



Λέκτορας Υπηρεσιών Τουρισμού,
τμ. Διοίκησης Επιχειρήσεων &
Τουρισμού, Σχολής Επιστημών Διοίκησης
& Οικονομίας, του ΕΛΜΕΠΑ.

Γιώργος Αιολαδάς

Η επίδραση των Γαστρονομικών σουβενίρ στην Ταξιδιωτική Εμπειρία

Καλησπέρα σε όλους.

Το θέμα το οποίο έχω αφορά κάτι πολύ γνωστό μεν αλλά επιχειρηματικό δε και αφορά την επίδραση των γαστρονομικών σουβενίρ στην **γαστρονομική εμπειρία**.

Η γαστρονομία είναι μια απόλυτη γέφυρα, που προβάλλουμε το ελληνικό τουριστικό προϊόν και το συνδέουμε άμεσα με τον παραγωγικό τομέα της χώρας, ιδιαίτερα της Κρήτης και γενικότερα τον πολιτισμό και την παιδεία.

Όσο αφορά την γαστρονομία θα λέγαμε ότι είναι ένα πάρα πολύ σημαντικό κριτήριο για την επιλογή ενός προορισμού. Είναι ένας παράγοντας εξέλιξης και βασικό στοιχείο της **τουριστικής εμπειρίας** και βοηθά πάρα πολύ στη διαμόρφωση μιας ξεχωριστής εικόνας, τον προορισμό.

Επίσης είναι ένα εργαλείο για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και τη βελτίωση της εικόνας του προορισμού.

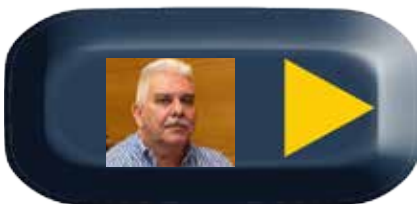
Ποιος ο ρόλος των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας;

Η τοπική γαστρονομία έχει ένα δυναμικό το οποίο ενισχύει την εμπειρία των επισκεπτών, συνδέει ουσιαστικά την περιοχή του προορισμού με τον πολιτισμό.

Τα τοπικά προϊόντα, άρα είναι ένας πολύτιμος πόρος για τον τουρισμό. Είναι μια δυνατότητα χρήσης σε δραστηριότητες προώθησης ανάπτυξης

Παρουσίαση

Video



τουριστικών προορισμών.

Η επιρροή των αντιλήψεων, των στάσεων και της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών στην Κρήτη, είναι πάρα πολύ σημαντική πριν από το ταξίδι κατά τη διάρκεια του ταξιδιού και μετά το ταξίδι.

Άρα η γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα θα λέγαμε ότι είναι **εργαλεία βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης**.

Τι δίνουν;

Σημαντικά οφέλη στην τοπική οικονομία, μείωση του αποτυπώματος του άνθρακα, που οι προηγούμενοι ομιλητές αναφέρθηκαν πάνω σε αυτό πάρα πολύ, βιωσιμότητα πόρων της περιοχής και ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, συμβολή στην ανταγωνιστικότητα και δίνουν και ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην περιοχή του προορισμού.

Επίσης συμβάλλουν πολύ στη γαστρονομία της και στην οικονομία της εμπειρίας, άρα το τοπικό φαγητό τι κάνει; Ενισχύει ουσιαστικά τον τουρισμό σε εμπειρίες, συνδέοντας τους επισκέπτες σε μια περιοχή μέσω της αυθεντικής κουζίνας. Μιλήσαμε πριν για αυθεντικότητα που συμβολίζει την κουλτούρα του προορισμού.

Άρα ενίσχυση της αυθεντικότητας, ενίσχυση της εικόνας της ταυτότητας του προορισμού γαστρονομικό branding. **Αυθεντική πολιτιστική εμπειρία**.

Το φαγητό και το κρασί είναι οι θεμελιώδεις παράγοντες εξέλιξης ενός προορισμού, άρα εύκολα αναγνωρίσιμα στοιχεία ενός της εικόνας, ενός προορισμού.

Γαστρονομικά σουβενίρ τώρα, τι αλήθεια είναι αυτό;

Έχουμε μάθει ότι μέχρι τώρα ξέραμε τον όρο σουβενίρ, τώρα έρχεται κάτι καινούριο γαστρονομικό σουβενίρ. Σίγουρα θα μου πει κάποιος στην αγορά υπάρχουν πολλά ναι, πόσα από αυτά είναι καλαίσθητα;

Πόσα από αυτά μπορεί να τα επιλέξει ο πελάτης, να τα μεταφέρει στη χώρα του και να είναι και περήφανος για το δώρο το οποίο θα προσφέρει;

Αλλά ας δούμε τι ακριβώς κάνουν.

Είναι προϊόντα που συνοδεύουν καλύτερα τις εναλλακτικές μορφές τουριστικής δραστηριότητας και έτσι έχουμε ένα τουρίστα από την αυθεντική αναζήτηση εμπειριών, υπαρξιακή αυθεντικότητα, έμφαση στην εμπειρία σε **αυθεντική ανάμνηση εμπειριών**.

Άρα αναμνηστική αυθεντικότητα, έμφαση στην υπενθύμιση μέσω μιας υλικής υπόστασης, παίρνει κάτι μαζί του, είναι κάτι πραγματικό.

Άρα τα σουβενίρ σαν διαδικασία, επιτρέπουν στον καταναλωτή επισκέπτη, να τους υπενθυμίζουν στους ίδιους αρχικά αλλά και στους φίλους τους που θα τους τα προσφέρουν, την αυθεντική εμπειρία που βίωσαν.

Συνήθως αυτό το κάνουν σήμερα πάρα πολλοί μέσω των social media. Το πρώτο πράγμα που θα κάνουν σε ένα εστιατόριο, να βγάλουν μια φωτογραφία, να τη στείλουν στους φίλους τους, άρα τώρα θα τους πάνε και ένα προϊόν από την περιοχή που έκαναν τις διακοπές τους.

Τα χαρακτηριστικά τα οποία έχουν τα γαστρονομικά σουβενίρ είναι τρία και είναι πολύ σημαντικά.

Αισθητηριακή εκτίμηση, δηλαδή τα αναμνηστικά φαγητού προσφέρουν γεύση, μυρωδιά ενός τόπου στον τουρίστα, που όταν επιστρέψει στο σπίτι του θα τα δει ή θα τα προσφέρει στους φίλους.

Είναι χρήσιμα, αξιολογούν τη **χρησιμότητα** αυτή η χρησιμότητα αναφέρεται στην ευκολία, στην τιμή, στην ποιότητα, στη φιλικότητα προς το περιβάλλον. Τα αναμνηστικά σουβενίρ που παράγονται σήμερα, είναι πολύ πιο πρωτότυπα, είναι πολύ πιο συνυφασμένα με την κουλτούρα του τόπου που τα παράγει.

Και βεβαίως, τέλος, έχουμε τη **συμβολική αξιολόγηση**, δηλαδή περιλαμβάνει την αυθεντικότητα, το γνήσιο, τη δεξιοτεχνία, την πολιτιστική σύνδεση και την πρωτοτυπία με την μνήμη.

Στην Κρήτη έχουμε αρκετά γαστρονομικά σουβενίρ. Οι επισκέπτες έχουν υψηλή πρόθεση να αγοράσουν τοπικά προϊόντα σαν αναμνηστικά, σε φίλους και συγγενείς και είναι και ένα ισχυρό μέσο προώθησης προβολής.

Συμπέρασμα ότι η γαστρονομία έχει σημαντικά πολλαπλασιαστικά οφέλη για την τοπική οικονομία. Παράλληλα, μπορεί να ωφεληθεί παραπάνω από την αύξηση των πωλήσεων των αναμνηστικών ειδών.

Η αγορά των γαστρονομικών σουβενίρ επιδρά με θετικό τρόπο που στην γαστρονομική υποκίνηση.

Τι κάνουμε όμως; Τι έχουμε σήμερα;

Έχουμε ένα τεράστιο κενό.

Αυτό δεν το λέω εγώ, βγήκε μετά από έρευνα 3 ετών και βγήκε και πολύ τυχαία σε μια ερώτηση σε ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με το αν αγοράζουν γαστρονομικά σουβενίρ.

Η απάντηση τους ξέρετε ποια ήταν;

Δεν βρίσκουμε, καλαίσθητα γαστρονομικά σουβενίρ.

Υπάρχουν μεν αλλά θέλουμε κάτι καλύτερο. Άρα η ανάπτυξη των νέων και καινοτόμων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, μιας κι' εδώ η Ημερίδα είναι αναπτυξιακή, ο σκοπός είναι να στηριχθεί πάνω στην προβολή των τοπικών προϊόντων ένα, να συνδέσει τον πρωτογενή με τον τριτογενή τομέα, τον αγροδιατροφικό και να γίνει μια άτυπη στροφή

από την εμπειρία του τουρίστα στο προϊόν.

Εδώ έχω κάτι καινούργιο, δεν ξέρω πόσο πιθανόν το έχετε δει, το έχετε ακούσει, το έχετε βάλει στο πλάνο σας.

Υπάρχει ένα βραβείο, θα το πω έτσι, υπάρχει ένας διαγωνισμός στο world food gift challenge.

Το Διεθνές Ινστιτούτο Γαστρονομίας, Πολιτισμού, Τεχνών και Τουρισμού σχεδίασε αυτό το εργαλείο για τις Περιφέρειες γαστρονομίας του κόσμου και της Ευρώπης. Ο σκοπός να ενισχύσουν τη δέσμευσή τους, να προάγουν και να προστατεύσουν την **τοπική, πολιτιστική και διατροφική ποικιλομορφία**, υποστηρίζοντας ουσιαστικά την ανάπτυξη των τοπικών δώρων τροφίμων, σε περιφερειακό επίπεδο.

Άρα η πρωτοβουλία που απευθύνεται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες είναι κυρίως τροφίμων αλλά όχι μόνο και χειροτεχνίας αυτοί να παντρέψουν μεταξύ τους τα προϊόντα και να δημιουργήσουν καινούργια πράγματα σε εδάφη των Περιφερειών με σκοπό την ευαισθητοποίηση, σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα προϊόντα αυτά θα μπορούν να αντιπροσωπεύσουν τις περιοχές τους, διατηρώντας τις γαστρονομικές ιδιαιτερότητες, τις τοπικές βιοτεχνικές παραδόσεις, ενώ πληρούν κριτήρια βιωσιμότητας, διατήρησης, συσκευασίας και διανομής.

Ποιοι είναι οι στόχοι του έργου;

Να τονωθούν οι συνεργασίες μεταξύ τοπικών παραγωγών επιχειρηματιών, σχεδιαστών, καλλιτεχνών και τεχνιτών, η καινοτομία, να δημιουργηθούν τοπικά βιοτεχνικά προϊόντα και η ενσωμάτωση τοπικών αφηγήσεων σε τοπικά δώρα.

Ένα παράδειγμα είναι μια συσκευασία μελιού. Αλλά αυτή η συσκευασία είναι μέσα σε μια κυψέλη.

Υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά σε αυτή την κυψέλη. Σε αυτό το μικρό κουτάκι, το καλαίσθητο, δεν παίρνει ο πελάτης απλά ένα βάζο μέλι να το πάει στο φίλο του, αλλά παίρνει μια κουλούρα, παίρνει μια παράδοση μαζί του.

Υπάρχει ένα γαστρονομικό σουβενίρ από την περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου από κάποιο παραγωγό, ο οποίος είχε την ευρηματικότητα να παράξει μέσω ενός τοπικού εργαστηρίου, μια πολύ όμορφη κυψέλη μινιατούρα να τοποθετηθεί το βάζο μέσα η κυψέλη, όπως βλέπετε έχει και κάποιον αριθμό 14 37, είναι οι αριθμοί οι οποίοι δόθηκαν με σκοπό να πουν στον πολίτη ότι κοίταξε αυτό το μέλι που αγοράζεις είναι από την πιο παραγωγική κυψέλη που έχουμε και επίσης υπάρχει και κάτι άλλο. Υπάρχει ο αριθμός μελισσοκομικού μητρώου επάνω στο λευκό μέρος του κουτιού.

Άρα εδώ έχουμε **πιστοποίηση**, έχουμε ένα προϊόν τοπικό αυθεντικό και έχουμε σύνδεση όλων αυτών των τριών και περισσότερων θα πω συνεργασιών. Άρα τόνωση των συνεργασιών στο έπακρο.

Υπάρχουν βεβαίως και πολλά άλλα που μπορείτε να δείτε.

Άρα τι έχουμε με την κρητική γαστρονομία να σαηνεύει όλο και περισσότερο;

Όλο και περισσότεροι είναι αυτοί που λειτουργούν πιο πρακτικά. Τι κάνουν, παίρνουν μαζί τους πίσω στην πατρίδα τους, την πραγματική γεύση της Κρήτης.

Αγοράζουν τοπικά προϊόντα που δοκίμασαν και τους άρεσαν. Μικρές ή μεγαλύτερες συσκευασίες, οι οποίες μπορεί να περιέχουν λάδι, ρακή, βότανα ή οτιδήποτε άλλο.

Το Ζίρο της Σητείας δεν ξέρω αν την έχετε δει για μένα είναι μια πολύ όμορφη συσκευασία η οποία κυκλοφορεί.

Όπου και να την πας δεν ντρέπεσαι;

Δίπλα ξανά έβαλα την κυψέλη γιατί μου αρέσει σαν φωτογραφικό υλικό αλλά και μια άλλη φωτογραφία από αυτό που κυκλοφορεί στην αγορά. Πείτε μου, ποιο από τα 3 σας αρέσει περισσότερο;

Σας ευχαριστώ πολύ.

