

## Σχόλια ΣΕΤΕ αναφορικά με την υπό διαβούλευση δέσμη προτάσεων για την αναδιάρθρωση, συστηματοποίηση και ανάπτυξη του Γαστρονομικού Τουρισμού

Μάρτιος 2021

Σε συνέχεια της δέσμης προτάσεων της Ομάδας Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού του Υπουργείου Τουρισμού, σημειώνονται τα εξής:

### Γενικό σχόλιο που αφορά στο σύνολο των προτάσεων

Για την αναδιάρθρωση, συστηματοποίηση και ανάπτυξη του Γαστρονομικού Τουρισμού απαιτείται σαφής στρατηγικός σχεδιασμός και διαμόρφωση ενός λειτουργικού πλαισίου διακυβέρνησης σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Ο σχεδιασμός αυτός θα πρέπει να θέτει συγκεκριμένους στόχους και θα αξιοποιεί συμπράξεις ιδιωτικού και δημοσίου τομέα, ενώ συγκεκριμένες δράσεις θα πρέπει να εστιάζουν στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος, σε Branding και Marketing και στην ενδυνάμωση του ανθρώπινου δυναμικού.

Υπό αυτό το πρίσμα, επί της αρχής, οι προτάσεις βρίσκονται στη σωστή κατεύθυνση.

Ωστόσο, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα εξής:

- Παρατηρείται ότι συχνά οι στρατηγικές για τον γαστρονομικό τουρισμό, διεθνώς, συνδέονται με τις ευρύτερες στρατηγικές για την ανάπτυξη του αγροδιατροφικού τομέα. Οι επίσημοι οργανισμοί τουρισμού και οι εκάστοτε υπεύθυνες δομές διαχείρισης και προώθησης προορισμού σε περιφερειακό επίπεδο, ηγούνται συνήθως αυτών των σχεδίων. Επίσης, αναδεικνύουν την εξειδικευμένη ατζέντα τους ενώ ήδη υφίσταται μια ευρύτερη στρατηγική για την ανάπτυξη του αγροδιατροφικού τομέα. Ενδεικτικά είναι τα παραδείγματα από Ιρλανδία, Ουαλία, Σκωτία και Φινλανδία. Κατ' επέκταση, η γαστρονομία και ο τουρισμός έρχονται να διεκδικήσουν το δικό τους μερίδιο για πρωτοβουλίες και πόρους αναπτυξιακής πολιτικής, μέσα σε ένα ευρύτερα ώριμο θεσμικό πλαίσιο.
- Οι πρωτοβουλίες σε εθνικό επίπεδο είναι απαραίτητες για την ύπαρξη ενός στρατηγικού πλαισίου με διακριτούς στόχους και προτεραιότητες. Καθώς όμως οι ενότητες του συστήματος διασύνδεσης διαφοροποιούνται συστηματικά από περιοχή σε περιοχή, δεν υπάρχει μια κοινή συνταγή επιτυχίας για κάθε τόπο και προορισμό. Η κατανόηση των θετικών επιδράσεων που θα προκύψουν σε τοπικό επίπεδο από την ανάπτυξη συνεργασιών και την κινητοποίηση αντίστοιχων φορέων και επιχειρήσεων, είναι η ενδεδειγμένη προσέγγιση για την εισαγωγή καινοτομίας, την αναβάθμιση των υπηρεσιών και τον διαμοιρασμό των ωφελειών σε όλες τις ενότητες του συστήματος διασύνδεσης.
- Η διεθνής εμπειρία δείχνει ότι η μακροημέρευση συνεργασιών εξαρτάται σημαντικά από την εδραίωση μιας κοινά αποδεκτής γαστρονομικής ταυτότητας, καθώς και μιας κοινά αποδεκτής ατζέντας προτεραιοτήτων και δράσεων.
- Σύμφωνα με τη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ «Η γαστρονομία ως παράγοντας εμπλουτισμού της ταξιδιωτικής εμπειρίας και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος» προκύπτει ότι υπάρχει μια συγκεχυμένη αντίληψη για την αμιγώς εθνική γαστρονομία, η οποία συχνά υπολείπεται δημοτικότητας στο ταξιδιωτικό κοινό και ενδεχομένως επηρεάζει την εικόνα της εγχώριας αγοράς της γαστρονομίας στο σύνολο της. Η αντίληψη αυτή χρήζει αναδιαμόρφωσης, ειδικά σε σχέση με βιωματικές εμπειρίες, πρότυπες ή δημιουργικές συνταγές, και εξειδικευμένα πακέτα διακοπών.

- Αυτό που απουσιάζει, ωστόσο, από το σύνολο των προτάσεων είναι ο τρόπος χρηματοδότησης / σύνδεσή τους με χρηματοδοτικά εργαλεία

Συγκεκριμένα σχόλια επί των πέντε στρατηγικών προτεραιοτήτων του Υπουργείου Τουρισμού:

1. Πρόταση για επικαιροποιημένο «Ειδικό Σήμα Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα» του Υπουργείου Τουρισμού

Τα σήματα πιστοποίησης τυγχάνουν αναγνώρισης σε σχέση με τη συνεισφορά τους στην αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και ο ΣΕΤΕ συμφωνεί ότι μπορούν να προσδώσουν θετική κατεύθυνση στη διαμόρφωση της γαστρονομικής προσφοράς. Εντούτοις, στην Ελλάδα όσες προσπάθειες σήματος πιστοποίησης υιοθετήθηκαν, δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα και θα πρέπει να αξιολογηθούν στην ουσία τους οι λόγοι που δεν μπόρεσε ποτέ να λειτουργήσει ως εργαλείο.

Σημαντικές πτυχές που πρέπει κατ' ελάχιστο να εξεταστούν προσεκτικά ώστε η συγκεκριμένη πρόταση να πετύχει τον στόχο της είναι οι εξής:

- Να αξιολογηθεί η εμπειρία από το Ειδικό Σήμα Ποιότητας Ελληνικής Κουζίνας το οποίο θεσπίστηκε από το 1999 και χορηγείται από το Υπουργείο Τουρισμού.
- Να σχεδιαστούν προσεκτικά η προώθηση και ανάδειξη των οφελών που απορρέουν για τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, αλλά και για τους καταναλωτές που επιλέγουν αυτές τις επιχειρήσεις.
- Να υπάρχει συνεχής αξιολόγηση στο κατά πόσο τα υφιστάμενα ή υπό δημιουργία σήματα πιστοποίησης ανταποκρίνονται στις ολοένα αυξανόμενες προσδοκίες των καταναλωτών και διασφαλίζουν την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών από την πολυδιάστατη σκηνή της εγχώριας γαστρονομίας.
- Η ενίσχυση της χρήσης τοπικών προϊόντων να παραμένει βασικό ζητούμενο.
- Να αξιοποιηθεί η διεθνής εμπειρία από τη χρήση των σημάτων ποιότητας ( πχ τον Νοέμβριο του 2019 ανακοινώθηκε η προκήρυξη ενός προγράμματος 50 χιλιάδων λιρών – με χρηματοδότηση από την κυβέρνηση της Σκωτίας – για την αξιολόγηση του προγράμματος πιστοποίησης της Σκωτσέζικης γαστρονομίας ([Taste our Best](#)), η Slovenia έχει εστιάσει συστηματικά στο θέμα σήματα και πιστοποιήσεις ποιότητας με σύγχρονη λογική, για παράδειγμα στόχευσε σε διασύνδεση του σήματος ποιότητας για τις τουριστικές επιχειρήσεις με τους εμπειρογνώμονες του γαστρονομικού οδηγού Gault & Millau).
- Οι κατευθυντήριες γραμμές να είναι απλές (μη γραφειοκρατικές) και εφαρμόσιμες, καθώς και να λαμβάνει υπόψη εύρος επιχειρήσεων (π.χ. επισκέψιμα ελαιολαδοποιεία / τυροκομεία, αγροκτήματα με καλλιέργειες νέου τύπου).
- Να εντοπισθεί μεθοδολογία ώστε να περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που δίνουν προστιθέμενη αξία στην γαστρονομική προσφορά της Ελλάδας χωρίς να προσφέρουν κατ' αποκλειστικότητα ελληνική κουζίνα ([για παράδειγμα ένα σήμα πιστοποίησης στον Καναδά](#) θέτει ως προϋπόθεση για την απόκτηση σήματος το 25% της αξίας των αγορών σε πρώτες ύλες και 25 % της αξίας των αγορών αλκοολούχων ποτών να αφορούν τοπικά προϊόντα).
- Ο κλάδος του τουρισμού και της γαστρονομίας έχει δεχτεί ένα πρωτόγνωρο πλήγμα από την πανδημία του κορωνοϊού. Συνεπώς, τα όποια κόστη συνδέονται με την απόκτηση του σήματος πιστοποίησης θα πρέπει να κρατηθούν σε χαμηλά επίπεδα και να λάβουν υπόψη τις ιδιαίτερες επιχειρηματικές συνθήκες, ενώ σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να υπάρχουν ανταποδοτικά οφέλη για τις επιχειρήσεις που να δικαιολογούν τα σχετικά κόστη.

## 2. Πρόταση για τη δημιουργία και λειτουργία του Γαστρονομικού Χάρτη

Η πρόταση αυτή ουσιαστικά στοχεύει στη δημιουργία γαστρονομικών διαδρομών και άρα στην προϊοντική ανάπτυξη με την έννοια της αύξησης του εύρους και της ποικιλίας εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Πρόκειται για μια πολύ σημαντική αναπτυξιακή πρόταση για τον γαστρονομικό τουρισμό. Σε αυτό το πλαίσιο δύο βήματα είναι πολύ κρίσιμα α) Η καταγραφή και αξιολόγηση συναφών δραστηριοτήτων και υποδομών (π.χ. επισκέψιμοι χώροι παραγωγής τοπικών προϊόντων, αγορές, φεστιβάλ, μουσεία γύρω από την γαστρονομία), β) η αξιοποίησή τους στο πλαίσιο διαμόρφωσης μεμονωμένων διαδρομών ή δικτύων διαδρομών με εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος, γ) η αποτύπωση των διαδρομών σε ψηφιακό χάρτη και δ) η προβολή τους.

Η επένδυση στη δημιουργία εμπειριών μέσα από διαδρομές αναδείχτηκε και σε πρόσφατη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ «[Επενδύσεις σε Δημόσιες Υποδομές για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα](#)». Αν και η συγκεκριμένη μελέτη έκανε αναφορά σε πολιτιστικές διαδρομές, οι προϋποθέσεις για τη δημιουργία διαδρομών γενικά απαιτεί κατά κύριο λόγο την σύνθεση των πόρων με τρόπο ώστε να δημιουργηθεί ένα ενδιαφέρον τουριστικό προϊόν, αλλά και προσοχή σε θέματα προσβασιμότητας, καταλληλότητας του οδικού δικτύου, σχετικής σήμανσης και τακτικά ωράρια φιλοξενίας επισκεπτών.

Ως προς την ψηφιακή αποτύπωση, θα πρέπει να εξασφαλισθούν πόροι για τη συνεχή επικαιροποίηση του ψηφιακού χάρτη, ώστε να αποφευχθεί επανάληψη του συνήθους φαινομένου δημιουργίας ενός έργου για το οποίο δεν υπάρχει σχεδιασμός για την συντήρησή του. Επίσης, η ανάδειξη εμπειριών/ διαδρομών που αποτελούν κατ' εξοχήν τμήμα του τουριστικού προϊόντος των προορισμών (Signature Experiences) απαιτούν καμπάνιες με εξειδικευμένη στόχευση.

Ενδεικτικές παρουσιάσεις εμπειριών γαστρονομίας (οι εν λόγω εμπειρίες συνεχώς εμπλουτίζονται) από το Discover Greece μπορείτε να δείτε [εδώ](#). Επιπρόσθετα, στο DiscoverGreece.com υπάρχει η επιλογή περιήγησης μέσω [χάρτη](#) με το κριτήριο food & drink και μπορεί να αποτελέσει ένα παράδειγμα γαστρονομικού χάρτη.

## 3. Πρόταση για την εκπαίδευση

Η πρόταση για την εκπαίδευση πέρα από τη βελτίωση των υφιστάμενων πρακτικών και την ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων για το σύνολο των φορέων και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο σύστημα διασύνδεσης (π.χ. σύγχρονες πρακτικές μαγειρικής), θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τον βιωματικό χαρακτήρα των εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Αυτή η παράμετρος οδηγεί σε αυξημένες απαιτήσεις, τόσο ως προς την εξυπηρέτηση (π.χ. αυθεντική διάθεση εξυπηρέτησης) όσο και ως προς την αφήγηση (π.χ. γνώση εθνικών και τοπικών γαστρονομικών προϊόντων και παραδόσεων, ικανότητα αφήγησης ιστοριών που αποπνέουν τη μοναδικότητα εκάστου εδέσματος, προϊόντος, δημιουργού και του ίδιου του τόπου), προκειμένου η διαμόρφωση μιας αξιομνημόνευτης γαστρονομικής εμπειρίας να απορρέει από το τρίπτυχο «τοπικότητα, αυθεντικότητα, ποιότητα». Συνεπώς, τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης και οποιαδήποτε άλλα συναφή εκπαιδευτικά εργαλεία, θα πρέπει ενδεικτικά να περιλαμβάνουν σχετικές θεματολογίες (σχεδιασμός εμπειριών, storytelling, διαμόρφωση χώρων υποδοχής και γευσιγνωσίας, ένταξη βιωματικών στοιχείων στις ξεναγήσεις, κοκ).

Παράλληλα, και ακριβώς επειδή η προβολή του βιωματικού χαρακτήρα των εμπειριών είναι σημαντική, υπογραμμίζεται η ανάγκη της ενδυνάμωσης του ανθρώπινου δυναμικού ως προς την παραγωγή κατάλληλου επικοινωνιακού περιεχομένου και την προώθησή του στα κατάλληλα κανάλια. Με άλλα λόγια

οι ίδιοι οι πάροχοι γαστρονομικών εμπειριών -που συνήθως είναι μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις- να μπορούν να παράγουν περιεχόμενο (φωτογραφίες, κείμενα, κλπ) για τις επιχειρήσεις τους και να μπορούν να χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες και τεχνικές μάρκετινγκ για την προώθηση των γαστρονομικών εμπειριών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το ΙΝΣΕΤΕ διαθέτει σωρευμένη τεχνογνωσία στη διαμόρφωση [εκπαιδευτικών προγραμμάτων](#) με στόχο να προσφέρουν επικαιροποιημένες γνώσεις και δεξιότητες σε ένα ευρύ φάσμα εμπλεκόμενων επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στο σύστημα διασύνδεσης τουρισμού και γαστρονομίας.

#### 4. Κοινή πρόταση για τη δημιουργία Φορέα με σκοπό την ανάδειξη της ελληνικής γαστρονομίας και την ανάπτυξη, προβολή και προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού

Η ελληνική εμπειρία μέχρι σήμερα δείχνει ότι νέοι φορείς δύσκολα μπορούν να είναι άμεσα λειτουργικοί και να αποφέρουν με ταχύτητα αποτελέσματα. Εξάλλου, σύμφωνα και με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ([Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism](#)), προτείνεται το πλαίσιο διακυβέρνησης να είναι διαφανές, συμμετοχικό και να δίνει ηγετικές κατευθύνσεις. Ο ΠΟΤ στις κατευθυντήριες γραμμές του επίσης, προτείνει τον σχεδιασμό ενός στρατηγικού σχεδίου για την ανάπτυξη της γαστρονομίας, τη δημιουργία κατάλληλων μηχανισμών συνεργασίας και επικοινωνίας (μεταξύ φορέων του δημοσίου, μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, διατομεακής συνεργασίας) για όλους τους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα αξίας του γαστρονομικού τουρισμού. Επίσης, η διεθνής εμπειρία δείχνει ότι στην πλειονότητά τους το στρατηγικό σχέδιο εκπονείται από Εθνικούς ή Περιφερειακούς Οργανισμούς Τουρισμού και η υλοποίηση βασίζεται σε συνεργατικά σχήματα. Στην κατεύθυνση αυτή θεωρούμε ορθότερο η αποφυγή δημιουργίας νέου φορέα.

Προκειμένου οι τομείς της γαστρονομίας και της αγροδιατροφής να συμβάλουν το γρηγορότερο στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, προτείνεται:

- Να εκπονηθεί στρατηγικός σχεδιασμός από τα εμπλεκόμενα με τη διασύνδεση υπουργεία.
- Το σχέδιο να προσδιορίσει συγκεκριμένους στόχους, τομείς παρεμβάσεων, ένα πλέγμα ενδεδειγμένων δράσεων, προτεραιότητες σε χρονικό ορίζοντα 3-5 ετών, και δυναμικές πηγές για την άντληση χρηματοδοτικών πόρων.
- Επίσης, το στρατηγικό σχέδιο θα πρέπει να προσδιορίσει μια σειρά από ενδεδειγμένες συνεργασίες, ώστε να διασφαλιστεί η υλοποίηση των προτεινόμενων παρεμβάσεων και τα οφέλη τους να διαχυθούν σε όλες τις ενότητες του συστήματος διασύνδεσης.
- Να υπάρχει διάκριση ηγετικών και συναρμόδιων φορέων για την υλοποίηση δράσεων υπό την ομπρέλα του στρατηγικού σχεδιασμού.
- Το σχέδιο να ενθαρρύνει τη δημιουργία συμπράξεων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα με βάση καλές υφιστάμενες πρακτικές, ώστε οι φορείς της αγοράς που ήδη υλοποιούν συναφείς ενέργειες (π.χ. This Is Athens & Partners) να αξιοποιήσουν την τεχνογνωσία τους και να συμβάλουν στην επίτευξη στόχων με ευρύτερο οικονομικό και κοινωνικό ενδιαφέρον.
- Οι συμπράξεις να εξειδικεύονται περαιτέρω στις περιπτώσεις όπου απαιτείται δραστηριοποίηση επιμέρους φορέων σε τοπικό επίπεδο για την έγκαιρη και επιτυχή υλοποίηση συγκεκριμένων δράσεων (π.χ. προγράμματα εκπαιδευτικού χαρακτήρα, ενέργειες προώθησης και προβολής, συμβουλευτικές υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, συστάσεις για τροποποιήσεις).

Στην προαναφερθείσα μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ [«Η γαστρονομία ως παράγοντας εμπλουτισμού της ταξιδιωτικής εμπειρίας και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος»](#), εξετάζονται 6 στρατηγικά σχέδια ξένων χωρών από τα οποία γίνεται αντιληπτό ότι ένα εύρωστο και λειτουργικό σύστημα διακυβέρνησης είναι κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας για την περαιτέρω ανάπτυξη και ανάδειξη του συστήματος διασύνδεσης αγροδιατροφικού τομέα, γαστρονομίας και τουρισμού.

#### 5. Πρόταση για τη δημιουργία Παρατηρητηρίου Γαστρονομικού Τουρισμού

Η δημιουργία ενός κόμβου πληροφόρησης για όλους τους εμπλεκόμενους παρόχους στο σύστημα διασύνδεσης τουρισμού και γαστρονομίας είναι σημαντική για τη διάχυση της γνώσης και την επίτευξη καινοτομιών. Κατά την άποψή μας η δημιουργία ενός Παρατηρητηρίου και οι προτεινόμενοι πυλώνες πληροφόρησης θα πρέπει να είναι ενσωματωμένοι σε ένα ευρύτερο παρατηρητήριο για τον ελληνικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα το Παρατηρητήριο Βιώσιμης Ανάπτυξης.

Σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα εξής:

- Να δημιουργηθεί συγκεκριμένο πλαίσιο συντήρησης και ανατροφοδότησης του Παρατηρητηρίου.
- Το Παρατηρητήριο θα πρέπει να διαθέτει δυναμικούς μηχανισμούς παρακολούθησης της προσφοράς και της ζήτησης πχ στοιχεία από επισκέψιμα σημεία γαστρονομικού ενδιαφέροντος, καθώς και να διενεργεί εξειδικευμένες έρευνες που θα ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες της αγοράς (π.χ. ανάλυση του προφίλ των επισκεπτών γαστρονομικού και οινοτουριστικού ενδιαφέροντος, αξιολόγηση οικονομικών επιπτώσεων γαστρονομικού τουρισμού).