



ΑΝΑΘΕΤΟΥΣΑ ΑΡΧΗ

INSETE

Η Γαστρονομία ως
Παράγοντας Εμπλουτισμού
της Ταξιδιωτικής Εμπειρίας
και Αναβάθμισης του
Τουριστικού Προϊόντος

ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ



ΑΝΑΔΟΧΟΣ

ΤΟΠΟΣΟΡΘΗ

PLACE MAKING & MARKETING AGENCY



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ανάπτυξη • εργασία • αλληλεγγύη

ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

Η παρούσα μελέτη θέτει ως κεντρικό ερώτημα το 'Πως μπορεί να συμβάλει στην αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος ο τομέας της γαστρονομίας'. Επ' αυτού διαπραγματεύεται συνδυαστικά τους τομείς της γαστρονομίας, της αγροδιατροφής και του τουρισμού, προσφέροντας χρήσιμα πορίσματα σε σχέση με μια σειρά επιμέρους ερωτήματα:

- Πως οι εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος καθιστούν μοναδική τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών, δημιουργώντας αυξημένα οφέλη για τον επιχειρηματικό κόσμο και τις τοπικές κοινωνίες;
- Πως οι εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος αναδεικνύουν τον πολυδιάστατο χαρακτήρα κάθε προορισμού, όπως αυτός ενσωματώνει διαφορετικές επιρροές και τοπικές παραδόσεις;
- Πως οι εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος αποτελούν πλέον το αντικείμενο στρατηγικών σχεδιασμών σε διαφορετικά επίπεδα διοίκησης, ενθαρρύνοντας μια ευρεία γκάμα δράσεων και συνεργασιών μεταξύ φορέων του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα;

ΣΚΟΠΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Ο υπερκείμενος σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να θέσει τις βάσεις για την εκπόνηση ενός στρατηγικού σχεδίου, ενός σχεδίου με γνώμονα την περαιτέρω ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της χώρας ως τουριστικού προορισμού μέσω των παρακάτω:

- Διαμόρφωση γαστρονομικής ταυτότητας με πιο επίκαιρο/μοντέρνο χαρακτήρα
- Ανάπτυξη και προώθηση τουριστικών εμπειριών που συνθέτουν διαφορετικές γαστρονομικές παραδόσεις και αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά της χώρας και των προορισμών της
- Διευρυμένη χρήση και αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων από τις επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μελέτη βασίζεται σε ένα πλήθος ερευνητικών πηγών που αφορούν τόσο τη θεωρητική προσέγγιση όσο και τις πρακτικές εφαρμογές διασύνδεσης της αγροδιατροφής, της γαστρονομίας και του τουρισμού. Η εκτενής έρευνα που πραγματοποιήθηκε, περιλάμβανε δευτερογενή στοιχεία από εγχώριες και διεθνείς πηγές, καθώς και τη διενέργεια συνεντεύξεων με επαγγελματίες και εμπειρογνώμονες από τους υπό εξέταση τομείς στην Ελλάδα

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ;

Η γαστρονομική ταυτότητα της χώρας χρήζει περαιτέρω επεξεργασίας και ερμηνείας, ώστε να αποδώσει κατάλληλα τον πλούτο των παραδόσεων και των επιρροών που τη συνθέτουν, καθώς και τον

εξωστρεφή χαρακτήρα του τουριστικού τομέα.

Απαιτείται η κατάρτιση και η υλοποίηση στρατηγικού σχεδιασμού που:

- Θα προσδώσει δυναμική στη διασύνδεση Αγροδιατροφικού τομέα, Γαστρονομίας και Τουρισμού
- Θα ενσωματώσει σε ένα κοινό πλαίσιο αναφοράς τις παράλληλες πρωτοβουλίες από συναρμόδιους φορείς στην κεντρική διοίκηση και από ένα πλήθος θεσμικών φορέων και επιχειρηματικών σχημάτων
- Θα καλλιεργήσει το έδαφος για μακροπρόθεσμες συνεργασίες ανάμεσα σε φορείς του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, σε διαφορετικά επίπεδα διοίκησης και με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής.

Πρόκειται για μία ελπιδοφόρα προοπτική, καθώς οι κορυφαίοι προορισμοί της χώρας έχουν ήδη εδραιώσει μια πολυσήμαντη και ακμάζουσα γαστρονομική προσφορά που προσελκύει επισκέπτες με εξειδικευμένα κίνητρα και προσδοκίες.

Προς αυτήν την κατεύθυνση εκκρεμούν διάφορες βελτιώσεις (π.χ. επικαιροποίηση των αντιλήψεων των επισκεπτών αλλά και του εγχώριου πληθυσμού για τον χαρακτήρα της αμιγούς εθνικής γαστρονομίας, εμπλουτισμό του μείγματος εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος έναντι του διεθνούς ανταγωνισμού), που χρήζουν επίτευξης μέσω ποικίλων παρεμβάσεων.

ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΑΣΕΩΝ (ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ)ⁱ

- Οι Foodies καθοδηγούν την αγορά προς βιωματικές και αυθεντικές εμπειρίες και οι πόλεις έχουν για αυτούς προτεραιότητα.
- Η αυθεντικότητα σχετίζεται με παραδοσιακά και σύγχρονα τοπικά προϊόντα και εδέσματα.
- Οι Σεφ είναι οι νέοι πρεσβευτές των προορισμών.
- Η δια βίου μάθηση είναι ανάγκη, όχι επιλογή.

Η ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΤΟΥ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

- Παρατηρείται ότι οι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού και οι εκάστοτε υπεύθυνες δομές διαχείρισης-προώθησης προορισμού σε περιφερειακό/τοπικό επίπεδο, ηγούνται συνήθως των στρατηγικών για τον γαστρονομικό τουρισμό.
- Οι ίδιοι φορείς αναδεικνύουν την εν λόγω ατζέντα ενώ ήδη υφίσταται μια ευρύτερη στρατηγική για την ανάπτυξη του αγροδιατροφικού τομέα (π.χ. Ιρλανδία, Ουαλία, Σκωτία, Φινλανδία). Κατ' επέκταση, η γαστρονομία και ο τουρισμός έρχονται να διεκδικήσουν ένα

ⁱ Η μελέτη υπεισέρχεται στην επισκόπηση πέντε (5) κατηγοριών διεθνών τάσεων

μερίδιο για πρωτοβουλίες και πόρους αναπτυξιακής πολιτικής, μέσα σε ένα ευρύτερα ώριμο θεσμικό πλαίσιο.

- Παράλληλα, υφίσταται διάκριση «ηγετικών» και συναρμόδιων φορέων για την υλοποίηση δράσεων υπό την ομπρέλα του στρατηγικού σχεδιασμού.
- Παρατηρείται επιπλέον μακροημέρευση συνεργασιών στο πλαίσιο εδραίωσης μιας κοινά αποδεκτής γαστρονομικής ταυτότητας, καθώς και μιας κοινά αποδεκτής ατζέντας προτεραιοτήτων και δράσεων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

Σε 3 άξονες θα πρέπει να κινηθούν οι κατευθύνσεις πολιτικής για την πιο αποτελεσματική διασύνδεση του αγροδιατροφικού τομέα, της γαστρονομίας και του τουρισμού:

- Προϊοντική Ανάπτυξη
- Branding και Marketing
- Ενδυνάμωση Ανθρώπινου Δυναμικού και Έρευνα

Παράλληλα, θα πρέπει να διαμορφωθεί ένα λειτουργικό πλαίσιο διακυβέρνησης σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, με σαφή στρατηγικό σχεδιασμό, συγκεκριμένους στόχους, και προτεινόμενες συμπράξεις και (ΣΔΙΤ).

Αναλυτικά ανά άξονα προτεραιότητας, οι προτεινόμενες δράσεις αντανακλούν διακριτές αλλά αλληλένδετες κατευθύνσεις πολιτικής.

1. Προϊοντική Ανάπτυξη: αύξηση εύρους και ποικιλίας εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος

- Ο 1^{ος} άξονας θα πρέπει να εστιάσει στην ενίσχυση των εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος και συναφών μορφών θεματικού τουρισμού, καθώς και στην ανάπτυξη εξειδικευμένων εκδηλώσεων.
- Σε αυτήν την κατεύθυνση, εντάσσεται π.χ.:
 - Η καταγραφή και αξιολόγηση συναφών δραστηριοτήτων και υποδομών (π.χ. επισκέψιμοι χώροι παραγωγής τοπικών προϊόντων, αγορές, φεστιβάλ, μουσεία γύρω από την γαστρονομία)
 - Η αξιοποίησή τους στο πλαίσιο μεμονωμένων διαδρομών ή δικτύων διαδρομών με εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος (με κατάλληλο οδικό δίκτυο, σχετική σήμανση, τακτικά ωράρια φιλοξενίας επισκεπτών, κ.λπ.).
- Η ενίσχυση των γαστρονομικών εμπειριών και η δημιουργία εμπειριών γύρω από ένα προϊόν (π.χ. κρασί, ελιά) ενισχύουν τη διασπορά της τουριστικής κίνησης σε λιγότερο αναπτυγμένους προορισμούς και διαφοροποιούν την προσφορά σε ήδη αναπτυγμένες

περιοχές.

- Οι εκδηλώσεις με εξειδικευμένη θεματολογία, ενισχύουν τους δεσμούς στις τοπικές κοινωνίες, προάγουν πνεύμα συνεργασίας και προσφέρουν αξέχαστες εμπειρίες στους επισκέπτες.

2. Branding και Marketing: Ανανεωμένη ταυτότητα & ενίσχυση αναγνωρισιμότητας

- Ο 2^{ος} άξονας θα πρέπει να εστιάσει στην ανάδειξη του πολυσήμαντου χαρακτήρα της εγχώριας γαστρονομίας ως συστατικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος, καθώς και στην ενδυνάμωση των ηγετικών προορισμών.
- Σε αυτή την κατεύθυνση, εντάσσεται π.χ.:
 - Η ανάπτυξη γαστρονομικής ταυτότητας με επίκαιρο/μοντέρνο χαρακτήρα και η δραστηριοποίηση φορέων, επιχειρήσεων και προσωπικοτήτων με αναγνωρισμένη συμβολή στην εξέλιξη και προώθηση της γαστρονομικής σκηνής της χώρας και συγκεκριμένων περιοχών.
 - Η δημιουργία προωθητικού υλικού (π.χ. χάρτες διαδρομών και εμπειριών) που αναδεικνύει τις ποικίλες πτυχές της γαστρονομικής σκηνής στους κορυφαίους προορισμούς
- Η εγχώρια σκηνή της γαστρονομίας εξελίσσεται υπό την επίδραση ποικίλων επιρροών και δημιουργικών στοιχείων που χρήζουν ενδεδειγμένης επικοινωνίας προς το ταξιδιωτικό κοινό
- Η πρόοδος που έχει επιτευχθεί τα τελευταία χρόνια σε σχέση με τη γαστρονομική προσφορά των κορυφαίων προορισμών, είναι επιβεβλημένο να εδραιωθεί ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας.

3. Ενδυνάμωση Ανθρώπινου Δυναμικού και Έρευνα

- Τέλος, ο 3^{ος} άξονας θα πρέπει να εστιάσει στην αναβάθμιση της ποιότητας των εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος, την αναβάθμιση των δράσεων προώθησης και προβολής και την υποστήριξη φορέων και επιχειρήσεων.
- Σε αυτή την κατεύθυνση, εντάσσεται π.χ.:
 - Ο εμπλουτισμός και η επέκταση υφιστάμενων προγραμμάτων κατάρτισης, με γνώμονα την ανάπτυξη νέων και τη βελτίωση υφιστάμενων δεξιοτήτων
 - Η ανάδειξη καλών πρακτικών γαστρονομικού τουρισμού από μεμονωμένες επιχειρήσεις και δίκτυα συνεργαζόμενων επιχειρήσεων ανά περιφέρεια, καθώς και η συγκριτική ανάλυση τους με πρακτικές που υλοποιούνται σε ανταγωνιστικούς προορισμούς άλλων χωρών
 - Η εκπόνηση ερευνητικών πονημάτων με συγκεκριμένη στόχευση και ενημέρωση

κάθε ενδιαφερόμενου σε σχέση με τα ερευνητικά αποτελέσματα

- Η βελτίωση των υφιστάμενων πρακτικών και η ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων, είναι αναγκαία συνθήκη για το σύνολο των φορέων και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο σύστημα διασύνδεσης αγροδιατροφής, γαστρονομίας και τουρισμού
- Ο βιωματικός χαρακτήρας των εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος συνεπάγεται αυξημένες απαιτήσεις τόσο ως προς την εξυπηρέτηση των επισκεπτών όσο και ως προς την αφήγηση μοναδικών ιστοριών, ώστε η διαμόρφωση μιας αξιομνημόνευτης γαστρονομικής εμπειρίας να απορρέει από το τρίπτυχο «τοπικότητα, αυθεντικότητα, ποιότητα»
- Ο βιωματικός χαρακτήρας των εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος συνεπάγεται επίσης αυξημένες απαιτήσεις ως προς την παραγωγή επικοινωνιακού περιεχομένου και την προώθηση του στα κατάλληλα κανάλια
- Η παροχή πληροφοριών και τεχνογνωσίας προς φορείς και επιχειρήσεις σε συστηματική βάση, υποστηρίζει τη διαρκή επέκταση των καλών πρακτικών και τη δια βίου μάθηση

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΡΟΛΟ ΤΟΥ ΣΕΤΕ

Ο ΣΕΤΕ μαζί με τη Marketing Greece και το ΙΝΣΕΤΕ, έχει εντάξει ήδη, τη διασύνδεση του αγροδιατροφικού τομέα, της γαστρονομίας και του τουρισμού στις στρατηγικές του προτεραιότητες. Με βάση τα αποτελέσματα της μελέτης, η υλοποίηση δράσεων και στους 3 άξονες απαιτεί συνέργειες. Ο ΣΕΤΕ δύναται να ενισχύσει τον ρόλο του στην εδραίωση μιας κουλτούρας συνεργασιών και επιπλέον να λειτουργήσει ως:

- Εισηγητής σε θέματα καινοτομίας για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού
- Συνεργάτης με όλους τους τομείς που συνεισφέρουν στον προσφορά γαστρονομικών εμπειριών σε επισκέπτες (π.χ. οινοτουρισμός, αγροτουρισμός)
- Υποστηρικτής πρωτοβουλιών για τη διαμόρφωση γαστρονομικής ταυτότητας με επίκαιρο/μοντέρνο χαρακτήρα
- Αρωγός της εξειδικευμένης επιμόρφωσης και της δια βίου μάθησης



Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

