

ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ Κ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα



Άννα Φωτιάδου, Μαρία Μπίτζα
Επιβλέπων
Κος Απλαδάς Γεώργιος

Ηράκλειο, Μάρτιος 2013

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	ΣΕΛ.2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	ΣΕΛ.3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	ΣΕΛ.4-5
ΚΕΦ.1 ΕΛΛΑΔΑ Κ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΣΕΛ.6-7
1.1 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ	8
1.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	9-10
ΚΕΦ.2 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ	ΣΕΛ.11-12
2.1 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ	13-17
2.2 Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ	18-19
ΚΕΦ.3 ΣΧΕΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	ΣΕΛ.20
3.1 ΩΦΕΛΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	21
3.2 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ Κ ΠΟΥ ΑΠΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ	21-22
3.3 ΠΟΙΟΙ ΕΠΙΛΕΓΟΥΝ ΤΟΝ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	23
3.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ Κ ΠΡΟΒΟΛΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	24-26
ΚΕΦ.4 ΠΡΟΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	ΣΕΛ.27-30
4.1 ΤΡΟΠΟΙ Κ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	31-36
4.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	37-40
4.3 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	41-42
ΚΕΦ.5 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	ΣΕΛ.43-44
5.1 ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΑΝΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	45-52
5.2 ΚΡΗΤΗ	53-69
5.3 ΧΙΟΣ	70-80
5.4 ΛΕΣΒΟΣ	81-90
5.5 ΜΕΣΣΗΝΗ	91-99
ΚΕΦ.6 ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ Κ ΥΓΕΙΑ	ΣΕΛ.100-104
ΚΕΦ.7 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	ΣΕΛ.105-107
ΚΕΦ.8 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	ΣΕΛ.108

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην πτυχιακή μας εργασία θα επιχειρήσουμε να αναπτύξουμε την έννοια του γαστρονομικού τουρισμού και μέσα από την μελέτη που ακολουθεί να εξετάσουμε και να τονίσουμε την σχέση που υπάρχει με την Ελληνικό πολιτισμό και την οικονομία. Προσπαθήσαμε να δώσουμε την έννοια του τουρισμού . Η ανάλυση του οικονομικού κλίματος και της πορείας του τουρισμού στην χώρα μας κρίθηκε ένα σημείο θεμελιώδες, όπως επίσης και ο εντοπισμός των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων και η εξέταση της φαινομενικής κατανάλωσης. Επιπλέον στην συνέχεια, παραθέσαμε την ιστορική αναδρομή του Τουρισμού αφού αποτελεί ένα στοιχείο επίκαιρο και σημαντικό για την μελέτη καθώς τονίζεται η άρρηκτη σχέση με τον Ελληνικό πολιτισμό και εν γένει την Ελληνική ταυτότητα. Παράλληλα, αναπτύχθηκε η γαστρονομική παράδοση και διατροφή ανά περιοχή και αξιολογήθηκαν τα συστατικά και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους σε σχέση με την ανθρώπινη υγεία. Τέλος, αναλύθηκαν και προτάθηκαν οι δράσεις για την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα του.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Γαστρονομία είναι η τέχνη της επιλογής, της ετοιμασίας, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης του καλού φαγητού. Ο Ανθέλμος Brillat-Savarin, ο μεγάλος Γάλλος επιγραμματολόγος και γαστρονομική αυθεντία του τέλους του 18ου και των αρχών του 19ου αιώνα, ονόμασε γαστρονομία "την ευφυή γνώση παντός ότι αφορά στη διατροφή του ανθρώπου". Μέσα από τους αιώνες η γαστρονομία αποδείχθηκε μεγαλύτερη πολιτιστική δύναμη μεταξύ των λαών του κόσμου από τη γλωσσολογία ή άλλες επιδράσεις. Σήμερα ο κόσμος μπορεί να διαιρεθεί σε καθορισμένες γαστρονομικές περιοχές, όπου επικρατούν ξεχωριστές κουζίνες που χρησιμοποιούν κοινές μαγειρικές πρακτικές.

Ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται σε ταξίδια τα οποία έχουν ως κυρίαρχα κίνητρα διαφορετικές δραστηριότητες και εμπειρίες σχετικές με τον πολιτισμό, όπως συμμετοχή σε φεστιβάλ και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γνωριμία με την ιστορία και την παράδοση τόπων και χωρών, επίσκεψη σε πολιτιστικά μνημεία και μουσεία, γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα καθώς και την τοπική γαστρονομία (Μοίρα Π., 2009 σ. 25-26, Τσάρτας Π., 1996 σ. 297).

Με τον όρο γαστρονομικός τουρισμός αναφερόμαστε ουσιαστικά σε μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, στην οποία οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να βιώσουν μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες. Είναι μια σχετικά νέα, εναλλακτική μορφή τουρισμού στην οποία ο ταξιδιώτης γνωρίζει τον προορισμό και τον πολιτισμό του μέσα από τις διατροφικές παραδόσεις, συνταγές και γεύσεις και αποτελεί μια απ' τις μεγαλύτερες τάσεις στον χώρο του τουρισμού παγκοσμίως. Η γαστρονομία αποτελεί ένα ιδιαίτερα προσοδοφόρο τουριστικό προϊόν για την Ελλάδα, λόγω της μεγάλης ποικιλίας πρώτων υλών που διαθέτει και τον ανεξάντλητο πλούτο παραδοσιακών συνταγών. Ο γαστρονομικός τουρισμός για πολλούς επιχειρηματίες έχει αποτελέσει την μόνη λογική απάντηση στην κρίση, και σε πολλούς μια λογική απάντηση στο δίλλημα μεταξύ να μείνουν στην Ελλάδα ή να ψάξουν δουλειά στο εξωτερικό. Απαντάει σε δύο βασικές «ανάγκες» που έχουν προκύψει τα τελευταία χρόνια στους καταναλωτές και ταξιδιώτες – την επιθυμία να κάνουν αυθεντικές διακοπές «με νόημα» (meaningful) γνωρίζοντας και δημιουργώντας σχέσεις με τους ντόπιους και τον πολιτισμό τους, καθώς και την αγωνία να γνωρίζουν από πού έρχεται το φαγητό τους. Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί το «κανάλι» μέσα απ' το οποίο οι επιχειρηματίες θα διοχετεύσουν τα τοπικά προϊόντα και θα προβάλλουν τον ξεχωριστό διατροφικό πολιτισμό

τους, κάνοντας την τοπική γαστρονομία το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε μια ομογενοποιημένη τουριστική αγορά που ο ανταγωνισμός κρίνεται από τις τιμές. Η Ελλάδα δύναται να προσφέρει πολλά παραπάνω από θάλασσα, ήλιο, γη – μπορεί να προσφέρει ένα ευρύ φάσμα πραγμάτων και γνώσεων στον σύγχρονο απαιτητικό τουρίστα που θα μετατρέψουν την διαμονή του στην ελληνική ευλογημένη γη, σε ανεκτίμητη εμπειρία.

Παρόλα αυτά ο γαστρονομικός τουρισμός στη χώρα μας βρίσκεται σε εμβρυακή φάση και ακόμα δεν έχει αναπτυχθεί στο βαθμό που θα την κατέτασσε ανάμεσα στους πιο ελκυστικούς και ανταγωνιστικούς γαστρονομικούς προορισμούς, όπως η γειτονική Ιταλία, η Ισπανία και η Γαλλία.

Είναι προφανής η ευκαιρία που υπάρχει για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στη χώρα μας και την καθιέρωσή της ως γαστρονομικό προορισμό. Για να μπορέσει όμως να αναπτυχθεί ο γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα, θα χρειαστεί, πέρα απ' την προβολή, και η ανάπτυξη και προσφορά εξειδικευμένων και ποιοτικών υπηρεσιών γαστρονομικού τουρισμού από τους ντόπιους επιχειρηματίες φορείς, οι οποίοι εξασφαλίζουν την δικτύωση των επιχειρηματιών του κλάδου τους, διευκολύνουν την συνεργασία με τρίτους και έχουν την δυνατότητα να καθιερώσουν κάποια standard ποιότητας στον κλάδο τους, να τον αναβαθμίσουν και να τον συντονίσουν.

Όπως είχε πει κάποτε ο διάσημος συγγραφέας Χένρυ Μίλλερ «Χρειάζεται μια ολόκληρη ζωή για κάποιον να ανακαλύψει την Ελλάδα, αλλά μονάχα ένα λεπτό για να την ερωτευτεί...».

ΚΕΦ.1ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός αποτελεί για την ελληνική οικονομία έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και εισροής εσόδων. Η συνεισφορά του τουρισμού στο Α.Ε.Π. εκτιμήθηκε¹ στο 16,2% για το 2009 το οποίο αντιστοιχεί σε €35δισ περίπου. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, οι αφίξεις διεθνών τουριστών (εισερχόμενος τουρισμός) το 2007 ανήλθαν σε €17,52κ παρουσιάζοντας αύξηση 9,23% σε σχέση με το 2006 ενώ για το 2008, καταγράφηκε πτώση στις αφίξεις 1%². Οι εισπράξεις από το σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων ανήλθαν το 2008 σε €11,66δισ έναντι €11,32δισ το 2007³ ενώ ο ρυθμός μεταβολής των εσόδων το 2008 σημείωσε αύξηση 3%. Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη για το 2007 ανήλθε σε €743 ενώ η εκτίμηση για το 2008 κάνει λόγο για μικρή αύξηση με την δαπάνη να ανέρχεται σε €7734. Λόγω και της διεθνούς οικονομικής ύφεσης, οι δαπάνες των τουριστών στην Ελλάδα το πρώτο εξάμηνο του 2009, μειώθηκαν, σύμφωνα με τα στοιχεία για το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών⁴, κατά 14,7% παρασύροντας τις καθαρές εισπράξεις για ταξιδιωτικές υπηρεσίες σε μείωση κατά €463κ. Σε κάθε περίπτωση πάντως και αν αναλογιστεί κανείς και τον εγχώριο τουρισμό του οποίου τα αποτελέσματα δεν είναι καταγεγραμμένα με ακρίβεια, τότε η συνεισφορά του τουρισμού στην βιωσιμότητα της ελληνικής οικονομίας αποκτά ουσιαστικά μεγαλύτερη σημασία όχι μόνο σε ποσοτικό αλλά και σε ποιοτικό επίπεδο. Η ποιοτική παράμετρος συγκεκριμένα αφορά κυρίως στην ανατρεπτική επιρροή που ασκεί ο εγχώριος τουρισμός στο φαινόμενο της εποχικότητας που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Η παρουσίαση των βασικών χαρακτηριστικών του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στα πλαίσια του υφιστάμενου περιβάλλοντος είναι χρήσιμο να περιλαμβάνει ως σημείο αναφοράς μια εικόνα τόσο της

1 World Travel & Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2009

2 Απολογισμός 2008, Σ.Ε.Τ.Ε., 2009, Αθήνα

3 Τράπεζα της Ελλάδος

4 Σ.Ε.Τ.Ε., 2009. «Απολογισμός 2008», Αθήνα

υφιστάμενης κατάστασης και ανάλυση του εξωτερικού μακροπεριβάλλοντος όσο και μεταρρυθμιστικές αλλαγές που ενδεχομένως να παίξουν σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του σημαντικότερου πυλώνα της ελληνικής οικονομίας.

Η ανάλυση PESTEL (**P**olitical, **E**conomic, **S**ocial, **T**echnological, **E**nvironmental, **L**egal) αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο προς την επίτευξη του παραπάνω σκοπού καθώς μελετά τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν τόσο τις επιχειρήσεις της ευρύτερης τουριστικής βιομηχανίας όσο και τον κλάδο εν γένει.

1 World Travel & Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2009

2 Απολογισμός 2008, Σ.Ε.Τ.Ε., 2009, Αθήνα

3 Τράπεζα της Ελλάδος

4 Σ.Ε.Τ.Ε., 2009. «Απολογισμός 2008», Αθήνα

1.1 Πολιτική Διάσταση

Η σημασία του τουρισμού για την χώρα μας επιβάλλει την εφαρμογή ενός μοντέλου τουριστικής πολιτικής με γνώμονα τη βελτίωση του τελικού τουριστικού προϊόντος. Βασικός φορέας ασκήσεως τουριστικής πολιτικής τα τελευταία πέντε χρόνια ήταν το Υπουργείο Τουρισμού το οποίο ανασυστάθηκε το 2004 και μετονομάστηκε το 2005 σε Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Υπό την εποπτεία του ήταν φορείς και νομικά πρόσωπα δημοσίου και ιδιωτικού δικαίου όπως ο Ε.Ο.Τ., ο Ο.Τ.Ε.Κ., η Ε.Τ.Α. κ.ά. Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης είχε ως βασική αποστολή του τον προγραμματισμό και τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής, το σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης σύμφωνα με την κυβερνητική πολιτική, τη διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων θεσμικών και λοιπών ρυθμίσεων καθώς και το σχεδιασμό των απαιτούμενων μέτρων εφαρμογής. Η συγχώνευση των Υπουργείων Πολιτισμού και Τουριστικής Ανάπτυξης σε ένα, βάσει της νέας οργανωτικής δομής που προώθησε η από τις εκλογές της 4ης Οκτωβρίου 2009 προκύψασα κυβέρνηση αναγνωρίζει τις συνέργιες που υπάρχουν μεταξύ των δύο κλάδων (δηλαδή πολιτισμού και τουρισμού): από διοικητικής πλευράς, ωστόσο, είναι απαραίτητο να υπάρξουν διακριτές αρμοδιότητες προκειμένου να αποφευχθεί νέος γραφειοκρατικός φόρτος καθώς ελλοχεύει ο κίνδυνος να υποβαθμιστεί εκ νέου ο ρόλος του τουρισμού στην κυβερνητική agenda. Άλλωστε και με βάση το Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum), η διαφάνεια της κυβερνητικής τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα παρουσιάζει έντονα αρνητική πορεία, καθώς η χώρα κατέλαβε την 99η θέση το 2009 σε σχέση με την 74η το 2008.

1. <http://www.greektourism2020.gr>

2. Πανεπιστήμιο Αιγαίου

3. Oxford University press

4. Τράπεζα της Ελλάδος

1.2 Η Ελλάδα ως προορισμός τουρισμού Διακοπών.

Η θέση της Ελλάδας στις διεθνείς αγορές τουρισμού έχει επηρεαστεί άμεσα από τα κίνητρα των αλλοδαπών κυρίως τουριστών. Στην πρώτη μεταπολεμική περίοδο (1950-1960) τα κίνητρα ενίσχυαν το πρότυπο του “wanderlust” (ταξίδια με στόχο την περιήγηση και τη γνωριμία με νέους τόπους και πολιτισμούς). Στη συνέχεια, η ταχύτατη στροφή της ζήτησης προς τις διακοπές του καλοκαιριού επέβαλε το πρότυπο του «sun lust» (ταξίδια με στόχο την αναζήτηση του ήλιου και της ξεκούρασης). Αυτό επέτρεψε τη σταδιακή επικράτηση ενός τύπου ζήτησης που οι τουρίστες επιλέγουν πλέον με βάση το κίνητρο του τουρισμού των διακοπών του καλοκαιριού και όχι τις ιδιαιτερότητες του κάθε τουριστικού προορισμού. Η αλλαγή αυτή δεν ακυρώνει την πολιτιστική διάσταση των κινήτρων του πολιτισμού για τα ταξίδια προς την Ελλάδα, αλλά σταδιακά, και ιδιαίτερα μετά το 1980, διαμορφώνει μια περισσότερο σύνθετη εικόνα της Ελλάδας ως χώρας διακοπών με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά προσφοράς τα 4S (sun, sand, sea, sex) και το πρότυπο “sun lust”. Έτσι, η Ελλάδα κατατάσσεται σε μια ευρύτερη ομάδα χωρών που μαζί με Ισπανία, Πορτογαλία, Κύπρος, Τυνησία, Τουρκία κ.α. ανήκουν στις «περιφέρειες της απόλαυσης και της ψυχαγωγίας» και προσφέρουν προϊόντα στη μορφή «πακέτου» (Package tour) με παρόμοια χαρακτηριστικά, αυτά του «τουρισμού διακοπών». Είναι προφανές, ότι στην περίπτωση αυτή η προσφορά των υποδομών και υπηρεσιών της να προσανατολίζεται στη ζήτηση για ταξίδια διακοπών και να διαμορφώνει σχετικά γρήγορα και μια ανάλογη εικόνα του «προϊόντος» Ελλάδα. Σε αυτό, συνέβαλαν τόσο το φυσικό και δομημένο περιβάλλον, όσο και η πολιτική των μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων (tour operators) στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Κυρίαρχο χαρακτηριστικό αυτού του προτύπου τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί η άμεση εξάρτηση των χωρών που αναπτύσσουν το συγκεκριμένο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης από τις χώρες αποστολής τουριστών.

Σήμερα, αυτό το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης βρίσκεται σε κρίση. Η θεωρία του κύκλου ζωής (Butler, 1980) μπορεί να χρησιμεύσει ως ένα ερμηνευτικό εργαλείο της κρίσης αυτής και να επιβεβαιώσει τη λογική της αναπτυξιακής διαδικασίας. Στο πλαίσιο αυτής της θεωρίας, ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος (μοντέλο των 4S) φαίνεται να ανταποκρίνεται συχνά στην ανάπτυξή του και στον εκδημοκρατισμό των διακοπών, όπου η τουριστική ζήτηση απευθύνεται σε όλο και χαμηλότερα εισοδηματικά στρώματα. Η σχετική

ζήτηση υπήρξε αυξητική για ένα μεγάλο αριθμό ετών. Ως εκ τούτου, μία μαζική τουριστική προσφορά αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς προκειμένου να ικανοποιήσει την συνεχώς αυξανόμενη τουριστική ζήτηση. Αποτέλεσμα αυτού είναι η δημιουργία μιας τουριστικής ανάπτυξης με ταχύτατους ρυθμούς, εστιασμένης σε συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς, που στο στάδιο της ωριμότητας (κατά Butler) ο σχετικός ρυθμός σταματά. Στο στάδιο αυτό, το τουριστικό προϊόν προσφέρεται σε μεγάλα πληθυσμιακά στρώματα. Η προσπάθεια να διαμορφωθεί μία νέα τουριστική ζήτηση θα πρέπει να στηρίζεται σε αυξημένα επενδυτικά κεφάλαια, εφόσον είναι γνωστή η υφισταμένη δομή μιας νέας ζήτησης που θα προέρχεται από άτομα χαμηλού εισοδηματικού επιπέδου. Όμως, το μοντέλο μιας σταθερής τουριστικής ανάπτυξης δεν μπορεί να διατηρηθεί μακροχρόνια, καθότι στο τέλος του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος των 4S παρατηρείται μία τάση για άνοδο των τιμών, η οποία εξαρτάται από τον βαθμό ανοίγματος της χώρας στο διεθνοποιημένο / παγκοσμιοποιημένο οικονομικό σύστημα και το στάδιο της οικονομικής της ανάπτυξης. Πρόσθετοι παράγοντες που επιδρούν στην αναπτυξιακή αυτή λογική, είναι το κόστος των εργατικών χεριών, οι τουριστικοί πόροι και κόστος συντήρησής τους, το κόστος της γης και οι μαζικές εισαγωγές τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, η χρήση των ναυλωμένων πτήσεων (charters) και τα χαμηλού κόστους καταλύματα. Ως εκ τούτου, η διαφορά των τιμών μεταξύ χωρών προέλευσης και χωρών υποδοχής εξαφανίζεται σταδιακά, ενώ το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν γίνεται ακριβότερο και χαμηλότερης ποιότητας.

Στην περίπτωση της προβληματικής παραγωγής των τουριστικών υπηρεσιών η αύξηση της παραγωγικότητας των τουριστικών υπηρεσιών είναι εξαιρετικά δύσκολη, εξαιρουμένων κάποιων μεταφορικών υπηρεσιών. Αυτή η παραγωγικότητα, αυξάνεται με αργούς ρυθμούς και επικεντρώνεται σε μία αύξηση του κόστους του εργατικού δυναμικού που αυξάνει τις τιμές του τουριστικού προϊόντος. Ουσιαστικά, σε αυτή την διαδικασία, το μοντέλο των 4S του μαζικού τουρισμού όχι μόνον διαμορφώνει ένα υψηλότερο κόστος από ότι προηγουμένως, αλλά βαθμιαία η ποιότητά του χειροτερεύει. Ως εκ τούτου, διαμορφώνεται μία κατάσταση κορεσμού και παρακμής, με αποτέλεσμα την απαρχή της κρίσης που μπορεί να συνδυαστεί με την κρίση του «μοντέλου των 4S». Η Ελλάδα είναι μία χώρα υποδοχής τουριστών που γνωρίζει την παρακμή του μοντέλου των 4S και του προτύπου “sun lust” και θα έπρεπε να προσανατολίζεται χρόνια πριν σε μία μετατροπή / διαφοροποίηση / εμπλουτισμό του τουριστικού της προϊόντος.---

ΚΕΦ.2ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

Τι είναι Γαστρονομικός Τουρισμός;

Όταν μιλάμε για γαστρονομικό τουρισμό αναφερόμαστε ουσιαστικά σε μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού (η γαστρονομία θεωρείται πολιτιστική έκφραση) στην οποία οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να βιώσουν μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες, και αποτελεί μια απ' τις μεγαλύτερες τάσεις στον χώρο του τουρισμού παγκοσμίως. Παραδείγματα υπηρεσιών γαστρονομικού τουρισμού είναι:

- η διοργάνωση σεμιναρίων Κρητικής Κουζίνας, εκδηλώσεων γευσιγνωσίας και οινογνωσίας,
- η ξενάγηση και γνωριμία με παραδοσιακά προϊόντα και τις μεθόδους παρασκευής τους,
- μαγειρικές επιδείξεις κ.α.

Εναλλακτική μορφή τουριστικής ανάπτυξης

Με τον όρο εναλλακτικές μορφές τουρισμού αναφερόμαστε στον τουρισμό που σχετίζεται με εναλλακτικές μορφές, αφενός σε οργανωτικό επίπεδο και αφετέρου όσον αφορά τα χαρακτηριστικά των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναζητούν οι επισκέπτες. Ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει κίνητρα, τα οποία συνδέονται με συγκεκριμένα θέματα, όπως φυσιολατρία, ταξίδια περιπέτειας, αθλητικές δραστηριότητες, γνωριμία με την τοπική παράδοση κ.α.

Ο γαστρονομικός τουρισμός – υποκατηγορία του οποίου αποτελεί και ο οινικός τουρισμός – αποτελεί το «κανάλι» μέσα απ' το οποίο θα διοχετεύσουμε τα τοπικά προϊόντα και θα προβάσουμε τον διατροφικό πολιτισμό και την γαστρονομία μας. Αποτελεί το «πάντρεμα» των ποιοτικών τοπικών προϊόντων με το τουριστικό προϊόν στο οποίο στηρίζεται

1. Μ. Λογοθέτης, Δίκαιο της..., σ. 41.

2. Μ. Γ. Βενετσανοπούλου, Η κρατική συμβολή...,2006, σ. 62-63

ένα τόσο μεγάλο κομμάτι της ελληνικής οικονομίας και θα μας δώσει πραγματικές προοπτικές για την ανάπτυξη δράσεων που θα εμπλουτίσουν το ήδη υπάρχον τουριστικό προϊόν, θα οδηγήσουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, και θα δημιουργήσουν ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρονται μόνο στη χώρα μας – ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα δηλαδή.

2.1 Ιστορία της γαστρονομίας

Γαστρονομία είναι η τέχνη της επιλογής, της ετοιμασίας, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης του καλού φαγητού. Ο Ανθέλμος Brillat-Savarin, ο μεγάλος Γάλλος επιγραμματολόγος και γαστρονομική αυθεντία του τέλους του 18ου και των αρχών του 19ου αιώνα, ονόμασε γαστρονομία "την ευφυή γνώση παντός ότι αφορά στη διατροφή του ανθρώπου". Μέσα από τους αιώνες η γαστρονομία αποδείχθηκε μεγαλύτερη πολιτιστική δύναμη μεταξύ των λαών του κόσμου από τη γλωσσολογία ή άλλες επιδράσεις. Σήμερα ο κόσμος μπορεί να διαιρεθεί σε καθορισμένες γαστρονομικές περιοχές, όπου επικρατούν ξεχωριστές κουζίνες που χρησιμοποιούν κοινές μαγειρικές πρακτικές. Το ρύζι είναι το βασικό προϊόν στο μεγαλύτερο μέρος της νοτιανατολικής Ασίας. Το ξεχωριστό χαρακτηριστικό της κουζίνας της Ινδίας και της Ινδονησίας είναι η άφθονη και εφευρετική χρησιμοποίηση των μπαχαρικών για να δώσουν μια ιδιαίτερη ζωντάνια στα φαγητά. Το ελαιόλαδο είναι ο κοινός παρανομαστής στις διάφορες μεσογειακές κουζίνες. Η βόρεια Ευρώπη και η βόρεια Αμερική χρησιμοποιούν μια ποικιλία μαγειρικών λιπών, όπως βούτυρο, κρέμα γάλακτος, λαρδί και λίπος χήνας και κοτόπουλου, όμως το κοινό γαστρονομικό σημείο στις περισσότερες από τις χώρες αυτές είναι το σιτάρι, η βασική σοδειά τους. Στη Λατινική Αμερική το βασικό προϊόν είναι το καλαμπόκι, που χρησιμοποιείται σε μια μεγάλη ποικιλία μορφών

Οι ρίζες της γαστρονομίας

Γύρω στο 7000 π.χ. , εμφανίζεται στην Ελλάδα μια σειρά από νέα τρόφιμα, ενώ γύρω στο 6000 π.χ. εισάγονται νέες μέθοδοι παρασκευής των τροφών. Κρίνοντάς τους υπό το πρίσμα της δικής μας, σύγχρονης προοπτικής, οι δύο αυτοί νεωτερισμοί μπορούν να χαρακτηριστούν συνολικά ως ζεύγος «νεολιθικών επαναστάσεων». Παρόλο οι προηγούμενες τροφές και οι προηγούμενες μέθοδοι συνέχισαν να κατέχουν σημαντική θέση, το καλλιεργημένο σιτάρι και το καλλιεργημένο κριθάρι αφενός και τα εξημερωμένα ζώα της ύστερης περιόδου αφετέρου κυριάρχησαν πολύ σύντομα στη διατροφή των πληθυσμών των οποίων τον τρόπο ζωής σχεδιάσαμε με αδρές γραμμές χάρη στα αρχαιολογικά ευρήματα.

Πάντως η διατροφή δεν επηρεάστηκε στην Ελλάδα από αυτήν την επανάσταση κατά τρόπο δραστικό, όπως συνέβη σε άλλες περιοχές. Η επισκόπηση του ρεπερτορίου των τροφών κατά την κλασική περίοδο δείχνει τη μεγάλη σημασία των ψαριών, των οστρακοειδών και των αγριόχορτων, των οποίων η χρήση άρχισε κατά τις πρώιμες περιόδους και έμεινε στην ουσία ανεπηρέαστη από την καλλιέργεια και την εξημέρωση άλλων ειδών. Στην Ελλάδα όπως και σε άλλες χώρες άλλωστε ο φτωχός βρίσκει την τροφή του όπου μπορεί. «η γη τους χαρίζει πλούσια ζωή και πάνω στα βουνά τους η κορυφή της δρυός βαραίνει από τα βαλανίδια και τα κλαδιά της από τις μέλισσες» (Ησίοδος, Έργα και Ημέραι, στ. 232-33).

Ιστορία της γαστρονομίας στη δύση

Το πρώτο σημαντικό βήμα για τη δημιουργία της γαστρονομίας ήταν η χρήση της φωτιάς, με την οποία ο πρωτόγονος άνθρωπος μαγείρευε την τροφή του, που οδήγησε στη δημιουργία των πρώτων φαγητών, καθώς οι οικογένειες συγκεντρώνονταν γύρω απ' τη φωτιά και τρώγανε μαζί τα φαγητά που είχαν μαγειρέψει. Σε αρχαίους πολιτισμούς της Ασσυρίας,

1. Μπόσκος και Παλησίδης, (2011) «διατροφικά και γαστρονομικά...», cuzinology.gr

2. Andrew Dalby, 1996, «Σειρήνια Δείπνα», σ. 79

της Βαβυλώνας, της Περσίας και της Αιγύπτου, η επιλογή, η ετοιμασία, το σερβίρισμα και η απόλαυση του φαγητού λάμβαναν χώρα σε πολύ εκλεπτυσμένο επίπεδο. Η Βίβλος, στο Βιβλίο του Δανιήλ, αφηγείται την ιστορία του πώς ο Βαλτάσαρ, βασιλιάς των Χαλδαίων, "έκανε μια μεγάλη γιορτή σε χίλιους από τους άρχοντές του, και ήπιε κρασί μπροστά στους χίλιους." Μετά διέταξε να προσκομιστούν χρυσά και αργυρά σκεύη και ο ίδιος και οι γυναίκες του, οι πρίγκιπες και οι παλλακίδες ήπιαν κρασί και ύμνησαν τους θεούς του χρυσού, του αργύρου, του ορείχαλκου και της πέτρας.

Ελλάδα και Ρώμη

Στην αρχαία Ελλάδα, οι Αθηναίοι πίστευαν ότι η ώρα του φαγητού παρείχε την ευκαιρία τροφής του πνεύματος όπως και του σώματος. Ξάπλωναν σε ανάκλιτρα ενώ έτρωγαν και συνόδευαν το γεύμα με μουσική, ποίηση και χορό. Οι Έλληνες δημιούργησαν τη φιλοσοφική βάση του ευ ζην, την Επικούρεια φιλοσοφία, σύμφωνα με την οποία κύριος σκοπός της ζωής είναι η τέρψη, που όμως δεν υπονοούσε την καλοπέραση, όπως σήμερα. Οι Επικούρειοι πίστευαν ότι η τέρψη μπορεί να επιτευχθεί κατά τον καλύτερο τρόπο με την άσκηση της αυτοσυγκράτησης και με τη μείωση των επιθυμιών στο ελάχιστο. Σήμερα ως επικούρειος νοείται κάποιος "που είναι προικισμένος με ευαίσθητη και διακριτική γεύση για το φαγητό και το κρασί." Οι αρχαίοι Έλληνες ασκούσαν τη μετριοπάθεια στα πάντα, όμως οι Ρωμαίοι ήταν γνωστοί για τις υπερβολές τους. Οι κοινοί πολίτες τρέφονταν με κριθάρι και χυλό σιταριού, ψάρια και αλεσμένα κουκουνάρια, όμως οι Ρωμαίοι Αυτοκράτορες κι οι πλούσιοι αριστοκράτες κυριολεκτικά "περιδρόμιαζαν" σε παραλυτικές ποικιλίες φαγητών. Έστηνα πλουσιοπάροχα δείπνα, όπου σερβίρονταν πάνω από 100 διαφορετικά είδη ψαριών και βουνά από κρέας βοδινό, χοιρινό, μοσχαράκι, αρνιού, αγριόχοιρου, ελαφιού, στρουθοκαμήλου, πάπιας και παγωνιού. Παράγγελλαν τη μεταφορά χιονιού και πάγου από τις Άλπεις για να ψύχουν τα ευαίσθητα φαγητά και έστελναν ειδικούς στα ακρότατα όρια της ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας για να αναζητήσουν εξωτικές νοστιμιές. Μάζευαν ταμανιτάρια στη Γαλλία, κι ο Ρωμαίος συγγραφέας Ιουβενάλιος, αναφερόμενος στα τέλη του 1ου και τις αρχές του 2ου μΧ. αιώνα, περιγράφει δείπνο, όπου σερβίρονταν μπαμπούνια από τη Κορσική και λάμπραινες από τη Σικελία.)

Όμως, μολονότι οι Ρωμαίοι έδιναν μεγάλη σημασία στις εξωτικές νοστιμιές, δεν ήταν γαστρονόμοι με την αληθινή έννοια του όρου. Ο όρος υπονοεί μια ευαισθησία και διακριτική ικανότητα, η οποία τους έλειπε. Οι αχαλίνωτη όρεξη των Ρωμαίων Αυτοκρατόρων και ευγενών συχνά τραβούσαν τα πράγματα στα άκρα. Ο Αυτοκράτορας Καλιγούλας έπινε μαργαριτάρια διαλυμένα σε ξύδι. Για τον Μάξιμο αναφέρεται ότι κατανάλωνε 30 κιλά κρέας την ημέρα και ο Αλμπίνος λέγεται ότι έφαγε 300 σύκα, 100 ροδάκινα, 10 πεπόνια και πελώριες ποσότητες άλλων φαγητών σε μια καθισιά. Ο Λούκουλος ήταν ένας πάμπλουτος που έκανε τόσο πλουσιοπάροχα δείπνα, ώστε το όνομά του έγινε σύμβολο τόσο της εξωφρενικής σπατάλης όσο και της μαγειρικής εξοχότητας. Η προστυχιά και η μανία επίδειξης των ρωμαϊκών συμποσίων σατιρίζεται από τον Πετρώνιο στο "Σατυρικό" του, που γράφτηκε τον 1ο αιώνα μΧ. Ένας απελεύθερος ονόματι Τριμάλχιος διασκεδάζει σε ένα γιγαντιαίο εορτασμό, στον οποίο οι συνδαιτυμόνες απολαμβάνουν το ένα εξωκοσμικό θέαμα μετά το άλλο. Σερβίρεται ένας γάιδαρος πάνω σε δίσκο, κυκλωμένος από ασημένια πιάτα που περιέχουν κρέατα βουτηγμένα στο μέλι. Μια τεράστια γουρούνα είναι κομμένη και από την πιατέλα πετούν ζωντανές κίχλες. Ένας σεφ ανοίγει την κοιλιά ενός ψητού γουρουνόπουλου και βγάζει από μέσα αιματηρά λουκάνικα και πίττες.

Ο Ευρωπαϊκός Μεσαίωνας

Τα δείπνα και οι γιορτές του Μεσαίωνα χαρακτηρίζονταν επίσης από τη χοντροκοπιά και την επιδειξιομανία και μόνο από τον Φράγκο Αυτοκράτορα Charlemagne προστέθηκε μια νότα εκλέπτυνσης, με τη διακόσμηση των χώρων και τη χρήση αργυρών σκευών, χωρίς όμως ουσιαστικές βελτιώσεις στο φαγητό. Την εικόνα της τραχιάς αυτής κουζίνας δίνει το πρώτο γαλλικό βιβλίο μαγειρικής Le Viander (περ. 1375), γραμμένο από τον Guillaume Tirel, γνωστό ως Taillevent, σεφ του βασιλιά Καρόλου ΣΤ', που χρησιμοποιούσε ψίχα ψωμιού αντί για αλεύρι για να κάνει τις σάλτσες του παχύρευστες (που εν τούτοις χρησιμοποιούνταν δυο αιώνες πριν) και επίσης άφθονα μπαχαρικά με σκοπό να καλύψει τη γεύση των φαγητών, τα οποία ελλείπει ψυγείων, συχνά ήταν χαλασμένα. Αντίθετα η γαλλική μαγειρική θα χαρακτηρίζονταν τελικά από τη λεπτότητα των καρυκευμάτων και των σαλτσών της και τους ευφυείς συνδυασμούς υφής και γεύσης, με σκοπό την ανάδειξη της γεύσης και όχι την κάλυψή της.

Η ιταλική Αναγέννηση

Το σημείο καμπής για τη γέννηση της γαστρονομικής τελειότητας ήταν η ιταλική Αναγέννηση. Στις αρχές του 15ου αιώνα οι πλούσιοι έμποροι στην Ιταλία παρέθεταν καλαίσθητα συμπόσια. Αντί για τα χοντροκομμένα κομμάτια κρέατος που έτρωγαν αλλού, απολάμβαναν θαυμάσιες νοστιμιές όπως μανιτάρια, σκόρδο, τρούφες και τουρνεντό (χοντρές φέτες από φιλέτο μόσχου) και πιάτα ζυμαρικών, όπως λαζάνια και ραβιόλια. Στα πλουσιότερα νοικοκυριά οι νοστιμιές αυτές με πολυτελέστατο τρόπο. Όταν ο Βικέντιος Α΄, ο Δούκας της Μάντοβας, γιόρτασε το γάμο του το 1581, ένας προσκεκλημένος αφηγήθηκε πως υπήρχαν 100 κυρίες, όμορφες πέρ' από κάθε μέτρο και πλουσιότατα ντυμένες . . . [και εκεί,] πάνω σε ένα ωραίο μπουφέ, έβλεπε κανείς μια μεγάλη σειρά από διάφορα κύπελλα, καράφες και ποτήρια κολονάτα και πανέμορφα σκεύη από βενετσιάνικο γυαλί που ξεπερνούσαν κάθε περιγραφή. Η γιορτή κράτησε τρεις ώρες. Τα τραπέζια ήταν στρωμένα με λεπτότατα κεντημένα υφάσματα. Ο προσκεκλημένος αφηγείται ότι το πρώτο σερβίρισμα από τον μπουφέ ήταν μεγάλες σαλάτες καλυμμένες με φανταστικές συνθέσεις, όπως ζώα από κίτρα, κάστρα από γογγύλια, τείχη από λεμόνια και πολύχρωμα στολισμένα με φέτες από χοιρομέρι, αυγά από κέφαλους, ρέγγες, τόνο, αντσούγες, κάπαρη, ελιές, χαβιάρι, μαζί με ζαχαρωμένα λουλούδια και άλλα φρούτα γλασέ. Τα τραπέζια επίσης ήσαν διακοσμημένα με πολύ γούστο και φαντασία. Υπήρχαν τρία μεγάλα αγάλματα από τριμμένο αμύγδαλο. Ένα ήταν το άλογο του Καπιτωλίου, το δεύτερο ο Ηρακλής με το λιοντάρι και το τρίτο ένα μονόκερως με το κέρασ μέσα στο στόμα του δράκου. Η αφθονία στο τραπέζι ήταν σχεδόν απίστευτη. Το τραπέζι ήταν γεμάτο με πολλά άλλα πράγματα--ζελέδες, μπισκότα με μπαχαρικά, σαβοαγιάρ, μπισκότα μιλανέζικα, κουκουνάρια, κιμάδες, σαλάμια, γλυκά από φιστίκι, αμυγδαλωτά, πάστες . . . γαλοπούλες γεμιστές και ψητές στη σούβλα, πουλάδες μαρινάτες, σταφύλια, φράουλες πασπαλισμένες με ζάχαρη, αγριοκέρασα και σπαράγγια μαγειρεμένα σε βούτυρο κατά διάφορους τρόπους

2.2 Η Γαστρονομία ως τουριστικό προϊόν

Η γαστρονομία ως τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει ένα μίγμα προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά προϊόντα και πιάτα ενός τόπου, το ταλέντο και τη δημιουργικότητα όσων τα παρασκευάζουν, τη μοναδικότητα και την παράδοση του τόπου, έτσι ώστε να προσφέρουν στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη και αξιομνημόνευτη ταξιδιωτική-γαστρονομική εμπειρία.

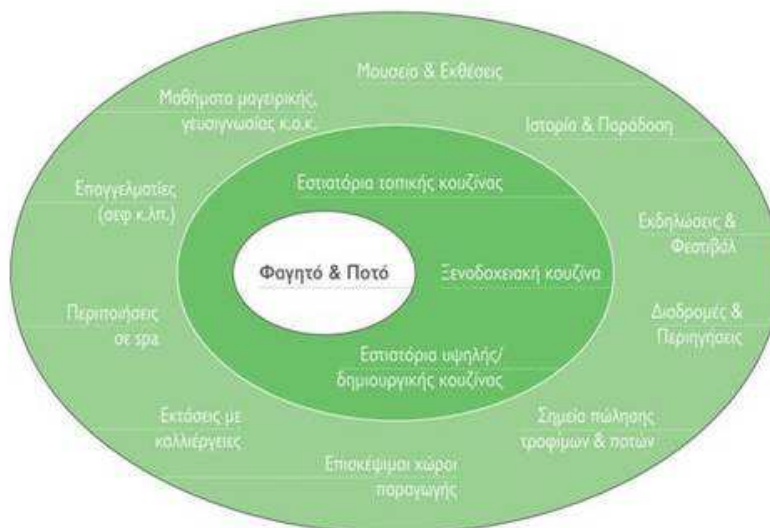
Ένα τουριστικό χαρτοφυλάκιο γαστρονομικών προϊόντων μπορεί να διαθέτει μια ευρεία ποικιλία στοιχείων, από εστιατόρια τοπικής κουζίνας μέχρι περιποιήσεις spa με χαρακτηριστικά προϊόντα. Τα οφέλη από την γαστρονομία διαχέονται, εκτός από τον τουρισμό, σε ένα ευρύ φάσμα οικονομικών δραστηριοτήτων. Ως προς τον τουρισμό, είναι αποδεδειγμένο ότι το καλό φαγητό αφενός μεν αποτελεί μια σημαντική πηγή ικανοποίησης για κάθε τουρίστα, αφετέρου δε υποκινεί υψηλότερη τουριστική δαπάνη. Όταν ο τουρίστας διαπιστώσει ότι ένας προορισμός έχει καλό φαγητό, είναι πρόθυμος να δαπανήσει μεγαλύτερα ποσά π.χ. με το να δοκιμάζει περισσότερα εδέσματα στους χώρους εστίασης, με το να αγοράζει γαστρονομικά δώρα κοκ. Ως προς το συνολικό όφελος, παρατηρείται ότι όταν η τουριστική κατανάλωση κατευθύνεται στην τοπική γαστρονομία, ενισχύονται η τοπική οικονομία, η αγροτική παραγωγή και η μεταποίηση τροφίμων.

Όσον αφορά στη ζήτηση για γαστρονομία, τα δεδομένα και οι ενδείξεις δείχνουν ανοδική τάση. Σύμφωνα με έρευνα (Mintel, 2009, Gastronomic Tourism-International, Travel & Tourism Analyst/ No4) , τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών που ασχολούνται ολοένα και περισσότερο στα ταξίδια τους με το φαγητό και το ποτό. Μάλιστα, ένας σημαντικός αριθμός ταξιδιωτών επιζητά ενεργητικότερη ενασχόληση με τη γαστρονομία. Ο ελληνικός τουρισμός έχει την δυνατότητα να αξιοποιήσει αυτή την τάση. Πρόσφατη έρευνα του ΣΕΤΕ έδειξε ότι η ελληνική κουζίνα έχει κερδίσει πολλούς φίλους στο εξωτερικό χάρη στον ιδιαίτερο χαρακτήρα της. Η ποικιλία των μεζέδων, η απλότητα των παρασκευών, η νοστιμιά και η θρεπτική αξία των φρέσκων ελληνικών προϊόντων, την έχουν κάνει ευρύτερα γνωστή κι αγαπητή.

Η Κρήτη και η Σαντορίνη απέδειξαν ότι η ενασχόληση με την γαστρονομία αποδίδει. Το παράδειγμά τους πρέπει να ακολουθήσουν και άλλες περιοχές. Η Ελλάδα, σε σχεδόν κάθε γωνιά της, διαθέτει αξιόλογους γαστρονομικούς πόρους και για την διαμόρφωσή τους δεν απαιτούνται μεγάλες επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και πάγια, αλλά σχετικά μικρές επενδύσεις σε ενέργειες μάρκετινγκ.

Αν προσεγγίσουμε συστηματικά τη σύνδεση γαστρονομίας και τουρισμού, γρήγορα θα ανακαλύψουμε ότι αποκτούμε ένα σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα και μια σημαντική πηγή πόρων για την οικονομία του τόπου μας.

Εικόνα 1. Ενδεικτικό τουριστικό χαρτοφυλάκιο γαστρονομικών προϊόντων



Πηγή: ΣΕΤΕ, 2009, Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού

ΚΕΦ.3ΣΧΕΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ποιά είναι η σχέση της Γαστρονομίας με τον Τουρισμό;

Η σχέση της γαστρονομίας με τον τουρισμό είναι αρκετά σύνθετη, αφού το φαγητό υπεισέρχεται στην ταξιδιωτική εμπειρία με διάφορους τρόπους. Πιο συγκεκριμένα:

- Η προσφορά καλής κουζίνας αποτελεί απόλαυση, εμπειρία, τμήμα της πολιτιστικής ταυτότητας ενός τόπου και συνεπώς, μια σημαντική πηγή ικανοποίησης για κάθε τουρίστα, ανεξάρτητα εάν έχει ή δεν έχει κάποιο ειδικό ενδιαφέρον για τη γαστρονομία.
- Αυξάνεται συνεχώς ο αριθμός των καταναλωτών που επιθυμούν να μάθουν περισσότερα για την τοπική γαστρονομία, χωρίς απαραίτητα αυτό να αποτελεί το κύριο ταξιδιωτικό τους κίνητρο.
- Υπάρχουν τουρίστες που έχουν ως αποκλειστικό ταξιδιωτικό κίνητρο την άσκηση δραστηριοτήτων γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Αυτή η μορφή τουρισμού ορίζεται ως γαστροτουρισμός. Οι «γαστροτουρίστες» ταξιδεύουν με σκοπό να ανακαλύψουν νέες γεύσεις και να απολαύσουν τοπική ή/και υψηλού επιπέδου γαστρονομία, εμβαθύνοντας παράλληλα στην ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού. Εξειδικευμένες επιχειρήσεις (θεματικοί tour operators, ειδικευμένα ξενοδοχεία κ.λπ.) καλύπτουν αυτή την αυξανόμενη ζήτηση για γαστρονομικά ταξίδια.
- Ορισμένες μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός ευεξίας και ο αγροτουρισμός, προάγουν την ενασχόληση με πτυχές της γαστρονομίας π.χ. με την προσφορά διαιτητικής κουζίνας, την προβολή της υγιεινής διατροφής και την καλλιέργεια τοπικών προϊόντων.

Συνεπώς η γαστρονομία υπεισέρχεται με διττό τρόπο στη συζήτηση για τον τουρισμό:

- **αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία για όλους ανεξαιρέτως τους τουρίστες**
- **ελκύει εύπορους, ειδικού ενδιαφέροντος τουρίστες.**

3.1 Γιατί ωφελεί τον Τουρισμό η Αναβάθμιση της Γαστρονομικής Προσφοράς;

Η προσφορά μιας προσιτής και καλής κουζίνας στους επισκέπτες ωφελεί τον προορισμό ποιοτικά και ποσοτικά. Η δοκιμή της τοπικής κουζίνας συνεπάγεται ταυτόχρονα δοκιμή του διαφορετικού, μύηση σε έναν άλλο τρόπο ζωής. Μέσα από τη γαστρονομία, η τουριστική εμπειρία εμπλουτίζεται με την ανάδειξη ενός τοπικού «lifestyle» δίνοντας στον προορισμό ένα σημαντικό στοιχείο διαφοροποίησης.

Το καλό φαγητό επίσης, **αποτελεί κριτήριο για το χαρακτηρισμό ενός προορισμού ως ποιοτικού**. Είναι ευνόητο ότι η αντίληψη του τουρίστα για τους ποιοτικούς προορισμούς συγκαταλέγει -μεταξύ άλλων- γενικές υποδομές, καλά ξενοδοχεία, καθαρό περιβάλλον, εξυπηρέτηση και μέρη όπου μπορεί κανείς να απολαύσει καλής ποιότητας φαγητό. Αναμφίβολα, η ποιότητα επιβραβεύεται. Όταν ο τουρίστας διαπιστώσει ότι ένας προορισμός έχει καλό φαγητό, είναι πρόθυμος να δαπανήσει μεγαλύτερα ποσά π.χ. με το να δοκιμάζει περισσότερα εδέσματα στους χώρους εστίασης, με το να αγοράζει γαστρονομικά δώρα κ.ο.κ.

Το καλό φαγητό λοιπόν, **υποκινεί υψηλότερη τουριστική δαπάνη**.

Τέλος, έχει διαπιστωθεί ότι η φήμη ενός προορισμού για την καλή κουζίνα του, προσελκύει νέες κατηγορίες τουριστών που έχουν ειδικό ενδιαφέρον για γαστρονομικές δραστηριότητες.

3.2 Ποιά Γαστρονομικά Προϊόντα απευθύνονται στην Τουριστική Αγορά;

Είναι ευνόητο ότι το φαγητό και το ποτό αποτελούν την καρδιά της γαστρονομικής προσφοράς. Για να μπορέσει όμως, ένας προορισμός να ικανοποιήσει γαστρονομικά την τουριστική αγορά χρειάζεται να εμπλουτίσει αυτό το βασικό συνδυασμό.

Οι δημοφιλείς γαστρονομικοί προορισμοί σχεδιάζουν ειδικά για τους τουρίστες ένα μίγμα προϊόντων, υπηρεσιών, δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά προϊόντα και πιάτα ενός τόπου, το ταλέντο και τη δημιουργικότητα όσων τα παρασκευάζουν, τη μοναδικότητα και την παράδοση του τόπου, έτσι ώστε να προσφέρουν στον επισκέπτη μια ολοκληρωμένη και αξιομνημόνευτη ταξιδιωτική-γαστρονομική εμπειρία.

Τόσο η βιβλιογραφική επισκόπηση, όσο και η διεθνής εμπειρία δείχνουν ότι η τουριστική αγορά συνδέεται με τη γαστρονομία με μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων που όλα μαζί συνθέτουν ένα τουριστικό χαρτοφυλάκιο

γαστρονομικών προϊόντων. Το περιεχόμενο του χαρτοφυλακίου σχετίζεται είτε με το φαγητό είτε (και) με το ποτό (κυρίως το κρασί, αν και υπάρχουν τουριστικές δραστηριότητες γύρω από την μπίρα, το ουίσκι κ.λ.π.) και γι' αυτό ο συνδυασμός φαγητό-ποτό βρίσκεται στον πυρήνα του. Γύρω από τον πυρήνα του χαρτοφυλακίου συγκαταλέγονται οι χώροι όπου ο τουρίστας έχει συνήθως την πρώτη επαφή με τη γαστρονομία του προορισμού. Τα μέρη αυτά είναι το ξενοδοχείο που διαμένει και οι χώροι εστίασης κάθε τύπου (τοπικής ή υψηλής/δημιουργικής κουζίνας). Στην περιφέρεια του χαρτοφυλακίου τοποθετούνται κυρίως στοιχεία που ενισχύουν τη γαστρονομική ταυτότητα του προορισμού για τα οποία επιχειρείται μία ενδεικτική ομαδοποίηση ως προς κάποιο κοινό γνώρισμα. Η ιστορία και η παράδοση, με αναρίθμητα γεγονότα, ήθη και έθιμα και μυθολογικές αναφορές σχετικά με το φαγητό ή το ποτό, προσφέρουν μια πλατφόρμα συναρπαστικών αφηγήσεων, οι οποίες μπορούν να βρουν έκφραση σε ένα μουσείο ή να αποτελέσουν το κεντρικό θέμα ενός φεστιβάλ. Επιπλέον, η ενασχόληση με αυτές τις δραστηριότητες έχει ως κεντρικό άξονα τον πολιτισμό. Τα διάφορα μαθήματα (μαγειρικής, γευσιγνωσίας) και οι επαγγελματίες που έχουν διακριθεί στον κλάδο τους, όπως ένας γνωστός σεφ, είναι τα πιο «προσωποκεντρικά» στοιχεία του χαρτοφυλακίου. Για παράδειγμα, μια σειρά μαθημάτων για να είναι ελκυστική, θα πρέπει να στηρίζεται σε έναν επαγγελματία που κάνει τη δουλειά του με μεράκι και πάθος. Επίσης, ένας προορισμός που θέλει να έχει ένα ολοκληρωμένο χαρτοφυλάκιο θα πρέπει να εντάξει σ' αυτό κάθε αντιπροσωπευτική γαστρονομική προσωπικότητα. Πολλοί, για παράδειγμα, έχουν συνδέσει την ισπανική γαστρονομία με τον Ferran Adria και την ιαπωνική με τον Nobu Matsuhisa . Ας μην ξεχνάμε επίσης ότι και πολλά σύγχρονα προϊόντικά brands έχουν ξεκινήσει από το όραμα ενός και μόνου ατόμου (π.χ καφές Λουμίδα, ούζο Βαρβαγιάννη, σοκολάτες Παυλίδη).

3.3 Ποιοί επιλέγουν το Γαστρονομικό Τουρισμό;

Το προφίλ των γαστροτουριστών σύμφωνα με τα αποτελέσματα δύο ερευνών^{1,2} έχει ως εξής:

- Ηλικίες: (κυρίως) 30-50 ετών & (δευτερευόντως) 51-64 ετών
- Επαγγελματικά καταξιωμένοι
- Υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα από το μέσο τουρίστα
- Υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο από το μέσο τουρίστα
- Περιπετειώδεις και έμπειροι ταξιδιώτες
- Ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό του προορισμού
- Δαπανούν μεγάλο ποσοστό του ταξιδιωτικού προϋπολογισμού σε δραστηριότητες γαστρονομικού ενδιαφέροντος

Οι βασικές χώρες προέλευσης των γαστροτουριστών είναι:

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

Ένας προσεκτικός αναγνώστης θα παρατηρήσει ότι στις παραπάνω χώρες περιλαμβάνονται και οι κυριότερες αγορές του ελληνικού τουρισμού. Αυτό σημαίνει ότι ξένοι τουρίστες από αυτές τις χώρες έχουν «αγοράσει» το ελληνικό προϊόν, κατά κύριο λόγο «ήλιο και θάλασσα». Εντάσσοντας τη γαστρονομία στο χαρτοφυλάκιο του ελληνικού τουρισμού ως νέο ή εμπλουτισμένο προϊόν, θα μπορούσαμε πιο εύκολα να διεισδύσουμε σε καθιερωμένες αγορές αντί σε νέες. Με άλλα λόγια, είναι πιο εφικτή και αποτελεσματική μια μεγαλύτερη διείσδυση με τη γαστρονομία στη Γερμανία που είναι μια καθιερωμένη αγορά έναντι της Κίνας που είναι μια νέα αγορά. Φυσικά οι στρατηγικές επιλογές ως προς την τοποθέτηση των ελληνικών τουριστικών προϊόντων σε υφιστάμενες και νέες αγορές πρέπει να πραγματοποιηθούν μετά από έρευνα. Δεδομένου του έντονου ανταγωνισμού, η ξεκάθαρη τοποθέτηση αποτελεί επιτακτική ανάγκη, μια διαπίστωση που ο ΣΕΤΕ είχε υπογραμμίσει και σε παλαιότερη μελέτη του.

3.4 Παράγοντες Επιτυχίας στη Διαχείριση και Προβολή Γαστρονομικών Προορισμών

Αναλύοντας τον τρόπο οργάνωσης, τις στρατηγικές και τις τακτικές των συλλογικών φορέων τουρισμού στους επιτυχημένους γαστρονομικούς προορισμούς, μπορεί κανείς να προσδιορίσει τους βασικούς παράγοντες επιτυχίας στη διαχείριση και προβολή των γαστρονομικών προορισμών και χαρτοφυλακίων.

Συνοπτικά, **οι κορυφαίοι γαστρονομικοί προορισμοί:**

• **Ισχυροποιούν την ταυτότητα του προορισμού αναδεικνύοντας τοπικά στοιχεία.**

Η ανάδειξη των τοπικών στοιχείων αποτελεί κρίσιμη επιλογή για να παγιωθεί μια ισχυρή ελκυστική ταυτότητα ενός προορισμού στην τουριστική αγορά. **Οι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού αναδεικνύουν κατά κύριο λόγο την τοπική κουζίνα τονίζοντας τον πλούτο και την ποικιλομορφία της κουζίνας που προσφέρουν οι διάφορες περιοχές της χώρας τους.** Με άλλα λόγια οι εθνικοί οργανισμοί προβάλλουν μια συλλογή από τοπικές κουζίνες και όχι απαραίτητα μια ενιαία εθνική κουζίνα. Ταυτόχρονα, οι τοπικοί φορείς ενδυναμώνουν την προσπάθεια των εθνικών διαφοροποιώντας τον τόπο τους, δίνοντας μεγάλη έμφαση στα τοπικά προϊόντα, στις τοπικές συνταγές και δομώντας ταξιδιωτικές εμπειρίες (π.χ. διαδρομές) γύρω από τις τοπικές γαστρονομικές ιδιαιτερότητες. Είναι χαρακτηριστικό ότι κλασικές γαλλικές σπεσιαλιτέ όπως το σουκρούτ, η μπουγιαμπέσα και το κασουλέ αποτελούν εμβληματικά πιάτα κυρίως των περιοχών προέλευσής τους, δηλ. της Αλσατίας, της Προβηγκίας και της περιοχής της Λανγκεντόκ αντίστοιχα. Οι φορείς του γαλλικού τουρισμού, μάλιστα, τονίζουν τις διαφορές και αντιθέσεις μεταξύ των περιοχών, ώστε να αναδειχθεί πιο έντονα ο γαστρονομικός πλούτος της χώρας.

• **Ενισχύουν την ποικιλία με την ανάπτυξη προϊόντων.**

Οι δημοφιλείς γαστρονομικοί προορισμοί διακρίνονται για την ποικιλία των γαστρονομικών τους προϊόντων, η οποία προκύπτει από την έντονη ενασχόληση των τοπικών τουριστικών οργανισμών με την ανάπτυξη προϊόντων. Ως ανάπτυξη προϊόντων νοείται ο εντοπισμός γαστρονομικών πόρων σε μια περιοχή (π.χ. συνταγές, τοπικά προϊόντα, παραδόσεις σχετιζόμενες με το φαγητό, υπαίθριες αγορές τροφίμων, χώροι παραγωγής κ.ο.κ.), η αξιοποίησή τους στο πλαίσιο μιας γαστρονομικής εμπειρίας (π.χ. σε έναν περίπατο γαστρονομικού ενδιαφέροντος ή σε μια γιορτή) και η ενσωμάτωση αυτής της εμπειρίας στο γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο του προορισμού. Ακόμα και οι προορισμοί που φημίζονται για ένα μόνο γαστρονομικό προϊόν προσπαθούν να δημιουργήσουν μια ευρύτερη γκάμα

εμπειριών. **Συνδέουν την κουζίνα με την παράδοση και την πολιτιστική κληρονομιά. Η κουζίνα παρουσιάζεται ως αναπόσπαστο στοιχείο του τοπικού πολιτισμού και του τρόπου ζωής που ακολουθούν διαχρονικά οι κάτοικοι του προορισμού.** Έτσι, παράλληλα με τα γαστρονομικά θέλγητρα προβάλλονται ιστορικά, πολιτιστικά και άλλα σημεία ενδιαφέροντος. Για παράδειγμα με μια πρώτη ανάγνωση της ιστοσελίδας του Turisme de Catalunya, στην ενότητα για τη γαστρονομία, εντοπίζει κανείς πολύ εύκολα την επιλογή «εμπόριο και παράδοση» όπου υπάρχουν από ιστορίες σχετικές με τις παραδοσιακές συνταγές μέχρι παρουσίαση μουσείων, παραδοσιακών μύλων κοκ. **Συνδέουν τον τουρισμό με την παραγωγική βάση.** Γενικά, ακολουθείται μια στρατηγική διασύνδεσης της τουριστικής κατανάλωσης με την παραγωγική βάση – ιδίως ως προς την αγροτική παραγωγή και τη μεταποίηση τροφίμων και ποτών – ώστε να επωφελείται συνολικά ο προορισμός από την τουριστική ανάπτυξη. Αυτή η φιλοσοφία έχει ευρέως υιοθετηθεί από εστιατόρια, ξενοδοχεία και εμπορικά καταστήματα που θεωρούν καθήκον τους να προσφέρουν τοπικά και όχι εισαγόμενα προϊόντα.

Έχουν ισχυρή διαδικτυακή παρουσία

Διαθέτουν πληρέστερες τουριστικές διαδικτυακές πύλες όπου ο επισκέπτης μπορεί να βρει έναν πολύ μεγάλο όγκο.

Μεριμνούν για τη φιλικότητα του προορισμού

Έξυπνα σχεδιασμένες διαδρομές, λεπτομερείς χάρτες, επαρκής οδική και επεξηγηματική σήμανση, άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες, φιλικό ωράριο λειτουργίας στους επισκέψιμους χώρους και μια σειρά από άλλες ευκολίες δείχνουν την προσπάθεια των τοπικών τουριστικών οργανισμών να προσφέρουν μια άρτια ταξιδιωτική εμπειρία στους επισκέπτες (βλ. παράδειγμα 2, σελ.18 «Les Circuits Gourmands»).

Συνεργάζονται και δικτυώνονται

Καθώς κανένας φορέας δεν μπορεί να διαχειριστεί το σύνολο των επιμέρους γαστρονομικών προϊόντων, προκύπτει η ανάγκη σύστασης ενός δικτύου με όλους τους παρόχους. Όπως έδειξε η διεθνής εμπειρία, ο φορέας – συλλογικός, δημόσιος ή συνεργατικός – που έχει την ευθύνη σύστασης και λειτουργίας του δικτύου:

1. θέτει ξεκάθαρους όρους συμμετοχής στο δίκτυο
2. τηρεί ο ίδιος σαφείς κανόνες δεοντολογίας ως προς τις σχέσεις και τη συνεργασία του με τις τοπικές επιχειρήσεις
3. εξασφαλίζει ποιοτικές γαστρονομικές εμπειρίες

4. αποφέρει χειροπιαστά οφέλη για τις επιχειρήσεις-μέλη προσελκύοντας μεγάλο αριθμό τουριστών πληροφοριών για κάθε τμήμα ενός ταξιδιού γαστρονομικού ενδιαφέροντος.

Διαθέτουν εκπαιδευμένα στελέχη

Η αποτελεσματική διαχείριση ενός γαστρονομικού χαρτοφυλακίου προϋποθέτει επαγγελματισμό. Σπάνια οι φορείς έχουν ξεχωριστό τμήμα γαστρονομίας, ωστόσο διαθέτουν την κατάλληλη οργανωτική δομή και επαγγελματίες του μάρκετινγκ. Βασικές δεξιότητες και γνώσεις που συνήθως έχουν αυτά τα στελέχη είναι: η ανάπτυξη προϊόντων, το destination branding, το διαδικτυακό μάρκετινγκ και ευχέρεια στις δημόσιες σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης και τους τουριστικούς επαγγελματίες. Έτσι, αναπτύσσουν ελκυστικά γαστρονομικά προϊόντα τα οποία προβάλλουν μαζί με άλλες πτυχές του προορισμού.

ΚΕΦ.4ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ

1. Προς Εστιάτορες και Ξενοδόχους

Δυστυχώς, στην Ελλάδα η εμπειρία έχει δείξει ότι η εφαρμογή σχεδίων κωλυσιεργεί και η καθυστέρηση αποβαίνει σε βάρος της ανταγωνιστικότητας. Η εμπιστοσύνη απέναντι στο δημόσιο τομέα είναι κλονισμένη και η αναζήτηση εναλλακτικών λύσεων συχνά αποτελεί μονόδρομο. Γι' αυτό ακολουθούν προτάσεις που μπορείτε άμεσα να υλοποιήσετε προκειμένου να ξεκινήσει το συντομότερο η αναβάθμιση της ελληνικής γαστρονομικής προσφοράς.

Είναι σημαντικό η κουζίνα που προφέρετε να έχει τη δική της φυσιογνωμία και να ξεχωρίζει για κάποια καλά πιάτα. Η προσπάθεια εξισορρόπησης διαφορετικών αναγκών οδηγεί στην προσφορά μιας άτολμης και άχρωμης κουζίνας που τελικά δεν είναι ελκυστική για καμία κατηγορία πελατών.

Αποφασίστε για ποια κουζίνα θέλετε να φημίξετε (π.χ. τοπική, δημιουργική, υψηλή) και υπηρετείστε τη με συνέπεια και εντιμότητα.

Παρακολουθείτε τις γαστρονομικές τάσεις και προσαρμόστείτε ενσωματώνοντας κάποιες από αυτές στο μενού.

Π.χ. στροφή στην υγιεινή διατροφή.

Χρειάζεται γνώση και έρευνα όταν επιλέγετε τις συνταγές του μενού. Αφιερώστε χρόνο, ενημερωθείτε και κυρίως συνεργαστείτε με ειδικούς. Φροντίστε το μενού να αντανακλά τις τοπικές γαστρονομικές παραδόσεις και την τοπική παραγωγή τροφίμων.

Το φαγητό γίνεται νόστιμο, μόνο εάν χρησιμοποιούνται υλικά καλής ποιότητας. Η βάση της ελληνικής κουζίνας είναι τα φρέσκα υλικά, συνεπώς οι προτηγανισμένες πατάτες, το έτοιμο τζατζίκι μαζικής παραγωγής και το κακής ποιότητας λάδι δεν έχουν θέση στην κουζίνα ενός χώρου εστίασης που σέβεται τους πελάτες και τη φήμη του. Η προσαρμογή του μενού στις εποχές του έτους θα βοηθήσει στην εξασφάλιση νόστιμων υλικών και μάλιστα σε καλές τιμές. Η ακριβής, ελκυστική περιγραφή και η ορθή μετάφραση των πιάτων στον κατάλογο, αποτελούν ένα καλό εργαλείο πωλήσεων.

Επιλέξτε επαγγελματίες συνεργάτες στην κουζίνα και στο προσωπικό τραπεζαρίας. Η σωστή εκτέλεση των συνταγών, η σταθερότητα και η συνέπεια στην ποιότητα απαιτούν

επαγγελματισμό. Η σωστή εξυπηρέτηση των πελατών απαιτεί επαγγελματίες που γνωρίζουν καλά τις γεύσεις, τα υλικά και τον τρόπο παρασκευής των προσφερόμενων πιάτων. Με άλλα λόγια, η αύξηση των πωλήσεων πραγματοποιείται χάρη σε κατάλληλα καταρτισμένα στην πώληση φαγητού και κρασιού άτομα.

Διαγνώστε το επίπεδο επαγγελματισμού και γνώσεων του προσωπικού σας. Αν είναι χαμηλό, επενδύστε στην κατάρτισή του. Εκπαιδεύστε το σε όλα τα βασικά θέματα ενός χώρου εστίασης όπως το μενού (τι περιέχει, πως παρασκευάζεται, με τι συνοδεύεται κ.ο.κ.), τη λίστα κρασιών (τα είδη, περιοχές προέλευσης, βασικά χαρακτηριστικά), τη συμπεριφορά του (π.χ. μετρημένη οικειότητα, διακριτικό σερβίρισμα κ.ο.κ.), οδηγίες πρόσβασης με όλα τα μέσα, ωράριο λειτουργίας, σύστημα κρατήσεων κ.ο.κ.

Το κρασί είναι ζωντανό και αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής γαστρονομικής παράδοσης. Μην το θεωρείτε είδος πολυτελείας. Υπολογίστε ένα λογικό περιθώριο κέρδους και θα εκπλαγείτε από τα κέρδη που θα προέλθουν από την αύξηση των πωλήσεων.

Εφαρμόστε γενικά μια πολιτική τιμολόγησης με λογικό περιθώριο κέρδους γι' αυτό που προσφέρετε. Πλέον, και οι Έλληνες τουρίστες έχουν ταξιδέψει σε άλλες χώρες και δυσκολεύονται να καταλάβουν γιατί θα πρέπει να συμβιβαστούν με μέτριο φαγητό σε δυσανάλογα υψηλές χρεώσεις και με κακή εξυπηρέτηση όταν αλλού τους προσφέρεται καλή και προσιτή κουζίνα με εγκαρδιότητα και λογικές τιμές.

Μην ξεχνάτε ότι ο «γαστρονομικός πατριωτισμός» επιβραβεύεται από την αγορά. Οι χώροι εστίασης, εντός και εκτός ξενοδοχείων, που αποτελούν καλούς πρεσβευτές της τοπικής γαστρονομικής παράδοσης, που βασίζονται σε παραδοσιακές συνταγές, που χρησιμοποιούν χαρακτηριστικά τοπικά προϊόντα και που προσφέρουν πραγματικά καλή και σωστά τιμολογημένη κουζίνα, τυγχάνουν δωρεάν προβολής από τα μέσα ενημέρωσης, τους ταξιδιωτικούς οδηγούς και τις γαστρονομικές ιστοσελίδες. Το αποτέλεσμα είναι να έχουν αυξημένη πελατεία και έσοδα αλλά και μεγαλύτερης διάρκειας σεζόν. Υπάρχουν πλέον, ολοένα και περισσότεροι τουρίστες, οι οποίοι αναζητούν το καλό φαγητό στα ταξίδια τους και προτιμούν όσα εστιατόρια ξεχωρίζουν.

Προς Ξενοδόχους ειδικά

Η ποιότητα και η εντοπιότητα είναι σημαντικές παράμετροι τόσο για τα προπληρωμένα γεύματα – στο πλαίσιο της ημιδιατροφής, της πλήρους διατροφής ή του all-inclusive – όσο και για την à la carte κουζίνα. Μην αντιμετωπίζετε την προσφορά γευμάτων σαν απλή υποχρέωση έναντι των allotments αλλά σαν βασική παράμετρο της ξενοδοχειακής εμπειρίας. Όταν οι πελάτες δεν νιώθουν καλά με το προσφερόμενο φαγητό, δυσανασχετούν με το ξενοδοχείο.

Εντάξτε ελληνικότητα και εντοπιότητα στο πρωινό. Για πολλά από τα συνηθισμένα είδη ενός διεθνούς πρωινού μπορούν να βρεθούν αντίστοιχα ελληνικά και ιδίως τοπικά εδέσματα. Αντί για κρουασάν και κέικ, μπορεί να προσφερθεί μπουγάτσα και τσουρέκι. Η ομελέτα με μπέικον θα μπορούσε να αντικατασταθεί με στραπατσάδα και σύγκλινο ή λούτζα. Δίπλα στις κλασικές μαρμελάδες μπορούν να προστεθούν γλυκά του κουταλιού. Τα ελληνικά τυριά διακρίνονται για τη μεγάλη ποικιλία ως προς τη γεύση και την υφή και δικαιωματικά έχουν θέση σε ένα μπουφέ πρωινού, κάτι που ισχύει επίσης για τις πίτες, τα φρούτα και τους φρέσκους χυμούς.

Το κόστος των τοπικών εδεσμάτων είναι προσιτό. Υπάρχουν Έλληνες ξενοδόχοι που έχουν δείξει ότι υπάρχει τρόπος να προσφέρεις τοπική κουζίνα χωρίς να αυξάνεται υπερβολικά το κόστος.

Οργανώστε «Ειδικές Βραδιές» (theme nights) βασισμένες στην Ελλάδα. Διαθέτουμε μεγάλη ποικιλία από τοπικά ζυμαρικά όπως χυλοπίτες, κριθαράκι, ματσάτα, μακαρούνια και γι αυτό μπορείτε εύκολα να αντικαταστήσετε τις Italian Nights με Greek Pasta Nights. Γενικά, να χρησιμοποιείτε ελληνικά τοπικά γαστρονομικά προϊόντα και να δημιουργείτε αντίστοιχη ατμόσφαιρα.

2. Προς Παραγωγούς και Εμπόρους Τροφίμων & Ποτών

Στοχεύστε συστηματικά στην τουριστική αγορά, χρησιμοποιώντας τεχνικές μάρκετινγκ. Η σωστή διαχείριση των 4 μεταβλητών του μάρκετινγκ (product/ προϊόν, price/τιμή, place/διανομή, promotion/προώθηση) μπορεί να αποφέρει σημαντικά κέρδη.

Ως προς το προϊόν, αφουγκραστείτε τους πελάτες και όπου χρειάζεται βελτιώστε τις γευστικές προδιαγραφές, τη συσκευασία (έχοντας υπόψη τη μεταφορά), την ασφάλεια, την ποικιλία κ.ο.κ. Το σημαντικότερο, πάντως, είναι να διακρίνεται τόσο η συσκευασία, όσο και αυτό καθεαυτό το προϊόν για τον εξόχως τοπικό του χαρακτήρα, αφού οι περισσότεροι Έλληνες και ξένοι τουρίστες αγοράζουν χαρακτηριστικά τοπικά προϊόντα είτε για δική τους

χρήση, είτε ως δώρα για φίλους και συγγενείς. Επιτυχημένα θα αποδειχθούν εκείνα τα τρόφιμα και ποτά, τα οποία αποτελούν ένα χαρακτηριστικό γαστρονομικό προϊόν για την περιοχή τους.

Ως προς την τιμή, ενημερωθείτε για τεχνικές κοστολόγησης και τιμολόγησης. Η τιμή πώλησης θα πρέπει να ανταποκρίνεται στο προϊόν που προσφέρετε και να σας εξασφαλίζει ένα λογικό περιθώριο κέρδους.

Ως προς τη διανομή και την προώθηση, αναπτύξτε συνέργειες με άλλους παραγωγούς, εμπόρους, τουριστικούς επιχειρηματίες ανοίγοντας π.χ. ένα shop in a shop σε ξενοδοχεία, αεροδρόμια κ.λ.π. Γενικά δώστε έμφαση σε δίκτυα που ωφελούν τόσο τους επιχειρηματίες, όσο και τον προορισμό συνολικά. Υπάρχουν επίσης προσοδοφόρες ενέργειες με μικρό κόστος: π.χ. παρουσιάστε συνταγές σε ξενοδόχους και εστιατορές που βασίζονται σε προϊόντα σας, εκπαιδεύστε σερβιτόρους στην πώληση κρασιών και άλλων ποτών. Ιδίως οι παραγωγοί χαρακτηριστικών παραδοσιακών τροφίμων μπορούν να διευκολύνουν και να παρακινήσουν τα εστιατόρια και ξενοδοχεία της περιοχής τους στην προσφορά τοπικής κουζίνας.

Όσοι παραγωγοί διαθέτετε επαρκή χώρο και κατάλληλες εγκαταστάσεις, εξετάστε το ενδεχόμενο να δεχτείτε επισκέπτες. Η εμπειρία τόσο από την Ελλάδα, όσο και από το εξωτερικό έχει δείξει ότι αγροκτήματα, μονάδες μεταποίησης τροφίμων, οινοποιεία και ποτοποιεία μπορούν να αποτελέσουν δημοφιλείς πόλους επισκεπτών. Αν αποφασίσετε να κάνετε το χώρο σας επισκέψιμο, φροντίστε η επίσκεψη να είναι ευχάριστη και συναρπαστική. Κατά την επίσκεψη να προσφέρετε τα καλύτερα προϊόντα κι όχι τα χειρότερα.

Όλοι, παραγωγοί, καταστηματαρχές, προσωπικό θα πρέπει να είστε καλοί γνώστες των τοπικών προϊόντων και της χρήσης τους στην κουζίνα. Προετοιμαστείτε να απαντήσετε σε ερωτήσεις σχετικά με τρόπους μαγειρέματος, συνταγές και ελκυστικούς συνδυασμούς τροφίμων και ποτών. Μάθετε βασικά πράγματα ως προς την ιστορία των χαρακτηριστικών προϊόντων της περιοχής τους, τη διατροφική τους αξία και τη συμβολή τους σε μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή.

Στους χώρους πώλησης τροφίμων και ποτών, η κατάλληλη σήμανση των προϊόντων στα ράφια καθώς και μια παραδοσιακού ύφους διακόσμηση συντελούν σε σημαντική αύξηση των πωλήσεων.

Οι καλοί πρεσβευτές της τοπικής γαστρονομικής παράδοσης, θα τύχουν δωρεάν προβολής από τους ταξιδιωτικούς οδηγούς, τους διαδικτυακούς κόμβους και τα μέσα ενημέρωσης. Πολλοί είναι οι τουρίστες – Έλληνες και ξένοι – που θα αναζητήσουν τους προτεινόμενους χώρους για να αγοράσουν τις νοστιμιές του τόπου που επισκέπτονται.

4.1 Τρόποι και προτάσεις

Ενσωμάτωση Τοπικής Κουζίνας σε Μπουφέ Ξενοδοχείου

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα μιας ξενοδοχειακής αλυσίδας η οποία καθιέρωσε την «κρητική γωνιά» στις μονάδες της στην Κρήτη. Η «κρητική γωνιά» είναι ένα τμήμα του μπουφέ που προσφέρεται πρωί, μεσημέρι και βράδυ και περιλαμβάνει χαρακτηριστικά τοπικά -και εν μέρει βιολογικά- εδέσματα, όπως χόρτα, τυριά και άλλα γαλακτοκομικά, σαλάτες, απάκι, μελιτζανοσαλάτα και παρεμφερή ντιπς, λάδι αρωματισμένο με διάφορα βότανα, ντάκο, καθώς και ένα μαγειρευτό ημέρας όπως οι χοχλιοί ή το αρνάκι με σταμναγκάθι. Αυτές οι κρητικές σπεσιαλιτέ έχουν ελάχιστο επιπλέον κόστος αλλά προσφέρουν μεγάλη ικανοποίηση στους πελάτες των ξενοδοχείων. Περίπου το 90% της πελατείας δοκιμάζει από τα εδέσματα της «κρητικής γωνιάς». Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στο πρωινό. Μια αναδρομή στη δεκαετία του 1980 έδειξε ότι οι πελάτες ελληνικών ξενοδοχείων διατύπωναν τότε πολλά παράπονα σχετικά με το φτωχό πρωινό. Έτσι, αποφασίστηκε η θέσπιση κάποιων προδιαγραφών που οδήγησαν στην υιοθέτηση, από τα περισσότερα ξενοδοχεία, ενός πρωινού άκρως τυποποιημένου και με διεθνή προσανατολισμό. Είναι άδικο για την ελληνική γαστρονομία να προσφέρεται πρωινό το οποίο στερείται ελληνικότητας . Αντί για «Greek breakfast» οι επισκέπτες της Ελλάδας γεύονται «American breakfast» ή «continental breakfast».

Η επιχειρηματολογία για την έλλειψη ελληνικότητας στο πρωινό εστιάζει στο «συνήθη ύποπτο», στο αυξημένο κόστος. Στα περισσότερα ξενοδοχεία το πρωινό δεν χρεώνεται ξεχωριστά κι όταν πιέζεται η τιμή δωματίου, υπάρχει αντίστοιχη πίεση να μειωθεί το κόστος του πρωινού. Υπό αυτές τις συνθήκες, οι ξενοδόχοι δύσκολα θα απασχολήσουν επιπλέον άτομο για να παρασκευάσει πίτες ή άλλα χειροποίητα εδέσματα, ενώ θα αποφύγουν να προσφέρουν υλικά που είναι κάπως πιο ακριβά.

Εντούτοις, υπάρχουν μικρά και μεγάλα ξενοδοχεία που θεωρούν σημαντική την προσφορά ενός ξεχωριστού, πιο ελληνικού πρωινού, ακόμη και αν αυτό επιβαρύνει ελαφρώς το κόστος. Καλό είναι να υιοθετήσουν κι άλλοι αυτή τη λογική. Άλλωστε, υπάρχουν πολλά ελληνικά εδέσματα που μπορούν να εμπλουτίσουν ένα ξενοδοχειακό πρωινό, όπως ο τραχανάς, οι τηγανίτες, το πρόβειο γιαούρτι στο πήλινο δοχείο, τα τοπικά τυριά, τα καλιτσούνια, ψωμί διαφόρων τύπων, το τσουρέκι.

Η ελληνική κουζίνα έχει εναλλακτικές προτάσεις οι οποίες μπορεί να μην επιβαρύνουν το κόστος. Οι ξενοδόχοι έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν φρουτάλια ή στραπατσάδα αντί

για αυγά με μπέικον. Ο βαθμός ελληνικότητας του ξενοδοχειακού πρωινού είναι πρωτίστως θέμα γαστρονομικής κουλτούρας κι όχι κόστους.

Διαφοροποίηση μέσα από την προσφορά ελληνικού πρωινού

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα για το πώς η προσωπικότητα και το μεράκι του επιχειρηματία μπορούν να διαφοροποιήσουν το πρωινό ενός ξενοδοχείου αποτελεί ένας ιστορικός ξενώνας στο Γαλαξίδι. Ο ξενοδόχος στο πρωινό που προσφέρει περιλαμβάνει – πέρα από μια ποικιλία σε μαρμελάδες και chutneys – ψωμί φούρνου,

πατέ ρεβιθιού και ελιάς, φυσικό χυμό και φρούτα εποχής, αυγά, καθώς επίσης κέικ, τυριά και αλλαντικά που αλλάζουν σε καθημερινή βάση. Για το συγκεκριμένο ιδιαίτερο πρωινό έχουν υπάρξει πολλές αναφορές στον ελληνικό και διεθνή τύπο και σε ταξιδιωτικούς οδηγούς. Το κόστος που έχουν τα υλικά του πρωινού καλύπτεται

πλήρως από την τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζει ο ξενώνας.

Αντίστοιχη είναι η προσέγγιση και σε ένα άλλο μικρό ξενοδοχείο της Σαντορίνης. Το πρωινό αυτό περιλαμβάνει χαρακτηριστικές ελληνικές και κυκλαδίτικες γεύσεις, όπως λιαστές τομάτες, ελιές, ταχίνι, τοματάκια, ντολμαδάκια, νιώτικο τυρί, μυκονιάτικη λούτζα και γιαούρτι που συμπληρώνουν τα κλασικά είδη (αλλαντικά, άσπρα και κίτρινα τυριά, αυγά, φρέσκους χυμούς, φρούτα κ.ά.). Επίσης, κάθε μέρα υπάρχουν διαφορετικές φρέσκες παρασκευές πίτας και κέικ.

Επισκέψιμοι Χώροι Παραγωγής και Εκτάσεις με Καλλιέργειες

Οι χώροι παραγωγής που κατεξοχήν είναι επισκέψιμοι είναι τα οινοποιεία της χώρας. Τα τελευταία χρόνια αυξήθηκε ραγδαία ο αριθμός των οινοποιείων που επένδυσαν στη δημιουργία επισκέψιμων χώρων. Το 1990 άνοιξε το πρώτο επισκέψιμο οινοποιείο της Ελλάδας στη Σαντορίνη από τον Όμιλο Μπουτάρη. Με αυτήν την κίνηση η επιχείρηση ήθελε να παρακινήσει τους Σαντορινιούς να μην εγκαταλείψουν την καλλιέργεια αμπελιών και να αυξήσουν την παραγωγή κρασιού. Πέρα από το χώρο των οινογευστικών δοκιμών, υπάρχει αίθουσα για την προβολή ενημερωτικής ταινίας. Το οινοποιείο είναι κερδοφόρο, καθώς επιτυγχάνει σημαντικά έσοδα από τους επισκέπτες οι οποίοι ανέρχονται κατά μέσο όρο στους 20.000 ετησίως. Αξιοσημείωτο είναι το ότι έχει λάβει υψηλές διακρίσεις για την αρχιτεκτονική του : το www.worldarchitecture.com το χαρακτηρίζει ιδιαίτερα δημοφιλές και το www.designcrave.gr το συγκαταλέγει στα «10 Αρχιτεκτονικά Θαύματα του Οινικού Κόσμου».

Το οινοποιείο Μπουτάρη στη Σαντορίνη

Στα χρόνια που ακολούθησαν, εγκαινιάστηκαν δεκάδες επισκέψιμα οινοποιεία σε όλη την ηπειρωτική Ελλάδα και σε μερικά νησιά, όπως η Κρήτη και η Ρόδος. Σε όλα υπάρχει η δυνατότητα για δοκιμή και αγορά των παραγόμενων κρασιών, ενώ μερικά προσφέρουν επιπρόσθετες δραστηριότητες και εγκαταστάσεις. Μολονότι όλες οι παραπάνω προσπάθειες έχουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο, είναι μεμονωμένες και άρα, σε μικρή κλίμακα. Επίσης, λείπουν εντυπωσιακοί χώροι που θα μπορούσαν να προσελκύσουν έναν αξιοπρόσεκτο αριθμό τουριστών. Άλλες κατηγορίες επιχειρήσεων παραγωγής τροφίμων ή ποτών, πέραν των οινοποιείων, δεν στράφηκαν με οργανωμένο τρόπο στην προσέλκυση επισκεπτών. Ωστόσο, υπάρχουν διάσπαρτες σε όλη την Ελλάδα μεμονωμένες περιπτώσεις, κυρίως μικρών παραγωγικών μονάδων και εργαστηρίων, που δέχονται επισκέπτες και προσφέρουν δραστηριότητες συναφείς με την παραγωγή των προϊόντων τους όπως τυροκομεία και ποτοποιείες.

Ένα εργαστήριο παραγωγής τροφίμων προσελκύει επισκέπτες

Τα «Μυλέλια» της Λέσβου αποτελούν ένα καλό παράδειγμα επισκέψιμου χώρου παραγωγής τροφίμων. Πρόκειται για έναν παραδοσιακό νερόμυλο του 18ου αιώνα που αναπαλαιώθηκε και φτιάχνει βιολογικά παραδοσιακά προϊόντα με αλεύρι όπως λ.χ. τα φυσικής ξήρανσης ζυμαρικά. Οι επισκέπτες του βραβευμένου αυτού χώρου γνωρίζουν από κοντά το χειρωνακτικό τρόπο παραγωγής του παρελθόντος και κάνουν τις αγορές τους από μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων, όπως σάλτσες, τουρσιά, λαχανικά σε ελαιόλαδο, ελιές, τραχανά, πλιγούρι κ.ά.

Ο νερόμυλος στη Μυτιλήνη

Εκτός από τους παραπάνω χώρους, στοιχεία ενός γαστρονομικού-τουριστικού χαρτοφυλακίου αποτελούν οι εκτάσεις με καλλιέργειες όπου παράγονται οι πρώτες ύλες χαρακτηριστικών τοπικών προϊόντων. Αναμφίβολα, η Ελλάδα διαθέτει τέτοιες εκτάσεις -ο ελαιώνας της Άμφισσας που αποτελεί τμήμα του Δελφικού Τοπίου, ο αμπελώνας της Νεμέας, το Λεμονοδάσος κοντά στον Πόρο κ.ο.κ.- οι οποίες όμως, δεν έχουν αξιοποιηθεί επαρκώς, όπως με το να ενταχθούν σε προγράμματα γαστρονομικών περιηγήσεων.

Διαδρομές, Περιηγήσεις και Προγράμματα Tour Operators

Πρωτεργάτες στην καθιέρωση γαστρονομικών διαδρομών στην Ελλάδα υπήρξαν οι οινοποιοί της Μακεδονίας που ξεκίνησαν τη δεκαετία του 1990 τις προσπάθειες για την καθιέρωση των «Δρόμων του Κρασιού» Προϊόν αυτής της πρωτοβουλίας είναι οι «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος», στους οποίους μετέχουν 41 οινοποιεία-μέλη της Ένωσης Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα Βορείου Ελλάδος (ENOABE). Ό,τι έχει γίνει, κυρίως οφείλεται στο προσωπικό όραμα και το μεράκι κάποιων ανθρώπων.

Οι Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος

Στο δίκτυο των «Δρόμων του Κρασιού» μετέχουν εκτός από τα οινοποιεία, 50 εστιατόρια, 55 ξενοδοχεία και ξενώνες, 19 επιχειρήσεις που παράγουν και εμπορεύονται τοπικά προϊόντα και 4 εταιρίες που οργανώνουν διάφορες δραστηριότητες. Με τη χάραξη αυτών των οινοτουριστικών διαδρομών, η ENOABE επιδιώκει να αναδείξει όλα τα σημεία οινολογικού, πολιτιστικού και τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως τους αμπελώνες, τα οινοποιεία, τα αρχαιολογικά και ιστορικά αξιοθέατα και τις περιοχές φυσικού κάλλους. Στην ιστοσελίδα της ENOABE υπάρχουν προτάσεις για τριήμερα, τετραήμερα και πενθήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα, καθώς και διαδραστικός χάρτης όπου απεικονίζονται όλα τα σημεία ενδιαφέροντος κάθε διαδρομής. «Δρόμοι του Κρασιού» δημιουργήθηκαν σταδιακά και σε άλλες περιοχές της χώρας όπως στην Κρήτη, την Κεντρική Ελλάδα και την Πελοπόννησο.

Οι δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος

Τα τελευταία χρόνια άρχισε να εδραιώνεται μια μικρή μεν, αξιοσημείωτη δε, παρουσία της Ελλάδας στα προγράμματα των ειδικευμένων στα γαστρονομικά ταξίδια tour operators, π.χ. η αμερικανική εταιρία «The International Kitchen» προσφέρει μαζί με τα γαστρονομικά ταξίδια σε Γαλλία, Ιταλία, Πορτογαλία, Μαρόκο και Μεξικό, ένα επταήμερο πρόγραμμα σε σχολή μαγειρικής του Πόρου. Ομοίως, υπάρχουν ελληνικά γραφεία που οργανώνουν γαστρονομικά προγράμματα για τον εισερχόμενο τουρισμό. Ενδιαφέρουσα είναι η περίπτωση του γραφείου οικοτουρισμού Masticulture με έδρα τη Χίο, που προσφέρει μια ποικιλία από δραστηριότητες γαστρονομικού ενδιαφέροντος.

Crete' s Culinary Sanctuaries

Η εταιρία «Crete 's Culinary Sanctuaries» ειδικεύεται στη διοργάνωση γαστρονομικών ταξιδιών στην Κρήτη. Πελάτες της είναι κυρίως Αμερικανοί τόσο επαγγελματίες μάγειροι όσο και ερασιτέχνες, ενώ λόγω της έμφασης ορισμένων ταξιδιών στα θέματα υγιεινής διαβίωσης υπάρχει σημαντική συμμετοχή από γιατρούς και διαιτολόγους. Τα ταξίδια της Crete 's Culinary Sanctuaries δεν επικεντρώνονται απλώς στη μαγειρική ή σε προϊόντα όπως το ελαιόλαδο. Μέσα από τα μαθήματα, τα εργαστήρια και τις ξεναγήσεις οι πελάτες γνωρίζουν από πρώτο χέρι τον παραδοσιακό τρόπο ζωής της Κρήτης και μαθαίνουν ποιοι είναι οι παραγωγοί και οι επαγγελματίες που δημιουργούν τα υψηλής ποιότητας προϊόντα του νησιού. Υπάρχουν επίσης, θεματικές γαστρονομικές κρουαζιέρες που επισκέπτονται ελληνικά λιμάνια και περιλαμβάνουν μαθήματα μαγειρικής και γευσιγνωσίας, καθώς και επισκέψεις σε καλά εστιατόρια, οινοποιεία και άλλους χώρους γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Είναι ελάχιστες οι διαδρομές και περιηγήσεις που επιτρέπουν στους τουρίστες να έχουν μια ολοκληρωμένη γαστρονομική εμπειρία από την Ελλάδα. Επίσης, απουσιάζει η συστηματική προσέγγιση της ελληνικής γαστρονομίας από ειδικευμένους tour operators.

Εκδηλώσεις

Σε όλη την Ελλάδα πραγματοποιούνται πολλές εκδηλώσεις με θέμα τη γαστρονομία (π.χ. Γιορτή της Σαρδέλας στη Σκάλα Καλλονής, Aegina Fistiki Fest στην Αίγινα). Πολλές από αυτές προβάλλονται ως τουριστικού ενδιαφέροντος είτε από τους ίδιους τους διοργανωτές τους, είτε από τουριστικούς φορείς. Ωστόσο, οι περισσότερες είναι μόνο τοπικού ενδιαφέροντος και δεν είναι αρκούντως ελκυστικές για να προσελκύσουν και να ψυχαγωγήσουν Έλληνες ή ξένους τουρίστες.

Μουσεία και Εκθέσεις

Υπάρχουν σε όλη τη χώρα δεκάδες παλιές εγκαταστάσεις που έχουν μετατραπεί σε μουσεία και εκθεσιακούς χώρους με κεντρική θεματολογία την ιστορική διαδρομή ενός προϊόντος και τους παρελθοντικούς ή/και σύγχρονους τρόπους παραγωγής του. Αυτά τα θεματικά μουσεία συμπληρώνουν τη γαστρονομική εμπειρία των τουριστών οι οποίοι μπορούν να δοκιμάσουν τα τελικά προϊόντα παραδοσιακών ή δημιουργικών συνταγών.

Ενδεικτικά και μόνο, παρατίθενται μερικά μουσεία γαστρονομικού ενδιαφέροντος:

- Μουσείο της Ελιάς και του Ελληνικού Λαδιού, Σπάρτη Λακωνίας

- Μουσείο Αμπέλου και Οίνου, Νάουσα Ημαθίας
- Μουσείο Ούζου Βαρβαγιάννη, Πλωμάρι Λέσβου

Βέβαια, παρόλο που υπάρχουν πολλά και ενδιαφέροντα μουσεία σε όλη τη χώρα, δεν υπάρχει κάποιο που να είναι ευρύτερα γνωστό και δημοφιλές.

Μαθήματα Μαγειρικής

Μια δραστηριότητα που συνεχώς κερδίζει νέους φίλους παγκοσμίως είναι τα μαθήματα μαγειρικής, τα προγράμματα γευστιγνωσίας και τα σεμινάρια διατροφής. Εδώ και μερικά χρόνια, προσφέρονται και στην Ελλάδα τέτοια μαθήματα που διαρκούν από λίγες ώρες μέχρι και μερικές ημέρες. Οι συμμετέχοντες είτε έχουν παθητικό ρόλο -π.χ. στο πλαίσιο μιας επίδειξης μαγειρικής ή ενός σεμιναρίου διατροφής- είτε μαγειρεύουν οι ίδιοι και στο τέλος γεύονται ό,τι έχει παρασκευαστεί. Ορισμένα προγράμματα περιλαμβάνουν επίσης επισκέψεις σε παραγωγούς, καθώς και τη γνωριμία με την τοπική πανίδα και χλωρίδα.

Μαθήματα μαγειρικής στην Ελλάδα

Ενδεικτικά παραδείγματα διοργάνωσης μαθημάτων μαγειρικής στην Ελλάδα είναι τα εξής: Glorious Greek Kitchen Cooking School: επταήμερο πρόγραμμα μαθημάτων μαγειρικής στην Ικαρία με τη Νταϊάνα Κόχυλα που περιλαμβάνει και άλλες δραστηριότητες (από άρμεγμα κατσίκας μέχρι επισκέψεις σε τυροκόμο και οινοποιό). Επίσης, προσφέρονται μαθήματα στην Αθήνα και διοργανώνονται γαστρονομικές περιηγήσεις ανά την Ελλάδα. Εστιατόριο «Σελήνη»: πρωινά και πολυήμερα μαθήματα μαγειρικής και οινογνωσίας στη Σαντορίνη. Τα πρωινά μαθήματα προτιμώνται από τους επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων. Kea Artisanal: πολυήμερα προγράμματα μαγειρικής και οινογνωσίας στην Κέα με την Αγλαΐα Κρεμέζη.

Ανθρώπινο Δυναμικό

Ένα μεγάλο ποσοστό όσων εργάζονται στο χώρο της εστίασης έχει ελλιπή εκπαίδευση, αγνοεί την εκτέλεση κλασικών ελληνικών συνταγών, καθώς και λεπτομέρειες σχετικά με την ελληνική τοπική κουζίνα. Ας μην παραβλέψουμε επίσης, ότι οι περισσότεροι του κλάδου πάσχουν από το γνωστό σύνδρομο “anti- service” και θεωρούν ότι κάνουν χάρη στον πελάτη. Από την άλλη, κάτι φαίνεται να αλλάζει, καθώς τα τελευταία χρόνια έχει αναδειχθεί μια νέα γενιά πολύ καλών Ελλήνων και ομογενών σεφ και έχουν αυξηθεί οι επαγγελματίες και τα στελέχη με εργασιακή εμπειρία στο εξωτερικό. Απέχουμε όμως, αρκετά από το να ισχυριστούμε ότι η Ελλάδα διαθέτει υψηλής ποιότητας ανθρώπινο δυναμικό σε όλο το φάσμα παροχής γαστρονομικών προϊόντων και υπηρεσιών

4.2 Αξιολόγηση της Ελληνικής Γαστρονομικής Προσφοράς

Η ελληνική κουζίνα έχει κερδίσει πολλούς φίλους στο εξωτερικό χάρη στον ιδιαίτερο χαρακτήρα της Η ποικιλία των μεζέδων, η απλότητα των παρασκευών, η νοστιμιά και η θρεπτική αξία των φρέσκων ελληνικών προϊόντων, την έχουν κάνει ευρύτερα γνωστή κι αγαπητή. Υπάρχουν επίσης, ορισμένες κλασικές ελληνικές πρώτες ύλες (ελαιόλαδο, φέτα, γιαούρτι, μέλι, φύλλο ζύμης κ.ο.κ) που χρησιμοποιούνται στη σύγχρονη διεθνή κουζίνα.

Η ελληνική γαστρονομία θα είχε κερδίσει πολύ περισσότερους φίλους, εάν είχαν αντιμετωπιστεί δύο σοβαρές αδυναμίες:

- τα προβλήματα ποιότητας σε όλο το φάσμα παροχής γαστρονομικών υπηρεσιών και
- η απουσία αποτελεσματικής προβολής του γαστρονομικού πλούτου της Ελλάδας

Λόγω αυτών των αδυναμιών, η Ελλάδα υπολείπεται των άλλων μεσογειακών χωρών, όπως η Ιταλία και η Ισπανία, τόσο σε σχέση με τη διάδοση της ελληνικής κουζίνας στο εξωτερικό, όσο και με την ποιότητα της κουζίνας που προσφέρεται στους επισκέπτες της χώρας. Η αναβάθμιση της γαστρονομικής προσφοράς λοιπόν, αποτελεί άμεση προτεραιότητα. Γι' αυτό στη συνέχεια εντοπίζονται τα τμήματα της προσφοράς που πρέπει να βελτιωθούν και ταυτόχρονα αναδεικνύονται καλές πρακτικές που μπορούν να λειτουργήσουν ως παραδείγματα προς μίμηση.

Τοπική Κουζίνα

Στην Ελλάδα τα εστιατόρια που προσφέρουν καλή τοπική κουζίνα αποτελούν μειοψηφία και δεν είναι πάντοτε εύκολο-ιδίως στις τουριστικές περιοχές- να τα εντοπίσει κανείς. Εξαιρέσεις θα μπορούσαν να θεωρηθούν η Κρήτη, η Θεσσαλονίκη και η Σαντορίνη όπου υπάρχουν συγκριτικά περισσότερα εστιατόρια καλής τοπικής κουζίνας.

Στις πλέον πολυσύχναστες περιοχές κυριαρχούν εδώ και δεκαετίες τα αμιγώς τουριστικά εστιατόρια. **Οι αλλοδαποί πελάτες των τουριστικών εστιατορίων έρχονται σε επαφή με μια παραμορφωμένη εικόνα της ελληνικής κουζίνας** λόγω της κακής και παραποιημένης γεύσης. Αν συνυπολογίσουμε και τις υψηλές χρεώσεις, την έλλειψη αισθητικής, τους κράχτες και την αγενή συμπεριφορά του προσωπικού, τότε δεν πρέπει να αναρωτιόμαστε γιατί απογοητεύουμε γαστρονομικά (και όχι μόνο) τους ξένους επισκέπτες. Παραπλήσια προβλήματα αντιμετωπίζουν και οι Έλληνες τουρίστες. Αν και αποφεύγουν τα κλασικά

τουριστικά εστιατόρια και αναζητούν πιο παραδοσιακές ταβέρνες, συχνά ανακαλύπτουν ότι και σε αυτές προσφέρεται κουζίνα χαμηλής ποιότητας. Πού οφείλεται όμως το έλλειμμα ποιότητας; Μα φυσικά στην γενικότερη απουσία επαγγελματισμού και εκπαίδευσης του επιχειρηματία και του προσωπικού, στην ελλιπή στελέχωση, στην τάση για εύκολες παρασκευές στα χαμηλής ποιότητας και χαμηλού κόστους υλικά, ενώ δεν λείπουν και οι απάτες, όπου τα κατεψυγμένα θαλασσινά πωλούνται ως φρέσκα ή το κοτόπουλο ορνιθοτροφείου ως κόκορας ελεύθερης βοσκής. Επίσης, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι συνήθως, όσο πιο καλή η τοποθεσία, τόσο μεγαλύτερη η απάτη, τόσο πιο κακό το φαγητό. Δυστυχώς, ακόμη και σε περιοχές με εξαιρετικό πλούτο παραδοσιακών συνταγών και με ξεχωριστά τοπικά προϊόντα, **ελάχιστοι είναι οι εστιάτορες που νιώθουν πρεσβευτές της τοπικής γαστρονομίας.**

Υψηλή / Δημιουργική Κουζίνα

Η Ελλάδα διαθέτει μερικά εστιατόρια υψηλής και δημιουργικής κουζίνας. Όσα από αυτά βρίσκονται στην Αθήνα-ακόμη κι όταν λειτουργούν εντός ξενοδοχείων- στοχεύουν σχεδόν αποκλειστικά στην τοπική αγορά. Αντίθετα, όσα λειτουργούν σε τουριστικές περιοχές και που στην πλειοψηφία τους είναι εστιατόρια ξενοδοχείων, απευθύνονται σε τουρίστες. Έχει μεγάλη σημασία να αναφέρουμε ότι τα τελευταία κυρίως χρόνια έχει ενισχυθεί η παρουσία των εστιατορίων υψηλής γαστρονομίας και ιδιαίτερα στην Αθήνα. Πορεία αναβάθμισης παρατηρήθηκε επίσης, στην ποιότητα της κουζίνας πολλών παραθεριστικών ξενοδοχείων. Απόδειξη των παραπάνω διαπιστώσεων αποτελεί το γεγονός ότι τα περισσότερα βραβεία

(π.χ. Χρυσό Σκούφοι1) απονέμονται σε εστιατόρια ξενοδοχείων.

Αναμφισβήτητα, η Ελλάδα πλέον διαθέτει τόσο στους αστικούς, όσο και στους παραθεριστικούς της προορισμούς έναν ικανό αριθμό εστιατορίων διεθνούς κλάσης. Υπάρχει πια ένα προϊόν ικανό να δελεάσει τους ξένους γκουρμέ ταξιδιώτες, που όμως ποτέ δεν προβλήθηκε σωστά και, όπως πάντα, τιμολογήθηκε ακριβότερα από όσο πρέπει.

Ξενοδοχειακή Κουζίνα

Κατά γενική ομολογία, το επίπεδο της κουζίνας των ξενοδοχείων που προσφέρεται στους τουρίστες είναι απογοητευτικό. Ελάχιστα ξενοδοχεία-αλλά που ευτυχώς συνεχώς αυξάνονται- προσφέρουν είτε καλή τοπική κουζίνα εφαρμόζοντας έξυπνες λύσεις (πχ ιδιόκτητα αγροκτήματα για την προμήθεια πρώτων υλών), είτε υψηλή κουζίνα. Αναμφίβολα, το γενικευμένο χαμηλό επίπεδο των εστιατορίων οφείλεται στην έλλειψη γνώσεων και εμπειρίας των μαγείρων, στις συνεχείς αλλαγές προσωπικού, στη χρήση υλικών χαμηλής ποιότητας και κυρίως στην απουσία γαστρονομικής κουλτούρας από πλευράς των ξενοδόχων. Τα περισσότερα ξενοδοχειακά εστιατόρια προσφέρουν μια «άχρωμη» και άτολμη κουζίνα, χωρίς προσωπικότητα, χωρίς ιδιαίτερο γευστικό στίγμα. Ευτυχώς, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται βελτίωση. Τα καλά παραδείγματα αυξάνονται και σιγά-σιγά αποδεικνύεται ότι **όταν οι ξενοδόχοι αποφάσισαν να δώσουν προτεραιότητα στην ποιότητα της κουζίνας, βρέθηκαν πρακτικοί τρόποι για να αναβαθμιστεί το φαγητό χωρίς σημαντική επιβάρυνση του κόστους.**

Παρόμοια είναι η στάση των ξενοδόχων και απέναντι στην προσφορά κρασιού. Είναι γεγονός ότι η θέση του κρασιού στα ελληνικά ξενοδοχεία κρίνεται σε γενικές γραμμές ως υποβαθμισμένη. Αν λάβουμε υπόψη μας και την προσφορά κρασιού στους ξενοδοχειακούς πελάτες ημιδιατροφής ή πλήρους διατροφής, τότε η υποβάθμιση είναι ακόμη μεγαλύτερη. Τα προβλήματα γνωστά: κακής ποιότητας κρασί, απουσία στήριξης της ντόπιας οινοπαραγωγής (ακόμα και σε περιοχές με σημαντική παραγωγή οίνου), ψευδής παρουσίαση φτηνού εισαγόμενου κρασιού ως ντόπιου. Η ελλιπής γνώση και η αδιαφορία των ξενοδοχείων για το κρασί δε σταματά εδώ αλλά περιλαμβάνει και την ακατάλληλη αποθήκευση, το λάθος τρόπο σερβιρίσματος και την ελλιπή παρουσίαση των κρασιών στους καταλόγους. Παράλληλα, η αντιμετώπιση του κρασιού ως προϊόντος πολυτελείας οδηγεί σε υπερβολικά υψηλές χρεώσεις. Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στο πρωινό. Μια αναδρομή στη δεκαετία του 1980 έδειξε ότι οι πελάτες ελληνικών ξενοδοχείων διατύπωναν τότε πολλά παράπονα σχετικά με το φτωχό πρωινό. Έτσι, αποφασίστηκε η θέσπιση κάποιων προδιαγραφών που οδήγησαν στην υιοθέτηση, από τα περισσότερα ξενοδοχεία, ενός πρωινού άκρως τυποποιημένου και με διεθνή προσανατολισμό. Είναι άδικο για την ελληνική γαστρονομία να προσφέρεται πρωινό το οποίο στερείται ελληνικότητας. Αντί για «Greek breakfast» οι επισκέπτες της Ελλάδας γεύονται «American breakfast» ή «continental

breakfast». Η επιχειρηματολογία για την έλλειψη ελληνικότητας στο πρωινό εστιάζει στο «συνήθη ύποπτο», στο αυξημένο κόστος. Στα περισσότερα ξενοδοχεία το πρωινό δεν χρεώνεται ξεχωριστά κι όταν πιέζεται η τιμή δωματίου, υπάρχει αντίστοιχη πίεση να μειωθεί το κόστος του πρωινού. Υπό αυτές τις συνθήκες, οι ξενοδόχοι δύσκολα θα απασχολήσουν επιπλέον άτομο για να παρασκευάσει πίτες ή άλλα χειροποίητα εδέσματα, ενώ θα αποφύγουν να προσφέρουν υλικά που είναι κάπως πιο ακριβά.

Εντούτοις, υπάρχουν μικρά και μεγάλα ξενοδοχεία που θεωρούν σημαντική την προσφορά ενός ξεχωριστού, πιο ελληνικού πρωινού, ακόμη και αν αυτό επιβαρύνει ελαφρώς το κόστος. Καλό είναι να υιοθετήσουν κι άλλοι αυτή τη λογική. Άλλωστε, υπάρχουν πολλά ελληνικά εδέσματα που μπορούν να εμπλουτίσουν ένα ξενοδοχειακό πρωινό, όπως ο τραχανάς, οι τηγανίτες, το πρόβειο γιαούρτι στο πήλινο δοχείο, τα τοπικά τυριά, τα καλιτσούνια, ψωμί διαφόρων τύπων, το τσουρέκι.

Η ελληνική κουζίνα έχει εναλλακτικές προτάσεις οι οποίες μπορεί να μην επιβαρύνουν το κόστος. Οι ξενοδόχοι έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν φρουτάλια ή στραπατσάδα αντί για αυγά με μπέικον. **Ο βαθμός ελληνικότητας του ξενοδοχειακού πρωινού είναι πρωτίστως θέμα γαστρονομικής κουλτούρας κι όχι κόστους.**

4.2Η σημασία της τεχνολογικής ανάπτυξης στον τουρισμό

Τα τελευταία 20 χρόνια, η ελληνική τουριστική βιομηχανία συμβάλλει με ένα τεράστιο ποσοστό στο Εθνικό Ακαθάριστο Προϊόν και αντιπροσωπεύει μια μεγάλη ποικιλία και πλήθος ιδιωτικών επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών. Συνολικά η τουριστική βιομηχανία συνεισφέρει στην οικονομική δραστηριότητα το 15-20%. Ταυτόχρονα ο τουριστικός τομέας συμβάλλει σημαντικά στην απασχόληση, με άνω των 800.000 θέσεων (περίπου το 16% της συνολικής απασχόλησης), καθώς συνεισφέρει πολλαπλά και στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη.

Κρίνεται λοιπόν κρίσιμο και αναγκαίο να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή από την πολιτεία, τους αρμόδιους φορείς αλλά και τις τουριστικές επιχειρήσεις στην ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Αποφασιστικό και καθοριστικό ρόλο για την επίτευξη του σκοπού αυτού μπορεί να παίξει η υιοθέτηση και αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και κυρίως του διαδικτύου (e-tourism), από ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις και τουριστικούς φορείς.

Συγκεκριμένα οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο μπορούν: 1) να αυξήσουν την αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα καθημερινών επιχειρησιακών λειτουργιών, 2) να συμβάλλουν και να προωθήσουν την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ διαφόρων τουριστικών παραγόντων, 3) να ενισχύσουν την προβολή, προώθηση και διανομή της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουριστικού προϊόντος σε διεθνές επίπεδο με χαμηλό κόστος, 4) να συμβάλλουν στον εκσυγχρονισμό, ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση των ελληνικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και 5) να συνεργήσουν στον επαναπροσδιορισμό του επιχειρηματικού στρατηγικού μοντέλου, του ρόλου των τουριστικών επιχειρήσεων και φορέων με σκοπό την ικανοποίηση των προτιμήσεων, των τάσεων και των αναγκών της σύγχρονης τουριστικής ζήτησης με σκοπό την απόκτηση συγκριτικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Όμως η υφιστάμενη κατάσταση στη διοίκηση και τρόπο λειτουργίας των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, δημοσίων οργανισμών και φορέων έχει δημιουργήσει επιχειρήσεις δύο ταχυτήτων. Από τη μία μεριά υπάρχουν οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις, που χρησιμοποιούν σύγχρονες μεθόδους διαχείρισης και έχουν υιοθετήσει τις ηλεκτρονικές εφαρμογές στον τουρισμό στο έπακρο. Από την άλλη μεριά υπάρχουν οι μικρές, και συνήθως οικογενειακές, τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες εξακολουθούν να διοικούνται ερασιτεχνικά και να μην διαθέτουν την τεχνογνωσία και τις ικανότητες να υιοθετήσουν τις νέες ηλεκτρονικές εφαρμογές και υπηρεσίες με σκοπό τον εκσυγχρονισμό

και την αύξηση της αποτελεσματικότητας των επιχειρησιακών λειτουργιών. Κατά συνέπεια το ψηφιακό χάσμα (digital divide) που έφερε η επανάσταση του e-tourism όξυνε περαιτέρω τις διαφορές, προβλήματα και μειονεκτήματα των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων παρέχοντας έτσι επιπρόσθετα συγκριτικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στις μεγάλες τουριστικές εταιρίες. Τέλος το ψηφιακό χάσμα εντοπίζεται επίσης και σε δημόσιους τουριστικούς οργανισμούς και φορείς, π.χ. μουσεία, Οργανισμοί Τουριστικής Ανάπτυξης, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού κ.λπ.

Το ψηφιακό χάσμα δεν αναφέρεται μόνο στην καθυστέρηση της υιοθέτησης των ηλεκτρονικών εφαρμογών αλλά και στο βαθμό αξιοποίησης και καινοτομικής εκμετάλλευσης των νέων τεχνολογιών. Σύμφωνα με διάφορες διεθνείς έρευνες, το ψηφιακό χάσμα που υπάρχει στην ελληνική τουριστική βιομηχανία καθώς και ο βαθμός υιοθέτησης των ηλεκτρονικών τουριστικών υπηρεσιών την καθιστούν στις μικρότερες κλίμακες ανάπτυξης του e-tourism. Έτσι σύμφωνα με τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι η περαιτέρω μελέτη του e-tourism στην Ελλάδα, η προσπάθεια διάχυσης της αξιοποίησης των νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών και εφαρμογών στην ελληνική τουριστική βιομηχανία και η σύσταση προτάσεων για την άρση των εμποδίων επεκτάσεις του e-tourism στην Ελλάδα χαρακτηρίζονται ως τεράστιας εθνικής σημασίας και αναγκαιότητας.

Οι επισιτιστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να αλλάξουν προοπτική και προσέγγιση διοίκησης των επιχειρήσεών τους. Η αναγκαιότητα του ζητήματος αυτού έχει συνειδητοποιηθεί, αρκεί οι επιχειρηματίες να επιδιώξουν μέσω της δικής τους ενημέρωσης, εκπαίδευσης και κατάρτισης να αποκτήσουν τις κατάλληλες δεξιότητες και κουλτούρα για αποδοχή και υλοποίηση της αλλαγής ως προς τον τρόπο διοίκησης των επιχειρήσεών τους και αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών.

Η αναζήτηση και χρησιμοποίηση όσο το δυνατόν περισσότερο καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού και η υιοθέτηση της δια βίου εκπαίδευσης των επιχειρηματιών και στελεχών. Η περαιτέρω υιοθέτηση και χρησιμοποίηση των ηλεκτρονικών εφαρμογών και υπηρεσιών (φυσικά τις καταλληλότερες ανάλογα με το είδος της επιχείρησης) και τη συνεχή ενημέρωση των επιχειρηματιών για τις τεχνολογικές εξελίξεις και τάσεις.

ΚΕΦ.5ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Περιοχές της Ελλάδας με Ιδιαίτερη Γαστρονομική Ταυτότητα

Έχοντας ήδη αποκτήσει μια σφαιρική εικόνα για την ελληνική γαστρονομική προσφορά, κρίνεται σκόπιμο να εστιάσουμε σε δύο περιοχές της χώρας που όλοι -ειδικοί και μη- συμφωνούν ότι παρουσιάζουν μια ιδιαίτερη γαστρονομική ταυτότητα: την Κρήτη και τη Σαντορίνη.

Η Κρήτη θεωρείται η πιο ενδιαφέρουσα από γαστρονομικής άποψης περιοχή της Ελλάδας. Αυτό δεν οφείλεται στα αναρίθμητα τουριστικά εστιατόρια της παραλιακής ζώνης, αλλά κυρίως στις ταβέρνες της ενδοχώρας που διατήρησαν την παράδοση. Αποτελεί ίσως το μόνο μέρος στην Ελλάδα όπου η τοπική κουζίνα είναι τόσο διαδεδομένη και προσιτή για τον τουρίστα. Σε αυτό βοήθησε σε μεγάλο βαθμό η στάση ζωής των Κρητικών που διατηρούν ζωντανή την παράδοση και νιώθουν ως πρεσβευτές της ιστορίας και της πολιτιστικής τους κληρονομιάς. Τα εστιατόρια στην Κρήτη παραμένουν προσηλωμένα στην τοπική κουζίνα σε αντίθεση με άλλες περιοχές της Ελλάδας που η γαστρονομική παράδοση εκτοπίστηκε από τη μόδα, τις εύκολες και οικονομικές λύσεις. Τη γαστρονομική της χάρη η Κρήτη την οφείλει επίσης, στη μεγάλη αγροτική παραγωγή που περιλαμβάνει εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα στο πλαίσιο της παραδοσιακής ή βιολογικής καλλιέργειας και κτηνοτροφίας (αν και δεν λείπουν και περιπτώσεις καλλιέργειας υποβαθμισμένων προϊόντων με κατάχρηση λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων). Ας σημειωθεί ότι λειτουργούν και εστιατόρια σύγχρονης μεσογειακής κουζίνας ή υψηλής γαστρονομίας στα πολυτελή ξενοδοχεία του νησιού. Ωστόσο, είναι τα εστιατόρια και οι ταβέρνες της τοπικής κουζίνας στην κρητική ενδοχώρα που ορίζουν τη γαστρονομική φυσιογνωμία της μεγαλονήσου.

Συνοπτικά, η γαστρονομική ταυτότητα της Κρήτης αποτυπώνεται ως εξής:
Γαστρονομική ταυτότητα της Κρήτης = μεγάλος πλούτος σε τοπικές συνταγές
+ πολλά εμβληματικά προϊόντα, όπως το λάδι και το κρασί
+ εστιατόρια που παραμένουν προσηλωμένα στην παράδοση
+ μεγάλη αγροτική παραγωγή με προϊόντα υψηλής ποιότητας
+ η εν γένει στάση ζωής των Κρητικών

Η Σαντορίνη επίσης, ξεχωρίζει για τη γαστρονομία της. Αντιδιαστέλλοντας τη όμως, με την Κρήτη που πρεσβεύει μια κατεξοχήν παραδοσιακή γαστρονομία, η Σαντορίνη εκφράζει τις δύο τελευταίες δεκαετίες ένα ρεύμα εκσυγχρονισμού της ελληνικής κουζίνας. Εύλογα

αναρωτιέται κανείς: γιατί αυτό το ρεύμα διαμορφώθηκε στο συγκεκριμένο νησί; Η διάθεση για γαστρονομική αλλαγή ξεκίνησε από την τουριστική πελατεία του νησιού που αναζητούσε την τοπική κουζίνα αλλά δεν αποδεχόταν ορισμένα χαρακτηριστικά της λ.χ. το πολύ λάδι στα ελληνικά φαγητά. Κάποιοι διορατικοί επιχειρηματίες αφουγκραστήκαν τη γαστρονομική ζήτηση και αποφάσισαν να ξαναδούν με μια πιο μοντέρνα ματιά την παραδοσιακή κουζίνα. Έτσι, ξεκίνησε μια διαδικασία αναδημιουργίας και παραλλαγής των παραδοσιακών συνταγών ώστε να έρθουν πιο κοντά στο γούστο του διεθνούς κοινού. Την ίδια στιγμή άνοιγαν στο νησί εστιατόρια και ταβέρνες που προσέφεραν καλή και «τίμια» παραδοσιακή κουζίνα χωρίς να επηρεάζονται από αυτή τη διεργασία.

Πρέπει να τονιστεί ότι το μοναδικό μικροπεριβάλλον της Σαντορίνης συνέβαλλε καθοριστικά στη δημιουργία της ξεχωριστής σαντορινιάς γεύσης . Το τοπικό κλίμα και έδαφος οδήγησαν στην άνυδρη καλλιέργεια μόνο λίγων ειδών, τα οποία έγιναν εμβληματικά και ταυτίστηκαν με τη νέα σαντορινιά κουζίνα. Προϊόντα, όπως η φάβα, το ντοματάκι, η κάπαρη, η λευκή μελιτζάνα, το κατσούνι (αγγούρι) και το χλωρό τυρί αποτέλεσαν τη βάση για τους μαγειρικούς πειραματισμούς των τοπικών δημιουργικών εστιατορίων. Παράλληλα, υπήρξε μια άνθηση στην παραγωγή ποιοτικού σαντορινιού κρασιού, γεγονός που επέτρεψε να διαμορφωθεί στη Σαντορίνη μια ολοκληρωμένη γαστρονομική πρόταση που συνοψίζεται ως εξής:

Γαστρονομική ταυτότητα της Σαντορίνης = χαρακτηριστικά τοπικά προϊόντα

- + καλά παραδοσιακά εστιατόρια και ταβέρνες
- + εστιατόρια δημιουργικής ανασύνθεσης της ελληνικής παράδοσης
- + εξαιρετικό κρασί
- + το μοναδικό σκηνικό της Καλντέρας

Ένα τελευταίο σημείο που πρέπει να τονιστεί είναι η αποτελεσματική συνεργασία των τοπικών επαγγελματιών με τα ελληνικά και διεθνή μέσα ενημέρωσης, καθώς και η πραγματοποίηση σημαντικών διεθνών εκδηλώσεων στο νησί. Όλα αυτά εδραίωσαν την επιτυχία της σαντορινιάς γαστρονομικής πρότασης και παρείχαν στους δημιουργούς της παγκόσμια προβολή και καταξίωση.

5.1 Τοπικά προϊόντα ανά γεωγραφικό διαμέρισμα.

1. Πελοπόννησος
2. Ρούμελη και Αττική
3. Θεσσαλία
4. Ήπειρος
5. Μακεδονία και Θράκη
6. Κρήτη
7. Νησιά Αιγαίου
8. Ιόνια Νησιά και Κύθηρα

Πελοπόννησος

Η Πελοπόννησος είναι στην πραγματικότητα πολλαπλή περιοχή στην οποία θα μπορούσαμε να διακρίνουμε τρεις υποπεριοχές με αντίστοιχα μαγειρικά υποσυστήματα: τη Μάνη, την ορεινή Κορινθία με την Αργολίδα, και την Αρκαδία. Στην πρώτη, είναι χαρακτηριστική η έντονη παρουσία του πορτοκαλιού που αρωματίζει λουκάνικα, σύγκλινα, ελιές και που γίνεται ακόμη και σαλάτα. Τα □διατηρητέα□ της περιοχής είναι σημαντικά, όπως τα σύγκλινα στο λάδι, οι τσίχλες παστές, πρακτικές που ανάγονται στην αρχαιότητα. Σε όλες τις περιοχές είναι σημαντική η παρουσία λαχανικών μαγειρεμένων με διάφορους τρόπους ως κυρίως φαγητό. Πρωτότυπα πιάτα όπως το λαγωτό συναντώνται στις άλλες περιοχές όπως και η παρουσία γάστρας η οποία όμως εδώ θα είναι από πηλό ζυμωμένο με τρίχα γίδας ώστε να αντέχει. Στα πιο ορεινά οι συνήθειες θυμίζουν Ρούμελη και Ήπειρο.

Τοπικά προϊόντα

- αγκινάρες
- γεωργικά προϊόντα
- διάφορα εσπεριδοειδή
- ελαιόλαδο (πολλών περιοχών)
- ελιές
- επιτραπέζιες ελιές πολλών περιοχών
- καρύδια Τριπόλεως
- κορινθιακή σταφίδα

Ρούμελη και Αττική

Η πρωτεύουσα δεν είναι ο καλύτερος σύμμαχος της γαστρονομικής παράδοσης. Λειτουργεί μάλλον ισοπεδωτικά και ως κερκόπορτα για τις ξενόφερτες συνήθειες. Δεν λειτούργησε όπως το Παρίσι, η Θεσσαλονίκη ή η Κωνσταντινούπολη, γι' αυτό και δεν υπάρχουν □Αθηναϊκά□ πίτα, ακόμη και όταν φέρουν ονόματα που αφήνουν να εννοηθεί πως πρόκειται για αντιγραφές ή □μεταφορές□. Ακόμη και ο γαστρονομικός πλούτος των Μεσογείων δεν χρησιμοποιήθηκε, όπως η τοπική πίτα □μουσουντα□. Πόσοι γνωρίζουν τις καλοκαιρινές γιορτές με δεκάδες τσουκάλια βοδινού στιφάδου στην περιοχή των Σπάτων; Όσο για τη Ρούμελη που διαθέτει παράδοση, έχει ελάχιστα χαρτογραφηθεί μαγειρικά. Και βεβαίως όταν μιλάμε για Ρούμελη, μιλάμε για την ιστορική Ρούμελη και όχι για την κουτσουρεμένη Στερεά Ελλάδα. Η γειτνίαση με την πρωτεύουσα μάλλον απειλητική φαντάζει, αφού σπανίως βρίσκει κανείς πια εστιατόριο ή ταβέρνα για να απολαύσει, γαρδουμπάκια, για παράδειγμα...

λουκάνικα

μαυροδάφνη Πατρών

μέλι ελατίσιο βανίλια Μαίναλου

μήλα Τριπόλεως

σύγκλινο Μάνης

τσακώνικη μελιτζάνα

τσίχλες

φορμαέλα Καλαβρύτων Τοπικά προϊόντα Ρούμελης και Αττικής

αβγοτάραχο Μεσολογγίου

βασιλικά σύκα Βραυρώνας

βοδινό

γαρδουμπάκια

ελιές Άμφισσας

κάστανα

κατίκι Δομοκού

κονσερβοελιά Ροβιώνκρασί μοσχάτο και σαββατιανό

ξινός και γλυκός τραχανάς

σολομοπέστροφες

σύκα Κύμης

φιστίκια Αιγίνης

φορμαέλα Αράχοβας

φρέσκα και ξερά ζυμαρικά με αβγά

Θεσσαλία

Κοντινή σε παράδοση με την Ήπειρο, τουλάχιστον στα ορεινά της, η Θεσσαλία παρουσιάζει μεγάλη ποικιλία εδεσμάτων που αντιστοιχούν στη διαμόρφωση του χώρου. Από την ανατολική Πίνδο ως τον όγκο του Πηλίου και τη θάλασσα, από την απέραντη πεδιάδα ως τις οινοπαραγωγικές περιοχές του Τυρνάβου και της Ραψάνης, μπορούμε να μιλήσουμε για ιδιαίτερα οικοσυστήματα και κατ' επέκταση μαγειρικές. Έτσι, θα βρούμε θαλασσινούς μεζέδες στον Βόλο, μαγειρευτά κηπευτικά στον κάμπο, τυροκομικά και πίτες στα ορεινά, κρασάτα και κρεατικά στις αμπελο-οινικές ζώνες. Και στη Θεσσαλία πρωτοστατούν οι πίτες που αποτελούν από τους αρχαιότερους τρόπους να μετατραπούν σε πλήρες γεύμα απλές πρώτες ύλες, αφού πρόκειται για ένα εύκολο τρόπο για τους νομάδες κτηνοτρόφους να εμπλουτίζουν την καθημερινή τους τροφή. Σημαντικό ρόλο παίζει και το σιτάρι σε όλες τις μορφές (πλιγούρι, τραχανάς, ζυμαρικά) λόγω της παραγωγής του κάμπου. Άλλη σημαντική ενότητα είναι τα ποικιλοτρόπως μαγειρευτά λαχανικά από τους μπαχτσέδες και τα μπουστάνια. Χαρακτηριστική είναι η περιοχή του Πηλίου με το διάσημο σπετζοφάι και τη χρήση φρούτων αλλά και τα τσιτσίραυλα, ένα μοναδικό τουρσί. Επίσης, τα Φάρσαλα με τον εξίσου διάσημο πανηγυριώτικο ή σαπουνέ χαλβά, καραμελωμένο και με αιγοπρόβειο βούτυρο. Αν και τα τελευταία χρόνια έχει ελαφρώς υποχωρήσει, το βούτυρο έχει εδώ έντονη παρουσία όπως και στη Μακεδονία, τη Θράκη και την Ήπειρο.

Τοπικά προϊόντα Θεσσαλίας

αρωματικά φυτά

βατραχοπόδαρα

βούτυρο

κάστανα και καρύδια

λουκάνικα βολιώτικα καυτερά και γλυκάμυρωδικά

πλιγούριποταμίσιες караβίδες

τουρσιά

τραχανάς

τσιτσίραυλα

τσιπίουρο

τυροκομικά

χαλβάς

Ηπειρος

Η ηπειρώτικη μαγειρική είναι η μαγειρική του βουτύρου και του ελαιολάδου, του κρέατος και των λαχανικών ή λάπατων (χόρτα), των αναρίθμητων πιτών, είναι η μαγειρική της σύνθεσης και της χρησιμοποίησης όλων όσων προσφέρει η φύση –μαθήματα ανέχειας– ακόμη και προϊόντων που άλλοι θεωρούν αποκρουστικά, όπως για παράδειγμα, τα βατραχοπόδαρα. Και βούτυρο και λάδι ελιάς: η ηπειρώτικη μαγειρική είναι η γέφυρα ανάμεσα σε Δύση και Ανατολή, ανάμεσα σε Βορρά και Νότο. Νηστίσιμο λάδι, αρτύσιμο βούτυρο, μίγμα και των δύο εκεί που πρέπει, ο συνδυασμός αυτός είναι χαρακτηριστικός της τοπικής οικονομίας και του τοπικού πολιτισμού. Για τους δύο ίδιους λόγους δημιουργήθηκε στην Ήπειρο ο πολιτισμός της πίτας... περιπλανώμενοι, νομάδες κτηνοτρόφοι, τα προϊόντα τους, η ανταλλαγή προϊόντων με στάρι, καλαμπόκι, αλεύρια και αλάτι, ένα ταψί και η μαγική γάστρα που μετατρέπει μια απλή φωτιά σε κινητό φούρνο. Ένα είναι γεγονός, στην Ήπειρο όλα γίνονται πίτα, και το ψάρι και το κρέας, μάλιστα στην περιοχή των Ιωαννίνων, και κυρίως στο Νησί, η πρωτοχρονιάτικη βασιλόπιτα με το φλουρί γίνεται με προβατίσιο κρέας ή με κρέας φάσας! Η ηπειρώτικη κουζίνα είναι το προϊόν της αρχαίας μας παράδοσης, των εξωτερικών επιρροών και της απομόνωσης, όπως προείπαμε. Είναι λοιπόν φυσικό, λέξεις και συνήθειες να είναι διαφορετικές από άλλες περιοχές του ελληνισμού. Για παράδειγμα στα ηπειρώτικα το χλιάρ' ή χλιάρα δεν είναι παρά το κουτάλι, η κουτάλα. Η ηπειρώτικη λέξη προέρχεται από την αρχαιοελληνική □κοχλιάριον□. Έτσι, □τροφή□λένε οποιοδήποτε μίγμα γεμίζει μία πίτα ενώ □χεριά□ ή □πλόχερο□ είναι μία φούχτα, και αποτελεί τρόπο μετρήματος. Οι ηπειρώτες επίσης ξεχωρίζουνε το □ήμερο□ πιπέρι από το καυτερό. Όσο για τα □χόρτα□ των □νοτίων□ στην Ήπειρο μπορεί να είναι □λάχανα□ ή □λάπατα-λάπαθα□. Η σιδερένια γάστρα είναι υπογραφή της ηπειρώτικης γαστρονομίας, το μεταλλικό αυτό καπάκι που μετατρέπει ένα απλό ταψί σε υπαίθριο φούρνο και το όποιο έδεσμα (κρέας, ψωμί ή ακόμη πίτες) σε υψηλού επιπέδου γευστική απόλαυση με το αργό και υπομονετικό ψήσιμο, πάνω κάτω. Αλλά οι ηπειρώτες μετατρέπουν και ένα απλό κεραμίδι σε □σκεύος□ τουλάχιστον στην περίπτωση ψησίματος των χελιών.

Τοπικά προϊόντα Ηπείρου

γαλακτοκομικά προϊόντα

διάφορα τυριά (φέτα, μετσοβόνη, γαλοτύρι, κεφαλογραβιέρα)

εσπεριδοειδή Άρτας

μέλι Κουμαρίας Άρτας
πρόβειο βούτυρο
σπαράγγια

Μακεδονία και Θράκη

Όταν μιλάμε για μακεδονική και θρακική γαστρονομία, θα πρέπει να προσέξουμε τις πηγές μας για να σιγουρευτούμε περί τίνος πρόκειται, και αυτό διότι ο χώρος αυτός έζησε πολλές αλλαγές στις αρχές του 20ου αιώνα. Από τη μία η πολυπολιτισμική Θεσσαλονίκη (γαστρονομική πρωτεύουσα, μαζί με την Κωνσταντινούπολη και τη Σμύρνη) είναι πια σχεδόν μονοδιάστατη, και από την άλλη οι πρόσφυγες από τον Πόντο, τη Μικρά Ασία, την Ανατολική Θράκη και την Ανατολική Ρωμυλία, εγκαταστάθηκαν φέρνοντας μαζί τους τις συνήθειές τους. Οι μνήμες που επέζησαν είναι επιπέδου μαρτυρίας. Ο τζιγεροσαρμάς, για παράδειγμα, είναι ένας μεζές που υπάρχει εδώ και 2.500 χρόνια αφού αναφέρεται ως □επίπλουν□ στους □Δειπνοσοφιστές□ του Αθήναιου. Από την άλλη, απλοϊκά πιάτα όπως το ταρτόρι της Νάουσας (μουσκεμένο ψωμί με ξίδι, σκόρδο και δυόσμο που έπαιρναν παλιά στα χωράφια για κολατσιό) ως μεζές ή ως κρύα σούπα, δείχνουν την ευρηματικότητα αυτού του λαού που μαγειρεύει από το □τίποτα□. Η γιορτή ή κισκέκι ή κουρμπάνι, τέλος, δείχνει πως έστω και με άλλα ονόματα κρατήθηκαν αρχαιοελληνικές συνήθειες σχετικές με τη γονιμότητα της γης, που σ' άλλες περιοχές θα βρούμε με τη μορφή του πολυσποριού (η πανσπερμία των Αρχαίων). Πιο □βόρεια□ η μαγειρική αυτής της περιοχής, με βούτυρα και καϊμάκι (από γάλα βουβάλας κατά προτίμηση), τουρσιά (αρμιά, με λάχανο), καυτερή πιπεριά, κρέατα σε συντήρηση (καβουρμάς), δίνει γενικώς έναν άλλο τόνο στη συνολική ελληνική μαγειρική. Πολύ χαρακτηριστική είναι η χρήση φρούτων στα αλμυρά εδέσματα: χοιρινό με κυδώνια, κουκιά με προύνες (κορόμηλα), μελιτζανοσαλάτα με αγουρίδα (χυμός άγουρου σταφυλιού).

Τοπικά προϊόντα Μακεδονίας και Θράκης

γλυκά κουταλιού
καβουρμάδες
κρόκος Κοζάνης
παστέλι
σησάμελο
σπαράγγια Κομοτηνής
ταχίνι

φασόλια Πρεσπών και Καστοριάς μεγαλόσπερμα και ελέφαντες

Κρήτη

Η Κρήτη είναι πραγματική περίπτωση εντοπιότητας (terroir που λένε οι Γάλλοι), αλλά και εδώ ισχύει ο κανόνας του οικοσυστήματος που παράγει μαγειρικό σύστημα. Απλώς στην Κρήτη είναι οφθαλμοφανές, αφού ακόμη και η γλωρίδα και η πανίδα διαφέρουν από τις αντίστοιχες της ηπειρωτικής Ελλάδας. Τα ιδιαίτερα της βότανα και χόρτα όπως το δίκταμο, το σταμναγκάθι ή οι παπούλες είναι χαρακτηριστικά παραδείγματα. Βουνίσια και γήινη μαγειρική, η κρητική, έχει λίγο ψάρι στο διαιτολόγιό της και με σύγχρονες μάλλον συνταγές, είναι όμως παγκόσμιο πλέον παράδειγμα ορθής διατροφής με πολλά χόρτα, λαχανικά και λάδι. Με ενετικές και ανατολίτικες επιρροές –η τελευταία από τους πρόσφυγες με την καταστροφή του ‘22- η Κρήτη έχει κουζίνα με έντονο χαρακτήρα, με πρωτότυπα πιάτα και πρώτες ύλες. Τέτοια παραδείγματα είναι το γαμοπίλαφο με στάκα, οι χοχλιοί (σαλιγκάρια) με χόνδρο ή λαχανικά, η τούρτα (κρεατόπιτα), η γραβιέρα και το φουριάτικο (αγριοκάτσικο) που σερβίρονται με μέλι (σαν αυτό από τη βυζαντινή συνταγή), τα αλμυρά ή γλυκά μυζηθοπιτάκια αλλά και οι μεζέδες για την τσικουδιά ή τη ρακή. Είναι άκρως ενδιαφέρουσα η μελέτη της κρητικής γαστρονομίας, με το ιδιαίτερο λεξιλόγιο, επειδή, ως κλειστό σύστημα, έχει κρατήσει τις μνήμες του απώτερου παρελθόντος: αρχαίου, βυζαντινού, ενετικού, ανατολικού. Επιπλέον παρουσιάζει ενδιαφέρον από τη σκοπιά της υγιεινής διατροφής.

Τοπικά προϊόντα Κρήτης

ανεβατό

απάκι

αρκετά τυριά (ξινομυζήθρα, μαλάκα, ανθότυρος παλαιωμένος κλπ)

ελαιόλαδο (πολλών περιοχών)

κρητικά παξιμάδια

στάκα

στακοβούτυρο

χόρτα

Νησιά Αιγαίου

Τα νησιά μας είναι μαγειρικό σύνολο με ομοιότητες αλλά και πάρα πολλές διαφορές και είναι λογικό. Η Λέσβος, η Λήμνος, η Χίος είχαν πολύ περισσότερες επαφές με τη Μικρά Ασία και την Πόλη παρά με την ηπειρωτική Ελλάδα και τα νησιά. Οι Σποράδες διατηρούν σχέσεις με την Εύβοια και τον Βόλο. Η μυστηριακή Σαμοθράκη με Θράκη και Μακεδονία. Οι Κυκλάδες έζησαν σε καθεστώς απομόνωσης σε σημείο που συνειδητοποίησαν ότι ανήκουν στο ελληνικό κράτος με τα πρώτα ραδιόφωνα που έφεραν οι ναυτικοί. Άλλα νησιά έζησαν φραγκοκρατία (σταυροφόρων ιπποτών, Ενετών ή Γενοβέζων) όπως η Χίος, η Σαντορίνη, η Σύρος, η Ρόδος ή η Τήνος. Τέλος, κάποια έζησαν πιο εύκολα, προνομιακά, ή πιο δύσκολα κατά την τουρκική κατοχή. Τα κοινά σημεία είναι βέβαια τα ψάρια και οι θαλασσινοί μεζέδες, κάποια γαλακτοκομικά και αρωματικά. Από κει και πέρα κάθε νησί έχει τα δικά του στοιχεία. Η Σκόπελος για παράδειγμα με τα ιδιαίτερα της κατσίκια, τα ξινά της δαμάσκηνα και τις μικρές της μωβ αγκινάρες διαμορφώνει τις δικές της προτάσεις. Η Αστυπάλαια, η Ανάφη και άλλα νησιά, κρατούν την πανάρχαια χρήση του κρόκου (ζαφορά) σε ψωμιά και παξιμάδια, μπαχαρικό που θα το βρούμε και στη ζηλαδιά (πηχτή ψαριού ή χοιροκεφαλής). Η χρήση της κάπαρης και των άνυδρων λαχανικών όπως και η προσθήκη άλλων φρούτων από το σταφύλι στο τσίπουρο, είναι χαρακτηριστικό των φτωχότερων Κυκλάδων. Η Κως, η Φολέγανδρος μάς δίνουν τυριά ωριμασμένα στις λάσπες του κόκκινου κρασιού, η Σαντορίνη εκτός από τα περίφημα άνυδρα τοματάκια της έχει να επιδείξει και πιάτα όπως την μπραντάδα –μπακαλιάρo μαγειρεμένο με σκορδαλιά- λέξη σίγουρα λατινογενής. Στη Σύρο θα βρούμε και τυριά ωρίμανσης όπως το Σαν Μιχάλης και αλλαντικά όπως η λούτζα ή λούντζα (πιθανώς από το ιταλογαλλικό lounge-longe), αλλαντικό που μαρτυρείται και σ' άλλα νησιά με φράγκικες επιρροές όπως η Τήνος ή η Κύπρος. Άλλα μεγαλύτερα νησιά έχουν πιο γήινη συμπεριφορά στη μαγειρική τους. Στις μέρες μας, η εγκατάλειψη της αγροτικής οικονομίας υπό την πίεση του τουρισμού απειλούν σοβαρά όλον αυτόν τον πλούτο.

Τοπικά προϊόντα Νησιών Αιγαίου

άνυδρα λαχανικά (όλα τα νησιά π.χ.: τοματάκια,

κολοκύθες, πιπεριές)

γαλοτύρι

κοπανιστή Μυκόνου και Τήνου

λαδοτύρι Μυτιλήνης

Ιόνια Νησιά και Κύθηρα

Στα Ιόνια νησιά και τα Κύθηρα, όπως και στην Κρήτη, είναι έντονη η βενετσιάνικη επιρροή. Μαγειρικό σύστημα πολύ διαφορετικό από αυτό της ηπειρωτικής Ελλάδας, παρουσιάζει κάποιες αναλογίες με άλλα μας νησιά, αυτά τουλάχιστον που έζησαν υπό φράγκικη κατοχή. Ακόμη και η ονοματολογία των εδεσμάτων δείχνει τη λατινογενή-ενετική προέλευση: μπιάνκο, μπουρδέτο, παστιτσάδα, ζγατζέτο στιφάδο. Για την τελευταία λέξη μπορούμε να πούμε πως μάλλον από τα Ιόνια προήλθε και γενικεύτηκε στον ελληνικό χώρο, σημαίνοντας πια σχεδόν περιοριστικά, κόκκινο φαγητό με κρεμμύδια ενώ κατ' αρχάς σήμαινε τεχνική μαγειρέματος (κλειστό, πνιχτό) σε τσουκάλι για οποιοδήποτε φαγητό. Κοινά πιάτα και τοπικές σπεσιαλιτέ χαρακτηρίζουν όλη αυτή την περιοχή, που πολύ συχνά εκφράζεται (κακώς μόνο) μέσα από τα κερκυραϊκά εδέσματα. Και η Κεφαλλονιά και το Τσιρίγο (Κύθηρα) και το Τζάντε (Ζάκυνθος) έχουν να επιδείξουν γαστρονομικό πλούτο και ιδιαίτερα κρασιά. Μια ιδιαίτερη αρωματικότητα θα μπορούσε να είναι το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό μαζί με μια έφεση στα γλυκά τύπου μαντολάτο, καθώς και η σπάνια χρήση του ψαριού. Τα νησιά αυτά έχουν γήινες τάσεις, πράγμα που εξηγεί αυτό το φαινόμενο. Το ότι δεν κατελήφθησαν ποτέ από τους Τούρκους εξηγεί τα υπόλοιπα όπως και η στενή σχέση με την απέναντι γη (Ηπειρος-Αιτωλοακαρνανία Πελοπόννησος). Επιρροές θα βρούμε και από την Κρήτη και τη Μάνη, συνήθειες που μετέφεραν πρόσφυγες σε παλαιότερους καιρούς.

Τοπικά προϊόντα Ιονίων Νησιών και Κυθήρων

ελαιόλαδα

κουμ κουάτ

λαδοτύρι Ζακύνθου

λουκάνικα Λευκάδας

μάντολες, μέλι

νούμπουλο κερκυραϊκό

πατάτες Νάξου

παξιμάδια Κυθήρων

5.2 Κρήτη

Ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού στην οποία οι ταξιδιώτες επιδιώκουν να βιώσουν μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες. Είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού στην οποία ο ταξιδιώτης γνωρίζει τον προορισμό και τον πολιτισμό του μέσα από τις διατροφικές παραδόσεις, συνταγές και γεύσεις και αποτελεί μια απ' τις μεγαλύτερες τάσεις στον χώρο του τουρισμού παγκοσμίως. Ο δημοσιογράφος του BBC, Rajat Datar στο δεύτερο αφιέρωμα για τον ελληνικό τουρισμό, ταξιδεύει μέχρι την Κρήτη και συναντά την Ζωή Νόβακ, πρώην διευθύντρια του Κρητικού Συμφώνου Ποιότητας (Cretan Quality Agreement), μιας πρωτοβουλίας της Περιφέρειας Κρήτης για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού στο νησί και την προώθηση της Κρητικής Διατροφής. Η Ζωή Νόβακ, μέλος της Ελληνικής Ένωσης Νεοφυών Επιχειρήσεων και με μακρά εμπειρία στο κομμάτι της γαστρονομίας, άφησε την θέση της στο Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας για να αφοσιωθεί στο άνοιγμα της δικής της επιχείρησης, ενός κέντρου γαστρονομικού τουρισμού στο χωριό μικρό Καλλέργο, στον Μυλοπόταμο Ρεθύμνου. Η εταιρεία της "Taste Crete" θα προωθεί την τοπική παράδοση και γαστρονομία του Ψηλορείτη στους επισκέπτες του νησιού, μέσα από διαδραστικά μαθήματα κρητικής κουζίνας, γευσιγνωσίας, οινογνωσίας κ.α. Σύμφωνα με την κ. Νόβακ, οι δύο πυλώνες της οικονομίας της Κρήτης τις τελευταίες δεκαετίες ήταν ο τουρισμός και τα αγροτικά προϊόντα. Υποστηρίζει ότι ενώ ο τουριστικός κλάδος υποφέρει με μειωμένες αφίξεις και τιμές και τα αγροτικά προϊόντα δυσκολεύονται στις εξαγωγές, ένα εναλλακτικό ρεύμα επιχειρηματιών στο νησί προσπαθεί να στήσει μια άλλης φιλοσοφίας οικονομία που θα βασίζεται στην βιωσιμότητα και στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του νησιού. Ο γαστρονομικός τουρισμός για πολλούς επιχειρηματίες έχει αποτελέσει την μόνη λογική απάντηση στην κρίση, και σε πολλούς μια λογική απάντηση στο δίλλημα μεταξύ να μείνουν στην Ελλάδα ή να ψάξουν δουλειά στο εξωτερικό. Απαντάει σε δύο βασικές «ανάγκες» που έχουν προκύψει τα τελευταία χρόνια στους καταναλωτές και ταξιδιώτες – την επιθυμία να κάνουν αυθεντικές διακοπές «με νόημα» (meaningful) γνωρίζοντας και δημιουργώντας σχέσεις με τους ντόπιους και τον πολιτισμό τους, καθώς και την αγωνία να γνωρίζουν από πού έρχεται το φαγητό τους. Για τους επιχειρηματίες της Κρήτης που τολμούν να δραστηριοποιηθούν σ' αυτό το νέο τομέα, ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί το «κανάλι» μέσα απ' το οποίο θα διοχετεύσουν τα τοπικά προϊόντα και θα προβάλουν τον ξεχωριστό διατροφικό πολιτισμό τους, κάνοντας την τοπική γαστρονομία το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε μια ομογενοποιημένη τουριστική αγορά που ο ανταγωνισμός κρίνεται από τις τιμές. Στους ανθρώπους με όραμα και μεράκι για την προβολή

της γαστρονομίας ως ανεκτίμητο τουριστικό προϊόν συγκαταλέγεται και ο κ. Γιώργος Δημητριάδης, πρώην πιλότος, ο οποίος με την ομάδα του παρασκευάζουν με επιτυχία το biolea, αγνό κρητικό ελαιόλαδο με πλούσια γεύση. Τόσο η κ. Νόβακ όσο και ο κ. Δημητριάδης, συμφωνούν ότι η Ελλάδα δύναται να προσφέρει πολλά παραπάνω από θάλασσα, ήλιο, γη – μπορεί να προσφέρει ένα ευρύ φάσμα πραγμάτων και γνώσεων στον σύγχρονο απαιτητικό τουρίστα που θα μετατρέψουν την διαμονή του στην ελληνική ευλογημένη γη, σε ανεκτίμητη εμπειρία.

Όπως είχε πει κάποτε ο διάσημος συγγραφέας Χένρυ Μίλλερ «Χρειάζεται μια ολόκληρη ζωή για κάποιον να ανακαλύψει την Ελλάδα, αλλά μονάχα ένα λεπτό για να την ερωτευτεί.

Κρητικά προϊόντα

1. Ελιά και Ελαιόλαδο
2. Κρητικό Τυρί
3. Σταφίδα
4. Κρητικό κρέας
5. Χόρτα
6. Αρωματικά φυτά
7. Μέλι
8. Ψωμί – Παξιμάδι
9. Ξηροί καρποί

1.Το Κρητικό Ελαιόλαδο



Χρειάστηκε να φτάσουμε μέχρι το δεύτερο μισό του 20ού αιώνα, για να ανακαλύψει ολόκληρη η υφήλιος τη διατροφική αξία του κρητικού ελαιολάδου. Οι Αμερικανοί επιστήμονες που επισκέφτηκαν το 1950 το νησί, προκειμένου να μελετήσουν το φαινόμενο της μακροημέρευσης των Κρητικών, έμειναν πραγματικά άφωνοι όταν ήρθαν αντιμέτωποι με τις ποσότητες του ελαιολάδου που κατανάλωναν σε ημερήσια βάση οι κάτοικοι του νησιού «Πόσο λάδι τρώνε, θεέ μου», αναφώνησε ο διεθνούς φήμης γιατρός και πρωτοπόρος σε θέματα διατροφής Ancel Keys, καθώς έβλεπε την πράσινη σαλάτα να με πάρα πολύ ελαιόλαδο. Στην ουσία ο Keys επανέλαβε εκείνο που είχαν προσέξει κατά τους προηγούμενους αιώνες όλοι σχεδόν οι περιηγητές που έδειξαν ενδιαφέρον για την καθημερινή ζωή των Κρητικών. Σήμερα πιστεύεται πως το ελαιόλαδο είναι το πιο μεγάλο μυστικό της Κρητικής Διατροφής και της Κρητικής Μακροζωίας. Ιατρικές έρευνες που έγιναν και συνεχίζουν να γίνονται στην Ευρώπη και στην Αμερική αποκαλύπτουν πως το ελαιόλαδο όχι μόνον προστατεύει την καρδιά αλλά και βοηθά στην καλή λειτουργία πολλών οργάνων και δρα ευεργετικά σε μια μακρά σειρά ασθενειών. Η ποιότητα του Κρητικού Ελαιολάδου είναι γνωστή σ' όλο τον κόσμο. Γιατί δεν είναι βιομηχανικό αλλά φυσικό προϊόν που βγαίνει από μια απλή σύνθλιψη της ελιάς, χωρίς εκχυλίσματα και βελτιωτικά πρόσθετα. Είναι ένα προϊόν που καλλιεργείται με φροντίδα και μεράκι και συσκευάζεται αγνό και φυσικό από επιχειρήσεις που δείχνουν το σεβασμό τους τόσο στο προϊόν όσο και στον ίδιο τον καταναλωτή. Δοκιμάστε αντί για βούτυρο στο πρωινό σας... ψωμί ή παξιμάδι ολικής αλέσεως βουτηγμένο σε κρητικό παρθένο ελαιόλαδο. Αν θέλετε μπορείτε να το αρωματίσετε βάζοντας μέσα στο μπουκάλι το βότανο ή τους συνδυασμούς βοτάνων που σας αρέσουν. Είναι το καλύτερο, το πιο υγιεινό, το πιο γευστικό πρωινό.

Διατροφική Αξία



Το ελαιόλαδο ήταν η βασική πηγή λίπους στη διαίτα των Κρητικών. Περίπου το 40% των συνολικά προσλαμβανόμενων θερμίδων προέρχονταν από το λίπος και κυρίως από το ελαιόλαδο. Το ελαιόλαδο περιέχει σε μεγάλο ποσοστό μονοακόρεστα λιπαρά οξέα, κυρίως με τη μορφή του ελαϊκού οξέος, πολύ λίγα κορεσμένα λιπαρά, βιταμίνη E, καθώς και άλλα αντιοξειδωτικά συστατικά. Για όλα αυτά τα χαρακτηριστικά του είναι προτιμότερο από τα ζωικά λιπαρά, αλλά ακόμη και από άλλα φυτικά έλαια. Πολλές μελέτες έχουν δείξει τις ευεργετικές δράσεις του ελαίου αυτού στα καρδιαγγειακά νοσήματα, καθώς βοηθά στη ρύθμιση των επιπέδων της χοληστερόλης στο αίμα, δρα προστατευτικά στη δημιουργία της αθηρωματικής πλάκας στα αγγεία και έχει αντιθρομβωτικές δράσεις (Kushi et al. 1995). Πέρα από τα καρδιαγγειακά νοσήματα, το ελαιόλαδο φαίνεται ότι συμβάλλει στην πρόληψη ορισμένων μορφών καρκίνου, ενώ ασκεί και αντιφλεγμονώδεις δράσεις (Kushi et al. 1995). Παρόλα αυτά συνίσταται η χρήση του με μέτρο λόγω της υψηλής θερμιδικής του αξίας.

2.Τυριά της Κρήτης

Ο μύθος θέλει τον βασιλιά των θεών τον Δία, να γεννήθηκε σε μια σπηλιά της Κρήτης και να είχε για τροφό μια κατσικά, την Αμάθεια. Η πραγματικότητα επιβεβαιώνει την άρρηκτη και άριστη σχέση των κρητικών με τα τυροκομικά προϊόντα. Γραβιέρα, κεφαλογραβιέρα, κεφαλοτύρι, γλυκιά και ξινή μυζήθρα έχουν πρωτεύοντα ρόλο στο κρητικό διαιτολόγιο. Παρότι μάλιστα πολλοί θεωρούν τα τυριά πηγή κεκορεσμένων λιπαρών, έρευνες έδειξαν πως οι Κρητικοί, παρότι είναι πρώτοι σε κατανάλωση τυριού στον κόσμο, κάθε άλλο παρά ανεβασμένα επίπεδα χοληστερόλης έχουν. Πώς εξηγείται το παραπάνω παράδοξο; με την ιδανική ισορροπία που επιτυγχάνεται ανάμεσα στα τυροκομικά, τα φρούτα και τα λαχανικά. Αυτό άλλωστε είναι και το γοητευτικό ίδιον της κρητικής διατροφής.

Ανθότυρος



Τυρί από μίγμα τυρογάλακτος και φρέσκου γάλακτος με συνεκτική μάζα και ελάχιστο αλάτι. Έχει μέγιστη υγρασία 70% και ελάχιστη λιποπεριεκτικότητα 65% επί ξηρού. Παράγεται από πρόβειο και κατσικίσιο γάλα. Ωριμάζει με τον χρόνο και τη βοήθεια αλατιού, σκληραίνει και χάνει υγρασία. Η ονομασία του μπορεί να προέρχεται από το άνθος του τυριού η και από τον άθο του τυριού, όπου άθος σημαίνει στάχτη, μια και το τυρί όταν ωριμάσει μοιάζει σαν να έχουν ρίξει στάχτη από πάνω του. Είναι κατάλληλο για μακαρόνια.

Γραβιέρα Κρήτης



Γεύση ελαφρά αλμυρή, γεμάτη από βούτυρο και πρωτεΐνες γάλακτος. Φτιάχνεται από αιγοπρόβειο γάλα. Η καλύτερη ποιότητα είναι όταν παράγεται από αμιγές πρόβειο. Παρασκευάζεται σε κεφάλια βάρους από 5 ως 25 κιλά. Η ανάλυση της είναι Υγρασία 38%,λιπαρά 38,4% επί ξηρού, αλάτι 1,5%. Τρώγεται αυτούσια, ωμή, με φρούτα και ψωμί, μαγειρεμένη σε πίτες, επίσης παναρισμένη σαν σαγανάκι.

Κεφαλοτύρι



Τυρί με συνεκτική μάζα και υποκίτρινο χρώμα. Η γεύση του είναι αλμυρή, πικάντικη και λιπαρή. Παρασκευάζεται σε πολλά μέρη της Ελλάδος από γάλα πρόβειο, η μείγμα πρόβειου και κατσικίσιου. Η λιποπεριεκτικότητα του 40% επί ξηρού, και μέγιστη υγρασία 38% με αρκετή ποσότητα αλατιού. Ιδανικό για μια μακαρονάδα.

Μαλάκα

Είναι η τυρόμαζα που προκύπτει στο πρώτο στάδιο της τυροκόμησης της γραβιέρας. Είναι ελαστική και ομοιογενής και χρησιμοποιείται αποκλειστικά σε πίτες και κυρίως τη Χανιώτικη τούρτα που γίνεται με 4 τυριά, αρνίσιο κρέας και δυόσμο.



3.Κρητικός Οίνος



Πόσο τυχαίο μπορεί να είναι το γεγονός ότι το αρχαιότερο γνωστό πατητήρι βρίσκεται στην περιοχή Αρχάνες της Κρήτης; Καθόλου, απαντά το παράδειγμα των Κρητικών που έχουν αναδείξει το κρασί ως σημείο αναφοράς όχι μόνο της καθημερινής διατροφής, αλλά πολύ περισσότερο της συντροφικότητας, της σχέσης, της κοινωνικής έκφρασης. Για τους Κρητικούς υπάρχει ο παραδοσιακός τρόπος ζωής που θεωρεί τον οίνο συνοδευτικό ενός γεύματος ή δείπνου. Το κρασί είναι μέρος της κουλτούρας των Κρητικών. Δεν πίνουν ποτέ μόνοι τους, είναι στοιχείο συντροφικότητας και κοινωνικής σχέσης. Πίνουν στην παρέα, γελούν και κουβεντιάζουν. Οι σημερινές οινοβιομηχανίες της Κρήτης έχουν αξιοποιήσει τις

παραδοσιακές ποικιλίες του σταφυλιού και τη συσσωρευμένη εδώ και αιώνες εμπειρία. Άλλωστε, το αρχαιότερο πατητήρι, ηλικίας πάνω των 3.500 ετών βρίσκεται στις Αρχάνες της Κρήτης. Η παράδοση αυτή συμβαδίζει με τη γνώση και την τεχνολογία. Οι Κρήτες οινοπαραγωγοί δεν αρκέστηκαν μόνο στην παράδοση αλλά συμπλήρωσαν τη γνώση τους με τις νέες εξελίξεις και τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Ειδικοί οινολόγοι δοκιμάζουν ποικιλίες, πειραματίζονται, αναδεικνύουν αρώματα και γεύσεις και προσφέρουν στην κατανάλωση εκλεκτά κρασιά, κρασιά που μπορούν να ικανοποιήσουν όλα τα γούστα και όλες τις απαιτήσεις. Ο πειραματισμός αυτός αλλά και η προσπάθεια για την ανάδειξη νέων γεύσεων και αρωμάτων κατατάσσει τα κρητικά κρασιά στο πάνθεον των εκλεκτών.

Κρητικός Οίνος και Υγεία

Σημαντικό χαρακτηριστικό της Κρητικής δίαιτας ήταν η μέτρια κατανάλωση αλκοόλ, κυρίως με τη μορφή του κόκκινου κρασιού το οποίο συνόδευε τα γεύματα. Φαίνεται ότι αυτή η συνήθεια αφορούσε κυρίως τους άνδρες, καθώς οι γυναίκες κατανάλωναν αλκοόλ μάλλον σπάνια. Τα ερευνητικά δεδομένα των τελευταίων ετών υποστηρίζουν ότι η μέτρια κατανάλωση αλκοόλ μειώνει τη θνησιμότητα από όλα τα αίτια, αλλά και τη θνησιμότητα από καρδιαγγειακά νοσήματα, καθώς και τον κίνδυνο εμφάνισης οξέος εμφράγματος του μυοκαρδίου (Kloner et al. 2007). Όμως, το κρασί, και ειδικά το κόκκινο κρασί, υπερέχει ανάμεσα στα άλλα αλκοολούχα ποτά καθώς περιέχει φαινόλες, συστατικά τα οποία ασκούν αντιοξειδωτικές και αντιθρομβωτικές δράσεις προστατεύοντας από τη δημιουργία της αθηρωματικής πλάκας στα αγγεία (Lorimier et al. 2000). Το ασφαλές όριο κατανάλωσης αλκοόλ για τους άνδρες έχει τεθεί μέχρι στιγμής στα 2 ποτά την ημέρα, ενώ για τις γυναίκες στο 1 ποτό την ημέρα.

4.Σταφίδα



Στην Κρήτη η σταφίδα και ο μούστος αποτελούν, μαζί με το μέλι, τις πιο σημαντικές παραδοσιακές γλυκαντικές ύλες. Η καλλιέργεια του αμπελιού στο νησί χρονολογείται από τα

προϊστορικά χρόνια. Η παρασκευή σταφίδας δείχνει την ευρηματικότητα του ανθρώπου να διατηρήσει σε σχεδόν αφυδατωμένη (αποξηραμένη) μορφή ένα προϊόν που η φύση το χαρίζει μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες. Σήμερα η σταφίδα θεωρείται μια από τις πλέον θρεπτικές φυτικές τροφές με ιδιαίτερα ωφέλιμα για την υγεία συστατικά. Χρησιμοποιούνται ως συστατικό για πολλά φαγητά και εξαιρετικά γλυκά, ενώ από μόνες τους αποτελούν ένα ωραίο σνακ. Οι σταφίδες γενικά έχουν μεγάλη θρεπτική αξία, είναι δηλαδή πλούσιες σε θρεπτικά συστατικά όμως αποδίδουν και πολλές θερμίδες. Σε 100 γραμμάρια σταφίδας αντιστοιχούν 250 θερμίδες, ενώ ένα φλιτζάνι σταφίδας ισοδυναμεί περίπου με οκτώ φλιτζάνια φρέσκο σταφύλι. Οι σταφίδες αποτελούν καλή πηγή σιδήρου, καλίου και σεληνίου ενώ παράλληλα περιέχουν βιταμίνη Α και βιταμίνες Β και είναι πλούσιες σε φυτικές ίνες. Λόγω των θρεπτικών συστατικών που περιέχουν έχουν ευεργετική επίδραση στην υγεία. Επειδή αποτελούν καλή φυτική πηγή σιδήρου, βοηθούν στην αντιμετώπιση της σιδηροπενικής αναιμίας. Η σταφίδα (σκούρα ή ξανθή) είναι άριστη πηγή Καλίου, που έχει αποδειχθεί ως ένα από τα στοιχεία που μειώνει την πίεση του αίματος και την κατακράτηση υγρών. Στη σταφίδα αφθονούν οι φυτικές ίνες, οι οποίες δρουν κατά της δυσκοιλιότητας, των αιμορροΐδων και βοηθούν στη μείωση της χοληστερόλης. Μελέτη του Κέντρου Μελετών και Ερευνών του Los Altos της Καλιφορνίας, έδειξαν ότι 1/4 της κούπας σταφίδα την ημέρα, μειώνει την χοληστερόλη κατά 10%. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι οι σταφίδες περιέχουν ουσίες που καταπολεμούν βακτήρια στο στόμα τα οποία ευθύνονται για την τερηδόνα και την ουλίτιδα. Οι ουσίες αυτές έχουν την ιδιότητα να καταστέλλουν την ανάπτυξη μικροβίων στο στόμα, να εμποδίζουν την προσκόλληση τους στα δόντια και τα ούλα και να εμποδίζουν τη δημιουργία οδοντικής πλάκας. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με την κοινή αντίληψη ότι οι σταφίδες είναι επιβλαβής για την υγιεινή του στόματος επειδή είναι γλυκές και κολλούν στα δόντια. Όμως έρευνες επιστημόνων του πανεπιστημίου του Ιλλινόι στο Σικάγο, αποδεικνύουν το αντίθετο. Συγκεκριμένα σε σταφίδες χωρίς κουκούτσι, ανιχνεύθηκαν πέντε φυτοχημικές ουσίες οι οποίες έχουν αντιοξειδωτική και αντιβακτηριδιακή δράση. Η πιο δραστική από αυτές είναι το ολεανολικό οξύ ενώ λιγότερο δραστικές είναι η ολεανική αλδεΐδη, η βετουλίνη, το βετουλικό οξύ και η φουρφουράλη. Είναι γνωστό ότι η κατανάλωση ζάχαρης ευθύνεται για την αύξηση της οξύτητας και τη δημιουργία της οδοντικής πλάκας. Οι σταφίδες περιέχουν κυρίως φρουκτόζη και γλυκόζη οι οποίες δεν υποστηρίζουν τη δημιουργία της οδοντικής πλάκας. Οι σταφίδες καταναλώνονται είτε χωρίς επεξεργασία είτε χρησιμοποιώντας τις για να παρασκευάσουν εξαιρετικά γλυκίσματα, όπως είναι τα σταφιδωτά και τα πατούδα.

5.Κρητικό κρέας



Οι Κρητικοί κατανάλωναν περισσότερο αρνί και κατσίκι, και λιγότερο συχνά μοσχαρίσιο και χοιρινό κρέας. Η κατανάλωση όμως κόκκινου κρέατος ήταν γενικά χαμηλή, γεγονός που φαίνεται ότι συνέβαλε σημαντικά στις προστατευτικές δράσεις της Κρητικής διαίτας στην υγεία. Η συχνή κατανάλωση κόκκινου κρέατος αυξάνει τον κίνδυνο για καρδιαγγειακά νοσήματα, κι έχει συσχετιστεί με την εμφάνιση καρκίνου του παχέος εντέρου, και ενδεχομένως εμπλέκεται στην αιτιολογία και άλλων τύπων καρκίνου (Kushi et al. 1995). Η υψηλή περιεκτικότητα του κρέατος αυτού σε κορεσμένα λιπίδια, αλλά και η δημιουργία καρκινογόνων ουσιών κατά το μαγείρεμα, φαίνεται να ευθύνονται για τις δυσμενείς επιπτώσεις του στην υγεία

6.Χόρτα



Η κρητική χλωρίδα παρείχε πάντα στο κρητικό νοικοκυριό τη δυνατότητα μιας οικονομικής και εύκολης τροφής. Αργότερα τα χόρτα και τα λαχανικά αποτελούσαν την κυριότερη τροφή των φτωχών και των καλλιεργητών της γης. Τις περισσότερες φορές

καταναλώνονταν ωμά, όπως τα έβρισκαν στα χωράφια, και άλλα βραστά ή μαγειρευμένα με διάφορους τρόπους. Δεν γνωρίζουμε πώς ακριβώς μαγείρευαν τα χόρτα οι αρχαίοι Κρήτες. Το διαιτολόγιο των Κρητικών ήταν πάντα πλούσιο σε χόρτα και λαχανικά. Οι γευστικές συνήθειες κάθε περιοχής καθόριζαν όχι μόνον τους συνδυασμούς των χορταρικών που προέρχονταν από την κρητική φύση αλλά και τους τρόπους μαγειρέματος. Η «μόλοχος» των βυζαντινών τρώγεται βραστή ή και τηγανητή (μετά το βράσιμο) ως «σφουγγάτο» (Ομελέτα) με αυγά. Στο Μυλοπόταμο Ρεθύμνου τρώγονται οι τρυφεροί βλαστοί της τσουκνίδας ως «σφουγγάτο» αλλά και «γιαχνί» και είναι νοστιμότατοι. Άλλα λαχανικά που αναφέρονται σε βυζαντινά κείμενα και που παραμένουν βρώσιμα στη σημερινή Κρήτη είναι τα λάπαθα, τα βλίτα, οι γαλατσίδες και άλλα πολλά. Πολλά από τα κρητικά φυτά χρησιμοποιήθηκαν για πολλούς αιώνες στη λαϊκή θεραπευτική, όπως ακριβώς είχαν χρησιμοποιηθεί και από τους σπουδαίους γιατρούς της αρχαιότητας. Από τα καλλιεργήσιμα λαχανικά είναι γνωστό ότι υπήρχαν τα περισσότερα από κείνα που καλλιεργούνται ακόμη στους Κρητικούς κήπους. Τα χόρτα και τα λαχανικά που καταναλώνονταν ωμά από τους παλαιότερους Κρητικούς είναι εξαιρετικής ποιότητας και σήμερα θεωρούνται άριστη τροφή. Συνήθως με τα χόρτα αυτά παρασκεύαζαν σαλάτες οι οποίες συνόδευαν το καθημερινό φαγητό.

Χαρακτηριστικά γνωρίσματα της άγριας βρώσιμης γλωρίδας της Κρήτης

Την συναντούμε από την παραθαλάσσια έως και ορεινή ζώνη. Καταλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος της γλωρίδας της Κρήτης σε καλλιεργήσιμη γη, αλλά και σε πετρώδη εδάφη, σε βραχώδεις ακτές και σε χέρσα χωράφια Ένα μεγάλο μέρος της, μας δίνει εντυπωσιακά λουλούδια.

Τα πιο γνωστά χόρτα της Κρήτης είναι:

Το σταμναγκάθι (Cichorium Spinosun)

Το ραδίκιο (Cichorium intibus)

Η γλιστρίδα (Portulaca Oleracia)

Οι παπούλες ή ψαρές ή καμπυλιές. (Lathyrus ochrus)

Αγκινάρα (αγρια)

Κρεμμυδια Κασσάνων

Βολβοί (ασκορδουλακκοι)

Ασκόλυμπος

Μάραθο (*Foeniculum vulgare*, Fennel)

Αγριόπρασο ή σχινόπρασο (*Allium Schoenoprasum*, chives)

Σκούλος: Τραγοπώγων (*Tragopogon porrifolius* L., Salisify ή Oyster plant)

Ζοχός: Σογχός (*Sonchus oleraceus* L., annual sow thistle)

Καυκαλήθρα: Τορδύλιο το άπουλο (*Tordylium apulum* L., hartwort)

Σταφυλίνακας: Δάυκος (*Daucus carota*, queen anne's lace)

Πεντάνευρο: Αρνόγλωσσον-Πλαντάγον (*Plantago*, Plantain)

Αχάτζικας: Σκάνδιξ, το χτένι της Αφροδίτης (*Scandix pectenvenenis* L., venus comb ή shepherd's needle)

Λαγουδοπαξιμάδο: Γλήχωμα (*Glechoma hederacea*, ground ivy)

Γοργογιάννης: Βερβένα η φαρμακευτική ή ιεροβοτάνη (*Verbena officinalis*, verbena ή vervain)

Στρουφούλι: Σίληνη (*Silene vulgaris*, bladder campion)

Μαρουλίδα, Κοφτό, Αγριοραδίκι κ.λπ. (*Taraxacum* sp.)

Γαλατσίδα (*Reichardia picroides* L.)

Κάππαρη (*Capparis spinosa* L.)

Κρίταμος (*Crithmum maritimum*)

Κουτσούνάδα, Παπαρούνα (*Papaver rhoeas* L.)

7.Αρωματικά φυτά



Είναι γνωστό ότι ο Ιπποκράτης συνιστούσε στις εγκύους να καταναλώνουν δίκταμο, ένα βότανο που σύμφωνα με τις πηγές θα τις βοηθούσε να γεννήσουν γρήγορα και ανώδυνα. Το δίκταμο είναι ένα μόνο από τα χιλιάδες βότανα που διαθέτει η κρητική γη ενώ όπως η μαλοτύρα, είναι ενδημικό, αναπτύσσεται δηλαδή μόνο στο νησί. Τα αρωματικά φυτά αποτελούν μια σπουδαία παράδοση για την Κρήτη. Βοτανολογικές μελέτες αποκαλύπτουν

πως το νησί έχει ένα από τα πιο πλούσια και πιο ενδιαφέροντα οικοσυστήματα της Ευρώπης. Στην Κρήτη σήμερα, προσφέρεται πλήθος βοτάνων, που έχουν χρησιμοποιηθεί από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα ως φαρμακευτικά φυτά. Είναι πολλά τα κείμενα των αρχαίων συγγραφέων που αποδίδουν στα βότανα εξαιρετικές θεραπευτικές ιδιότητες. Τα εκπληκτικά βότανα της Κρήτης, φυτρώνουν στα απόκρημνα βουνά του νησιού και συλλέγονται από έμπειρους συλλέκτες για να αποξηρανθούν κάτω από φυσικές συνθήκες και να οδηγηθούν στα σύγχρονα συσκευαστήρια, χωρίς καμιά χημική ή άλλα επεξεργασία.



Αρωματικά Βότανα της Κρήτης

Δίκταμο ή (Ερωντας) (*Origanum dictamnus*)

Φασκόμηλο (*Salvia fruticosa*)

Μαντζουράνα (*Origanum microphyllum*)

Μαλοτήρα (*Sideritis syriaca*)

Ρίγανη (*Origanum vulgare ssp hirtum*)

Θυμάρι (*Coridothymus capitatus*)

Θρούμπα (*Satureja thymbra*)

Χαμομήλι (*Marticaria chamomila*)Χαμομήλι

Μέντα (*Mentha x piperita*)

Τίλιο

Δάφνη (*Laurus nobilis*)

Δεντρολίβανο (*Rosmarinus officinalis*)

Βασιλικός (*Ocimum basilicum*)

Αγιόκλημα

Βρώμη

Το κρινάκι» της θάλασσας (*Panocratium maritimum*)

Λυγαριά (*Vitex agnuscastus*)

Μυρτιά (*Myrtus communis*)

Λαδανιά (*cistus creticus*)

8. Προϊόντα της Μελισσοκομίας στην Κρήτη

Βασική πηγή βιταμίνης E, το μέλι, βοηθά τον ανθρώπινο οργανισμό να αποβάλει βλαβερές ουσίες που είτε παράγονται από τον ίδιο τον μεταβολισμό είτε προέρχονται από βλαβερές συνήθειες, όπως το κάπνισμα. Η παραγωγή μελιού στην Κρήτη έχει και αυτή τις ρίζες της στον αρχαίο μινωικό πολιτισμό. Θεωρείται το πιο αρωματικό μέλι του κόσμου χάρη στους θάμνους και τα ενδημικά φυτά που προσφέρουν τροφή στις μέλισσες, ενώ η επεξεργασία το γίνεται με φυσικό τρόπο ώστε να διατηρούνται ακέραια τα θρεπτικά συστατικά και οι βιταμίνες του.

Θυμαρίσιο μέλι



Το θυμαρίσιο καταγράφεται ως ιδιαίτερη κατηγορία, λόγω των ξεχωριστών και έντονων αρωματικών και γευστικών χαρακτηριστικών και έχει την πρώτη ζήτηση, γιατί, αν αναμιχθεί ακόμα και σε μικρές ποσότητες (5%) με άλλο τύπο μελιού, επηρεάζει καθοριστικά το άρωμά του.

Γύρη



Σε μια μεγάλη κυψέλη συσσωρεύονται ετησίως 25-30 κιλά γύρης, ποσότητα μεγαλύτερη από αυτή που χρειάζεται το σμήνος.

Βασιλικός πολτός



Αποτελεί τη μοναδική τροφή των προνυμφών της βασίλισσας, και είναι μια πλούσια πρωτεϊνούχος ουσία, με πολλές θρεπτικές και θεραπευτικές ιδιότητες.

9. Ψωμί – Παξιμάδι



Οι ξένοι περιηγητές που έφταναν στην Κρήτη το 19ο αιώνα αλλά και στις πρώτες δεκαετίες του 20ού, περιέγραφαν το ψωμί των Κρητικών όχι με τα καλύτερα λόγια. Ο Άγγλος περιηγητής Ρόμπερτ Πάσλεϋ (1834), εντυπωσιάστηκε από το ωραίο μαύρο ψωμί των καλογήρων της Κρήτης, που το παρασκεύαζαν με σιτάρι, κριθάρι και σίκαλη. Χρειάστηκε να περάσουν πολλά χρόνια, να γίνουν μελέτες, για να αποδειχτεί πως το ψωμί αυτό ήταν πλούσιο σε διατροφική αξία. Οι ίνες που περιέχει το κρητικό παραδοσιακό ψωμί βοηθούν στην καλύτερη λειτουργία του εντέρου, και ιδιαιτέρως του παχέος εντέρου. Έχει πολύ μεγαλύτερες ποσότητες βιταμινών, ιδίως του συμπλέγματος Β, που είναι απαραίτητες για τη σωστή λειτουργία του νευρικού συστήματος. Κι ακόμη, λέγεται πως το πλήρες ψωμί είναι πιθανόν να προλαμβάνει τον καρκίνο του γαστρεντερικού σωλήνα και ιδιαιτέρως του παχέος εντέρου. Μέχρι και τις τελευταίες δεκαετίες οι Κρητικοί έτρωγαν κάθε μέρα μαύρο ψωμί. Λευκό, χωρίς πίτουρο, έτρωγαν μόνο πέντε – έξι φορές το χρόνο τα Χριστούγεννα, το Πάσχα, το Δεκαπενταύγουστο, σε κάποια τοπική γιορτή και, ίσως, σε κάποια κοινωνική εκδήλωση (γάμο). Προϊόν αναγνωρισμένο από την Ευρωπαϊκή Κοινότητα το κρητικό παξιμάδι κατακτά σήμερα τους καταναλωτές λόγω της υψηλής ποιότητας του, λόγω των αγνών φυσικών υλικών που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή του αλλά και λόγω της υψηλής διαιτητικής του

αξίας. Στην Κρήτη υπάρχουν τα στρογγυλά παξιμάδια που σερβίρονται σήμερα και στα καλά εστιατόρια και αποτελούν μια ξεχωριστή απόλαυση. Τρίβουν φρέσκια ντομάτα και τη βάζουν πάνω μαζί με αρωματικά φυτά, βρέχουν με ελαιόλαδο και, μερικές φορές αναμιγνύουν μυζήθρα με τη ντομάτα. Πρόκειται για τον Ντάκο. Είναι μια ξεχωριστή λιχουδιά αλλά και ένας ξεχωριστός συνδυασμός αγνών φυσικών προϊόντων.

10. Ξηροί καρποί



Οι ξηροί καρποί είναι μια ακόμη αγαπημένη γεύση για τους Κρητικούς. Πλούσιες πηγές λινολεϊκού και λινολενικού οξέος (πολυακόρεστα λιπαρά οξέα απαραίτητα για τη λειτουργία όλων των κυττάρων του σώματος μας), αποτελούν αληθινή ασπίδα για την ομαλή λειτουργία της καρδιάς. Οι ξηροί καρποί της Κρήτης προέρχονται από δέντρα που συνήθως καρπίζουν μόνα τους, χωρίς καλλιεργητική φροντίδα. Καρυδιές, καστανιές και αμυγδαλιές δεν καλλιεργούνται συστηματικά αλλά έτσι όπως καλλιεργούνται αιώνες τώρα στο νησί! Και τα προϊόντα που παράγουν (κανόνας για τα Κρητικά Είδη διατροφής) είναι απαλλαγμένα εντελώς από χημικά υπολείμματα.

Διατροφική Αξία

Οι ξηροί καρποί, όπως τα κάστανα, τα καρύδια, τα αμύγδαλα και τα φιστίκια, καταναλώνονταν συχνά στα πλαίσια της Κρητικής δίαιτας. Η κατανάλωση ξηρών καρπών παρουσιάζει διάφορα οφέλη για την υγεία (Sabate & Ang 2009). Είναι πλέον γνωστό ότι η τακτική κατανάλωση τους προστατεύει από την εμφάνιση στεφανιαίας νόσου και βελτιώνει

τα επίπεδα των λιπιδίων στο αίμα. Πρόσφατες μελέτες όμως υποστηρίζουν ότι ίσως σχετίζεται και με άλλες ευεργετικές δράσεις. Η συχνή κατανάλωση ξηρών καρπών ενδεχομένως μειώνει τον κίνδυνο εμφάνισης διαβήτη στις γυναίκες, ενώ για τους άνδρες δεν υπάρχουν δεδομένα προς το παρόν. Και στα δύο φύλα φαίνεται να μειώνει την πιθανότητα εμφάνισης χολολιθίασης, ενώ η τακτική κατανάλωση σε βάθος χρόνου συνδέεται με χαμηλότερο σωματικό βάρος και με μειωμένο κίνδυνο εμφάνισης παχυσαρκίας. Τέλος, υπάρχουν προς το παρόν λίγα δεδομένα που υποστηρίζουν ότι ίσως στις γυναίκες η κατανάλωση ξηρών καρπών ασκεί και αντικαρκινικές δράσεις.



5.3 ΧΙΟΣ

Η Χίος είναι ένα ευλογημένο νησί, με πλούσιο έδαφος και άριστο μεσογειακό κλίμα το οποίο ευνοεί την παραγωγή πολλών, διαφορετικών και ποιοτικών προϊόντων.

Τα ταξίδια και οι εμπειρίες των ναυτικών της, διευκόλυναν από πολύ νωρίς την προώθηση των χιώτικων προϊόντων στο εξωτερικό και συνέβαλαν στην ανταλλαγή γνώσεων και την εισαγωγή νέων ιδεών, (παραγωγής, μεταποίησης, συσκευασίας), από όλο τον κόσμο. Φυσικά τον πρωταγωνιστικό ρόλο έχει η Μαστίχα! Και ποιος δεν γνωρίζει ότι, εδώ και μόνο εδώ, σε ολόκληρο τον κόσμο παράγεται αυτό το μοναδικό προϊόν, με τις απίστευτες ιδιότητες και τις δεκάδες χρήσεις. Πριν φύγετε από τη Χίο, πρέπει να φροντίσετε να προμηθευτείτε προϊόντα μαστίχας ανάλογα με τις ανάγκες σας και τα γούστα σας. Τσίγλες, ούζο, λικέρ, καραμέλες, πολλά και διάφορα γλυκά, είδη προσωπικής περιποίησης, αρώματα, καλλυντικά & μακιγιάζ, αρωματικά φυσικά σαπούνια και κεριά και ότι άλλο βάζει ο νους σας, πάντα με το μεθυστικό, θεραπευτικό άρωμα της και τις μαγικές της ιδιότητες...

Η Χίος έχει μεγάλη παράδοση στην ποτοποιία και σήμερα δεκάδες οικογενειακές επιχειρήσεις, που περνάνε τη γνώση τους από γενιά σε γενιά, παράγουν εκλεκτά ούζα, αρωματικά λικέρ και δυνατή σούμα (είδος τσίπουρου που βγαίνει από απόσταξη σύκων). Ακόμα παράγει κόκκινα κυρίως κρασιά, άριστης ποιότητας, καθώς και το φημισμένο από την αρχαιότητα «Αριούσιο Οίνο». Η ελιά έχει εξέχουσα θέση στις καλλιέργειες και έτσι η Χίος παράγει αγνό, παρθένο ελαιόλαδο. Λόγω των εξαιρετών ποικιλιών εσπεριδοειδών -με εξέχουσα θέση το χιώτικο μανταρίνι- που παράγονται ακόμα στον κάμπο της και παλαιότερα εξάγονταν σε όλο τον κόσμο, οι Χιώτες έχουν εξειδικευθεί στην παραγωγή γλυκών κουταλιού, που θα τα βρείτε σε απίστευτη ποικιλία γεύσεων!

Μαστίχα

Το δέντρο που πληγώναμε

Αν υπήρχε σήμα κατατεθέν για τη Χίο, αυτό σίγουρα θα ήταν το μαστιχόδεντρο, το μοναδικό δώρο που συχνά στο παρελθόν έγινε και κατάρα αφού το μονοπώλιό της μαστίχας ήταν ανέκαθεν το μήλον της έριδος μεταξύ των ισχυρών της κάθε εποχής.



Δέντρο αειθαλές, ανήκει στην οικογένεια Pistachia, φτάνει τα 2-3 μέτρα ύψος και η παραγωγή της μαστίχας ξεκινά από τον 5ο με 6ο χρόνο ζωής του σχοίνου, όπως ονομάζουν οι ντόπιοι το μαστιχόδεντρο.

Ευδοκίμει μόνο σε 21 χωριά της Νότιας Χίου, τα Μαστιχοχώρια. Η παλαιότερη αναφορά στη μαστίχα ανάγεται στον Ηρόδοτο, τον 5ο αιώνα π.Χ. Στην Αρχαία Ελλάδα χρησιμοποιούσαν τη μαστίχα ως λευκαντικό των δοντιών και αν το καλοσκεφτεί κανείς η μαστίχα ήταν η μοναδική τσίγλα στους αρχαίους χρόνους! Στη ρωμαϊκή εποχή, χρησιμοποιούνταν οδοντογλυφίδες από μαστιχόδεντρα για τον ίδιο λόγο και η χρήση της μαστίχας εξαπλώθηκε μέχρι και τα χαρέμια της Ανατολής. Η παράδοση πάλι λέει ότι ο Θεός ευλόγησε το μαστιχόδεντρο να παράγει μαστίχα όταν το 250 μ.Χ. το σώμα του Αγίου Ισιδώρου που μαρτύρησε από τους Ρωμαίους σύρθηκε κάτω από τον Σχοίνο. Τότε ήταν που το δέντρο, βλέποντας τα δάκρυα του Αγίου Ισιδώρου άρχισε κι αυτό να δακρύζει.

Τα μαγικά δάκρυα



Η μαστίχα έχει πληθώρα ιδιοτήτων και χρήσεων. Απορροφά τη χοληστερόλη, είναι αντιβακτηριδιακή, συμβάλει στην αντισηψία του στόματος και την πέψη. Δυναμώνει τα ούλα, επουλώνει πληγές και πρόσφατα, αποδείχτηκε πλέον και επιστημονικά ότι ενεργεί κατά του έλκους και του καρκίνου του στομάχου. Πέρα

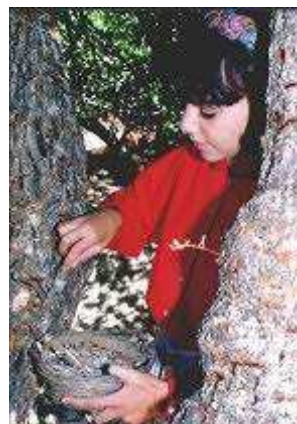
από τις φαρμακευτικές της ωστόσο ιδιότητες η μαστίχα διαπρέπει και στην ποτοποιία (λικέρ μαστίχας και μαστιχάτο ούζο), τη ζαχαροπλαστική (μπισκότα και παγωτά μαστίχας, υποβρύχιο γλυκό) και τη μαγειρική. Χρησιμοποιείται επίσης ως βασικό συστατικό σε οδοντόκρεμες, σαμπουάν, αρώματα, λιβάνια, βερνίκια και αλλού, σε επεξεργασμένη και διαφορετική κατά περίπτωση μορφή.

Το κέντος



Η συλλογή της μαστίχας ξεκινά με τον καθαρισμό της περιοχής κάτω από το δέντρο η οποία στη συνέχεια στρώνεται με ασπρόχωμα, πάνω στο οποίο θα πέσουν τα δάκρυα του πληγωμένου δέντρου. Το κέντος (όπως οι ντόπιοι ονομάζουν το κέντημα των δέντρων) διαρκεί από τον Ιούνιο μέχρι και το Σεπτέμβριο. Οι μαστιχοπαραγωγοί

πληγώνουν τα δέντρα με το κεντητήρι, από την πλευρά που βλέπει προς το χώμα για να πέφτουν εκεί τα δάκρυα. Ξυπνούν πριν ακόμα χαράξει και η πορεία με τα γαϊδουράκια προς τους σχοίνους, ακόμα και σήμερα είναι από τις πιο γραφικές σκηνές



που συναντά κανείς στο νησί. Κατάλληλα ντυμένοι και εφοδιασμένοι με τα εργαλεία τους, σ' έναν αγώνα δρόμου με τον ήλιο, προσπαθούν να αποφύγουν την παρουσία του, η οποία δυσχεραίνει το έργο τους. Για τους ανθρώπους που γονυπετείς φροντίζουν τους σχοίνους κάθε αυγή, η μέρα τελειώνει πριν ο ήλιος ανέβει ψηλά. Όταν πια τα δάκρυα έχουν στεγνώσει, οι μαστιχοπαραγωγοί μαζεύουν με το τιμητήρι όλα τα δάκρυα που έχουν πέσει στο χώμα ή έχουν στεγνώσει πάνω στον κορμό και τα κλαδιά. Το μοναδικό αυτό φυσικό προϊόν είναι τόσο πολύτιμο που συλλέγονται ακόμα και τα ρινίσματά που είναι ανακατεμένα με το χώμα.

Τα γραφικά σοκάκια των Μαστιχοχωριών ζωντανεύουν όσο ποτέ όταν οι συλλέκτες αρχίσουν το ταχτάρισμα (κοσκίνισμα), το πλούσιμο με κρύο



νερό και σαπούνι, το "άπλωμα" για στέγνωμα και το ξύσιμο των κομματιών της μαστίχας.

Η όλη διαδικασία αποτελεί κοινωνικό γεγονός. Όποιος επισκεφτεί τότε τα Μαστιχοχώρια θα νιώσει τη ζεστασιά των καλοσυνάτων αυτών ανθρώπων να τον τυλίγει σε κάθε γωνιά. Μήπως αυτή είναι η πραγματική μαγεία της μαστίχας;

Εσπεριδοειδή

Η Μυροβόλος Χίος...



Ο χαρακτηρισμός "μυροβόλος", καμία έκπληξη δεν προκαλεί στον επισκέπτη, αφού τα αρώματα του Κάμπου τον αγγίζουν από την πρώτη κιόλας στιγμή που θα



ξεκινήσει την περιήγησή του στον πράσινο πυρήνα του νησιού. Στενά σοκάκια, ψηλοί, πέτρινοι μαντρότοιχοι, φυλλωσιές δέντρων που ξεπροβάλλουν από παντού και αρώματα που τυλίγουν τον επισκέπτη και τον ταξιδεύουν σε άλλους χώρους.

Η καλλιέργεια των εσπεριδοειδών αποτέλεσε άλλη μια από τις καινοτομίες που εισήγαγαν οι κατά τα άλλα σκληροί κατακτητές Γενοβέζοι (1348-1566).

Αφού διαπίστωσαν ότι τα αειθαλή αυτά δέντρα είχαν τη δυνατότητα να ευδοκιμήσουν, ξεκίνησαν την εισαγωγή τους από την Ιταλία και με ζήλο προώθησαν την καλλιέργειά τους σε περιοχές απάγκιες και με πολλά νερά.



Μια τέτοια περιοχή ήταν και ο Κάμπος, ο οποίος μεταβλήθηκε πολύ γρήγορα σε έναν απέραντο πορτοκαλεώνα.

Οι Χιώτες εντούτοις, βλέποντας το πόσο ευδοκίμουν οι πορτοκαλιές στο νησί, άρχισαν και την εισαγωγή τους από τις χώρες της Βορείου Αφρικής.

Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι, αντίθετα με ό,τι πιστεύεται, οι μανταρινιές δεν αποτέλεσαν καινοτόμο καλλιέργεια των Γενοβέζων, αλλά υπάρχουν μαρτυρίες ότι εισήχθησαν γύρω στο 1860-62 από την χιώτικη οικογένεια των Χωρέμηδων οι οποίοι τις έφεραν από τις Ινδίες, τις καλλιεργήσαν στα δικά τους κτήματα και στη συνέχεια η καλλιέργειά τους επεκτάθηκε σε ολόκληρο τον Κάμπο. Πρόκειται ουσιαστικά για μια περιοχή με άφθονα υπόγεια ύδατα τα οποία ευνοούν την καλλιέργεια των "χρυσών μήλων των Εσπερίδων", όπως τα αποκαλούσαν οι αρχαίοι Έλληνες, αν και είναι γνωστό ότι πρόκειται για ευπαθή δέντρα. Η συγκομιδή γίνεται από τους καλλιεργητές οι οποίοι μαζεύουν τα εσπεριδοειδή ένα-ένα, τα τοποθετούν σε πλαστικά κιβώτια και είτε τα πωλούν είτε τα πηγαίνουν στο Εργοστάσιο Χυμών της Χίου για χυμοποίηση. Για αιώνες ολόκληρους, το πορτοκάλι το πουλούσαν με το κομμάτι. Μετά από τη διαδικασία του "διαλέγματος", οι διαλεχτές τα μετρούσαν κατά πεντάδες και έτσι τα παρέδιδαν στους εμπόρους. Οι Γερμανοί κατακτητές όμως εισήγαγαν τη μέθοδο του ζυγίσματος και η πρακτικότητα του μέτρου αυτού το διατήρησε ζωντανό μέχρι και τις μέρες μας. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο ο επισκέπτης που περιηγείται μέσα στους δαιδαλώδεις δρόμους του Κάμπου δεν μπορεί παρά να ταξιδέψει μέσα στα περιβόλια με μόνους οδηγούς την όσφρηση και τη φαντασία, αφού οι καλλιέργειες περιβάλλονται από ογκώδεις πετρόκτιστους μαντρότοιχους, σκοπός των οποίων είναι η προστασία από τους νοτινούς ανέμους και το κρύο που καταστρέφουν τα δέντρα. Η ποικιλία των μανταρινιών που παράγεται στην Χίο είναι μοναδική. Τα Χιώτικα Μανταρινία είναι γνωστά ως τα καλύτερα μανταρινία. Επειδή τα πορτοκάλια ωριμάζουν μέσα στο χειμώνα, ενώ τα μανταρινία είναι πρωιμότερα, καθίσταται σαφές ότι τα ευπαθή αυτά δέντρα έρχονται αντιμέτωπα με τις σκληρές καιρικές συνθήκες. Η σοδειά κινδύνεψε και καταστράφηκε πολλές φορές από τις κακοκαιρίες και η απώλεια των οικονομικών πόρων που αυτή εξασφάλιζε έκανε τους καλλιεργητές εφευρετικότερους. Συχνά λοιπόν, προκειμένου να "σπάσουν" την παγωνιά και να προστατεύσουν τους καρπούς τους, οι περιβολάρηδες ανάβουν μικρές φωτιές κατά πυκνά διαστήματα σε όλη την έκταση του περιβολιού. Το πλούσιο φύλλωμα των δέντρων δημιουργεί έναν πράσινο θόλο ο οποίος συχνά κατορθώνει να κρατήσει τη ζεστασιά της φωτιάς και να περισώσει τους καρπούς.

Παλαιότερα....



Τα εσπεριδοειδή της Χίου εξάγονταν στην Κωνσταντινούπολη, στη Μαύρη Θάλασσα, στη Σμύρνη, στην Αίγυπτο και σε όλη την Ανατολή από διάφορους εμπόρους οι οποίοι ναύλωναν πλοία για αυτόν ακριβώς το σκοπό. Από το 1930 και μετά, οπότε και εμφανίστηκαν οι Συνεταιρισμοί, εξαγωγές άρχισαν να γίνονται και σε πολλές χώρες της Ανατολικής Ευρώπης.

Σήμερα...

Οι χρήσεις των εσπεριδοειδών δεν περιορίζονται στην απλή κατανάλωσή τους ή στη χυμοποίησή τους από το Εργοστάσιο Χυμών σε διάφορα είδη αναψυκτικών.

Χρησιμοποιούνται επίσης για την παραγωγή γλυκών του κουταλιού και αιθέριων ελαίων. Επίσης οι φλούδες των εσπεριδοειδών χορηγούνται από το Εργοστάσιο Χυμών στους κτηνοτρόφους για ζωοτροφή, κυρίως για τα ζώα γαλακτοπαραγωγής, για τα οποία θεωρείται άριστη.

Το Χιώτικο Ούζο..... μια παλιά ιστορία



Το Χιώτικο ούζο τυποποιείται πρώιμα και παίζει κυρίαρχο ρόλο στην κοινωνική ζωή του νησιού σαν ποτό ανδροπαρέας στην αρχή, αλλά πολύ σύντομα εισάγεται και στην τελετουργία του τραπέζιού σαν ποτό προϋπάντησης, χαιρετισμού και ορεκτικό. Παράλληλα συνηθίζεται να συνοδεύει θαλασσινά και ψάρι. Κοιτίδα μπαχαρικών και αρωμάτων η Χίος,

παράγει ένα ελαφρύ και γλυκόπιτο ούζο, βασισμένο στο κλασικό γλυκάνισο σε φόντο μάραθου και κόλιανδρου αλλά και της μοναδικής μαστίχας, ανάλογα με τη συνταγή. Σαφώς διαχωρισμένο από το τοπικό τσίπουρο, τη σούμα, που παράγεται από σύκα, το Χιώτικο ούζο συνεχίζει να αποστάζεται κατά μεγάλο ποσοστό στους μικρούς χάλκινους άμβυκες -καζάνια των πατροπαράδοτων οικογενειακών βιοτεχνιών.

Τι είναι το ούζο



Το παραδοσιακό Ελληνικό ούζο παρασκευάζεται από την αλκοόλη της φλούδας των σταφυλιών ή άλλων τοπικών προϊόντων στην οποία προσθέτονται βότανα και άλλα συστατικά όπως κολιάνδρο, αγγελική ρίζα, αρωματικά, κανέλα, γλυκάνισο και άνθη λεμονιάς. Το μείγμα βράζεται σε

μαγειρικό σκεύος και ρυθμίζεται από γευσιγνώστη. Το τελικό παρασκεύασμα ψύχεται και αποθηκεύεται για μερικούς μήνες και στη συνέχεια διαλύεται σε ποσοστό περίπου 80% ή 40% οινόπνευμα. Το σπιτικό ούζο, συνήθως φτιάχνεται ιδιαίτερα δυνατό με 80% οινόπνευμα. Το ούζο σερβίρεται συνήθως ως ορεκτικό ποτό, αλλά, χρησιμοποιείται και σε αρκετά κοκτέιλ. Όταν το ούζο αναμειγνύεται με νερό, γίνεται άσπρο και αδιαφανή. Αυτό συμβαίνει γιατί το γλυκάνισο, όταν αναμειγνύεται με τη κατάλληλη αναλογία αλκοόλ, διαλύεται και γίνεται διαφανές. Όταν το περιεχόμενο του αλκοόλ ελαττωθεί, τα αιθέρια έλαια μετατρέπονται σε λευκά κρύσταλλα τα οποία είναι αδιαφανή.

Μαζί με το χταποδάκι, την αθερίνα, τη θρούμπα ελιά, τα ντόπια τουρσιά, το τυρί και μύριους άλλους τοπικούς ουζομεζέδες, το χιώτικο ούζο αποτελεί προϋπόθεση μαγευτικών βραδιών δίπλα στις διάφανες θάλασσες του νησιού, στ' ακρογιάλια της Ιωνίας...
Σήμερα ...

Το ούζο είναι υπό την προστασία της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προϊόν αποκλειστικό της Ελλάδας. Ως παραδοσιακό προϊόν, επιβάλλεται ο μισός φόρος απ' ότι στα άλλα οινοπνευματώδη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Γλυκά του Κουταλιού

Μια Παλιά Ιστορία...



Γνωστή από την αρχαιότητα για την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων της, η Χίος Παράγει άφθονα και ποικίλα φρούτα εποχής.

Το σταφύλι και τα σύκα υπήρξαν η βάση αυτής της ποικιλίας, στα οποία προστέθηκαν σταδιακά τα αμύγδαλα, τα φιστίκια, τα καρύδια, τα μήλα, τα κυδώνια, τα βύσσινα, τα κεράσια και, τελευταία, τα εσπεριδοειδή, δηλαδή τα νεράντζια, τα περίφημα χιώτικα μανταρινία, τα πορτοκάλια, τα περγαμόντα, τα κίτρα κ.ά. Πολλές μέθοδοι διατήρησης εφαρμόστηκαν με σκοπό την όσο το δυνατό μακρύτερη χρονική περίοδο κατανάλωσης των καρπών. Η ασφαλέστερη και απλούστερη μέθοδος ανεδείχθη ο βρασμός και η μετέπειτα συντήρηση σε κάποιας μορφής σιρόπι. Ανάλογα με τα βότανα, τα μπαχαρικά ή άλλες ουσίες που προστίθενται στο νερό του βρασμού, εξελίχθηκαν και οι διάφορες συνταγές.

Μετά την εισαγωγή της βιομηχανικής ζάχαρης, οι αρχαίες μεσογειακές γλυκαντικές ύλες - το μέλι, το πετιμέζι, το χαρουπόμελο κ.ά- σταδιακά υποχώρησαν. Μεγάλη ώθηση δόθηκε στην παρασκευή γλυκών κουταλιού, κατ' αρχάς σε επίπεδο οικιακής βιοτεχνίας και μετά σε μεγαλύτερες και καλύτερα οργανωμένες βιοτεχνίες, διατηρώντας όμως πάντοτε τις παραδοσιακές συνταγές.



Το Χιώτικο γλυκό του κουταλιού

Το γλυκό του κουταλιού έπαιξε σημαντικό ρόλο στην κοινωνική ζωή, αφού γύρω αναπτύχθηκε μια σημειολογία που συνέδεε τις περιστάσεις της ζωής με το χρώμα των προσφερομένων γλυκών, κερνώντας έτσι άσπρα στους γάμους, πολύχρωμα στις εορτές, σκούρα στο πένθος και ούτω καθεξής.

Το γλυκό της Μαστίχας



Η ζάχαρη έφερε μαζί της από την Ανατολή που μας ήρθε και τα μυστικά της. Οι Περσικές και Αραβικές συνταγές ανεμείχθησαν με τις δικές μας, σ' ένα πολύ ευχάριστο γευστικό αποτέλεσμα. Η Χιώτικη μαστίχα, παγκόσμια αποκλειστικότητα του νησιού, μαζί με τη ζάχαρη δημιούργησε το γλυκό του κουταλιού Μαστίχα, μια διαφορετική και αρωματική μορφή βανίλιας, το γνωστό "υποβρύχιο". Η μαστίχα αυτή, από τον περασμένο αιώνα διαδόθηκε ως γλυκό υποδοχής στα μεγαλοαστικά σπίτια της Ελληνικής διασποράς και κυρίως στην Κωνσταντινούπολη, όπου με το όνομα "Άσπρο Γλυκό" συνεχίζει και σήμερα να είναι το επίσημο γλυκό του Πατριαρχείου.

Αριούσιος Οίνος



Το κρασί είναι ένα από τα πιο αξιόλογα και φημισμένα προϊόντα που παράγει η Χίος από την αρχαιότητα. Κατά το Χιώτη ιστορικό της αρχαιότητας Θεόπομπο, ο Οينوπίων, γιος του

Διονύσου, έμαθε στους Χιώτες να φυτεύουν και να καλλιεργούν αμπέλια και να παράγουν το κρασί.. Η ποιότητα του χιώτικου κρασιού, που ήταν γνωστό και ως «**Αριούσιος Οίνος**» τον έκανε γρήγορα γνωστό στην Ελλάδα και όχι μόνο. Τα χιώτικα πλοία τον μετέφεραν παντού μέσα σε αμφορείς και πουλιόταν ακριβά, γι' αυτό και το όνομά του είχε συνδεθεί με δαπανηρά και πλούσια συμπόσια, τόσο κατά την αρχαιότητα, όσο και κατά τη ρωμαϊκή και βυζαντινή περίοδο, ενώ ακόμη και στα νεότερα χρόνια περιηγητές και ταξιδιώτες μίλησαν γι' αυτό με εγκωμιαστικά λόγια. Η παραγωγή του «Αριούσιου Οίνου» αναβιώνει τα τελευταία χρόνια και έχουν αναπτυχθεί αξιόλογες ιδιωτικές πρωτοβουλίες, κυρίως στη Βόρεια Χίο, για την ανάπτυξη της οινοπαραγωγής.

Αν υπολογίσουμε την σημασία που έχει η μη αλλοίωση της φυσιογνωμίας της φύσης μιας περιοχής από την τουριστική της αξιοποίηση, με ενέργειες που σέβονται το περιβάλλον, οι πρωτοβουλίες των φορέων και ιδιωτών της Χίου προς την ανάπτυξη αυτής της ειδικής μορφής εναλλακτικού τουρισμού όπως ο γευσιγνωστικός -οινογνωστικός που υποδηλώνει ότι τα άτομα που τον προτιμούν ενδιαφέρονται και για τα ιδιαίτερα οικολογικά γνωρίσματα μιας περιοχής, είναι εύλογο να κατανοήσουμε ότι αυτή η μορφή τουρισμού συμβάλει και στη αειφορία.

Η συμβολή στην αειφορία, δεν είναι φυσικά η μοναδική συνέπεια από την προτεραιότητα που δίνεται στον γαστρονομικό τουρισμό. Συνοπτικά αναφέρω τα σπουδαιότερα αποτελέσματα για τη Χίο.

-Το ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη Χίο της Γεύσης αλλά και τη Χίο της Φύσης και του Πολιτισμού.

-Η μεγάλη προβολή της Χίου στα Εθνικά και Διεθνή ΜΜΕ.

-Η αναβάθμιση του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος από τις επιχειρήσεις εστίασης διατροφής και διαμονής καθώς και από τις βιοτεχνίες τροφίμων και τις παραγωγικές μονάδες, λόγω των αναγκών του ανταγωνιστικού που αναπτύχθηκε.

-Η ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη της ειδικής αυτής μορφής τουρισμού.

-Η διάχυση της τουριστικής κίνησης από τις περιοχές που παρουσιάζουν ενδιαφέρον κλασικά, σε περιοχές με ιδιαίτερο γαστρονομικό ενδιαφέρον.

-Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου κυρίως, προς το παρόν, με την οργάνωση αναλόγων εκδηλώσεων, ημερίδων και συνεδρίων.

- Η συγκέντρωση πόρων από τα Ευρωπαϊκά και Εθνικά πακέτα οικονομικής στήριξης. -Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας τοπικής οικονομίας.
 - Η αύξηση της ανταγωνιστικότητας.
 - Η ενίσχυση άλλων μορφών τουρισμού π.χ Αγροτουρισμού Συνεδριακού με την οργάνωση Συνεδρίων σχετικών με την οινογνωσία- γευσίγνωσία.
 - Η στροφή σε πιο σύγχρονες μορφές μάρκετινγκ και προβολής του τουριστικού προϊόντος.
 - Η ανάπτυξη πρωτοβουλιών σχετικών με τη γευσίγνωσία. -Η ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση του ντόπιου δυναμικού (ιδιωτών, ομάδων και Συλλογικών οργάνων).
 - Ο μεγαλύτερος σεβασμός στο περιβάλλον.
 - Ο εκσυγχρονισμός των επιχειρήσεων γεύσης και φιλοξενίας.
 - Η πρόκληση περισσότερο ενδιαφέροντος φορέων κοινωνικών ομάδων και ιδιωτών για την γαστρονομία της Χίου.
 - Η έκδοση ειδικών βιβλίων για τη Χιώτικη γεύση.
 - Η ανάπτυξη του δευτερογενούς τομέα.
 - Η ενίσχυση της προβολής του τόπου μας, καθώς οι τουρίστες γίνονται συνδιαφημιστές της γευστικής εμπειρίας τους.
 - Η προσέλκυση επισκεπτών μέσης και ανωτέρας οικονομικής τάξης και πιο αναπτυγμένου πνευματικού επιπέδου.
- Στην εποχή της οικουμενικότητας είναι πλέον ανάγκη να καλλιεργήσουμε την μοναδικότητα και «ατομικότητα» των περιοχών μας και της πολιτιστικής μας παράδοσης και συνέχειας, αξιοποιώντας τις δυνατότητες που μας παρέχονται και που οι ίδιοι θα δημιουργήσουμε με στόχο μας τους ευτυχημένους, ικανοποιημένους επισκέπτες των περιοχών μας, στους οποίους θα κάνουμε το όνειρο που κυνηγάνε, πραγματικότητα.

5.4 ΛΕΣΒΟΣ



Οι Οθωμανοί ονόμαζαν το νησί το «**περιβόλι της αυτοκρατορίας**» επειδή παρήγαγε τα πάντα. Αυτάρκες, με βαθιά παράδοση στην ομορφιά και την καλή ζωή ανέπτυξε μια λεπτή κουζίνα με πραγματικά ισορροπημένους συνδυασμούς γεύσεων και αρωμάτων. Ακόμα και στο απλό καθημερινό φαγητό θεωρείται αυτονόητο για την νοικοκυρά ότι θα φροντίσει να είναι και η εμφάνιση του φαγητού μια απόλαυση. **Κρέας με κυδώνια, αρνάκι γεμιστό, πατατλίδικο, σουτσουνκάκια, σουγάνια** (κρεμμυδοτολμαδάκια), **αμπελόφυλλα γιαλαντζί, ανθίσματα** (κολοκυθολούλουδα) γεμισμένα με ρύζι ή τυρί, **κολοκυθοκεφτέδες, κρεμμυδόπιττες, γκιουζελμέδες (τυροπιτάκια), σπιτικά ζυμαρικά** που ευωδιάζουν, ή από την άλλη γεύσεις που μυρίζουν θάλασσα, **φρέσκα ψάρια, χτένια ή πεταλίδες** με σπανάκι ή ρύζι, **χταπόδι με ελιές, καλαμαράκια γεμιστά** πρέπει να έχουν τέλεια γεύση και τέλεια εικόνα. Υπέροχα είναι και τα **γλυκά** του νησιού: τα καλύτερα ίσως αμυγδαλωτά της χώρας πλασμένα σε φόρμες που έχουν έρθει από τα αρχαία χρόνια και θυμίζουν άκανθες από κιονόκρανα και περίεργα φυτά, μπακλαβάς με μύγδαλα και λάδι που μοσχομυρίζει μαστίχα, αμπαρόρριζα και ροδόσταμα, μελωμένος μυζηθοχαλβάς. Επειδή οι Μυτιληνιοί είναι καλοφαγάδες, καλό φαγητό μπορεί να βρει κανείς σε πολλά από τα ταβερνάκια αλλά και στα καφενεία του νησιού. Από τα τοπικά προϊόντα ονομαστό είναι βέβαια το **λάδι** αλλά και το λαδοτύρι και τα άλλα γαλακτοκομικά, τα κρέατα και τα λουκάνικα, τα **αλίπαστα** - διάσημες είναι οι σαρδέλες της Καλλονής αλλά όλο το νησί βγάζει νόστιμο **ψάρι** - και φυσικά το **ούζο**. Τοπικά προϊόντα διατροφής μπορεί να αγοράσει κανείς σε καταστήματα

<u>Ελαιόλαδο • Ελιές</u>	<u>Γάλα • Τυρί</u>	<u>Ψάρια</u>
<u>Αλίπαστα • Χτένια • Όστρακα</u>	<u>Ούζο</u>	<u>Κρασί</u>
<u>Παραδοσιακά</u>	<u>Γλυκά</u>	<u>• Μέλι • Παστέλι • Χαλβάς • Ζυμαρικά • Σάλτσες •</u>
<u>Μαρμελάδες • Αμυγδαλωτά • Λουκούμια</u>		<u>Αρτοσκευάσματα • Παξιμάδια</u>
<u>Λικέρ</u>		<u>•</u>
		<u>Αλεύρι</u>

Βιολογικά Προϊόντα

Ελαιόλαδο • Ελιές



Το “υγρό χρυσάφι” του Ομήρου, αποτελεί τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής διατροφής από την εποχή του ως τις μέρες μας, ενώ η παγκόσμια επιτυχία και αναγόρευση του “μεσογειακού διαιτολογίου” ως του πιο ευεργετικού και υγιεινού “συστήματος” διατροφής που μπορεί κανείς να επιλέξει αποδεικνύει τη σημαντική του αξία.

Το λεσβιακό παρθένο ελαιόλαδο είναι πλούσιο σε μονοακόρεστα λιπαρά οξέα, σε αντίθεση με τα σπορέλαια που είναι κατ’ εξοχήν πλούσια σε πολυακόρεστα λιπαρά τα οποία όμως είναι ιδιαίτερος επιβλαβή για τον οργανισμό καθώς οξειδώνονται πρώτα στο τηγάνισμα και διασπώνται σε κάκοσμες και επικίνδυνες για την υγεία ουσίες. Το ελαιόλαδο έχει την χαρακτηριστική ιδιότητα να παρουσιάζει ιδιαίτερη αντοχή στο τηγάνισμα λόγω των φυσικών αντιοξειδωτικών που περιέχει, γεγονός που επιτρέπει την κατ’ επανάληψη χρήση της ίδιας ποσότητας χωρίς να οξειδωθεί. Η διατήρηση των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών του ελαιολάδου, ακόμη και μετά το μαγείρεμα, μεταβιβάζει ευχάριστη γεύση και οσμή στην τροφή. Τούτο έχει ως συνέπεια την τροποποίηση της σύνθεσης του γαστρικού υγρού του στομάχου και την διευκόλυνση της πέψης. Το λεσβιακό παρθένο ελαιόλαδο στο οποίο υπερτερεί το χρώμα του χρυσού, περιέχει μικρή μόνο ποσότητα χλωροφύλλης, αποτέλεσμα του παραδοσιακού λεσβιακού τρόπου συλλογής του ελαιοκάρπου και της ποικιλίας του, με συνέπεια τη μεγαλύτερη αντοχή του στο χρόνο. Αυτό είναι το λεσβιακό παρθένο ελαιόλαδο, ένας λεπτόρρευστος φυσικός χυμός του φρούτου του ελαιόδέντρου και μία μοναδική πηγή της πολύτιμης βιταμίνης E. Όσο για τις ελιές της Λέσβου, συναντώνται σε πολλές ποικιλίες όπως: ρουπάδα, πράσινη τσακιστή, μισώριμη, ξεπικρισμένη και χαραγμένη σε αλατόνερο, φρέσκια, μαύρη, ζαρωμένη και αλατισμένη από το καλάθι, ξυδάτη με φέτες από λεμόνι, και είναι ονομαστές για την μεστή γεύση τους.

Γάλα • Τυρί



Βασική πρώτη ύλη για τις τυροκομικές μονάδες του Νομού Λέσβου αποτελεί το πρόβειο γάλα του οποίου η παραγωγή σήμερα φτάνει περίπου τους 30.000 τόνους το χρόνο. Σημαντική επίσης είναι και η παραγωγή γίδινου γάλακτος που φτάνει περίπου τους 9.000 τόνους ετησίως. Το γάλα που παράγεται στο Νομό Λέσβου προέρχεται από εγχώριες φυλές ζώων που διατρέφονται κατά κύριο λόγο με βόσκηση σε περιοχές που δεν χρησιμοποιούνται ζιζανιοκτόνα, εντομοκτόνα, ή άλλοι ρυπαντές και από την άποψη αυτή μπορεί να θεωρηθεί αυτό και τα προϊόντα του ως βιολογικά. Πέραν αυτού, στη Λέσβο εκτρέφεται η γνωστή ανά το πανελλήνιο φυλή προβάτου της Μυτιλήνης, που είναι μία από τις πιο ενδιαφέρουσες εγχώριες φυλές.



Στις παραπάνω συνθήκες εξασφαλίζεται για την τυροκόμιση γάλα πλούσιο σε πρωτεΐνες και λίπος και με ποιοτικές ιδιαιτερότητες που δίδει τελικά προϊόντα υψηλής ποιότητας και με ιδιότυπα χαρακτηριστικά που εκτιμούνται από το καταναλωτικό κοινό. Είναι έντονη η αίσθηση του επισκέπτη ότι η Λέσβος και η Λήμνος είναι νησιά που διακρίνονται για τη διατήρηση του παραδοσιακού χρώματος και αντιστέκονται στην ισοπεδωτική επιδρομή των ακραίων νεωτερισμών που αλλοιώνουν πολλές αστικές, αλλά και αγροτικές περιοχές της υπόλοιπης χώρας. Τόσο οι παλαιότερες όσο και οι νεότερες γενιές παραμένουν σε μεγάλο βαθμό πιστές στα παραδοσιακά πρότυπα διατροφής, αυξάνοντας έτσι τη ζήτηση των ντόπιων αγροτικών και κτηνοτροφικών προϊόντων.



Η διατήρηση της ποιότητας των παραδοσιακών γαλακτοκομικών προϊόντων (Λαδοτύρι, Φέτα, Κασέρι, Γραβιέρα της Λέσβου, Καλαθάκι και Μελίχλωρο της Λήμνου κ.α.) από τους παραγωγούς τους, έχει συντελέσει στη σταθερή προτίμηση προς τα προϊόντα αυτά, όχι μόνο από το καταναλωτικό κοινό των νησιών, αλλά και της υπόλοιπης χώρας. Η φυσική χλωρίδα και οι τοπικές φυλές αιγοπροβάτων αποτελούν τους γενεσιουργούς παράγοντες για το εξαιρετικής σύστασης αιγοπρόβειο γάλα της περιοχής, το οποίο μεταποιούν οι παραδοσιακές μονάδες τυροκόμησης εφαρμόζοντας τις παραδόσεις, τις γνώσεις και τη μαστοριά που πέρασαν και διατηρήθηκαν τόσα χρόνια από γενιά σε γενιά. Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι καθοριστικός για την μοναδικότητα των γευστικών ιδιοτήτων των γαλακτοκομικών αυτών προϊόντων, διότι η άριστη ποιότητά τους είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την γνώση των βιοτόπων, των συστημάτων εκτροφής των ντόπιων φυλών των αιγοπροβάτων και των παραδοσιακών τεχνικών της τυροκομίας. Έτσι μπορούμε χρόνια τώρα και απολαμβάνουμε την πιπεράτη γεύση της Γραβιέρας, την χαρακτηριστική δροσιά της Φέτας, τη μεστή αίσθηση του Λαδοτυριού, το μυρωδάτο Καλαθάκι και το ξεχωριστό Μελίχλωρο.

Ψάρια

Για τους λάτρεις της ψαροφαγίας η Λέσβος, η Λήμνος κι ο Άγιος Ευστράτιος είναι πραγματικοί παράδεισοι γεύσης. Το ψάρι, χάρη στη σημαντική θρεπτική του αξία και στην ιδιαίτερη γεύση του αποτελεί μια πολύ καλή διατροφική επιλογή, ιδίως σε μια εποχή, που υπάρχει ιδιαίτερη ανησυχία και ανασφάλεια σχετικά με τη διατροφή μας. Τα ψάρια αποτελούν μία σημαντική πηγή πρωτεϊνών, λευκωμάτων, ιχνοστοιχείων και βιταμινών. Σύμφωνα με τους ειδικούς, η κατανάλωση ψαριών μειώνει τα τριγλυκερίδια και τη χοληστερίνη, βοηθά στα προβλήματα πηκτικότητας του αίματος και στις ρευματικές παθήσεις, ενώ παίζει σημαντικό ρόλο, στην πρόληψη της γήρανσης του νευρικού συστήματος, αλλά και στο "χτίσιμο" του μυϊκού ιστού. Μεγάλη είναι, επίσης, η συμβολή των ψαριών στην πρόληψη των καρδιαγγειακών νόσων, αλλά και η βοήθειά τους στους ήδη πάσχοντες. Για τους ψαράδες, δεν υπάρχουν ψάρια λιπαρά και μη λιπαρά ή ψάρια της

θάλασσας και του γλυκού νερού. Οι άνθρωποι, που ασχολούνται με την αλιεία, κατατάσσουν τα ψάρια, σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες. Κριτήρια αποτελούν η γεύση, το μέγεθος και η εμφάνιση. Τα αλιεύματα του Νομού Λέσβου δεν ξεχωρίζουν μόνο για τη μεγάλη τους ποικιλία αλλά και για τη μοναδική τους γεύση. Οι κόλποι της Γέρας και της Καλλονής προσφέρουν μοναδικής νοστιμιάς ψάρια και θαλασσινά ενώ στη Λήμνο μπορεί κανείς να γευτεί τους νοστιμότερους αστακούς της γης, ολοζώντανους, και σε εξαιρετική τιμή. Η σαρδέλα Καλλονής είναι πραγματικά μοναδική ενώ μπορεί κανείς να γευτεί στις ψαροταβέρνες των νησιών ή να προμηθευτεί από τα ψαράδικα της αγοράς μια μεγάλη ποικιλία ψαριών και θαλασσινών: μπαρμπούνια, κουτσομούρες, σαργοί, χιόνες, λιθρίνια, σαργοί, ξιφίας, κουταβέλια, τρυγώνα, τσιπούρες, γόπες, λακέρδα, καλαμάρια, χταπόδι, σουπιές, караβίδες, γαρίδες είναι μόνο μερικά από αυτά.

Ούζο



Το ούζο είναι αλκοολούχο ποτό που παρασκευάζεται αποκλειστικά στην Ελλάδα με παραδοσιακό τρόπο, με χρήση αρωματικών φυτών της ελληνικής υπαίθρου και χάλκινων αμβύκων ορισμένου τύπου. Λαμβάνεται με σύμμιξη αλκοολών, που έχουν αρωματιστεί με απόσταξη σπόρων γλυκάνισου και άλλων αρωματικών φυτών, σπόρων και καρπών όπως ο μάραθος, η μαστίχα κ.α. Η αναλογία οινοπνεύματος στο ούζο που παρασκευάζεται στον τόπο μας κυμαίνεται από 37.5% έως 48% vol. Ένας τόπος τόσο όμορφος και μυστηριώδης, όπως η λεσβιακή γη, που υμνήθηκε και ενέπνευσε ποιητές, ζωγράφους, συγγραφείς, με πλούσια ηλιοφάνεια και έξοχη ποικιλία γλυκάνισου και άλλων αρωματικών φυτών, ήταν φυσικό να γεννήσει και να εντάξει στην παράδοσή του, εδώ και αιώνες, την παραγωγή ούζου. Ούζο δε, παράγεται και στη Λήμνο. Το ούζο της Λέσβου, έχει μια ιστορία 200 τουλάχιστον ετών. Πριν το 1800, το ούζο είναι ήδη γνωστό στο νησί και αποτελεί επώνυμο προϊόν που εξάγεται κυρίως στις χώρες της Ανατολής. Πολλές από τις ποτοποιίες που ιδρύθηκαν και λειτουργούσαν τον περασμένο αιώνα δεν κατάφεραν να επιβιώσουν για διάφορους λόγους, αλλά όσες απέμειναν έχουν ικανοποιητική παρουσία στη ντόπια αγορά και κάποιες

κατάφεραν να ξεφύγουν από τα στενά όρια του νησιού και να εξαπλωθούν όχι μόνο πανελλαδικά αλλά και σε όλο τον κόσμο. Το ούζο αποτελεί το παραδοσιακό και παράλληλα το πιο αγαπητό ελληνικό ποτό. Το λεσβιακό και λημνιακό όμως ούζο, έχουν τη δική τους ξεχωριστή προσωπικότητα, τη δική τους γεύση, τη δική τους κληρονομιά και κρύβουν τα δικά τους μυστικά, τα τόσο γνωστά στους τεχνίτες μας που τα παράγουν. Αυτά τα ενσωματωμένα στο προϊόν μυστικά, το έχουν καθιερώσει στην αγορά ως προϊόν υψηλής ποιότητας και ζητείται είτε σαν ούζο Μυτιλήνης, είτε σαν ούζο Πλωμαρίου, είτε σαν ούζο Λήμνου. Χρησιμοποιείται κυρίως ως ορεκτικό αυτουσίιο ή με προσθήκη νερού. Συνοδεύει τέλεια τους παραδοσιακούς μεζέδες και τα θαλασσινά. Μερικοί το προτιμούν και με παγάκια σαν long drink. Το ούζο σήμερα έχει φτάσει στο σημείο να ανταγωνίζεται γευστικά τα πιο γνωστά διεθνώς οινοπνευματώδη ποτά.

Κρασί

“Έν αρχή ην...” ο σπόρος της δημιουργίας. Δημιουργία που ίσως να ριζώνει τυχαία στα κύτταρα κάποιων ανθρώπων. Ίσως πάλι να μεταφέρεται στο αίμα από γενιά σε γενιά και να μεστώνει από προγονικές μνήμες. Στη Λήμνο, η αγάπη για την αγροτική ζωή και γι’ αυτόν τον τόπο που ευλογεί τον καρπό του μόχθου, γίνεται έναυσμα για την επιστροφή στις ρίζες. Εκεί ο σπόρος της δημιουργίας θα βρει γόνιμο έδαφος... Στα χνάρια του ομηρικού Οδυσσέα, οι Λημνιοί θα δημιουργήσουν έναν αμπελώνα “με λογιών-λογιών σταφύλια, τα οποία σε διαφορετικές εποχές θα ωριμάζουν κάθε χρονιά που ο Δίας από ψηλά θα χαρίζει την καλή σοδειά”. Από το στάδιο της ζύμωσης στα βαρέλια, σαν βρέφος στο λίκνο, στη ζωντάνια και την ρωμαλέοτητα της εφηβείας του, στην ποιοτική κορύφωση της ωριμότητάς του, και τέλος, στη βαθμιαία παρακμή του γήρατος, το κρασί γίνεται έρωτας και σαν μια αγαπημένη μιλά σε κάθε αίσθηση και κυριαρχεί απόλυτα. Μέσα από διονυσιακούς μύθους και πλούσιες παραδόσεις χιλιετηρίδων, οι Λημνιοί κατάφεραν να αναδείξουν και να καταξιώσουν τα κρασιά τους. Με το δημιουργικό τους πάθος και την άμεση συμμετοχή τους σε όλες τις φάσεις της καλλιέργειας, παραγωγής και διακίνησης των κρασιών τους, ξεπέρασαν τα γεωγραφικά τους όρια και διέδωσαν την γεμάτη άρωμα, ένταση και αρχοντιά γεύση των λημνιακών κρασιών σε όλον τον κόσμο. Στη Λέσβο δε, παράγεται ο “Μεθυμναίος Οίνος”. Μεθυμναίος ήταν ένα από τα επίθετα που αποδίδονταν στο θεό του κρασιού, Διόνυσο. Είναι προϊόν της αναβιωμένης αρχαίας ποικιλίας του λεσβιακού κρασοστάφυλου από την οποία παραγόταν το ακριβότερο κρασί της αρχαιότητας. Η ποικιλία αυτή καλλιεργείται σήμερα αποκλειστικά πάνω στη λάβα που κάποτε δημιούργησε το Απολιθωμένο Δάσος της Λέσβου.

Παραδοσιακά Γλυκά • Μαρμελάδες • Αμυγδαλωτά • Λικέρ

Γλυκοί πειρασμοί, απαραίτητοι για την ολοκλήρωση ενός γευστικού ταξιδιού στη Λέσβο!



Ιδιαίτερη ανάπτυξη σ' αυτό τον τομέα τα σημειώνεται τα τελευταία χρόνια κυρίως χάρη στο συνεταιριστικό πνεύμα των γυναικών του Νομού, οι οποίες όντας γυναίκες της υπαίθρου - αφού δημιούργησαν τους ανά περιοχή συνεταιρισμούς τους - ασχολήθηκαν με κάτι δημιουργικό όπως είναι η παρασκευή παραδοσιακών γλυκών του κουταλιού και του ταπιού, μαρμελάδων, λικέρ, και αμυγδαλωτών όλο άρωμα, ποιότητα και θεϊκή γεύση, με βάση τις παλιές σπιτικές συνταγές που έφεραν οι γιαγιάδες τους από την Μικρά Ασία. Τα γλυκά του κουταλιού και οι μαρμελάδες που παράγονται στα νησιά μας, έχουν περιεκτικότητα μεγαλύτερη από 70% σε φρέσκα εποχιακά φρούτα, χωρίς προσθήκη συντηρητικών και χρωστικών ουσιών. Πορτοκάλι, λεμόνι, νεράτζι, μανταρίνι, σταφύλι, κεράσι, κυδώνι, μήλο, ντοματάκι, καρπούζι, κολοκύθι, τσάγαλο, είναι μερικοί μόνο από τους γλυκούς προορισμούς του κουταλιού, που αξίζει κανείς να γευτεί στη Λέσβο. Όσο για τα περίφημα γλυκά ταπιού μεγάλη ζήτηση έχουν ο μπακλαβάς, η καρυδόπιτα, το κανταΐφι, το ραβανί. Όλα τα γλυκά παράγονται με τις περίτεχνες παραδοσιακές συνταγές των γιαγιάδων, και προσφέρουν μοναδικές σε αγνότητα γευστικές εμπειρίες, κρατώντας τη φήμη που είχαν στους περασμένους αιώνες.

Άλλα σχετικά προϊόντα των γυναικείων συνεταιρισμών του Νομού είναι:

- τα Λικέρ από ντόπιους χυμούς σε μια ατέλειωτη ποικιλία χρωμάτων και γεύσεων
- η Πλατσέτα που παράγεται με συνταγή που δεν άγγιξε ο χρόνος, από φύλλο που ‘‘ανοίγεται’’ με τον παραδοσιακό τρόπο και καρύδια, σουσάμι, σιρόπι, και μπαχαρικά,
- τα ονομαστά αμυγδαλωτά, το παραδοσιακό νυφιάτικο γλυκό της Λέσβου, με βάση το ωμό αμύγδαλο, την ακατέργαστη ζάχαρη και το ανθόνερο που ξαναφέρνει στη μνήμη την αναλλοίωτη παραδοσιακή γεύση της ποιότητας και της σπιτικής φροντίδας.

Μέλι • Παστέλι • Χαλβάς • Λουκούμια

Αρώματα και μόνο αρώματα από θυμάρι, μυρτιά, ροδοδάφνη, όλα τα γήινα χρώματα και οι μυρωδιές, συνθέτουν τούτο το χυμό των μελισσών, για να συνοδέψει τη φρεσκοψημένη φέτα ψωμιού στο πρωινό, τα φοινίκια, το νυφιάτικο μπακλαβά. Από τους προϊστορικούς χρόνους οι άνθρωποι ήξεραν να παίρνουν το μέλι και να το χρησιμοποιούν στη διατροφή τους. Επί πολλούς αιώνες το μέλι ήταν η μόνη γνωστή γλυκαντική ουσία. Η αξία του έχει εκτιμηθεί από τα πανάρχαια χρόνια. Ο Ιπποκράτης το συνιστούσε για τη θεραπεία πολλών ασθενειών ενώ ο Αριστοτέλης πίστευε ότι παρατείνει τη ζωή. Οι Θεοί του Ολύμπου τρέφονταν με νέκταρ και αμβροσία. Ο Ησίοδος και ο Πίνδαρος αναφέρουν ότι ο Αρισταίος, γιος του Απόλλωνα και της Κυρήνης. ήταν ο εισηγητής της καλλιέργειας των μελισσών, του σταφυλιού και της ελιάς, ο προστάτης των βοσκών και των κυνηγών, θεράποντας της ιατρικής και της μαντικής. Ο Αρισταίος είχε γίνει αθάνατος, επειδή η Γη και οι Ώρες, στις οποίες τον είχε παραδώσει ο Απόλλωνας, τον έτρεφαν με αμβροσία. Η μέλισσα που εξημερώθηκε από τον άνθρωπο ανήκει στο γένος *Apis* (είδος *Apis mellifica*). Παλαιότερα οι μέλισσες εκτρέφονταν σε κοφίνια διάφορων τύπων, σε ξύλινα κιβώτια, σε πήλινα δοχεία, σε κοίλους κορμούς δέντρων κλπ. Ο μελισσοκόμος έπαιρνε απλώς μερικές κηρήθρες, τις συνέθλιβε και αποκτούσε ένα προϊόν μέτριας ποιότητας. Η ανακάλυψη της κυψέλης με τα κινητά πλαίσια καθώς και της λεγόμενης τεχνητής κηρήθρας, που εφαρμόζεται στα πλαίσια, επέφερε μεγάλες αλλαγές: οικονομία σε μέλι, κερί και εργασία εκ μέρους του σμήνους, άνεση στην επίβλεψη της ζωής της αποικίας, καταπολέμηση των ασθενειών και, επίσης, περιορισμό της δημιουργίας κηφνοκελλιών στον απαραίτητο για την επιβίωση του μελισσιού αριθμό. Μεγάλη σημασία για την επιτυχία μιας μελισσοκομικής επιχείρησης έχει η περιοχή όπου είναι εγκατεστημένη. Ιδανική θεωρείται η περιοχή με άφθονη και συνεχή ανθοφορία την

άνοιξη, ώστε να αναπτυχθεί κανονικά ο γόνος, άφθονη ανθοφορία το καλοκαίρι εκλεκτών μελισσοκομικών φυτών, ώστε να εξασφαλιστεί πλούσια σοδειά άριστου μελιού και καλή ανθοφορία το φθινόπωρο, ώστε να ανανεωθεί ο πληθυσμός των σμηνών και να αποταμιευθεί αρκετή τροφή για τους χειμερινούς μήνες. Σήμερα οι Λημνιοί και Λέσβιοι παραγωγοί, τηρώντας όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές κατά την διαδικασία της παραγωγής του, προσφέρουν σε πολλούς τύπους το αγνό, πολυβραβευμένο προϊόν τους, με στόχο να συναρπάσουν τη γεύση σας! Όσο για το μέλι της Λέσβου έχει τιμηθεί με το βραβείο “GREAT TASTE AWARD”. Βασικά συστατικά του είναι 20% - 30% θυμάρι, 40% αγριολούλουδα, 15% λυγαριά και διάφορα οπωροφόρα. Από το μέλι και το σουσάμι παράγεται το παστέλι, αγνή και υγιεινή τροφή για τα παιδιά και όχι μόνο. Επίσης, ο γευστικότερος χαλβάς Λήμνου παράγεται από την επεξεργασία του σουσαμιού (ταχίνι) χωρίς παρέμβαση χημικών μέσων, χωρίς προσθήκη συντηρητικών ή βελτιωτικών υλών. Έτσι καθίσταται μία από τις πιο υγιεινές και αγνές τροφές και μάλιστα σε διάφορες γεύσεις όπως βανίλια, με κακάο, με φιστίκια, με μέλι, με αμύγδαλα, κλπ. Χρησιμοποιείται δε, ως ...αντίδοτο μετά από μεγάλη οινοποσία!!! Όσο για τα λουκούμια, μια καταπληκτική συνταγή με βάση τη ζάχαρη, τη γλυκόζη, το άμυλο και την προσθήκη αρωμάτων έχει ως αποτέλεσμα το λουκούμι, αγαπημένη γεύση μικρών και μεγάλων!

Ζυμαρικά • Σάλτσες • Αρτοσκευάσματα • Παξιμάδια • Αλεύρι



Η καλλιέργεια σιτηρών από τα οποία προέρχεται το αλεύρι για τη παραγωγή των ζυμαρικών ήταν πολύ διαδεδομένη στα νησιά του Νομού (κυρίως στη Λήμνο όπου και σήμερα παράγεται εξαιρετικής ποιότητας αλεύρι). Από τα παλιά χρόνια δε, σε πολλά χωριά και κωμοπόλεις, υπήρχαν αλευρόμυλοι! Όταν χτίστηκαν τα ατμοκίνητα ελαιοτριβεία, αρκετά διέθεταν και αλευρόμυλους για την άλεση των σιτηρών, με αποτέλεσμα η αυξημένη παραγωγή αλεύρου να οδηγήσει στην παραγωγή μεγάλων ποσοτήτων ζυμαρικών.

Σήμερα, οι γυναικείοι συνεταιρισμοί του Νομού αλλά και μικρές ιοτεχνίες, παρασκευάζουν με τον παραδοσιακό τρόπο ζυμαρικά εξαιρετικής γεύσης και ποιότητας όπως μακαρονάκι, κριθαράκι, λαζάνια, χυλοπίτες, φλομάρια (στη Λήμνο) τα οποία σίγουρα πρέπει να απολαύσετε!

Τα μοναδικά αρτοσκευάσματα της Λέσβου και της Λήμνου παράγονται με τα πιο φρέσκα και αγνά υλικά και πατροπαράδοτες συνταγές. Παξιμάδια, βουτήματα και κουλουράκια διαφόρων τύπων, ικανοποιούν και τους πιο απαιτητικούς, τόσο από πλευράς ποιότητας όσο και από πλευράς γεύσης, αρώματος και θρεπτικής αξίας. Κουλουράκια ελαιόλαδου, πορτοκαλιού, τυροκούλουρα με κεφαλοτύρι και γραβιέρα είναι μερικές από τις γεύσεις που θα σας κάνουν να μη τις ξεχάσετε ποτέ!!!Μια άλλη λατρεμένη γεύση που παράγεται στη Λέσβο είναι οι καταπληκτικές και πικάντικες σάλτσες! Ότι καλύτερο για να συνοδεύσει ένα πιάτο ζυμαρικών. Σάλτσες που παρασκευάζονται από βιολογικές ντομάτες και τα αγνότερα υλικά με τη συνταγή της γιαγιάς, έχουν μόνο γεύση και άρωμα να προσφέρουν στους λάτρεις της παραδοσιακής κουζίνας!

Βιολογικά Προϊόντα

Στο Νομό Λέσβου είναι αξιοσημείωτη τα τελευταία χρόνια η ένταξη αγροτικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων στη βιολογική καλλιέργεια με αποτέλεσμα να αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους νομούς παραγωγής βιολογικών προϊόντων της Ελλάδας. Από το 1994 μέχρι σήμερα 120.000 στρέμματα ελαιοκτημάτων της Λέσβου, αριθμός που αντιστοιχεί στο 1/4 των συνολικών καλλιεργούμενων εκτάσεων έχουν ενταχθεί στη βιολογική καλλιέργεια. Στον τομέα της κτηνοτροφίας 40 μονάδες παραγωγής κυρίως αιγοπροβάτων και μερικώς βοοειδών και χοιρινών εφαρμόζουν τις μεθόδους της βιολογικής καλλιέργειας με αποτέλεσμα την παραγωγή υψηλής διατροφικής αξίας κρέατος αλλά και βιολογικού γάλακτος και τυριού. Στη Λήμνο σημαντική πρόοδο παρουσιάζει η εφαρμογή των μεθόδων βιολογικής καλλιέργειας στην αμπελοκαλλιέργεια όπου 1100 στρέμματα αμπέλου καλλιεργούνται με τον τρόπο αυτό αποδίδοντας στην παραγωγή εξαιρετικού κρασιού. Σημαντική είναι επίσης η συμβολή των γυναικείων συνεταιρισμών και των οικοτεχνιών στην παραγωγή βιολογικών προϊόντων όπως: μαρμελάδες, ζυμαρικά και σάλτσες με τη χρήση βιολογικών οπωροκηπευτικών και σιτηρών.

5.5 ΜΕΣΣΗΝΗ

1.ΠΟΠ επιτραπέζιες ελιές Καλαμάτας



Είναι οι μικροσκοπικές πρέσβειρες της Μεσσηνίας σε ολόκληρο τον κόσμο. Η καλλιέργειά τους παίζει πρωτεύοντα ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της Μεσσηνίας και έχουν αναγνωρισθεί ως βασικό είδος διατροφής στις ελληνικές και τις ξένες αγορές. Οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες σε συνδυασμό με την άρδευση και τη συγκομιδή του καρπού με τα χέρια έχουν, ως αποτέλεσμα, την άριστη ποιότητα και την ξεχωριστή γεύση της ελιάς Καλαμάτας. Η «Ελιά Καλαμών» (ή χονδρολιά, ή καλαματιανή) είναι η πλέον φημισμένη ποικιλία επιτραπέζιας ελιάς η οποία συγκεντρώνει πλήθος θρεπτικών συστατικών πολύτιμων για την ανθρώπινη υγεία. Η ελιά, η οποία καλλιεργείται σε όλο το νομό Μεσσηνίας, έχει αναγνωρισθεί ως προϊόν Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π). Οι επιτραπέζιες ελιές περιέχουν μεταξύ άλλων νερό, λιπαρές ουσίες, απλά σάκχαρα και πολυσακχαρίτες, πρωτεΐνες με πολύτιμα αμινοξέα, πηκτίνες, πολυφαινόλες, βιταμίνες, χρωστικές ουσίες και ανόργανα συστατικά. Οι καρποί έχουν βαθύ μαύρο λαμπερό χρώμα, κυλινδρο-κωνικό σχήμα, τραγανή σάρκα και ωριμάζουν από τις αρχές Νοεμβρίου μέχρι τα τέλη Δεκεμβρίου. Περιέχουν ζυμώσιμες ουσίες και ο φλοιός τους είναι ανθεκτικός, λεπτός και ελαστικός. Η εξαιρετική γεύση τους και η άριστη ποιότητά τους οφείλεται εκτός από τον τρόπο καλλιέργειας και συγκομιδής τους (το μάζεμα του καρπού γίνεται με τα χέρια) και στον τρόπο διατήρησής τους. Οι ελιές «Καλαμών», σ' αντίθεση με άλλους τύπους επιτραπέζιων ελιών, δεν υφίστανται κανενός είδους ειδική ζύμωση προκειμένου να αποβάλουν την χαρακτηριστική πικρή γεύση τους ούτε υπόκεινται σε τεχνητό χρωματισμό τον οποίο ήδη διαθέτουν από τη φύση τους. Απλώς, αφού έχουν χαραχτεί κατά μήκος τρεις φορές, διατηρούνται με ξύδι, αλάτι και ελαιόλαδο.

Συνδυάζονται με τα περισσότερα φαγητά της ελληνικής κουζίνας, κυρίως τα λαδερά, ενώ τα τελευταία χρόνια αποτελούν έναν από τους αγαπημένους μεξέδες των απανταχού γευσιγνωστών.

2.ΠΟΠ έξτρα παρθένο ελαιόλαδο



Η Μεσσηνία, ένας νομός στο νοτιο-δυτικό άκρο της Πελοποννήσου είναι ένας απέραντος ελαιώνας που παράγει το παγκοσμίου φήμης ελαιόλαδο «Καλαμάτας». Είναι αληθινά η γη του λαδιού και της ελιάς. Οι καλλιεργούμενες ποικιλίες είναι κυρίως η κορωνέϊκη (92%), η μαυρολιά, η ματσολιά (μαστοειδή ή τσουνάτη) και η βρώσιμη ελιά καλαμών(χονδρολιά).

Το μεσσηνιακό ελαιόλαδο είναι ένα φυσικό προϊόν, που παράγεται από την σύνθλιψη της ελιάς, χωρίς εκχυλίσματα και βελτιωτικά πρόσθετα. Είναι ένα δώρο της φύσης με μεγάλη βιολογική και φαρμακευτική αξία, γευστικό και εύπεπτο, που παράγεται με μεράκι και φροντίδα και συσκευάζεται από επιχειρήσεις με μεγάλη πείρα, που σέβονται την παράδοση και τον καταναλωτή. Από τον απέραντο ελαιώνα της Μεσσηνίας παράγονται ετησίως κατά μέσο όρο 50.000 τόνοι ελαιόλαδο. Το 95% της παραγόμενης ποσότητας κατατάσσεται στην καλύτερη κατηγορία: του εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου καθώς διαθέτει οξυτήτες πολύ πιο κάτω από το ανώτερο επιτρεπτό όριο (0,8% κ.β. σε ελαϊκό οξύ) ενώ και οι άλλες παράμετροι του αριθμού των υπεροξειδίων και του συντελεστή απόσβεσης (K232) κυμαίνονται κάτω των ανώτερων επιτρεπτών ορίων που ισχύουν από τον επίσημο κανονισμό της Ευρωπαϊκής

Ένωσης. Παράλληλα, από τις αναλύσεις των λιπαρών οξέων στο μεσσηνιακό ελαιόλαδο προκύπτει ότι το 70%-80% αυτών είναι μονοακόρεστα και το 10% πολυακόρεστα, σχέση αντίστοιχη με αυτή του μητρικού γάλακτος. Η υψηλή περιεκτικότητα σε αντιοξειδωτικά (Βιταμίνη Ε, πολυφαινόλες κ.τ.λ.) το καθιστά ιδιαίτερα υγιεινό και σταθερό έναντι της οξείδωσης. Το πλεονέκτημα αυτό προκύπτει από τον χρόνο συγκομιδής και τον τρόπο έκθλιψης του ελαιοκάρπου.

Τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του μεσσηνιακού ελαιολάδου όπως προκύπτουν μετά από συστηματικές αξιολογήσεις (panel test) αφ' ενός το κατατάσσουν στην κατηγορία του εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου αφ' ετέρου προσδιορίζουν τα παρακάτω ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του:

- Χρώμα: βαθύ και λαμπερό πράσινο που με την ωρίμανση μεταβάλλεται σε πρασινοκίτρινο
- Άρωμα - Γεύση: φρουτώδες, με μια ελαφριά πικράδα η οποία συνυπάρχει με μια απαλή αίσθηση φρεσκοκομμένου γρασιδιού και διαφόρων φρούτων, με κυρίαρχη αυτή του μήλου.

Το άριστο λοιπόν κλίμα της Μεσσηνίας, η μεγάλη ηλιοφάνεια (πλέον των 3000 ωρών το χρόνο) ο μικρός κλήρος που επιτρέπει σε κάθε παραγωγό να περιποιείται με αγάπη και φροντίδα κάθε ελαιόδεντρο και να μαζεύει τον ελαιόκαρπο στο σωστό βαθμό ωρίμανσης είναι μερικοί από τους παράγοντες που προσδίδουν την άριστη ποιότητα στην πρώτη ύλη.

3.Μεσσηνιακά κρασιά



Η καλλιέργεια του αμπελιού και η παραγωγή κρασιού είναι γνωστή στην περιοχή από την αρχαιότητα. Σήμερα, αυτή η μακραίωνη παράδοση, σε συνδυασμό με το μεράκι των

μεσσηνίων αμπελοκαλλιεργητών, τις ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες και την τεχνολογία, έχει ως αποτέλεσμα να παράγονται στην περιοχή εξαιρετικής ποιότητας κρασιά. Η Μεσσηνία, σημαντικός αμπελότοπος από την αρχαιότητα, συνεχίζει την παράδοση και βελτιώνει την καλλιέργεια του αμπελιού. Οι Μεσσηνιοί αμπελοκαλλιεργητές παράγουν με μεράκι εξάισια σταφύλια, από τα οποία προέρχονται μεσσηνιακά κρασιά άριστης ποιότητας. Η μεγάλη ηλιοφάνεια και οι ξηροθερμικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή κατά την περίοδο της ωρίμανσης των σταφυλιών εξασφαλίζουν την ποιότητα της σοδειάς.

Στη Μεσσηνία καλλιεργούνται κυρίως λευκές (ποδίτης, φιλέρι, Ασσύρτικο, και ερυθρές ποικιλίες (Φωκιανό, Μανδηλάρια, Carinian, Cabernet, Sauvignon) οι οποίες έχουν εγκλιματιστεί άριστα στην περιοχή, σε υψόμετρο πάνω από 200 μέτρα. Από τα σταφύλια τους παράγονται οι εξής τοπικοί οίνοι, με άριστες οργανοληπτικές ιδιότητες: Μεσσηνιακός Λευκός - Ερυθρός Τοπικός Οίνος, Τριφυλιακός Λευκός Ερυθρός Τοπικός Οίνος και Τοπικός Οίνος Πυλίας. Οι Τοπικοί οίνοι της Μεσσηνίας χαρακτηρίζονται από τα φρουτώδη τους αρώματα, τη γεμάτη γεύση τους και το ζωντανό τους χρώμα. Η Ρωσία αποτελεί τον κύριο πόλο εξαγωγής του προϊόντος. Η καλλιέργεια του αμπελιού αρχίζει τον Ιανουάριο με το κλάδεμα και ολοκληρώνεται τον Οκτώβριο με τη συγκομιδή των σταφυλιών.

4.Τα σύκα



Τα σύκα της Μεσσηνίας αποτελούν μία από τις πιο ονομαστές γευστικές απολαύσεις και έχουν ταυτιστεί με την περιοχή και την οικονομική της ανάπτυξη. Το ξηρό σύκο έχει μια ιδιαίτερη θέση ανάμεσα στα άλλα φρούτα, διότι είναι καρπός εύγευστος, θρεπτικός και υγιεινός. Είναι φυσικά αποξηραμένο στον ήλιο και δεν περιέχει κανένα πρόσθετο χημικό. Είναι πηγή φυσικής ενέργειας για τον άνθρωπο γιατί περιέχει χρήσιμα μέταλλα, όπως

ασβέστιο, φώσφορο και σίδηρο ενώ χαρακτηρίζεται για την υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες, γεγονός που το καθιστά περιζήτητο και αναντικατάστατο. Όλα τα παραπάνω ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ιδιότητες καθιστούν το σύκο ένα εμπορεύσιμο προϊόν.

Η επεξεργασία του σύκου γίνεται κάτω από τις κατάλληλες προδιαγραφές τεχνολογίας και υγιεινής. Η καλλιέργειά του διαρκεί 7 μήνες - από τον Απρίλιο έως τον Οκτώβριο- ενώ η συγκομιδή του γίνεται από τον Αύγουστο μέχρι τον Οκτώβριο. Οι κυριότερες χώρες στις οποίες γίνονται εξαγωγές είναι οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Αυστραλία, οι χώρες της Ευρώπης και άλλες.

5.Η σταφίδα



Η κορινθιακή σταφίδα, ένα από τα βασικότερα αγροτικά προϊόντα της Μεσσηνίας, υπήρξε στο παρελθόν κινητήρια δύναμη της οικονομίας της. Η επιθυμία να μπορεί να καταναλώνεται αυτό το πολύτιμο καλοκαιρινό δώρο της φύσης όλο τον χρόνο, οδηγεί εδώ και αιώνες στη φυσική αποξήρανσή του, κάτω από τον καυτό μεσσηνιακό ήλιο και, μετά από μια σχολαστική διαδικασία διαλογής, στη συσκευασία του με σύγχρονα μηχανήματα έτσι ώστε να φθάσει στον καταναλωτή με το άρωμα και τη γεύση του φρέσκου σταφυλιού. Εκτός, όμως, από την απολαυστική γεύση, η σταφίδα, όπως και να καταναλώνεται, σκέτη ή σε γλυκίσματα, είναι πλούσια πηγή ιχνοστοιχείων, μεταλλικών αλάτων και βιταμινών.

Στη Μεσσηνία παράγεται η μαύρη σταφίδα με εντελώς φυσική διεργασία για εκατοντάδες χρόνια. Τα σταφύλια της ποικιλίας μαύρης Κορινθιακής, που καλλιεργούνται σε μεγάλη κλίμακα μόνο στην Πελοπόννησο, παράγουν ένα υγιέστατο, εξαιρετικά γλυκό και στην -πλειοψηφία του- απύρηνο σταφύλι. Τα σταφύλια ξηραίνονται στον ήλιο την περίοδο του Αυγούστου(για 15 μέρες) χωρίς κανένα πρόσθετο. Έτσι παράγεται η μαύρη σταφίδα, ένα

αποκλειστικά φυσικό προϊόν, που στις αρχές του αιώνα μας ήταν το σπουδαιότερο εξαγωγίμο ελληνικό προϊόν. Σήμερα η καλλιέργεια της κορινθιακής σταφίδας, εξακολουθεί να αποτελεί μια από τις κυριότερες αγροτικές ασχολίες στο νομό Μεσσηνίας. Η σταφίδα μεταποιείται στις 2 σύγχρονες μεταποιητικές μονάδες που βρίσκονται στην Καλαμάτα και εξάγεται συσκευασμένη κυρίως στην αγγλική αγορά, αλλά και σε όλον τον υπόλοιπο κόσμο.

6.Παραδοσιακά μεσσηνιακά ποτά

Με μακρά παράδοση και στην ποτοποιία, η Μεσσηνία φημίζεται για τα εξαιρετικά της αποστάγματα όπως το ούζο και η ρακή που συνηθίζεται με συνοδεία παστελιού.

Το ούζο είναι ένα παραδοσιακό ποτό, το οποίο παρασκευάζεται αποκλειστικά με απόσταξη αρωματικών φυτών και σπόρων. Τα βασικά αρωματικά φυτά που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή του είναι: γλυκάνισος, μάραθος, αστεροειδές, κορίανδρος. Ορισμένοι παραγωγοί προσθέτουν μαστίχα, ελάχιστο κακουλέ, ρίζα αγγελικής και λίγο μοσχοκάρυδο.

Η ρακή διαφέρει σημαντικά από το τσίπουρο και την τσικουδιά. Παράγεται σαν το ούζο με τη μέθοδο της απόσταξης αλλά από διαφορετικό μείγμα αρωματικών φυτών. Βασικό συστατικό είναι ο γλυκάνισος, στη σύνθεση όμως μετέχουν και άλλα αρωματικά φυτά σε μικρότερες αναλογίες.

Άνθη λεμονιάς, νεραντζιάς και τριαντάφυλλου, μοσχοκάρυδου, κανέλας και βανίλιας, εκχυλίζονται σε διάφορους οινοπνευματικούς βαθμούς σε εκχυλιστήρες. Τα αρωματικά αποστάγματα, εκχυλίσματα και αιθέρια έλαια είναι η αρωματική και γευστική καρδιά των λικέρ και των αποσταγμάτων. Τα προϊόντα της Μεσσηνιακής ποτοποιίας (ούζο - ρακή - λικέρ και κονιάκ) έχουν αποκτήσει μεγάλη φήμη στις εγχώριες αγορές, αλλά και στις αγορές του Καναδά, των ΗΠΑ, της Γερμανίας και του Ισραήλ, όπου εξάγονται.

7.Αρωματικά φυτά & βότανα



Ο Ταΰγετος είναι ένα από τα πιο πλούσια και ενδιαφέροντα οικοσυστήματα της Ευρώπης με μεγάλο αριθμό ενδημικών φυτών, δηλαδή φυτών, που φύονται μόνο εκεί. Βάλσαμο για τον πόνο, μυρωδάτη ρίγανη για το φαγητό, τσάι του βουνού, είναι μερικά από αυτά τα μικρά θαύματα της μεσσηνιακής φύσης, χωρίς χημική ή άλλη επεξεργασία, με όλο το φυσικό άρωμα και τις εκπληκτικές ιδιότητές τους

8.Ξύδι και βαλσάμικο ξύδι



Μερικά από τα γευστικότερα ξύδια παράγονται στη Μεσσηνία. Το βαλσάμικο ξύδι, γλυκό και αρωματικό, παράγεται από μούστο (πετιμέζι) και αφήνεται να παλιώσει σε ξύλινα βαρέλια όπως το καλό κρασί. Μερικές μόνο σταγόνες του αρκούν για να αρωματίσουν και να δώσουν ξεχωριστή γεύση τα γεύματά σας. Πρόσφατα βραβεύτηκε.

9.Μέλι



Το μεσσηνιακό μέλι, ένα 100% φυσικό προϊόν, που παράγεται σε περιοχές πλούσιες σε ενδημικά και αρωματικά φυτά, αφομοιώνεται εύκολα από τον οργανισμό χωρίς να τον επιβαρύνει, έχει βακτηριοκτόνο δράση και συμβάλλει στη μείωση της αρτηριακής πίεσης, την αντιμετώπιση της δυσπεψίας, του έλκους κ.α. Είναι ένα γιατρικό της μεσσηνιακής φύσης, ευεργετικό και καθόλου παχυντικό, αφού ένα κουταλάκι περιέχει μόνο 20 θερμίδες!

10.Παστέλι

Φημισμένο παραδοσιακό γλύκισμα της Μεσσηνίας, το παστέλι με τις εξαιρετικές θρεπτικές ιδιότητες, χάρη στο σουσάμι και το μέλι που περιέχει, ήταν ήδη γνωστό την εποχή του Ηροδότου και μάλιστα αναφέρεται σαν ένα γλύκισμα τονωτικό. Είναι εξαιρετικά πλούσιο σε βιταμίνη Ε, ασβέστιο, φωσφόρο, κάλλιο, μαγνήσιο και σίδηρο. Η σεσαμίνη, έχει θαυματουργές ιδιότητες που καταπολεμούν τη χοληστερόλη, αλλά και την εξάντληση, την αϋπνία και... τις σεξουαλικές δυσλειτουργίες. Μελάτο σκέτο, μελάτο αμυγδάλου ή παραδοσιακό, το παστέλι είναι το πιο μεσσηνιακό γλύκισμα και φημίζεται για τα αγνά και υγιεινά υλικά, αλλά και τη νοστιμιά του.

11.Αρτοποιήματα

Εκτός από τις πασίγνωστες “παπάρες”, σταρένιες ή κριθαρένιες που καταναλώνονται ελαφρά νοτισμένες με νερό, ελαιόλαδο, ψιλοκομμένη ντομάτα και τρίμματα σφέλας, πολλά και απολαυστικά είναι τα μεσσηνιακά αρτοποιήματα. Ιδιαίτερα αγαπημένη παραδοσιακή λιχουδιά είναι τα λαλάγγια που παρασκευάζονται με αγνά υλικά όπως αλεύρι, λάδι και νερό και τηγνίζονται σε φρέσκο έξτρα παρθένο ελαιόλαδο.

12.Σφέλα, η “φέτα της φωτιάς”

Από τα εκλεκτά τυριά, που παράγονται στη Μεσσηνία, ξεχωρίζει η σφέλα, το νοστιμότατο άσπρο τυρί με την υφάλμυρη γεύση, παραδοσιακό προϊόν της Μεσσηνίας, που παράγεται από αιγοπρόβειο γάλα χωρίς χρωστικές ή άλλες ουσίες και ενισχυτικά.

13.Αλλαντικά



Ξεχωρίζουν από την ιδιαίτερη γεύση τους και το άρωμα πορτοκαλιού που περιέχουν. Λουκάνικα ή παστό, είναι τα αγαπημένα εδέσματα των Μεσσήνιων, που εξακολουθούν να παρασκευάζονται με τον ίδιο ακριβώς τρόπο όπως παλιά και να καταναλώνονται με την ίδια ευχαρίστηση.

ΚΕΦ.6 ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ

Προσδιορίζοντας τον όρο γαστρονομικός τουρισμός, εννοούμε τη νέα μορφή ενός εναλλακτικού τρόπου διακοπών, στον οποίο κυριαρχεί η κουλτούρα της τοπικής κουζίνας .Η γαστρονομία αποτελεί ένα ιδιαίτερα πρόσφορο τουριστικό προϊόν για την Ελλάδα, με τη μεγάλη ποικιλία πρώτων υλών που διαθέτει και τον ανεξάντλητο πλούτο των παραδοσιακών συνταγών .Παρά την αδιαμφισβήτητη διατροφική αξία της τοπικής κουζίνας, δυστυχώς ελάχιστες τουριστικές μονάδες έχουν αναδείξει τη γεύση σε κυρίαρχο στοιχείο των πακέτων που προσφέρουν.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 44% των ταξιδιωτών ανά τον κόσμο, θεωρούν το φαγητό ως ένα από τα πρωτεύοντα κριτήρια του τόπου που θα επισκεφθούν. Ωστόσο, ο γαστρονομικός τουρισμός στη χώρα μας βρίσκεται σε εμβρυακή φάση και δυστυχώς ακόμα δεν έχει αναπτυχθεί, στο βαθμό που θα την κατέτασσε ανάμεσα στους πιο ελκυστικούς και ανταγωνιστικούς προορισμούς, όπως η γειτονική Ιταλία, η Ισπανία και η Γαλλία. Ο γαστρονομικός τουρισμός, που μεσουρανά στη μεσογειακή τουριστική αγορά και επιφέρει τεράστια οικονομικά οφέλη στις γείτονες μεσογειακές χώρες ελάχιστα έχει απασχολήσει στην Ελλάδα τους τουριστικούς επιχειρηματίες, ανεξαρτήτως μεγέθους. Παρόλο που η μεσογειακή διατροφή αποτελεί μόδα και επικρατεί ως σύγχρονο μοντέλο υγιεινής διατροφής, οι Έλληνες δεν έχουμε κατορθώσει να αναδείξουμε την Ελλάδα ως κοιτίδα του συγκεκριμένου τρόπου διατροφής και δεν την εκμεταλλευόμαστε ως θησαυρό ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας. Οι επιστημονικές μελέτες οι οποίες έχουν γίνει από το 1960 μέχρι σήμερα, έχουν αποδείξει την αξία της μεσογειακής διατροφής σαν το ιδανικότερο μοντέλο διατροφής για τον σύγχρονο άνθρωπο, με πληθώρα θετικών επιδράσεων στην υγεία του.

Ενδεικτικά αναφέρω ότι:

- Μειώνει σημαντικά την εμφάνιση καρδιαγγειακών παθήσεων.
- Μειώνει τον κίνδυνο της αρτηριοσκλήρυνσης. Προστατεύει από την πτώση των εγκεφαλικών λειτουργιών, την απώλεια μνήμης και γενικότερα από ασθένειες που σχετίζονται με το γήρας.
- Δρα ευεργετικά σε ορισμένους τύπους καρκίνου όπως του μαστού, του προστάτη και του παχέος εντέρου.
- Το ελαιόλαδο και τα ψάρια μπορούν να βοηθήσουν στον έλεγχο

σωματικού βάρους, με την προϋπόθεση ότι θα μειωθεί η συνολική ημερήσια κατανάλωση θερμίδων.

- Μειώνει την αρτηριακή πίεση.
- Έχει θετική επίδραση, σύμφωνα με σύγχρονη μελέτη του Πανεπιστημίου του Δουβλίνου, στον μεταβολισμό της γλυκόζης και των λιπιδίων σε ασθενείς με διαβήτη τύπου II.

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

Με καλά συντονισμένες ενέργειες από όλους τους φορείς, η Ελλάδα μπορεί να αναδειχτεί σε μητρόπολη της μεσογειακής διατροφής. Για να γίνει αυτό απαιτείται σοβαρή προσπάθεια και συνειδητοποίηση της ανάγκης να δημιουργηθούν νέα πρότυπα εστίασης, από την βάση μέχρι την κορυφή της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Διότι το πρόβλημα που έχουμε να αντιμετωπίσουμε, δεν είναι να πείσουμε τον τουρίστα καταναλωτή να επισκεφθεί τη χώρα μας, για να γνωρίσει την τοπική παραδοσιακή κουζίνα. Οι περισσότεροι έχουν ακούσει για τα ελληνικά προϊόντα και το γαστρονομικό πλούτο της πατρίδας μας και κάποια στιγμή στη ζωή τους έχουν γευτεί τις σπεσιαλιτέ μας σε ελληνικά εστιατόρια του εξωτερικού. Το σημαντικότερο πρόβλημα είναι τι μπορεί κανείς να πει στον ενημερωμένο επισκέπτη, ο οποίος θα έχει ταξιδέψει από την άλλη άκρη της Ευρώπης ή και του κόσμου για να δοκιμάσει τους παραδοσιακούς ελληνικούς μεζέδες με φρέσκα υλικά και τελικά του προσφέρουν κρύες προτηγανισμένες πατάτες; Ή έρθει και βρει τουριστικές υποδομές χαμηλού επιπέδου με ανειδίκευτο προσωπικό, που προσφέρει μέτριο έως κακό service. Για να μην σχολιάσουμε την κατάσταση που επικρατεί στους χώρους υγιεινής των περισσότερων εποχικών μαγαζιών σε τουριστικές περιοχές. Με τον τρόπο αυτό χάνονται ένας οι λάτρεις της ελληνικής κουζίνας και της χώρας μας γενικότερα. Όσο πιο έγκαιρα γίνει κατανοητό από τους επιχειρηματίες του τουρισμού, ότι ο καλύτερος πρεσβευτής για τον ελληνικό τουρισμό και πολιτισμό στη χώρα μας είναι η γαστρονομία, τόσο πιο γρήγορη θα είναι η ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, γεγονός που θα αποφέρει τεράστια οφέλη στην εθνική οικονομία. εστίαση, θα πρέπει να συνειδητοποιήσουμε ότι η καλύτερη πρέσβειρα για τον ελληνικό τουρισμό και την διάδοση της πολιτιστικής ταυτότητας της χώρας μας είναι η γαστρονομία!

Ας επικεντρωθούμε όλοι στην προώθηση και ανάπτυξή της μέσω σωστών τρόπων και σωστά εκπαιδευμένων ανθρώπων, θέτοντας ως υψηλό στόχο την ανάδειξη της Ελλάδας ως παγκόσμιο πρότυπο γαστρονομικού τουριστικού προορισμού!

Οι επιστημονικές μελέτες οι οποίες έχουν γίνει από το 1960 μέχρι και σήμερα, έχουν αποδείξει την αξία της μεσογειακής διατροφής σαν το ιδανικότερο μοντέλο διατροφής για τον σύγχρονο άνθρωπο, με πληθώρα θετικών επιδράσεων στην υγεία του. Αρχικά, η προστατευτική επίδραση της Μεσογειακής διατροφής στην υγεία αποδόθηκε στην υψηλή περιεκτικότητά της σε μονοακόρεστα λιπαρά, λόγω της καθημερινής χρήσης του ελαιολάδου, και στη χαμηλή περιεκτικότητά της σε κορεσμένα λιπαρά, λόγω της χαμηλής κατανάλωσης κόκκινου κρέατος. Πλέον είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε ότι αυτό το διατροφικό σχήμα παρουσιάζει και άλλα πολύ σημαντικά χαρακτηριστικά, αφού πρόκειται για μια διατροφή που όταν καταναλώνεται σε επαρκείς ποσότητες παρέχει όλα τα απαραίτητα μικροθρεπτικά συστατικά (δηλαδή τις βιταμίνες και τα ανόργανα στοιχεία), ενώ είναι πλούσια σε ω-3 λιπαρά οξέα, σε φυτικές ίνες, σε αντιοξειδωτικά συστατικά και σε διάφορα φυτοχημικά, τα οποία ασκούν σημαντικές δράσεις σε διάφορες λειτουργίες, επηρεάζοντας με θετικό τρόπο την υγεία του οργανισμού (Willett et al. 1995; Kafatos et al. 2000; Simopoulos 2001).

Αποτελέσματα επιστημονικών μελετών υποδεικνύουν ότι τα άτομα που υιοθετούν αυτό το διατροφικό πρότυπο παρουσιάζουν μειωμένο κίνδυνο εμφάνισης διαφόρων χρόνιων νοσημάτων, ενώ διάφοροι δείκτες υγείας παρουσιάζονται βελτιωμένοι στα άτομα αυτά. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό καθώς, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, το 60% των συνολικών θανάτων παγκοσμίως οφείλονται σε χρόνια νοσήματα και η υιοθέτηση συμπεριφορών που σχετίζονται με έναν υγιεινό τρόπο ζωής, όπως η διατροφή, μπορεί να μειώσει την εμφάνιση των νοσημάτων αυτών σε πολύ μεγάλο βαθμό. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι ο υγιεινός τρόπος ζωής σχετίζεται με 83% μείωση της συχνότητας εμφάνισης καρδιαγγειακών νοσημάτων, με 91% μείωση της συχνότητας εμφάνισης διαβήτη στις γυναίκες και με 71% μείωση της συχνότητας εμφάνισης καρκίνου του παχέος εντέρου στους άνδρες. Κατά συνέπεια, με βάση τα δεδομένα αυτά η επιστροφή στον παραδοσιακό τρόπο διατροφής, θα πρέπει να ιδωθεί ως επείγουσα ανάγκη από όλους μας.

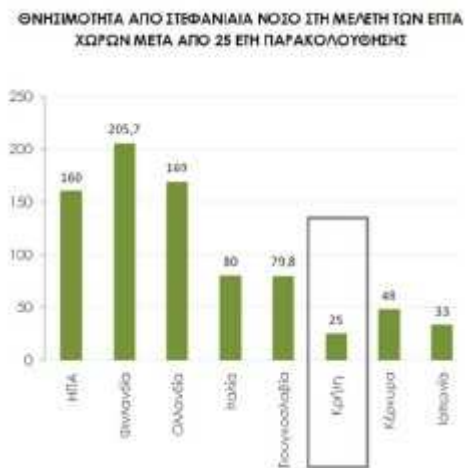
Σύμφωνα με μελέτες προκύπτει ότι η Μεσογειακή διατροφή, συμβάλλει στην επιβράδυνση της γήρανσης και στη μακροβιότητα. Πιο συγκεκριμένα το Μεσογειακό πρότυπο διατροφής, μειώνει σε σημαντικό βαθμό την εμφάνιση καρδιαγγειακών παθήσεων

που αποτελούν αυτή τη στιγμή την πρώτη αιτία θανάτου παγκοσμίως, καθώς σχετίζεται με χαμηλότερα επίπεδα διαφόρων δεικτών που αυξάνουν τον κίνδυνο για καρδιαγγειακά νοσήματα, όπως τα επίπεδα ομοκυστεΐνης και τα επίπεδα διαφόρων δεικτών φλεγμονής. Επίσης δρα ευεργετικά σε ορισμένους τύπους καρκίνου όπως του μαστού, του προστάτη και του παχέος εντέρου. Μειώνει την αρτηριακή πίεση, και έχει θετική επίδραση, σύμφωνα με σύγχρονη μελέτη του Πανεπιστημίου του Δουβλίνου, στον μεταβολισμό της γλυκόζης και των λιπιδίων σε ασθενείς με διαβήτη τύπου II. Τέλος, το γήρας είναι αποτέλεσμα των βιολογικών αλλαγών που προκύπτουν από τη συσσώρευση μη αναστρέψιμων βλαβών στα κύτταρα του οργανισμού και η διατροφή αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία της διαδικασίας αυτής. Η Μεσογειακή διατροφή μειώνει τον κίνδυνο της αρτηριοσκλήρυνσης και προστατεύει από την πτώση των εγκεφαλικών λειτουργιών, την απώλεια μνήμης και γενικότερα από ασθένειες που σχετίζονται με το γήρας.

Είναι, όμως και ιδιαίτερα σημαντικό να αναφέρουμε ότι με βάση τη διατροφή της Κρήτης το 1960 ορίστηκε από τους επιστήμονες της υγείας και της διατροφής το πρότυπο της Μεσογειακής διατροφής. Η διαίτα των Κρητών, αυτό δηλαδή που σήμερα έφτασε να απασχολεί επιστημονικές έρευνες, να γίνεται αντικείμενο μελετών με διεθνή ακτινοβολία και να θεωρείτε πλέον παγκοσμίως ο ακρογωνιαίος λίθος της μεσογειακής διατροφής, δεν είναι τίποτα περισσότερο και τίποτα λιγότερο από μια διατροφική παράδοση με ρίζες που φτάνουν χρονικά πριν ακόμη και τον μινωικό πολιτισμό. Οι αρχαιολόγοι από τα λιγοστά νεολιθικά ευρήματα που κατάφεραν να συλλέξουν συμπεραίνουν πως οι σύγχρονοι Κρήτες απλώς ακολουθούν τις αξίες μιας διατροφικής πυραμίδας που μοιάζει καθιερωμένη ήδη από την εποχή των Μινωιτών. Φτάνει να συλλογιστεί κανείς πως στα ανάκτορα της μινωικής αυλής βρέθηκαν πιθάρια για την αποθήκευση του λαδιού, των οσπρίων και του μελιού ενώ οι ζωγραφικές παραστάσεις που έφερε στο φως η αρχαιολογική σκαπάνη απεικονίζουν γλαφυρά τον αχανή κόσμο των φυτών και των βοτάνων της κρητικής γης που αναπτύσσονται στους πρόποδες του Ψηλορείτη.

Οι διατροφικές συνήθειες των κατοίκων της Κρήτης αποτελούν υπόδειγμα σύγχρονης διαίτας κι αυτό χάρη σε ένα τρίπτυχο που θα ζήλευε κάθε ενική κουζίνα: τη χρήση ντόπιων υλικών, την απλότητα αλλά και τον ευφυή συνδυασμό τους. Οι μελέτες αποφαίνονται πως οι Κρητικοί έχουν το μικρότερο δείκτη θνησιμότητας από καρδιαγγειακά νοσήματα και καρκίνο σε παγκόσμια κλίμακα, ενώ οι αξίες της κρητικής διατροφής αποτελούν πλέον ένα δίδαγμα πολιτισμού και υγείας. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την Μελέτη των Επτά Χωρών ο πληθυσμός της Κρήτης παρουσίαζε την καλύτερη κατάσταση υγείας και τα μικρότερα

ποσοστά θνησιμότητας από στεφανιαία νόσο και καρκίνο, σε σχέση με όλους τους άλλους πληθυσμούς που μελετήθηκαν (Keys 1970; Keys et al. 1986; Menotti et al. 1990; Menotti et al. 1999). Μετά από 20 έτη παρακολούθησης οι Κρητικοί παρουσίαζαν τα μικρότερα ποσοστά θανάτων από όλες τις αιτίες (Menotti et al. 1990), ενώ μετά από 25 έτη παρακολούθησης οι θάνατοι από στεφανιαία νόσο στην Κρήτη ήταν εντυπωσιακά λιγότεροι σε σχέση με τους θανάτους που παρατηρήθηκαν στους πληθυσμούς από τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Βόρεια Ευρώπη, αλλά ακόμη και συγκριτικά με τους θανάτους που παρατηρήθηκαν σε άλλες περιοχές της Νότιας Ευρώπης, όπως την Ιταλία, την Γιουγκοσλαβία και την Κέρκυρα (Menotti et al. 1999). Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1 οι θάνατοι από στεφανιαία νόσο στην Ιταλία και τη Γιουγκοσλαβία ήταν σχεδόν τριπλάσιοι, ενώ στην Κέρκυρα ήταν σχεδόν διπλάσιοι των θανάτων που παρατηρήθηκαν στην Κρήτη.



Διάγραμμα 1. Η θνησιμότητα από στεφανιαία νόσο ανά 1000 άτομα στους πληθυσμούς που μελετήθηκαν στη Μελέτη των Επτά Χωρών, μετά από τα 25 έτη παρακολούθησης. Δίνεται ο μέσος όρος της θνησιμότητας για δύο πληθυσμούς που μελετήθηκαν από τη Φινλανδία, για τρεις πληθυσμούς που μελετήθηκαν από την Ιταλία, για 5 πληθυσμούς που μελετήθηκαν από τη Γιουγκοσλαβία και για 2 πληθυσμούς που μελετήθηκαν από την Ιαπωνία. Κανένας από τους επιμέρους πληθυσμούς δεν παρουσίαζε θνησιμότητα μικρότερη από την Κρήτη. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπως και στην Ολλανδία, μελετήθηκε ένας πληθυσμός.

ΚΕΦ.7ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η γαστρονομία είναι ένα υποσύνολο της τουριστικής εμπειρίας χωρίς να εστιάζουμε στο ρόλο της τα ταξιδιωτικά κίνητρα. Η τουριστική εμπειρία είναι πάρα πολύ σημαντική για τον άνθρωπο, για τον επισκέπτη. Το φαγητό είναι κομμάτι της πολιτισμικής ταυτότητας ενός τόπου. Η γαστρονομία είναι αφορμή για τουρισμό.

Βάση της Liz Charples και του Γιώργου Παλησίδη, οι Γαστροτουρίστες, (ή Γαστροτουρισμός) είναι οι επισκέπτες οι οποίοι ταξιδεύουν μέχρι 150Km μακριά από το σημείο διαμονής τους με σκοπό να ανακαλύψουν νέες γεύσεις και να απολαύσουν τοπική ή/και υψηλού επιπέδου γαστρονομία, εμβαθύνοντας παράλληλα στην ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού μέσα από πληροφόρηση και συναναστροφή με τους παραγωγούς και τους εστιατορές. Εξειδικευμένες επιχειρήσεις (θεματικοί Σύλλογοι, ειδικευμένα ξενοδοχεία, ειδικευμένες αλυσίδες ξενοδοχείων ή εστιατορίων κ.λπ.) καλύπτουν αυτή την αυξανόμενη ζήτηση για γαστρονομικά ταξίδια.

Συνεπώς η γαστρονομία υπεισέρχεται με διττό τρόπο στον ορισμό του τουρισμού (ΣΕΤΕ, 2010). Αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία για όλους ανεξαιρέτως τους τουρίστες, ελκύει εύπορους, ειδικού ενδιαφέροντος τουρίστες, τους γαστροτουρίστες και αναζωογονεί μια περιοχή συνήθως υπαίθρου.

Οι εθνικοί οργανισμοί (ΕΟΤ, ΟΠΕ, Περιφέρειες) πρέπει να προβάλλουν μια συλλογή από τοπικές κουζίνες και όχι απαραίτητα μια ενιαία εθνική κουζίνα με έμφαση στα θετικά των διατροφικών προτύπων. Κατά επέκταση, οι Αυτοδιοικήσεις οφείλει να δουλέψει πάνω σ' αυτό το σχέδιο, αναπτύσσοντας ώριμες δράσεις και σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων του τόπου. Με DVD, με ραδιοφωνικά σποτάκια σε ραδιοφωνικούς σταθμούς εθνικοτήτων που ενδιαφέρουν τον τόπο με μεγάλη έμφαση στα τοπικά προϊόντα, στις τοπικές συνταγές, στα διατροφικά οφέλη και δομώντας ταξιδιωτικές εμπειρίες (π.χ. διαδρομές) γύρω από τις τοπικές γαστρονομικές ιδιαιτερότητες. Είναι φυσικό να αλλάζουν και να τροποποιούνται οι συνταγές από τόπο σε τόπο. Μ' αυτό τον τρόπο, τονίζονται οι γευστικές διαφορές και αντιθέσεις μεταξύ των περιοχών, ώστε να αναδειχθεί πιο έντονα ο γαστρονομικός πλούτος της χώρας και να παρακινήσουν τον επισκέπτη να δοκιμάσει όλες τις παραλλαγές.

ΕΝΑ ΑΡΘΡΟ Από τον Πάνο Γεωργούντζο

Αρκετές φορές διαβάζω ότι η άνθηση της γαστρονομίας παγκοσμίως είναι μια μόδα που θα περάσει. Κάτι τέτοιο όμως μάλλον είναι λανθασμένο. Είναι μια κοντόφθαλμη αντίληψη ανθρώπων που δε βλέπουν πέρα από το περιορισμένο πεδίο των αισθήσεών τους.



Κι αυτό πολύ απλά γιατί η γαστρονομία είναι μια μορφή τέχνης, από αυτές που εμφανίστηκαν αρκετά μετά την καθιέρωση των κλασικών τεχνών (ο τυχερός κινηματογράφος εντάχθηκε στις κλασικές τέχνες λόγω της εντυπωσιακής επανάστασης που έφερε). Το να λέει κανείς ότι η γαστρονομία είναι μόδα και θα περάσει είναι σαν να λέει ότι η μόδα στα ρούχα είναι μια μόδα που θα περάσει. Και μετά τι; Ο κόσμος θα φοράει no name σακιά έχοντας χάσει το ενδιαφέρον του για τη μόδα;

Αυτό το ενδιαφέρον για τη γαστρονομία είναι φαινόμενο του ανεπτυγμένου και αναπτυσσόμενου κόσμου. Ασφαλώς απαιτείται ένα σχετικό κοινωνικό και οικονομικό status και βέβαια η ήδη εξασφαλισμένη καθημερινή διατροφή και διαβίωση. Η ευημερία λοιπόν των τελευταίων δεκαετιών επέτρεψε σε όλο και περισσότερους ανθρώπους να γίνουν κοινωνοί

της υψηλής γαστρονομίας. Ακόμη, το παγκοσμιοποιημένο εμπόριο διέσπειρε τις πρώτες ύλες και τις παραδόσεις της κάθε τοπικής κουζίνας, σε παγκόσμιο επίπεδο. Το αποτέλεσμα αυτών των αλλαγών είναι ορατό σήμερα σχεδόν παντού. Εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας, έθνικ, πολυεθνικά και fusion. Επίσης, τυριά, αλλαντικά, κρέατα, μπαχαρικά, κρασιά από κάθε γωνιά της γης στο super market της γειτονιάς. Πλήθος περιοδικών, websites, εκπομπών στην τηλεόραση. Οι μάγειροι έγιναν σεφ, οι σεφ τηλεαστέρες. Εγεννήθησαν επαγγέλματα όπως του σομελιέ, του δημοσιογράφου γεύσης και οίνου, του ρεστοκριτικού και πιο πρόσφατα του food blogger.

Το πιο ενδιαφέρον όλων όμως κρύβεται στο πόσο γρήγορα εκπαιδεύτηκε ο κόσμος. Τα τελευταία 20-25 χρόνια συντελέστηκε η σπουδαιότερη αλλαγή όλων. Η αλλαγή του ιδιώτη απέναντι στο φαγητό. Η βασική ανάγκη των ανθρώπων πήρε άλλη διάσταση. Έγινε στοιχείο προσωπικού στιλ, κοινωνικού status, τρόπου ζωής. Από το τραπέζι μας εκδιώχθηκε το φαγητό της μαμάς και οι περισσότεροι ξεκίνησαν τη δική τους περιπλάνηση στον κόσμο των γεύσεων. Είτε αυτή είναι μια μικρή βολτούλα, είτε μια Οδύσσεια.

Τι αποτέλεσμα όμως έχει όλη αυτή η φασαρία στο ίδιο το φαγητό; Ασφαλώς και δημιουργήθηκαν νέα standards απόλαυσης, νέοι συνδυασμοί και νέες γεύσεις. Κανείς δεν αμφισβητεί τη βελτίωση της μέσης ποιότητας των προϊόντων και ίσως και των εστιατορίων. Όμως κάτι που διαφεύγει μέσα σε αυτήν την απόλυτη σύγχυση της γαστρονομίας με το lifestyle είναι η γευστικότητα. Η πεμπουσία η ίδια του φαγητού. Το στοιχείο εκείνο που πραγματικά ζεσταίνει τον ουρανίσκο και γεμίζει με ικανοποίηση ψυχή και σώμα. «Η γευστικότητα είναι το ζητούμενο». Αυτό μου είπε πάνω από ένα ψητό κεφάλι συναγρίδας, που θύμιζε καλοψημένη Μεσσηνιακή γουρουνοπούλα, ένας γνωστός κριτικός γεύσης. Από τότε άρχισα νοητά να «σκάβω» στο βάθος κάθε πιάτου αναζητώντας το δυσκολότερο της γευστικότητας. Κι αυτό που κατάλαβα ήταν ότι η διακόσμηση, η μουσική, το περιτύλιγμα, το σέρβις, έρχονται δεύτερα. Αυτό να θυμάστε όσοι και όσες έχετε μπει στο ατελείωτο γαϊτανάκι της γαστρονομίας, είτε σα δημιουργοί, είτε σαν αποδέκτες της μαγειρικής τέχνης. Ότι η ουσία του φαγητού είναι η γευστικότητα.

ΚΕΦ.7ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Μ. ΒΕΝΕΤΣΑΝΟΠΟΥΛΟΥ (2006) Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ελλάδα, interbooks
- Χ. ΚΟΚΚΩΣΗΣ, Π. ΤΣΑΡΤΑΣ, Ε.ΓΚΡΙΜΠΙΑ, (2001) Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ελλάδα, Κριτικές
- Μ. ΨΙΛΑΚΗ (1997) Κρητική παραδοσιακή κουζίνα, Ε΄ έκδοση, Ηράκλειο, Καρμανώρ
- ANDREW DALBY (1996) Σειρήνεια δείπνα, ιστορία της διατροφής και της γαστρονομίας στην Ελλάδα, μετάφραση Ε. ΠΑΤΡΙΚΙΟΥ Β΄ έκδοση, Πανεπιστημιακές εκδόσεις Κρήτης
- <http://www.gnto.gov.gr/>
- <http://www.investingreece.gov.gr>
- <http://el.wikipedia.org>
- <http://www.greektourism2020.gr>
- <http://www.visitgreece.gr/el/gastronomy>
- <http://traveladvisorgr.blogspot.com/2007/>
- <http://historyofgreekfood.wordpress.com/>
- <http://www.tastygreece.gr/>
- <http://www.artmag.gr/articles/>
- <http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2010/>
- <http://www.holiday.gr/>
- <http://www.eatcrete.com/>
- <http://kritikigi.gr/>
- <http://www.masticha.gr/>
- <http://www.chiosweb.gr/>
- <http://www.chios24.gr/chios/products>
- <http://www.touristorama.com/lesbos>
- <http://www.visitlesvos.gr/el/traditional-products>
- <http://www.kalamatacvb.gr/>