

Cluster Επισκέψιμων Τυροκομείων

Από τις πρώτες προτάσεις της Ένωσης Τυροκόμων Κρήτης θα είναι να δημιουργηθεί ένα Cluster Επισκέψιμων Τυροκομείων. Ο σκοπός του θα είναι η δημιουργία ενός κοινού στρατηγικού σχεδιασμού, η δημιουργία κοινού προωθητικού υλικού που θα προωθεί την κουλτούρα και την φιλοσοφία της τυροκομίας της Κρήτης καθώς και η προώθηση του εγχειρήματος και η διασύνδεση του με τον τουρισμό, υπογραμμίζει στο Κρητών Επιχειρείν, ο Σπύρος Μπαλαντίνος Πρόεδρος της Ένωσης Τυροκόμων Κρήτης και Εντεταλμένος Σύμβουλος Περιφερειακός Σύμβουλος Διασύνδεσης Πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό.

Πώς προέκυψε η ιδέα για τη δημιουργία της Ένωσης Τυροκόμων Κρήτης;

Η Κρήτη τα τελευταία χρόνια δεν είχε άλλο ενεργό Σύλλογο Τυροκόμων εκτός του Συλλόγου των Χανίων. Ο πολύ ενεργός Σύλλογος του Ρεθύμνου, αντιμετώπισε διάφορα ζητήματα που τον οδήγησαν σε αδιέξοδο και διέκοψε τις δράσεις του, ενώ αντίστοιχα ο Σύλλογος του Ηρακλείου παραμένει και αυτός ανενεργός για πολλά χρόνια.

Ουσιαστικά λοιπόν, για αρκετά χρόνια δημιουργήθηκε ένα κενό, καθώς δεν υπήρχε εκπροσώπηση των τυροκόμων της Κρήτης σε κανένα θεσμικό όργανο, ενώ ο Σύλλογος των Χανίων που κλήθηκε να συνδράμει σε διάφορες καταστάσεις, αποδείχθηκε πολύ μικρός και χωρίς την εξουσιοδότηση να εκπροσωπήσει το Νησί μας.

Παράλληλα η απουσία συλλογικού οργάνου, δημιουργεί κενά στην ενημέρωση των επιχειρήσεων

αναφορικά με τις εξελίξεις του κλάδου, ενώ χάνονται και ευκαιρίες χρηματοδότησης και συμπράξεων για την ανάπτυξη και την διασφάλιση της βιωσιμότητας των προϊόντων και των τυροκομείων.

Όλα τα παραπάνω και με γνώμονα το ότι η βιωσιμότητα του κλάδου μας θα βασιστεί στο άμεσο μέλλον στις συμπράξεις, αποφασίσαμε να βάλουμε τα θεμέλια για ένα ισχυρό συλλογικό όργανο το οποίο θα μας εκπροσωπεί και θα ανοίξει το δρόμο για την δημιουργία ενός στρατηγικού σχεδιασμού καθώς και για την υλοποίηση των δράσεων του.

Ποιες είναι οι απαραίτητες πρωτοβουλίες της Ένωσης για την προώθηση των τυροκομικών προϊόντων της Κρήτης σε εθνικό και διεθνές επίπεδο;

Τα κρητικά τυροκομικά δυστυχώς δεν έχουν καταφέρει να εδραιώσουν στην συνείδηση των

Σπύρος Μπαλαντίνος
Εντεταλμένος Σύμβουλος
Περιφερειακός Σύμβουλος
Κρήτης,
Πρόεδρος Ένωσης
Τυροκόμων Κρήτης,
Διαχειριστής Ξενοδοχείου
Porto Kalamaki

καταναλωτών και των επιχειρηματιών που τα εμπορεύονται, την Αξία τους. Έχουμε άριστα προϊόντα, υψηλής ποιότητας, τα οποία θα έπρεπε να βρίσκονται πολύ ψηλά στις επιλογές των καταναλωτών και των επαγγελματιών της εστίασης, αλλά αντί αυτού, συζητάμε μονίμως την πολύ υψηλή τιμή της Γραβιέρας.

Έχουμε πολύ δουλειά και πολύ δρόμο να διανύσουμε, αλλά πρέπει να στοχεύσουμε στο να λύσουμε αυτό το πρόβλημα. Χρειάζονται συντονισμένες δράσεις και στρατηγικός σχεδιασμός, ώστε σιγά σιγά να κερδίσουμε κάτι το οποίο έπρεπε να έχει γίνει πριν χρόνια.

Φανταστείτε ένα Ιταλικό τυρί να μπορούσε να αναδείξει τα μοναδικά οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του, μαζί με την υπέροχη κουλτούρα της Κρητικής τυροκομίας, που παραμένει αναλλοίωτη από τα μιτάτα των Λευκών Ορέων έως τα σύγχρο-

να τυροκομεία μας. Παράλληλα να μπορούσε να αναδείξει τα χαρακτηριστικά της κτηνοτροφίας μας, και του εξαιρετικού γάλακτος που παράγεται στην Κρήτη, από ζώα που στο μεγαλύτερο μέρος τους είναι ελεύθερας βοσκής. Σε όλα αυτά να προσθέσουμε και 5 εκατομμύρια επισκέπτες στον τόπο παραγωγής τους. **Θα είχε κατακτήσει όλο τον πλανήτη**, χωρίς ανταγωνισμό. Αυτό πρέπει να γίνει και εδώ.

Η Κρητική τυροκομία παρουσιάζει και μία τεράστια ανομοιομορφία στις επιχειρήσεις που την απαρτίζουν, καθώς συναντάμε τόσο μεγάλες μονάδες «βιομηχανικού» μεγέθους, όσο και πολύ μικρά τυροκομεία. Πρέπει να ξεχωρίσουμε ποιος μπορεί να κάνει τι και να εστιάσουμε ξεχωριστά στην εξωστρεφή στήριξη των επιχειρήσεων που μπορούν να σταθούν στη διεθνή αγορά και να χαράξουμε μια διαφορετική στρατηγική στήριξης

για τα μικρά τυροκομεία ώστε να διασφαλιστεί και η βιωσιμότητά τους.

Ποια είναι η σημασία της υπουργικής απόφασης για την απονομή Σήματος Επισκέψιμου Τυροκομείου;

Τα υπουργεία ουσιαστικά έθεσαν τις βάσεις για την δημιουργία επισκέψιμων τυροκομείων, παράλληλα με τα επισκέψιμα οινοποιεία και ελαιουργεία. Το σήμα θα βοηθήσει ώστε οι χώροι να πληρούν τις ελάχιστες προδιαγραφές για την λειτουργία τους και για την επίσκεψή τους. Είναι ένα πολύ θετικό πρώτο βήμα.

Στη συνέχεια θέλει πολύ προσοχή το τελικό στήσιμο των επισκέψιμων χώρων ώστε να επιτυγχάνεται και ο στόχος τους. Πρέπει οι χώροι να αφήνουν θετικό αποτύπωμα στον κλάδο τους και να μην είναι απλά μία επιχείρηση που σκοπός της να είναι μόνο η πώληση.

Πώς θα συμβάλει η χορήγηση Σήματος Επισκέψιμου Τυροκομείου στην προώθηση της Κρητικής τυροκομικής παράδοσης και κληρονομιάς;

Θεωρώ ότι τα επισκέψιμα τυροκομεία για τον κλάδο στην Κρήτη, είναι μία εξαιρετική ευκαιρία που πρέπει να αξιοποιήσουμε **σωστά**. Τα τυροκομεία αυτά μπορούν να αποτελέσουν μία ουσιαστική και αποδοτική λύση, τόσο στην πώληση των προϊόντων όσο και στην προώθησή τους για την αύξηση της εξαγωγικής δραστηριότητας.

Από τις πρώτες προτάσεις της Ένωσης Τυροκόμων Κρήτης θα είναι να δημιουργηθεί ένα Cluster Επισκέψιμων Τυροκομείων. Ο σκοπός του θα είναι

η δημιουργία ενός κοινού στρατηγικού σχεδιασμού, η δημιουργία κοινού προωθητικού υλικού που θα προωθήσει την κουλτούρα και την φιλοσοφία της τυροκομίας της Κρήτης καθώς και η προώθηση του εγχειρήματος και η διασύνδεση του με τον τουρισμό. Το Cluster θα βοηθήσει και στην αναζήτηση και αξιοποίηση επιχορηγήσεων για την υλοποίηση των παραπάνω.

Η Κρήτη λόγω του πολύ μεγάλου όγκου επισκεπτών την καλοκαιρινή περίοδο οι οποίοι έρχονται μέσω των μεγάλων Tour Operator, πρέπει να εστιάσει και στην δημιουργία υποδομών οι οποίες να μπορούν να υποστηρίξουν τον μαζικό τουρισμό, ενώ πολύ μεγάλη επισκεψιμότητα θα έχουν και χώροι που θα δημιουργηθούν σε στρατηγικά σημεία, με άμεση πρόσβαση από λιμάνια που τα προσεγγίζουν κρουαζιερόπλοια.

Η επιτυχία του εγχειρήματος αυτού και μόνο θα μπορούσε να αλλάξει ριζικά το τοπίο στην Κρητική τυροκομία και κτηνοτροφία.

Πώς αξιολογείτε τον τρόπο με τον οποίο ο Πρωτογενής Τομέας στην Κρήτη συνδέεται με τον Τουρισμό και ποιος είναι ο ρόλος σας ως εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος;

Ασχολούμαι με τον πρωτογενή τομέα, μέσω των τυροκομικών, περίπου από την μέρα που γεννήθηκα, ενώ απασχολούμαι στον τουρισμό επαγγελματικά, τα τελευταία 16 χρόνια. Μιλώντας με ανθρώπους του πρωτογενούς τομέα όλα αυτά τα χρόνια, παρατηρώ ότι η διαπίστωση τους είναι πως **«Αν κάθε τουρίστας φάει 50 γραμμάρια τυρί, δεν φτάνει το τυρί που βγάζουμε...»**. Στην αντίπερα όχθη, οι άνθρωποι και οι φορείς του τουρισμού,



προσπαθούν να απαντήσουν το πως θα έχουμε **τουρισμό και πέρα από τους καλοκαιρινούς μήνες**.

Σε όλα τα παραπάνω το κλειδί είναι η **διασύνδεση του τουρισμού με τον πρωτογενή τομέα**, όμως σε ένα αποδοτικό πλαίσιο που θα ωφελεί και τους δύο. Μέχρι τώρα παρατηρούμε ότι λέγοντας διασύνδεση εστιάζουμε στο πόσα τοπικά προϊόντα αγοράζουν και διαθέτουν τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια. **Διασυνδέουμε ουσιαστικά τις επιχειρήσεις του τουρισμού και του πρωτογενούς τομέα μεταξύ τους, ενώ πρέπει να εστιάσουμε στο να διασυνδέσουμε τον τουρίστα με τον πρωτογενή τομέα.**

Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός της Περιφέρειας Κρήτης εστιάζει και στην ανάπτυξη της ενδοχώρας του νησιού, το οποίο σε συνδυασμό με το φυσικό κάλος και την μοναδική κουλτούρα της Κρήτης μπορεί να αποτελέσει ένα νέο τουριστικό μοντέλο, αξιοποιήσιμο 12 μήνες το χρόνο. **Σε αυτό το τουριστικό μοντέλο ο πρωτογενής τομέας θα μπορούσε να παίξει καθοριστικό ρόλο μέσω ενός εκτεταμένου δικτύου επισκέψιμων χώρων, όπως τυροκομεία, οινοποιεία, ελαιουργεία και πολλά άλλα.** Παράλληλα δράσεις και φεστιβάλ για τα ρακοκάζανα, το λιομάζωμα κλπ θα μπορούσαν να θέσουν τις βάσεις ώστε να επεκταθεί έστω και για λίγο στην αρχή η τουριστική περίοδος.

Αν δημιουργήσουμε τις κατάλληλες προϋποθέσεις που θα προσελκύσουν χειμερινό τουρισμό, θα επεκταθεί και η περίοδος των πτήσεων. Σε κάθε περίπτωση ότι κάνουμε πρέπει να γίνεται σωστά και να χτίσουμε ένα προϊόν που θα αποδώσει εντός του νησιού και θα ενισχύσει σταδιακά και την εξωστρέφεια.

Ποιές οι προκλήσεις της καινοτομίας στη βελτίωση των τεχνικών της τυροκομίας στην Κρήτη;

Η Κρητική Τυροκομία στηρίζεται ουσιαστικά στις μεθόδους που κληρονομήσαμε και διατηρούμε σε μεγάλο βαθμό τις πρακτικές και τις συνταγές που

υλοποιούσαν και οι πρόγονοί μας. Αυτές οι παράμετροι δεν αφήνουν περιθώρια στα παραδοσιακά τυροκομεία να καινοτομήσουν αναφορικά με τις τεχνικές που ακολουθούν.

Παρόλα αυτά τα τυροκομεία μπορούν να καινοτομήσουν με έμφαση στη συσκευασία των προϊόντων, την ιχνηλασιμότητα των προϊόντων, logistics και πολλά ακόμα που εφαρμόζουν αντίστοιχες επιχειρήσεις τροφίμων.

Αναμενόμενο είναι και το ότι κάποια τυροκομεία θα εγκαταλείψουν το παραδοσιακό μοντέλο, και θα δημιουργήσουν νέα προϊόντα με σκοπό την ανάπτυξη τους ή την επιβίωση τους.

Βιογραφικό

Ο Σπύρος Μπαλαντίνος είναι τέταρτη γενιά τυροκόμος και απασχολείται από μικρή ηλικία στην οικογενειακή επιχείρηση παραγωγής παραδοσιακών Κρητικών Τυροκομικών προϊόντων, έχοντας δραστηριοποιηθεί σε όλα τα επιμέρους τμήματα της επιχείρησης, από τις πωλήσεις και την διανομή έως και την παραγωγή των προϊόντων.

Από το 2013 είναι Υπεύθυνος Παραγωγής και Ποιοτικού Ελέγχου στο τυροκομείο της οικογένειας στο Βαρύπετρο Χανίων. Παράλληλα από το 2006 έως και σήμερα, δραστηριοποιείται ενεργά στον τουριστικό κλάδο, έχοντας αναλάβει την Διοίκηση και την διαχείριση του ξενοδοχείου Porto Kalamaki στα Χανιά.

Είναι πτυχιούχος με κατεύθυνση τη Διοίκηση Επιχειρήσεων και Marketing από το Nottingham Trent University και είναι κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου MBA International Business από το University of East London.

Λόγω της εντατικής ενασχόλησης του με τον ποιοτικό έλεγχο, έχει πιστοποιηθεί ως επικεφαλής επιθεωρητής συστημάτων ποιότητας, όπως FSSC 22000 και ISO 22000, ενώ παρακολουθεί συνεχώς πιστοποιημένα προγράμματα εξειδίκευσης.

Το 2021 εξελέγη Πρόεδρος στην Ένωση Τυροκόμων Ν. Χανίων και είναι μέλος του Cluster Κρητικού Τυριού. Στις εκλογές του Οκτωβρίου 2023 εκλέχθηκε στην Περιφέρεια Κρήτης, όπου του ανατέθηκε ως Εντεταλμένος Σύμβουλος, ο τομέας της Διασύνδεσης Πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό.

Cretan Herbs & Spices from Sfakia

BIO Cretan

AMBROSIA®



K.M.O. GR 94000148



GR-BIO-06



Σφακιά Χανίων / Sfakia Chania, Crete
Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας / Product of Organic Farming
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ / GREEK PRODUCT

