

Γαστρονομία & Μάρκετινγκ Από το Παρελθόν στο Μέλλον

του Βασίλη Σπόκου



Σπόκος Βασίλειος,
Hospitality Consultant & Marketing Advisor,
Co-Founder and member of the board
of 3win Action

Η Ελλάδα με πλούσια ιστορία και πολιτισμό που εκτείνεται αιώνες πίσω, δεν είναι μόνον ένας προορισμός για τους λάτρεις της ιστορίας και του φυσικού κάλλους. Είναι επίσης ένας προορισμός για τους λάτρεις της γαστρονομίας, με μια εκπληκτική ποικιλία γευστικών εμπειριών που αναδεικνύουν τα τοπικά προϊόντα και τις παραδόσεις μας.

Με τη σύγχρονη ανάπτυξη του τουρισμού, το γαστρονομικό μάρκετινγκ έχει αναδειχθεί ως ένα σημαντικό εργαλείο για την προβολή των γαστρονομικών προϊόντων, προσφέροντας στους επισκέπτες την ευκαιρία να ανακαλύψουν τις γεύσεις και τις αρώματα που καθιστούν αυτό το νησί τόσο ξεχωριστό.

Η Ελλάδα είναι ευλογημένη με μια πληθώρα φυσικών πόρων και παραδοσιακών προϊόντων, όπως ελιές, ελαιόλαδο, τυριά, μέλι, κρασί και πολλά άλλα. Η επιτυχής προώθηση αυτών των προϊόντων δεν αποτελεί μόνον μια οικονομική ευκαιρία για τους τοπικούς παραγωγούς, αλλά και έναν τρόπο να διατηρηθούν και να αναδειχθούν οι τοπικές γευστικές παραδόσεις.

Ένας από τους πυλώνες του γαστρονομικού μάρκετινγκ είναι η προώθηση των τοπικών προϊόντων. Στο πλαίσιο του τουρισμού, η προώθηση

αυτών των προϊόντων μέσω του μάρκετινγκ αποτελεί καίρια στρατηγική για την προβολή της χώρας ως γαστρονομικό προορισμό. Στο παρόν άρθρο, εξετάζουμε τη σημασία του μάρκετινγκ γαστρονομικών προϊόντων στον τουρισμό της Ελλάδας.

Γαστρονομική Πολυπολιτισμικότητα: Η ελληνική γαστρονομία αντικατοπτρίζει την πολυπολιτισμική φύση της χώρας. Από τα τυπικά ελληνικά πιάτα όπως ο μουςακάς και το σουβλάκι, μέχρι τοπικά εδέσματα και παραδοσιακά προϊόντα, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να ανακαλύψει την ποικιλία και την πλούσια γευστική κληρονομιά της χώρας.

Προβολή των Τοπικών Προϊόντων: Το μάρκετινγκ των γαστρονομικών προϊόντων συμβάλλει στην προβολή των τοπικών παραγωγών και προϊόντων. Μέσω της προώθησης τοπικών εδεσμάτων, κρασιών, τυριών και ελαιόλαδου, ο τουρισμός δίνει έμφαση στην αυθεντικότητα και τη γεύση του τόπου. Οι γαστρονομικές εκδηλώσεις, οι οινογνωστικές διαδρομές, μπορούμε να αναδείξουμε τις Μινωικές διαδρομές του κρασιού, τα μαγειρικά σεμινάρια για την Μινωική κουζίνα και οι επισκέψεις σε αγροκτήματα και οινοποιεία αποτελούν δημοφιλείς δραστηριότητες που προσφέρουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να εξερευνήσουν την κρητική γαστρονομία και τα προϊόντα μας μέσα από μια πραγματική και αυθεντική εμπειρία, την ιστορία και τους μύθους.

Δημιουργία Αναζήτησης Αυθεντικών Εμπειριών: Το μάρκετινγκ γαστρονομικών προϊόντων ενθαρρύνει τους τουρίστες να αναζητήσουν αυθεντικές εμπειρίες δοκιμάζοντας τοπικά προϊόντα και επισκεπτόμενοι τοπικές αγορές σε χωριά και Πόλεις. Αυτό συμβάλλει στη δημιουργία βιώσιμων τοπικών κοινοτήτων και στη διατήρηση του τοπικού πολιτισμού καθώς ενώνει τις τοπικές κοινωνίες και αναδεικνύει την οικονομική και πολιτισμική τους ταυτότητα μέσα από τα προϊόντα τους.

Η γαστρονομία έχει φυγει πλέον από τον ολοκληρωτισμό του Fast Food της προηγούμενης δεκαετίας και έχει ξαναβρεί την σχέση της με την ιστορία, γιατί η γαστρονομία είναι τέχνη, και η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να προσφέρει κάτι μοναδικό, διαθέτουμε όλα τα χαρακτηριστικά για να γίνει ένας γαστρονομικός προορισμός υψηλής ποιότητας γιατί ο γαστρονομικός τουρισμός είναι πολιτιστικός τουρισμός.

Όμως, το μάρκετινγκ δεν είναι μόνο η πώλη-

ση ενός προϊόντος. Είναι η αφήγηση μιας ιστορίας. Είναι η δημιουργία συναισθηματικών συνδέσεων με τον καταναλωτή. Και αυτό ακριβώς πρέπει να κάνουμε.

Πρέπει να αφηγηθούμε την ιστορία της γεύσης του τόπου μας - την αγάπη και την προσοχή που διακρίνουν την παραγωγή των τοπικών προϊόντων. Πρέπει να μοιραστούμε τον πλούτο των γεύσεων και τον πολιτισμό της μέσα από τα προϊόντα και τις γεύσεις της ελληνικής κουζίνας. Να δημιουργήσουμε μια σχέση εμπιστοσύνης με τον επισκέπτη, δείχνοντάς του ότι τα γαστρονομικά προϊόντα μας είναι υψηλής ποιότητας.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί η σχέση μεταξύ του γαστρονομικού μάρκετινγκ και της αειφορίας. Η προώθηση των τοπικών προϊόντων και παραδόσεων μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση της βιώσιμης γεωργίας και της παραγωγής νέων προϊόντων, ενώ η υποστήριξη των τοπικών παραγωγών μπορεί να συμβάλει στην τοπική οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία.

Οι επισκέπτες αναζητούν την ταυτότητα του τόπου, την ψυχή του, την ιστορία του που μέσα από τα προϊόντα του μπορούν να τον γνωρίσουν, το άψυχο δεν πουλά.

Πρέπει να δημιουργήσουμε ένα νέο πρότυπο για τον τόπο μας. Φτάνει πια με τις τετριμμένες και κενές αντιλήψεις των προηγούμενων δεκαετιών που δεν προσέφεραν τίποτα στον τόπο.

Ας ανακτήσουμε την ταυτότητα μας, την ταυτότητα του τόπου μας.

Το άρθρο είναι αφιερωμένο στην μνήμη ενός μεγάλου οραματιστή και κοσμοπολίτη, ενός μεγάλου Έλληνα του Μιχάλη Χαραλαμπίδη που έφυγε από κοντά μας στις 27 Μαρτίου.

Η πρότασή του με τον τίτλο «Γαστρονομική Εγνατία» είναι ένα σχέδιο που ενώνει όλη την Ελλάδα από τη Θράκη έως τη Κρήτη, τον Πόντο και την Magna Grecia, την Απουλία μέχρι την Καλαβρία με την ανάδειξη των τοπικών προϊόντων και της ταυτότητας των περιοχών αυτών και αποτελεί ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ανάπτυξης, αναδείξεις και προώθησης των γαστρονομικών προϊόντων της Ελλάδας.

«Η Ελλάδα έχει την πιο πλούσια γαστρονομική γεωργία» μου έλεγε.

Πηγή: Ανασήλωση «Ο Τουρισμός ως Πολιτιστική Οικονομία» Μ. Χαραλαμπίδης, εκδόσεις Στράβων 2015.