

Δημιουργία εξωφύλλου-Σελιδοποίηση: Δέσποινα Σαμουρκάσογλου, dsam@graphicartist.gr
Επιμέλεια έκδοσης: Πλάτων Μαλλιάρκας

© 2014 Χαρίλαος Καλπίδης
e-mail: harkalp@yahoo.gr

© 2014 CaptainBook.gr
Σόλωνος 99, 10678 Αθήνα
τηλ: 2103846805 - fax: 2103848269
www.captainbook.gr
e-mail: info@captainbook.gr

ISBN 978-618-5058-11-1

Το παρόν έργο πνευματικής ιδιοκτησίας προστατεύεται από τις διατάξεις της ελληνικής νομοθεσίας (Ν. 2121/1993 όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει σήμερα) και από τις διεθνείς συμβάσεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας. Απαγορεύεται απολύτως, χωρίς γραπτή άδεια του εκδότη, η κατά οποιονδήποτε τρόπο ή οποιοδήποτε μέσο (ηλεκτρονικό, μηχανικό ή άλλο) αντιγραφή, φωτοανατύπωση και εν γένει αναπαραγωγή, εκμίσθωση ή δανεισμός, μετάφραση, διασκευή, αναμετάδοση στο κοινό σε οποιαδήποτε μορφή και η εν γένει εκμετάλλευση του συνόλου ή μέρους του έργου.

ΧΑΡΙΛΑΟΣ ΚΑΛΠΙΔΗΣ

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Μια συνολική θεώρηση στη σύνδεση γαστρονομίας και τουρισμού



captainbook.gr

*Η εφαρμογή της στρατηγικής
της οριζόντιας ολοκλήρωσης μεταξύ
του πρωτογενούς τομέα (παραγωγής τροφίμων),
του δευτερογενούς τομέα (μεταποίησης ειδών διατροφής)
και του τριτογενούς τομέα (μαζικής εστίασης και
τουριστικών υπηρεσιών)
και η σύνδεσή τους με τον ελληνικό πολιτισμό και την
ελληνική ιστορία είναι το κλειδί για
την ενίσχυση της εξωστρέφειας και την
ανατροφοδοτούμενη
ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας,
καθώς και η βάση για την ενεργοποίηση
του ανθρώπινου
δυναμικού.*

*Στη μητέρα μου Νίκη,
στην Μπέτη και στον Φίλιππο*

Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	11
Πρόλογος συγγραφέα.....	12
Εισαγωγή.....	15

ΜΕΡΟΣ Α΄

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Κεφάλαιο 1

Γαστρονομία και τουρισμός

1.1. Η σύνδεση γαστρονομίας και τουρισμού.....	18
1.2. Συνοπτική ανασκόπηση της διαδρομής της γαστρονομίας.....	20
1.3. Η κινητικότητα των τροφίμων.....	24
1.4. Οι αλλαγές στη γαστρονομική προσφορά εξαιτίας του τουρισμού.....	25
1.5. Τουρισμός και τρόφιμα.....	28
1.6. Οι βασικές τάσεις στη γαστρονομία σήμερα.....	29

Κεφάλαιο 2

Θεωρητικές προσεγγίσεις

2.1. Ορισμοί για τον γαστρονομικό τουρισμό.....	32
2.2. Θεωρητικό πλαίσιο.....	36
2.3. Παγκοσμιοποίηση και γαστρονομικός τουρισμός.....	37
2.4. Κοινωνική διαφοροποίηση και γαστρονομία.....	40
2.5. Γαστρονομικός τουρισμός και ψυχολογία.....	43
2.5.1. Νεοφοβία τροφίμων και γαστρονομικός τουρισμός.....	43
2.5.2. Η τάση αναζήτησης ποικιλίας στον γαστρονομικό τουρισμό.....	45
2.5.3. Ηδονική κατανάλωση και γαστρονομικός τουρισμός.....	46
2.5.4. Διαρκής συμμετοχή και γαστρονομικός τουρισμός.....	49
2.6. Η ταυτότητα του ατόμου και ο ρόλος της γαστρονομίας.....	51

Κεφάλαιο 3

Ειδικά θέματα γαστρονομικού τουρισμού

3.1. Η τμηματοποίηση της αγοράς.....	53
3.2. Μεταβλητές για την τμηματοποίηση της αγοράς.....	54
3.3. Οι νεοεμφανιζόμενοι foodies.....	56
3.4. Ο σχηματισμός ζήτησης για γαστρονομικό τουρισμό.....	56
3.5. Τα κίνητρα για τουρισμό και γαστρονομικό τουρισμό.....	57
3.5.1. Φυσικά κίνητρα.....	58

3.5.2. Πολιτιστικά κίνητρα	59
3.5.3. Διαπροσωπικά κίνητρα	60
3.5.4. Κίνητρα κύρους	60
3.6. Κατηγοριοποίηση και γαστρονομία	61
3.6.1. Κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά	62
3.6.2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά	63
3.6.3. Διαφορετικές προσεγγίσεις στην κατηγοριοποίηση	64
3.7. Ιδιαιτερότητες στις γαστρονομικές αναζητήσεις των τουριστών	65
3.7.1. Θρησκευτικές πεποιθήσεις και γαστρονομικές αναζητήσεις	65
3.7.2. Αυθεντικότητα και συμμετοχή στον γαστρονομικό τουρισμό	67
3.8. Η μέτρηση της ικανοποίησης από τη γαστρονομική εμπειρία	68
3.9. Γαστρονομία και εμπειρίες	69

ΜΕΡΟΣ Β΄

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κεφάλαιο 4

Θέματα ανάπτυξης με επίκεντρο τη γαστρονομία

4.1. Τουριστική ανάπτυξη για διαφορετικές περιοχές	72
4.2. Βασικά στοιχεία στη μορφή παρέμβασης	74
4.3. Στρατηγικές για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού	76
4.3.1. Η διαμόρφωση της κατάλληλης στρατηγικής	76
4.3.2. Στρατηγική σε διαφορετικά επίπεδα διοίκησης	78
4.3.3. Σχηματισμός εφοδιαστικής αλυσίδας σε τοπικό επίπεδο	80
4.4. Τυπολογία του βαθμού ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού	81
4.4.1. Πρώτη τάξη: ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο	83
4.4.2. Δεύτερη τάξη: κάθετη ανάπτυξη	84
4.4.3. Τρίτη τάξη: οριζόντια ανάπτυξη	86
4.4.4. Τέταρτη τάξη: διαγώνια ανάπτυξη	88
4.5. Η τουριστική δαπάνη για γαστρονομία	90
4.6. Η αξιοποίηση των επιχειρηματικών συνεργατικών σηματισμών (clusters) στον γαστρονομικό τουρισμό	92
4.6.1. Τα δίκτυα στη γαστρονομία και περιπτώσεις εφαρμογών	92
4.6.2. Προβλήματα στην οργάνωση των δικτύων	93

Κεφάλαιο 5

Η προώθηση και η ειδική μορφή του γαστρονομικού τουρισμού

5.1. Το μάρκετινγκ των προορισμών και περιπτώσεις εφαρμογών	95
5.2. Η εικόνα στην προώθηση των προορισμών	97
5.3. Η αγορά τροφίμων και ποτών ως αναμνηστικών	99
5.4. Η σημασία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης	100
5.5. Ο γαστρονομικός τουρισμός ως ειδική μορφή τουρισμού	102

5.5.1. Μορφές γαστρονομικού τουρισμού	102
5.5.2. Η ανάπτυξη διαδρομών κρασιού/γαστρονομίας	104
5.5.3. Οργανωτικές πτυχές	106
5.6. Οι βασικότεροι πόροι μιας γαστρονομικής διαδρομής.....	108

ΜΕΡΟΣ Γ´

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Κεφάλαιο 6

Η πολιτιστική διάσταση της γαστρονομίας

6.1. Γαστρονομία και πολιτιστικός τουρισμός	111
6.2. Η ανάδειξη της γαστρονομίας ως πολιτιστικής κληρονομιάς από την UNESCO	113
6.3. Η μεσογειακή διατροφή ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά	113
6.4. Το γαλλικό γεύμα ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά	115
6.5. Η τελευταία ένταξη, η μεξικάνικη κουζίνα	116
6.6. Η ανακήρυξη «πόλεων γαστρονομίας» στο Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων (Creative Cities Network).....	116
6.6.1. Ποπαγιάν, η πρώτη «πόλη γαστρονομίας» της UNESCO	117
6.6.2. Η πόλη Οστερσούντ της Σουηδίας	119
6.6.3. Η πόλη Τσαντού, το λίκνο της Σετσουάν κουζίνας	120
6.6.4. Η πόλη Τσαντζούσι στη Νότια Κορέα (UNESCO City of Gastronomy, 2012)	122
6.7. Πρωτοβουλίες που συνδέουν τον πολιτισμό με παραδοσιακά προϊόντα διατροφής	123
6.7.1. Δρόμοι της ελιάς	123
6.8. Η βιωσιμότητα στη γαστρονομία	125
6.8.1. Αειφορία και βιώσιμος τουρισμός	125
6.8.2. Βιώσιμη γαστρονομία και μύθοι	127
6.8.3. Γαστρονομία, βιωσιμότητα και ορθές πρακτικές στη διατροφή	128
6.8.4. Το κίνημα Slow Food	129
6.8.5. Τουριστικοί προορισμοί και βιώσιμη γαστρονομία	131

Κεφάλαιο 7

Η διάδοση της Νέας Κουζίνας, τα σύγχρονα κέντρα εκπαίδευσης και η αξιοποίηση της γαστρονομίας για τη σύνδεση με τις τοπικές κοινότητες

7.1. Η Νέα Κουζίνα	133
7.2. Η Νέα Κουζίνα της Αυστραλίας και το Φεστιβάλ της Μελβούρνης	134
7.3. Η Νέα Ασιατική Κουζίνα (New Asian Cuisine) στη Σιγκαπούρη	137
7.4. Η αξιοποίηση της γαστρονομίας στις εξαγωγές: Νέα Ζηλανδία	138
7.5. Τα σύγχρονα κέντρα εκπαίδευσης στη γαστρονομία	140

7.5.1. Το πανεπιστήμιο Γαστρονομικών Σπουδών	140
7.5.2. Το Βασκικό Κέντρο Γαστρονομίας (Basque Culinary Center-BCC) στην Ισπανία	141
7.5.3. Άλλα προγράμματα σπουδών με επίκεντρο τη γαστρονομία.....	142
7.6. Η γαστροδιπλωματία.....	143
7.7. Η πρωτοβουλία προσφοράς προϊόντων διατροφής Eataly	145
7.8. Η ενίσχυση του εισοδήματος μικρών τοπικών κοινοτήτων με τον τουρισμό και τη γαστρονομία.....	146
7.8.1. Η περίπτωση της Φέτιγιε	146
7.8.2. Το πρόγραμμα «GAMBIA IS GOOD-GIG».....	147
7.8.3. Το πρόγραμμα «MAYA JUNGLE JAMS»	147

Κεφάλαιο 8

Διεθνείς και εθνικές πρωτοβουλίες ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού

8.1. «Γαστρονομικοί δρόμοι της Βαλτικής (Baltic Sea Culinary Route Project)»	149
8.2. Η περίπτωση της Ουαλίας: «Taste of Wales»	151
8.2.1. Στρατηγικό σχέδιο και προκλήσεις για το branding	151
8.2.2. Η πρωτοβουλία «Taste of Wales».....	152
8.3. Πρωτοβουλίες στις σκανδιναβικές χώρες	153
8.3.1. Το πρόγραμμα «New Nordic Cuisine»	153
8.3.2. Σουηδία, «το νέο γαστρονομικό έθνος»	155
8.3.3. Η νορβηγική πρωτοβουλία «Taste of national tourist routes»	157
8.4. Ισπανία: η αξιοποίηση της γαστρονομίας στο πλαίσιο του τουρισμού	158
8.4.1. Η περίπτωση της Ισπανίας	158
8.4.2. Τουρισμός και γαστρονομία στην Ισπανία	159
8.4.3. Δημιουργία νέων προϊόντων με κεντρικό θέμα τη γαστρονομία	160
8.4.4. Προκλήσεις για την Ισπανία στο μέλλον και οι νέες τάσεις	162
8.5. Η περίπτωση της Ιταλίας	162
8.5.1. Η πολιτική για την ανάπτυξη της γαστρονομίας στην Ιταλία	162
8.5.2. Αξιοποίηση του γαστρονομικού τουρισμού στην Ιταλία	164
8.5.3. Πιστοποίηση της ιταλικής κουζίνας παγκοσμίως.....	165
8.6. Το δίκτυο European Culinary Heritage Network	166

ΜΕΡΟΣ Δ΄

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Κεφάλαιο 9

Η διαδρομή της ελληνικής κουζίνας και πρωτοβουλίες από τον τουριστικό κλάδο

9.1. Η πορεία της κουζίνας στην Ελλάδα.....	169
9.1.1. Η ιστορική διαδρομή της ελληνικής γαστρονομίας	169

9.1.2. Οι αλλαγές στη σύγχρονη ελληνική κουζίνα	173
9.1.3. Γαστρονομία και τουρισμός στην Ελλάδα: προορισμοί και μορφές ..	176
9.2. Οι πρωτοβουλίες για τη σύνδεση γαστρονομίας και τουρισμού	178
9.2.1. Το Υπουργείο Τουρισμού και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού ..	178
9.2.2. Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος	180
9.2.3. Ο Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών	182
9.2.4. Η Περιφέρεια Κρήτης	183
9.2.5. Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	185
9.2.6. Τα Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας για τον τουρισμό	187
9.3. Άλλες αξιόλογες πρωτοβουλίες	189
9.3.1. Το πρόγραμμα «Καλάθι της περιφέρειας»	189
9.3.2. Ο Δήμος Θεσσαλονίκης και το Thessaloniki Food Festival	189
9.3.3. Ο Οργανισμός Τουριστικής Ανάπτυξης προ του Άθω	190
9.3.4. Το δίκτυο συνεργασίας Gastronomy Net	191
9.3.5. Δήμος Θήρας: «2013, έτος γαστρονομίας»	192
9.3.6. Το Υπουργείο Παιδείας, διά Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων	193
9.3.7. Εκδηλώσεις και χώροι γαστρονομικού ενδιαφέροντος	194

Κεφάλαιο 10

Πρωτοβουλίες από τον ιδιωτικό τομέα

10.1. Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων	196
10.1.1. Η μελέτη «Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού»	196
10.2. Τα συνέδρια IMIC και ο δημόσιος διάλογος	197
10.3. Πρωτοβουλίες στη Μεσσηνία	197
10.3.1. Το πρόγραμμα «Ανάδειξη και καθιέρωση της μεσσηνιακής κουζίνας»	197
10.3.2. Έτος γαστρονομίας το 2013 για τη Μεσσηνία	199
10.4. Πρόσωπα, μονάδες εστίασης και εκδηλώσεις που προωθούν διεθνώς την ελληνική κουζίνα	199
10.4.1. Το φεστιβάλ Taste of Danforth	200
10.5. Η εικόνα της ελληνικής κουζίνας στο εξωτερικό	201
10.6. Άλλες πρωτοβουλίες που προωθούν την ελληνική γαστρονομία	202
10.6.1. Τα Βορεινά-«Οι δρόμοι του κρασιού»	202
10.6.2. Ο Χάρτης των Γεύσεων	202
10.6.3. Το φεστιβάλ Sani Gourmet	203
10.6.4. Sympossio Greek Gourmet Touring	203
10.6.5. Η Ελληνική Ακαδημία Γεύσης	204
10.6.6. Η Λέσχη Αρχιμαγείρων Ελλάδας (Chef's club)	204

Συμπεράσματα	206
Βιβλιογραφία	209

Πρόλογος

Ο τουρισμός αποτελεί παγκόσμια μια σημαντική δυναμική οικονομική δραστηριότητα που βασίζεται στην επιθυμία/ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου για ξεκούραση και αναψυχή συχνά σε συνδυασμό με άλλες ανάγκες ή επιθυμίες, όπως η γνωριμία με άλλους τόπους, ο εμπλουτισμός εμπειριών κλπ. Όμως, πέρα από την ξεκούραση, τη διασκέδαση και την αναψυχή, ο σύγχρονος τουρίστας-επισκέπτης αναζητά σε κάθε προορισμό την ικανοποίηση διάφορων ιδιαίτερων αναγκών και επιθυμιών του, με βάση τις δικές του αξίες, προτεραιότητες και επιλογές. Όλο και πιο πολύ ο σύγχρονος τουρισμός εστιάζεται σε ένα φάσμα υπηρεσιών και ευκαιριών για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος των επισκεπτών και τη συμμετοχή τους σε δραστηριότητες που είναι χαρακτηριστικές, ιδιαίτερες, αυτές που συνθέτουν την «εμπειρία ενός τόπου». Η επαφή και η γνωριμία με τα ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά, τις δραστηριότητες και τα προϊόντα του τόπου είναι συχνά στο επίκεντρο αυτού του είδους αναζήτησης.

Ο γαστρονομικός τουρισμός, ως ειδική μορφή τουρισμού, εστιάζεται σ' αυτήν ακριβώς την προοπτική, στη «γνωσιγενευστική εμπειρία» του τόπου.

Το βιβλίο αυτό αναδεικνύει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και θέματα πολιτικής σχετικά με τον γαστρονομικό τουρισμό, ως ειδική μορφή τουρισμού, συνδέοντας τη γαστρονομία, ως πολιτισμική αξία και δραστηριότητα, με τον τουρισμό. Ξεκινά με μια γενικότερη θεωρητική αναφορά στη σχέση γαστρονομίας και τουρισμού, προχωρά σε θέματα ανάπτυξης και προβολής, εξετάζει την παγκόσμια εμπειρία και τη διεθνή πρακτική στην ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού και χαρτογραφεί την εμπειρία στη χώρα μας.

Η γαστρονομία αποτελεί μέρος της πολιτισμικής παράδοσης σε έναν τόπο, κάτι που στη χώρα μας εμείς το γνωρίζουμε πολύ καλά, ενώ οι διεθνείς επισκέπτες μας το γνωρίζουν όλο και περισσότερο, όλο και καλύτερα. Η γνώση αποτελεί προϋπόθεση για κάθε δράση και πολιτική. Το βιβλίο αυτό προσφέρει μια εξαιρετική εισαγωγή και βάση για τον γαστρονομικό τουρισμό ως ειδική μορφή τουρισμού διεθνώς και στην Ελλάδα ειδικότερα.

Χάρης Κοκκώσης

Πρόλογος συγγραφέα

Το ταξίδι της ανακάλυψης δε βρίσκεται στο να αναζητάς καινούρια μέρη, αλλά στο να έχεις καινούρια μάτια.

Marcel Proust, 1923

Υπάρχουν πολλές απόψεις για τον τρόπο που γεννιέται η επιθυμία για ένα ταξίδι και όλες προσεγγίζουν την αλήθεια από διαφορετική σκοπιά. Η δική μου άποψη είναι ότι η επιθυμία γεννιέται πολύ νωρίτερα από την ανάγνωση, τη θέαση ή την ακρόαση ηλεκτρονικών και έντυπων μηνυμάτων και εικόνων. Αυτά απλώς αγγίζουν και ενεργοποιούν βαθιά ριζωμένα συναισθήματα και όνειρα.

Η Ελλάδα για τους περισσότερους επισκέπτες είναι πρώτα ένα νοητικό ταξίδι, που αρχίζει στο μυαλό τους όταν, ως παιδιά, διαβάζουν μύθους για τον Ηρακλή, τους Αργοναύτες και τόσους άλλους ήρωες σε ένα μακρινό μυθικό μέρος. Αυτό το ταξίδι συνεχίζεται αργότερα, στην ενήλικη ζωή, με την επαφή με τα κλασικά έργα της ελληνικής γραμματείας και του ελληνικού πολιτισμού.

Θεωρώ ότι έτσι γεννιέται η αρχική επιθυμία περιήγησης στην Ελλάδα, μέσα από τον πολιτισμό. Αργότερα στο μυαλό των δυνάμει επισκεπτών προστίθενται με διάφορους τρόπους εικόνες και αφηγήσεις και για τα υπόλοιπα ιδιαίτερα στοιχεία του τόπου, όπως το μοναδικό φυσικό περιβάλλον, ο τρόπος ζωής, οι άνθρωποι.

Το ταξίδι αυτό όμως γίνεται εμπειρία ζωής όταν, τελικά, πραγματωθεί σε αυτό τον όμορφο τόπο, πεδίο ιδανικό για σκέψεις και υλικές εμπειρίες. Οι πολύτιμες στιγμές, μέσω της φυσικής επαφής με τα ποικίλα στοιχεία του ελληνικού πολιτισμού, είναι που προσδίδουν «ζωντανή» αξία στις εξερευνήσεις των επισκεπτών.

Επομένως, βασικά στοιχεία για την ύπαρξη και την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού είναι η δημιουργία της αρχικής επιθυμίας και η ικανοποίησή της με θετικές εμπειρίες. Ως προς το δεύτερο σκέλος, η γαστρονομία, οργανικό μέρος του ελληνικού πολιτισμού, μπορεί να προσφέρει στιγμές που θα κάνουν το ταξίδι μοναδικό.

Υπάρχει, ωστόσο, και κάτι ακόμα, ίσως πιο σημαντικό από την προσωπική ικανοποίηση. Ο τουρισμός βοηθά τον άνθρωπο να ικανοποιηθεί, μέσω του ταξιδιού, την έμφυτη τάση του για αναζήτηση νέων εμπειριών. Το ταξίδι όμως, εκτός από την αναψυχή που προσφέρει, φέρνει κοντά ανθρώπους από διαφορετικούς κόσμους και, τις περισσότερες φορές, αμβλύνει και τις διαφορές τους. Οι περισσότεροι ταξιδιώτες ύστερα από ένα ταξίδι νιώθουν πιο κοντά στον τόπο που επισκέφτηκαν και στους ανθρώπους του.

Η γαστρονομία, από την άλλη, το πιο απτό, καθημερινό και νόστιμο μέρος του πολιτισμού, στις μέρες μας παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Ίσως γιατί πέρα από

τις μαγειρικές προτάσεις, τις συνταγές, τα προϊόντα και τις γεύσεις, οι άνθρωποι νιώθουν κάτι μαγικό να τους συνδέει όταν πίνουν και τρώνε μαζί. Ίσως να πηγάζει από τη μακρινή αρχέγονη εποχή του ανθρώπου, όταν οι στιγμές γύρω από τη φωτιά, την εστία αργότερα, δημιουργούσαν ισχυρούς δεσμούς. Η εστία ήταν η βάση για την καθημερινή επικοινωνία των ανθρώπων, για τα αγαθά της γης και της θάλασσας, για τις χαρές και τις λύπες που φέρνει η ζωή. Η συν-τροφιά γύρω από ένα τραπέζι, στις αμέτρητες ανθρώπινες παραλλαγές του, συνεχίζει και σήμερα να φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά.

Επομένως, ο τουρισμός και η γαστρονομία, μεταξύ πολλών άλλων, συμβάλουν, τελικά, στο να έρθουν πιο κοντά οι άνθρωποι, και αυτό ίσως προσθέτει ένα μικρό λιθαράκι στο να γίνει ο κόσμος μας λίγο καλύτερος...

Τα τελευταία χρόνια είχα μια πορεία αναζήτησης με όχημα τη γαστρονομία, δραστηριοποιούμενος παράλληλα στο χώρο του τουρισμού. Κάποια στιγμή παρασύρθηκα και εγώ από την ιδέα ότι η συστηματική σύνδεση της γαστρονομίας με τον τουρισμό μπορεί να φέρει θετικά αποτελέσματα. Σε αυτό συνέβαλε η παρακολούθηση, από κοντά ή από απόσταση, των πρωτοβουλιών και των έργων προσώπων που έχουν συμβάλει σημαντικά στην αναψηλάφηση της ελληνικής κουζίνας και στην ανάδειξή της ως στοιχείου του ελληνικού πολιτισμού.

Τα συνέδρια IMIC του Κ. Κωνσταντινίδη, τα φεστιβάλ της Νέας Ελληνικής Κουζίνας στη Σάνη της Χαλκιδικής, οι προσπάθειες του Γ. Πίττα με το «Ελληνικό πρωινό» του ΞΕΕ, οι πρωτοβουλίες του ΣΕΤΕ, τα πολύτιμα κείμενα των Χ. Ζουράρι, Α. Αρούχ και Μ. Καβρουλάκη, Θ. Τσιγκλάκη, Ε. Βουτσινά, οι ενέργειες του ΕΟΤ, το πρόγραμμα «Κέρασμα» του ΟΠΕ και πολλές ακόμα πρωτοβουλίες με καθοδήγησαν σε αυτή τη διαδρομή.

Η δική μου εμπλοκή είχε ως βασικότερο καρπό το παρόν σύγγραμμα, στο οποίο γίνεται μια προσπάθεια συγκέντρωσης και παρουσίασης των περισσότερων βασικών θεμάτων που σχετίζονται με τη γαστρονομία και τον τουρισμό, αλλά και των πρωτοβουλιών για τη συστηματική σύνδεσή τους.

Στο πρώτο μέρος του βιβλίου αναπτύσσονται το θεωρητικό πλαίσιο και οι σχετικοί ορισμοί, στο δεύτερο μέρος ζητήματα ανάπτυξης και ειδικά θέματα, στο τρίτο η πολιτιστική διάσταση της γαστρονομίας και οι πρωτοβουλίες σε διάφορους προορισμούς και στο τέταρτο η διαδρομή της ελληνικής κουζίνας και οι δράσεις για την ανάπτυξη και προώθησή της από διάφορους φορείς. Στο τέλος διατυπώνονται κάποια συμπεράσματα.

Το βιβλίο βασίστηκε σε δευτερογενή έρευνα, σε σχετικές μελέτες και ειδικές περιπτώσεις, στη βιβλιογραφική επισκόπηση συγγραμμάτων, άρθρων και ερευνών, στην ανάλυση προγραμμάτων και ενεργειών τουριστικών οργανισμών στο εξωτερικό και στη συλλογή υλικού από τις σχετικές πρωτοβουλίες στην Ελλάδα.

Απευθύνεται κυρίως σε φοιτητές και σπουδαστές, αλλά και σε επαγγελματίες του χώρου που προσεγγίζουν πρώτη φορά το θέμα της γαστρονομίας και του τουρισμού. Ελπίζω να αποτελέσει χρήσιμο βοήθημα, καθώς έχει στόχο την παρουσίαση των περισσότερων σχετικών θεμάτων, παρά τη σε βάθος ανάλυσή τους.

Ο σκοπός του βιβλίου είναι η διεύρυνση του διαλόγου αναφορικά με την ανάπτυξη και την προβολή της γαστρονομίας στο πλαίσιο του ελληνικού τουρισμού.

Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τη Νίκη Τσιάμη για την πολύτιμη συνδρομή της με τις επισημάνσεις και τις συμβουλές της.

Με την ευκαιρία αυτή, θα ήθελα, επίσης, να ευχαριστήσω τους δασκάλους μου στη σχολή επαγγελματικής μαγειρικής Chef d'Œuvre, Ντίνα Νικολάου, Βαγγέλη Δρίσκα και Γιώργο Κλειδαρά, για τη δική μου εισαγωγή στην πρακτική και στη θεωρία της γαστρονομίας.

Εισαγωγή

«Για πολλούς από τα εκατομμύρια των τουριστών, που είτε επιλέγουν την επιστροφή σε γνωστούς προορισμούς για την απόλαυση δοκιμασμένων πιάτων είτε ταξίδια για την αναζήτηση νέων μορφών κουζίνας, η γαστρονομία αποτελεί πλέον κεντρικό σημείο της ταξιδιωτικής τους εμπειρίας».

Taleb Rifai, Γενικός Γραμματέας του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, 2012

Ο τουρισμός είναι ένας οικονομικός κλάδος ιδιαίτερης σημασίας για πολλές χώρες. Πρόσφατη έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO, 2013) σημειώνει πως η αναπτυξιακή δυναμική του κλάδου συνεχίζεται παρά την παγκόσμια δυσμενή οικονομική συγκυρία. Οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν κατά 4%, με αποτέλεσμα, πρώτη φορά στην παγκόσμια ιστορία, ο αριθμός των ταξιδιωτών να υπερβεί το όριο του ενός δισεκατομμυρίου ανθρώπων.

Σύμφωνα με μελέτη του ΙΤΕΠ (ΙΤΕΠ, 2013), «ενδεικτικό της μεγάλης σημασίας που έχει ο τουρισμός για την παγκόσμια οικονομία είναι ότι το 2012 έφτασε να συνεισφέρει το 9% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 10% της απασχόλησης». Επίσης, «το 2011 επιτεύχθηκε ρεκόρ όλων των εποχών, αφού οι εισπράξεις ξεπέρασαν το ψυχολογικό όριο του ενός τρις δολαρίων».

Για την Ελλάδα ειδικά, ο τουρισμός είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Σύμφωνα με έκθεση του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ, 2012), «η συμβολή της τουριστικής οικονομίας στο ΑΕΠ της Ελλάδας για το 2011 είναι 16,5% επί του συνόλου, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία αντιστοιχεί στο 18% του συνόλου των απασχολούμενων. Σύμφωνα, επίσης, με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα το 2011 ήταν 17η στην παγκόσμια κατάταξη σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 19η σε επίπεδο εσόδων.

Ο ΣΕΤΕ επισημαίνει, επίσης, την υπεροχή του τουριστικού τομέα έναντι των υπόλοιπων κλάδων της ελληνικής οικονομίας σε ένα ακόμα χαρακτηριστικό, την ανταγωνιστικότητα. Σύμφωνα με αναφορά του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF, 2012) το 2011, η Ελλάδα κατείχε την 29η θέση μεταξύ 139 χωρών στον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, όταν στον Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας, που αφορά το σύνολο των οικονομικών κλάδων της χώρας, καταλάμβανε αρκετά χαμηλότερη θέση, μόλις την 83η.

Τα παραπάνω αποτελούν ένα μικρό δείγμα από τις αναλύσεις που επιβεβαιώνουν ότι ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί κλειδί για την αναπτυξιακή διαδικασία και πρέπει να αντιμετωπίζεται ως κλάδος υψηλής προτεραιότητας στον κυβερνητικό σχεδιασμό. Αυτό ισχύει ακόμα περισσότερο για κράτη όπως η Ελλάδα, η οικο-