



ΤΕΙ Κρήτης
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΩΣ ΠΑΡΑΓΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ**

ΦΟΙΤΗΤΕΣ: ΑΝΔΡΟΥΛΑΚΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ
ΜΑΥΡΟΝΥΚΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΤΕΡΖΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ



ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2016

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Ανδρουλάκη Ευαγγελία, Μαυρονύκτης Νικόλαος, [2016]

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης επιχειρήσεων του ΑΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων των συγγραφεων εκ μέρους του Τμήματος.



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως στόχο να αναδείξει την κρητική διατροφή και ιδιαίτερα το πώς μπορεί αυτή να συμβάλει στην ανάπτυξη της Περιφέρειας Κρήτης.

Έγινε προσπάθεια να προσδιοριστεί τι ακριβώς είναι η κρητική διατροφή και αναφέρθηκαν τα οφέλη της όπως αυτά προκύπτουν από επιστημονικές έρευνες.

Διερευνήθηκε πώς μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη συνολικά της περιφέρειας Κρήτης, ποιοι τομείς επηρεάζονται περισσότερο και με ποιο τρόπο.

Αναφέρθηκε ακόμα ποιος είναι ο ρόλος της Περιφέρειας σε αυτό.

Αναλύθηκαν επιμέρους οι τομείς του τουρισμού και ο αγροτικός τομέας οι οποίοι επηρεάζονται περισσότερο, και έγινε προσπάθεια να συσχετιστεί η διατροφή με την παράδοση, τους ανθρώπους, το περιβάλλον, την ιστορία και τις ιδιαίτερες συνθήκες που επικρατούν στο νησί, ώστε να προβάλετε σαν ένα ενιαίο προϊόν. Διαπιστώθηκε τέλος ότι η Κρητική Διατροφή μπορεί να αποτελέσει το ανταγωνιστικό συγκριτικό πλεονέκτημα της Περιφέρειας Κρήτης και να οδηγήσει σε ένα σύγχρονο και υγιές μοντέλο ανάπτυξης.

ABSTRACT

This paper aims to highlight the key aspects of the Cretan diet and especially how it can contribute to the development of the Region of Crete. Moreover an attempt was completed to determine the definition of the Cretan diet and its benefits such as those arising from scientific research.

Furthermore a research was made about it's properties that can benefit the development of the whole region of Crete in addition to the highlight of the sectors that are most affected and how.

The author also describes the role of the Region in this and analyze individually the tourism and the agricultural sector which are most affected, also an attempt was made

to relate nutrition to tradition, people, environment, history and particular conditions prevailing on the island to view as a single product .

The final section describes that the Cretan Diet can be a competitive comparative advantage of the Region of Crete and lead to a modern and healthy development model.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περιεχόμενα

Πνευματικά δικαιώματα	ii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	iii
ABSTRACT.....	iii
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	- 1 -
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	- 4 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	- 5 -
Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ.....	- 5 -
1.1 Η ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΣΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΤΩΝ ΑΙΩΝΩΝ.....	- 5 -
1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ.....	- 7 -
1.2.1 Ποια είναι η κρητική διατροφή.....	- 7 -
1.2.2 Τα κρητικά αγροτικά προϊόντα.....	- 9 -
1.3 ΕΡΕΥΝΕΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ.....	- 11 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	- 13 -
Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ.....	- 13 -
2.1 ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	- 13 -
2.1.1 Ο Πρωτογενής τομέας	- 13 -
2.1.2 Δευτερογενής τομέας.....	- 14 -
2.1.3 Τριτογενής τομέας	- 15 -
2.2 ΤΙ ΚΑΝΕΙ Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ.....	- 17 -
2.2.1 Σήμα ποιότητας «Κρήτη»	- 18 -
2,2.2 Σήμα Ποιότητας Κρητικής Κουζίνας	- 19 -
2.2.3 Σήμα Ποιότητας «Επισκέψιμα Οινοποιία».....	- 20 -
2.2.4 Άλλες δράσεις της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης	- 20 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	- 22 -
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ.....	- 22 -
3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	- 22 -
3.1.1 Τι είναι τουρισμός.....	- 22 -
3.1.2 Τι είναι πολιτιστικός τουρισμός.....	- 22 -
3.1.3 Τι είναι γαστρονομικός τουρισμός	- 23 -

3.1.4 Τι είναι ο οινικός τουρισμός.....	- 24 -
3.2 ΠΩΣ Η ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΝΗΘΕΙΑ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	- 25 -
3.2.1 Τι είναι ξενοδοχείο.....	- 25 -
3.2.2 Ορισμός τουριστικού καταλύματος	- 25 -
3.2.3 Το κρητικό τουριστικό προϊόν	- 26 -
3.2.4 Τοπική κουζίνα και μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες.....	- 27 -
3.2.5 Τοπική κουζίνα και μικρές τουριστικές μονάδες.....	- 28 -
3.3 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	- 29 -
3.3.1 Εμπορικά καταστήματα τροφίμων & ποτών	- 29 -
3.3.2 Εκδηλώσεις με γαστρονομικό ενδιαφέρον	- 30 -
3.3.3 Επισκέψιμοι χώροι καλλιέργειας και παραγωγής.....	- 30 -
3.3.4 Εθνική ή τοπική κουζίνα στα κρουαζιερόπλοια	- 31 -
3.3.5 Εθνική ή τοπική κουζίνα στα εστιατόρια ξενοδοχείων	- 31 -
3.3.6.1 Εθνική ή τοπική κουζίνα σε εστιατόρια	- 32 -
3.3.7 Πολιτιστικές διαδρομές και περιηγήσεις	- 33 -
3.3.8 Μαθήματα και σεμινάρια μαγειρικής	- 34 -
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	- 35 -
Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ	- 35 -
4.1 Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	- 35 -
4.1.1 Προβλήματα του αγροτικού τομέα.....	- 36 -
4.1.2 Ευκαιρίες για τον αγροτικό τομέα	- 37 -
4.1.3 Ο Αγροτικός τομέας στην Κρήτη	- 38 -
4.2 Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	- 39 -
4.2.1 Οφέλη στον αγροτικό τομέα από την Κρητική διατροφή.	- 40 -
4.2.2 Τα τοπικά αγροτικά προϊόντα και πως επηρεάζονται.....	- 41 -
4.2.3 Τοπικά αγροτικά προϊόντα και μάρκετινγκ	- 44 -
4.2.4 Τουρισμός και κρητικά αγροτικά προϊόντα.....	- 47 -
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	- 50 -
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	- 53 -



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η κρητική διατροφή έχει μια μακρά ιστορία από τη μινωική εποχή μέχρι σήμερα, βασίζεται σε αγνά προϊόντα που παράγονται και ευδοκιμούν στο νησί, κυρίως φυτικής προέλευσης φημισμένα για την ποιότητα τους και τη γεύση τους. Σε αυτή άλλωστε οφείλεται όπως λέγεται και η μακροζωία των κατοίκων του νησιού.

Παράλληλα η διατροφή συνδέεται με την παράδοση, την ιστορία του τόπου, αλλά και με το ευρύτερο περιβάλλον. Συνδέεται με τις καθημερινές δραστηριότητες, τις εκδηλώσεις και τον τρόπο ζωής των κρητικών.

Όλα αυτά θα πρέπει να θεωρούνται αλληλένδετα μεταξύ τους και να αξιοποιηθούν ως μια ενιαία οντότητα.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη για το αν μπορεί και με ποιο τρόπο η κρητική διατροφή να οδηγήσει στην ανάπτυξη της Περιφέρειας Κρήτης, και ποιοι τομείς επηρεάζονται περισσότερο.

Ειδικότερα το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στην εξέλιξη της κρητικής διατροφής μέσα στο χρόνο, αναφέρει τα χαρακτηριστικά της και τα προϊόντα στα οποία βασίζεται, καθώς και επιστημονικές έρευνες που αναφέρονται στην κρητική διατροφή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρονται οι τομείς της οικονομίας που επηρεάζονται από την κρητική διατροφή και με ποιο τρόπο. Παρουσιάζεται επίσης τι έχει κάνει η Περιφέρεια Κρήτης και με ποιο τρόπο προσπαθεί να στηρίξει το Κρητικό πρότυπο διατροφής.

Το τρίτο κεφάλαιο πραγματεύεται το πώς ο τουρισμός μπορεί να επηρεαστεί από την καθιέρωση της κρητικής διατροφής, αλλά και πως μπορεί να συμβάλει στην καθιέρωση της.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται ποια είναι η κατάσταση του αγροτικού τομέα στην Ελλάδα, πως μπορεί να τον επηρεάσει η καθιέρωση του κρητικού πρότυπου διατροφής καθώς και ποια προϊόντα επηρεάζει περισσότερο. Τέλος αναφέρεται στην σχέση του τουρισμού με τον αγροτικό τομέα και την ύπαιθρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Η κρητική διατροφή αποτελεί τη βάση του διάσημου μοντέλου της μεσογειακής διατροφής. Θεωρείτε βάση επιστημονικών ερευνών μια από τις πιο υγιεινές διατροφές παγκοσμίως, ενώ παράλληλα παραμένει πολύ γευστική. Βασίζετε όχι μόνο στα αγνά, άριστης ποιότητας παραδοσιακά προϊόντα, αλλά και στο ιδιαίτερο περιβάλλον της Κρήτης, τους ανθρώπους της, την ιστορία και τον πολιτισμό της. Χρησιμοποιεί απλές τεχνικές αναμιγνύοντας και αναδεικνύοντας τα τοπικά προϊόντα και τη γεύσης τους βασιζόμενη στην μακραίωνη εμπειρία των κατοίκων του νησιού.

1.1 Η ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΣΤΟ ΠΕΡΑΣΜΑ ΤΩΝ ΑΙΩΝΩΝ

Μέχρι πρόσφατα η επιβίωση των ανθρώπων εξαρτιόνταν από τα τρόφιμα που έβρισκαν στο άμεσο περιβάλλον τους, στα τρόφιμα δηλαδή που μπορούσαν να βρουν και να καλλιεργήσουν στις συγκεκριμένες περιβαλλοντικές συνθήκες. Που ζούσαν. Αυτός ήταν ο λόγος που δημιουργήθηκαν διαφορετικές διατροφικές συνήθειες στα διάφορα μέρη του πλανήτη. Οι διάφορες αυτές δίαιτες ενώ εξασφάλιζαν καλή υγεία σε νεαρές ηλικίες δεν εξασφάλιζαν τον ίδιο βαθμό μακροβιότητας. Έτσι τελικά, κατά της διάρκεια της ιστορίας του ανθρώπου στη γη, διάφοροι οικολογικοί, κοινωνικο-οικονομικοί και πολιτισμικοί παράγοντες συνετέλεσαν στη διαμόρφωση διαφορετικών συστημάτων διατροφής στις διάφορες περιοχές, με διαφορετικό όμως δυναμικό σε σχέση με την υγεία.

Η ρίζες της κρητικής διατροφής και η βασικές αρχές της πάνε αιώνες ακόμα και χιλιετίες πίσω. Αυτό διαπιστώνεται από αρκετά αρχαιολογικά ευρήματα αλλά και από γραπτές πηγές από συγγραφείς και περιηγητές της ελληνιστικής, ρωμαϊκής, βυζαντινής και ενετικής περιόδου.

Από αρχαιολογικά ευρήματα γνωρίζουμε ότι πολύ σημαντική τροφή την μινωική εποχή ήταν τα προϊόντα της ελιάς, το ελαιόλαδο και κυρίως οι βρώσιμες ελιές, τα

οποία και εξήγαγαν. Έχει ανακαλυφθεί ακόμα και αγγείο μινωικής περιόδου στο ανάκτορο της Ζάκρου με ατόφιες απολιθωμένες ελιές. Σημαντική τροφή για τους Μινωίτες γνωρίζουμε ότι ήταν τα ψάρια και τα θαλασσινά αφού υπάρχουν τοιχογραφίες και σφραγίδες με χταπόδια ψάρια και όστρακα. Επίσης έχουν βρεθεί παραστάσεις με κυνήγι αίγαγρου, ελαφιού και βοοειδών, ενώ έχουν βρεθεί και δοχεία με σπόρους. Σε πινακίδες της γραμμικής Β γίνεται αναφορά σε αρωματικά βότανα όπως κόλιαντρο, ρίγανη, θυμάρι, φασκόμηλο, ακόμα και κρόκο. Ως γλυκαντική ουσία χρησιμοποιούσαν το μέλι και το πετιμέζι ενώ από ποτά παρήγαγαν κρασί και εισήγαγαν μύρα από την Αίγυπτο.

Γραπτές αναφορές έχουμε από τον Όμηρο και τον Αρχέστρατο ότι τρέφονταν κυρίως με όσπρια και λαχανικά και ψωμί ενώ το κρέας και το ψάρι καταναλώνονταν με μέτρο. Ενώ υπάρχουν και αναφορές στο κρητικό σκάρο, στα κρητικά μουστοκούλουρα και σε κάποια γλυκίσματα και πίτες με ξηρούς καρπούς μέλι, τυρί και αρωματικά βότανα.

Οι Άραβες έφεραν στο νησί μπαχαρικά και τη ζάχαρη αφού ίδρυσαν και εργοστάσιο ζάχαρης το 10 αιώνα μΧ. Ενώ χαρακτήρισαν την Κρήτη ως τον τόπο που «ρέει το μέλι και το γάλα».

Στο βυζάντιο ήταν ονομαστό το κρητικό τυρί και το κρητικό κρασί που παραγόταν από μια ποικιλία σταφυλιών το αθήρι, που καλλιεργείτε μέχρι σήμερα.

Στην εποχή της ενετοκρατίας έτρωγαν ψωμί από κριθάρι και στάρι, τυρί το οποίο και εξήγαγαν οι ενετοί σε μεγάλες ποσότητες, ενώ προτιμούσαν το χοιρινό κρέας αλλά και το κατσικίσιο και το πρόβατο. Ενώ ιδιαίτερη προτίμηση είχαν στα καπνιστά κρέατα όπως το απάκι και το χοιρομέρι που γίνονται ακόμα και σήμερα. Εισήγαγαν από το βυζάντιο σαλάμια και παστά ψάρια και θαλασσινά. Οι κρητικοί έτρωγαν αναγκαστικά λόγω της φτώχιας κυρίως όσπρια, λαχανικά και άγρια χόρτα. Χρησιμοποιούσαν αρκετά μπαχαρικά, ξύδι, και χυμό λεμονιού, ενώ έτρωγαν ξηρούς καρπούς και αποξηραμένα φρούτα. Οι Ενετοί είχαν δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα στην καλλιέργεια των αμπελιών και εξήγαγαν μεγάλες ποσότητες του φημισμένου «μαλβάζιου οίνου».

Οι τούρκοι όταν κατάκτησαν την Κρήτη έμειναν έκπληκτοι με την ποικιλία και την ποιότητα των φρούτων, των λαχανικών και των ζώων. Ενώ έφεραν κυρίως κάποιες τεχνικές μαγειρέματος.

Τέλος η κρητική διατροφή δέχτηκε μεγάλη επίδραση και από τους πρόσφυγες της Μικρής Ασίας, οι οποίοι έφεραν μαζί τους δικά τους εδέσματα και προϊόντα.

Όπως βλέπουμε λοιπόν η διατροφή των κρητικών στο πέρασμα των αιώνων βασίζετε στα ίδια περίπου στοιχεία με μικρές διαφορές και προσθήκες περισσότερο στον τρόπο μαγειρέματος. Βασίζετε σε λίγα και καλής ποιότητας υλικά όπως είναι το ελαιόλαδο, τα φρούτα και τα λαχανικά, τα άγρια χόρτα και τα αρωματικά βότανα, το μέλι, το κρασί και τα τυροκομικά προϊόντα με μικρή κατανάλωση κρέατος.

Όμως παρά τα πλεονεκτήματα της τα τελευταία χρόνια η κρητικοί έχουν απομακρυνθεί από αυτό το πρότυπο, υιοθετώντας το δυτικά όπως λέμε πρότυπα ζωής και διατροφής. Έχουν στραφεί στο έτοιμο και γρήγορο φαγητό καταναλώνοντας μεγάλες ποσότητες κρέατος και έχουν απομακρυνθεί από τη φύση της Κρήτης και τα προϊόντα της.

1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

1.2.1 Ποια είναι η κρητική διατροφή

Ως κρητική διατροφή ορίζεται η διατροφή που είχαν οι κρητικοί στις δεκαετίες του 60 και του 70 οπότε έγιναν και οι περισσότερες έρευνες και άρχισαν να αναγνωρίζονται τα οφέλη της. Όπως είδαμε όμως τα βασικά χαρακτηριστικά της κρητικής δίαιτας παραμένουν σχεδόν αναλλοίωτα στο πέρασμα των χρόνων από τη Μινωική εποχή μέχρι σήμερα.

Η διατροφή τους βασιζόταν σε εποχιακά κυρίως τρόφιμα φυτικής προέλευσης τα οποία καταναλώνονταν χωρίς να έχουν υποστεί ιδιαίτερη επεξεργασία. Κατανάλωναν καθημερινά και σε μεγάλες ποσότητες φρούτα, λαχανικά όσπρια, δημητριακά μη επεξεργασμένα, ξηρούς καρπούς αλλά και άγρια χόρτα και βότανα της Κρήτης. Βασική πηγή λιπαρών αποτελούσε το ελαιόλαδο το οποίο χρησιμοποιούσαν σε μεγάλες ποσότητες καθημερινά και αντικαθιστούσε τα ζωικά λίπη.

Κατανάλωναν σχεδόν καθημερινά μέτριες ποσότητες γαλακτοκομικών προϊόντων. Πηγή ζωικών πρωτεϊνών ήταν τα πουλερικά τα ψάρια και τα σαλιγκάρια τα οποία

καταναλώνονταν εβδομαδιαίως, ενώ σπανιότερα μέσα στο μήνα κατανάλωναν κόκκινο κρέας.

Εδώ αξίζει να αναφέρουμε την σημασία που έπαιζαν οι νηστείες της ορθόδοξης εκκλησίας στην κρητική διατροφή, καθώς οι κρητικοί της ακολουθούσαν σε μεγάλο βαθμό. Η χαμηλή κατανάλωση τροφίμων ζωικής προέλευσης δεν οφειλόταν μόνο στα χαμηλά εισοδήματα των κρητικών μια και οι περισσότεροι είχαν δικά τους ζώα, αλλά σε ένα μεγάλο βαθμό οφειλόταν και στις συχνές περιόδους νηστείας, αφού οι συνολικές μέρες νηστείας που ορίζει η ορθόδοξη εκκλησία ξεπερνούν τις 180.

Αξίζει να αναφέρουμε ότι οι κρητικοί κατανάλωναν μέτριες ποσότητες αλκοόλ καθημερινά κυρίως κρασί και τσικουδιά. Τέλος για γλυκαντική ύλη στα χρησιμοποιούσαν κυρίως το μέλι, αλλά και προϊόντα φυτικής προέλευσης χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία όπως το πετιμέζι.

Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό της κρητικής διατροφής δεν είναι η μεγάλη κατανάλωση φυτικών τροφίμων και η χαμηλή κατανάλωση ζωικών, ή η μεγάλη κατανάλωση ελαιόλαδου όπως πιστεύουν κάποιοι. Το μυστικό της είναι η ισορροπία, η ιδεώδης ισορροπία ανάμεσα στα αγνά άριστης ποιότητας υλικά που την αποτελούν.

Εδώ πρέπει να επισημάνουμε ότι αναφερόμαστε στην κρητική διατροφή δεν εννοούμε μόνο κάποια προϊόντα οι κάποιες συνταγές, αναφερόμαστε στον γενικότερο τρόπο ζωής των κρητικών. Οι περισσότεροι έκαναν έντονη σωματική δραστηριότητα ενώ περπατούσαν και αρκετά σε καθημερινή βάση. Αυτή η έντονη δραστηριότητα σε συνδυασμό με την διατροφή συντελούσε στην διατήρηση χαμηλού σωματικού βάρους. Επίσης τα γεύματα ήταν τακτικά και συνέβαιναν σε σταθερές ώρες κάθε μέρα βοηθώντας έτσι τον οργανισμό να ρυθμίσει καλύτερα της ενεργειακές του ανάγκες, συμβάλλοντας στην μικρότερη κατανάλωση φαγητού και την χαμηλότερη πρόσληψη θερμίδων.

Επίσης τα γεύματα αποτελούσαν για τους κρητικούς ευκαιρίες για γιορτή και για συνέντευξη όλης της οικογένειας, δεν ήταν απλά ένα γεύμα ήταν ευκαιρία για κοινωνικές συναντήσεις, ενώ πάντα συνόδευαν της κοινωνικές εκδηλώσεις, και απαιτούσαν συνδρομή από όλους στην προετοιμασία για μέρες. Ακόμα όταν κάποιος ερχόταν στο σπίτι έπρεπε να τον κεράσουν, ότι είχαν το «βρισκούμενο», φαγητό, ελιές, γλυκό.

Το φαγητό για τους κρητικούς δεν ήταν απλά μια ανάγκη επιβίωσης, ήταν τρόπος ζωής, αφορμή για γλέντι και κοινωνικές συναντήσεις, είναι, αναπόσπαστο κομμάτι της παράδοσης και της κουλτούρας της.

1.2.2 Τα κρητικά αγροτικά προϊόντα

Θα αναφέρουμε ποια είναι τα σημαντικότερα κρητικά προϊόντα και συστατικά της κρητικής διατροφής

Πίνακας 1

Ελαιόλαδο	Ελιές Βρώσιμες	Γλαύκος (μούστο)	Γάλα	Μέλι	Σταφίδα	Σταφύλια επιτραπέζια
107987	1572	48254	138160	1826	12826	20306

Πηγή: εθνική στατιστική υπηρεσία της Ελλάδος

- Ελαιόλαδο και ελιά: η ελιά καλλιεργείται στην Κρήτη από την μινωική εποχή, το ελαιόλαδο αποτελεί το βασικότερο συστατικό της κρητικής διατροφής αφού καταναλώνεται σε μεγάλες ποσότητες καθημερινά ενώ αποτελεί την βασική πηγή λίπους αφού το 40% των προσλαμβανόμενων θερμίδων προέρχονται από το ελαιόλαδο. Η ελιά είναι τρόφιμο υψηλής θρεπτικής αξίας με μεγάλη περιεκτικότητα σε ασβέστιο και καταναλωνόταν πολύ συχνά από τους κρητικούς.
- Ο κρητικός αμπελώνας και τα προϊόντα του: Το κρητικό κρασί διάσημο από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα αποτελούσε βασικό συστατικό στη δίαιτα των κρητικών αφού το κατανάλωναν σε μέτριες ποσότητες καθημερινά με το φαγητό. Η σταφίδα είναι ένα τρόφιμο με υψηλή θερμιδική και θρεπτική αξία που κατανάλωναν συχνά οι Κρήτες ιδίως το χειμώνα, και μαζί με το μέλι και το μούστο αποτελούσαν τις πιο σημαντικές γλυκαντικές ύλες. Η τσικουδιά είναι το χαρακτηριστικό ποτό της Κρήτης παράγεται από τα στράφυλα μετά την αφαίρεση του μούστου και την απόσταξη τους, και συνοδεύει παντού τους κρητικούς. Τα σταφύλια θεωρούνται από τα πιο περιζήτητα φρούτα, ενώ

παράγονται και πολλά υποπροϊόντα και εδέσματα όπως το πετιμέζι και τα μουσταλευριά.

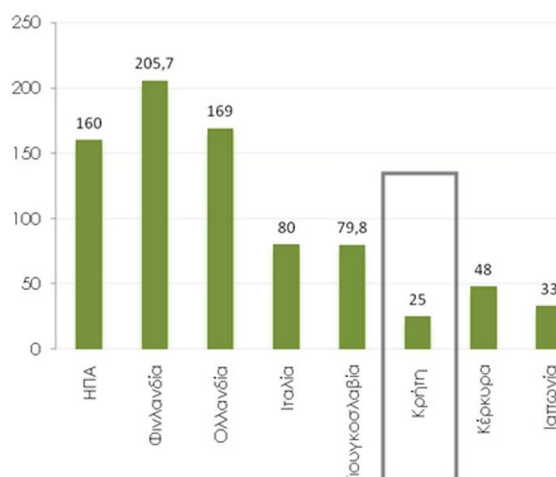
- Φρούτα και λαχανικά: στην Κρήτη παράγονται και καταναλώνονται πολλά και διαφορετικά φρούτα και λαχανικά ανάλογα με την εποχή, από υποτροπικά που ευδοκιμούν σε θερμά κλίματα μέχρι αυτά που ευδοκιμούν σε ορεινά. Καταναλώνονται σε μεγάλες ποσότητες σε καθημερινή βάση.
- Όσπρια: Τα όσπρια χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερα θρεπτικά και στην κρητική διαίτα καταναλώνονται πολύ συχνά.
- Γαλακτοκομικά προϊόντα: Καταναλώνονται σε καθημερινή βάση και αποτελούν βασική πηγή πρωτεϊνών. Φημισμένα ιδιαίτερα είναι τα κρητικά τυριά, ο ανθότυρο, η γραβιέρα, το κεφαλοτύρι, η μυζήθρα, το πυχτόγαλο, η μυζήθρα, το ξύγαλο, η στάκα και το τυροζούλι.
- Κρέας: Το κρέας δεν καταναλώνονταν συχνά περισσότερο κατανάλωναν πουλερικά ενώ λιγότερο συχνά αρνί κασίκι και χοιρινό.
- Μέλι: αποτελούσε τη βασική γλυκαντική ύλη, καταναλώνονταν από τη μινωική εποχή, είναι τρόφιμο με σπουδαία διατροφική αξία, το κρητικό μέλι θεωρείται άριστης ποιότητας λόγω της πλούσιας χλωρίδας.
- Άγρια χόρτα και βότανα: Αποτελούν πολύ σημαντικό κομμάτι και χαρακτηριστικό της κρητικής διατροφής, ενώ καταναλώνονται πολύ συχνά. Συμβάλουν και στην άριστη ποιότητα άλλων προϊόντων όπως το μέλι και τα γαλακτοκομικά.
- Ξηροί καρποί: Αγαπημένοι τροφή για τους κρητικούς με μεγάλη διατροφική αξία. Κάστανα, αμύγδαλα καρύδια ήταν συνηθισμένα στο κρητικό διαιτολόγιο.
- Δημητριακά: τρόφιμο βάσης αποτελούσε το κρητικό παξιμάδι που παράγεται από κριθάρι και στάρι ολική άλεσης. Πλούσιο σε φυτικές ίνες και διάσημο πλέον για την αξία του και τη γεύση του.

1.3 ΕΡΕΥΝΕΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Η υγεία του ατόμου είναι αποτέλεσμα των κληρονομικών του καταβολών, αλλά και των επιρροών που δέχεται από το περιβάλλον του. Ανάμεσα σε όλους τους περιβαλλοντικούς παράγοντες που επιδρούν στον οργανισμό μας (στους οποίους συμπεριλαμβάνεται το κάπνισμα, οι τοξίνες, η σωματική δραστηριότητα κ.α.), ο ρόλος της διατροφής είναι εξαιρετικά σημαντικός, καθώς η έκθεση στα τρόφιμα είναι συνεχής, σε όλη τη διάρκεια της ζωής μας. Έτσι, η διατροφή είναι ανάμεσα στους σημαντικότερους, αν όχι ο πιο σημαντικός, περιβαλλοντικός παράγοντας που επηρεάζει τον οργανισμό μας. Η διατροφή των κρητικών αλλά και ο τρόπος ζωής τους, συγκεντρώνει όλα εκείνα τα στοιχεία τα οποία αναζητά η επιστημονική κοινότητα για την πρόληψη των ασθενειών και την προαγωγή της δημόσιας υγείας. Το 1948 κλήθηκαν από την ελληνική κυβέρνηση, επιστήμονες από το ίδρυμα Rockefeller των Η.Π.Α., ώστε να βελτιώσουν τις κακές συνθήκες διαβίωσης των κατοίκων της Κρήτης μεταπολεμικά. Στα πλαίσια της λεπτομερούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε πάνω στη διατροφή των κρητικών, οι επιστήμονες συμπέραναν ότι, «στο σύνολο τους ο τρόπος διατροφής και οι διατροφικές συνήθειες ήταν υπερβολικά καλά προσαρμοσμένες στις φυσικές και οικονομικές πηγές της περιοχής, καθώς και στις ανάγκες των κατοίκων.»

Η μελέτη των επτά χωρών ξεκίνησε το 1960 και ήρθε να αποδείξει την σχέση της καλής υγείας των κρητικών και της διατροφής τους. Ο Ancel Keys και οι συνεργάτες του μελέτησαν συνολικά 13000 άνδρες από επτά χώρες. Στην έρευνα συμμετείχαν 16 περιοχές από την Ελλάδα, την Ιαπωνία, την Φιλανδία, την Ολλανδία, τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Ιταλία και την Γιουγκοσλαβία, από την Ελλάδα επιλέχθηκαν η Κρήτη και η Κέρκυρα. Στόχος ήταν να διερευνηθεί η σαφής σχέση μεταξύ

ΘΝΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΠΟ ΣΤΕΦΑΝΙΑΙΑ ΝΟΣΟ ΣΤΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΕΠΤΑ ΧΩΡΩΝ ΜΕΤΑ ΑΠΟ 25 ΕΤΗ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ



διατροφής και καρδιαγγειακών νοσημάτων, και περιελάμβανε τη διαχρονική παρακολούθηση μιας ομάδας ανδρών από κάθε περιοχή. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο πληθυσμός της Κρήτης εμφάνιζε τα μικρότερα ποσοστά θνησιμότητας από καρδιαγγειακά νοσήματα και από τις διάφορες μορφές καρκίνου, έχοντας καλύτερη κατάσταση υγείας από τους υπόλοιπους. Στο διάγραμμα φαίνεται η θνησιμότητα ανά 1000 άτομα από την στεφανιαία νόσο. Παρατηρούμε ότι η θάνατοι στην Κρήτη ήταν εντυπωσιακά λιγότεροι, ειδικότερα από τις χώρες της βόρεια Ευρώπης. Αυτό το «θαύμα», το απέδωσαν στις ιδιαίτερες διατροφικές συνήθειες των κρητικών και στον τρόπο ζωής τους που περιελάμβανε πολύ άσκηση.

Στηριζόμενος σε αυτά τα αποτελέσματα ο ερευνητής Σερζ Ρενώ, το 1988 ξεκίνησε μια καινούρια έρευνα στη Γαλλία. Στην έρευνα συμμετείχαν 600 ασθενείς που είχαν υποστεί έμφραγμα του μυοκαρδίου, στους μισούς δόθηκε διατροφή βασιζόμενη στο κρητικό πρότυπο και στους άλλους μισούς η διατροφή που συστήνεται από την Αμερικάνικη Καρδιολογική εταιρεία. Στα πρώτα δύο χρόνια η ομάδα που ακολουθούσε τη διαίτα της Αμερικάνικης Καρδιολογικής εταιρείας μετρούσε ήδη 16 θανάτους ενώ αυτή που ακολουθούσε την κρητική διαίτα μόλις 3. αυτά τα αποτελέσματα ήρθαν να επιβεβαιώσουν και να ενισχύσουν τα αποτελέσματα της μελέτης των επτά χωρών, δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στην σημασία του ελαιολάδου που χρησιμοποιείται ευρύτατα στην κρητική διατροφή έναντι των άλλων υπολιπιδαιμικών διατροφών.

Οι διατροφές όλων των λαών της μεσογείου έχουν μεταξύ τους πολλά κοινά στοιχεία έχουν όμως και αρκετές διαφορές. Ο όρος «μεσογειακή διατροφή», χρησιμοποιήθηκε από τους επιστήμονες μετά την έρευνα των επτά χωρών για να περιγράψει ουσιαστικά την διατροφή της Κρήτης το 1960 που είχε ως συνέπεια την καλύτερη υγεία των κατοίκων της, αλλά και να δώσει έμφαση σε τρόφιμα που καταναλώνουν οι μεσογειακές χώρες. Η κρητική διαίτα είναι μεσογειακή, αλλά η μεσογειακή διατροφή δεν είναι κρητική διαίτα όπως ισχυρίζονται πλέον οι ειδικοί. Η κρητική διαίτα περιλαμβάνει πολύ μεγαλύτερη κατανάλωση ελαιολάδου, φρούτων και οσπρίων και πολύ μικρότερη κατανάλωση κρέατος από τις άλλες περιοχές τις μεσογείου, ακόμα περιλαμβάνει την κατανάλωση αγριόχορτων και βοτάνων, ενώ τα δημητριακά που καταναλώνονται είναι κυρίως από κριθάρι και σιτάρι ολικής άλεσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ

2.1 ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Όπως αναφέραμε ήδη η κρητική διατροφή δεν είναι μόνο κάποια πιάτα σκορπισμένα σε ένα τραπέζι, είναι κάτι πολύ παραπάνω. Περιέχει μέσα της όλο τον πολιτισμό, την παράδοση και την ιστορία της Κρήτης. Ακόμα αποτελεί τη βάση τις μεσογειακής διατροφής και έχει χαρακτηριστεί από πολλούς ειδικούς ως πρότυπο υγιεινής διατροφής. Είναι μια διατροφή τόσο υγιεινή όσο και γευστική και αυτό το οφείλει στα υψηλής ποιότητας, αγνά προϊόντα που χρησιμοποιεί.

Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι η κρητική διατροφή αποτελεί το πιο σημαντικό εργαλείο της Περιφέρειας Κρήτης για να προωθήσει την ανάπτυξη της, αποτελεί το συγκριτικό ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

Καθαρή Προστιθέμενη Αξία ανά κλάδο

	Συνολική Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (Σε βασικές τιμές)	Πρωτογενής Τομέας			Δευτερογενής Τομέας			Τριτογενής Τομέας		
		Συν. Πρωτ. Τομέα	% Συν. Προστ. Αξίας	Ετήσια % μεταβολή	Σύν. Δευτ. Τομέα	% Συν. Προστ. Αξίας	Ετήσια % μεταβολή	Συν. Τριτ. Τομέα	% Συν. Προστ. Αξίας	Ετήσια % μεταβολή
2013 Q1	33.476	1.820	5,4%	-2,9%	4.985	14,9%	-7,3%	26.647	79,6%	1,6%
2013 Q2	36.601	1.873	5,1%	-0,6%	5.359	14,6%	-4,3%	29.266	80,0%	-4,1%
2013 Q3	38.348	1.782	4,6%	2,2%	5.297	13,8%	-8,5%	30.947	80,7%	-2,4%
2013 Q4	35.083	1.495	4,3%	2,5%	5.014	14,3%	-5,2%	28.380	80,9%	-1,6%

Σε τρέχουσες τιμές. Σε εκατομμύρια €. Μη εποχικά διορθωμένα στοιχεία

Πηγή: εθνική στατιστική υπηρεσία Ελλάδος

2.1.1 Ο Πρωτογενής τομέας

Πρωτογενής τομέας ονομάζεται ο παραγωγικός τομέας δραστηριοτήτων με αντικείμενο την απόκτηση αγαθών άμεσης ή έμμεσης κατανάλωσης, κατ' ευθείαν από την φύση και αποτελεί περίπου το 5% της συνολικής οικονομίας.

Η κρητική διατροφή μπορεί να βοηθήσει συνολικά την ανάπτυξη της Περιφέρειας Κρήτης σε όλους τους τομείς, αλλά είναι λογικό ο τομέας που δέχεται την μεγαλύτερη επίδραση και επηρεάζεται άμεσα είναι ο πρωτογενής.

Μέσα από την καλλιέργεια και προσφορά τοπικών προϊόντων που συνδέονται άμεσα με την ιστορία και των πολιτισμό του νησιού, δίδεται η δυνατότητα τόσο της προσφοράς προϊόντων ανωτέρας ποιότητας όσο και τις καλύτερης προώθησης τους.

Τα προϊόντα αυτά καλλιεργούνται για εκατοντάδες ακόμα και χιλιάδες χρόνια στην Κρήτη, έχοντας προσαρμοστεί άριστα στις τοπικές εδαφοκλιματολογικές συνθήκες. Δίδουν λοιπόν τη δυνατότητα στους παραγωγούς να εφαρμόζουν συστήματα βιολογικής καλλιέργειας και ολοκληρωμένης διαχείρισης, αξιοποιώντας και την εμπειρία που ήδη υπάρχει, έχοντας σαν αποτέλεσμα την ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων.

Η ανώτερη ποιότητα μαζί με την τοπικότητα αποτελούν ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, αν προσθέσουμε σε αυτά την μακρά ιστορία, την πλούσια πολιτιστική κληρονομία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ανθρώπων και του τοπίου, δημιουργείται ένα πλούσιο μίγμα, που μπορεί να οδηγήσει στην καλύτερη προώθηση των προϊόντων και της κρητικής διατροφής ως σύνολο. Προϋπόθεση για όλα αυτά αποτελεί η συνεργασία με όλους τους τομείς της οικονομίας, τόσο με τον δευτερογενή για την συσκευασία και τυποποίηση των προϊόντων, όσο και με τον τριτογενή για την καλύτερη προώθηση τους μέσω του τουρισμού και της εστίασης.

2.1.2 Δευτερογενής τομέας

Ο δευτερογενής τομέας αναφέρεται στις επιχειρήσεις – βιομηχανίες επεξεργασίας και μεταποίησης των προϊόντων του πρωτογενούς τομέα και αποτελεί το 14% περίπου της οικονομίας.

Στον δευτερογενή τομέα οι επιχειρήσεις που επηρεάζονται περισσότερο από την ανάδειξη της κρητικής διατροφής είναι οι επιχειρήσεις επεξεργασίας, τυποποίησης και μεταποίησης αγροτικών προϊόντων, καθώς και οι επιχειρήσεις κατασκευής υλικών συσκευασίας.

Στις σύγχρονες οικονομικές συνθήκες το μάρκετινγκ είναι το απαραίτητο εργαλείο για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και των προϊόντων. Απαραίτητη λειτουργία του

αγροτικού μάρκετινγκ θεωρείτε η τυποποίηση και συσκευασία των αγροτικών προϊόντων, για την καλύτερη και αποτελεσματική προώθηση τους. Η τυποποίηση και η συσκευασία συμβάλει στην διαφοροποίηση του προϊόντος, την αναγνωσιμότητα του, την σταθερή ποιότητα, μείωση του κόστους μεταφοράς, συντήρησης και εμπορίας, και την προστασία των προϊόντων. Είναι φανερό πόσο σημαντικός είναι ο δευτερογενής τομέας και ειδικότερα ο τομέας της επεξεργασίας και μεταποίησης για την προώθηση των αγροτικών προϊόντων

Η επιχειρήσεις αυτές έχουν σαν αντικείμενο την επεξεργασία, μεταποίηση, συσκευασία και συντήρηση των αγροτικών προϊόντων. Μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες ιδιωτικές και συνεταιριστικές.

Οι ιδιωτικές αποτελούνται ως επί το πλείστον σε επίπεδο Κρήτης από μικρές και μεσαίες οικογενειακές επιχειρήσεις, που με ίδια κεφάλαια και ευρωπαϊκές επιδοτήσεις προσπαθούν ανταπεξέλθουν στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον χωρίς κρατική βοήθεια στηριζόμενοι στην ποιότητα των προϊόντων τους, χωρίς ιδιαίτερες γνώσεις μάρκετινγκ και μάρκετινγκ.

Οι συνεταιριστικές επιχειρήσεις αποτελούνται και από μικρές και από μεγαλύτερες επιχειρήσεις. «Θα μπορούσαν να έχουν πετύχει πολλά από την καθετοποίηση της παραγωγής αφού το θεσμικό πλαίσιο τους το επέτρεπε, αλλά η έλλειψη προσανατολισμού, η έλλειψη οργάνωσης, η ελλιπής και ανεπαρκής στελέχωση και η νοοτροπία τους, δεν τους επέτρεψε να διαδραματίσουν το σημαντικό τους ρόλο, ενώ διέθεταν όλα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα». (B. Γαλάνης,1995,61). Υπάρχουν όμως και οι εξαιρέσεις στον κανόνα ειδικά τα τελευταία χρόνια, γίνεται μια αξιολογή προσπάθεια από μικρούς ως επί το πλείστον συνεταιρισμούς και ομάδες παραγωγών, αλλά παραμένουν μεμονωμένες περιπτώσεις.

2.1.3 Τριτογενής τομέας

Στις επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα ανήκουν οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο τμήμα της Ελληνικής οικονομίας με ποσοστό 81%. Σε αυτή την κατηγορία ανήκει ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων όπως

εμπορικές επιχειρήσεις, τουριστικές, μεταφορικές, ασφαλιστικές, τραπεζικές ακόμα και η υπηρεσίες του κρατικού τομέα.

Η κρητική διατροφή και η ανάδειξη της ως πρότυπο διατροφής επηρεάζει ένα μεγάλο μέρος από αυτές τις επιχειρήσεις, τόσο άμεσα όπως κάποιες επιχειρήσεις εμπορίας, τουριστικές, εστίασης, μεταφοράς αλλά και έμμεσα όπως είναι ασφαλιστικές, επιχειρήσεις τραπεζικές, νομικές, διαφημιστικές, σύμβουλοι επιχειρήσεων κτλ.

Οι εμπορικές επιχειρήσεις που επηρεάζονται χωρίζονται σε δυο βασικές κατηγορίες, τις επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου και αυτές του λιανικού εμπορίου. Αποτελούνται από μεγάλες και μεσαίες επιχειρήσεις και ελέγχουν συνήθως την αγορά των αγροτικών προϊόντων βάζοντας τους όρους τους

Οι τουριστικές επιχειρήσεις, σε υποκατηγορία των οποίων ανήκουν και οι επιχειρήσεις εστίασης, είναι αυτές που μπορούν να επηρεαστούν περισσότερο και να γνωρίσουν τη μεγαλύτερη ανάπτυξη λόγω της προώθησης του ολοκληρωμένου πρότυπου της κρητικής διατροφής. Όπως λένε ο τουρισμός αποτελεί την 'βαριά βιομηχανία' της Ελλάδας, πολύ περισσότερο στην Κρήτη που αποτελεί μια από τις πιο ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές στην Ελλάδα. Ένα ολοκληρωμένο σχέδιο μάρκετινγκ βασιζόμενο στην κρητική διατροφή σε συνδυασμό με την πολιτιστική κληρονομία, τον τόπο και τους ανθρώπους της Κρήτης θα μπορούσε να δώσει δυναμική ώθηση στο τουριστικό προϊόν της Κρήτης, τόσο σε ποιοτικό όσο και σε ποσοτικό επίπεδο.

Από τα παραπάνω παρατηρούμε ότι όλοι οι τομείς της οικονομίας είναι συνδεδεμένοι και αλληλοεπηρεάζονται μεταξύ τους. Έτσι από την καθιέρωση και προώθηση του κρητικού πρότυπου διατροφής θα έχει όφελος όχι μόνο ο αγροτικός τομέας και ο τουρισμός, όπως αρχικά θα έλεγαν κάποιοι, αλλά ολόκληρη οι οικονομία της Κρήτης. Ακόμα και επιχειρήσεις που δε θα φανταζόταν κάποιος, όπως τραπεζικές, κατασκευής υλικών συσκευασίας, ακόμα και επιχειρήσεις παραγωγής ενέργειας από τη βιομάζα.

Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι για να πετύχει η ανάπτυξη όλων αυτών των τομέων πρέπει να υπάρξει μια ενιαία στρατηγική, που θα οριστεί και θα την επιβλέπει ένας φορέας. Έτσι ώστε να συνδυαστεί η ανάπτυξη σε όλους τους τομείς και ο ένας να στηρίζει τον άλλο. Τα τυποποιημένα αγροτικά προϊόντα θα ενισχύουν τον τουρισμό και αυτός θα ενισχύει τα αγροτικά προϊόντα. Ο κατάλληλος φορέας για αυτό είναι η Περιφέρεια Κρήτης σε συνεργασία με το υπουργείο αγροτικής ανάπτυξης και τους φορείς του.

2.2 ΤΙ ΚΑΝΕΙ Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ

Η περιφέρεια Κρήτης ανέθεσε να εκπονήσουν μια μελέτη για το στρατηγικό σχεδιασμό της περιφέρειας, ένα από τα αποτελέσματα της μελέτης ήταν η ανάγκη δημιουργίας ενός ανεξάρτητου φορέα, που θα αποτελεί το βασικό εργαλείο υλοποίησης του στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη και αναβάθμιση του Αγροδιατροφικού τομέα στο νησί. Έτσι με το νόμο 4015/2011 ιδρύθηκε η «Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης», η οποία είναι μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρία, με τη Περιφέρεια Κρήτη ως βασικό εταίρο και με συμμετοχή επιμελητηρίων, ομάδων παραγωγών, συνεταιριστικών οργανώσεων και ιδιωτικών επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα.

Οι στόχοι της «Αγροδιατροφικής Σύμπραξης» είναι:

1. Υποστήριξη της Στρατηγικής ανάπτυξης του πρωτογενή τομέα της Κρήτης.
2. Υποστήριξη της διαχείρισης του «Καλαθιού Προϊόντων της Κρήτης» και προσανατολισμός των παραγωγών.
3. Δημιουργία προδιαγραφών για την πιστοποίηση των προϊόντων που περιλαμβάνονται στο καλάθι της Περιφέρειας με το εμπορικό σήμα «ΚΡΗΤΗ», ενισχύοντας την ποιοτική τους ταυτότητα και την εμπορική τους αξία στις αγορές εντός και εκτός του Νησιού. Μετά την εφαρμογή των προτύπων και την πιστοποίηση των επιχειρήσεων, ακολουθεί η προβολή και η προώθηση τους στις αγορές εντός και εκτός της χώρας. Η διαδικασία αυτή θα προστατεύει αλλά και θα βοηθήσει στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ποιοτικών προϊόντων που πληρούν τις προδιαγραφές του σήματος.
4. Υποστηρικτικές Υπηρεσίες προς τους παραγωγούς για την υλοποίηση του «Συστήματος Παροχής Συμβούλων σε Γεωργικές Εκμεταλλεύσεις» (ΣΠΣΓΕ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε συνεργασία με τις αρμόδιες Υπηρεσίες.
5. Υποστήριξη της δικτύωσης παραγωγών και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα (π.χ. Δικτύου Οινοποιών Κρήτης, Ομάδων Παραγωγών κ.λπ.).
6. Προβολή των κρητικών αγροδιατροφικών προϊόντων.

7. Δημιουργία μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής μάρκετινγκ για τα κρητικά προϊόντα.

8. Διασύνδεση της αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό μέσα από:

- την αύξηση της κατανάλωσης κρητικών προϊόντων στις ξενοδοχειακές μονάδες της Κρήτης
- την ενίσχυση και αξιοποίηση του αγροτουρισμού, και του γαστρονομικού και οινικού τουρισμού

(πηγή: <http://www.cretan-nutrition.gr>)

Η «Αγροτοδιατροφική Σύμπραξη», παράλληλα ενσωμάτωσε στη δομή της το «Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας», που ήταν μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρία που προϋπήρχε και είχε δημιουργηθεί από την περιφέρεια με στόχο την προβολή και τη διάδοση της κρητικής διατροφής και την πιστοποίηση χώρων εστίασης, δράσεις όμως που περιέχονται στους στόχους της νέας εταιρίας.

Η «Αγροτοδιατροφική Σύμπραξη» αυτή έχει τη αποκλειστική ευθηνή του σχεδιασμού της οργάνωσης και της υλοποίησης του πλάνου ανάπτυξης του αγροτοδιατροφικού τομέα στην Κρήτη.

2.2.1 Σήμα ποιότητας «Κρήτη»

Η «Αγροτοδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης», έχει ξεκινήσει την σήμανση τυποποιημένων, τοπικών, παραδοσιακών προϊόντων με το σήμα ποιότητας Κρήτη.

Τα οφέλη της πιστοποίησης των τοπικών προϊόντων με το σήμα «ΚΡΗΤΗ»:

- Ενιαία προώθηση των πιστοποιημένων προϊόντων και επιχειρήσεων
- Διαφοροποίηση τους ως ποιοτικά προϊόντα της Κρήτης στα ράφια των αγορών
- Άμεση προβολή τους μέσω του Κέντρου Κρητικής Γαστρονομίας, του Κρητικού Μπακάλικου και των πιστοποιημένων επιχειρήσεων εστίασης.



των πιστοποιημένων

- Ενσωμάτωση των πιστοποιημένων αγροτικών προϊόντων στις τουριστικές υπηρεσίες και διασύνδεση της τοπικής παραγωγής με τον τουρισμό.

Βασικοί στόχοι είναι η αναγνωσιμότητα των τυποποιημένων προϊόντων κάτω από ένα ενιαίο σήμα, η καλύτερη προώθηση τους και η αναβάθμιση της ποιότητας και της ασφάλειας τους. Αυτό επιτυγχάνετε χωρίζοντας τα προϊόντα σε ομάδες-κατηγορίες που η κάθε μια πληροί συγκεκριμένα πρότυπα και προδιαγραφές. Οι προδιαγραφές ξεκινούν από το χωράφι και φτάνουν μέχρι το τελικό καταναλωτή ακολουθώντας όλα τα στάδια της παράγωγης, επεξεργασίας, συσκευασίας, τυποποίησης και διάθεσης των προϊόντων. Έτσι όλα τα προϊόντα που φέρουν το σήμα ποιότητας «Κρήτη» είναι πιστοποιημένα.

2.2.2 Σήμα Ποιότητας «Κρητικής Κουζίνας»

Η «Αγροτοδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης», παράλληλα με την πιστοποίηση των προϊόντων έχει ξεκινήσει και την πιστοποίηση εστιατορίων που προσφέρουν Κρητική Κουζίνα τόσο στην Κρήτη όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα. Στόχος είναι η δημιουργία ενός σήματος ποιότητας που θα αναγνωρίζετε και θα αναζητείται από όλους που θέλουν να γευτούν την φημισμένη κρητική κουζίνα και τα κρητικά προϊόντα, καθώς και η δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές.



Οι κύριες δραστηριότητες του Τμήματος Πιστοποίησης είναι οι παρακάτω:

- αξιολόγηση των αιτούμενων εστιατορίων για ένταξη στο Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας
- χορήγηση του «Σήματος Ποιότητας Κρητικής Κουζίνας» στις επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις
- πραγματοποίηση ελέγχων με στόχο την διαφύλαξη των προδιαγραφών
- προβολή των πιστοποιημένων εστιατορίων σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Αξίζει να αναφερθεί ότι για να πάρουν τα εστιατόρια το «Σήμα Ποιότητας Κρητικής Κουζίνας» το 70% των προϊόντων που χρησιμοποιείται πρέπει να προέρχονται από την Κρήτη, καθώς και το 70% του μενού πρέπει να αποτελείται από κρητικά πιάτα.

2.2.3 Σήμα Ποιότητας «Επισκέψιμα Οινοποιία»

Το σήμα ποιότητας «Επισκέψιμα οινοποιία αποτελεί μια συνεργασία της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης και των Δικτύων Οινοποιών, και βασίστηκε στις προϋποθέσεις που είχε θέσει το «Δίκτυο Οινοποιών Ηρακλείου».

Οι βασικές προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί ένα οινοποιείο ώστε να του χορηγηθεί το σήμα ποιότητας «Επισκέψιμα Οινοποιία» της Περιφέρειας Κρήτης ορίζονται από τις παρακάτω βασικές αρχές:

- Εύκολη πρόσβαση στα πιστοποιημένα οινοποιεία.
- Αναλυτική ενημέρωση των επισκεπτών για τα προϊόντα του κρητικού αμπελώνα.
- Κατάλληλοι χώροι υποδοχής και χρήση κατάλληλου εξοπλισμού για την πραγματοποίηση οινογνωσιών.
- Άνετες και ασφαλείς ξεναγήσεις στους χώρους των πιστοποιημένων οινοποιείων.
- Τήρηση όλων των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία.

Στόχος είναι η προβολή και προώθηση του Κρητικού αμπελώνα και η ανάπτυξη του οινοτουρισμού στη Κρήτη.



2,2,4 Άλλες δράσεις της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης

Η Αγροδιατροφική Σύμπραξη ετοιμάζει την δημιουργία νέου σήματος ποιότητας «Κρητικά Μπακάλικά», τα οποία θα εμπορεύονται αποκλειστικά Κρητικά προϊόντα και θα ακολουθούν πιστά τις προϋποθέσεις που θα οριστούν με βάση την υψηλή ποιότητα και ασφάλεια.

Η Αγροδιατροφική Σύμπραξη συμμετέχει στο δίκτυο AREPO Κύριος στόχος του δικτύου είναι: Η καλύτερη προστασία των Προϊόντων Ονομασίας Προέλευσης,

Γεωγραφικών Ενδείξεων και Εγγυημένων Παραδοσιακών Ιδιότυπων Προϊόντων, στην Ευρώπη και τον κόσμο.

Επίσης σε συνεργασία με την Κύπρο και με την συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν ιδρυση το έργο «ΓΕΥΣΕΙΣ ΤΟΥΡ», που αποτελεί ένα γευστικό και οινικό οδοιπορικό στην Κρήτη και την Κύπρο, αποτελούμενο από ένα δίκτυο πιστοποιημένων εστιατορίων και οινοποιιών. Παράλληλα έχει δημιουργηθεί ένα Κέντρο Κρητικής Γαστρονομίας στην Αργυρούπολη του Ρεθύμνου, που στόχο έχει να αναδείξει τις θρεπτικές ιδιότητες της Κρητικής διατροφής και να την προωθήσει.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1.1 Τι είναι τουρισμός

Τουρισμός είναι η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους σε ένα 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. Ο τουρισμός ανάλογα με τη θεματολογία του μπορεί να χωριστεί σε υποκατηγορίες. Παρακάτω αναλύουμε ορισμένες από αυτές.

3.1.2 Τι είναι πολιτιστικός τουρισμός

Στην πραγματικότητα ο ορισμός του πολιτισμικού τουρισμού είναι δύσκολο να δοθεί. Και αυτό οφείλεται στις πολλές διαστάσεις του, υλικές και άυλες όπως τα έργα τέχνης, η γλώσσα, η γαστρονομία, η τέχνη και η μουσική, η αρχιτεκτονική, οι ιστορικοί τόποι και τα μνημεία, τα φεστιβάλ και τα πολιτιστικά δρώμενα, η θρησκεία, η εκπαίδευση, η ενδυμασία κ.λπ.

Έτσι, σήμερα ο πολιτισμικός τουρισμός έχει μετατραπεί σε έναν «όρο ομπρέλα» καθώς καλύπτει ένα ευρύ φάσμα σχετικών δραστηριοτήτων όπως ιστορικός τουρισμός, τουρισμός με επίκεντρο τις καλές τέχνες, τουρισμός μουσείων, θρησκευτικός τουρισμός, βιομηχανικός τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, οινοτουρισμός, βιομηχανικός τουρισμός κ.λπ. (Μοίρα, 2009:26)

Συνοψίζοντας θα μπορούσε να ορισθεί ο πολιτισμικός τουρισμός ως το ταξίδι με κυρίαρχα κίνητρα τις διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικά με τον πολιτισμό, όπως συμμετοχή σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση περιοχών, τόπων και χωρών, την επίσκεψη σε περιοχές με παραδοσιακά δομημένο περιβάλλον, την επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία, τη γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα και την τοπική γαστρονομία (Τσάρτας, 1996:297; ICOMOS, 1999; Μοίρα, 2009: 25-26).

Ο πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται ως η περιήγηση των ανθρώπων με κεντρικό κίνητρο την επίσκεψη στα πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους , με την πρόθεση να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες για την ικανοποίηση των πολιτιστικών τους αναγκών. Αποτελεί μια ιδιαίτερη μορφή τουρισμού αφού το πολιτιστικό κίνητρο ήταν και παραμένει ένας από τους κυριότερους λόγους ταξιδιών σε παγκόσμιο επίπεδο.

3.1.3 Τι είναι γαστρονομικός τουρισμός

Γαστρονομικό τουρισμό σίγουρα δεν εννοούμε τι θα φάμε στον ταξιδιωτικό μας προορισμό. Ο γαστρονομικός τουρισμός είναι μια υποκατηγορία του πολιτισμικού τουρισμού, και μάλιστα με αύξουσα πορεία τα τελευταία χρόνια προσελκύοντας εκατομμύρια τουριστών ανά τον κόσμο. Ο τουρίστας του γαστρονομικού τουρισμού προσπαθεί να συνδυάσει την ταξιδιωτική του εμπειρία μαζί με την αναζήτηση νέων γαστρονομικών απολαύσεων. Η αναζήτηση παραδοσιακών εδεσμάτων και η σύνδεση τους με τα ήθη και τα έθιμα του κάθε τόπου όπως και η λαογραφία του συμβάλλουν στην ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού.

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

3.1.4 Τι είναι ο οινικός τουρισμός

Ως οινικός τουρισμός ή οινοτουρισμός ορίζεται η επίσκεψη σε αμπελώνες, οινοποιεία, εκθέσεις και γιορτές κρασιού, κατά την οποία η γευσίγνωσία ή και η εξερεύνηση των χαρακτηριστικών μιας αμπελουργικής περιοχής είναι το κυριότερο κίνητρο για τους επισκέπτες και αποτελεί μία ειδική και εναλλακτική μορφή τουρισμού. Πρόκειται για μία κατηγορία του αγροτουρισμού, στο πλαίσιο της οποίας η επαφή με το κρασί είναι το επίκεντρο, όχι όμως ο αυτοσκοπός.

Ο οινικός τουρισμός έχει προσδιοριστεί ως ένας από τους τομείς που αναπτύσσεται έξω από τις παραδοσιακές μητροπολιτικές περιοχές, και ως εκ τούτου, θεωρείται ότι διαδραματίζει έναν ουσιαστικό ρόλο στην περιφερειακή ανάπτυξη.



ΣΤΑΦΥΛΙΑ 1

3.1.4.1 Σε ποιούς απευθύνεται

Σε αυτή την παράγραφο θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε τα κυρία δημογραφικά χαρακτηριστικά που διαθέτουν τόσο οι τουρίστες του γαστρονομικού όσο και του οινικού τουρισμού. Κάποια από τα οποία είναι κοινά αλλά όχι και απόλυτα ίδια. Οι τουρίστες και των δυο κατηγοριών είναι ηλικίας 30-50 ετών κατά κύριο λόγο αλλά και 51 ετών και άνω. Είναι άτομα με επαγγελματική καταξίωση και έχουν υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα από το μέσο τουρίστα. Ταξιδεύουν συνήθως σε μικρότερες ομάδες και το μορφωτικό τους επίπεδο είναι υψηλότερο από το μέσο τουρίστα. Για τους τουρίστες του οινικού τουρισμού τα δημογραφικά χαρακτηριστικά μπορεί να διαφέρουν, καθώς μπορεί να είναι άτομα από μια άλλη παραγωγική περιφέρεια όπου ενδιαφέροντα να ενημερωθούν για νέες καλλιεργείες και τρόπους παράγωγης, άρα το

μορφωτικό και εισοδηματικό κριτήριο να είναι διαφορετικό. Ο τουρίστας ή ημερήσιος ταξιδιώτης, που στη διάρκεια της παραμονής του ή διέλευσης από την αμπελοοινική περιοχή επισκέπτεται οινοποιεία ή/και συμμετέχει σε σχετικές με τον οίνο εκδηλώσεις και δραστηριότητες, ανεξάρτητα από τον πρωταρχικό σκοπό της επίσκεψής του στην περιοχή και τους λόγους που την υποκίνησαν. Πρέπει να γίνει απολύτως κατανοητό ότι οι οινοτουρίστες εκδηλώνουν διαφορετικό βαθμό ενδιαφέροντος, έχουν διαφορετικά επίπεδα γνώσεων και εμπειριών και αντιδρούν διαφορετικά, όχι μόνο απέναντι στο κρασί, αλλά και στο σύνολο των υλικών και των άυλων παραγόντων που έχουν να κάνουν με την εκάστοτε επίσκεψη.

3.2 ΠΩΣ Η ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΝΗΘΕΙΑ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

3.2.1 Τι είναι ξενοδοχείο

Ξενοδοχεία είναι οι τουριστικές εγκαταστάσεις που περιλαμβάνουν ρεσεψιόν, διοίκηση, κοινοχρήστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης, αναψυχής πελατών και χώρους διανυκτέρευσης. Επιπλέον παρέχουν και διάφορες εξυπηρετήσεις {service}. Ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ. σε δύο στάδια σκοπιμότητα καταλληλότητα οικοπέδου-έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων} και η άδεια λειτουργίας τους χορηγείται επίσης από τον Ε.Ο.Τ. (Καίκη – Πιβεροπούλου Τάνια, Αθήνα 1998)

3.2.2 Ορισμός τουριστικού καταλύματος

Τουριστικά καταλύματα ορισμός: Κάθε εγκατάσταση η οποία διατίθεται τακτικά ή περιστασιακά για τη διανυκτέρευση τουριστών. οι ξενοδοχειακές μονάδες

διαχωρίζοντα σε μικρές και μεγάλες μονάδες ανάλογα με τον αριθμό δωματίων-κλινών που διαθέτουν , τον αριθμό εργαζομένων και τον κύκλο εργασιών τους.

3.2.3 Το κρητικό τουριστικό προϊόν

Ανέκαθεν οι κρητικοί διακρίνονταν για τη φιλοξενία τους. Ξέρουν πώς να συμπεριφερθούν στους ξένους και να τους κάνουν να νιώσουν ευπρόσδεκτοι, προσφέροντας τους απλόχερα βοήθεια, συμβουλές , γνώσεις και μοιράζοντας τα αγαθά τους με απλοχεριά και καλοσύνη. Η οικονομία της Κρήτης στηρίζεται κυρίως στον τουριστικό προϊόν αλλά και τον αγροτικό και κτηνοτροφικό τομέα και το εμπόριο. Το νησί της Κρήτης είναι ο νούμερο ένας τουριστικός προορισμός στην Ελλάδα. Υπάρχουν αναρίθμητες τουριστικές μονάδες μικρές και μεγάλες.

Μελετώντας το τουριστικό προϊόν της Κρήτης παρατηρούμε ότι είναι ιδιαίτερα πλούσιο παρά τις αδυναμίες που μπορεί να έχει.

Αναφερόμενοι στο κρητικό τουριστικό προϊόν στις μέρες μας, ουσιαστικά γίνεται λόγος για τον γαστρονομικό τουρισμό ο οποίος αρχίζει να κυριαρχεί ως τάση στην τουριστική αγορά. Είναι ένας τύπος εναλλακτικού τουρισμού όπου μέσω αυτού η Κρήτη προωθεί τα αγροτικά της προϊόντα. (Δημοπουλος,Ανδρικοπουλος .1996)

Τα τελευταία χρόνια η κρητική κουζίνα θεωρείται πρότυπο της μεσογειακής διατροφής. Τελικά μετά από έρευνες ανακάλυψαν ότι η καθημερινή διατροφή τους είναι αυτή που κάνει τη διαφορά. Έτσι, η κρητική κουζίνα μελετήθηκε εκτενώς και αποτέλεσε την επίτομη της μεσογειακής διατροφής και τη βάση για τη δημιουργία διαιτολογίων προτύπων. (Δημοπουλος,Ανδρικοπουλος .1996)

3.2.4 Τοπική κουζίνα και μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες

Μια μορφή υπηρεσιών που έχει αναπτυχτεί τα τελευταία χρόνια από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες είναι το all inclusive. Σημαίνει «όλα συμπεριλαμβάνονται». Ο Όρος all inclusive δηλώνει ότι οι τουρίστες έχουν πληρώσει στην ξενοδοχειακή μονάδα μια τιμή λίγο υψηλότερη από την τιμή «πόρτας» στην οποία περιλαμβάνονται εκτός από τη διανυκτέρευση και τα τρία γεύματα της ημέρας, όλα τα ποτά και αναψυκτικά που θα καταναλωθούν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. όλα αυτά φυσικά εντός του ξενοδοχείου.

Δεν θα κάνουμε ανάλυση του all inclusive απλά θα αναφερθούμε στον αρνητικό αντίκτυπο που έχει στην περιοχή εγκατάστασης της μονάδας ως προς τις τοπικές επιχειρήσεις επισιτισμού και στο χαμηλής ποιότητας προσφερόμενου φαγητού από τα ξενοδοχεία.

Οι μικρές επιχειρήσεις επισιτισμού-εστιατόρια γύρω από ένα ξενοδοχείο all inclusive προσφέρουν σαφώς καλύτερης ποιότητας φαγητό από ότι μια μονάδα , που στην προσπάθεια της να ρίξει το κόστος υποβαθμίζει την ποιότητα του φαγητού δίνοντας έμφαση στην ποσότητα. Η μη κατανάλωση προϊόντων από τους τουρίστες εκτός ξενοδοχείου , εν ονόματι του all inclusive , οδηγεί τις τοπικές επιχειρήσεις στην πτώχευση. Μεταξύ άλλων είναι και η έλλειψη γνώσεων των μάγειρων και η έλλειψη γαστρονομικής κουλτούρας των ξενοδόχων. Πολλά all inclusive ξενοδοχεία προσφέρουν στον μπουφέ των εστιατορίων τους μεγάλες ποσότητες από χαμηλής ποιότητας φαγητά. Μάλιστα ως ένα σημείο θεωρείται φυσιολογικό , γιατί είναι ο μονός τρόπος να επιτύχουν μαζική παράγωγή φαγητών.

Οι υπόλοιπες τοπικές επιχειρήσεις, όπως είναι τα εστιατόρια, τα καταστήματα, τα TAXI, τα μικρά καταλύματα, είναι στο σύνολό τους καταδικασμένα. Σε ορισμένους προορισμούς είναι αμέτρητες οι επιχειρήσεις που αναγκάστηκαν να κλείσουν, καθώς το σύστημα Κρεβάτι – Πρωινό (bed – breakfast) δεν βρισκόταν πια στην επιλογή των τουριστών. Ντόπιοι επιχειρηματίες από την Γκάμπια, μέχρι την Κένυα, από την Ισπανία μέχρι την Κρήτη και τη Ρόδο, από την Σάντα Λουτσία μέχρι τη Τζαμάικα διαπιστώνουν με παράπονο ότι είναι αδύνατο να συντηρήσουν τις δραστηριότητές τους, καθώς οι τουρίστες που εξέρχονται από τα ξενοδοχεία all inclusive είναι ελάχιστοι.

Κάποιες εξαιρέσεις παρατηρούνται στα μεγάλα ξενοδοχεία που κάνουν χρήση θεματικών βραδιών όπως bbq , Greek ή Cretan nights. Και τα ξενοδοχεία που διαθέτουν εκτός από το κεντρικό εστιατόριο και κάποια θεματικά , όπως Greek tavern. Που παρά τις προσπάθειες και στις δυο περιπτώσεις το μενού δεν ανταποκρίνεται πλήρως και ικανοποιητικά στην αυθεντικότητα της τοπικής κουζίνας. Ένα άλλο απογοητευτικό σημείο που παρατηρείται στα μενού των ξενοδοχείων αφορά το πρωινό που προσφέρεται στους πελάτες. Τα συχνότερα πρωινά που συναντούμαι είναι το «American breakfast ή το continental» , για τους ίδιους λόγους που αναφέραμε παραπάνω.

3.2.5 Τοπική κουζίνα και μικρές τουριστικές μονάδες

Μικρές ξενοδοχειακές μονάδες , διάσπαρτες σε όλο το νησί της Κρήτης κάνουν τη διάφορα πάνω στο θέμα της κρητικής διατροφής. Τοποθετημένες από άκρη σε άκρη είναι μια πηγή αισιοδοξίας στην προώθηση της Κρήτης και της κρητικής διατροφής. Μικρά αγροτουριστικά καταλύματα που προσπαθούν να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό των μεγάλων μονάδων , κάνουν μικρά αλλά σταθερά αναπτυξιακά βήματα. Είναι συνήθως επιχειρήσεις οικογενειακές , όπου αγαπούν και σέβονται το φυσικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται. Η αγάπη για τη φύση και την παράδοση οδηγεί τα βήματα τους.

Η άμεση επαφή που αποκτούν με τους πελάτες-επισκέπτες-φιλοξενούμενους είναι πιο ποιοτική και φιλική. Η σχέση των ανθρώπων που εργάζονται σε αυτόν τον κλάδο με την κρητική διατροφή είναι πιο άμεση και ουσιαστική. Η χρήση τοπικών προϊόντων από παραγωγούς της περιοχής ή και από τους ίδιους ,ως καλλιεργητές, φτάνουν την κουζίνα τους και την πρόσφορα τους σε φαγητό σε ένα επίπεδο εξαιρετικό.

Η αγνότητα των χρησιμοποιούμενων προϊόντων και Ο τρόπος μαγειρέματος είναι σχεδόν ο ίδιος με τον παραδοσιακό , χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν έχει περιθώρια εξέλιξης. Δεν καταβάλλονται από το άγχος της ποσότητας τόσο, όσο από την ποιότητα του προσφερόμενου εδέσματος στον εκάστου φιλοξενούμενο.

Οι μονάδες αυτές δημιουργούνται με γνώμονα την αρχιτεκτονική της περιοχής και σεβόμενοι την πολιτιστική και πολιτισμική κουλτούρα της, τα ήθη και τα έθιμα της.

Τέτοιες επιχειρήσεις έχουν θετικό αντίκτυπο στην περιοχή δραστηριοποίησης τους τόσο σε οικονομικό και κοινωνικό, όσο και πολιτισμικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο θα μπορούσαμε να πούμε για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που είναι καθοριστικό για την παραμονή των νέων στα χωριά τους ή σε κοντινές αποστάσεις γύρω από αυτά. Μικρότερες επιχειρήσεις όπως ταβέρνες, παραδοσιακά καφενεία, παντοπωλεία με τοπικά προϊόντα μπορούν να αναπτυχτούν γύρω από ένα αγροτουριστικό κατάλυμα. Σημαντικό είναι βεβαίως και η τυποποίηση της τοπικής παράγωγης από διαφορές οικοτεχνίες ή και συναυτερισμούς

3.3 ΠΡΩΘΗΣΗ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

3.3.1 Εμπορικά καταστήματα τροφίμων & ποτών

Τον τελευταίο καιρό σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς άρχισαν να λειτουργούν καταστήματα παραδοσιακών προϊόντων. Σ' αυτά πωλούνται τοπικά παραδοσιακά τρόφιμα συσκευασμένα και ποτά. Είναι προϊόντα με ιδιαίτερη διακόσμηση αλλά και συσκευασία, που δίνουν την δυνατότητα εύκολης μεταφοράς για την κατανάλωση τους στον τόπο προορισμού του τουρίστα-πελάτη.



ΕΙΚ. 11 ΛΑΛΙ 1

3.3.2 Εκδηλώσεις με γαστρονομικό ενδιαφέρον

Πρόκειται για εκδηλώσεις που αφορούν τη γαστρονομία και απευθύνονται τόσο στους κατοίκους μιας περιοχής όσο και στους τουρίστες. Οι εκδηλώσεις αυτές ποικίλουν ως προς τη μορφή και τη θεματολογία και μπορεί να είναι φεστιβάλ γαστρονομίας σε επιλεγμένα εστιατόρια και ξενοδοχεία μιας πόλης ή μιας ευρύτερης περιοχής, γιορτές μετά τη συγκομιδή ενός αγροτικού προϊόντος, γιορτές που είναι αφιερωμένες σε συγκεκριμένα προϊόντα (π.χ. γιορτή κρασιού, γιορτή χοχλιού, γιορτή πατάτας κ.λπ.) διαγωνισμοί και επιδείξεις μαγειρικής, εμπορικές εκθέσεις κ.ά. Συχνά οι εκδηλώσεις αυτές προβάλλονται ενιαία από τον επίσημο φορέα τουρισμού ή από την περιφέρεια.

3.3.3 Επίσκεψιμοι χώροι καλλιέργειας και παραγωγής

Η δραστηριότητα αυτή αναφέρεται στη δυνατότητα επίσκεψης σε χώρους παραγωγής τροφίμων και ποτών (οινοποιεία, ελαιολαδοποιεία, φάρμες, τυροκομεία κ.λπ.). Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης ο τουρίστας μπορεί να παρακολουθήσει και να γνωρίσει τη διαδικασία παραγωγής ενός προϊόντος, να δοκιμάσει το προϊόν, να χειριστεί ένα εργαλείο και τελικά να αγοράσει κάποιο προϊόν άμεσα από τον τόπο παραγωγής του. Από τις πρώτες επιχειρήσεις που έχουν ανοίξει τις πόρτες τους στο κοινό είναι τα οινοποιεία (Γαλλία, Ιταλία, κ.ά.). Οι επιχειρήσεις αυτές επενδύουν σημαντικά ποσά για τη μετατροπή των οινοποιείων σε επισκέψιμα τουριστικά αξιοθέατα. Οι εγκαταστάσεις περιλαμβάνουν χώρους δοκιμής και πώλησης κρασιών, εστιατόρια για σίτιση των επισκεπτών, χώρους προβολής και εκθέσεων, μουσεία και ξενώνες. Μάλιστα, ο ανταγωνισμός ανάμεσα στους οινοπαραγωγούς επέτρεψε τη δημιουργία μοναδικών χώρων και από αρχιτεκτονική άποψη.

3.3.4 Εθνική ή τοπική κουζίνα στα κρουαζιερόπλοια

Η προσφορά τοπικών ή εθνικών εδεσμάτων και ποτών στους πελάτες των κρουαζιερόπλοιων αποτελεί επίσης τη βάση της δημιουργίας ενός ελκυστικού πακέτου κρουαζιέρας. Ελληνικές εταιρείες κρουαζιέρας προβάλλουν την ελληνική γαστρονομική ταυτότητα, τονίζοντας την ποιότητα και την ποικιλία της, σε συνδυασμό με την απλότητά της και τις ευεργετικές της ιδιότητες. Έτσι η εταιρεία κρουαζιέρας παρέχει στους ταξιδιώτες σεμινάρια (από ειδικούς γαστρονόμους), διαδραστικές επιδείξεις μαγειρικής (από μάγειρες των τοπικών προορισμών) με γεύσεις ειδικά επιλεγμένες από τους προορισμό.

3.3.5 Εθνική ή τοπική κουζίνα στα εστιατόρια ξενοδοχείων

Η κουζίνα του ξενοδοχείου, εφόσον απευθύνεται σε διεθνή πελατεία, αντιμετωπίζει δύο τύπων ζήτηση, αυτή των τουριστών που επιθυμούν να δοκιμάσουν την εθνική ή τοπική κουζίνα και αυτών που προτιμούν να καταναλώνουν φαγητά που τους είναι οικεία δηλ. διεθνούς κουζίνας ή της κουζίνας της χώρας τους. Στην περίπτωση αυτή οι επιλογές του ξενοδοχείου είναι τρεις α) να δίνει έμφαση στη διεθνή κουζίνα, β) να δίνει έμφαση στις τοπικές γεύσεις και εδέσματα, αναδεικνύοντας τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα ή γ) να παρέχει επιλογή, προσφέροντας τόσο διεθνή, όσο και εθνική κουζίνα (η δυνατότητα όμως αυτή, λόγω του προφανούς κόστους, προσφέρεται κυρίως από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες). Στην Ελλάδα, με πρωτοβουλία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδας υλοποιείται το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό».

Το Ελληνικό Πρωινό συνδέει και αξιοποιεί τον πολιτισμικό - γαστρονομικό πλούτο της Ελλάδας με την ελληνική ξενοδοχεία (GTP, 2014). Η πρωτοβουλία που ξεκίνησε το 2010, βασίζεται στο γεγονός ότι το πρωινό θεωρείται ως το κατεξοχήν γεύμα των διακοπών και παράλληλα αποτελεί τη σημαντικότερη πηγή ενέργειας για το ξεκίνημα της ημέρας. Σκοπός του προγράμματος είναι ο εμπλουτισμός του πρωινού, που προσφέρεται στα ελληνικά ξενοδοχεία, με προϊόντα της ελληνικής γης, καθώς και παραδοσιακά τοπικά εδέσματα της κάθε περιοχής της Ελλάδας. Στόχος του προγράμματος είναι να δοθεί η δυνατότητα στους επισκέπτες να γνωρίσουν τον

γαστρονομικό πλούτο της Ελλάδας και να γευτούν στο πρωινό τους, τα αναρίθμητα ελληνικά προϊόντα και εδέσματα που αποτελούν τη βάση της Μεσογειακής Διατροφής. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μεσογειακή διατροφή, σύμφωνα με την UNESCO, αποτελεί άυλη πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας. Η βάση του ελληνικού πρωινού είναι τα κυρία προϊόντα της μεσογειακής διατροφής όπως το ψωμί, τα παξιμάδια, το λαδί, το γιαούρτι, το μελί, φρούτα, ξηροί καρποί και αλλιά. Στη βάση αυτή, κάθε περιοχή της Ελλάδος ανάλογα με τις κλιματολογικές συνθήκες και την εδαφολογική της σύσταση διαμόρφωσε ένα ιδιαίτερο γαστρονομικό πολιτισμό. Η δράση έχει υλοποιηθεί από 252 ξενοδοχεία, κυρίως στην Κρήτη, στη Μακεδονία, στη Θράκη και στην Κέρκυρα. Εκτιμάται ότι οι συμμετέχουσες ξενοδοχειακές μονάδες, μέσα στα επόμενα 3 χρόνια θα αυξηθούν σε 1000. (GTP, 2014). Έτσι, κάθε περιοχή έχει το δικό της γαστρονομικό πλούτο, π.χ. διαφορετικά είναι τα χαρακτηριστικά της Κρητικής κουζίνας, της Μακεδονίας, της Ηπείρου, της Πελοποννήσου, των νησιών του Αιγαίου κ.λπ.. Σημαντική παρακαταθήκη για την επιτυχία του “ελληνικού πρωινού” είναι η κατάρτιση **Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας (ΤΣΠ)** σε κάθε προορισμό. Αυτά αποτελούν πρωτοβουλίες συνεργασίας επιχειρηματιών διαφόρων κλάδων με στόχο δια της γαστρονομίας να επιτυγχάνεται η προβολή των προορισμών και η ανάδειξη του ποιοτικού τουρισμού και της ταυτότητας των περιοχών με αποτέλεσμα την προστιθέμενη αξία του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Κατά περίπτωση στα ΤΣΠ θα μετέχει η τοπική αυτοδιοίκηση, πολιτιστικοί και περιβαλλοντικοί φορείς, ΜΚΟ κ.ά, ανάλογα με το προφίλ της κάθε περιοχής.

Η δημιουργία Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας (ΤΣΠ) θα απαιτεί την ύπαρξη ειδικού σήματος για το “ελληνικό πρωινό” το οποίο θα διασφαλίζει τις προδιαγραφές ποιότητας, θα επιτρέψει την υιοθέτησή του από σημαντικό αριθμό ξενοδόχων μελών του ΞΕΕ, οι οποίοι θα μπορούν να το χρησιμοποιήσουν ως εργαλείο προώθησης και marketing για αύξηση της πελατείας τους και της ανταγωνιστικότητάς τους.

3.3.6 Εθνική ή τοπική κουζίνα σε εστιατόρια

Η προσφορά τοπικών εδεσμάτων στους τουρίστες είναι η βάση της δημιουργίας ενός ελκυστικού γαστρονομικού πακέτου σε ένα προορισμό. Από τις ευρωπαϊκές χώρες η

Γαλλία και η Ιταλία έχουν ιδιαίτερη εμπειρία στην προσφορά ολοκληρωμένων γαστρονομικών εμπειριών. Στην Ελλάδα αντιπροσωπευτικά παραδοσιακά εστιατόρια είναι οι ταβέρνες, όπου ο επισκέπτης μπορεί να καταναλώσει αντιπροσωπευτικά ελληνικά πιάτα με τη συνοδεία ελληνικού κρασιού, ούζου ή μπύρας. Οι ταβέρνες διακρίνονται σε ψαροταβέρνες, και εξειδικεύονται στο σερβίρισμα θαλασσιών ή χασαποταβέρνες, στην περίπτωση που σερβίρουν κρέατα κυρίως ψητά ή στη σούβλα. Δυστυχώς, από τα εστιατόρια αυτά λίγα προσφέρουν αυθεντική παραδοσιακή εθνική ή τοπική κουζίνα. Εντονότερο είναι το πρόβλημα στις τουριστικές περιοχές. Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ (2009:31) εξαιρέσεις αποτελούν η Κρήτη, η Θεσσαλονίκη και η Σαντορίνη όπου υπάρχουν συγκριτικά περισσότερα εστιατόρια ποιοτικής τοπικής κουζίνας. Επιπρόσθετα, το μεγαλύτερο μειονέκτημα είναι το γεγονός ότι και αν υπάρχουν τέτοια εστιατόρια, λειτουργούν μεμονωμένα και όχι βάσει στρατηγικού σχεδίου και συγκεκριμένης πολιτικής.

3.3.7 Πολιτιστικές διαδρομές και περιηγήσεις

Λόγω του ιδιαίτερου ενδιαφέροντος των επισκεπτών για την γνωριμία με την τοπική γαστρονομία και τον οινικό πολιτισμό του τόπου υποδοχής, συχνά σε τουριστικούς προορισμούς οργανώνονται και προσφέρονται διαδρομές, σε αναζήτηση της γαστρονομίας ή του οινικού πολιτισμού τους. Οι διαδρομές αυτές αποτελούν ένα ολοκληρωμένο πακέτο που συνδυάζει επισκέψεις σε οινοποιεία, σε τόπους παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων (τυροκομεία κ.λπ.), σε περιοχές με αγροτική δραστηριότητα, με γεύματα ή δείπνα σε παραδοσιακά εστιατόρια, κ.λπ. Οι διαδρομές ποικίλλουν ως προς τη θεματολογία, τη διάρκεια, το κόστος και την εποχή του έτους. Δημιουργοί τους είναι συνήθως τοπικοί, περιφερειακοί, εθνικοί οργανισμοί τουρισμού καθώς και συλλογικοί επιχειρηματικοί φορείς (π.χ. ενώσεις οινοποιών).

3.3.8 Μαθήματα και σεμινάρια μαγειρικής

Τα τελευταία χρόνια καταγράφεται ζήτηση για εκμάθηση της μαγειρικής τέχνης των τόπων προορισμού. Η αγορά ανταποκρίθηκε άμεσα προσφέροντας μαθήματα και σεμινάρια για θέματα μαγειρικής, γευσιγνωσίας και διατροφής. Τέτοια σεμινάρια συνήθως διοργανώνονται από ξενοδοχεία, εστιατόρια, ειδικευμένους tour operators ή τοπικούς φορείς και έχουν διάρκεια από λίγες ώρες μέχρι και ημέρες. Στην Ελλάδα υπάρχουν τουριστικά γραφεία που προσφέρουν ως μέρος του τουριστικού πακέτου μαθήματα μαγειρικής, όπως το Cook med. Ανάλογα το Balos Travel στην Κρήτη προσφέρει μαθήματα παραδοσιακής κρητικής μαγειρικής σε συνδυασμό με ξενάγηση στους κήπους για τη συλλογή των λαχανικών και μυρωδικών και τελικά γεύμα με τα πιάτα που ετοιμάζονται στη διάρκεια του μαθήματος, με τοπικό κρασί, σπιτικό ψωμί και παραδοσιακά γλυκά³⁴. Εκτός από οργανωμένα τουριστικά πακέτα, μαθήματα μαγειρικής προσφέρονται και από μεμονωμένα ξενοδοχεία.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

4.1 Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα μέχρι τη δεκαετία του 1970 χαρακτηριζόταν ως αγροτική χώρα, ο αγροτικός τομέας ήταν για χρόνια ο βασικός πυλώνας ανάπτυξης της οικονομίας. Από τότε και έπειτα άρχισε η σταδιακή μείωση του πρωτογενή τομέα και η διόγκωση του τριτογενή τομέα, εξελίχθηκε δηλαδή η Ελλάδα σε χώρα παροχής υπηρεσιών, εμφανίζοντας ένα συνεχώς αυξανόμενο άλεμμα στο εμπορικό ισοζύγιο αγροτικών προϊόντων και τροφίμων.

Παρά την μείωση όμως του αγροτικού τομέα η σπουδαιότητα του για την εθνική οικονομία παραμένει σημαντική. Ειδικότερα «ένα μεγάλο ποσοστό 28,6% περίπου του συνολικά ενεργού πληθυσμού απασχολείται στον αγροτικό τομέα, ο αγροτικός τομέας συμμετέχει επίσης κατά 16,9% στο σχηματισμό του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος. Επίσης εξασφαλίζει συναλλαγματικούς πόρους από τις εξαγωγές αγροτικών προϊόντων οι οποίες καλύπτουν περίπου το 33% των εξαγωγών.» (Βασίλειος Π. Γαλάνης 1995). Ιδιαίτερα στη σημερινή εποχή με την οικονομική κρίση και την ανεργία καταλαβαίνουμε πόσο σημαντικός είναι ο αγροτικός τομέας και τι δυναμική μπορεί να δημιουργήσει.

Η Αγροτική παραγωγή χωρίζεται σε τέσσερις κλάδους:

1. Φυτική παραγωγή: Τα προϊόντα της φυτικής παραγωγής αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος των παραγόμενων αγροτικών προϊόντων.
2. Ζωική παραγωγή: Είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος κλάδος στην Ελλάδα και περιλαμβάνει κρέας, γάλα, μέλι, αυγά και άλλα ζωικά προϊόντα.
3. Αλιευτική παραγωγή: Η αλιευτική παραγωγή είναι σχετικά χαμηλή, ενώ το εμπορικό ισοζύγιο αλιευτικών προϊόντων είναι ελλειμματικό. Παρά το ότι είμαστε μια παραθαλάσσια χώρα η μεσόγειος λόγω του ότι είναι κλειστή

θάλασσα είναι φτωχή σε ψάρια ενώ η ιχθυοκαλλιέργεια στην Ελλάδα δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη.

4. Δασική παραγωγή: Ο κλάδος είναι ελλειμματικός μια και η εγχώρια παραγωγή καλύπτει μόνο το 30% των αναγκών μας σε ξυλεία.

4.1.1 Προβλήματα του αγροτικού τομέα

Πρώτα είναι πάντα το ανθρώπινο δυναμικό, οι αγρότες – παραγωγοί στην σύγχρονη εποχή καλούνται να έχουν αυξημένες γνώσεις και ικανότητες όχι μόνο στην παραγωγή των αγροτικών προϊόντων αλλά και στην εμπορία τους. Δεν είναι δηλαδή μόνο αγρότες, είναι και επιχειρηματίες.

Στην Ελλάδα οι αγρότες είναι «γερασμένοι», με το μεγαλύτερο ποσοστό να είναι πάνω από 45 ετών. Παρουσιάζεται μια συνεχόμενη μείωση στον αγροτικό πληθυσμό και μια τάση αστυφιλίας, έχοντας σαν άμεση συνέπεια την μείωση και των καλλιεργούμενων εκτάσεων. Ένα άλλο χαρακτηριστικό των ελλήνων αγροτών είναι το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης ενώ οι περισσότεροι δεν έχουν κανένα θεωρητικό υπόβαθρο σχετικό με αγροτική παραγωγή και διοίκηση επιχειρήσεων. Καταλαβαίνουμε λοιπόν πόσο δύσκολο είναι για αυτούς να ανταπεξέλθουν στις σύγχρονες απαιτήσεις, εμφανίζοντας έτσι, χαμηλή παραγωγικότητα εργασίας και χαμηλό εισόδημα ανά απασχολούμενο.

Υπάρχουν επίσης μια σειρά από τεχνικά προβλήματα που οδηγούν σε χαμηλή παραγωγικότητα και αυξημένο κόστος παραγωγής όπως είναι: Ο μεγάλος αριθμός αγροτικών εκμεταλλεύσεων και το μικρό τους μέγεθος, ο πολυτεμαχισμός δηλαδή των αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Η ύπαρξη σημαντικού ποσοστού μη αρδευόμενων εκτάσεων και ο περιορισμένος βαθμός χρήσης τεχνολογικών μέσων σε σχέση με το επίπεδο των υπολοίπων ευρωπαϊκών χωρών. Το ανάγλυφο του εδάφους στην Ελλάδα και ο νησιωτικός χαρακτήρας της χώρας.

Σημαντικά προβλήματα ακόμα είναι η έλλειψη τεχνικής βοήθειας και εκπαίδευσης από το κράτος, αλλά και η παντελής έλλειψη σχεδιασμού το υπουργείο αγροτικής ανάπτυξης το οποίο δεν έχει σταθερή αγροτική πολιτική και δεν παρέχει καμία βοήθεια στους αγρότες. Οι συνεταιριστικές οργανώσεις θα μπορούσαν να έχουν αναλάβει αυτό το ρόλο, οι οποίες όμως λόγω της έλλειψης

οργάνωσης και εξειδικευμένων στελεχών και των προσωπικών συμφερόντων απέτυχαν και σε αυτό το τομέα.

Επίσης προβλήματα αποτελούν η ΚΑΠ (κοινή αγροτική πολιτική), οι οποία με τις επιδοτήσεις αποσυνδέει και αποπροσανατολίζει την παραγωγή από την αγορά και οι μη ενημέρωση των αγροτών από το κράτος για την νέα ΚΑΠ και τα νέα δεδομένα που δημιουργεί.

Τέλος ένα ακόμα πρόβλημα, το σημαντικότερο, είναι η ανυπαρξία του μάρκετινγκ για τα αγροτικά προϊόντα και η μη τυποποίηση τους με αποτέλεσμα την εσωστρέφεια, τις δυσμενείς συνθήκες εμπορίας και τη χαμηλή αναγνωρισιμότητα των αγροτικών προϊόντων.

4.1.2 Ευκαιρίες για τον αγροτικό τομέα

Σίγουρα παρά τα σημαντικά προβλήματα του αγροτικού τομέα στην Ελλάδα υπάρχουν και αρκετές ευκαιρίες – πλεονεκτήματα, δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι υπάρχει συνεχόμενη αγροτική δραστηριότητα από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα.

Αυτό είναι και το σημαντικότερο πλεονέκτημα, τόσο η μεγάλη εμπειρία που υπάρχει σε ορισμένες καλλιέργειες όσο και η προσαρμογή τους στις κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες της Ελλάδας, αλλά και το πλήθος των διαφορετικών καλλιεργειών που μπορούν να ευδοκιμήσουν λόγω του πλούσιου ανάγλυφου και των διαφορετικών κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν.

Επίσης η νέα ΚΑΠ μπορεί να αποτελέσει πλεονέκτημα αν γίνει σωστή ενημέρωση στους παραγωγούς. Ακόμα αν λόγω και των ιδιαίτερων συνθηκών αντιληφθεί το κράτος και την δυναμική του αγροτικού τομέα και παράσχει την απαραίτητη τεχνική υποστήριξη και εκπαίδευση, υπάρχει η δυνατότητα για άμεση ανάπτυξη του.

Όπως βλέπουμε τα ίδια τα προβλήματα με τη σωστή διαχείριση μπορούν να γίνουν πλεονεκτήματα, Αλώςτε πλεονέκτημα αποτελεί η ίδια η θέση της Ελλάδας, με πρόσβαση στις αγορές της Ευρώπης, το ήπιο κλίμα της αλλά και την ποιότητα των προϊόντων της.

4.1.3 Ο Αγροτικός τομέας στην Κρήτη

Για την Κρήτη σαν περιφέρεια ισχύουν πάνω κάτω τα ίδια δεδομένα που ισχύουν και στην υπόλοιπη Ελλάδα, ο πρωτογενής τομέας εμφανίζει μια συνεχόμενη μείωση με αντίστοιχη, ίσως και μεγαλύτερη αύξηση του τριτογενή τομέα στην Κρήτη.

Τα προβλήματα είναι περίπου ίδια, με μεγαλύτερα σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα τα προβλήματα, του πολυτεμαχισμένου και μικρού κλήρου, του ανάγλυφου του εδάφους και της νησιωτικότητας που αυξάνει το κόστος παραγωγής και του μικρού ποσοστού αρδευόμενων εκτάσεων.

Τα πλεονεκτήματα που εμφανίζει η Κρήτη είναι αυτά της υπόλοιπης Ελλάδας έχοντας ακόμα κάποια επιπλέον. Η Κρήτη όπως λένε είναι από μόνη της μια ήπειρος., εννοώντας το διαφορετικό ανάγλυφο, τις εναλλαγές των τοπίων και τα διαφορετικά μικροκλίματα που παρουσιάζει. Η γεωλογική της ιστορία και ποικιλία, το εύφορο έδαφος και οι ήπιες καιρικές συνθήκες με αρκετές βροχοπτώσεις ειδικά στο δυτικό τμήμα της, ευθύνονται για την πλούσια χλωρίδα που υπάρχει στο νησί με 1742 είδη φυτών από τα οποία τα 159 είναι ενδημικά. Ακόμα υπάρχει μεγάλη καλλιεργητική εμπειρία σε κάποια προϊόντα (κρασί, λαδί, κτλ) αφού καλλιεργούνται στο νησί από τη μινωική περίοδο 3500 χιλιάδες χρόνια πριν και είναι άριστα προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες. Η σύνδεση αυτών των καλλιεργειών με την ιστορική πορεία και την πολιτισμική ταυτότητα της Κρήτης καθώς και η ύπαρξη περιοχών ιδιαίτερης αισθητικής και φυσικού κάλους αποτελούν συγκριτικά πλεονεκτήματα της Περιφέρειας. Τέλος ένα ακόμα πλεονέκτημα είναι ο τουρισμός που υπάρχει στο νησί και η βοήθεια που μπορεί να προσφέρει στην προώθηση των προϊόντων.

4.2 Η ΚΡΗΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ Ο ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Η κρητική διατροφή έρχεται να αξιοποιήσει τα περισσότερα από τα πλεονεκτήματα και να διορθώσει μια σειρά από προβλήματα του αγροτικού τομέα.

Παραπάνω είδαμε την παρούσα κατάσταση του αγροτικού τομέα στην Ελλάδα και στην Κρήτη, καθώς και τα προβλήματα και τις ευκαιρίες που παρουσιάζει. Εδώ θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε, πώς η προώθηση της κρητικής διατροφής μπορεί να βελτιώσει την κατάσταση αυτή και να βοηθήσει στην ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Θα δούμε πως η κρητική διατροφή μπορεί να βοηθήσει στην αναδείξει και προωθήσει των τοπικών αγροτικών προϊόντων.

Τι είναι όμως αγροτικά προϊόντα; 'Είναι τα υλικά αγαθά που παράγονται από φυτά και ζώα με το συνδυασμό των διαφόρων συντελεστών της αγροτικής παραγωγής, δηλαδή του εδάφους, της εργασίας και του κεφαλαίου.' (Καμενίδης Χ. 2010,140). Τα αγροτικά προϊόντα ανάλογα με την κατάσταση στην οποία διακινούνται στην αγορά διακρίνονται σε:

- Πρωτογενή προϊόντα ή ακατέργαστα: είναι όταν πωλούνται στην αγορά με την αρχική μορφή τους στην οποία είχαν παραχθεί. Τέτοια προϊόντα είναι τα πορτοκάλια, τα σταφύλια, το γάλα, κ.α.
- Δευτερογενή προϊόντα ή μεταποιημένα: όταν διακινούνται στην αγορά με την μορφή που πήραν μετά από κάποια μεταποίηση ή βιομηχανοποίηση και η οποία είναι διαφορετική από εκείνη που είχε το προϊόν όταν αρχικά είχε παραχθεί. Π.χ. χυμοί, κρασιά, τυρί. (Καμενίδης Χ. 2010,141).

Βλέπουμε λοιπόν ότι στα αγροτικά προϊόντα ανήκουν τόσο τα πρωτογενή προϊόντα, όπως δηλαδή τα παίρνουμε από τη φύση, αλλά και τα δευτερογενή, που έχουν υποστεί κάποια μεταποίηση. Επομένως τα αγροτικά προϊόντα δεν αφορούν μόνο από τον πρωτογενή τομέα αλλά αφορούν και τις επιχειρήσεις επεξεργασίας και μεταποίησης του δευτερογενή τομέα.

4.2.1 Οφέλη στον αγροτικό τομέα από την Κρητική διατροφή.

Η κρητική διατροφή αν στηριχτεί και γίνουν προσπάθειες να καθιερωθεί, θα βελτιώσει πολλά προβλήματα του αγροτικού τομέα και θα δημιουργήσει ένα σύγχρονο μοντέλο ανάπτυξης για την περιφέρεια Κρήτης.

- Η κρητική διατροφή από μόνη της δεν μπορεί να λύσει άμεσα τα προβλήματα του ανθρώπινου δυναμικού. Αν όμως προωθηθεί σαν μοντέλο ανάπτυξης συνολικά της Περιφέρειας Κρήτης, τότε όλο και περισσότεροι νέοι θα ασχοληθούν με την παραγωγή των προϊόντων. Οι άνθρωποι θα δουν ότι μπορούν να πουλήσουν ευκολότερα την παραγωγή τους και να εξασφαλίσουν υψηλότερο εισόδημα από αυτήν. Έτσι ένα μεγάλο κομμάτι του πλεονάζων ανθρώπινου δυναμικού, λόγω και της ανεργίας και της οικονομικής κρίσης θα στραφεί στο πρωτογενή τομέα. Θα αναδιαρθρωθεί λοιπόν ηλικιακά το ανθρώπινο δυναμικό και θα επιστρέψουν οι άνθρωποι στην ύπαιθρο.

Όσον αφορά την εκπαίδευση θα πρέπει η περιφέρεια και το κράτος, αξιοποιώντας τα ευρωπαϊκά κονδύλια να τους παρέχουν την απαραίτητη στήριξη και εκπαίδευση. Ακόμα και οι ίδιοι η παραγωγοί μια και θα υπάρχουν και νεότεροι που είναι πιο δεκτικοί σε καινοτομίες, θα πρέπει να οργανώσουν κάποιες εκπαίδευσης για τους ίδιους.

- Παραπάνω αναφέραμε το πρόβλημα της νησιωτικότητας και τις ιδιαίτερης μορφολογίας, αναφέραμε όμως ότι σύγχρονος αυτό το πρόβλημα μπορεί να μετατραπεί σε συγκριτικό πλεονέκτημα αν συνδεθεί η κρητική διατροφή, με τον πολιτισμό την παράδοση και τις ιδιαιτερότητες του τοπίου και των ανθρώπων. Παρόλο δηλαδή που αυξάνει το κόστος αποτελεί το σημαντικότερο εργαλείο για την προώθηση της κρητικής διατροφής και των κρητικών προϊόντων.
- Το πρόβλημα του πολυτεμαχισμένου και μικρού κλήρου είναι έντονο στην Κρήτη, και αυτό δεν λύνεται άμεσα, αλλά κάτω από ένα ενιαίο σχεδιασμό και με την υπάρξει νέων αγροτών πιο δεκτικών σε καινοτομίες μπορεί να δημιουργηθούν ομάδες παραγωγών όπου θα συνεργάζονται μεταξύ τους. Με αυτή την μορφή οργάνωσης μπορεί να λυθούν μια σειρά από προβλήματα όπως είναι ο πολυτεμαχισμένος κλήρος, οι έλλειψη υποδομών, τεχνικών μέσων, οι μη αρδευόμενες εκτάσεις ακόμα και έλλειψη εκπαίδευσης, τεχνικών

και εξειδικευμένων συμβούλων. Οι δημιουργία ομάδων παραγωγών επιδιώκεται, στηρίζεται και χρηματοδοτείται από την ευρωπαϊκή ένωση και την νέα Κ.Α.Π. Έτσι ο κλήρος δεν είναι πολυτεμαχισμένος, οι υποδομές και τα τεχνικά μέσα που απαιτούνται για το σύνολο είναι λιγότερα και χρηματοδοτούνται, χρηματοδοτείται και επιβάλλεται η συνεργασία με εξειδικευμένους τεχνικούς συμβούλους και η παροχή εκπαίδευσης στους παραγωγούς. Τα ίδια πλεονεκτήματα ίσως και περισσότερα είχαν και οι προγενέστεροι συνεταιρισμοί, αλλά λόγω προσωπικών και συνδικαλιστών συμφερόντων δε διαδραμάτισαν το ρόλο που θα έπρεπε, αλλά οδήγησαν στην υποβάθμιση του αγροτικού τομέα και οι ίδιες οδηγήθηκαν στη χρεοκοπία. Πρέπει λοιπόν να υπάρξει προσοχή ώστε να μη γίνουν τα ίδια λάθη.

- Τα προβλήματα της ΚΑΠ δεν μπορούν να λυθούν μέσω της κρητικής διατροφής και των κρητικών προϊόντων, μπορεί όμως η νέα ΚΑΠ να συμβάλει στην ανάπτυξη τους. Η νέα ΚΑΠ θα παρέχει μεν μικρότερη χρηματοδότηση, αλλά έρχεται να διορθώσει κάποια προβλήματα του παρελθόντος, η αποσύνδεση της στήριξης από την παραγωγή, η στήριξη της ανταγωνιστικότητας, του παραγωγού και της πολυδραστηριότητας. Οι περιφέρειες και η παραγωγή οφείλουν να ενημερωθούν ώστε να μπορέσουν να αξιοποιήσουν τα νέα δεδομένα.
- Το βασικό πρόβλημα που έρχεται να λύσει η κρητική διατροφή είναι η ανυπαρξία μάρκετινγκ και η μη τυποποίηση και συσκευασία των αγροτικών προϊόντων, εφαρμόζοντας ένα στρατηγικό σχέδιο μάρκετινγκ για όλη την περιφέρεια, προωθώντας τα τυποποιημένα και συσκευασμένα κρητικά προϊόντα και βάζοντας τα κάτω από την ομπρέλα της γεωγραφικής ένδειξης Κρήτη.

4.2.2 Τα τοπικά αγροτικά προϊόντα και πως επηρεάζονται

Δεν βρίσκονται όλα τα κρητικά αγροτικά προϊόντα στο ίδιο επίπεδο ανάπτυξης, δεν αντιμετωπίζουν τα ίδια ακριβώς προβλήματα, ούτε εμφανίζουν τα ίδιες δυνατότητες ανάπτυξης. Παρακάτω θα γίνει μια αναφορά στα βασικά κρητικά προϊόντα και στις ιδιαιτερότητες του καθενός.

- Το ελαιόλαδο αποτελεί το κύριο συστατικό της κρητικής διατροφής, χαρακτηρίζεται το χρυσάφι της Κρήτης. Το 65% της καλλιεργούμενης έκτασης αποτελείται από ελαιώνες αποδίδοντας ετησίως 80000-120000 τόνους ελαιολάδου, από το οποίο το 80% χαρακτηρίζεται ως «extrissimo» με οξύτητα μικρότερη από 0,3. Η μεγαλύτερη ποσότητα του ελαιολάδου διατίθεται «χύμα» σε αγορές του εξωτερικού κυρίως την Ιταλία. Παρατηρούμε ότι υπάρχει ικανοποιητική παράγωγή και πολύ καλή ποιότητα, θα μπορούσε όμως με την εφαρμογή της βιολογικής γεωργίας, των συστημάτων ολοκληρωμένης διαχείρισης και της δημιουργίας ομάδων παραγωγών, να υπάρξει με τις υφιστάμενες εκτάσεις και με βελτίωση των υποδομών, σημαντική αύξηση της παραγωγής, και άριστη ποιότητα ελαιολάδου αποτελώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Το σημαντικότερο πρόβλημα του ελαιολάδου είναι ότι παρά τα πλεονεκτήματα της ποιότητας του, της σύνδεσης του με την ιστορία και την παράδοση, και της αποκλειστικής χρήσης του στην κρητική διατροφή, δεν τυποποιείται αλλά πωλείτε χύμα στο εξωτερικό. Αυτό έρχεται να διορθώσει η προώθηση της κρητικής διατροφής προωθώντας την τυποποίηση του, αναγνωρίζοντας ως κύριο της προϊόν και αξιοποιώντας τα πλεονεκτήματα του.

Τα ελαιόδεντρα καλλιεργούνται και για την παραγωγή επιτραπέζιας ελιάς που είναι βασικό συστατικό της κρητικής διατροφής. Υπάρχει μια ελιά θρούμπα χαρακτηρισμένη ως Π.Ο.Π.. Παρά την ύπαρξη μεγάλου αριθμού ελαιοδέντρων οι ποσότητες πώλησης επιτραπέζιων ελιών είναι περιορισμένες. Και εδώ παρατηρείται μη τυποποίηση του προϊόντος. Σε αυτό θα μπορούσε να βοηθήσει η αξιοποίηση της κρητικής διατροφής με την τυποποίηση, την σύνδεση του προϊόντος με τον τόπο και την ιστορία, και την αξιοποίηση πολλών εκτάσεων της ποικιλίας θρούμπας η χονδροελιάς που πλέον δε καλλιεργούνται, λόγω της κατώτερης ποιότητας ελαιολάδου που παράγουν.

- Το αμπέλι καλλιεργείται στην Κρήτη από την μινωική εποχή κύρια προϊόντα του είναι το κρασί, η τσικουδιά, τα επιτραπέζια σταφύλια και οι σταφίδες αλλά και κάποια υποπροϊόντα που παράγονται από αυτά. Το κρασί είναι ίσως το μόνο κρητικό προϊόν που φαίνεται σταδιακά να παίρνει τη θέση που του αξίζει. Αυτό οφείλετε στους οινοποιούς και στα δίκτυα οινοποιών που έχουν δημιουργήσει, παράγοντας ένα προϊόν υψηλής ποιότητας, παντρεύοντας

ντόπιες και ξενικές ποικιλίες και συνδέοντας το με τον τόπο και την ιστορία του. Έχει και αυτό όμως περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης με την προώθηση της κρητικής διατροφής συνολικά.

Η τσικουδιά θεωρείτε σήμα κατατεθέν τις Κρήτης, δεν έχει γνωρίσει όμως την ανάπτυξη που της αξίζει και η περισσότερη διακινείται «χύμα» και παράνομα. Αυτό οφείλετε κυρίως στο μπερδεμένο νομικό πλαίσιο που υπάρχει για την παραγωγή οινοπνευματωδών ποτών. Η πολιτεία θα πρέπει να επανεξετάσει το νομικό πλαίσιο και να θεσπίσει την κατάλληλη νομοθεσία ώστε να μπορεί το προϊόν να τυποποιείται και να πωλείται νόμιμα. Δημιουργώντας της κατάλληλες συνθήκες για να αναπτυχθεί το προϊόν αλλά και λόγο της δυναμικής του να βοηθήσει στην αναδείξει της κρητικής διατροφής και την ανάπτυξη της οικονομίας.

Τα επιτραπέζια σταφύλια είναι μια δυναμική καλλιέργεια στην Κρήτη. Συσκευάζονται και αποστέλλονται στο εξωτερικό δεν έχουν όμως καθιερωθεί με τον brand name Κρήτη ώστε να αναγνωρίζονται. Είναι ένα ευαίσθητο προϊόν, δεν προωθείτε η βιολογική γεωργία και οι δημιουργία ομάδων παραγωγών που θα μπορούσαν να δώσουν ώθηση και καλύτερες δυνατότητες εμπορίας.

Η σταφίδα είναι ένα προϊόν υψηλής διατροφικής αξίας που γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη στο νησί τα προηγούμενα χρόνια, τώρα όμως αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα κυρίως λόγο του υψηλού ανταγωνισμού από τρίτες χώρες. Με το να μπει κάτω από την ομπρέλα της κρητικής διατροφής αυτόματα δημιουργούνται καλύτερες συνθήκες για την προώθηση του.

- Μια άλλη κατηγορία προϊόντων είναι το κρέας τα γαλακτοκομικά προϊόντα και τα αυγά. Οι κτηνοτρόφοι της Κρήτης αντιμετωπίζουν μια σειρά από προβλήματα όπως είναι το υψηλό κόστος η μη ύπαρξη υποδομών και τεχνικών μέσων. Η λύση είναι το καλύτερο μάρκετινγκ των προϊόντων που μπορεί να έρθει με την συνολική προωθήσει της κρητικής διατροφής. Από τα παραπάνω προϊόντα μεγαλύτερη δυναμική εμφανίζουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα και ιδιαίτερα τα τυροκομικά. Στην Κρήτη υπάρχει ποικιλία τυριών με κοινό τους χαρακτηριστικό την υψηλή ποιότητα που οφείλετε στη διατροφή των ζώων με βότανα από τα βουνά της Κρήτης και στο ιδιαίτερο κλίμα και περιβάλλον του νησιού. Υπάρχουν 4 τυριά ΠΟΠ στην Κρήτη.

- Το μέλι είναι ένα προϊόν υψηλής διατροφικής αξίας που έχει και αυτό συνδεθεί με την ιστορία και παράδοση του νησιού. Το κρητικό μέλι θεωρείται ανώτερης ποιότητας λόγω της πλούσιας χλωρίδας του νησιού και του πλήθους των βοτάνων. Η παραγωγή του νησιού βρίσκεται στα όρια της και δεν μπορεί να αυξηθεί. Εμφανίζετε και στο μέλι το πρόβλημα της μη τυποποίησης του.
- Μια κατηγορία ακόμα προϊόντων που συνδέετε με την παράδοση, αλλά γνωρίζει και μεγάλη δυναμική στις μέρες μας είναι τα οπωροκηπευτικά. Αποτελούν τη βάση της κρητικής διατροφής, αφού οι συνθήκες της Κρήτης θεωρούνται ιδανικές για την ανάπτυξη τους. Στις μέρες μας καλλιεργούνε είτε υπαίθρια είτε στο θερμοκήπιο, ενώ έχουν προστεθεί νέα προϊόντα όπως οι μπανάνες και το αβοκάντο. Μέθοδοι ολοκληρωμένης διαχείρισης και βιολογικής καλλιέργειας θα μπορούσαν να βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων. Η κρητική διατροφή και το brand name Κρήτη θα μπορούσαν να δώσουν ώθηση στα προϊόντα.
- Τα αρωματικά φυτά και τα βότανα είναι μια κατηγορία που δεν είναι τόσο ανεπτυγμένη και εμφανίζει μεγάλες δυνατότητες. Αποτελούν το χαρακτηριστικό του νησιού και είναι συνδεδεμένα με την ιστορία και το περιβάλλον του.
- Υπάρχουν ακόμα κάποια κρητικά προϊόντα που δεν καλλιεργούνται πλέον σε μεγάλο βαθμό και εμφανίζουν μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης, τέτοια είναι τα όσπρια, οι ξηροί καρποί, το λάβδανο, τα σαλιγκάρια χαρούπι κ.α.
Τέλος υπάρχουν και κάποια υποπροϊόντα ή προϊόντα που έχουν υποστεί επιπλέον επεξεργασία, όπως είναι το διάσημο κρητικό παξιμάδι που είναι βασικό στοιχείο της κρητικής δίαιτας, παράγεται σε μεγάλες ποσότητες και ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής εξάγεται. Υπάρχουν και άλλα τέτοια προϊόντα λιγότερο γνωστά με μεγάλη όμως δυναμική, όπως το πετιμέζι, και άλλα εδέσματα με βάση κρητικά αγροτικά προϊόντα.

4.2.3 Τοπικά αγροτικά προϊόντα και μάρκετινγκ

Παρατηρούμε ότι ενώ η ποιότητα των παραγόμενων αγροτικών προϊόντων είναι πολύ καλή, οι μεγαλύτερες ποσότητες των προϊόντων δεν συσκευάζονται αλλά

διακινούνται χύμα, με συνέπεια την δυσκολία πώλησης τους και τον καθορισμό χαμηλής τιμής πώλησης, και κατ' επέκταση χαμηλό εισόδημα για τους παραγωγούς και δυσκολία επιβίωσης. Αυτό το πρόβλημα μπορεί να ανατραπεί με την καθιέρωση του κρητικού πρότυπου διατροφής και την προώθηση του ως κύρια στρατηγική μάρκετινγκ της Περιφέρειας Κρήτης.

Πρώτα πρέπει να εξασφαλιστεί η άριστη ποιότητα των αγροτικών προϊόντων, αλλά αυτό δεν είναι τόσο δύσκολο. Τα προϊόντα αυτά παράγονται στην Κρήτη για πάρα πολλά χρόνια, υπάρχει η εμπειρία και η καλλιέργεια τους είναι προσαρμοσμένη στις τοπικές περιβαλλοντικές συνθήκες. Είναι λοιπόν εύκολο τα παραγόμενα προϊόντα να καλλιεργούνται με βιολογικές μεθόδους ή με τη μέθοδο της ολοκληρωμένης διαχείρισης. Επίσης θα πρέπει να δημιουργηθούν ομάδες παραγωγών ώστε να υπάρξει συνεργασία, χρηματοδότηση και δημιουργία των απαραίτητων υποδομών. Όλο αυτό όμως καλό θα είναι να προωθηθεί και από ένα κεντρικό φορέα ώστε να ενημερωθούν και οι παραγωγοί αλλά και να επιβλέπει τη διαδικασία.

Τα προϊόντα αυτά θα πρέπει να συσκευάζονται και να τυποποιούνται, ώστε να εξασφαλίζουν καλές συνθήκες υγιεινής, μεγαλύτερη διατηρησιμότητα, αποτροπή της νοθείας, αλλά κυρίως να εξασφαλίζει την αναγνωσιμότητα του προϊόντος την προβολή του και την επαρκή ενημέρωση του καταναλωτή. Με την προώθηση και αναγνώριση συνολικά της κρητικής διατροφής και των κρητικών προϊόντων θα δημιουργηθεί ένα ισχυρό brand name, τα προϊόντα θα διαφοροποιούνται και θα αναγνωρίζονται ως κρητικά, θα αναγνωρίζεται η ποιότητα τους και θα διευκολύνεται η προβολή τους. Με συνέπεια την αύξηση της ζήτησης και την επιτυχία υψηλότερων τιμών πώλησης.

Στην Κρήτη έχουν αναγνωριστεί ως Προϊόντα Προστασίας Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προϊόντα Γεωγραφικής ένδειξης (ΠΓΕ).

1. ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Βιάννος Ηρακλείου Κρήτης ΠΟΠ 379576/236-08-93 (ΦΕΚ 677/02-09-93)

Βόρειος Μυλοπόταμος Ρεθύμνης Κρήτης

Πεζά Ηρακλείου Κρήτης ΠΟΠ 371573/19-07-93 (ΦΕΚ 574/02-08-93)

Αρχάνες Ηρακλείου Κρήτης ΠΟΠ 371575/19-07-93 (ΦΕΚ 575/02-08-93)

Χανιά Κρήτης ΠΓΕ 379563/20-08-93 (ΦΕΚ 821/07-10-93)

Κολυμβάρι Χανίων Κρήτης ΠΟΠ 371571/19-07-93 (ΦΕΚ 574/02-08-93)

Σητεία Λασιθίου Κρήτης ΠΟΠ 440339/18-11-93 (ΦΕΚ 878/06-12-93)

Αποκορώνας Χανίων Κρήτης ΠΟΠ 440338/18-11-93 (ΦΕΚ 878/06-12-93)

Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Θραψανό ΠΟΠ C 241/2001 σελ. 12

Εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Σέλινο Κρήτης ΠΟΠ C 232/2009 σελ. 27
L118/2010)

Μεσσαράς Κρήτης ΠΟΠ

2. ΕΛΙΕΣ

Θρούμπα Αμπαδιάς Ρεθύμνης Κρήτης ΠΟΠ 444281/23-12-93 (ΦΕΚ 955/31-12-93)

3. ΤΥΡΙΑ

Γραβιέρα Κρήτης ΠΟΠ 313047 / 14-01-1994(ΦΕΚ 16/14-01-94)

Ευνομυζήθρα Κρήτης ΠΟΠ 313051 / 14-01-1994(ΦΕΚ 18/14-01-94)

Πηχτόγαλο Χανίων ΠΟΠ 313062 / 17-01-1994(ΦΕΚ 24/18.01.94)

Εύγαλο Σητείας ή Ξίγαλο Σητείας ΠΟΠ C312/2010 ΣΕΛ.25(L200/2011 σελ.12)

4. ΦΡΟΥΤΑ-ΛΑΧΑΝΙΚΑ-ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ-ΟΣΠΡΙΑ

Πορτοκάλια Μάλεμε Χανίων Κρήτης ΠΟΠ 317716 / 14-01-1994 (ΦΕΚ 16/14-01-94)

5. ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΑΡΤΟΠΟΠΑΣ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗΣ

Κρητικό Παξιμάδι ΠΓΕ

6.ΟΙΝΟΙ

ΑΡΧΑΝΩΝ (ΠΟΠ)

ΗΡΑΚΛΕΙΟ (ΠΓΕ)

ΔΑΦΝΩΝ (ΠΟΠ)

ΚΙΣΑΜΟΥ (ΠΓΕ)

MALVASIA CHANDAKUS-CANDIA (ΠΟΠ)

ΚΡΗΤΗΣ (ΠΓΕ)

MALVASIA SITIAS (ΠΟΠ)

ΛΑΣΙΘΙ (ΠΓΕ)

ΠΕΖΑ (ΠΟΠ)

ΡΕΘΥΜΝΟ (ΠΓΕ)

ΣΗΤΕΙΑ (ΠΟΠ)

ΧΑΝΙΑ (ΠΓΕ)

Η αναγνώριση όλων αυτών των προϊόντων είναι πολύ σημαντική και βοηθάει την καλύτερη προώθηση τους, σε αυτά θα μπορούσαν να προστεθούν αρκετά ακόμα τοπικά προϊόντα όπως η τσικουδιά, το ρακόμελο, το χαρουπόμελο, το απάκι και κάποια παραδοσιακά εδέσματα όπως μουσταλευριά, ξεροτήγανα κ.α.

Θα πρέπει να καθορισθεί ένα συγκεκριμένο σχέδιο ώστε η κρητική διατροφή να γίνει γνωστή ως πρότυπο υγιεινής διατροφής και να αναγνωρισθούν τα προτερήματα της υψηλής διατροφικής αξίας αλλά και της γευστικής της υπεροχής έναντι των υπόλοιπων «υγιεινών διατροφών». Η κρητική διατροφή και τα κρητικά προϊόντα συνδέονται άρρηκτα με την ιστορία του τόπου, την παράδοση του, το περιβάλλον και τους ανθρώπους. Όλα αυτά τα στοιχεία περιέχονται μέσα στην κρητική διατροφή και έτσι πρέπει να προωθηθούν, αυτά αποτελούν και το συγκριτικό της πλεονέκτημα.

Η προσπάθεια αυτή πρέπει να ξεκινήσει από τους ίδιους τους κρητικούς, αφού τα τελευταία χρόνια έχουν απομακρυνθεί από αυτό το πρότυπο διατροφής ακολουθώντας δυτικές συνήθειες, καταναλώνοντας junk food και μεγάλες ποσότητες κρέατος. Επιβάλετε λοιπόν η σωστή ενημέρωση τους ώστε οι προώθηση των κρητικών προϊόντων να αρχίσει από τους ίδιους αλλά και να βελτιωθεί το βιοτικό τους επίπεδο αφού θα στηρίζεται σε καλύτερη διατροφή.

Ακόμα ένας τομέας που πρέπει να δοθεί βαρύτητα είναι η ενίσχυση των εξαγωγών με προσπάθεια προώθησης των κρητικών αγροτικών προϊόντων και της κρητικής διατροφής συνολικά χρησιμοποιώντας τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα και ενημερώνοντας τις αγορές του εξωτερικού. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με συμμετοχή σε εκθέσεις, διαγωνισμούς και με την συνεργασία της περιφέρειας με αντίστοιχους φορείς του εξωτερικού. Ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για την προώθηση των εξαγωγών αλλά και την ενίσχυση της κατανάλωσης στο εσωτερικό αποτελεί ο τουρισμός το οποίο και θα εξετάσουμε παρακάτω.

Τέλος για να λειτουργήσουν όλα αυτά θα πρέπει κάποιος κεντρικός φορέας να αναλάβει την πρωτοβουλία και να ελέγχει τον συντονισμό τους, ο πιο κατάλληλος για αυτό είναι η Περιφέρεια Κρήτης, η οποία και έχει ξεκινήσει μια σχετική προσπάθεια.

4.2.4 Τουρισμός και κρητικά αγροτικά προϊόντα

Όπως έχουμε δει η κρητική διατροφή και τα κρητικά αγροτικά προϊόντα αποτελούν το συγκριτικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του τουρισμού στην Κρήτη. Όμως ο τουρισμός και τα κρητικά προϊόντα αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και το ένα στηρίζει και προωθεί το άλλο, ο τουρισμός αποτελεί το σπουδαιότερο εργαλείο προώθησης

τους. Ένας τρόπος να γίνει αυτό είναι με την προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού και με την χρήση τοπικών προϊόντων από τους χώρους εστίασης. Ένας άλλος είναι η ενημέρωση των τουριστών τόσο στα σημεία είσοδο, όσο και στα ξενοδοχεία, με φυλλάδια, σταντ, ομιλίες οπτικοακουστικό υλικό και άλλα μέσα. Αν έρχονται άνθρωποι για να γευτούν την κρητική διατροφή και τα κρητικά προϊόντα, και αν προωθούνται και διαφημίζονται σε αυτούς καταλαβαίνουμε πόσο μπορεί να αυξηθεί η ζήτηση τους και η κατανάλωση τους, τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό, αφού οι άνθρωποι αυτοί θα τα αναγνωρίζουν και θα τα ζητάνε και στη χώρα τους.

Η κατηγορία του τουρισμού που έχει μεγαλύτερη σχέση με τα αγροτικά προϊόντα είναι, ο αγροτουρισμός. Είναι εκείνη η τουριστική δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό, από τους απασχολούμενους κυρίως στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα και ειδικότερα σε οικογενειακές ή συνεταιριστικής μορφής μικρές τουριστικές μονάδες παροχής αγαθών και υπηρεσιών και που στηρίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτισμικών και ανθρώπινων φυσικών πόρων, ικανοποιεί εξειδικευμένες προσωπικές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου και αποβλέπει στη συγκράτηση και παλιννόστηση του γηγενούς πληθυσμού, στην ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας και στην άνοδο του βιοτικού και πολιτισμικού του επιπέδου. (Κ.Αποστολόπουλος,2009:52). Ο ίδιος ο τουρίστας μπορεί να συμμετάσχει στην παραγωγή των αγροτικών προϊόντων, να επιλέξει πια θα αγοράσει και θα γευτεί, ακόμα και να νοικιάσει κάποια καλλιέργεια πχ. κάποια ελαιόδεντρα. Αυτή η κατηγορία τουρισμού βασίζεται στα αγροτικά προϊόντα και τα στηρίζει. Βοηθάει τους παραγωγούς να πουλήσουν τα προϊόντα τους, αλλά και τους παρέχει ένα επιπλέον εισόδημα, αφού αποτελεί μια μορφή δευτερεύουσας απασχόλησης, και δημιουργεί ευκαιρίες διαφοροποιήσεως των δραστηριοτήτων των αγροτών. Αυξάνει το εισόδημα των αγροτών, την αγροτική παραγωγή και στηρίζει συνολικά την ύπαιθρο και την οικονομία της. Συμβάλει στην δημιουργία υποδομών και αναπτυξιακών έργων και συμβάλει στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου. Όπως καταλαβαίνουμε η Κρήτη είναι ο ιδανικός τόπος για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού αφού συνδυάζει όλα τα απαραίτητα στοιχεία.

Όλη αυτή η προσπάθεια ανάδειξης της κρητικής διατροφής για την στήριξη του αγροτικού τομέα πρέπει να γίνει συνδυαστικά ώστε να υπάρξει το επιθυμητό αποτέλεσμα με αμοιβαία ανάπτυξη όλων των τομέων της οικονομίας,



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η κρητική διατροφή βασίζεται στα αγνά και ποιοτικά προϊόντα, μεταφέρει όλη την εμπειρία από τη μινωική εποχή μέχρι σήμερα, βασίζεται επίσης και στον τρόπο ζωής των κρητικών αυτοί ίσως είναι και κάποιοι λόγοι για το ότι πολλές έρευνες την εμφανίζουν ως την πιο υγιεινή διατροφή παγκοσμίως. Η Κρήτη βρίσκεται σε ένα σταυροδρόμι πολιτισμών και αυτό έχει επηρεάσει τόσο την διατροφή όσο και τον πολιτισμό και τις παραδόσεις του νησιού, άλλωστε αυτά συνδέονται μεταξύ τους, Η κρητική διατροφή θα πρέπει να συνδεθεί τόσο με την ιστορία, την παράδοση, τον πολιτισμό και των τρόπο ζωής των ανθρώπων, όσο κι με τις ιδιαίτερες περιβαλλοντικές συνθήκες και την ιδιαίτερη μορφολογία του νησιού, και να παρουσιαστεί ως μια ενιαία δομή.

Η κρητική διατροφή αποτελείται από τρόφιμα που έχουν υποστεί ελάχιστη επεξεργασία, εποχιακά, κυρίως φυτικής προέλευσης, γαλακτοκομικά προϊόντα, μέτρια κατανάλωση λευκού και μικρή κατανάλωση κόκκινου κρέατος, μέτρια κατανάλωση αλκοόλ, και μεγάλη κατανάλωση ελαιόλαδου που αποτελεί την βασική πηγή λίπους.

Η περιφέρεια Κρήτης έχει ξεκινήσει μια αξιόλογη προσπάθεια για την αναδείξει της κρητικής διατροφής με την ίδρυση της «Αγροτοδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης», μια μη κερδοσκοπική εταιρεία που ασχολείται με την ανάπτυξη του αγροτοδιατροφικού τομέα στην Κρήτη. Όμως έχει ακόμα αρκετά πράγματα που πρέπει να γίνουν, ειδικά όσων αφορά την ενημέρωση και εκπαίδευση των παραγωγών.

Η ανάδειξη της κρητικής διατροφής επηρεάζει περισσότερο τον τριτογενή τομέα, κυρίως τον τομέα του τουρισμού και της εστίασης και τον πρωτόγεννη με τον αγροτικό τομέα να επηρεάζεται περισσότερο. Μπορεί όμως να οδηγήσει συνολικά στην ανάπτυξη του νησιού και της οικονομίας του μια και όλοι οι τομείς συνδέονται μεταξύ τους και επηρεάζονται.

Ειδικότερα ο τομέας του τουρισμού μπορεί να αναπτυχθεί χρησιμοποιώντας ως εργαλείο την κρητική διατροφή ως ενιαίο κομμάτι με την παράδοση και το περιβάλλον. Περισσότερο επηρεάζεται ο πολιτιστικός τουρισμός, με το γαστρονομικό και τον οινικό τουρισμό να είναι τα βασικά είδη που μπορούν να αναπτυχθούν και να καθιερώσουν την Κρήτη σαν γαστρονομικό προορισμό. Παράλληλα με αυτό το

«πάντρεμα» μπορεί να αναπτυχθεί το τουριστικό προϊόν συνολικά αλλά κι άλλα επιμέρους είδη.

Μπορεί να επηρεαστεί τόσο η κουζίνα μεγάλων εστιατορίων και ξενοδοχειακών μονάδων που θα βασίζονται στην κρητική διατροφή και την ανώτερη ποιότητα της όσο και μικρών εστιατορίων και καταλυμάτων προσελκύνοντας περισσότερους πελάτες με μία κουζίνα που θα είναι γνωστή και περιζήτητη.

Ο αγροτικός τομέας στην Κρήτη όπως και στην υπόλοιπη Ελλάδα αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα, κάποια από αυτά είναι οι γήρανση του αγροτικού πληθυσμού το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης, η παντελής απουσία του κράτους και η στήριξη των παραγωγών, ο μικρός κι πολυτεμαχισμένος κλήρος, η έλλειψη υποδομών, το ανάγλυφο του εδάφους και η νησιωτικότητα, η μη τυποποίηση και η μη χρησιμοποίηση του μάρκετινγκ.

Τα πλεονεκτήματα του αγροτικού τομέα στην Κρήτη είναι αρκετά, τα πιο σημαντικά είναι οι ιδιαίτερες κλιματολογικές συνθήκες και το διαφορετικό ανάγλυφο που επιτρέπουν την καλλιέργεια μεγάλης ποικιλίας φυτών, ο μεγάλος αριθμός ενδημικών φυτών και βοτάνων, η μεγάλη εμπειρία που υπάρχει και η άριστη προσαρμογή πολλών φυτών αφού καλλιεργούνται από την αρχαιότητα στο νησί, ένα ακόμα πλεονέκτημα μπορεί να θεωρηθεί ο τουρισμός που υπάρχει στο νησί.

Η καθιέρωση της Κρητικής διατροφής μπορεί να λύσει πολλά από τα προβλήματα αλλά και να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματα που υπάρχουν. Ειδικά στο θέμα του μάρκετινγκ, μπορούν τα αγροτικά προϊόντα να καθιερωθούν και να γίνουν γνωστά αξιοποιώντας και τον τουρισμό.

Τα βασικότερα αγροτικά προϊόντα που μπορούν να αξιοποιηθούν από την προσπάθεια αυτή είναι: το ελαιόλαδο, οι ελιές, το κρασί, η τσικουδιά, οι σταφίδες, βότανα και αρωματικά φυτά, φρούτα και κηπευτικά, το μέλι, τα γαλακτοκομικά, το κρέας. Κάποια ακόμα προϊόντα που έχουν αρχίσει πάλι να διαδίδονται όπως οι ξηροί καρποί, το λάβδανο, το χαρούπι. Ακόμα κάποια επεξεργασμένα προϊόντα και υποπροϊόντα των παραπάνω, όπως το κρητικό παξιμάδι, γλυκίσματα, το πετιμέζι.

Ο τουρισμός στην Κρήτη και τα κρητικά προϊόντα αλληλεπιδρούν μεταξύ του και στηρίζει το ένα το άλλο, οι καθιέρωση του κρητικού πρότυπου διατροφής βοηθάει τον τουρισμό να αναπτυχθεί και ο τουρισμός την καθιέρωση και αναγνωρισιμότητα των κρητικών προϊόντων. Ο αγροτουρισμός είναι αυτός που παντρεύει άμεσα και τα δύο και συμβάλει στην ανάπτυξη της υπαίθρου και τη στήριξη της αγροτικής παραγωγής. Είναι μια αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού και αν υπάρχει ένας ιδανικός

τόπος για την ανάπτυξη του, αυτός είναι η Κρήτη με την διατροφή, και την παράδοση της.

Αυτή την δυνατότητα την έχει εντοπίσει η Περιφέρεια Κρήτης αλλά πρέπει να προσπαθήσει περισσότερο για την ενημέρωση και την στήριξη των εμπλεκόμενων μερών, αλλά και να υπάρξει στήριξη από τον υπόλοιπο κρατικό τομέα. Ακόμα οι ίδιοι οι παραγωγοί και οι επιχειρηματίες θα πρέπει να αντιληφθούν τις δυνατότητες της κρητικής διατροφής και της αναγνώρισης της και να κάνουν ότι μπορούν για την καθιέρωση της.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Καμενίδης Θ. Χρήστος «Μάρκετινγκ Αγροτικών προϊόντων». Εκδόσεις αδελφών Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη 2010
- Μαρτίκα – Βακιρτζή Μ. «Το Management στον Αγροτικό Τομέα». Εκδόσεις Γράφημα, Θεσσαλονίκη 2008
- Αποστολόπουλος Δ. Κωνσταντίνος – Σδράλη Β. Δέσποινα «Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου». Ελληνοεκδοτική, Αθήνα 2009
- Βασιλείου Π. Γαλάνη «Αγροτικό Μάρκετινγκ». Εκδόσεις Α. Σταμούλης, Αθήνα-Πειραιάς 1995
- Λαμπράκη Μυρσίνη «Η Κουζίνα Της Κρήτης». Τροία Εκδοτική, Εκδόσεις Μυρσίνη, 2005
- Κομίλης Ε. Παναγιώτης «ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ η εναλλακτική προοπτική αειφόρου ανάπτυξης». Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2001
- Μοίρα, Πολυξένη (2009). «Θρησκευτικός τουρισμός», εκδ. Interbooks, Αθήνα.
- Τσάρτας, Π. (1996), «Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό», Εξάντας, Αθήνα
- Δημόπουλος ΚΑ, Ανδρικόπουλος ΝΚ. (1996), «Διατροφή» Εκδόσεις Σαββάλας, Αθήνα
- Καπίκη – Πιβεροπούλου Τάνια, Υπηρεσία υποδοχής, εκδ. Interbooks, Αθήνα 1998

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- ICOMOS (1999). Η Χάρτα του Πολιτιστικού Τουρισμού, Παρίσι, ICOMOS. http://www.international.icomos.org/charters/tourism_greek.pdf.
- Willett WC. The Mediterranean diet: science and practice. Public Health Nutr. 2006;9(1A):105-10.
- Allbaugh, L. G. Crete: A Case Study of an Underdeveloped Area. 1953 Princeton University Press Princeton, NJ
- Keys A. Coronary heart disease in seven countries. Circulation. 1970;41(Suppl):1-211.
- Keys A, Menotti A, Karvonen MJ, et al. The diet and 15-year death rate in the seven countries study. Am J Epidemiol. 1986;124(6):903-15
- Menotti A, Keys A, Blackburn H, et al. Twenty-year stroke mortality and prediction in twelve cohorts of the Seven Countries Study. Int J Epidemiol. 1990 Jun;19(2):309-15.
- Menotti A, Kromhout D, Blackburn H, et al. Food intake patterns and 25-year mortality from coronary heart disease: cross-cultural correlations in the Seven Countries Study. The Seven Countries Study Research Group. Eur J Epidemiol. 1999;15(6):507-15.

INTERNET

- Αγροτιδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=6689&lang=el
- Ελληνική Στατιστική Αρχή <http://dlib.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>
- http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=91
- http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=52&lang=el
- http://www.rodostoday.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=50:%

- http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=64
- <http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?p=3355&lang=el>
- <http://www.patris.gr/articles/84152?PHPSESSID=#.VzxzNFSLTGh>
- <http://www.destinationcrete.gr/el/to-krasi>
- http://www.cretan-nutrition.gr/wp/?page_id=1872&lang=el
- http://e-jst.teiath.gr/issue_38/Moira_38.pdf
- <http://traveldailynews.gr/columns/article/2611#sthash.xKclwWw6.dpuf>
- <http://checkin.trivago.gr/355-gnorimia-oinotourismos-ellada-tourismos/>
- <http://docplayer.gr/448681-Apo-to-vivlio-diatrofika-gastronomika-protypa-stin-epaggelmatiki-estiasi-ton-dr-g-mposkoy-kai-g-palisidi.html>
-
- www.sete.gr
- <http://eclass.teipat.gr/eclass/modules/document/file.php/607143/OrismoiStatistikonTourismou.pdf>
- <http://www.hellenichomes.gr/pages.aspx?id=20&lang=el>
- dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3689/Kokkinakis,%20P..pdf?...2
- [dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3113/Roris.pdf?sequence...isAllowed...\)](http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3113/Roris.pdf?sequence...isAllowed...)
- www.ekdd.gr/ekdda/files/ergasies_esdd/20b25/1399.pdf
- <http://www.dimokratiki.gr/?p=64325>
- <http://www.greekbreakfast.gr/el/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1>
- http://e-jst.teiath.gr/issue_38/Moira_38.pdf

