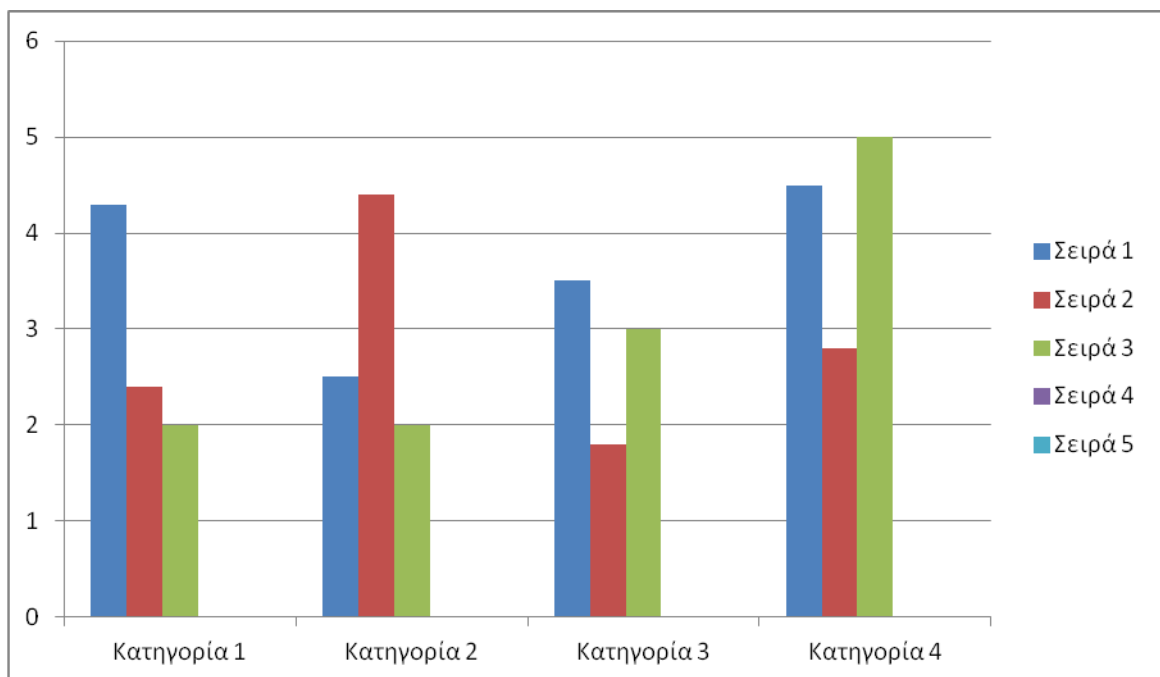
Πίνακας 5 Κατανομή σύμφωνα με τα χρόνια προϋπηρεσίας

5.2 Στόχοι έρευνας

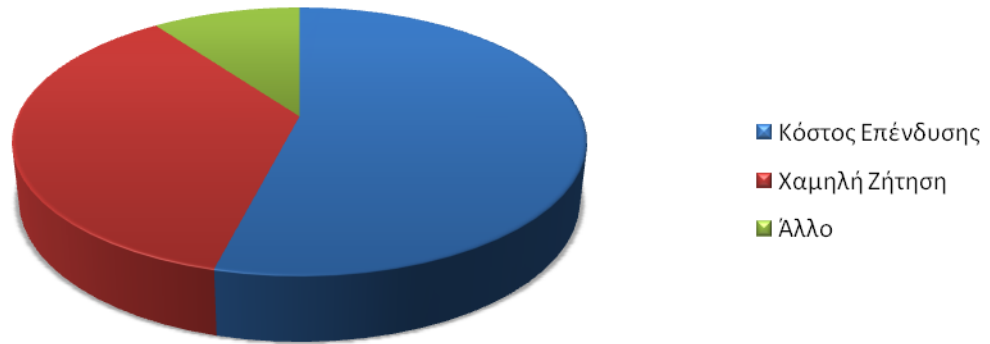
Οι στόχοι της έρευνας ήταν να διαπιστώσουμε κατά πόσο οι άνθρωποι του χώρου θεωρούν ότι τα μέσα βελτίωσης είναι υπαρκτά και γνωστά, η αξιολόγηση της σημερινής σχέσης των εστιατορίων με τη γαστρονομία της Ελλάδος, για ποιο λόγο θεωρείται υποανάπτυκτη εναλλακτική μορφή τουρισμού στην Ελλάδα σε σχέση με την ιστορία της καθώς επίσης και ποια θεωρούν ότι είναι τα κατάλληλα μέσα προώθησης. Πιο αναλυτικά:



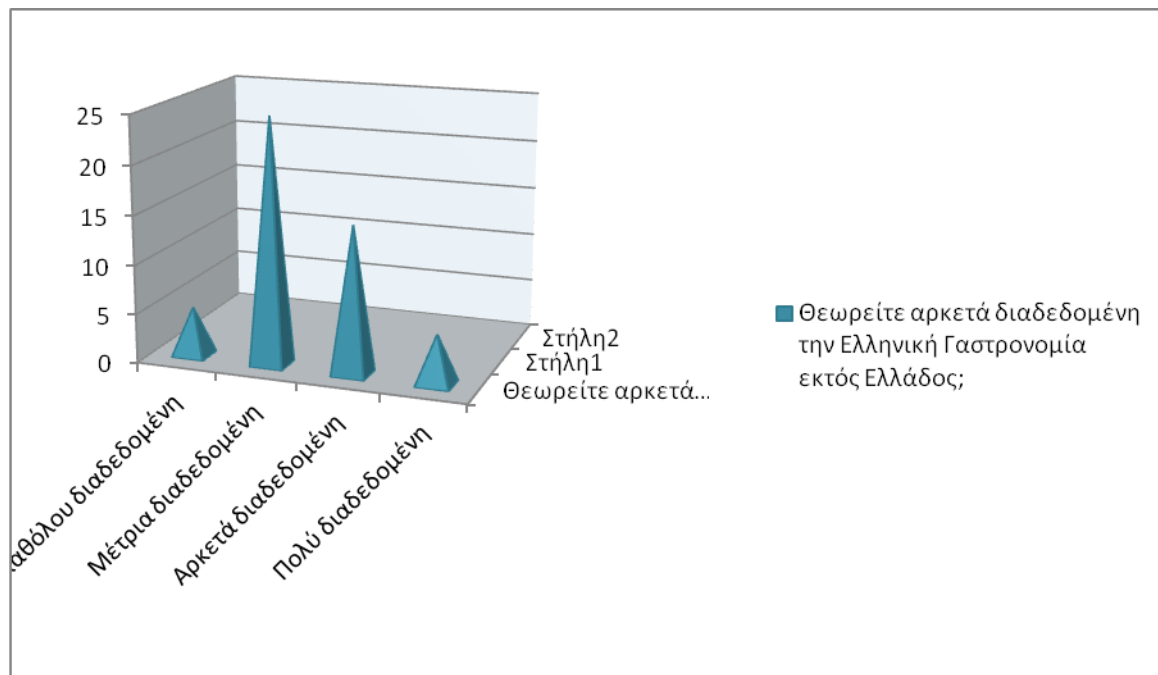
Πίνακας 6 Κατανομή σημαντικότητας Γαστρονομικού Τουρισμού



Για ποιο λόγο δεν υπάρχουν αρκετά εστιατόρια που να καλύπτουν την Ελληνική Γαστρονομία;



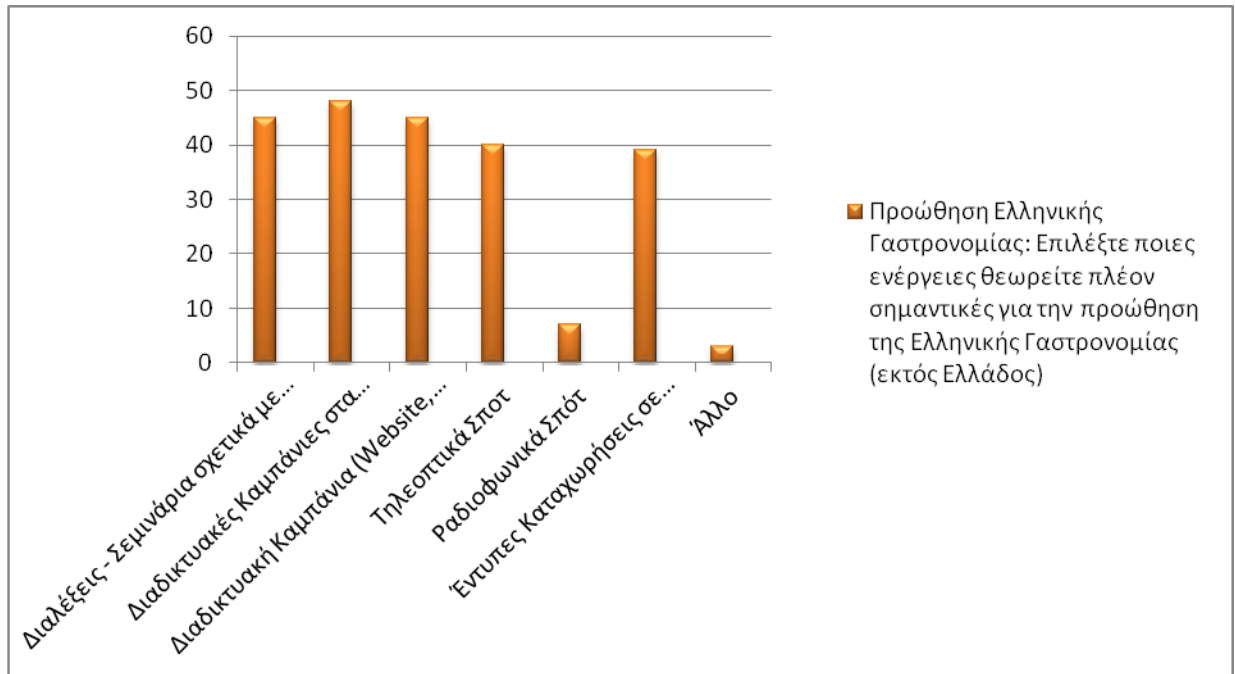
Πίνακας 7 Λόγοι μη κάλυψης Ελληνικής Γαστρονομίας σε Ελληνικά εστιατόρια



Πίνακας 8 Κατανομή διάδοσης Ελληνικής Γαστρονομίας

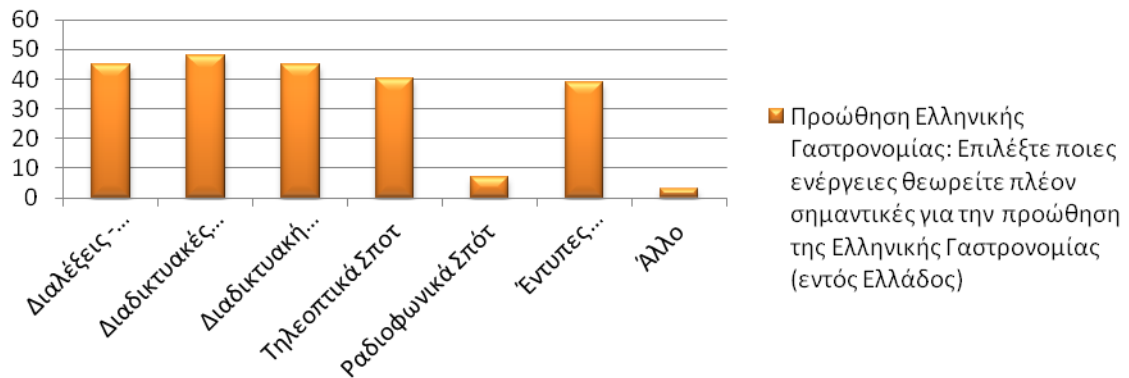


Πίνακας 9 Αρμοδιότητα Υπουργείου Πολιτισμού σχετικά με την διαφήμιση



Πίνακας 10 Προωθητικές Ενέργειες εκτός Ελλάδος

**Πρώθηση Ελληνικής Γαστρονομίας:
Επιλέξτε ποιες ενέργειες θεωρείτε πλέον
σημαντικές για την προώθηση της Ελληνικής
Γαστρονομίας (εντός Ελλάδος)**



Πίνακας 11 Προωθητικές Ενέργειες εντός Ελλάδος

**Στον κατάλογο του εστιατορίου σας (που
εργάζεστε ή είστε ιδιοκτήτης)
συμπεριλαμβάνετε πιάτα που ανήκουν μόνο
στην Ελληνική Γαστρονομία;**



Πίνακας 12 Διάγραμμα σχετικά με το αν στο μενού ανήκουν πιάτα της ελληνικής γαστρονομίας

Στην ερώτηση «Θεωρείτε ότι υπάρχουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην Ελληνική Γαστρονομία που να τη διαφοροποιούν από άλλες χώρες και αν ναι ποια είναι αυτά;» αν μη τι άλλο αναφέρθηκε η Μεσογειακή Διατροφή με βάση της το ελαιόλαδο, εξαιρετικές πρώτες ύλες, ποικιλία προϊόντων τοπικών αλλά και η βαθιά παράδοση που ξεκινάει από χρόνια πριν. Ακόμη όσο αναφορά τις ιδέες που θα μπορούσαν να ήταν υλοποιήσιμες αλλά και τα περιθώρια βελτίωσης επάνω στην Ελληνική Γαστρονομία αναφέρθηκε η σωστή και ορθή μαγειρική παιδεία που θα πρέπει να ξεκινάει από τα πρώτα χρόνια. Πρωτότυπες ιδέες βασισμένες στην ελληνική παράδοση, βάση στις αξίες των προϊόντων και των πρώτων υλών αναπτύσσοντας έτσι όχι μόνο την ελληνική γαστρονομία και τον πολιτιστικό τουρισμό αλλά και την γεωργία – αγροτουρισμού καθώς και τον βιομηχανικό τομέα των εξαγωγών της χώρας μας.

6 Συμπεράσματα – Προτάσεις

6.1 Ανατροφοδότηση Έρευνας

Έπειτα από την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας και σύμφωνα με τη βιβλιογραφία εξάγαμε τα εξής συμπεράσματα. Θεωρούμε ως καταναλωτές και ως επαγγελματίες στο χώρο εντός του Ελλαδικού χώρου πολύ σημαντικό τομέα την γαστρονομία της χώρας που είναι πλέον συνδεδεμένη με την Μεσογειακή Διατροφή. Η εικόνα της γαστρονομίας είναι συνδεδεμένη με την ιστορία από τα αρχαία χρόνια έως και σήμερα. Ακόμα και σήμερα θεωρούμε πολύ μεγάλη την κληρονομιά αυτή και βασισμένοι στις πρώτες ύλες αναζητούμε νέες καινοτόμες ιδέες συνδέοντας ή υλικά παραδοσιακά με εξίσου σημαντικές πρώτες ύλες ώστε να γίνουν κατάλληλοι συνδυασμοί.

Αν και αρκετά σημαντική η Ελληνική Γαστρονομία δεν είναι ιδιαίτερα γνωστή και διαδεδομένη. Οι περισσότεροι επαγγελματίες σεφ απάντησαν ότι δεν δημιουργούν μενού στον κατάλογο, βασισμένα καθαρά στην Ελληνική γαστρονομία ,αλλά δημιουργούν μενού σε συνδυασμό και από κουζίνες άλλων χωρών. Αυτό συμβαίνει λόγω της χαμηλής ζήτησης του καταναλωτή και την άγνοια του προς τα οφέλη της

μεσογειακής διατροφής συνάμα και της Ελληνικής Γαστρονομίας. Το κόστος επένδυσης σύμφωνα με τους ειδήμονες του χώρου δεν είναι τόσο σε υλικά όσο σε διαφήμιση προς τα συγκεκριμένα πιάτα.

Συμπερασματικά σύμφωνα με την έρευνα, η προώθηση και η προβολή της Ελληνικής Γαστρονομίας είναι θέμα που αφορά το Υπουργείο Πολιτισμού και θα πρέπει να επενδύσει γνωστοποιώντας στο κοινό της σύνδεσης της Γαστρονομίας με τον τομέα του Τουρισμού, της βιομηχανίας και της αγροτικής ανάπτυξης κάνοντας την Ελληνική διατροφή ευρέως γνωστή όχι στον Ελλαδικό χώρο μόνο αλλά και σε ολόκληρο τον κόσμο.

6.2 Βελτιστοποίηση

6.2.1 Υπουργείο Πολιτισμού

Θεωρώντας ένα βασικό κομμάτι του εναλλακτικού τουρισμού και υπό κατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού τον γαστρονομικό τουρισμό και βασισμένος στην Μεσογειακή διατροφή ,θα μπορούσε να οριστεί ένας προϋπολογισμός βασισμένος σε μια καμπάνια που σκοπό θα έχει να ενημερώσει τον Έλληνα καταναλωτή για την αναγκαιότητα της Μεσογειακής Διατροφής που συνδέετε άμεσα με την υγεία και την ευεξία του οργανισμού μας. Ακόμη, να ενημερώσει για την κληρονομιά που κατέχει σήμερα η Ελληνική γαστρονομία και έπειτα να συνδέσει αυτή την ιστορία με την αγροτική ανάπτυξη του τόπου και με τις εξαγωγές. Αντίστοιχα, θα έπρεπε να οριστεί ένας προϋπολογισμός με στόχο την διαφήμιση στο εξωτερικό. Προβάλλοντας τον Γαστρονομικό τουρισμό με τοποθεσία την Ελλάδα ως τοπ προορισμό για την ευεξία και την υγεία. Συνδυάζοντας τον Ήλιο, τη θάλασσα και τη σωστή διατροφή όχι μόνο η προσέλκυση είναι ολοκληρωμένη αλλά ακόμα και η αγορά στόχος που θα προσελκυστεί μέσα από μια τέτοια καμπάνια είναι πολύ υψηλότερη σε εισοδήματα, ηλικία και βιοτικό επίπεδο.

Ακόμη, θα πρέπει να γίνουν γνωστά τα βασικά προϊόντα και οι πρώτες ύλες της Ελληνικής Γαστρονομίας ώστε να γίνει παράλληλα διαφήμιση σε αυτά. Δημιουργώντας ένα σύστημα πιστοποίησης ελληνικού προϊόντος ώστε να υπάρχει η δυνατότητα από τον Έλληνα παραγωγό να ακολουθήσει τις κατάλληλες προδιαγραφές που θα έχουν οριστεί από το Υπουργείο Πολιτισμού να

συμπεριλαμβάνετε το προϊόν του ως πιστοποιημένο Ελληνικό με το κατάλληλο brand που θα δημιουργήσει το Υπουργείο.

Στα πλαίσια αυτής της πιστοποίησης θα δημιουργούνται καμπάνιες που θα διαφημίζουν την Ελληνική Γαστρονομία παράλληλα με τα πιστοποιημένα προϊόντα. Ακόμη θα μπορούσαν στα πλαίσια της καμπάνια να διοργανώνονται εκθέσεις και σεμινάρια μέσω αυτού του Brand σχετικά με την έκθεση των προϊόντων πιστοποίησης, την ενημέρωση για την Ελληνική Γαστρονομία καθώς και την διδασκαλία διαχείρισης πρώτης ύλης. Αυτές οι διαλέξεις και οι εκθέσεις θα πρέπει να ορίζονται σε πανευρωπαϊκό επίπεδο και αργότερα και σε παγκόσμιο. Διευρύνοντας έτσι την έννοια της «Ελληνικής Γαστρονομίας» και δημιουργώντας ένα οργανωμένο σύστημα πολιτισμικού τουρισμού μιας χώρας που εκτιμά την παράδοση και την ιστορία της, στηρίζει τους παραγωγούς της, ενδυναμώνει την αγορά τις βιομηχανίας και των εξαγωγών. Παράλληλα δίνει ώθηση στον τουριστικό τομέα ενδυναμώνοντας και ενσωματώνοντας τα μενού της «Ελληνικής Γαστρονομίας» σε καταλόγους ξενοδοχείων δημιουργώντας κατά την τουριστική περίοδο μικρού τύπου διαλέξεις, εκθέσεις και προβολής προϊόντων φέρνοντας τον τουρίστα κοντά στην «Ελληνική Γαστρονομία».

Τέλος, η αγορά αναζωπυρώνεται, το προϊόν γίνεται δυνατό και τα ελληνικά εστιατόρια θα ενσωματώσουν με τη σειρά τους πιάτα ελληνικά, με τοπικά ελληνικά προϊόντα, πιστοποιημένα.

Οι επιστημονικές μελέτες οι οποίες έχουν γίνει από το 1960 μέχρι σήμερα, έχουν αποδείξει την αξία της μεσογειακής διατροφής σαν το ιδανικότερο μοντέλο διατροφής για τον σύγχρονο άνθρωπο, με πληθώρα θετικών επιδράσεων στην υγεία του.

Ενδεικτικά αναφέρω ότι:

- Μειώνει σημαντικά την εμφάνιση καρδιαγγειακών παθήσεων.
- Μειώνει τον κίνδυνο της αρτηριοσκλήρυνσης. Προστατεύει από την πτώση των εγκεφαλικών λειτουργιών, την απώλεια μνήμης και γενικότερα από ασθένειες που σχετίζονται με το γήρας.
- Δρα ευεργετικά σε ορισμένους τύπους καρκίνου όπως του μαστού, του προστάτη και του παχέους εντέρου.

- Το ελαιόλαδο και τα ψάρια μπορούν να βοηθήσουν στον έλεγχο σωματικού βάρους, με την προϋπόθεση ότι θα μειωθεί η συνολική ημερήσια κατανάλωση θερμίδων.
- Μειώνει την αρτηριακή πίεση.
- Έχει θετική επίδραση, σύμφωνα με σύγχρονη μελέτη του Πανεπιστημίου του Δουβλίνου, στο μεταβολισμό της γλυκόζης και των λιπιδίων σε ασθενείς με διαβήτη τύπου II.

Το μοντέλο της μεσογειακής διατροφής, έχει χρησιμοποιηθεί πάρα πολύ από τις βασικές ανταγωνιστικές χώρες της λεκάνης της Μεσογείου (Ιταλία, Ισπανία), για να προσελκύσουν μεγάλο κομμάτι του γαστρονομικού τουρισμού. Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, εμείς θα πρέπει να επιβάλλουμε τη διεθνοποίηση της τοπικής κουζίνας και να διαδώσουμε ότι το κυρίαρχο στοιχείο στο γαστρονομικό τουρισμό είναι η εθνική του ταυτότητα και η εντοπιότητα των γεύσεων.

Με καλά συντονισμένες ενέργειες από όλους τους φορείς, η Ελλάδα μπορεί να αναδειχτεί σε μητρόπολη της μεσογειακής διατροφής. Για να γίνει αυτό απαιτείται σοβαρή προσπάθεια και συνειδητοποίηση της ανάγκης να δημιουργηθούν νέα πρότυπα εστίασης, από την βάση μέχρι την κορυφή της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Διότι το πρόβλημα που έχουμε να αντιμετωπίσουμε, δεν είναι να πείσουμε τον τουρίστα καταναλωτή να επισκεφθεί τη χώρα μας, για να γνωρίσει την τοπική παραδοσιακή κουζίνα. Οι περισσότεροι έχουν ακούσει για τα ελληνικά προϊόντα και το γαστρονομικό πλούτο της πατρίδας μας και κάποια στιγμή στη ζωή τους έχουν γευτεί τις σπεσιαλιτέ μας σε ελληνικά εστιατόρια του εξωτερικού. Το σημαντικότερο πρόβλημα είναι τι μπορεί κανείς να πει στον ενημερωμένο επισκέπτη, ο οποίος θα έχει ταξιδέψει από την άλλη άκρη της Ευρώπης ή και του κόσμου για να δοκιμάσει τους παραδοσιακούς ελληνικούς μεζέδες με φρέσκα υλικά και τελικά του προσφέρουν κρύες προτηγανισμένες πατάτες; Ή έρθει και βρει τουριστικές υποδομές χαμηλού επιπέδου με ανειδίκευτο προσωπικό, που προσφέρει μέτριο έως κακό service.

Για να μην σχολιάσουμε την κατάσταση που επικρατεί στους χώρους υγιεινής των περισσότερων εποχικών μαγαζιών σε τουριστικές περιοχές. Με τον τρόπο αυτό χάνονται ένας ένας οι λάτρεις της ελληνικής κουζίνας και της χώρας μας γενικότερα.

Όσο πιο έγκαιρα γίνει κατανοητό από τους επιχειρηματίες του τουρισμού, ότι ο καλύτερος πρεσβευτής για τον ελληνικό τουρισμό και πολιτισμό στη χώρα μας είναι η γαστρονομία, τόσο πιο γρήγορη θα είναι η ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, γεγονός που θα αποφέρει τεράστια οφέλη στην εθνική οικονομία.

Σύμφωνα με τον «Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων»¹⁷ σε έρευνα τους το 2009 υποστηρίζουν ότι με 400.000 Ευρώ επένδυση σε ενέργειες στον τομέα του μάρκετινγκ για την επόμενη 5ετία, η γαστρονομία θα έχει μεγάλες πιθανότητες να οριστεί ως ένας από τους κύριους λόγους επιλογής της Ελλάδας ως προορισμός βασισμένη στην εναλλακτική μορφή τουρισμού. Γαστρονομία εννοούμε η τέχνη της παρασκευής νόστιμου, ποιοτικού και συνάμα καλού φαγητού το οποίο έχει τη δυνατότητα να προσφερθεί σε οποιονδήποτε χώρο εστίασης (πολυτελές ξενοδοχειακά εστιατόρια, ταβέρνες κλπ.)

Η γαστρονομία υπεισέρχεται με διττό τρόπο στη συζήτηση για τον τουρισμό: Αναβάθμιση της ταξιδιωτικής εμπειρίας για όλους τους τουρίστες, σημαντικός πόλος έλξης για εύπορους τουρίστες ειδικού ενδιαφέροντος. Τουρίστες οι οποίοι δημιουργούν μια εξειδικευμένη ζήτηση για γαστρονομικό τουρισμό.

Ο «γαστρονομικός πατριωτισμός» επιβραβεύεται οικονομικά αφού τα καλά εστιατόρια τοπικής κουζίνας τυγχάνουν δωρεάν προβολής από τα μέσα ενημέρωσης (και ιδίως τον εξειδικευμένο τύπο γαστρονομίας), τους ταξιδιωτικούς οδηγούς, το διαδίκτυο και τους τοπικούς ή εθνικούς τουριστικούς οργανισμούς εξασφαλίζοντας έτσι, πρόσθετη πελατεία, μεγαλύτερης διάρκειας σεζόν και κέρδη.

Η ελληνική κουζίνα διαθέτει αρετές αλλά χαρακτηρίζεται από δύο σοβαρές αδυναμίες: τα προβλήματα ποιότητας σε όλο το φάσμα παροχής γαστρονομικών υπηρεσιών και την απουσία αποτελεσματικής προβολής του γαστρονομικού πλούτου της Ελλάδας.

Στις τουριστικές περιοχές υπάρχει έλλειμμα ποιότητας και εντοπιότητας στην κουζίνα τόσο των εστιατορίων, όσο και των καταλυμάτων. Ελάχιστοι είναι οι εστιατορες και ξενοδόχοι που νιώθουν πρεσβευτές της τοπικής γαστρονομίας. Ο βαθμός

¹⁷ «ΣΕΤΕ» <http://sete.gr/>

ελληνικότητας/εντοπιότητας του ξενοδοχειακού πρωινού είναι πρωτίστως θέμα γαστρονομικής κουλτούρας κι όχι κόστους. Όταν οι ξενοδόχοι αποφάσισαν να δώσουν προτεραιότητα στην ποιότητα της κουζίνας, βρέθηκαν πρακτικοί τρόποι για να αναβαθμιστεί το φαγητό χωρίς σημαντική επιβάρυνση του κόστους. Η γαστρονομία θα πρέπει να αντιμετωπιστεί ως τουριστικό προϊόν και συνεπώς να ενταχθεί στο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων του ελληνικού τουρισμού. Η ανάπτυξη της ως τουριστικού προϊόντος δεν απαιτεί επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και πάγια απλά χρειάζεται επενδύσεις σε ενέργειες μάρκετινγκ.

6.2.2 Εκπαίδευση

Η δημιουργία νέων προτύπων εστίασης βασισμένης πάνω στην τοπική παραδοσιακή μεσογειακής κουζίνα, απαιτεί αλλαγή φιλοσοφίας από μέρους των ιδιοκτητών του τομέα εστίασης και εκπαίδευση του προσωπικού. Η Ελλάδα θεωρείται πλέον ακριβός τουριστικός προορισμός. Το κόστος διατροφής για τους επισκέπτες είναι ιδιαίτερα υψηλό και οι προσφερόμενες υπηρεσίες πολύ χαμηλά, δημιουργώντας αρνητικές εντυπώσεις και πολύ χαμηλή αξία υπηρεσιών, για τις τιμές που χρεώνεται ο πελάτης. Η εκπαίδευση τόσο των ιδιοκτητών όσο και των υπαλλήλων, στον τομέα εστίασης, δεν κοστίζει αλλά παράλληλα μπορεί να δημιουργήσει αυξανόμενες υπεραξίες υπηρεσιών, που θα έχουν θετικό αντίκτυπο στην ικανοποίηση των πελατών. Η εκπαίδευση, ως βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού, παραδειγματικά μπορεί να γίνει στους πιο κάτω τομείς και αφορά:

A.ΤΟΥΣ ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ

Επιλογή ειδικευμένου προσωπικού σάλας

Το μεγαλύτερο λάθος που κάνουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες είναι η επιλογή ανειδίκευτου προσωπικού σάλας ή κουζίνας, με αποτέλεσμα να μην να έχουν χαμηλό λειτουργικό κόστος αλλά μακροπρόθεσμα, η δυσαρέσκεια του πελάτη από την κακή εξυπηρέτηση και ποιότητα, να λειτουργεί τελικά αρνητικά για την επιχείρηση, οδηγώντας τη σε μία φθίνουσα πορεία.

- 1) **Χρήση του διαδικτύου, δημιουργώντας site της επιχείρησης σε δυο γλώσσες, με όλα τα βασικά πληροφοριακά, λειτουργικά στοιχεία και έμφαση στο μενού και την παρουσίαση της φιλοσοφίας της επιχείρησης στον τομέα εστίασης.** Οι περισσότεροι πελάτες πριν επισκεφτούν κάποια περιοχή, φροντίζουν να

ενημερώνονται τόσο για τα αξιοθέατα όσο και για τα εστιατόρια, τοπικές σπεσιαλιτέ τοπικά παραδοσιακά προϊόντα κλπ. Η παρουσίαση του εστιατορίου, η θέση του, η χρήση τοπικών και παραδοσιακών προϊόντων και το μενού μαζί με παρουσίαση πιάτων λειτουργούν θετικά στην πρώτη επικοινωνία του επισκέπτη. Ίσως εάν βρει αισθητικά και πληροφοριακά ικανοποιητικό το site να επισκεφτεί το εστιατόριο.

- 2) **Σωστή διαχείριση, κοστολόγιο, τεχνικές πωλήσεων, μάρκετινγκ.** Η διαχείριση αφορά την επιλογή των πρώτων υλών, τον όγκο των παραγγελιών, την σωστή διαχείριση του προσωπικού, την παραγωγή της κουζίνας, προβλέψεις εσόδων - εξόδων, αποθήκες, απογραφές κλπ. Η σωστή κοστολόγηση των πιάτων λαμβάνοντας υπ' όψη τα τεστ απόδοσης των α' υλών μας καθοδηγεί στην πιο σωστή διαμόρφωση της προβλεπόμενης τιμής πώλησης. Μας δείχνει επίσης το περιθώριο κέρδους, το οποίο μπορεί να διαμορφωθεί ανάλογα για ειδικές περιπτώσεις, όπως π.χ. σε μεγάλα γκρουπ πελατών και σε μαζικές εστιάσεις. Οι τεχνικές πωλήσεων μας δίνουν την δυνατότητα να κατευθύνουν έμμεσα τις επιλογές των πελατών, όχι απαραίτητα στα ακριβότερα πιάτα, αλλά σε αυτά που μας αφήνουν μεγαλύτερο περιθώριο ακαθάριστου κέρδους. Φυσικά οι τεχνικές πωλήσεων αφορούν και την εκπαίδευση του προσωπικού στη σάλα, το οποίο θα πρέπει να ενημερώνεται άμεσα για τις προτεραιότητες που έχουμε θέσει στις πωλήσεις μας.
- 3) **Διαμόρφωση αυτόνομης προσωπικότητας για την δημιουργία κατάλληλης εικόνας, για καλύτερη αναγνωρισιμότητα απέναντι στον ανταγωνισμό.** Σε πάρα πολλές περιπτώσεις συμβαίνει πολλά καταστήματα να αντιγράφουν το πιο επιτυχημένο της περιοχής. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να χάνουν την προσωπικότητά τους και να είναι πάντα ουραγοί στις εξελίξεις. Η δημιουργία πρωτότυπων πιάτων και η έμφαση σ' αυτό που αντικειμενικά μπορούμε να κάνουμε καλύτερα, μας δίνει την δυνατότητα να διαφοροποιηθούμε ασχέτως εάν η βάση της κουζίνας είναι η ίδια. Οι γκουρού του μάρκετινγκ των εστιατορίων αναφέρουν πώς δεν πρέπει απλώς να είσαι πολύ καλός σ' αυτό που προσφέρεις στον πελάτη. Πρέπει να είσαι μοναδικός!
- 4) **Σωστή επικοινωνία με τους πελάτες μέσα από την κάρτα του μενού που θεωρείται βασικό εργαλείο πωλήσεων.** Πολλές φορές αφήνουμε την διαδικασία των πωλήσεων στο προσωπικό της σάλας. Οι πωλήσεις είναι κάτι ιδιαίτερα σοβαρό για να αφεθεί στη διάθεση προσωπικού, που δεν είναι εκπαιδευμένο και τις περισσότερες φορές ικανό μόνο να μεταφέρει πιάτα από την κουζίνα προς τον πελάτη. Η κάρτα λοιπόν θα πρέπει σήμερα να καλύπτει την απουσία σωστών επαγγελματιών στο σέρβις. Θα πρέπει να είναι γραμμένη σε γλώσσα εύκολα κατανοητή από τον πελάτη, περιγραφική τόσο όσο χρειάζεται να σχηματίσει ο πελάτης την βασική εικόνα του πιάτου στο μυαλό του, κάτι που τελικά θα τον βοηθήσει να κάνει πιο εύκολα και γρήγορα τις επιλογές του. Η σωστή καταγραφή των πιάτων δίνει την δυνατότητα καλής επικοινωνίας με τον πελάτη,

λιγότερα λάθη και παρεξηγήσεις, ταχύτητα στην επιλογή των πιάτων και λήψη της παραγγελίας.

- 5) Στήσιμο της κάρτας με τέτοιο τρόπο ώστε διακριτικά να επιβάλλουμε πωλήσεις που επιθυμούμε. Μέσα από μελέτες έχει αποδειχτεί ότι ο μέσος άνθρωπος ανοίγοντας ένα έντυπο έχει συγκεκριμένη συμπεριφορά. Τα μάτια του εστιάζουν σε βασικά σημεία του εντύπου. Με τον ίδιο τρόπο εστιάζουν και οι πελάτες στον κατάλογο. Τα σημεία εστίασης των πελατών στον κατάλογο είναι γνωστά και χρησιμοποιούνται για να επιβληθούν έμμεσα στους πελάτες πιάτα τα οποία θέλουμε να πουλήσουμε, γιατί μας φέρνουν συγκριτικά με τα υπόλοιπα μεγαλύτερα ακαθάριστα κέρδη.
- 6) Διαχείριση προμηθειών και πρώτων υλών. (Πώς επιλέγουμε πρώτες ύλες και προμηθευτές, ποιοτική και ποσοτική παραλαβή παραγγελιών, πότε πρέπει να παραγγέλνουμε ανάλογα με τα υπάρχοντα αποθέματα στην αποθήκη, συντήρηση των πρώτων υλών κλπ.)
- 7) Επαφή με τις νέες τάσεις και τεχνολογίες στην μαγειρική και την γαστρονομία. (Νέοι τρόποι μαγειρέματος, συντήρησης, αναγέννησης ήδη παρασκευασμένων φαγητών, εξέλιξη της τεχνολογίας σε μηχανήματα κουζίνας κλπ)

B. ΤΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ

- 1) Γνώση και εφαρμογή του μοντέλου της μεσογειακής διατροφής μέσα στην επαγγελματική κουζίνα. Γνώση των μεσογειακών πρώτων υλών, διατροφική τους αξία, χειρισμός και συμπεριφορά των υλικών μέσα από τις διάφορες μεθόδους μαγειρέματος, γευστικοί συνδυασμοί, δημιουργία πιάτων ανάλογα με την εποχικότητα των συστατικών.
- 2) Σωστή επαγγελματική συμπεριφορά στον χειρισμό, προετοιμασία και παρασκευή των εδεσμάτων βάσει των προτύπων h.a.c.c.p. που επιβάλλει ο ΕΦΕΤ. (Βάσει των προδιαγραφών υγιεινής που ορίζει δηλαδή ο νόμος)
- 3) Παρουσίαση εδεσμάτων με προοπτική την αισθητική αναβάθμισης τους. Η εικόνα του πιάτου, τα χρώματα που περιέχει, οι γεωμετρικές φόρμες των συστατικών του πιάτου και πώς αυτά είναι τοποθετημένα στο πιάτο, παίζουν πολλές φορές ρόλο στην επιλογή ή απόρριψη κάποιου πιάτου από τον πελάτη. Πολλοί πελάτες πριν δώσουν παραγγελία παρακολουθούν τους σερβιτόρους οι οποίοι μεταφέρουν πιάτα από την κουζίνα σε άλλα τραπέζια. Εάν κάποιο πιάτο τους τραβήξει την προσοχή αρχίζουν τις ερωτήσεις και προσπαθούν να το εντοπίσουν μέσα στον κατάλογο. Το συγκεκριμένο πιάτο εάν ταιριάζει γευστικά με τις προτιμήσεις τους έχει πλέον πωληθεί.

Γ. ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΣΑΛΑΣ

- 1) Σωστή παρουσίαση και προσωπική υγιεινή. Καθαρά ρούχα, δροσερή αναπνοή, η αύρα της δροσιάς και της καθαριότητας που ο καθένας προσωπικά από εμάς φέρει πάνω του, είναι ενδείξεις πολιτισμού και σωστής προσωπικής περιποίησης. Βασικά λοιπόν χαρακτηριστικά του σερβιτόρου, ο οποίος έχει αναλάβει τον ρόλο να προσεγγίσει τον πελάτη και να τον εξυπηρετήσει και να του πουλήσει αυτά που διαθέτει η επιχείρηση. Το προσωπικό στη σάλα αντικατοπτρίζει, με την σωστή παρουσίαση και συμπεριφορά του, την φιλοσοφία ή την εικόνα που ο επιχειρηματίας θέλει να περάσει στον πελάτη του.
- 2) Τρόποι υποδοχής, εξυπηρέτησης και επικοινωνίας με τον πελάτη. Η συμπεριφορά του προσωπικού, είναι ο σατανικότερος παράγοντας που επηρεάζει τη γνώμη του πελάτη για την ποιότητα και την αξία ενός εστιατορίου. Από την πρώτη προσέγγιση που κάνει ο υπάλληλος του εστιατορίου στον υποψήφιο ή εν δυνάμει πελάτη, έχει κερδίσει κατά το ήμισυ ή έχει χάσει τελείως τις εντυπώσεις. Διακριτικότητα, σοβαρότητα, ευγένεια, διάθεση για εξυπηρέτηση, ανεξάρτητα από την πώληση, χαμόγελο, άμεσες και σωστές πληροφορίες, σεβασμός στην οντότητα του πελάτη ανεξάρτητα από ηλικία, φύλο, εθνικότητα, θεωρούνται βασικά στοιχεία επαγγελματικής συμπεριφοράς άμεσα αντιληπτά από τον πελάτη, δυνάμενα να δημιουργήσουν μια σχέση αξιοπιστίας και εμπιστοσύνης.
- 3) Γνώση των πιάτων, σωστή πληροφόρηση, πωλήσεις μέσα από την δυνατότητα προτάσεων. Βασικά στοιχεία που συνηγορούν μεταξύ άλλων στην αύξηση της κατανάλωσης και εμπορικής απόδοσης του εστιατορίου.
- 4) Γνώση οινολογίας και προτάσεις για συνδυασμούς γεύσεων πιάτων και κρασιών (γνώση των ποικιλιών, οινοποίησης, γευστιγνωστικών χαρακτηριστικών του κάθε κρασιού που υπάρχει στην κάρτα και βάσει των χαρακτηριστικών του, πώς συνδυάζεται σαν ολοκληρωμένη γευστική πρόταση με τα πιάτα της κάρτας).
- 5) Γνώση των τοπικών υλικών, περιγραφή τους, γνώση και προώθηση των τοπικών πιάτων, έμφαση στη χρήση αγνών υλικών.
- 6) Σωστή διαδικασία σερβιρίσματος. Όταν ο σερβιτόρος δεν μεταφέρει σωστά τα πιάτα στον πελάτη ή τα αφήνει στο πάσο για αρκετή ώρα με αποτέλεσμα να κρυώνει το φαγητό, το σίγουρο είναι ότι ο τελικός αποδέκτης θα μείνει απογοητευμένος από την επιλογή του εστιατορίου που έκανε.

Α. ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΕΙΑ, ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΑΡΜΟΔΙΟΥΣ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ Η ΣΥΛΛΟΓΟΥΣ

- 1) Ενημέρωση των επιχειρηματιών για ειδικά προγράμματα επιμόρφωσης και ενημέρωσης (π.χ. υγιεινής στα πλαίσια του προγράμματος haccp, επιχειρηματικότητα κ.ά).
- 2) Επικρότηση πρωτοβουλιών όπως το συγκεκριμένο πρόγραμμα Aegean Cuisine του ΚΕΤΑ Νοτίου Αιγαίου, με την ελπίδα ότι θα ακολουθήσει και συνέχεια από πλευράς της πολιτείας για την ανάπτυξη της γαστρονομικής συνείδησης και του τουρισμού στο Αιγαίο.
- 3) Διοργάνωση τοπικών φεστιβάλ γαστρονομίας για τη διάδοση παραδοσιακών συνταγών και προϊόντων. Μέσα από τις σπεσιαλιτέ της τοπικής κουζίνας οι καταναλωτές θα γνωρίσουν τα προϊόντα μικρών παραγωγών και θα ενισχυθεί η προσπάθεια των επιχειρηματιών εστίασης για προσφορά αγνών πρώτων υλών.
- 4) Υποστήριξη των μικρών τοπικών παραγωγών και οινοπαραγωγών, έτσι ώστε να μην εκτοπίζονται από τις μμεγάλες πολυεθνικές εταιρείες τροφίμων και ποτών. Αναμφίβολα, η παρακίνηση για τη διάθεση τοπικών προϊόντων από τα εστιατόρια, τα cafe ή τα ξενοδοχεία, έστω και με ψηλότερο κόστος, αναβαθμίζει το τουριστικό προϊόν μιας περιοχής και συμβάλλει στην αύξηση της τουριστικής κίνησης.
- 5) Επιβράβευση, από τους τοπικούς φορείς, των εστιατορίων και τουριστικών μονάδων εστίασης, με βάση τον υποδειγματικό τρόπο λειτουργίας τους και ποιοτικής παροχής υπηρεσιών προς τους πελάτες.
- 6) Έκδοση και δωρεάν διανομή τοπικών τουριστικών γαστρονομικών οδηγών, έτσι ώστε ο καταναλωτής - ιδιαίτερα την τουριστική περίοδο – να μπορεί να πληροφορηθεί, πού μπορεί να γευτεί ποιοτικά την τοπική κουζίνα και να γνωρίσει τα παραδοσιακά προϊόντα του τόπου που επισκέπτεται.

Η εκπαίδευση φυσικά είναι ένα κομμάτι που αφορά ευρύτερα την εστίαση. Για να λειτουργήσουν όλα συνδυαστικά με τον καλύτερο τρόπο απαιτείται φυσικά και η απαραίτητη υποδομή σε κτίρια, πρόσβαση, εγκαταστάσεις, εξοπλισμό. Ολα συμβάλλουν κατάλληλα για να δημιουργηθεί η εικόνα της επιχείρησης, μέσω της οποίας θέλουμε να προσεγγίσουμε τον μμελλοντικό μας πελάτη. Μέσα από την

εικόνα που θέλουμε να προβάλλουμε, αντικατοπτρίζεται η φιλοσοφία μας, ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζουμε τον πελάτη, η αισθητική μας, η ένταξή μας σε ένα σωστό επαγγελματικό πλαίσιο, ο σεβασμός μας στο χώρο και το περιβάλλον διότι συνήθως οι πελάτες του γαστρονομικού τουρισμού είναι ιδιαίτερα συνειδητοποιημένοι περιβαλλοντολογικά. μ

Ε. ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΕΜΠΟΡΟΥΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η στόχευση στην τουριστική αγορά, έχει μεγάλο ενδιαφέρον. Αυτό πρέπει να γίνεται με συστηματικό και ειλικρινή τρόπο.

Η σωστή διαχείριση των 4 παραμέτρων του υγιούς εμπορίου, δηλαδή. Το προϊόν, η τιμή, η διαμονή και η σωστή προώθηση, μπορεί να αποφέρουν σημαντικά οφέλη και κέρδη.

Ως προς το προϊόν, η γνώση των πραγματικών θέλω των πελατών και η εξ' αυτού του λόγου βελτίωση των προδιαγραφών αυτών καθ' αυτών των προϊόντων, η ποιότητα και η ελκυστικότητα των συσκευασιών, παίζουν μεγάλο ρόλο στην επιτυχία των πωλήσεων, ας μην ξεχνάμε, οι τουρίστες αγοράζουν χαρακτηριστικά τοπικά προϊόντα είτε για δική τους χρήση, είτε ως δώρα για φίλους και συγγενείς.

Πρώτα σε ενδιαφέρον των παραπάνω είναι τα τρόφιμα και ποτά, τα οποία αποτελούν χαρακτηριστικό γαστρονομικό προϊόν της περιοχής της επισκέψεώς τους.

Ως προς την τιμή πώλησης, αυτή πρέπει να ανταποκρίνεται στο πραγματικό επίπεδο του προϊόντος, να μην είναι ακριβό, αλλά να εξασφαλίζει ένα λογικό κέρδος.

Ως προς τη διανομή και την προώθηση, η ανάπτυξη καταλλήλων συνεργασιών με άλλους παραγωγούς, εμπόρους, τουριστικούς επιχειρηματίες κτλ. μπορούν να βοηθήσουν την αύξηση των πωλήσεων.

Όσοι παραγωγοί διαθέτουν επαρκή χώρο και κατάλληλες εγκαταστάσεις, μπορούν να εξετάσουν το ενδεχόμενο να δέχονται επισκέπτες προς ξενάγηση.

Η εμπειρία τόσο από την Ελλάδα, όσο και από το εξωτερικό έχει δείξει ότι αγροκτήματα, μονάδες μεταποίησης τροφίμων, οινοποιεία και ποτοποιεία μπορούν να αποτελέσουν δημοφιλείς προορισμούς επισκεπτών.

Αν αποφασίσει να κάνει το χώρο του επισκέψιμο, ας φροντίσει η επίσκεψη να είναι ευχάριστη και συναρπαστική.

Όλοι, παραγωγοί, καταστηματάρχες, προσωπικό θα πρέπει να είναι άριστοι γνώστες των προϊόντων και της χρήσης τους στην Γαστρονομία, ώστε να δίνουν αξιόπιστες συμβουλές στους ενδιαφερόμενους.

Η γνώση της ιστορία των προϊόντων της περιοχής, η διατροφική τους αξία και τη συμβολή τους σε μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή, αξιολογούνται αναλόγως και αμείβονται πλούσια από τους επισκέπτες μέσω της αυξήσεως των πωλήσεων.

Κατάλληλος τρόπος πώλησης των τροφίμων και των ποτών, είναι η σωστή σήμανση των προϊόντων στα ράφια.

Μία διακόσμηση παραδοσιακού ύφους συντελεί σημαντικά στην προσέλκυση επισκεπτών, άρα και σε σημαντική αύξηση των πωλήσεων.

7 Βιβλιογραφία

Βιβλία

- Προμπονάς Ν., Δίφιλου του Σίφνιου, περί των προσφερομένων τοις νοσούσι και τοις υγιαίνουσι»
- Χατζόπουλου, Αθήναιος, Δειπνοσοφισταί. Εκδόσεις Οδυσσέως
- Ζουμπανέας Ε., Η Σημασία της Μεσογειακής – Κρητικής Διατροφής, Ένα ιδανικό μοντέλο διατροφή
- ΣΕΤΕ (ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ) “Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ” 2009
- Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Larousse Britannica" τομ.16ος, σελ.214
- Από το βιβλίο «Διατροφικά & γαστρονομικά πρότυπα στην επαγγελματική εστίαση» των Δρ. Γ. Μπόσκου και Γ. Παλησίδη
- Δαλμάτσου – Ζερβουδάκη Κ. & Ηλιάσκου Β & Καρπουζοπούλου «Καρποί της Γης από την Μεσογειακή Διατροφή – σταφύλι, ελιά, σιτάρι», Εκδ. Κέδρος, 2008.
- French Gastronomy, “The History and Geography passion”, Jean Robert Pitte

Internet

- Πολύζος Βασίλειος , «Γαστρονομικός Τουρισμός: Ο ανεξερεύνητος πλούτος της Ελλάδας» <http://www.tastygreece.gr/>
- «Πύλη για την ελληνική γλώσσα», <http://www.greek-language.gr/>
- ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ-ΥΠ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ-ΜΟΥΣΕΙΟ ΒΕΡΟΛΙΝΟΥ -I.M.E.
- Διαδικτυακός τόπος: Επίσημη σελίδα Δήμου Ηρακλείου <http://www.heraklion.gr/visitor/cretan-diet.ht>
- Η ιστορία της μαγειρικής τέχνης http://altgriechische-kueche.de/gesch_gr
- Ελληνική Κουζίνα και Συνταγές <http://edesma.e-e-e.gr/history/>

8 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

8.1 Ερωτηματολόγιο

Γαστρονομία ως μοχλός ανάπτυξης της Ελλάδας

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε για την ανάπτυξη της έρευνας της Πτυχιακής μου εργασίας με τίτλο "Η Ελληνική γαστρονομία ως μοχλός ανάπτυξης της οικονομίας και της πατρίδος μας"

Παρακαλώ απαντήστε τις ερωτήσεις βοηθώντας την έρευνα μου.

Πόσο σημαντική θεωρείτε την εναλλακτική μορφή του Γαστρονομικού Τουρισμού;

- Καθόλου Σημαντική
- Λίγο Σημαντική
- Σημαντική
- Αρκετά Σημαντική
- Πολύ Σημαντική

Θεωρείτε ότι σήμερα τα Ελληνικά εστιατόρια πληρούν τις πολιτιστικές γαστρονομικές ανάγκες.

Βαθμολογείστε με 1 - 5 (1 δεν πληρούν καθόλου, 5 πληρούν οπωσδήποτε)

	1	2	3	4	5
παρουσίαση του τραπέζιου (table styling)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
διακόσμηση του πιάτου (food styling)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
η τελετουργία του σερβιρίσματος (art de table).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
η αισθητική του εδεσματολογίου (menu presentation)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
την αισθητική του χώρου (merchandising)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Για ποιο λόγο δεν υπάρχουν αρκετά εστιατόρια που να καλύπτουν την Ελληνική Γαστρονομία;

- Κόστος Επένδυσης
- Χαμηλή Ζήτηση
- Άλλο:

Θεωρείτε αρκετά διαδεδομένη την Ελληνική Γαστρονομία εκτός Ελλάδος;

- Καθόλου Διαδεδομένη
- Μέτρια Διαδεδομένη
- Αρκετά Διαδεδομένη
- Πολύ Διαδεδομένη

Πιστεύετε ότι η κυβέρνηση στα πλαίσια των ενεργειών του Υπουργείου Πολιτισμού θα έπρεπε να διεξάγει καμπάνια σχετικά με την Ελληνική Γαστρονομία;

Προώθηση Ελληνικής Γαστρονομίας: Επιλέξτε ποιες ενέργειες θεωρείτε πλέον σημαντικές για την προώθηση της Ελληνικής Γαστρονομίας (εκτός Ελλάδος)

- Διαλέξεις - Σεμινάρια σχετικά με την Ελληνική Γαστρονομία
- Διαδικτυακές Καμπάνιες στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, Tripadvisor)
- Διαδικτυακή Καμπάνια (Website, Blog, Landpage)
- Τηλεοπτικά Σποτ
- Ραδιοφωνικά Σπότ
- Έντυπες Καταχωρήσεις σε περιοδικά
- Άλλο:

Προώθηση Ελληνικής Γαστρονομίας: Επιλέξτε ποιες ενέργειες θεωρείτε πλέον σημαντικές για την προώθηση της Ελληνικής Γαστρονομίας (εντός Ελλάδος)

- Διαλέξεις - Σεμινάρια σχετικά με την Ελληνική Γαστρονομία
- Διαδικτυακές Καμπάνιες στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, Tripadvisor)
- Διαδικτυακή Καμπάνια (Website, Blog, Landpage)
- Τηλεοπτικά Σποτ
- Ραδιοφωνικά Σποτ
- Έντυπες Καταχωρήσεις σε περιοδικά
- Άλλο:

Στον κατάλογο του εστιατορίου σας (που εργάζεστε ή είστε ιδιοκτήτης) συμπεριλαμβάνετε πιάτα που ανήκουν μόνο στην Ελληνική Γαστρονομία;

- Ναι
 Όχι

Θεωρείτε ότι υπάρχουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην Ελληνική Γαστρονομία που να τη διαφοροποιούν από άλλες χώρες και αν ναι ποια είναι αυτά;

Υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης στην Ελληνική Γαστρονομία και αν ναι ποια πιστεύετε ότι είναι;



Τρόποι περαιτέρω βελτίωσης τουριστικού μοντέλου σε σχέση με τους ανταγωνιστές μας θα μπορούσαν να είναι κάποιοι από τους παρακάτω;



Φύλλο

- Άντρας
 Γυναίκα

Επάγγελμα

Σημειώστε παρακαλώ την ιδιότητά σας (π.χ. Σεφ, Σερβιτόρος, Ιδιοκτήτης εστιατορίου)

Ημερομηνία Γέννησης

Πόσα χρόνια εργάζεστε στον τομέα του τουρισμού;

- λιγότερο από 5
 5 έως 10
 περισσότερα από 10
 δεν εργάζομαι στον τομέα του τουρισμού

Υποβολή

