

ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Γαστρονομικός τουρισμός
Μελέτη περίπτωσης το «Ελληνικό Πρωινό»

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:

Μαρία Αναγνώστου

Α.Μ.: 463

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ

Δρ. Πολυξένη Μοίρα

ΑΘΗΝΑ, 27/01/16

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας με θέμα το Γαστρονομικό τουρισμό και περίπτωση μελέτης τη δράση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος «Ελληνικό Πρωινό» πραγματοποιήθηκε έρευνα μέσω του διαδικτύου και σχετικών βιβλίων. Επίσης πραγματοποιήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίου στα ενταγμένα ξενοδοχεία του προγράμματος.

Στο πρώτο κεφάλαιο σχολιάζεται η έννοια του πολιτισμού και του τουρισμού καθώς και η διάκριση μεταξύ των δύο αυτών όρων. Επίσης, αναφέρονται οι βασικές μορφές τουρισμού γενικότερα και ειδικότερα οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Η έννοια της γαστρονομίας και οι διάφοροι ορισμοί οι οποίοι έχουν δοθεί ανά τα χρόνια σχολιάζονται στο δεύτερο κεφάλαιο. Βασικό υποκεφάλαιο είναι η ιστορία και παράδοση καθώς και η ιστορική αναδρομή της Ελληνικής γαστρονομίας.

Στο τρίτο κεφάλαιο σχολιάζεται ο γαστρονομικός τουρισμός ως μορφή πολιτισμικού τουρισμού αναλύοντας τις έννοιες της γαστρονομίας και του πολιτισμικού τουρισμού.

Τέλος, στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζεται η δράση του ΞΕΕ «Ελληνικό Πρωινό» λεπτομερώς και παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας με σχόλια και συμπεράσματα.

Within the thesis themed Gastronomic tourism and case study of the action of the hotel Chamber «Greek breakfast» research was carried out through the Internet and related books. Also a research was carried out through a questionnaire in integrated hotels program.

In the first chapter the author analyses the concept of culture and tourism as well as the distinction between these two terms. Also has listed the main types of tourism in General and in particular the alternative forms of tourism.

The concept of gastronomy and the various definitions that have been given over the years take place in chapter two. Basic subchapter is the history and the tradition as well as the chronology of Greek gastronomy.

In the third chapter the author introduces the culinary tourism as a form of cultural tourism by analysing the concepts of gastronomy and cultural tourism.

Finally, in the fourth and last chapter presents the action of XEE ' Greek breakfast "in detail and was presented the results of this research are included with comments and conclusions.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1
<hr/>	
1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	1
1.1.2 Η ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΣΤΟΥΣ ΟΡΟΥΣ «ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ» ΚΑΙ «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»	1
1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	2
1.2.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	3
1.2.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	
Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΩΣ ΕΙΔΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	7
<hr/>	
2.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ	7
2.1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	7
2.1.2 ΟΙ “FOODIES”	11
2.2 ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗ	11
2.2.1 ΚΑΤΑΓΡΑΦΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΑ	11
2.2.2 Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟΥΣ ΑΙΩΝΕΣ	13
2.3 ΣΥΝΔΕΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	14
2.4 ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΕΞΑΙΤΙΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	15
2.5 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΑ	16
2.6 ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΣΗΜΕΡΑ	16
2.7 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ	17
2.8 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΣΤΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΑΤΟΜΟΥ	18
2.9 ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	18
2.10 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ	19
2.11 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	21
2.11.1 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	21
2.11.2 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΕΙΣ	21
2.11.3 ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	22
2.12 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΓΑΣΤΡΟΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	
ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΡΦΗ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	24
<hr/>	
3.1 ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	24
3.2 Η ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΩΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ UNESCO	25
3.3.1 Το ΔΙΚΤΥΟ EUROPEAN CULINARY HERITAGE NETWORK	25
3.3 Η ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΩΣ ΑΥΛΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ	27
3.4 ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΟΥΝ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΜΕ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	28
3.4.1 ΔΡΟΜΟΙ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ	28
3.4.2 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο	
ΤΟ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	31
<hr/>	
4.1 ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ	31
4.2 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	32
4.2.1 Η ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	32
4.2.2 Το ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	33
4.3 ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ «ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΡΩΙΝΟΥ»	34
4.4 Η ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	35
4.5 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	36
4.6 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΕΔΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ «ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΡΩΙΝΟΥ»	37

4.6.1 ΑΡΤΟΣ ΚΑΙ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ	37
4.6.2 ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ – ΓΙΑΟΥΡΤΙ – ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ	38
4.6.3 ΕΛΙΑ ΚΑΙ ΛΑΔΙ	38
4.6.4 ΟΙ ΠΙΤΕΣ	38
4.6.5 ΓΛΥΚΑ	39
4.6.6 ΜΕΛΙ – ΦΡΟΥΤΑ – ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ	39
4.7 ΕΝΤΑΓΜΕΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	40
4.7.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΤΑΞΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	41
4.8 ΠΡΟΤΥΠΑ ΠΡΩΙΝΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	43
4.9 ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	61
4.6.1 ΑΙΤΗΣΗ ΕΝΤΑΞΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	62
4.9 ΈΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	
ΘΕΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ: Το ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ»	62
4.9.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ	62
4.9.2 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	63
4.9.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	68
4.9.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	83
4.9.5 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	84
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	85

ΠΙΝΑΚΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	68
ΠΙΝΑΚΑΣ 2. ΦΥΛΟ	69
ΠΙΝΑΚΑΣ 3. ΗΛΙΚΙΑ	69
ΠΙΝΑΚΑΣ 4. ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	70
ΠΙΝΑΚΑΣ 5. ΑΣΤΕΡΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ	70
ΠΙΝΑΚΑΣ 6. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ	71
ΠΙΝΑΚΑΣ 7. ΠΟΤΕ ΓΙΝΑΤΕ ΜΕΛΟΣ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ";	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 8. ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΟ ΒΑΘΜΟ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ Η ΔΙΑΦΩΝΙΑΣ ΜΕ ΤΗ ΦΡΑΣΗ "Η ΘΕΣΜΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ" ΕΙΝΑΙ	73
ΠΙΝΑΚΑΣ 9. ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΟ ΒΑΘΜΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΑΣ, ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ"	74
ΠΙΝΑΚΑΣ 9.1 ΔΗΛΩΣΤΕ ΤΟ ΒΑΘΜΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΑΣ, ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ"	74
ΠΙΝΑΚΑΣ 10. ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΠΩΣ Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ" ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΣΑΣ;	75
ΠΙΝΑΚΑΣ 11. ΑΝ ΝΑΙ, ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ;	75
ΠΙΝΑΚΑΣ 12. ΑΝ ΟΧΙ, ΓΙΑΤΙ?	76
ΠΙΝΑΚΑΣ 13. ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΠΩΣ Η ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΣΥΜΒΑΛΕΙ ΣΤΗΝ	77
ΠΙΝΑΚΑΣ 14. ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΤΟ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ" ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ?	77
ΠΙΝΑΚΑΣ 15. ΠΩΣ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ	77
ΠΙΝΑΚΑΣ 15.1 ΠΩΣ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ	78
ΠΙΝΑΚΑΣ 16. ΥΠΑΡΧΕΙ ΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΠΟΥ ΔΟΚΙΜΑΖΟΝΤΑΣ ΤΟ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ" ΘΕΛΗΣΑΝ ΝΑ ΠΡΟΒΟΥΝ ΣΕ ΑΓΟΡΑ ΚΑΠΟΙΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ?	78
ΠΙΝΑΚΑΣ 17. ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΠΩΣ Η ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ "ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΠΡΩΙΝΟΥ" ΣΥΜΒΑΛΕΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΛΟΥ ΟΝΟΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;	79
ΠΙΝΑΚΑΣ 18. Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗ ΔΡΑΣΗ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ" ΟΔΗΓΗΣΕ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΥΤΑ;	79
ΠΙΝΑΚΑΣ 19. ΑΝ ΝΑΙ, ΠΟΙΩΝ;	

Κεφάλαιο 1°

1. Πολιτισμός και τουρισμός

1.1 Η έννοια του πολιτισμού

Ο όρος *πολιτισμός* (πόλις > πολίτης > πολιτισμός) στα ελληνικά γράμματα έκανε την εμφάνιση του τον 19^ο αιώνα από τον Αδαμάντιο Κοραή με σκοπό την μετάφραση της γαλλικής λέξης *civilization*, καλύπτοντας από τότε και την σημασιολογική έννοια του όρου *culture/kultur* καθώς δεν υφίσταται ακριβής μονολεκτική απόδοση στα ελληνικά.

Σύμφωνα με την Δήλωση της Mondiacilt, της Παγκόσμιας Συνόδου για την Πολιτισμική Πολιτική που διοργανώθηκε το 1982 στο Μεξικό: «Με την ευρεία του έννοια ο πολιτισμός αντιπροσωπεύει σήμερα το σύνολο των διαφορετικών στοιχείων, πνευματικών και υλικών, διανοητικών και συναισθηματικών που χαρακτηρίζουν μια κοινωνία ή μια ομάδα. Συμπεριλαμβάνει, εκτός των γραμμάτων και των τεχνών, τον τρόπο ζωής, τα βασικά δικαιώματα του ανθρώπου, το σύστημα αξιών, παραδόσεις και τα δόγματα. Με την στενή του έννοια εννοεί κυρίως το σύνολο των αξιών καθώς και τις γνωστικές και αισθητικές συνήθειες μίας κοινότητας και υπό αυτό τα πρίσμα περιλαμβάνει την πολιτιστική κληρονομία, τις τέχνες, τη λογοτεχνία και τα κινήματα σκέψης.»

Γενικότερα, με την εμφάνιση της αστικοποίησης προωθήθηκε και η ανάπτυξη του πολιτισμού καθώς συνέβαλε στην ανάπτυξη τεχνικών και πνευματικών επιτευγμάτων. Ως επακόλουθο της αστικοποίησης, ο άνθρωπος προσαρμόζεται στο εξελιγμένο τρόπο ζωής, στη συμβίωση με συνανθρώπους και στην αναγκαστική εγγύτητα (γειτονία) με αποτέλεσμα την εδραίωση των *καλών τρόπων*.

Η πολιτιστική δράση και η πνευματική καλλιέργεια ή αλλιώς «culture» διαμορφώνουν τον τρόπο ζωής των ανθρώπων κατά τόπους. Ένας πολιτισμός δεν διακρίνεται απαραίτητα από τοπικό χαρακτήρα καθώς παράμετροι που του δίνουν ταυτότητα μπορούν να θεωρηθούν η φυλή, η εθνικότητα, η θρησκεία, η γλώσσα, η μόδα (στις μέρες μας εντονότερα) ή κάποιος άλλος παράγοντας κοινωνικής συνοχής. Κατά συνέπεια, αν αλλοιωθούν σε μεγάλο βαθμό τα στοιχεία της πολιτιστικής ταυτότητας ενός τόπου, ο πολιτισμός μπορεί να χαθεί ή και να εξελιχθεί σε νέα πολιτισμικά μορφώματα.

1.1.2 Η διάκριση μεταξύ στους όρους «πολιτισμός» και «τουρισμός»

Ο όρος «πολιτισμός» όπως σε πολλές γλώσσες έτσι και στα ελληνικά συχνά, και σε μεγάλο βαθμό, συγχέεται με τον όρο «κουλτούρα».

Σε βάθος χρόνου στους δυο αυτούς όρους έχουν δοθεί ποικίλες σημασίες λόγω των διαφόρων χρήσεων που έχουν αξιοποιηθεί. Η λέξη πολιτισμός καθώς και η ,συχνά στις μέρες μας ως συνώνυμη, λέξη κουλτούρα εμφανίστηκαν αργά στην ιστορία με την πρώτη χρήση της να εντοπίζεται κατά τα τέλη του 18^{ου} αιώνα στη Δυτική Ευρώπη και καθιέρωση

της στους νεώτερους χρόνους, δηλαδή στον 19^ο αιώνα. Το γεγονός ότι σε αρκετά σύντομο χρονικό διάστημα αυτές οι δυο λέξεις απέκτησαν πολλές και διαφορετικές σημασίες είχε ως αποτέλεσμα να αποκτήσουν και σχετικές παρεξηγήσεις ως προς τον ορισμό τους. Αν και χρησιμοποιήθηκαν για όρους όλων των ανθρωπιστικών και κοινωνικών επιστημών, ακόμα και στα πλαίσια επιστημονικής χρήσης, δεν υπήρξε συμφωνία σχετικά με το νόημα τους.

Στα μέσα του 20^{ου} αιώνα είχαν καταγραφεί 164 διαφορετικοί ορισμοί της κουλτούρας με τούτη την εννοιολογική διάσταση να είναι εντονότερη στην Ελλάδα. Η λέξη κουλτούρα αποτελεί γλωσσικό δάνειο και συχνά η ξενικότητα της αποτελεί αντιδράσεις. Με σκοπό να αποδοθεί η λέξη στα ελληνικά έχουν προταθεί τα ακόλουθα: «πνευματική καλλιέργεια», «πνευματικός πολιτισμός», «πολιτιστικό σύστημα», «πολιτιστικό μόρφωμα» κ.α. Στις μέρες μας, υπάρχει η τάση με τον όρο πολιτισμό να συμπεριλαμβάνονται οι διάφορες κουλτούρες. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ο όρος πολιτισμός να αντιπροσωπεύει μια πιο ευρεία έννοια, ενώ ο όρος κουλτούρα να αναφέρεται σε μια κατηγορία ή ομάδα.

Σαν συμπέρασμα των παραπάνω θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε ότι ο πολιτισμός αντιπροσωπεύει την ενότητα και η κουλτούρα την διαφοροποίηση.

1.2 Η έννοια του τουρισμού

Ο τουρισμός, στην ευρύτερη του έννοια, είναι ένας από τους πιο διαδεδομένους τρόπους ψυχαγωγίας με ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια κυρίως στο Δυτικό Κόσμο. Είναι ευρέως γνωστό ότι η τουριστική βιομηχανία αποτελεί σημαντική πηγή για παραδοσιακά τουριστικές χώρες όπως είναι η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάδα. Ανερχόμενοι τουριστικοί προορισμοί όπου κάθε χρόνο προσελκύουν όλο και περισσότερους τουρίστες λόγω της μεγάλης μείωσης του κόστους αποτελεί η Τσεχία, η Ουγγαρία, η Κροατία, η Τουρκία και η Αίγυπτος.

Σε βάθος χρόνου, πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ο ορισμός του «τουρισμού» με τη σημαντικότερη το 1963 στη Διάσκεψη των *Ηνωμένων Εθνών* για *Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό*, η οποία έλαβε χώρα στη Ρώμη και συμφωνήθηκε με τον όρο *επισκέπτης* να περιγράφεται το άτομο που επισκέπτεται μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Με τον ορισμό αυτό καλύπτονται δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- Οι *τουρίστες*: άτομα τα οποία επισκέπτονται και διαμένουν σε μία χώρα επί ένα 24ωρο και οι λόγοι επίσκεψης είναι κυρίως διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

- Οι *εκδρομείς*: άτομα τα οποία επισκέπτονται και διανέμουν σε μια χώρα λιγότερο από ένα 24ωρο. Αυτοί αποτελούνται από επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, δηλαδή οι επισκέπτες οι οποίοι έρχονται και φεύγουν αυθημερόν δίχως διανυκτέρευση, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κ.α.

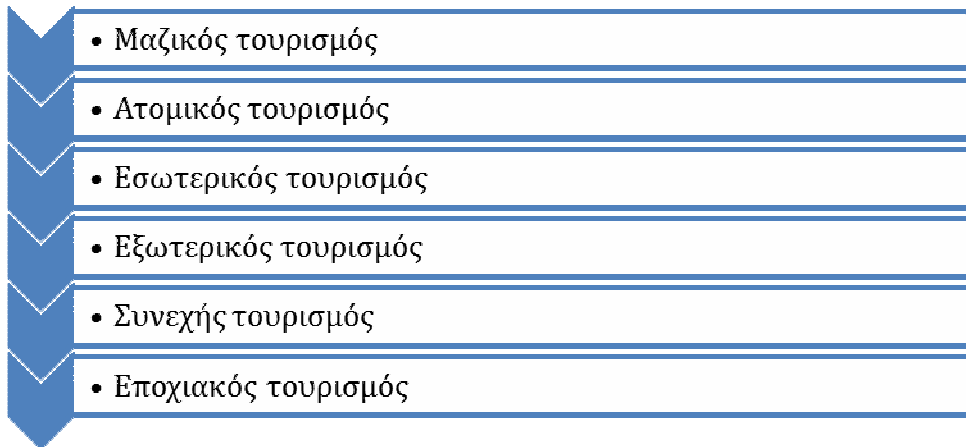
Δύο δεκαετίες νωρίτερα (1941), οι καθηγητές Hunziker και Krapf από το πανεπιστήμιο της Βιέννης υποστήριζαν ότι ο τουρισμός ορίζεται από το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν σαν αποτέλεσμα ενός ταξιδιού και στη διαμονή, στο προορισμό αυτό, μη μονίμων κατοίκων. Λίγα χρόνια νωρίτερα, το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών υιοθέτησε τον ορισμό που χαρακτήριζε το τουρίστα ως ένα άτομο το οποίο ταξιδεύει σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο.

Σαν αποτέλεσμα των διαφόρων προσπαθειών να οριστεί ο τουρισμός ανά τα χρόνια τα κύρια εννοιολογικά χαρακτηριστικά του είναι τα εξής:

- Το ταξίδι, η διαμονή καθώς και η διατροφή στον τουριστικό προορισμό είναι τα βασικά στοιχεία που διακρίνονται στις διάφορες μορφές τουρισμού.
- Ο τουρισμός έχει σκοπό την ικανοποίηση των ψυχολογικών αναγκών ατόμων τα οποία μετακινούνται μεμονωμένα ή την ομαδικά σε ποικίλους τουριστικούς προορισμούς με τη διαμονή τους να διαρκεί τουλάχιστον ένα 24ωρο.
- Το ταξίδι και η διαμονή των ανθρώπων που μετακινούνται για τουριστικούς λόγους διαφέρουν από τη χώρα μόνιμης κατοικίας.
- Οι μετακινήσεις μπορούν να χαρακτηριστούν προσωρινές ή και βραχυχρόνιες στους διάφορους τουριστικούς προορισμούς και από αυτό φανερώνεται η πρόθεση του ατόμου να επιστρέψει στην μόνιμη κατοικία του σε λίγες μέρες, μήνες ή βδομάδες.

1.2.1 Βασικές κατηγορίες τουρισμού

Ο τουρισμός διακρίνεται σε 6 βασικές κατηγορίες και εξαρτάται κυρίως από τους παράγοντες που επηρεάζουν το φαινόμενο. Πιο συγκεκριμένα αυτές είναι :



❖ Μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Αντίθετα, ο ατομικός τουρισμός ορίζεται σαν την ανεξάρτητη οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού από τους ίδιους τους ταξιδιώτες.

❖ Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism) αντιπροσωπεύει το σύνολο του εγχώριου και εισερχόμενου τουρισμού ενώ εθνικός τουρισμός (national tourism) αντιπροσωπεύει το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

❖ Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism) αναφέρεται ως το είδος του τουρισμού όπου οι κάτοικοι μιας χώρας ταξιδεύουν στο εσωτερικό της. Αντίθετα ο εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism) ορίζεται ως ο τουρισμός όπου οι μόνιμοι κάτοικοι μίας χώρας ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα.

❖ Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism) αφορά αλλοδαπούς τουρίστες οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα.

❖ Συνεχής τουρισμός είναι αυτού το είδους ο τουρισμός ο οποίος διαρκεί όλο το χρόνο και δεν επηρεάζεται από την εποχικότητα ή τις κλιματικές αλλαγές ενώ ο εποχιακός τουρισμός δεν έχει διάρκεια όλο το χρόνο αλλά επηρεάζεται αποκλειστικά από τις κλιματικές αλλαγές και την εποχικότητα.

1.2.2 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια νέα φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού και μπορεί να οριστεί ως το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις

των πελατών τους. Μέσω του εναλλακτικού τουρισμού το άτομο αναζητά ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος όπως έχει παρατηρηθεί χαρακτηρίζεται από:

- την προστασία της τοπικής κουλτούρας
- την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος
- τη στήριξη αγροτικών περιοχών
- την «γνωριμία» του ατόμου με τα πολιτιστικά μνημεία
- την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού¹

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι αποτέλεσμα των προσπαθειών ανάπτυξης διαφόρων μορφών τουρισμού με σκοπό την επίλυση διαφόρων προβλημάτων που αντιμετωπίζει στις μέρες μας ο τουρισμός, όπως π.χ. η εποχικότητα. Οι διάφορες μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής (προσφορά)².

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του φαινομένου του εναλλακτικού τουρισμού έχει παίξει το διαδίκτυο, το οποίο γενικότερα αποτελεί για την τουριστική βιομηχανία ένα σημαντικά κερδοφόρο εργαλείο. Μια νέα τάση που γίνεται ολοένα και πιο αποδεκτή στις μέρες μας από την κοινωνία είναι η κινητή πλατφόρμα (m-tourism) ή τουρισμός στο κινητό τηλέφωνο η οποία χρησιμοποιείται κυρίως για την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού και αρχικός σκοπός της ήταν η διευκόλυνση των επαγγελματιών³. Οι Ευρωπαίοι τουρίστες ως οπαδοί των νέων εφαρμογών ήταν και οι αρχικοί αποδέκτες του «m-tourism».

Στο παρακάτω διάγραμμα είναι οι πιο γνωστές μορφές εναλλακτικού τουρισμού:

¹ Τουριστική Οικονομική, Δημήτρης Λαγός, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2005, σελ.62

² Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, χ. Κοκκώσις, Π. Τσάρτας, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2001, σελ.82

³ Τμήμα Μελετών(2009) «Διείσδυση ΤΠΕ στον τομέα του Τουρισμού». Παρατηρητήριο για την κοινωνία της πληροφορίας. Σελ.: 8-9,16 από:[5]



Κεφάλαιο 2^ο

2. Η γαστρονομία ως είδος τουρισμού

2.1 Η έννοια της γαστρονομίας

Η ελληνική λέξη «γαστρονομία» προέρχεται από τη λέξη *γαστήρ* (κοιλιά) και τη *νομία* (γνώση ή νόμος). Με τον όρο γαστρονομία νοείται η τέχνη της υψηλής μαγειρικής, το σύνολο των κανόνων για την επιλογή των κατάλληλων υλικών και την παρασκευή των εδεσμάτων με στόχο τη γευστική, αλλά και την οπτική απόλαυση. Γενικότερα, συνεπάγεται κάθε δραστηριότητα σχετικά με τη μαγειρική και την απόλαυση του φαγητού (Μπαμπινιώτης, 2002:401). Από την άλλη πλευρά, με τον όρο *culinaria* γίνεται αναφορά στην τοπική κουζίνα και στα φαγητά μιας χώρας ή ενός τόπου τα τρόφιμα και τις τεχνικές μαγειρέματος, στοιχεία που χαρακτηρίζουν και την τοπική κουζίνα μιας περιοχής (Kivela & Crotts, 2006:355).

Για αρκετό διάστημα γύρω από τη λέξη γαστρονομία επικρατούσε σύγχυση καθώς υπήρχε η αντίληψη της προσφοράς πρωτότυπου και ακριβού φαγητού. Σύμφωνα με τον πρώτο ορισμό ο οποίος δόθηκε από το Γάλλο γαστρονόμο του 18^{ου} αιώνα Ζαν-Αντελμ-Μπριγιά-Σαβαρέν «Γαστρονομία είναι η βαθιά γνώση όλων όσων αφορούν την διατροφή του ανθρώπου»⁴. Σήμερα, με τον όρο γαστρονομία νοείται η τέχνη της παρασκευής καλού και νόστιμου φαγητού (ΣΕΤΕ 2009:11). Το νόστιμο φαγητό μπορεί να προσφερθεί σε κάθε χώρο εστίασης. Πρακτικά, η γαστρονομία αποτελεί τον συνδυασμό του καλού φαγητού με καλό κρασί ή άλλα ποτά ενώ επεκτείνεται σε μια σειρά προϊόντων και υπηρεσιών.

Η παρασκευή φαγητού διαφέρει από χώρα σε χώρα αλλά και από περιοχή σε περιοχή σαν αποτέλεσμα των ιδιαίτερων κλιματολογικών και γεωφυσικών συνθηκών, την αγροτική παραγωγή, τον πολιτισμό και τις παραδόσεις κάθε χώρας-περιοχής. Έτσι, το άτομο το οποίο ενδιαφέρεται για την γαστρονομία έμμεσα ενδιαφέρεται και για την ιδιαιτερότητα του κάθε τόπου.

2.1.1 Ορισμοί για το γαστρονομικό τουρισμό

Οι όροι που χρησιμοποιούνται για να δηλωθεί η αναζήτηση στους προορισμούς, ποιοτικού και καλού φαγητού, είναι “*food tourism*”, “*gastronomy tourism*”, “*culinary tourism*”. Τα τελευταία χρόνια ο όρος που κυριαρχεί είναι «γαστρονομικός τουρισμός».

⁴ "Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Larousse Britannica" τομ.16ος, σελ.214.

Σύμφωνα με τον Wilbur Zelinsky (1985) η κατανάλωση φαγητού σε εστιατόρια που προσφέρουν εθνικές και τοπικές κουζίνες είναι μια μορφή γαστρονομικού τουρισμού.

Η Long (2004) σε μια προσπάθεια να ορίσει το *μαγειρικό τουρισμό* ή αλλιώς *culinary tourism* υποστηρίζει ότι είναι μια συνειδητή διερευνητική διαδικασία που αφορά τις καταναλωτικές διατροφικές συνήθειες του «άλλου», συμπεριλαμβανομένης της κατανάλωσης, της προετοιμασίας, της παρουσίασης ενός φαγητού, της κουζίνας και του συνόλου του αγνώστου αυτού διατροφικού συστήματος. Από αυτές τις θεωρίες προκύπτει η άποψη ότι ένα άτομο δεν είναι απαραίτητο να είναι τουρίστας.

Ο ορισμός για το *τουρισμό τροφίμων* ή *food tourism* διατυπώθηκε από τους Hall και Mitchell (2001) και υποστηρίζει ότι αφορά επισκέψεις σε παραγωγούς τροφίμων, σε φεστιβάλ τροφίμων, σε εστιατόρια και γενικά χώρους που με τη γευστική δοκιμή τροφίμων και τη γνωριμία με τα χαρακτηριστικά προϊόντα και τα εξειδικευμένα τρόφιμα που προσφέρουν αποτελούν τα κύριο ταξιδιωτικό κίνητρο. Επίσης, επισημαίνουν ότι η εμπειρία σε κάποιο εστιατόριο τη διάρκεια των διακοπών δεν θεωρείται γαστρονομικός τουρισμός αφού απαραίτητη προϋπόθεση είναι η επιθυμία για γαστρονομική εμπειρία να είναι το μεγαλύτερο κίνητρο.

Στη διάκριση μεταξύ των «τουριστών οι οποίοι καταναλώνουν τρόφιμα ως μέρος της ταξιδιωτικής τους εμπειρίας και τουριστών των οποίων οι δραστηριότητες, οι συμπεριφορές και οι επιλογές των προορισμών επηρεάζονται κυρίως από το ενδιαφέρον τους για τη γαστρονομία» προχώρησαν οι Hall και Sharples (2003) μετά από προσπάθεια κατηγοριοποίησης των μορφών του *τουρισμού τροφίμων* (food tourism). Με βάση «τη σημασία του ειδικού ενδιαφέροντος για τα τρόφιμα ως κινήτρου ταξιδιού» προκύπτουν τα εξής:

- **Gourmet tourism:** το ταξίδι σε ένα προορισμό με πρωταρχικό κίνητρο την επίσκεψη σε ένα εστιατόριο, μια αγορά ή ένα οινοποιείο και γενικότερα όλες οι τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τα τρόφιμα
- **Culinary tourism:** η συμμετοχή σε δραστηριότητες ενός ευρύτερου φάσματος οι οποίες σχετίζονται με τα τρόφιμα
- **Urban tourism:** η συμμετοχή σε σχετικές με τα τρόφιμα δραστηριότητες οι οποίες πραγματοποιούνται καθαρά από περιέργεια ή γιατί αποτελεί «κάτι το διαφορετικό» ή «κάτι το πρωτόγνωρο»

Σύμφωνα με έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO,2012), «ο γαστρονομικός τουρισμός αφορά ταξιδιώτες και επισκέπτες που σχεδιάζουν το ταξίδι τους, πρωτίστως ή δευτερευόντως, με στόχο να γευτούν την κουζίνα του προορισμού ή να εμπλακούν σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τη γαστρονομία».

Μετά από έκδοση (2014) του Παγκόσμιου Οργανισμού Γαστρονομικού Τουρισμού (World Food Travel Association) *Have fork will travel*, ο γαστρονομικός τουρισμός συναρμολογεί τέσσερις ομάδες:

A) μονάδα φαγητού και ποτού

- Εστιατόρια, μπαρ και όλες οι μορφές παροχής προϊόντων και υπηρεσιών
- Παραγωγοί και μεταποιητές φαγητού και ποτού
- Διανομείς φαγητού και ποτού
- Σχολές και μαθήματα γαστρονομίας
- Γαστρονομικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ, διαγωνισμοί κλπ.)
- Λιανική διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών
- Γαστρονομικά αξιοθέατα (εστιατόρια διασήμων σεφ κλπ)
- Αγροτικά προϊόντα και αγορές

B) μονάδες τουρισμού

- Οργανισμοί προώθησης προορισμών
- Ταξιδιωτικά γραφεία και οργανισμοί (tour operators)
- Μονάδες διαμονής/φιλοξενίας με εστίαση στη γαστρονομική προσφορά
- Συνέδρια, φόρουμ

Γ) εμπλεκόμενες ομάδες

- Εμπορικές ενώσεις/ομοσπονδίες τροφίμων και ποτών
- Εκπαιδευτικά ιδρύματα, φοιτητές/σπουδαστές και ερευνητές
- ΜΜΕ (τηλεόραση, έντυπα κλπ.)
- Τεχνολογικές πλατφόρμες
- Κρατικοί φορείς (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, πολυεθνικό επίπεδο)
- Δ) καταναλωτές
- Ταξιδιώτες/καταναλωτές τροφίμων και ποτών

Ένας ακόμα ορισμός προκύπτει και από την Ειδική Υπηρεσία Πολιτισμού και Τουρισμού της Ελλάδος στον τροποποιημένο οδηγό πράξης του εναλλακτικού τουρισμού ο οποίος υποστηρίζει ότι «ο γαστρονομικός τουρισμός ως μορφή τουρισμού ενθαρρύνει τη

συμμετοχή του επισκέπτη σε εμπειρίες που συνδέονται με την τοπική κουζίνα και την ανάδειξη της ιδιαίτερης γαστρονομικής ταυτότητας μια συγκεκριμένης περιοχής». Οι κυριότερες δραστηριότητες είναι:

- Η διακριτή ενσωμάτωση της τοπικής κουζίνας στα προσφερόμενα εδέσματα
- Η δημιουργία ή/και η προώθηση γαστρονομικών και οινοτουριστικών διαδρομών
- Οι επισκέψεις σε μονάδες και εργαστήρια παραγωγής και μεταποίησης τοπικών προϊόντων (παραδοσιακά ελαιολιβεύματα, αγροκτήματα, αμπελουργικές ζώνες, οινοποιεία κ.ά.)
- Οι εκπαιδευτικές ξεναγήσεις
- Η γευσιγνωσία
- Οι ειδικές εκθέσεις μονίμου χαρακτήρα
- Οι εφαρμογές εικονικής περιήγησης
- Οι σχετικές ψυχαγωγικές εκδηλώσεις

Από μελέτη του ΣΕΤΕ *Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού* (2009), προκύπτει ότι ο γαστρονομικός τουρισμός περιλαμβάνει:

- Φαγητό και ποτό
- Εστιατόρια τοπικής/παραδοσιακής κουζίνας
- Εστιατόρια υψηλής/δημιουργικής κουζίνας
- Ξενοδοχειακή κουζίνα
- Ελληνικά εστιατόρια του εξωτερικού
- Επισκέψιμους χώρους παραγωγής
- Σημεία πώλησης τροφίμων και ποτών
- Μουσεία και εκθέσεις
- Μαθήματα μαγειρικής
- Προγράμματα των tour operator
- Διαδρομές και περιηγήσεις

- Περιποιήσεις σε σπα
- Εκδηλώσεις και φεστιβάλ

Η παραπάνω μελέτη αναφέρει, επίσης, ότι η γαστρονομία στο τουρισμό αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία για όλους ανεξαιρέτως τους τουρίστες ενώ παράλληλα προσελκύει τουρίστες ειδικού ενδιαφέροντος, τους οποίους αποκαλεί «γαστροτουρίστες».

2.1.2 Οι “foodies”

Ο όρος “foodies” ανήκει σε μια νέα κατηγορία καταναλωτών και αφορά άτομα τα οποία λατρεύουν την κατανάλωση τροφίμων ποτών και των γεύσεων. Ο Paul Levy και η Ann Bar είναι ήταν οι πρώτοι οι οποίοι χρησιμοποίησαν το 1981 τον όρο “foodies” στο έργο τους *The official foodie handbook* (Το επίσημο εγχειρίδιο του foodie).

Η λέξη “gourmet” θεωρείται λανθασμένα από πολλούς συνώνυμη καθώς δε χρησιμοποιείται από αυτούς που αυτοπροσδιορίζονται ως “foodies”. Ο όρος “gourmet” παραπέμπει περισσότερο σε μια «σνομπ», εγωιστική συμπεριφορά, με ακριβά εδέσματα και εστιατόρια. Από την άλλη πλευρά, τα ενδιαφέροντα και οι δραστηριότητες των “foodies” συνδέονται με επισκέψεις σε οινοποιεία, ζυθοποιεία, φεστιβάλ, εστιατόρια, καταστήματα πώλησης τροφίμων, μαθήματα μαγειρικής, γαστρονομικό τουρισμό κ.ά. Επιπλέον, δεν ενδιαφέρονται απλώς για την κατανάλωση φαγητού αλλά βαθύτερα, δηλαδή η προέλευση των πρώτων υλών, η ιστορία της συνταγής, οι τεχνικές παρασκευής κ.ά.

2.2 Ιστορία και παράδοση

2.2.1 Καταγραφές για τη γαστρονομία από την αρχαιότητα

Η γαστρονομία αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο του καθημερινού πολιτισμού των κατοίκων του προορισμού καθώς πηγάζει μέσα από τα στοιχεία της λαϊκής παράδοσης, τα ιστορικά γεγονότα, τα ήθη, τα έθιμα, τη μυθολογία κ.λ.π. (ΣΕΤΕ 2009:23).

Πατέρας της γαστρονομίας θεωρείται ο Έλληνας Αρχέστρατος (4^{ος} αιώνας π.Χ) με σημαντικότερο έργο την «Ηδυπάθεια», που ολοκληρώθηκε το 350 π.Χ και θεωρείται το πρώτο βιβλίο μαγειρικής στο κόσμο (ΕΟΤ, 1998:5). Άλλα σημαντικά κείμενα είναι οι «Δειπνοσοφισταί» έργο του Αθηναίου στα τέλη του 2^{ου} αιώνα μ.Χ με αρχές του 3^{ου} αιώνα μ.Χ. Οι «Δειπνοσοφισταί» είναι ένα 15τομο έργο του αρχαίου Έλληνα Αθηναίου από την Ναυκρατίδα της Αιγύπτου με πρωταγωνιστές αρχαίους Έλληνες γραμματικούς, λεξικογράφους, ρήτορες, σοφιστές, μουσικούς και φιλόσοφους. Στο έργο περιγράφονται από τις συνομιλίες η ζωή, τα ήθη, τα έθιμα, η τέχνη καθώς και οι επιστημονικές γνώσεις των αρχαίων Ελλήνων. (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2014:86). Οι «Δειπνοσοφισταί»

αποτελεί ένα σημαντικό εγχειρίδιο γαστρονομίας αναφέροντας ποικιλίες σταφυλιών, εκλεκτά φαγητά, ευεργετικές συνταγές ή μη ιδιότητες που έχουν οι καρποί της γης, τα πουλιά, το λάδι, το ξύδι και άλλα προϊόντα (Παναγιώτου, 1974). Στην ελληνική γραμματεία υπάρχουν αναφορές και σε άλλα έργα, όπως είναι η *Οψοποιητική πραγματεία* του Ηρακλείδη, το Αττικό δείπνο του Μάτρωνα, τα Οψαρτυρικά του Επαίνετου κ.ά (Καλπίδης, 2014).

Τα επόμενα βήματα εμφανίζονται κατά τον 3^ο ή 4^ο αιώνα π.Χ από τον Ρωμαίο Marcus Gavius Apicius, ο οποίος θεωρείται συγγραφέας ενός από τα αρχαιότερα βιβλία το *De re coquinaria* (*Περί μαγειρικής*). Άλλα διάσημες ιστορικές φυσιογνωμίες οι οποίες ασχολήθηκαν με την γαστρονομία ήταν ο αυτοκράτορας Καλιγούλας, που έμεινε γνωστός για ρωμαϊκά συμπόσια και ο στρατηγός Λούκουλος.

Κατά τη βυζαντινή περίοδο τα περισσότερα στοιχεία για τη γαστρονομία έχουν εντοπισθεί στα ποιήματα του Πρόδρομου (Πτωχοπρόδρομος, 12^{ος} αιώνας) και στα Γεωπονικά.

Η ιστορία της γαστρονομίας περνά από το Μεσαίωνα με αρκετά έργα να επικεντρώνονται στην αναζήτηση της γνώσης γύρω από το φαγητό. Σημαντικό έργο εκείνης της περιόδου είναι το *Regimen sanitatis salernitanum* της ιατρικής σχολής στο Σαλέρνο στην Ιταλία, το οποίο ανέλυε πώς το φαγητό συμβάλλει στην καλύτερη υγεία.

Το 1804 το ποίημα του Jacques Berchoux έχει στο τίτλο τη λέξη γαστρονομία, «*La gastronomie, L'Homme des champs a table* (*Η γαστρονομία, ή ο αγρότης στο τραπέζι*), ενώ η λέξη ορίζεται ως «η τέχνη της καλής διατροφής» από το Λεξικό της Γαλλικής Ακαδημίας. Η ελληνική αυτή λέξη είχε κάνει νωρίτερα την εμφάνιση της στο βιβλίο του συγγραφέα Francois Rabelais (1483-1553) με τίτλο “*The Fourth Book of Pantagruel*”, το οποίο αναφέρεται στο θεό του φαγητού Γάστρο (Gaster).

Λίγο αργότερα, το 1825 ο Jean-Anthelme Brillat-Savarin με το έργο *La physiologie du gout* ορίζει την γαστρονομία για πρώτη φορά. Σκοπός του συγγράμματος, κατά το συγγραφέα ήταν να «να καθοριστούν οι βασικές αρχές της γαστρονομίας, έτσι ώστε να μπορεί να πάρει τη θέση της μεταξύ των επιστημών, το οποίο αποτελεί και αναφαίρετο δικαίωμα της».

Η ώρα του φαγητού αποτελούσε από την αρχαιότητα προσφορά ευκαιρίας τροφής όχι μόνο του σώματος αλλά και του πνεύματος.

Η γαστρονομία υπήρχε από την αρχαιότητα με απώτερο σκοπό την αναζήτηση γεύσεων και υπήρξε πλεονέκτημα μόνο των προνομιούχων τάξεων (βασιλείς, αριστοκράτες κλπ.). Με το πέρασμα των χρόνων, περνώντας η γαστρονομία στη μεσαία και στην αστική τάξη αναβαθμίζεται σε τέχνη, η οποία χρησιμοποιήθηκε για την διαφοροποίηση των αστών από τις υπόλοιπες τάξεις.

2.2.2 Η γαστρονομία τους τελευταίους αιώνες

Τον 18ο και 19ο αιώνα, όπως αναφέρεται και στο έργο Η πολιτιστική γιορτή (2003) των Bryant, Dewalt & Schartz, διαμορφώνονται οι εθνικές κουζίνες, οι οποίες ουσιαστικά βασίστηκαν στις κουζίνες των μεγάλων αστικών κέντρων καθώς την ίδια εποχή αρχίζει η μετοίκηση των ανθρώπων στις πόλεις με αποτέλεσμα την μαζικής παραγωγή τροφίμων και την διαφήμιση τους. Στο τέλος του 19ου αιώνα εθνικές κουζίνες έχουν διαμορφωθεί σε πολλές χώρες ενώ υπήρχαν ήδη πιάτα που θεωρούνται χαρακτηριστικά τους κάθε έθνους.

Κατά τον 20ο αιώνα η τεχνολογία, η οποία ήταν πάντα σημαντικός παράγοντας στην παραγωγή και στην κατανάλωση τροφίμων, προσέδωσε παγκόσμιες διαστάσεις στο φαινόμενο της μαζικής κατανάλωσης τροφίμων. Ως κλασσικό παράδειγμα αναφέρονται συχνά οι επιχειρήσεις παροχής τροφίμων με καταστήματα σε όλο το κόσμο, το οποία προσφέρουν τα ίδια προϊόντα (χάμπουργκερ, πίτσες, ποτά τύπου κόλα) (Καλπίδης, 2014). Το φαινόμενο αυτό, το οποίο ονομάστηκε "McDonaldization" από τον Ritzer (1993) "είναι μια διαδικασία κατά την οποία οι αρχές λειτουργίας των εστιατορίων αυτού του τύπου (fast food) κυριαρχούν σε όλο και περισσότερους τομείς της αμερικανικής κοινότητας και στον υπόλοιπο κόσμο.

Ο Bryant (2003) σημειώνει ότι η εκβιομηχάνιση τον 20ο αιώνα, η οποία είχε σημαντική επίδραση στην οργάνωση της κοινωνίας και της εργασίας, επηρέασε της διατροφικές συμπεριφορές. Για παράδειγμα, το μεσημεριανό γεύμα έγινε ελαφρύτερο από ότι συνηθιζόταν και καταναλωνόταν πλέον στον εργασιακό χώρο, απώτερος σκοπός ήταν η σύντομη απουσία των εργαζομένων από την εργασία τους.

Η μετακίνηση πληθυσμών και ιδεών σχημάτισε "νέες κουζίνες, πολιτισμικά και γαστρονομικά διαφοροποιημένες, που προκύπτουν συνεχώς και εξελίσσονται, όπως η κουζίνα Fussion, η οποία αναπτύσσεται περιλαμβάνοντας συστατικά και στίλ μαγειρικής από όλο τον κόσμο" (Goody, 1982). Το 2002 σημειώνεται από τους Hall και Mitchell η άποψη ότι καθώς σταδιακά η τεχνολογία βελτιώνεται και το διαθέσιμο εισόδημα αυξάνεται, περισσότεροι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν, με αποτέλεσμα την ευαισθητοποίηση των τουριστών σε σχέση με το φαγητό και το ποτό ως μέρος της ταξιδιωτικής τους εμπειρίας.

Ο J.F Revel (2008) σημειώνει, η ιστορική εξέλιξη της κουζίνας και το πέρασμα της από μια φάση στην επόμενη μπορεί να αποτυπωθεί διαχρονικά μέσα από «ζεύγη αντιθέσεων» ως εξής:

- Η περίπλοκη και βαριά κουζίνα έναντι της απλής
- Η διεθνοποίηση της μαγειρικής έναντι της τάσης επιστροφής στις τοπικές κοινωνίες
- Η έμφαση στα καρυκεύματα έναντι της έμφασης στα φρέσκα, φυσικά και αυθεντικά προϊόντα
- Η αξία της παράδοσης έναντι της αξίας της καινοτομίας

Σχετικά με τα παραπάνω χαρακτηριστικά «άλλα είναι σαφώς αντίθετα και εξ ορισμού αλληλοκαταργούνται, ενώ άλλα συμπορεύονται και ενισχύουν το ένα το άλλο».

2.3 Σύνδεση γαστρονομίας και τουρισμού

Οι διασυνδέσεις μεταξύ του τουρισμού και της διατροφής είναι πολλές και βαθιές. Τα τρόφιμα και τα ποτά αποτελούν ένα αναπόσπαστο μέρος της συνολικής τουριστικής εμπειρίας (Bonye, Williamas & Hall, 2002).

Οι τουρίστες δε λαμβάνουν μόνο εικόνες και ήχους από έναν προορισμό αλλά και τη «γεύση» του. Το φαγητό λειτουργεί ως δίαυλος επαφής με μια άλλη κουλτούρα, όπως έχει ειπωθεί από τον Long (2004) «επιτρέπει σε ένα άτομο να βιώσει το διαφορετικό με τις αισθήσεις του». Κατά τις Hjalager και Corigliano (2000) «η διατροφή είναι ένα βασικό και καθοριστικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος όπως είναι οι μεταφορές, η διαμονή, τα αξιοθέατα και οι δραστηριότητες».

Ο τουρισμός σταδιακά απομακρύνεται από το κλασικό μοντέλο «3S» (sea, sun, sand), δηλαδή «θάλασσα, ήλιος και άμμος», η νέα κατεύθυνση, η οποία παίρνει πλέον ο τουρισμός από πλευράς ζήτησης, τον θέλει να αποτελεί μέρος του τρόπου ζωής και των δραστηριοτήτων των ανθρώπων.

Ο τουρισμός προσφέρει μια επιπλέον αγορά για τους παραγωγούς και τους εμπόρους τροφίμων και η τουριστική δαπάνη για τα τοπικά παραγόμενα προϊόντα διατροφής βοηθά στην τόνωση των τοπικών οικονομιών (Bonye, Williamas & Hall, 2002).

Από πλευράς προσφοράς, σημειώνεται αύξηση του ανταγωνισμού στην τουριστική αγορά λόγω εμφάνισης νέων προορισμών οι οποίοι απειλούν τους παραδοσιακούς. Οι φορείς με σκοπό την αναζήτηση νέων τρόπων αντιμετώπισης του φαινομένου επιδιώκουν τη διαφοροποίηση που παρέχει η σύνδεση της γαστρονομίας με τον τουρισμό.

Η προώθηση της γαστρονομίας στον τουρισμό θεωρείται ένας τρόπος για την ανάπτυξη της διαφορετικότητας και την ανάδειξη της ταυτότητας ενός προορισμού και, παράλληλα, για τη μεγιστοποίηση των ωφελειών από τον τουρισμό στην οικονομία της περιοχής και των τοπικών κοινοτήτων (Hall & Sharples,2003).

Η γαστρονομία παίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία της αίσθησης της «ποιότητας» στις τουριστικές εμπειρίες και επηρεάζει την πρόθεση επαναλαμβανόμενης επίσκεψης σε έναν συγκεκριμένο προορισμό, όπως επισημαίνουν οι Kivela και Crotts (2006). Επιπλέον, η γαστρονομία αποτελεί ένα σημαντικό μέσο για την προσφορά νέων τουριστικών προϊόντων, που αναδεικνύουν τον ξεχωριστό χαρακτήρα και την κουλτούρα ενός προορισμού. Το φαγητό ενδεχομένως να είναι μια απάντηση στην προσπάθεια μείωσης της ζήτησης για μαζικό τουρισμό και ένα μέσο για την στήριξη και την προώθηση του αειφόρου τουρισμού (Jones & Jenkins,2002).

Η τοπική κουζίνα και τα τοπικά προϊόντα έχουν σχολιαστεί αρκετά ανά τα χρόνια:

- Η τοπική κουζίνα καθίσταται βασική συνιστώσα του χαρακτήρα ενός προορισμού και προσθέτει αξία στη συνολική τουριστική εμπειρία (Symons, 1998)
- Η τοπική κουζίνα και τα τοπικά τρόφιμα συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία μια έντονης «αίσθησης του τόπου» για τους τουρίστες και παράλληλα στην ποιοτική αναβάθμιση του προορισμού (Havez-Tang & Jones, 2006)
- Η τοπική κουζίνα και τα τοπικά προϊόντα προσθέτουν αυθεντικότητα στην τουριστική εμπειρία και ενισχύουν το κίνητρο επίσκεψης ενός προορισμού (Sims, 2009)

Εν κατακλείδι, η σύνδεση της γαστρονομίας με τον τουρισμό αποτελεί πηγή οφελών για όλους τους εμπλεκόμενους παράγοντες.

2.4 Μεταβολές στη γαστρονομική προσφορά εξαιτίας του τουρισμού

Ο Hall και ο Mitchell, αναφερόμενοι στις μεταβολές που προκύπτουν στην γαστρονομική προσφορά σημειώνουν ότι: οι κουζίνες δεν παραμένουν αμετάβλητες και υπάρχει μια σειρά από στοιχεία και δείκτες για τις αλλαγές σε μια κουζίνα. Επίσης αναφέρουν, ότι το φαγητό και τα τρόφιμα, μέσω του διεθνούς εμπορίου, των μεταβολών και του τουρισμού, έχουν γίνει παγκοσμιοποιημένα αγαθά με συμβολική αξία, ειδικά επηρεαζόμενα από τις τεχνολογικές και επικοινωνιακές εξελίξεις.

Αλλαγές θα μπορούσαν να υπάρξουν και στους καταλόγους, προκειμένου να ανταποκριθούν στην αντίληψη της τουριστικής ζήτησης (Reynolds, 1994, Telfer και Wall, 1996). Παρόμοια φαινόμενα θα μπορούσαν να κλονίσουν την τοπική ταυτότητα ενός προορισμού. Σε έρευνα η οποία διεξήχθη σχετικά με τις επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης ο Riley (2000) αναφέρει μορφές κουζίνας που ξεπέρασαν τα εθνικά τους σύνορα. Επίσης, αναφέρεται στην ύπαρξη μιας «υβριδικής» (δηλ. κατασκευασμένης) «διεθνούς κουζίνας», η οποία αποτελεί δημιούργημα των μεγάλως ξενοδοχειακών μονάδων και του διεθνούς μάρκετινγκ.

Τέλος, αλλαγές είναι δυνατό να προκύψουν και εξαιτίας του ανθρώπινου δυναμικού στις κουζίνες (δηλαδή των μαγείρων κλπ), ιδιαίτερα εάν η καταγωγή ή η εκπαίδευση τους είναι διαφορετική από αυτή που απαιτείται για την κουζίνα που παρασκευάζουν και προσφέρουν.

2.5 Τουρισμός και τρόφιμα

Ο τουρισμός συνδέεται άρρηκτα με την τοπική παραγωγή και την ενίσχυσή της καθώς οι τουρίστες δημιουργούν ζήτηση η οποία με τη σειρά της δημιουργεί ανάπτυξη στην τοπική οικονομία. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της τοπικής επιχειρηματικότητας δραστηριότητας έχει η σύνδεση των τοπικών παραγωγών με τον τουριστικό κλάδο, όπως για παράδειγμα στον αγροτουρισμό.

Οι ισχυροί δεσμοί μεταξύ του τουρισμού και της τοπικής παραγωγής τροφίμων μπορούν να δημιουργήσουν σημαντική προστιθέμενη αξία, ενώ η έλλειψη αυτών μπορεί να λειτουργήσει αρνητικά προς το επιθυμητό αποτέλεσμα (Καλπίδης, 2014).

2.6 Τάσεις της γαστρονομίας σήμερα

Οι βασικές τάσεις, οι οποίες χαρακτηρίζουν την γαστρονομία στις μέρες μας, αριθμούνται σε πέντε. Τα παρακάτω αποτελέσματα αποτελούν στοιχεία μιας έρευνας του κέντρου μελετών της Βαρκελώνης “Barcelona Field Studies Center” το 2010.

- 1) Η αύξηση της εμπορίας ειδών διατροφής
- 2) Οι αλλαγές σε δημογραφικά στοιχεία και συμπεριφορές
- 3) Η μείωση της κατανάλωσης προϊόντων μαζικής παραγωγής
- 4) Η αύξηση του αριθμού των πολυπολιτισμικών καταναλωτών
- 5) Ο ρόλος των MME και των διάσημων τηλεοπτικών μαγείρων

Αναλυτικότερα:

Η αύξηση της εμπορίας ειδών διατροφής → Η αυξανόμενη οικονομική ευμάρεια σε πολλές περιοχές του πλανήτη έχει προκαλέσει αύξηση και στις καταναλωτικές δαπάνες. Οι καταναλωτές δαπανούν πλέον μεγαλύτερο ποσοστό του εισοδήματός τους για παρασκευασμένα τρόφιμα, προϊόντα γκουρμέ, βιολογικά είδη διατροφής κλπ.

Οι αλλαγές σε δημογραφικά στοιχεία και συμπεριφορές → Οι αλλαγές στη σύνθεση του πληθυσμού και στον τρόπο ζωής των ανθρώπων έχουν οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης για κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού και σε ευκαιρίες για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού

Η μείωση της κατανάλωσης προϊόντων μαζικής παραγωγής → Οι τουρίστες δείχνουν να απορρίπτουν όλο και περισσότερο το μοντέλο διατροφής με χαμηλής ποιότητας και μαζικής παραγωγής προϊόντα. Αναζητούν τοπικά, φρέσκα και καλής ποιότητας τρόφιμα αλλά και την τοπική κουζίνα, η οποία αντανάκλα την αυθεντικότητα ή το χαρακτήρα του προορισμού.

Η αύξηση του αριθμού των πολυπολιτισμικών καταναλωτών → Η έκθεση του σημερινού ανθρώπου σε πολυπολιτισμικά ερεθίσματα, τα οποία τροφοδοτούνται από τη μετανάστευση, την παγκοσμιοποίηση, το διαδίκτυο, τα ΜΜΕ, αλλά και την ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού, έχει ως αποτέλεσμα την αποδοχή και αφομοίωση ξένων διατροφικών στοιχείων, αλλά και την αναζήτηση νέων

Ο ρόλος των ΜΜΕ και των διάσημων τηλεοπτικών μαγείρων → Η συνεχής παρουσίαση εξειδικευμένων θεμάτων για το φαγητό στην τηλεόραση και στα περιοδικά σημαίνει ότι και υπάρχει και δημιουργείται νέα ζήτηση. Οι τηλεοπτικοί σεφ επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση των προϊόντων, όπως έδειξε το «φαινόμενο Delia1»

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού με έκθεση του αναφέρει δραστηριότητες φορέων με σκοπό την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού. Τα στοιχεία που παρατίθενται έχουν ως βάση τη *τοπικότητα*, η οποία περιλαμβάνει όλα τα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν την κάθε περιοχή, και το *προϊόν*, το οποίο γίνεται τουριστικό από την διαδικασία μετασχηματισμού των φυσικών και πολιτιστικών αγαθών (Καλιπίδης, 2014). Τα σημαντικότερα στοιχεία παρατίθενται παρακάτω:

- Η πολιτιστική κληρονομία
- Η βιωσιμότητα
- Η ποιότητα
- Η συνεργασία
- Η επικοινωνία

2.7 Κοινωνική διαφοροποίηση και γαστρονομία

Το γούστο στο φαγητό, ο τρόπος παρουσίασης, προσφοράς και κατανάλωσης του καθορίζει ποιο είμαστε και ποια είναι η θέση μας μέσα σε μια κοινωνική ομάδα. Η κατανάλωση τροφίμων αφορά και προσδιορίζει την κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική θέση του ατόμου στην κοινωνία και αποτελεί εργαλείο για την κοινωνική διαφοροποίηση. Ο Bourbieu (1984) με τη θεωρία του «πολιτιστικού κεφαλαίου» προσπαθεί να ερμηνεύσει τη κοινωνική διαφοροποίηση σημειώνοντας στη θεωρία αυτή τη φυσική αναγκαιότητα της κατανάλωσης τροφής ως πολιτιστικό στοιχείο και μέσο για τη διατήρηση συστημάτων κοινωνικής διαστρωμάτωσης.

Στη γαστρονομία το «πολιτιστικό κεφάλαιο» σχετίζεται με τη γνώση του ατόμου για τα ποιοτικά και ακριβά τρόφιμα, τις εξωτικές γεύσεις, τα τρόφιμα που διαμορφώνουν γούστα, καθώς και την εξοικείωση του με προηγούμενες τεχνικές προετοιμασίας (Adema, 2000). Επιπρόσθετα, η αυξανόμενη δημοτικότητα των εκπομπών μαγειρικής, το ενδιαφέρον για την προέλευση του φαγητού, η επιθυμία αντίστασης στην κουλτούρα τους fast food και των σχετικών αλυσίδων εστιατορίων, καθώς και η αναζήτηση τοπικών και

περιφερειακών κουζινών και παραδοσιακών τεχνικών παραγωγής τροφίμων είναι τα χαρακτηριστικά του «πολιτιστικού κεφαλαίου» (Pietrykowski, 2004, Warde, 2004).

Τέλος, στις μέρες μας η γαστρονομία και τα εστιατόρια αποτελούν πεδίο για τη δημιουργία, ή και τη διατήρηση, της κοινωνικής διαφορετικότητας με την εύρεση νέων κατευθύνσεων στη γευστική και γαστρονομική εκλεκτικότητα (Καλπίδης, 2014).

2.8 Ο ρόλος της γαστρονομίας στη ταυτότητα του ατόμου

Στη σύγχρονη εποχή ο άνθρωπος διακατέχεται από κοινωνική και προσωπική ανασφάλεια, σύμφωνα με τους Giddens (1990) και Bauman (1997), με αποτέλεσμα να αναζητά ως άμυνα την ταυτότητα του της οποία βασικό στοιχείο αποτελεί η πολιτιστική κληρονομία (Hewison, 1987).

Η γαστρονομία από το παρελθόν αποτελεί βασικό παράγοντα σχηματισμού της ατομικής ταυτότητας. Σε σημαντικό βαθμό «είμαστε ότι τρώμε», όχι μόνο με τη βιολογική έννοια, αλλά και επειδή ως άτομα ταυτιζόμαστε με ορισμένα είδη κουζίνας, είτε στη καθημερινότητα μας είτε στις διακοπές (Καλπίδης, 2014).

Κατά τις προηγούμενες δεκαετίες, κυρίως, επικρατούσε η τάση πολλοί τουρίστες να τρώνε τις διακοπές τους το ίδιο φαγητό με αυτό που προτιμούσαν στην πατρίδα τους. Αυτό το φαινόμενο επηρέασε ιδιαίτερα τις κουζίνες των ξενοδοχείων και οδήγησε στην ανάπτυξη ξένων κουζινών και φαγητού.

Οι διατροφικές συνήθειες και οι συμπεριφορές μια κοινωνικής ομάδας είναι συχνά δεσμευτικές, όπως συμβαίνει με τις θρησκευτικές παραδόσεις και κανόνες, για παράδειγμα οι χριστιανοί αποφεύγουν το κρέας την Παρασκευή, οι μουσουλμάνοι απαγορεύεται εντελώς να καταναλώσουν χοιρινό κρέας και αντίστοιχα οι ινδουιστές βοδινό (Leigh, 2000).

Τέλος, η γνώση των διαφορετικών γαστρονομικών επιλογών μπορεί να αποτελέσει πηγή διαφορετικότητας και συνάμα βάση για το σχηματισμό ενδιαφέροντος για τον γαστρονομικό τουρισμό.

2.9 Τα κίνητρα για γαστρονομικό τουρισμό

Οι βασικές θεωρίες κινήτρων, συμπεριλαμβανομένης και αυτής του Maslow, περιγράφουν ψυχολογικούς παράγοντες, όπως οι ανάγκες, οι επιθυμίες και οι στόχοι. Οι Swarbooke και Horner (1999) σημειώνουν ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του προορισμού μπορούν ουσιαστικά να χωριστούν σε δυο κατηγορίες :

- Παράγοντες ώθησης (push factors), είναι αυτοί οι οποίοι κινητοποιούν ένα πρόσωπο να κάνει διακοπές

- Παράγοντες έλξης (pull factors), είναι αυτοί που κινητοποιούν ένα άτομο να κάνει συγκεκριμένες διακοπές, σε ένα συγκεκριμένο προορισμό και μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή

Σε σχέση με τη γαστρονομία οι παράγοντες ώθησης οδηγούν τους τουρίστες να αναζητήσουν την ανάγκη για νέες γαστρονομικές εμπειρίες, το κάτι διαφορετικό από τη καθημερινότητα, χωρίς να καθίσταται σαφές το πού, ενώ οι παράγοντες έλξης είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά τα οποία προσελκύουν τους τουρίστες να επιλέξουν μια συγκεκριμένη γαστρονομική εμπειρία.

Υπάρχουν τέσσερις κυρίως κατηγορίες κινήτρων στον τουρισμό και καθεμία από αυτές λειτουργούν και στη γαστρονομία :

Φυσικά κίνητρα

Φυσικά κίνητρα αποτελούν οι ανάγκες οι οποίες δεν ικανοποιούνται στη καθημερινή ζωή, για παράδειγμα η χαλάρωση, η αλλαγή περιβάλλοντος ή κλίματος, οι ευκαιρίες δοκιμών νέων γεύσεων και διαφορετικού τρόπου διατροφής.

Πολιτιστικά κίνητρα

Πολιτιστικά κίνητρα αποτελούν οι παράγοντες ώθησης με σκοπό την ανάπτυξη της γαστρονομίας και του τουρισμού. Ο τουρίστας ωθείται μέσω των πολιτιστικών κινήτρων να έρθει σε επαφή με τον πολιτισμό άλλων κοινωνιών και αυτό επιτυγχάνεται όταν γεύεται τη τοπική κουζίνα του προορισμού.

Διαπροσωπικά κίνητρα

Τα διαπροσωπικά κίνητρα προωθούνται κατά τη διάρκεια φαγητού και ποτού καθώς αποτελούν μέσα κοινωνικών αλληλεπιδράσεων ανάμεσα στους ανθρώπους ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των διακοπών όπου σε σχέση με τη καθημερινότητα επικρατεί «χαλαρή ατμόσφαιρα».

Κίνητρα κύρους

Τα κίνητρα κύρους στη γαστρονομία αποτελούν ένα μεγάλο κεφάλαιο καθώς η επιλογή του «σωστού» ή «καλού» εστιατορίου λειτουργεί ως μέσο διάκρισης.

2.10 Ιστορική διαδρομή της ελληνικής γαστρονομίας

Θέτοντας την ελληνική γαστρονομία ως τμήμα του ελληνικού πολιτισμού παρατηρείται μια παρόμοια ιστορική διαδρομή με βασικά προϊόντα -όχι όμως αποκλειστικά- το ψωμί, το λάδι και το κρασί.

Στην πορεία του χρόνου πραγματοποιούνται αλλαγές σε προϊόντα και χαρακτηριστικά λόγω των γενικότερων οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών, τα

προϊόντα του εμπορίου, οι καρποί της γης και της θάλασσας (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία), οι εναλλασσόμενες εποχές του χρόνου, η λαϊκή παράδοση, η θρησκεία και η ανθρώπινη προσπάθεια και δημιουργικότητα. Με το πέρασμα των αιώνων η ελληνική γαστρονομία επηρεάστηκε από τη ναυτιλία, δηλαδή τους αποικισμούς, τις εκστρατείες και το εμπόριο, την επαφή με ποικίλους λαούς και πολιτισμούς με διαφορετικές διατροφικές συνήθειες, ακόμη και τεχνικές αλλά και σκεύη μαγειρικής.

Ο Andrew Dalby (2001), από τους σπουδαιότερους ερευνητές της ελληνικής γαστρονομίας της αρχαιότητας, σημειώνει ότι «τα περισσότερα στοιχεία της σύγχρονης ελληνικής κουζίνας ήταν ασφαλώς γνωστά την περιοχή του Αιγαίου από την εποχή της Κλασικής Αρχαιότητας, από το 5^ο και τον 4^ο αιώνα π.Χ, και πολύ λίγα πράγματα ήρθαν να προστεθούν έκτοτε. Με τα σταφύλια και το κρασί, τις σταφίδες, τα σύκα και το μέλι, το σταρένιο ψωμί και τα κριθαρένια γλυκίσματα, τα κρεμμύδια και το σκόρδο, το αρνάκι και το κατσικάκι, τα ψάρια και οστρακοειδή, τα χταπόδια και τα καλαμαράκια, η ελληνική κουζίνα είχε συμπληρώσει ήδη εδώ και τρεις, ή περισσότερες, χιλιάδες χρόνια τα βασικά συστατικά της. Με δεδομένες τις απλές μεθόδους που χαρακτηρίζουν την καλύτερη ελληνική μαγειρική, τόσο στα χρόνια του Αρχέστρατου όσο και στις μέρες μας, η αρχαιότερη κουζίνα της Ευρώπης δεν έχασε ποτέ την αυθεντική και μοναδική της γεύση».

Όσον αφορά τη ρωμαϊκή περίοδο σύμφωνα και πάλι με τον Andrew Dalby (2001) τα στοιχεία που διατίθενται για αυτή τη περίοδο είναι περιορισμένα, συγκεκριμένα αναφέρει:

«Με το να υιοθετήσουν ελληνικές ονομασίες για τα διάφορα φαγητά και πιάτα τους οι Ρωμαίοι επιδεικνύουν τελικά και στον τομέα της διατροφής τη γενική τους φιλοδοξία να μιμηθούν τον ελληνικό πολιτισμό και την ανατολίτικη πολυτέλεια».

Στη περίοδο του Βυζαντίου η ελληνική γαστρονομία συνέχισε να επηρεάζει αλλά και να δέχεται επιρροές από τους λαούς τους οποίους αποτελούνταν ο βυζαντινός κόσμος.

Κατά την οθωμανική περίοδο επηρεάζονται οι μαγειρικές πρακτικές, οι χρήσεις υλικών και σκευών της ελληνικής γαστρονομίας. Οι Οθωμανοί αφομοίωσαν και συνέχισαν τη βυζαντινή μαγειρική παράδοση με έντονες επιρροές από τον αραβικό και περσικό κόλπο.

Με το πέρασμα των αιώνων όταν ιδρύεται το ελληνικό κράτος, σαν αποτέλεσμα όλων αυτών επιρροών στην ελληνική κουζίνα έχουν πλέον διαμορφωθεί δυο κυρίων κουζίνες στους διάσπαρτους ελληνικούς πληθυσμούς. Πρώτον, η κουζίνα που στις μέρες μας αποκαλούμε *πολίτικη* με κέντρο την Κωνσταντινούπολη, η οποία υιοθετήθηκε από ελληνικούς πληθυσμούς της Μικράς Ασίας, και όχι μόνο (Ιωνία, Καππαδοκία, Πόντος). Δεύτερον, η ελλαδική κουζίνα με την οποία νοείται το σύνολο των μαγειρικών παραδόσεων των περιοχών του ελληνικού γεωγραφικού χώρου. Οι γαστρονομικές διαφορές ήταν περισσότερο εμφανής σε ορισμένες νησιωτικές κυρίως περιοχές, όπως η Κρήτη, το Αιγαίο, η Κύπρος, τα Επτάνησα, ο Πόντος, οι οποίες αναπτύχθηκαν με διαφορετικών τρόπο για ιστορικούς λόγους.

Από τη δεκαετία του '80 παρατηρείται αλλαγή στη γαστρονομική προσφορά μέσω κάποιων εστιατορίων αλλά και την εμφάνιση της Νέας Ελληνικής Κουζίνας. Τα ΜΜΕ έπαιξαν σημαντικό ρόλο στη γαστρονομική εξέλιξη και στις προτιμήσεις του κοινού καθώς από τη δεκαετία του '90 αναπτυχτήκαν σημαντικά οι τηλεοπτικές εκπομπές μαγειρικής. Τέλος, η ελληνική γαστρονομία αν και ακολουθούσε ανοδική πορεία δεν κατόρθωσε να μην πληγεί από την εκδήλωση της πρόσφατης κρίσης στη χώρα.

2.11 Ελληνική γαστρονομία και τουρισμός

Η γαστρονομία και ο τουρισμός εξελίσσονται με γοργούς ρυθμούς τα τελευταία χρόνια από πολλές περιοχές στην Ελλάδα. Παρακάτω παρατίθενται γαστρονομικοί προορισμοί και μορφές.

2.11.1 Γαστρονομικοί προορισμοί

Η Κρήτη

Η Κρήτη διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά για ένα γαστρονομικό προορισμό, όπως ζωντανή γαστρονομική παράδοση, ποικιλία και μοναδικότητα προϊόντων, τουριστική ανάπτυξη, ιστορία, πολιτισμό, λαογραφία κ.ά.

Η Σαντορίνη

Η Σαντορίνη θα μπορούσε να αποτελέσει έναν ακόμα ελληνικό γαστρονομικό τουρισμό με βασικά πλεονεκτήματα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του φυσικού περιβάλλοντός της, την ιστορία, τα μοναδικά τοπικά προϊόντα και φυσικά τη διεθνή εμβέλεια του ονόματός της.

Η Μεσσηνία

Η Μεσσηνία δημιούργησε τα τελευταία χρόνια τις προϋποθέσεις για την προβολή τοπικής κουζίνας και των προϊόντων της μέσα από την προσπάθεια τουριστικής και πολιτιστικής ανάπτυξης.

2.11.2 Γαστρονομικές αναζητήσεις

Η Αθήνα είναι η πόλη με τη μεγαλύτερη και τη πλησιέστερη γαστρονομική προσφορά, και δικαιολογημένα εφόσον είναι πρωτεύουσα της χώρας. Οι χώροι εστίασης και οι σεφ παρέχουν τις προϋποθέσεις για γαστρονομικές αναζητήσεις και λειτουργούν ως επιπρόσθετο στοιχείο προσέλκυσης επισκεπτών στην πόλη (Καλπίδης, 2014). Οι διάφορες εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ τα οποία λαμβάνουν χώρα σε όλη την ελληνική επικράτεια με θέμα την μαγειρική παράδοση και τα τοπικά προϊόντα θα μπορούσαν να αποτελέσουν ενδιαφέρον σε αλλοδαπούς επισκέπτες.

Sani Gourmet Festival

Το Sani Gourmet Festival πραγματοποιείται στη Χαλκιδική και αποτελεί ένα ιδιαίτερα επιτυχημένο φεστιβάλ γαστρονομίας, το οποίο έχει καθιερωθεί από ειδικούς της ελληνικής αλλά και της παγκόσμιας γαστρονομίας για την μελέτη των διεθνών τάσεων και των νέων μαγειρικών προτάσεων.

Thessaloniki Food Festival

Το Thessaloniki Food Festival διεξάγεται σε ετήσια βάση με σκοπό να προβάλλει τη γαστρονομική διαδρομή της πόλης. Τη διοργάνωση του Φεστιβάλ έχει ο δήμος Θεσσαλονίκης σε συνεργασία με άλλους φορείς.

2.11.3 Άλλες μορφές γαστρονομικού τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να πραγματοποιούνται διάφορες οργανωμένες επισκέψεις για την ενημέρωση, τα μαθήματα, τα παιχνίδια και τις εκδηλώσεις με σκοπό την αξιοποίηση διαφόρων διατροφικών προϊόντων.

Athens Food Tour

Στην Αθήνα ανάπτυξη σημειώνουν οι «περιηγήσεις γεύσεων» ή αλλιώς “Athens Food Tour”. Στο “Athens Food Tour” πραγματοποιούνται περίπατοι στους δρόμους της πόλης μικρών ομάδων τουριστών με την καθοδήγηση συνοδού από τις οποίες οι τουρίστες γνωρίζουν και γεύονται τη γαστρονομική προσφορά της πόλης μέσα από την καθημερινότητα. Συνήθως οι περίπατοι έχουν και πολιτιστικό περιεχόμενο καθώς και επισκέψεις σε καταστήματα με τοπικά προϊόντα διατροφής για δοκιμή και αγορά.

Ο οινoturισμός

Ο οινoturισμός είναι μια μορφή γαστρονομικού τουρισμού η οποία στην εποχή μας αναπτύσσεται κυρίως μέσα από τους «Δρόμους του Κρασιού», ειδικότερα στην βόρεια Ελλάδα. Οι βάσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξη αυτής της μορφής γαστρονομικού τουρισμού έχουν τεθεί από τους ανθρώπους που καλλιεργούν το κρασί, τις ποικιλίες τους κρασιού και την ποιότητα των οινοποιειών.

2.12 Το προφίλ των γαστροτουριστών

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ερευνών το προφίλ των γαστροτουριστών διαμορφώνεται ως εξής:

- Ηλικία: 30-50 & 51-64
- Επαγγελματικά καταξιωμένοι
- Υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα από το μέσο τουρίστα
- Υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο από το μέσο τουρίστα

- Περιπετειώδεις και έμπειροι ταξιδιώτες
- Ενδιαφέρον για τον πολιτισμό του προορισμού
- Δαπανούν μεγάλο ποσοστό του ταξιδιωτικού προϋπολογισμού σε δραστηριότητες γαστρονομικού ενδιαφέροντος

Βασικές χώρες προέλευσης γαστροτουριστών:

- Οι ΗΠΑ
- Η Γαλλία
- Η Ιταλία
- Η Γερμανία
- Η Ισπανία
- Η Ολλανδία
- Η Βρετανία (ΣΕΤΕ 2009:14)

Κεφάλαιο 3^ο

3.Ο γαστρονομικός τουρισμός ως μορφή πολιτισμικού τουρισμού

3.1 Γαστρονομία και πολιτισμικός τουρισμός

Ο πολιτισμικός τουρισμός θεωρείται η παλαιότερη μορφή τουρισμού, με τις πρώτες καταγεγραμμένες μετακινήσεις στην αρχαία Ελλάδα και απώτερο σκοπό των περιηγήσεων τη γνωριμία με άλλους πολιτισμούς.

Ο πολιτισμός και ο τουρισμός συνδέονται τόσο στενά ώστε να θεωρούνται οι δύο όψεις του αυτού νομίσματος και υποστηρίζει ο ένας τον άλλο, καθώς όσοι ταξιδεύουν σε κάποιο προορισμό συχνά επιδιώκουν να γνωρίζουν τον πολιτισμό τους (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2014:82). Η επίσκεψη σε ιστορικά μνημεία, σε πολιτισμικά τοπία, η παρακολούθηση ειδικών γεγονότων και εκδηλώσεων, η επίσκεψη σε μουσεία, αποτελούσε πάντοτε τμήμα της συνολικής τουριστικής εμπειρίας (McKercher & Du Cros, 2002:1). Ο πολιτισμικός τουρισμός άρχισε να αναγνωρίζεται ως ειδική μορφή τουρισμού στα τέλη της δεκαετίας '70, όταν οι ερευνητές και οι διάφοροι φορείς του τουρισμού διαπίστωσαν ότι αρκετοί άνθρωποι ταξίδευαν με σκοπό την κατανόηση του πολιτισμού και της πολιτισμικής κληρονομιάς του τόπου προορισμού (Tighe. 1986:2-5).

Το 1985 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού δίνει δυο ορισμούς του πολιτισμικού τουρισμού:

❖ Ο πρώτος ορίζει το πολιτισμικό τουρισμό ως το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτισμικό, περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, παραστάσεις μουσικής, χορού, φεστιβάλ και άλλα πολιτιστικά δρώμενα, όπως προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, μουσεία, εκπαιδευτικά ταξίδια καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης.

❖ Ο δεύτερος τον ορίζει ως το σύνολο των μετακινήσεων των ατόμων που γίνονται προκειμένου να ικανοποιήσουν την ανθρώπινη ανάγκη για διαφορετικότητα, την βελτίωση του πολιτιστικού επιπέδου του ανθρώπου, τη γνώση, την εμπειρία και την επικοινωνία (WTO, 1985:6, Richards, 1996; Richards. 1996/2005)

Ο λόγος για τον οποίο είναι δύσκολο να οριστεί ο πολιτισμικός τουρισμός ακόμα και σήμερα είναι οι διάφορες διαστάσεις του, υλικές και άυλες -όπως τα έργα τέχνης, η γλώσσα, η γαστρονομία, η τέχνη και η μουσική, η αρχιτεκτονική, οι ιστορικοί τόποι και τα μνημεία, τα φεστιβάλ και τα πολιτιστικά δρώμενα, η θρησκεία, η εκπαίδευση, η ενδυμασία κλπ.

Στις μέρες μας, ο πολιτισμικός τουρισμός θα μπορούσε να θεωρηθεί «η ομπρέλα» η οποία καλύπτει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων όπως ιστορικός τουρισμός, τουρισμός με επίκεντρο τις καλές τέχνες, τουρισμός μουσείων, θρησκευτικός τουρισμός, βιομηχανικός τουρισμός, γαστρονομικός τουρισμός, οινοτουρισμός κ.λπ (Μοίρα, 2009:26).

Η διατροφή είναι κάτι περισσότερο από απαραίτητη για την ανθρώπινη επιβίωση, είναι μια δραστηριότητα με την οποία ο πολιτισμός μπορεί να διακριθεί. Η γαστρονομία ενισχύει την ελκυστικότητα ενός προορισμού και μπορεί, παράλληλα, να υπογραμμίσει την πολιτιστική του ιδιαιτερότητα και ταυτότητα (Hegarty & O'Mahony, 1999).

Ο Poon (1993) σημειώνει ότι ο γαστρονομικός τουρισμός είναι μια νέα μορφή τουρισμού και συχνά αποτελεί τη κινητήρια δύναμη πίσω από την «πολιτιστική αναγέννηση» της τουριστικής βιομηχανίας μια περιοχής.

3.2 Η ανάδειξη της γαστρονομίας ως πολιτιστικής κληρονομιάς της από την UNESCO

Τη διασφάλιση της ανάπτυξης και της προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς συμβάλλοντας στην προώθηση του σεβασμού της πολιτιστικής πολυμορφίας και της ανθρώπινης δημιουργικότητας έθεσε ως στόχο η UNESCO το 2003 με την υιοθέτηση της σύμβασης της Προστασίας της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

Αυτού του είδους η πολιτιστική κληρονομιά περιλαμβάνει ζωντανές παραδόσεις ομάδων και κοινοτήτων, οι οποίες έχουν κληρονομηθεί. Μεταξύ των τραγουδιών, των θρύλων και των χορών, η γαστρονομική παράδοση αποτελεί ένα ακόμα δημιούργημα του ανθρώπου μεταδιδόμενο από γενιά σε γενιά προφορικά, αλλά και μέσα από την καθημερινή πρακτική. Η UNESCO στη προσπάθεια της να διασφαλίσει την αίσθηση της ταυτότητας διερευνά τις λειτουργίες, τις πρακτικές και τις αξίες της πολιτιστικής έκφρασης και επιχειρεί νέες προσεγγίσεις για την κατανόηση, την προστασία και το σεβασμό της πολιτιστικής κληρονομιάς.

3.3.1 Το δίκτυο European Culinary Heritage Network

Το δίκτυο Ευρωπαϊκής Γαστρονομικής Κληρονομιάς (European Culinary Heritage Network) γνώρισε ανάπτυξη στην περιοχή της Σκανδιναβίας το 1995 και αποτέλεσε ένα δίκτυο με μέλη από την Ευρωπαϊκή Ένωση με κύριο σκοπό την ανάπτυξη των περιφερειών μέσα από την προώθηση των τοπικών τροφίμων.

Με το έργο να κερδίζει το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων και των δημόσιων φορέων όλης της Ευρώπης συστάθηκε η πρώτη ευρωπαϊκή ομάδα έργου το 1997. Βασικός στόχος ήταν η προσφορά ποιοτικών γαστρονομικών προϊόντων.

Η οργάνωση του δικτύου

A) ο Ευρωπαϊκός συντονιστής (European Coordinator)

Κεντρικό όργανο του δικτύου με έδρα τη Σουηδία και με τα παρακάτω καθήκοντα:

- Διαχείριση και ενημέρωση διαδικτυακού τόπου
- Αντιμετώπιση των αιτημάτων ενδιαφερόμενων φορέων
- Παροχή πληροφοριών στα μέλη και στις περιφέρειες
- Ομαλή ένταξη των νέων μελών
- Γενικότερη διοικητική μέριμνα για την υποστήριξη του δικτύου
- Διοργάνωση ετήσιων συναντήσεων
- Πραγματοποίηση ετήσιας κατάρτισης για τις νέες περιφέρειες-μέλη

B) Οι περιφερειακές δομές

Σε επίπεδο περιφέρειας συστήθηκαν τα εξής όργανα

- α) η Περιφερειακή Δομή
- β) ο Περιφερειακός Συντονιστής

Οι λειτουργίες της Περιφερειακής δομής είναι:

- Η οργάνωση δικτύου στη συγκεκριμένη περιφέρεια
- Ο έλεγχος της τήρησης των ευρωπαϊκών κριτηρίων από τα μέλη της
- Η επικοινωνία και συνεργασία με τον Ευρωπαϊκό Συντονιστή

Ο Περιφερειακός Συντονιστής είναι υπεύθυνος για:

- Την άσκηση των δραστηριοτήτων του περιφερειακού δικτύου
- Την ομαλή ένταξη νέων επιχειρήσεων στο δίκτυο
- Την εκπροσώπηση την Περιφερειακής Δομής προς τα μέλη και την κοινωνία

Γ) Τα μέλη του Δικτύου

Τα καθήκοντα των επιχειρήσεων-μελών είναι τα εξής:

- Να είναι «πρεσβευτές» των τροφίμων της περιφέρειάς τους
- Να χρησιμοποιούν τα περιφερειακά προϊόντα
- Να διαθέτουν γνώση της γαστρονομικής κληρονομιάς
- Να προβάλλουν το λογότυπο στην επικοινωνίας τους

3.3 Η μεσογειακή διατροφή ως άυλη πολιτιστική κληρονομία

Το Νοέμβριο του 2010 μετά από πρωτοβουλία των χωρών Ισπανίας, Μαρόκου, Ιταλίας και Ελλάδας η μεσογειακή διατροφή εντάσσεται στον Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO.

Οι μεσογειακές κοινωνίες και πολιτισμοί έχουν διαμορφώσει ένα κοινό διατροφικό πολιτισμό με κοινά χαρακτηριστικά. Η γνώση της αξίας των άγριων χορταρικών και των βοτάνων, ο γευστικός πλούτος που προσφέρουν, οι θεραπευτικές τους ιδιότητες, οι μέθοδοι μαγειρέματος, η συντήρηση των τροφίμων, η διατήρηση των τοπικών ποικιλιών και πολλά άλλα στοιχεία συνιστούν ένα οργανικό πολιτιστικό σύνολο, που διαμορφώνει μια πολύτιμη κληρονομία (Καλπίδης, 2014).

Κάθε κράτος υπέδειξε μια περιοχή στην οποία η μεσογειακή κληρονομία είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι κοινότητες αυτές ήταν οι: α) Σορία (Ισπανία), β) Σιλέντο (Ιταλία), γ) Σεφσάουεν, (Μαρόκο), δ) η Κορώνη, (Ελλάδα). Η περιοχή της Κορώνης επιλέχθηκε καθώς αποτελούν σημερινή εμπειρία μέχρι και σήμερα οι παραδοσιακές αξίες και οι πρακτικές της μεσογειακής διατροφής.

Όσο αναφορά στα υλικά στοιχεία τα οποία χρησιμοποιούνται περισσότερο είναι: το ελαιόλαδο, τα δημητριακά, τα φρέσκα και τα ξερά φρούτα και τα λαχανικά. Πέρα από τρόφιμα η μεσογειακή διατροφή προωθεί την κοινωνική αλληλεπίδραση, τα κοινά γεύματα, τα οποία αποτελούν την πηγή των κοινωνικών εθίμων και των διαφόρων εορταστικών εκδηλώσεων, γνωμικών, ιστοριών και θρύλων.

Η αρμόδια επιτροπή της UNESCO θεώρησε ότι η μεσογειακή διατροφή πληροί τα κριτήρια έτσι ώστε να προστεθεί στο Κατάλογο Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας βασιζόμενη στα ακόλουθα.

Η μεσογειακή διατροφή αποτελεί:

- ένα σύνολο από παραδοσιακές πρακτικές, γνώσεις και δεξιότητες οι οποίες έχουν περάσει από γενιά σε γενιά

- μέσο προώθησης και προβολής της ποικιλομορφίας της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς και του διαπολιτισμικού διαλόγου σε περιφερειακό και διεθνές επίπεδο
- μέσο προστασίας του πολιτισμού κάθε χώρας, σε συνδυασμό με τη λήψη μέτρων με σκοπό τη διασφάλιση της μετάδοσης της στις νεότερες γενιές
- αποτέλεσμα συνεργασίας των αρμόδιων φορέων των τεσσάρων κρατών (Ισπανία, Ιταλία, Μαρόκο, Ελλάδα) και την ενεργό συμμετοχή και τη συγκατάθεση των κοινοτήτων.

3.4 Πρωτοβουλίες που συνδέουν τον πολιτισμό με παραδοσιακά προϊόντα διατροφής

3.4.1 Δρόμοι της Ελιάς

Οι Δρόμοι της Ελιάς είναι ένα μη κερδοσκοπικό πολιτιστικό ίδρυμα το οποίο συστάθηκε από το Επιμελητήριο Μεσσηνίας σε συνεργασία και με άλλους φορείς το 1999, με σκοπό την ενίσχυση της βιώσιμης ανάπτυξης στις ελαιοπαραγωγικές περιοχές. Οι Δρόμοι της Ελιάς με διαδρομές σε είκοσι δύο μεσογειακές και ευρωπαϊκές ελαιοπαραγωγικές χώρες αποτελεί ένα οδοιπορικό με βάση τον πολιτισμό. Οι είκοσι δύο χώρες που λαμβάνουν μέρος είναι οι Ελλάδα, Κύπρος, Ισπανία, Πορτογαλία, Γαλλία, Ιταλία, Μάλτα, Κροατία, Σλοβενία, Βοσνία-Ερζεγοβίνη, Σερβία, Μαυροβούνιο, Αλβανία, Τουρκία, Συρία, Λίβανο, Ιορδανία, Αίγυπτος, Λιβύη, Τυνησία, Αλγερία και Μαρόκο.

Η διαδρομή ξεκίνησε να λαμβάνει αναγνώριση το 2003 όταν ανακηρύχθηκε από την UNESCO η δεύτερη Πολιτιστική διαδρομή στον κόσμο. Η αναγνώριση συνεχίστηκε από το Συμβούλιο της Ευρώπης το 2005 ως Μεγάλη Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Διαδρομή. Τέλος, από το 2010 αποτελεί μέρος του συμφώνου που υπογράφηκε μεταξύ Ευρωπαϊκής Ένωσης και το Συμβουλίου της Ευρώπης για τις πολιτιστικές διαδρομές.

Ο κύριος σκοπός αυτού του μη κερδοσκοπικού πολιτιστικού ιδρύματος είναι η διατήρηση και η ενίσχυση της βιώσιμης ανάπτυξης σε περιοχές που κατέχουν μακροχρόνια σχέση με την ελιά. Επίσης, σημαντική είναι και η συμβολή που προσφέρεται μέσω του προγράμματος για την προώθηση του πολιτισμού με επίκεντρο την ελιά και τα προϊόντα της καθώς επίσης και η προβολή της αξίας των ελαιοκομικών προϊόντων μέσω πολιτιστικών εκδηλώσεων.

Επιπλέον στόχοι είναι:

- η ανάπτυξη του πολιτισμού της ελιάς και η δημιουργία πλαισίου συνεργασίας μεταξύ του πολιτισμού, του τουρισμού και της αειφόρου ανάπτυξης προς όφελος των τοπικών κοινωνιών

- η καταγραφή της κληρονομιάς της ελιάς σε όλες τις ελαιοπαραγωγικές περιοχές της Μεσογείου, παράλληλα με την ανάδειξη και την αξιοποίηση της με πολιτιστικές δράσεις
- η δημιουργία πλαισίου που θα γεφυρώσει στις χώρες της Μεσογείου με αφετηρία την ελιά, ως σύμβολο ειρήνης, φιλίας και ευημερίας
- η ενθάρρυνση του διαπολιτισμικού διαλόγου, των επιχειρηματικών συνεργασιών και της ανταλλαγής τεχνογνωσίας (Καλπίδης, 2014)

Όσο αφορά τη λειτουργία του ιδρύματος σε κάθε χώρα έχει σχηματιστεί μια επιτροπή με εκπροσώπους φορέων και έναν υπεύθυνο συντονιστή καθώς στο πρόγραμμα συνεργάζονται από πολλές μεσογειακές χώρες διαφορετικοί τομείς, όπως επιστημονικές ομάδες, επιμελητήρια, πανεπιστήμια κ.ά. Επιπλέον, σημαντικό ρόλο έχει και η *Επιστημονική Επιτροπή*, η οποία συμβάλλει στη δημιουργία βάσης δεδομένων και τεχνογνωσίας, και αποτελείται από ειδικευμένους επιστήμονες της αρχαιολογίας, της εθνολογίας κλπ.

Συνεργασίες αναπτύχθηκαν με αρκετά πολιτιστικά ιδρύματα της μεσογείου τα οποία δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Μεσογείου, όπως το δίκτυο Anna Lindh, το Ευρω-Μεσογειακό Ίδρυμα για τον Διαπολιτισμικό Διάλογο. Αξίζει να σημειωθεί ότι υποστήριξη λαμβάνεται και από διεθνώς αναγνωρισμένους οργανισμούς, όπως το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιόλαδου, τη Συνομοσπονδία Ελαιοπαραγωγών Πόλεων της Μεσογείου (FEMO), Πανεπιστήμια, μουσεία ελιάς και ΜΚΟ στην Ελλάδα και σε άλλες ελαιοπαραγωγικές χώρες.

3.4.2 Ελληνικό Μουσείο Γαστρονομίας

Το Μουσείο Ελληνικής Γαστρονομίας αποτελεί μια καινοτόμο ιδιωτική πρωτοβουλία η οποία ανήκει σε μια ομάδα νέων ανθρώπων προερχόμενοι από διαφορετικά γνωστικά πεδία. Η ιδέα αυτή ξεκίνησε το 2013 και από τότε στεγάζεται σε ένα νεοκλασικό κτήριο στο κέντρο της Αθήνας. Η επιλογή της τοποθεσίας έγινε λόγω της άμεσης πρόσβασης που διαθέτει στην αγορά, η οποία αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα σημεία γαστρονομικού ενδιαφέροντος της πόλης.

Κινητήριος δύναμη για τη δημιουργία του Μουσείου είναι η ανάδειξη της ελληνικής Ιστορίας και του Πολιτισμού μέσω της ιστορικής εξέλιξης και της πολιτισμικής αξίας της γαστρονομίας. Στόχοι αποτελούν:

- η προβολή των τόπων, των ιδιαίτερων στοιχείων της φύσης και των ανθρώπων, μέσα από τα τοπικά εδέσματα, τις παραδοσιακές και τις διατροφικές συνήθειες
- η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας για τους επισκέπτες, οι οποίοι παρακολουθούν την πορεία του ελληνικού τροφίμου από την

παραγωγή, στην αγορά, την κουζίνα, και τέλος στο τραπέζι, ενώ συμμετέχουν και δοκιμάζουν διάφορα παραδοσιακά εδέσματα

- Εκπαίδευση πάνω σε ζητήματα διατροφής, υγείας και ευζωίας για παιδιά και ενήλικους με βιωματικό τρόπο

Κεφάλαιο 4^ο

4. Το «Ελληνικό Πρωινό»

4.1 Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος σύμφωνα με τον Α.Ν της 12^{ης} Ιουνίου 1935 συστάθηκε ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου το 1935 με την ονομασία «Οργανισμός Πανελλήνιος Ένωσις Τουριστικών Ξενοδοχείων». Στη συνέχεια μετονομάστηκε με το άρθρο 19 του Α.Ν της 16^{ης} Νοεμβρίου 1935 σε «Επαγγελματικόν Επιμελητήριον Τουριστικών Ξενοδοχείων», έπειτα με το άρθρο 1 Ν.Δ 566/1941 μετονομάστηκε ξανά ως «Επιμελητήριον Τουριστικών Ξενοδοχείων της Ελλάδος». Τέλος, με το άρθρο 1 του Β.Δ 17/30.11.1946 έλαβε τη σημερινή επωνυμία « Ξενοδοχειακόν Επιμελητήριον της Ελλάδος, όπου σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 1 του Β.Δ της 13/29.04.1955 ορίστηκε ότι « όλα τα ξενοδοχεία ύπνου και φαγητού και τα οικοτροφεία που λειτουργούν στη χώρα ύστερα από νόμιμη άδεια, ακόμα και τα ξενοδοχεία Δ και Ε τάξης, δηλαδή τα μη τουριστικά, είναι υποχρεωτικά μέλη του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος» (Μυλωνόπουλος, 2011:111-113).

Με το Προεδρικό Διάταγμα του 89 του 1988 «Οργανισμός Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος» καθορίστηκαν οι αρμοδιότητες, η διάρθρωση των θέσεων, οι θέσεις εργασίας κ.ά. (Μυλωνόπουλος, 2011:114).

Πιο συγκεκριμένα, βασικές λειτουργικές διαδικασίες οι οποίες περιλαμβάνονται στο αντικείμενο δραστηριότητας του ΞΕΕ είναι οι:

- προεγγραφή σε υποψήφιο ξενοδόχο
- η έγκριση επωνυμίας ξενοδοχείου
- εγγραφή νέου μέλους, είσπραξη εισφορών από τα μέλη
- έκδοση βεβαιώσεων προς τα μέλη
- έκδοση διαπιστωτικής πράξης για χορήγηση σύνταξης από αρμόδιο ασφαλιστικό φορέα
- έλεγχος τιμών ξενοδοχείων και camping
- οδηγός ξενοδοχείων και camping όλης της χώρας

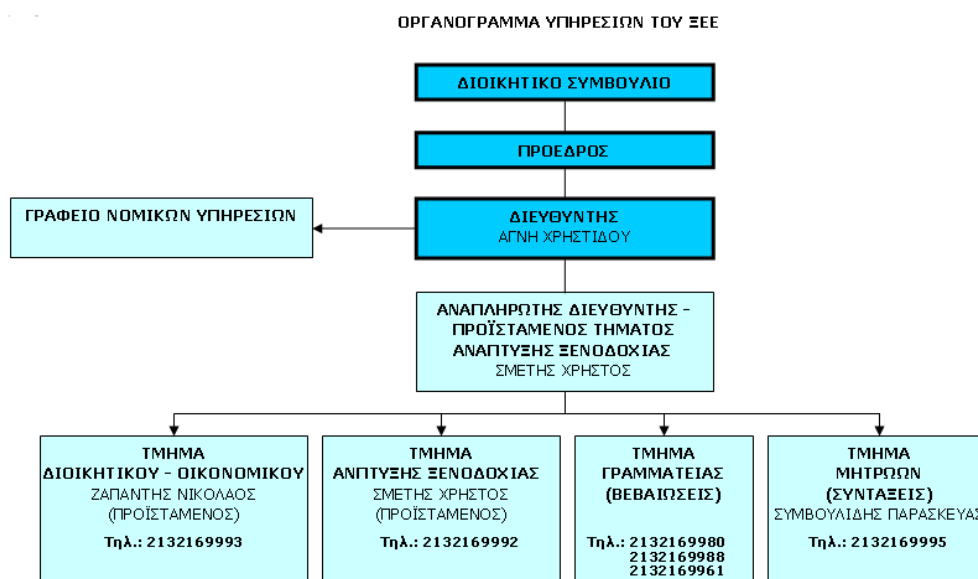
Βασικούς στόχους του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος αποτελούν:

- η μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας
- η συμβουλευτική στήριξη όλων των μελών του σε θέματα οικονομικά, νομικά και εργασιακά
- η εκπόνηση μελετών
- η παροχή στατιστικών στοιχείων του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας
- η έκδοση ενημερωτικών δελτίων
- εμπειριστατωμένη πληροφόρηση του καταναλωτή των στοιχείων και των υπηρεσιών ξενοδοχειακών μονάδων και των camping
- η συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις

- η διοργάνωση συνεδριών ξενοδοχειακού ενδιαφέροντος
- η συνεργασία του ξενοδοχειακού κλάδου με τους άλλους τομείς της Ελληνικής οικονομίας

Η διοίκηση του ΞΕΕ αποτελείται από ένα Διοικητικό Συμβούλιο στο οποίο προϊστάται ο Πρόεδρος και φέρει συμμετοχή αντιπροσώπων των ξενοδοχείων και των οργανωμένων κατασκηνώσεων (camping) όλης της χώρας. Επίσης, λειτουργούν υπό το πρόεδρο τρεις Αντιπρόεδροι και ένας οικονομικός επόπτης.

Οργανόγραμμα ΞΕΕ



4.2 Το Πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό»

4.2.1 Η φιλοσοφία του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό»

Το Ελληνικό Πρωινό αποτελεί μια καινοτόμο πρωτοβουλία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος με σκοπό την σύνδεση και την άμεση αξιοποίηση του πολιτισμικού και γαστρονομικού πλούτου της Ελλάδας μέσω της ελληνική ξενοδοχείας.

Το πρόγραμμα ξεκίνησε να σχεδιάζεται και υλοποιείται από το 2010 με κύριο σκοπό τον εμπλουτισμό του «πρωινού» το οποίο προσφέρεται στα ελληνικά ξενοδοχεία με προϊόντα της Ελληνικής γης καθώς και παραδοσιακά τοπικά εδέσματα.

Βασικός στόχος του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό» είναι η δυνατότητα που δίνεται στους επισκέπτες των ελληνικών ξενοδοχείων να γνωρίσουν την γαστρονομία της χώρας και μέσω του πρωινού μας να γευτούν ελληνικά προϊόντα και εδέσματα τα οποία

αποτελούν μέρος της Μεσογειακής διατροφής. Η βάση του ελληνικού πρωινού είναι τα κύρια προϊόντα της Μεσογειακής διατροφής, όπως ο άρτος, τα παξιμάδια, το ελαιόλαδο, οι ελιές, το γιαούρτι, το μέλι, τα τυροκομικά, τα αλλαντικά, τα φρέσκα λαχανικά, τα όσπρια, οι πίτες, τα γλυκά και τα φρέσκα φρούτα. Κάθε περιοχή της Ελλάδας αναλόγως με τις κλιματολογικές συνθήκες, την εδαφολογική σύσταση, τα παραγόμενα προϊόντα, τις πολιτισμικές σχέσεις και ανταλλαγές φανερώνει ιδιαίτερο γαστρονομικό πολιτισμό και τοπικές κουζίνες (Κρητική κουζίνα, κ.ά.). Αυτού του είδους την γαστρονομική πολυμορφία θέλει να προωθήσει το «Ελληνικό Πρωινό» με απώτερο σκοπό την διαμόρφωση της πολιτισμικής ταυτότητας και της τουριστικής φυσιογνωμίας κάθε τόπου.

Επιθυμία του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό» είναι η γνωριμία των παραγωγών με τους καταναλωτές, τους τρόπους παραγωγής και την ανάδειξη του τόπου και του συνάμα του φυσικού περιβάλλοντος της παραγόμενης περιοχής.

4.2.2 Το λογότυπο του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό»

Στο σήμα του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό» χρησιμοποιήθηκε η γραμμική αποτύπωση από ένα κλαδί ελιάς και ένα στάχυ. Η μορφή του κλαδιού της ελιάς μοιάζει με κουτάλι ενώ του σταχυού στο τελείωμα του με πιρούνι. Το μπλε χρώμα που επιλέχθηκε για το λογότυπο υποδηλώνει την ελληνική προέλευση και το περίγραμμα έχει σχήμα σφραγίδας, το οποίο υποδηλώνει το οριστικό.



Το στάχυ και η ελιά επιλέχθηκαν καθώς ο άρτος και το ελαιόλαδο είναι τα δύο βασικά υλικά της ελληνικής γης από το παρελθόν και αποτελούν μέχρι και σήμερα το διατροφικό μας θεμέλιο.

Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του προγράμματος κατά την εξέλιξη του προγράμματος κρίθηκε απαραίτητη η σύζευξη των σημάτων του «Ελληνικού Πρωινού» με τον φορέα του, δηλ. το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, και η μορφή του οριστικοποιήθηκε ως εξής:



Το σχεδιασμό του λογότυπου επιμελήθηκαν οι κες Βούλα Χανιώτη και Φρατζέσκα Χανιώτη από την εταιρία H2Concept Mykonos Graphic Designers (<http://www.h2concept.gr/>).

4.3 Τοπικό σύμφωνο «Ελληνικού Πρωινού»

Ένα βασικό εργαλείο για τη λειτουργία και την εξέλιξη του προγράμματος είναι το Τοπικό Σύμφωνο Ελληνικού Πρωινού (ΤΣΕΠ). Βασικός στόχος του Τοπικού Συμφωνου Ελληνικού Πρωινού είναι η σύνδεση των αγαθών, των υπηρεσιών, των ανθρώπων και τους πρεσβευτές όλων αυτών κάθε τύπου. Για τη λειτουργία του ΤΣΕΠ απαραίτητη είναι η συνεργασία των συμμετεχόντων τοπικών φορέων (αγρότες, βιοτέχνες, μάγειροι, ξενοδόχοι, παραγωγοί, δημοσιογράφοι, τοπική αυτοδιοίκηση, εμπορικά επιμελητήρια) με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και τις τοπικές ενώσεις ξενοδόχων.

Η τοπική ένωση ξενοδόχων κάθε περιοχής έχει την υποχρέωση να συγκαλέσει περιφερειακή συνάντηση με σκοπό την παρουσίαση του προτεινόμενου γαστρονομικού χαρτοφυλακίου κάθε περιοχής.

Ο κύριος στόχος είναι η προβολή του γαστρονομικού χαρτοφυλακίου από τους «πρεσβευτές» του κάθε τύπου, δηλαδή:

- τα προϊόντα **ΠΟΠ** (προστατευμένης ονομασίας προέλευσης και **ΠΓΕ** (προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης)
- οι ξενοδόχοι που θα ενταχθούν στο πρόγραμμα
- οι μάγειροι που θα υλοποιήσουν δημιουργικές τοπικές συνταγές
- οι ερευνητές, οι μελετητές και οι συγγραφείς γαστρονομικών εκδόσεων και οι τοπικές λέσχες γαστρονομίας, που θα διαμορφώσουν το περιεχόμενο αλλά και το «μύθο» κάθε χαρτοφυλακίου
- οι τοπικοί παραγωγοί και βιοτέχνες
- η τοπική αυτοδιοίκηση και οι φορείς των σχετικών οργανισμών

Κάθε ΤΣΕΠ αποτελείται από διάφορα τμήματα, όπως:

- γαστρονομικός πολιτισμός
- μύθος/σύνθημα
- προϊόντα
- φαγητά

- συνταγές
- παραγωγοί
- βιβλιογραφία
- τοπικά σύμφωνα
- δράσεις
- φεστιβάλ γαστρονομίας
- προτάσεις τοπικού πρωινού (Καλπίδης, 2014)

4.4 Η ιστοσελίδα του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό»

Για την οργάνωση και τη προβολή όλων των πληροφοριών του προγράμματος, τις δράσεις, τις συμμετοχές, τα μέλη δημιουργήθηκε μια διαδραστική ιστοσελίδα με διεύθυνση διαδικτύου <http://www.greekbreakfast.gr/el/> .

Το μενού της ιστοσελίδας περιλαμβάνει τα εξής θέματα, τα οποία ενημερώνονται σχεδόν καθημερινά:

Αρχική

Στην αρχική σελίδα υπάρχουν γενικές πληροφορίες για το πρόγραμμα, τα τελευταία νέα και εναλλασσόμενες φωτογραφίες είτε από ελληνικά υλικά είτε από άλλα προϊόντα.

Πρόγραμμα

Στο πεδίο «Πρόγραμμα» δίνονται πληροφορίες για τη φιλοσοφία του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό», τους βασικούς στόχους, το σήμα, τον απολογισμό του προγράμματος, τα προϊόντα και τα εδέσματα.

Ξενοδοχεία

Δίνεται η επιλογή προβολής των ενταγμένων ξενοδοχείων “ανά περιοχή”, στο “χάρτη” της Ελλάδος και “αναζήτηση”, η οποία παρέχει προηγμένη αναζήτηση ενός ξενοδοχείου με το όνομα ή λέξεις κλειδιά, τη περιοχή και τα αστέρια.

Πρότυπα Πρωινά

Παρουσιάζονται τα Πρότυπα Πρωινά με βάση τη περιοχή μέσω του χάρτη της Ελλάδας και χωρισμένα ανά περιοχή.

Γαστρονομία

Στο πεδίο της Γαστρονομίας αναφέρονται πληροφορίες για την τοπική γαστρονομία και την ιστορία για τα σημαντικότερα προϊόντα της ελληνικής γης, συνταγές τοπικών εδεσμάτων καθώς επίσης αναφέρονται σχετικοί προμηθευτές και παραγωγοί.

Προμηθευτές

Εδώ παρουσιάζονται οι ενταγμένοι προμηθευτές στο πρόγραμμα με βάση τη περιοχή και το αντικείμενο ενώ ένας ακόμα χάρτης της Ελλάδας μας δείχνει τις τοποθεσίες των προμηθευτών αυτών

Τα νέα μας

Στο τελευταίο θέμα του Μενού «Τα νέα μας» μπορεί κανείς να μάθει περισσότερες πληροφορίες για τη δράση του προγράμματος σε εκδηλώσεις, εκθέσεις καθώς και διάφορες δημοσιεύσεις για το πρόγραμμα από άλλους φορείς κ.ά.

4.5 Η πορεία του Προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό»

Όπως προαναφέραμε το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος είχε ξεκινήσει τη μεθοδική υλοποίηση του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό» από το 2010 και συνεχίζει έως και σήμερα. Πιο συγκεκριμένα:

Το 2011 :

- ολοκληρώνεται η μελέτη για τη φιλοσοφία, το περιεχόμενο και την στρατηγική ανάπτυξη του «Ελληνικού Πρωινού»
- ξεκινά η καταγραφή υλικού και άυλου γαστρονομικού πολιτισμού της χώρας με σκοπό τη δημιουργία χαρτοφυλακίων των περιοχών της χώρας
- δημιουργείται το λογότυπο του «Ελληνικού Πρωινού» και ακολουθεί η διανομή του πρώτου ενημερωτικού εγχειριδίου στα ξενοδοχεία της Ελλάδας
- σημειώνονται οι πρώτες συμμετοχές σε εθνικές εκθέσεις με σκοπό την προβολή του προγράμματος στην Ελληνική κοινωνία και στον Τουριστικό τομέα μέσω των ΜΜΕ

Κατά το έτος 2012:

- δημιουργούνται τα πρώτα 7 πρότυπα Ελληνικού Πρωινού σε Κω, Ρόδο, Νάξο, Χαλκιδική, Σαντορίνη, Βόλος-Πήλιο, Λέσβος.
- εντάσσονται τα πρώτα 62 ξενοδοχεία
- δημιουργείται η ιστοσελίδα www.greekbreakfast.gr , η οποία αποτελεί την επίσημη πηγή του προγράμματος καθώς εμφανίζονται τα πρότυπα Ελληνικού Πρωινού, τα εντασσόμενα ξενοδοχεία, οι δράσεις και οι δημοσιεύσεις στα ΜΜΕ

Το 2013:

- δημιουργούνται πρότυπα Ελληνικού Πρωινού σε Θράκη, Ανατολική Μακεδονία, Δυτική Μακεδονία, Κρήτη, Κέρκυρα και Εύβοια
- συνεχίζονται οι συμμετοχές σε συνέδρια, εκθέσεις με σκοπό την όλο και μεγαλύτερη προβολή του προγράμματος σε εθνικό επίπεδο
- το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος με το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό» αποδίδει τιμητική διάκριση στα 100 πρώτα ξενοδοχεία που απέκτησαν το σήμα Ελληνικό Πρωινό
- τα ενταγμένα ξενοδοχεία έφθασαν τα **251**

Το 2014 σημειώνεται:

- η δημιουργία 8 νέων προτύπων Ελληνικού Πρωινού σε Ήπειρο, Ζάκυνθο, Λευκάδα, Χίο, Μύκονο, Πελοπόννησο, Κεντρική Μακεδονία κλπ.
- μέχρι το τέλος του χρόνου προβλέπεται ο αριθμός των ενταγμένων ξενοδοχείων να ξεπεράσει τα **450**
- αναπτύσσεται η εξωστρεφής δράση του προγράμματος με απώτερο σκοπό την ενημέρωση της διεθνούς τουριστικής αγοράς μέσω της συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις, συνέδρια και συνεργασίες με ιστοσελίδες διεθνούς ενημέρωσης

Τα στοιχεία που υπάρχουν μέχρι στιγμής για το 2015 είναι θετικά εν μέσω όλων των πολιτικό-οικονομικών δυσκολιών που έπληξαν τη χώρα μας ειδικότερα τη καλοκαιρινή περίοδο. Πιο συγκεκριμένα:

- συνεχής συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια
- ο αριθμός των ενταγμένων ξενοδοχείων το πρώτο εξάμηνο το χρόνου ανέρχεται στα **520**

4.6 Προϊόντα και Εδέσματα του «Ελληνικού Πρωινού»

Στη συνέχεια παρατίθενται τα προϊόντα και τα εδέσματα του «Ελληνικό Πρωινού» όπως σχολιάζονται στην επίσης ιστοσελίδα του προγράμματος.

4.6.1 Άρτος και αρτοσκευάσματα

Η ιστορία του σιταριού και του ψωμιού ξεκινά από την αρχαία Ελλάδα καθώς συναντάμε σε αρχαία κείμενα προσφορές άρτων των Ελλήνων σε θεούς, όπως η Δήμητρα η οποία ήταν και η θεά των δημητριακών και της γεωργίας, αλλά και σε άλλους.

Στις μέρες μας πλέον, στην Ελλάδα παρασκευάζονται εξαιρετικά είδη ψωμιών από σιτάρι ή κριθάρι, τα οποία μπορεί να διαφέρουν μεταξύ τους λόγω των τοπικών συνταγών όπου αναλόγως εμπλουτίζονται είτε με τοπικούς καρπούς και μετατρέπονται σε λιόψωμο, σταφιδόψωμο και πατατόψωμο.

Το κουλούρι Θεσσαλονίκης, επίσης, αποτελεί είδος άρτου παρασκευασμένο από σιτάρι αλάτι και ελάχιστη ποσότητα ελαιόλαδου με κυκλικό σχήμα και σουσάμι εξωτερικά.

Τα παξιμάδια είναι διπλοφουρνιστό σκληρό ψωμί τεμαχισμένο σε φέτες. Τα παξιμάδια αποτελούν τροφή μεγάλης διάρκειας, εξαιρετικής θρεπτικής γεύσης και υγιεινή τροφή για το άτομο. Ο Κρητικός «ντάκος» είναι μια κουλούρα η οποία κόβεται οριζόντια στη μέση και διπλοφουρνίζεται ξεχωριστά για να γίνει παξιμάδι. Η κρητικός «ντάκος» είναι εξαιρετικά δημοφιλές είδος παξιμαδιού λόγω της ομώνυμης σαλάτας από ντομάτα, ελιά και φέτα. Σε άλλα νησιά, για την παρασκευή της ζύμης του παξιμαδιού χρησιμοποιούν λάδι, όπως στη Λέσβο και τα Κύθηρα, ή διάφορα αρωματικά όπως κύμινο (Κρήτη-Κάρπαθος), γλυκάνισο, π.χ. Λέσβος, μαστίχα σε Χίο και Λήμνο, ακόμα και κρόκο σε Ανάφη και άλλα Κυκλαδίτικα νησιά.

Στη περίπτωση όπου τα παξιμάδια είναι συνοδευτικά του τσαγιού ή του καφέ έχουν μικρότερο μέγεθος και είναι μέρος της κατηγορίας των κερασμάτων και κατά τη παρασκευή τους χρησιμοποιούνται γλυκαντικές ουσίες όπως: ζάχαρη, πετιμέζι, χαρουπόμελο.

4.6.2 Τυροκομικά – Γιαούρτι – Αλλαντικά

Από την αρχαιότητα έχουμε τις πρώτες αναφορές για τα τυροκομικά σε αρχαία κείμενα αλλά ακόμα και από τη μυθολογία λεγόταν ότι ο Αρισταίος -γιός του Απόλλωνα- δίδαξε στους Έλληνες τη τυροκομία καθώς αναφορές υπάρχουν και στην Οδύσσεια του Ομήρου σχετικά με την τυροκομική τέχνη που Κύκλωπα Πολύφημου.

Στην νεότερη Ελλάδα, εκτός από την ευρέως γνωστή παρασκευή της φέτας, παρασκευάζονται πολλά άλλα είδη τυριών όπως η γραβιέρα, το κασέρι, η μυζήθρα, το μανούρι, το γαλοτύρι και το κεφαλοτύρι ενώ σε μικρότερες ποσότητες βρίσκονται η κοπανιστή Μυκόνου, το καρασοτύρι της Κω ή το λαδοτύρι της Μυτιλήνης.

Το γιαούρτι το οποίο αποτελεί τροφή πλούσια σε θρεπτικά συστατικά υπήρχε στο διατροφή των Ελλήνων από την αρχαιότητα. Παραδοσιακά το γιαούρτι παρασκευάζονταν από πρόβειο γάλα ή μίγμα με γιδινό. Το αγελαδινό γιαούρτι, και ιδιαίτερα το στραγγιστό, είναι μια πρόσφατη ανακάλυψη αλλά ευρύτερα γνωστή σε όλο τον κόσμο για την ποιότητα του, την πυκνότητα του και την νόστιμη ξινή γεύση του.

Η τέχνη των αλλαντικών ξενικά από την αρχαιότητα καθώς οι Έλληνες ήταν μεγάλοι λάτρεις των εντοσθίων με αποτέλεσμα την ανάπτυξη ιδιαίτερων τεχνικών σχετικά με το γέμισμα των λουκάνικων πράγμα το οποίο μπορεί κανείς να διαβάσει στα δεκάδες αποσπάσματα από την αρχαιοελληνική γαστρονομική μας γραμματεία. Στις μέρες μας πια, κάθε τόπος έχει τα αλλαντικά του με τα πιο δημοφιλή να είναι το σύγκλινο Μάνης, το απάκι της Κρήτης, η λούζα Μυκόνου, το νούμπουλο της Κέρκυρας, ο παστρουμάς Θράκης, το σαλάμι Λευκάδας, ο καβουρμάς της Θράκης και τα λουκάνικα Πηλίου.

4.6.3 Ελιά και λάδι

Η ελιά είναι το ιερότερο δέντρο του τόπου μας θεμελιωμένο από την αρχαιότητα και συνδέεται άμεσα με την κουλτούρα και τη διατροφή μας. Το κλαδί της ελιάς συνέδεε στην αρχαιότητα τη διατροφή, τη θρησκεία και τη τέχνη ενώ χρησιμοποιούνταν και ως σύμβολο ειρήνης, σοφίας και νίκης, γι αυτό άλλωστε οι νικητές των Ολυμπιακών αγώνων έπαιρναν ως έπαθλο της νίκης τους ένα κλαδί αγριελιάς.

Ο Ιπποκράτης ήταν αυτός ο οποίος μίλησε για τις ευεργετικές ιδιότητες του ελαιόλαδου και το συνιστούσε ως θεραπεία για να γιατρέψει έλκη, μυϊκούς πόνους και άλλες ασθένειες.

Στην ελληνική κουζίνα το ελαιόλαδο χρησιμοποιείται ωμό σε σαλάτες, στο τηγάνισμα και στο μαγείρεμα. Το ελληνικό λάδι ιδιαίτερα εκείνο της Κρήτης, της Μεσσηνίας, της Χαλκιδικής, της Λέσβου έχει μοναδική γεύση και άρωμα γι αυτό και είναι ανάρπαστο στις διεθνείς αλλά και τις εγχώριες αγορές. Άλλες ποικιλίες ελαιόδεντρων στην Ελλάδα οι οποίες παράγουν εξαιρετικές επιτραπέζιες ελιές βρίσκονται στη Χαλκιδική, τη Καλαμάτα, την Ηγουμενίτσα, τη Θρούμπα, τη Θάσο, το Αγρίνιο, το Πήλιο, το Παραμυθία και τη Μυτιλήνη.

4.6.4 Οι πίτες

Οι πίτες είναι το σήμα κατατεθέν της ελληνικής παραδοσιακής μαγειρικής. Η πίτα παρασκευάζεται με απλά υλικά, όπως το αλεύρι, το νερό και το αλάτι, σε ένα ταψί και στο φούρνο. Από περιοχή σε περιοχή η γέμιση της πίτας ποικίλει κυρίως λόγω των τοπικών

προϊόντων, τις τοπικές συνήθειες. Οι πιο συνηθισμένες είναι οι τυρόπιτες, οι κρεατόπιτες, οι σπανακόπιτες, οι χορτόπιτες (με ποικιλία άγριων χόρτων), οι λαχανόπιτες (με ποικιλία λαχανικών) και άλλες με γέμισης κρεατικών, αλλαντικών, ρυζιού, τραχανά και διαφόρων ζαρζαβατικών.

Η πιο φημισμένη και πλέον καταναλώσιμη πίτα στην Ελλάδα είναι η τυρόπιτα, η οποία κυρίως φτιάχνεται με φέτα, με άλλα άσπρα τυριά όπως ξινομυζήθρα, ανθότυρο, τουλουμοτύρι, μανούρι, αλλά και κασέρι, κεφαλοτύρι και γραβιέρα.

Στην Ελλάδα υπάρχουν αμέτρητα είδη πίτας και πολλές περιοχές φημίζονται για τη πίτα τους. Οι πίτες διαφοροποιούνται σε αρτύσιμες και νηστίσιμες, ανάλογα με το φύλλο που χρησιμοποιούν (χοντρό ή πολλά λεπτά), το σχήμα (στρογγυλές, τετράγωνες, σχήμα σπείρας), μέγεθος (μεγάλες σε: Ήπειρο, Θεσσαλία, Μακεδονία και μικρές στα νησιά του Αιγαίου), τη γεύση της γέμισης (αλμυρή ή γλυκιά) και φυσικά τον τρόπο παρασκευής (ψήσιμο στο φούρνο, σε πυρωμένη πλάκα ή τηγάνισμα σε ελαιόλαδο).

4.6.5 Γλυκά

Τα παραδοσιακά ελληνικά γλυκά χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- τα γλυκά του κουταλιού
- τα γλυκά ταψιού

Γλυκά κουταλιού συναντάμε σε κάθε γωνιά της Ελλάδας, γλυκά σαν μέλι από τα πιο κλασσικά μέχρι τα πιο περίεργα. Τα γλυκά του κουταλιού δημιουργήθηκαν πριν από πολλά χρόνια λόγω της ανάγκης των νοικοκυρών να συντηρήσουν τα περισσευούμενα φρούτα τις σοδιάς τους μέσα σε σιρόπι μετά το βράσιμο τους. Τα πιο χαρακτηριστικά είναι το πορτοκάλι, το μανταρίνι, το βύσσινο, το περγαμόντο, το νεράντζι, το μήλο, το κυδώνι, το σταφύλι, το κεράσι, το σύκο, το κάστανο και το φιστίκι. Την ονομασία τους την πήραν από τον τρόπο σερβιρίσματος, δηλαδή τα σέρβιραν και τα σερβίρουν ακόμα σε μικρά πιατάκια κεράσματος με ένα μικρό κουταλάκι.

Τα γλυκά ταψιού αν και ευρέως θεωρούνται ελληνικά τόσο η ονομασία τους (μπακλαβάς, κανταΐφι, γαλακτομπούρεκο) όσο και η ιστορία τους παραπέμπει σε τόπους το Αραβικού κόσμου και ιδιαίτερα στο Λίβανο, τη Συρία και την Αίγυπτο. Τα γλυκά ταψιού παρασκευάζονται από καβουρδισμένους ξηρούς καρπούς, τραγανό φύλλο και μεγάλη ποσότητα σιροπιού, γι αυτό αποκαλούνται αλλιώς *σιροπιαστά*.

4.6.6 Μέλι – φρούτα – ξηροί καρποί

Το μέλι είναι από την Αρχαία Ελλάδα ακόμα ήταν από τα πιο υγιεινά τρόφιμα της ελληνικής διατροφής βρίσκονταν σε ιδιαίτερα υψηλή εκτίμηση, όπως και όλα τα προϊόντα της μέλισσας, καθώς το μέλι ήταν το ποτό και η τροφή των θεών ή αλλιώς νέκταρ και αμβροσία. Το ελληνικό μέλι είναι πλέον παγκοσμίως γνωστό γιατί υπερέχει σε οργανοληπτικά συστατικά από τα μέλια άλλως χωρών λόγω της υψηλής ηλιοφάνειας του εδάφους και της πλούσιας χλωρίδας της χώρας με ποικιλίες ανθέων, βοτάνων και δέντρων.

Το ήπιο κλίμα της χώρας μας ευνοεί σχεδόν όλων των δέντρων την ανάπτυξη όλες τις εποχές του χρόνου. Τα κυριότερα φρούτα είναι τα εσπεριδοειδή, τα αχλάδια, τα μήλα, τα ροδάκινα, τα βερίκοκα, τα δαμάσκηνα, τα κεράσια, τα κυδώνια, τα ρόδια, τα ρόδια και φυσικά τα σταφύλια.

Οι ξηροί καρποί αποτελούν επίσης πηγή θρεπτικών συστατικών, μεταξύ άλλων είναι τα αμύγδαλα, τα φιστίκια, τα κάστανα, οι σταφίδες και τα ξερά σύκα. Ένα από τα πιο υγιεινά σνακς που αναφέρεται από την εποχή του Ομήρου είναι το παστέλι, ένα γλύκισμα από μέλι, σουσάμι και αμύγδαλα με ιδιαίτερα υψηλή διατροφική αξία.

4.7 Ενταγμένα ξενοδοχεία στο πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό»

Το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό» φιλοξενεί στη λίστα του ξενοδοχεία από κάθε γωνία της Ελλάδας, τα οποία ανέρχονται στα 527 μέχρι στιγμής. Στόχος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος είναι το ελληνικό πρωινό να προσφέρεται σε 1.000 ξενοδοχεία.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ένας χάρτης με τα ενταγμένα ξενοδοχεία ανά την Ελλάδα με τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής να λαμβάνει ο νομός Αττικής, Θεσσαλονίκης και στο νησιωτικό κομμάτι η Κρήτη και η Κυκλάδες.

Χάρτης ενταγμένων ξενοδοχείων



4.7.1 Διαδικασία ένταξης ξενοδοχείων στο πρόγραμμα

Βασικό στοιχείο για την ένταξη μιας επιχείρησης στο πρόγραμμα άλλα και απαραίτητη προϋπόθεση είναι:

- η επιλογή τοπικών υλικών σε ποσοστό τουλάχιστον 50%
- η προβολή της παραγωγικής και πολιτισμικής ταυτότητας των περιοχών-προορισμών

Αυτή η διασφάλιση είναι ιδιαίτερα σημαντική ώστε το σήμα του «Ελληνικού Πρωινού» να αποτελεί ένα σήμα αναγνώρισης και ταυτόχρονα ένα σήμα ποιότητας.⁵

Η διαδικασία ένταξης ξενοδοχείων στο «Ελληνικό Πρωινό» περιλαμβάνει τα παρακάτω:

α) Συμπλήρωση στοιχείων και υπογραφή του συμφώνου δέσμευσης για την τήρηση των προδιαγραφών ποιότητας

β) Περιγραφή των προϊόντων, των συνταγών, των διαδικασιών που χρησιμοποιεί και όσων άλλων ενισχύουν την εικόνα του (καλλιέργειες, γιορτές, γαστρονομικές δράσεις). Επίσης, έτσι ώστε να εγκριθεί η ένταξη της επιχείρησης απαραίτητη είναι η αποστολή κειμένων και φωτογραφιών καθώς και όλου του υλικού στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

γ) Απόδοση του σήματος, του καταλόγου, των πινακίδων, της διαδικασίας ελέγχου της ποιότητας μέσω των επισκεπτών και της ηλεκτρονικής πληροφόρησης, αλλά και μυστικών ελέγχων

δ) ανάρτηση στον διαδικτυακό χώρο www.greekbreakfast.gr του ΞΕΕ των εντασσόμενων μελών

Στόχος των παραπάνω προϋποθέσεων είναι η δημιουργία βιβλίου με τα Best Practices και η διαδικασία προβολής του θέματος με βραβεύσεις των καλύτερων ελληνικών πρωινών.

Στοιχεία για τη συμπλήρωση της φόρμας

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, για την ένταξη μιας επιχείρησης-μέλους στο πρόγραμμα απαραίτητη προϋπόθεση είναι η συμπλήρωση της αίτησης μέσω της επίσημης διαδικτυακής ιστοσελίδας του προγράμματος www.greekbreakfast.gr. Η αίτηση ένταξης βρίσκεται στο σύνδεσμο <http://www.greekbreakfast.gr/el/αίτηση-ένταξης-ξενοδοχείου/>.

Τα απαραίτητα στοιχεία για τη συμπλήρωση της αίτησης είναι τα ακόλουθα:

- ❖ στοιχεία Ξενοδοχείου (υποχρεωτικό)
- ❖ στοιχεία που θα αναρτηθούν στο www.greekbreakfast.gr του ΞΕΕ
- κείμενο «περιγραφής ξενοδοχείου» (υποχρεωτικό)
- κείμενο «περιγραφής πρωινού» (υποχρεωτικό)
- κείμενο με «κύριες συνταγές τοπικών εδεσμάτων» (προαιρετικό)
- κείμενο με «άλλες δραστηριότητες που σχετίζονται με τη γαστρονομία (προαιρετικό)
- ❖ φωτογραφίες
- λογότυπο ξενοδοχείου (υποχρεωτικό)
- φωτογραφία ξενοδοχείου (υποχρεωτικό)
- φωτογραφία μπουφέ ή δίσκου εάν δεν υπάρχει μπουφές (υποχρεωτικό)
- φωτογραφία χώρου σερβιρίσματος (υποχρεωτικό)

⁵ Πηγή: www.greekbreakfast.gr, Εγχειρίδιο Ξενοδόχων

- 5 έως 15 φωτογραφίες εδεσμάτων και η σύντομη περιγραφή τουλάχιστον 5
- ❖ στοιχεία προμηθευτών για τον εσωτερικό έλεγχο και τη δημιουργία αρχείου προμηθευτών (υποχρεωτικά τουλάχιστον 3)

Κριτήρια ένταξης

Τα κριτήρια ένταξης στο πρόγραμμα του «Ελληνικού Πρωινού» είναι τα ακόλουθα:

1) Η υιοθέτηση της φιλοσοφίας του προγράμματος και η συμμόρφωση του ξενοδοχείου με τις πρακτικές που περιλαμβάνει

2) Προσφορά ποιοτικών τοπικών εδεσμάτων στο πρωινό. Σε περίπτωση που ένας τόπος δεν μπορεί να καλύψει το μενού του πρωινού με τα τοπικά προϊόντα μπορεί να χρησιμοποιήσει προϊόντα της ευρύτερης περιφέρειας. Η σειρά προτεραιότητας της επιλογής είναι:

Τόπος → Ευρύτερη Περιοχή → Περιφέρεια → Ελλάδα

3) Η χρήση προμηθευτών οι οποίοι προσφέρουν τοπικά ελληνικά προϊόντα η σειρά προτεραιότητας έχει ως εξής:

Τοπικοί Προμηθευτές → Προμηθευτές της Ευρύτερης Περιοχής → Προμηθευτές της Περιφέρειας → Εθνικοί Προμηθευτές

Διαδικασία μετά την Ένταξη

Κατόπιν της έγκρισής της αίτησης του μέλους του ΞΕΕ, γίνεται η ανάρτηση της παρουσίας του ενταγμένου ξενοδοχείου και του πρωινού του στην ιστοσελίδα του προγράμματος www.greekbreakfast.gr του ΞΕΕ στο μενού των ενταγμένων ξενοδοχείων, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω.

Σε συνέχεια της διαδικασίας το ΞΕΕ αποστέλλει το σήμα/λογότυπο του προγράμματος σε ηλεκτρονική μορφή εστί ώστε να συμπεριληφθεί στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου (με σύνδεσμο στην ιστοσελίδα του προγράμματος). Μετά από έρευνα στα ενταγμένα ξενοδοχεία του προγράμματος θα πρέπει να σημειωθεί η απουσία ιστοσελίδας ορισμένων ξενοδοχείων.

Το ΞΕΕ αποστέλλει τις σημάτσες που θα χρησιμοποιηθούν στο ενταγμένο ξενοδοχείο.

- 1 ταμπέλα (plexiglass) με οριζόντιο σήμα, όπως φαίνεται παρακάτω, η οποία τοποθετείται είτε στο χώρο υποδοχής είτε στο μπουφέ



- 30 καρτελάκια σήμανσης των προϊόντων του Ελληνικού Πρωινού τα οποία τοποθετούνται μπροστά από κάθε έδεσμα στον μπουφέ (το ξενοδοχείο είναι υπεύθυνο να

προμηθευτεί μόνο του σιδερένιες βάσεις με τσιμπιδάκι στο τελείωμα για την τοποθέτηση των καρτελών στον μπουφέ). Στα καρτελάκια αναγράφεται το όνομα του κάθε εδέσματος στα Ελληνικά στη 1^η σειρά, στα Αγγλικά στη 2^η σειρά και σε 3^η γλώσσα της επιλογής του ξενοδοχείου στη 3^η σειρά.



Σε περιπτώσεις ξενοδοχείων όπου υπάρχουν μεγάλοι μπουφέςδες με περιεχόμενο μαζικού χαρακτήρα ή/και προϊόντα τα οποία δεν συνάδουν με τη φιλοσοφία του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό», τα ελληνικά εδέσματα θα πρέπει:

- να απομονώνονται σε διακριτή χωρική ενότητα με τη σήμανση τους ή
- να παραμένουν ανάμεσα στα υπόλοιπα εδέσματα με την σήμανση όμως διακριτή
- τα ξενοδοχεία να αναπτύξουν και να διατηρούν άριστη υποδομή και υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού το οποίο θα πρέπει να συμμετέχει ενεργά στις λειτουργίες που αφορούν το σεβριρισμένο ελληνικό πρωινό του ξενοδοχείου και να συμβάλει στη διαρκή εδραίωση και βελτίωση της αποτελεσματικότητας του σεβριρισμένου ελληνικού πρωινού

Έλεγχος

Ο έλεγχος των ενταγμένων ξενοδοχείων πραγματοποιείται με δύο τρόπους:

- περιοδικοί επιτόπιοι έλεγχοι στο ξενοδοχείο
- αξιολογήσεις των φιλοξενούμενων/πελατών σε ηλεκτρονικά μέσα

4.8 Πρότυπα πρωινά του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό»

Στο πλαίσιο εκπόνησης του προγράμματος δημιουργήθηκαν πρωινά με βάση το πρότυπο της κάθε περιοχής. Μέχρι αυτή τη στιγμή τα πρότυπα πρωινά του προγράμματος έχουν φτάσει να είναι στο σύνολο 27. Πιο συγκεκριμένα:

Ελληνικό Προϊνό της Ανατολικής Μακεδονίας (Καβάλα, Δράμα, Θάσος)

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Τοπικά βότανα (μέντα, φλαμούρι, χαμομήλι), Χυμός ροδιού, Βυσσινάδα
Αρτοσκευάσματα	Κουλούρι Θεσσαλονίκης, Μπομπότα, Πίσια με τυρί φέτα
Λάδι – Ελιές	Ελιά θρούμπα Θάσου, Ελιά φλαστάδες Θάσου, Πευκόμελο
Σούπες	Σπαραγκόσουπα
Γαλακτοκομικά – Τυροκομικά	Τοπικές φέτες, Κατσικίσιο τυρί
Αλλαντικά	Προσούτο Δράμας
Φρούτα	Ακτινίδια, Ρόδια, Σταφύλι Νέας Περάμου Καβάλας
Πίτες	Ανοιχτή πίτα λαχανίδας, Μπουγάτσα, Χορτόπιτα
Άλλα edésματα	Κολοκυθοανθοί με μέλι και φέτα
Γλυκά	Χαλβάς, Ταχίι, Κουραμπιέδες

Ελληνικό Προϊνό της Αστυπάλαιας

Ροφήματα	Φυσικός χυμός αλόης σε γεύσεις (καρότο, πορτοκάλι, λεμόνι, παντζάρι), φυσικός χυμός λεμόνι και πορτοκάλι
Αρτοσκευάσματα	Παραδοσιακό ψωμί Αστυπάλαιας, Κιτρινοκούλουρα (με σαφράν), Γαλατοκούλουρα, μουστοκούλουρα, λαμπρόπιτες (με σαφράν, χλωρή και καρκεύματα), κουλουράκια με κανέλα και σταφίδες, κουλουράκια με γλυκάνισο
Λάδι – Ελιές	Παρθένο ελαιόλαδο
Σαλάτες	Ντακάκια με χλωρή και φέτα
Μέλι – Μαρμελάδες	Θυμαρίσιο μέλι Αστυπάλαιας, σπιτική μαρμελάδα φράουλα, πορτοκάλι, λεμόνι, μανταρίνι
Γλυκά κουταλιού	Σπιτικό γλυκό του κουταλιού σύκο, περγαμόντο, πορτοκάλι
Τυριά	Παραδοσιακά τυριά Αστυπάλαιας, χλωρή, φέτα, ανθότυρο, λαδοτύρι, γραβιέρα, κοπανιστή, σιγκαθουρο
Πίτες	Τυρόπιτα, κολοκυθόπιτα, μανιταρόπιτα, πουγκιά με χλωρή/ κοπανιστή, πίτα με γέμιση χοιρινό, τυρί, πιπεριά
Γλυκά	Πορτοκαλόπιτα, πάστα Φλώρα φράουλα, ξεροτήγανα με μέλι, καρυδόπιτα, μηλοπιτάκια, μπουγάτσα Αστυπαλίτικη
Άλλα edésματα	Ρυζόγαλο, αραντιστά (φακές με ζυμαρί), αστυπαλίτικες μακαρούνες με τηγανιά κρεμμυδιού και ανθότυρο, λατζάγια με σαφράν και χλωρή

Ελληνικό Προϊνό της Δυτικής Μακεδονίας

Ροφήματα αναψυκτικά	Σαλέπι με κρόκο Κοζάνης/ με κακάο/κλασσικό με κανέλα, τίλιο, χαμομήλι, φασκόμηλο, τσάι του βουνού, χυμός δαμάσκηνο/σταφύλι/ροδάκινο, λικέρ μανιτάρι/κρόκου Κοζάνης, ελληνικός καφές
Αρτοσκευάσματα	Κουλούρι Θεσσαλονίκης με πιπεριά Φλωρίνης, κριτσίνια με πιπεριά Φλωρίνης/ηλιόσπορου, κρίθινα παξιμαδάκια, σταφιδόψωμο, παραδοσιακό ψωμί Μελιδονίου, ζυμωτό καρβέλι, βιολογικό ολικής

	πετρομούλου/σικάλεως, ζυμωτό καρβέλι/προζύμι, μπαγκέτα χωριάτικη, σουσαμένιο χωριάτικο, τσουρέκι, κέικ με πιπεριά ψητή, κουλουράκια πλεξούδα, κουραμπιέδες, ταχινόκούλουρα, μουστοκούλουρα
Λάδι – Ελιές	Ελιές πράσινες, πάστα ελιάς από πράσινες, ελαιόλαδο Ιμέρων
Σούπες	Τραχανάς σούπα, Βαρβάρια (σιταρόζουμο με κανέλα), πατσάς
Δημητριακά Ξηροί καρποί	Σιτάρι, πέτουρα (χειροποίητες χυλοπίτες), κους κους
Μέλι Μαρμελάδα Αποξηραμένα φρούτα Ξηροί καρποί	Μέλι ανθέων/πέυκου, μαρμελάδα ακτινίδιο/μήλο/από μανιτάρια, γύρη λουλουδιών, κερήθρα μέλισσας, αποξηραμένα δαμάσκηνα/ροδάκινα, σταφίδες ξανθιές, κάστανο, καρύδι, ταχίνι λευκό και μαύρο
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Ανεβατό Γρεβενών, κεφαλοτύρι, μπάντζος, μανούρι, ανθότυρο, φέτα, κασέρι, μοσχοτύρι(με ελιά και τσίλι), γιαούρτι στραγγιστό, γραβιέρα, αριάνι, φρέσκο βούτυρο
Αλλαντικά	Λουκάνικα χωριάτικα με ρίγανη/πράσο/πιπεριά Φλωρίνης, καπνιστό χοιρινό λαιμό, μπέικον/ πανσέτα χοιρινή/ μπριζόλα χοιρινή/ μορταδέλα καπνιστή/λουκάνικα Φλώρινας
Φρούτα Κομπόστες Γλυκά κουταλιού	Σταφύλια, ακτινίδια, μήλα, ροδάκινο, κεράσι, κολοκύθι, καρυδάκι, μανιτάρια γλυκό κουταλιού
Σαλάτες	Χωριάτικη, Κοζανήτικη (τομάτα, τυρί μπάτζο, βασιλικό)
Πίτες	Κιχί και μπουγάτσα με τυρί φέτα, κιχί και μπουγάτσα με τυρί φέτα και σπανάκι, τηγανίτες με φέτα, τυρόπιτα με παραδοσιακό φύλλο, χορτόπιτα με παραδοσιακό φύλλο, πυροσκή με τυρί/ πατάτα
Αυγά Ομελέτες	Ομελέτες με μπάτζο/ με πιπεριά κόκκινη αποξηραμένη, στραπατσάδα με λαχανικά, αυγοφέτες με μέλι
Άλλα edésματα	Σαρμαδάκια, λαχανοντολμαδάκια, φασόλια γίγαντες, χυλοπίτες, τραχανά με καπνιστό χοιρινό, μανιτάρια άγρια τσιγαριστά με ελαιόλαδο/σε λάδι/τουρσί, αποξηραμένα μανιτάρια, πιπεριά Φλωρίνης με βασιλομανίταρο/γέμιση με λάχανο και τουρσί/ με μελιτζάνα, μουστοπιπεριά, πατέ λιαστής πιπεριάς/ ντοματοπιπεριάς/πράσινης φιλετοπιπεριάς, ταραμάς με κρόκο Κοζάνης
Γλυκά	Κέικ με φρούτα, παστέλι με μανιτάρια, ρυζόγαλο, τάρτα βερίκοκο, μπουγάτσα με κρέμα, λουκουμάδες, χειροποίητο παστέλι σουσαμιού και ξηρών καρπών, σαραγλάκι σιροπιαστό, κανταΐφι σιροπιαστό, χαλβά σιμιγδαλένιο με σιρόπι μούστου και βατόμουρα

Ελληνικό Πρωινό της Εύβοιας

Ροφήματα	Τσάι του βουνού
Αρτοσκευάσματα	Ψωμί λευκό, μαύρο, ολικής, ελιόψωμο, σταφιδόψωμο
Λάδι - Ελιές	Ελιές, λάδι
Μέλι-Μαρμελάδες-Αποξηραμένα φρούτα-ξηροί καρποί	Μέλια , μαρμελάδες
Γαλακτοκομικά – τυροκομικά	Γιαούρτι, μίστρου, φέτα, γραβιέρα, ανθότυρο, καρύστου, βαρελίσιο, κεφαλοτύρι

Φρούτα	Φρούτα της Εύβοιας
Πίτες	Τυρόπιτες, τυροπιτάρι, σπανακόπιτες
Άλλα edésματα	Συκοπάστελο Κύμης, τηγανίτες
Γλυκά	Ρυζόγαλο, κρέμες, παστέλια, γλυκά κουταλιού

Ελληνικό Πρωινό της Ζακύνθου

Ροφήματα	Χαμομήλι, μέντα, δυόσμος, μαντζουράνα, φασκόμηλο, Λουΐζα
Αρτοσκευάσματα	Σταφιδόψωμο, παξιμάδια ζακυνθινά με λάδι/κρασί και σταφίδες, φρύσσα, επτάζυμο, κουλούρα
Λάδι-ελιές	Ελαιόλαδο, ελιές μαύρες/πράσινες
Μέλι-Μαρμελάδες-Αποξηραμένα φρούτα-ξηροί καρποί	Μέλι ανθέων/θυμαρίσιο, πετιμέζι, σταφίδες
Γαλακτοκομικά-τυροκομικά	Γραβιέρα, λαδοτύρι, πρέτζα, μυζήθρα, φέτα
Φρούτα-κομπόστες	Πεπόνια, αγριοφράουλες, σταφίδες
Σαλάτες	Νεροκρέμμυδα
Πίτες	Στριφτόπιτα με ζακυνθινή πρέτζα, ελιόπιτα
Άλλα edésματα	Ζακυνθινές πολπότες λαχανικών, φρύσσα ριγανάδα
Αυγά-ομελέτες	Αυγά με ντομάτα/σταπατσάδα/στραπατσάδα της νόνας (με ασπράδι)
Γλυκά	Μπομπότα, φρυγανιά, μελαχρινό, χαλβάς σιμιγδαλένιος με σταφίδες, κομπόστο κρέμα, φυτούρα, ραφιόλα, λουκουμάδες με μέλι και πετιμέζι, γιαούρτι με τριφτό μαντολάτο/παστέλι/σταφίδες/μέλι/πετομέζι/γλυκά κουταλιού, κρέμα με τριφτό μαντολάτο/παστέλι/σταφίδες/πετιμέζι, σπέρνα, μαντολάτο, παστέλι, μους μαντολάτο, γλυκά του κουταλιού πεπόνι/σταφύλι/βύσσινο/νεράντζι/περγαμόντο/πορτοκάλι/λεμόνι/σύκο

Ελληνικό Πρωινό της Ημαθίας

Ροφήματα	Ελληνικός καφές, σαλέπι με μούστο/κλασσικό με κανέλα, χαμομήλι, φασκόμηλο, τσάι του βουνού, χυμός σταφύλι/ροδάκινο
Αρτοσκευάσματα	Κουλούρι με πιπεριά και ελιά, κλασσικά κριτσίνια σουσαμιού/πολύσπορα/ηλιόσπορου/με ελιά/ή με γραβιέρα, σταφιδόψωμο, τυρόψωμο, ελαιόψωμο, παραδοσιακό ψωμί με προζύμι ξινόμαυρου, ζυμωτό καρβέλι, χωριάτικο, τσουρέκια, κέικ με ροδάκινο, σουσαμοκούλουρα, μουστοκούλουρα
Λάδι-ελιές	Ελιές, ελαιόλαδο, πάστα ελιάς από πράσινες ελιές, πατέ πράσινης ελιάς
Μέλι-Μαρμελάδες-Αποξηραμένα φρούτα-ξηροί καρποί	Μέλι ανθέων/θυμαρίσιο, πευκόμελο, καστονόμελο, μαρμελάδες ροδάκινο/μήλο/ακτινίδιο/δαμάσκηνο, αποξηραμένα ροδάκινα/δαμάσκηνα/ακτινίδια, καρύδια φουντούκια, ταχίνι λευκό/μαύρο
Γαλακτοκομικά-τυροκομικά	Κεφαλοτύρι, μπάτζος, μανούρι, ανθότυρο, φέτα, κασέρι, γιαούρτι, γραβιέρα, φρέσκο βούτυρο

Αλλαντικά	Λουκάνικα χωριάτικα με ρίγανη/με πράσο, πανσέτα χοιρινή καπνιστή με ελαιόλαδο και πιπέρι, μοσχάρι καπνιστό με ελαιόλαδο και ρίγανη, μπριζόλα ή ψαρονέφρι χοιρινό καπνιστά με βότανα Βερμίου
Σαλάτες	Λαχανικά εποχής, πατέ λιαστής πιπερίας/ντοματοπιπερίας
Πίτες	Πρασόπιτα Ναούσης, τυρόπιτα, τσουκνιδόπιτα, κοτόπιτα, κολοκυθόπιτα, χορτόπιτα, ριζόπιτα, σπανακόπιτα, πίτα με λουβουδιά, περέκ απλά και με μέλι/αυγό, πυροσκή με τυρί/με πατάτα, πλατσίνα, μπομπότα
Αύγα-ομελέτες	Ομελέτες απλές/με μπάτζο ή και λαχανικά, στραπατσάδα με λαχανικά, αυγοφέτες με μέλι/μούστο
Γλυκά	Κέικ με φρούτα, μουστόπιτα, ρυζόγαλο, τάρτα ή πάστα φλώρα με ροδάκινο, ραβανί Βέροιας, λουκουμάδες, γκρακλιάνος, χαλβάς σιμιγδαλένιος με σιρόπι μούστου και βατόμουρα, γλυκό κουταλιού ροδάκινο /σταφύλια /ακτινίδια/ μήλα/ κεράσι/ κολοκύθι/ καρυδάκι/ κοκτέιλ ανάμεικτων φρούτων
Σούπες	Τραχανόσουπα, πέτουρα με γάλα και φρέσκο βούτυρο
Άλλα εδέσματα	Σαρμαδάκια, χυλοπίτες, τραχανάς με καπνιστό χοιρινό

Ελληνικό Προϊνό της Ηπείρου

Ροφήματα	Τσάι, χαμομήλι, φασκόμηλο, μέντα, μελισσόχορτο, ελληνικός καφές στη χόβολη
Αρτοσκευάσματα	Χωριάτικο ψωμί λευκό και ολικής αλέσεως, ζυμωτό αλέσεως, πολύσπορο, κέικ με πορτοκάλι/ λεμόνι/ καρύδια/ σταφίδες, κουλουράκια με σουσάμι/πορτοκάλι/κανέλλα, σαμπλέδες
Λάδι-ελιές	Ελιές και ελαιόλαδο περιοχής
Σούπες	Τραχανάς, χυλοπίτες
Μέλι-Μαρμελάδες-Αποξηραμένα φρούτα-ξηροί καρποί	Χειροποίητες μαρμελάδες βατόμουρο/κράνο/σύκο/κεράσι/ κορόμηλο/κυδώνι/φράουλα/ροδάκινο/βερίκοκο, μέλι ανθέων, ταχίνι, δαμάσκηνα, σταφίδες και σύκα ξηρά
Γαλακτοκομικά-τυροκομικά	Γάλα γίδινο/πρόβειο,φέτα βαρελίσια, ανθότυρο, γραβιέρα αγελάδας, Μετσοβόνη, μετσοβέλλα, γιδίσιο με χοντρό πιπέρι κεφαλοτύρι, κεφαλογραβιέρα, γαλοτύρι, ριγανάτο πικάντικο/ καπνιστό, βλαχοτύρι, ορεινοτύρι, γιαούρτι από το Μέτσοβο, στραγγιστό γιαούρτι, βούτυρο αγελάδος
Αλλαντικά	Λουκάνικα, σαλάμι αέρος, πάριζα, καπνιστή γαλοπούλα
Φρούτα-Λαχανικά	Φρούτα εποχής, φρουτοσαλάτες, ντομάτα Πρέβεζας
Πίτες	Χορτόπιτα, τυρόπιτα στριφτή, αλευρόπιτα, λαχανόπιτα, σταφιδόπιτα, μπατσαριά, μακαρονόπιτα, κοτόπιτα, ζυμαρόπιτα πατσαβουρόπιτα, κασσόπιτα, κολοκυθόπιτα, πατζαρόπιτα τοματόπιτα
Αυγά-ομελέτες	Αυγά ντόπια βραστά, σε ομελέτα απλή ή φούρνου, μάτια, στραπατσάδα με ή χωρίς τυρί
Άλλα εδέσματα	Τυρόπιτα στριφτή παραδοσιακή με πρόβειο τυρί, μέλι και κανέλα,

	τηγανίτες αρτυμένες με τσίπουρο
Γλυκά	Μπακλαβάς γιαννιώτικος, στριφτά σιροπιαστά, γαλατόπιτα, ρυζόγαλο, γλυκά του κουταλιού (κεράσι, καρύδι, νεραντζολέμονο, κυδώνι, κίτρο, βύσσινο, φράουλα), λουκουμάδες, μηλόπιτα, καρυδόπιτα, πορτοκαλόπιτα, σοκολατόπιτα, γιαουρτόγλυκο, ραβανί ινδοκάρυδα, ροζάκια, μπουρεκάκια, Γιαννιώτικα λουκούμια

Ελληνικό Προϊνό της Θεσσαλονίκης

Ροφήματα-αναψυκτικά	Φασκόμηλο, τίλιο (φλαμούρι), χαμομήλι ρίγανη, τσάι του βουνού, χυμός ρόδι/ σταφύλι, Ελληνικός καφές, Φραπέ
Αρτοσκευάσματα	Κουλούρι Θεσσαλονίκης, κριτσίνια ηλιόσπορου, κριθίνα παξιμαδάκια, σταφιδόψωμο, ζυμωτό καρβέλι, βιολογικό ολικής πετρομύλου, βιολογικό σικάλεως, ζυμωτό καρβέλι /προζύμι, μπαγκέτα χωριάτικη, σουσαμένιο χωριάτικο, σύμμικτο (ψωμί με τρεις τύπους αλεύρου και προζύμι) ελαιόψωμο, τσουρέκι Θεσσαλονίκης (γεμιστό με κάστανο και επικάλυψη σοκολάτας), κέικ με κουβερτούρα, βασιλόπιτα, βασιλόπιτα τριφτή (η παραδοσιακή Κωνσταντινουπολίτικη βασιλόπιτα), βουτήματα αλεξανδρινό (νηστήσιμο βούτημα με καρύδι και ινδοκάρυδο), μεθυσμένο (σιροπιαστό με μύρα και ξηρούς καρπούς), κουλουράκια πλεξούδα (βούτημα βανίλιας με άρωμα πορτοκαλιού), κουλουράκια με κανέλα, μελομακάρονα, κουραμπιέδες, ταχινοκούλουρα μουστοκούλουρα
Λάδι-ελιές	Ελιές θρούμπες (σταφιδάτες) Χαλκιδικής, ελιές πράσινες Χαλκιδικής, ελιές γεμιστές με αμύγδαλο, πάστα ελιάς από μαύρες ελιές «Σταφιδάτες Ελιές Χαλκιδικής», πάστα ελιάς από πράσινες ελιές Χαλκιδικής, ελαιόλαδο gourmet (με βότανα)
Σούπες	Τραχανάς σούπα, Βαρβέρα (σιταρόζουμο με κανέλα), πατσάς
Δημητριακά-Ξηροί καρποί	Σιτάρι, κους κους, αμύγδαλο, ηλιόσπορο
Μέλι-Μαρμελάδες-Αποξηραμένα φρούτα	Μέλι ανθέων, μέλι πεύκου, γύρη λουλουδιών, κερήθρα μέλισσας, μαρμελάδα βερίκοκο, μαρμελάδα κυδώνι, ταχίνι λευκό/μαύρο, αποξηραμένο βερίκοκο, σταφίδες ξανθιές
Γαλακτοκομικά-τυροκομικά	Κατσικίσιο τσαντίλας, κασέρι Σοχού, τυρί πλεξούδα (γαίς. Ποντιακό), μανούρι, ανθότυρο, φέτα, κασέρι, γιαούρτι στραγγιστό, γραβιέρα, αριάνι, κεφίρ, φρέσκο βούτυρο
Αλλαντικά	Λουκάνικα χωριάτικα με ρίγανη και κρεμμύδι, μοσχαρίσια λουκάνικα, καπνιστό χοιρινό, χοιρινό φούρνου με δενδρολίβανο
Φρούτα - Κομπόστες	Σταφύλια, βερίκοκα, ακτινίδια, μήλα, σύκα
Σαλάτες	Χωριάτικη, πολιτική (με λάχανο, πιπεριά κόκκινη, σέλινο, καρότο)
Πίτες	Μπουγάτσα με τυρί φέτα/ με τυρί φέτα και σπανάκι/ με κιμά, λαλαγίτες, τηγανίτες με φέτα, σουσάμι και μέλι, χορτόπιτα, τυρόπιτα, πυροσκή με τυρί/ με πατάτα, τρίγωνα τυροπιτάκια/ σπανακοπιτάκια

Αυγά - Ομελέτες	Στραπατσάδα με λαχανικά, ομελέτες με κασέρι και φέτα, αυγόφτετες με σουσάμι
Άλλα εδέσματα	Ντολμαδάκια, χυλοπίτες, τραχανά με καπνιστό χοιρινό, μανιτάρια τσιγαριστά σε ελαιόλαδο, φασόλια γίγαντες
Γλυκά	Κέικ γιαούρτι/ με φιστίκι Νέων Μουδανιών (χρώμα φιστικί), πάστα Φλώρα, ρυζόγαλο, κρέμα με βουβαλινό γάλα, καζάν ντιπί, τάρτα βερίκοκο, μπουγάτσα, λουκουμάδες, χειροποίητο παστέλι σουσαμιού και ξηρών καρπών, κέικ ελαιόλαδου, ροζάκι, γαλακτομπουρεκάκι σιροπιαστό, σαραγάκι, σιροπιαστό, καταϊφάκι σιροπιαστό, ραβανί Βεροίας, σάμαλι

Ελληνικό Πρωινό της Θράκης

Ροφήματα αναψυκτικά	Τσάι του Βουνού, Ελληνικός καφές
Αρτοσκευάσματα	ζυμωτό ψωμί, κουλούρι με σουσάμι (σιμίτι), Λαλαγκίτες
Λάδι-ελιές	ελιές Θράκης
Σούπες	Βαρβάρα, τραχανάς, σπαραγγόσουπα
Μέλι-Μαρμελάδες-Αποξηραμένα φρούτα-ξηροί καρποί	τοπικές μαρμελάδες, μέλι
Γαλακτοκομικά-τυροκομικά	γιαούρτι, φρέσκο παστεριωμένο γάλα Θράκης, Αριάνι, φέτα Θράκης
Αλλαντικά	καβουρμάς, Θρακιώτικα λουκάνικα
Σούπες	φρούτα εποχής
Σαλάτες	σπαράγγι, λαχανικά εποχής
Πίτες	Μηλίνα (παραδοσιακή με γέμιση τυριού), παραδοσιακή τυρόπιτα /σπανακόπιτα γκιουζλεμέ, σφολιάτες
Αυγά-ομελέτες	Γκαϊγκανάς (στραπατσάδα με καβουρμά)
Άλλα εδέσματα	λικουρίνος παστός
Γλυκά	μπουγάτσα με κρέμα / τυρί, γλυκά του κουταλιού, ριτσέλι σουτζούκλουκούμ, μαλεμπί, χαλβάς με ταχίνι, ταχίνι

Ελληνικό Πρωινό της Κέρκυρας

Ροφήματα αναψυκτικά	τσιτσιμπύρα,λικέρκουμουάτ, Ελληνικός καφές, ρεβυθοκαφές, χαμομήλι, μηλοβαγιά(φασκόμηλο), τσάι του βουνού, σοκολάτα
Αρτοσκευάσματα	Μπομπότα, κολομπίνα (χριστόψωμο),κουτσούλοι πιπεράτοι, φογάτσα, κέικ με φρούτα, χωριάτικα παξιμάδια, καρβέλι με προζύμι, ψωμάκια γεμιστά με τυρί,οχτάσπορο με λαδοτύρι, λαγάνα μενούμπουλο& φέτα
Λάδι-ελιές	καλοκαιρινές ελιές Λακώνων(γλυκολιές), χονδρολιές με κρασί
Σούπες	Κορωνιά (είδοςπολέντας), μέλι, μαρμελάδες, αποξηραμένα φρούτα, ξηροί καρποί, πετιμέζι, μαρμελάδα αγριοφράουλα, αμούρα(είδος μούρου), περγαμόντο και παυλόσυκο
Γαλακτοκομικά-	γιαούρτι πρόβειο, γιαούρτι αγελαδινό, γιαούρτι με γύρι μελισσών, με

τυροκομικά	ανθόμελο, με συκομαίδα, με πετιμέζι, με αμούρες, με αγριοφράουλες, με κουμκουάτ, με μαρμελάδα
Αλλαντικά	λουκάνικα κερκυραϊκά, νούμπουλο, σαλάδο (καπνιστός κιμάς), πανσέτακαπνιστή
Σαλάτες	Τσίμπαλο (κρίταμο) με ντομάτα και τόνο, σαλάτα πορτοκαλιού μεφινόκιο,παυλόσυκοσαλάτα, καρπούζι σαλάτα, τσιγαρέλι(αγριόχορτα), αγριολάχανα(άγρια χόρτα), σαλάτα ρόκα μενού μπουλοκαι σύκο
Πίτες	Γιαουρτόπιτα, πίτα με αγριολάχανα, λαδόπιτα
Αυγά-ομελέτες	Στραπατσάδα, αυγά μάτια με αλμιρίχα, αυγά με κομοντόρο(ντομάτα)
Άλλα edésματα	συκομαίδα(αποξηραμένα γεμιστά σύκα -ουζεμεζές), πατέ κρεμμυδιών με κατσικίσιο λαδοτύρι και θυμάρι, πηχτή, μελιτζάνες, παστρόκιο (μελιτζάνες με τυρί στο φούρνο), πλιγούρι
Γλυκά	Ροζάδα (με ζάχαρη & κρόκους), μπουστατσόνια (μπισκότα με αμύγδαλα), πουτίγκα με γιαούρτι, κερκυραϊκό, πανακόταβενετσιάνικη, τσαλέτια(είδος τηγανίτας),πασταφρόλλες(γλυκό με μαρμελάδα), μαντολάτο, τηγανίτες με μέλι, τζίντζολαξερά (με σταφίδες και σουσάμι), μάντολες, τραχανάςγλυκός,πουτίγκα, περγαμόντο γλυκό, κυδώνιγλυκό, ρυζόγαλομε μέλιανθέων, μπιανκέτα (αμυγδαλωτά), παστέλι, φιτούλι(σιμιγδάλι με ζάχαρη & κανέλα)

Ελληνικό Πρωινό της Κρήτης

Ροφήματα αναψυκτικά	μαλοτύρα, δίκταμο, μελισσόχορτο, μέντα, φασκόμηλο, τίλιο, έρωντας, χαμομήλι, αναψυκτικά ντόπια , ρακή - ρακόμελο
Αρτοσκευάσματα	ψωμιά(σταρένια, κρίθινα, ανάμεικτα, με σταφίδες ,κάστανα και βότανα), παξιμάδια (κρίθινα, μεχαρουπόμελο, με λάδι, με μούστο, με κανέλα, σταφίδες, αμύγδαλα), κουλούρια και βουτήματα(με σουσάμι, σταφίδες, καρύδια,μεθυσμένα,κλπ), κριθαροκούλουρο-κριθαρομπουκιές, αφροπαξίμαδο (Ρεθύμνου)
Λάδι-ελιές	ελαιόλαδο έξτρα παρθένο και ελιές (σκέτο ή με αρώματα φρούτων και βοτάνων), ελιές αμπαδιάς, νερατζολιές, τσακιστές ελιές
Σούπες	Τραχανάς, ξινόχοντρος
Μέλι-Μαρμελάδες-Αποξηραμένα φρούτα-ξηροί καρποί	μέλι θυμαρίσιο/ανθέων/πέυκων, μαρμελάδες πορτοκαλιού/σύκου/φραγκόσυκου/κερασιού/βερίκοκου/νεραντζιού, αποξηραμένασύκα,δαμάσκηνα/ σταφίδες/βερίκοκα/κάστανα/καρύδια, αμύγδαλα, πασατέμπος, μαυροκούκι, φιστίκια, φουντούκια, πετιμέζι, σταφίδες
Γαλακτοκομικά-τυροκομικά	Αθότυρος, γαλομυζήθρα, γιαούρτι , γραβιέρα, κεφαλοτύρι, μαλάκα, μυζήθρα, ξίγαλο, ξινομυζήθρα, πηχτόγαλο, στάκα & στακοβούτυρο, τυρομάλαμα, τυροζούλι
Αλλαντικά	Απάκι, λουκάνικα χωριάτικα, λουκάνικα ξυδάτα
Φρούτα	πορτοκάλια, μπανάνες , σταφύλια, ακτινίδια, μήλα, μανταρίνια, γκειπφρούτ, σύκα, φραγκόσυκα, φρουτοσαλάτα
Σαλάτες	Χωριάτικη, πράσινη με πορτοκάλι, σταφίδα, απάκι, μακαρονοσαλάτα
Πίτες	Καλιτσούνια ή πιτταράκια με σπανάκι, μάραθο, αγριόχορτα (με λίγο κύμινο), με μυζήθρα και μέλι, τηγανόπιτα, χορτόπιτες, μυζηθρόπιτες, νερόπιτα, κρεατότουρτα, Χορτόπιτα, τζουλαμάς, πίτες ανεβατές, σαρικόπιτες

Αυγά-ομελέτες	ομελέτα με σύγκλινο, με λουκάνικα, με κολοκύθι, με ντομάτα, με αγκινάρα, με άγρια χόρτα, σφουγγάτο με ντομάτα & κολοκύθι ψιλοκομμένο, ομελέτα ή αυγά μάτια με χωριάτικες τηγανιτές πατάτες, με στάκα, με απάκι
Άλλα εδέσματα	Κρητικός ντάκος, μπουρέκι (Χανίων), ντολμαδάκια, μπουρέκια λαχανικών
Γλυκά	Μπουγάτσα Πίτα με μέλι (Σφακιών), ξεροτήγανα, αμυγδαλωτά, ,σαμψάδες, διάφορα γλυκά κουταλιού ,λυχνάρικια ,Γαλακτομπούρεκο , λουκουμάδες, τηγανίτες με ξινομυζήθρα, μηλόπιτα (Χανίων),πετιμεζόπιτα, πατούδομε σταφίδες ,αυγοκαλάμαρα

Ελληνικό Πρωινό της Κω

Ροφήματα αναψυκτικά	αφεψήματα από βότανα – κανελάδα, Ελληνικός καφές
Αρτοσκευάσματα	κουλουράκια διάφορα (λαδιού, με καρύδια, μουστοκούλουρα),παξιμάδια, διάφορα είδη ψωμιού –τυρόψωμο – σταφιδόψωμο
Λάδι-ελιές	λάδι ντόπιο και ελιές
Γαλακτοκομικά-τυροκομικά	Τυριά πόσιας
Φρούτα	Διάφορα φρούτα (καρπούζι, πεπόνι, σταφύλι)
Σαλάτες	ντομάτα και αγγουράκια
Πίτες	διάφορες πίτες
Αυγά-ομελέτες	Εβραϊκό, αυγοφέτες
Άλλα εδέσματα	ψωμί τριμμένο με κρεμμύδια στο τηγάνι
Γλυκά	μαγειριά, μπακλαβάς, κατημέρια, γλυκά του κουταλιού (ανάλογα την εποχή) – γλυκόντοματάκι, βάρβαρα, χαλβάς, ρυζόγαλο, μέλι με γιαούρτι, τηγανίτες

Ελληνικό Πρωινό της Λακωνίας

Ροφήματα – Αναψυκτικά	τσάι του Ταϊγέτου
Αρτοσκευάσματα	Φρεσκοζυμωμένο ψωμάκι ολικής με προζύμι, τραγανά παξιμαδάκια με γλυκάνισσο και μαστίχα
Λάδι- Ελιές	Ελιές σπιτικές και ντόπιες(δαμασκηνοελιές με ξύδι, θρούμπες κατσουλιέρες, ντόπιες Αθηνοελιές τσακιστές με λεμονάκι και καυτερές πιπερίτσες)
Μέλι – Μαρμελάδες – Αποξηραμένα φρούτα – ξηροί καρποί	Εποχιακή σπιτική μαρμελάδα με φασκόμηλο και λιαστό κρασί Μαλβαζία
Γαλακτοκομικά – Τυροκομικά	Γιαούρτι, λαδοτύρι Νεαπόλεως, τουλουμοτύρι με ζαλάκα (μαλακή μυζήθρα που παλαιώνει με το τυράκι στον ασκό)
Αλλαντικά	Σύγκλινο Μονεμβασίας, λουκάνικα πορτοκαλιού ντόπια στη σχάρα
Φρούτα - Κομπόστες	Φρουτοσαλάτα εποχής, φρεσκοστυμένος χυμός πορτοκάλι
Σαλάτες	Ψητά λαχανικά με χαρουπόμελο και βαλσαμικό Καλαμάτας, μαυρομάτικα φασόλια σαλάτα με μυρωδικά και κάπαρη
Πίτες	Χορτόπιτα με παραδοσιακό φύλλο, γλυκοκολοκυθόπιτα (Παραδοσιακό φύλλο, γλυκιά κολοκύθα, ρύζι, σταφίδες,

	κανελλογαρύφαλλο, λάδι και θυμαρίσιο μέλι)
Άλλα edésματα	Μπρούστουλας (Αιγοπρόβειο γάλα, πλιγούρι, γλυκός τραχανάς, θρούμπι, μέλι και παραδοσιακό φύλλο), καψάλα με σπιτικό πελτέ τομάτας, αφρίνα και ελαιόλαδο, ντάκος με αρμόγαλο σπιτικό και φέτα Μονεμβασίας, λαδένια με ελιές, ντομάτα καραμελωμένα κρεμμύδια και φρέσκο γίδινο τυρί
Αυγά-Ομελέτες	Ομελέτα με αυγά ημέρας ψητή με κολοκύθια, πατάτες, ανθότυρο, τριπόλεως και σύγκλινο Μονεμβασίας, στραπατσάδα με ντομάτα μπουρνέλα άνυδρη και λιαστή
Γλυκά	Χαλβάς σιμιγδαλένιος (Νερό, μέλι, ζάχαρη, ελαιόλαδο, χυμός και ξύσμα πορτοκαλιού, κουκουνάρι και σταφίδες ξανθές), βραστό κέικ πορτοκαλιού με σιρόπι λεμονιού και παπαρουνόσπορο (Φρέσκο βούτυρο, χυμός και ξύσμα πορτοκαλιού, ζάχαρη και λίγο πετιμέζι, αυγά ημέρας, λίγο αλευράκι, παπαρουνόσπορο και μπόλικο ξύσμα από βιολογικά λεμόνια), γλυκός τραχανάς φρέσκος και μαλακός, ρυζόγαλο, πεταρίτσες (τηγανίτες) με μέλι και κανέλλα ή τουλουμοτύρι, γιαουρτογλυκό με λεμόνι και κράμπλ από καρύδι

Ελληνικό Πρωινό της Λέσβου

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Τίλιο Τσάι βουνού, Καϊνάρ, σουμάδα, φασκόμηλο, δενδρολίβανο, Ελληνικός καφές στη χόβολη
Αρτοσκευάσματα	Κουλούρια, ελιόψωμο, παξιμάδια & Παξιμαδάκια γλυκάνισου – μεθυσμένα, καπιράδα: φέτα ψημένου ψωμιού με ελαιόλαδο, ρίγανη & αλάτι, τάραμα Ερεσού, ψητές χάχλες, τσουρέκι
Λάδι- Ελιές	Ελιές μαύρες, κόκκινες, πράσινες τσακιστές με λεμόνι και κρίταμο
Σούπες	Τραχανόσουπες, ταχινόσουπες, σούπες λαχανικών
Μέλι – Μαρμελάδες Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Μέλι τοπικό, μαρμελάδες από τοπικά φρούτα εποχής
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Λαδοτύρι, κασέρι, γραβιέρα, φέτα, βούτυρο, γιαούρτι, γάλα
Αλλαντικά	Τοπικά λουκάνικα
Φρούτα	Τοπικά φρέσκα φρούτα
Σαλάτες	Τοπικά φρέσκα λαχανικά
Πίτες	Χορτόπιτες, κολοκυθόπιτες, σφουγγάτο στο φούρνο, ελιοπιτάκια
Αυγά-Ομελέτες	Παστουρμάς με αυγά, σφουγγάτο
Άλλα edésματα	Γκιουσλεμέδες, κρεμμυδοτηγανίτες
Γλυκά	Τηγανίτες με μέλι ή πετιμέζι, πλαντζέτα, μπαλεζές με καρύδια μουσταλευριά, ρυζόγαλο, δίπλες, γλυκά κουταλιού

Ελληνικό Πρωινό της Λευκάδας

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Ελληνικός καφές, τσάι του βουνού, χαμομήλι, γασκόμηλο
Αρτοσκευάσματα	Μπομπότα, χωριάτικο ψωμί, τηγανόψωμο, ριγανόψωμο,

	παξιμάδια, χωριάτικο κέικ, τηγανιτές, τυροκούλουρα, λαδοκούλουρα
Λάδι- Ελιές	Ελαιόλαδο, ελιές θρούμπες
Μέλι – Μαρμελάδες Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Μέλι θυμαρίσιο, χειροποίητες μαρμελάδες (καρότου, ανάμεικτη, πορτοκάλι, σύκο, αχλάδι)
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Γιαούρτι (με μέλι και μαρμελάδες), τυρί σφήνα, γραβιέρα, μανούρι
Αλλαντικά	Σαλάμι αέρος, λουκάνικα χωριάτικα
Σαλάτες	Χωριάτικη, με φακές Εγκλουβής
Πίτες	Τυρόπιτα, λαχανόπιτα
Αυγά-Ομελέτες	Στραπατσάδα, αυγά βραστά, αυγοφέτες, ομελέτα
Γλυκά	Ρυζόγαλο, γλυκά του κουταλιού (πορτοκάλι, σύκο, νεράντζι), αμυγδαλωτά, παστέλι, λευκαδίτικη Λαδόπιτα, γ αλατόπιτα, ραβανί

Ελληνικό Πρωινό της Αήμνου

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Κεφίρ, χυμοί φρούτων
Αρτοσκευάσματα	Παξιμάδια κρίθινα και σταρένια, σταφιδόψωμο, μουστοκούλουρα
Λάδι- Ελιές	Ελαιόλαδο, ελιές τουρσί
Μέλι – Μαρμελάδες Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Ταχίνι με μέλι, σταφίδες, σύκα ξερά, αμύγδαλα, δημητριακά με γάλα, κους κους
Γλυκά κουταλιού	Γλυκά του κουταλιού: καϊσί (βερίκοκο)/μούσκλες (δαμάσκηνα)/ δεμένες με σιρόπι/ ορνό (άγριο σύκο)/ πετροκολόκυθο/ ρετσέλι (κολοκύθι) βρασμένο σε πετιμέζι με κανελογαρίφαλα και τριαντάφυλλο/ ροζ πέταλα ρόδου.
Τυριά	Κασκαβάλι, μελίχλωρο, καλαθάκι και άλλα τοπικά τυριά
Αυγά-Ομελέτες	Κολοκύθια με αυγά
Πίτες	Τυροπιτούδια, σπανακοπιτάκια
Γλυκά	Βενιζελικά (φοντανακία από αμυγδαλόπιχα και κακάο), σαραγλί, ραβανί, φανουρόπιτα, σαμσάδες, ρυζόγαλο, δίπλες, τηγανίτες με μέλι γιαούρτι με μέλι, καρύδι και αμύγδαλο τριμμένο
Άλλα edésματα	Τραχανάς, φλωμάρια με πετιμέζι

Ελληνικό Πρωινό της Μαγνησίας

Αρτοσκευάσματα	Ελιόψωμο Πηλίου
Λάδι- Ελιές	Κονσερβολιές Πηλίου
Μέλι – Μαρμελάδες - Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Μαρμελάδες Πηλίου
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Ανθότυρο Βόλου, φέτα Βόλου, κασέρι παλαιωμένο Βόλου, γαλοτύρι Βόλου

Αλλαντικά	Χωριάτικα λουκάνικα
Φρούτα	Μήλα Ζαγοράς
Σαλάτες	Τσιτσιράβλα, κρίταμα, φτέρες τουρσί, πελτές τομάτας με μαντζουράνα
Πίτες	Σκοπελίτικη τυρόπιττα/χορτόπιτα
Αυγά-Ομελέτες	Στραπατσάδα, χόρτα με τ' αυγά
Άλλα edésματα	Φασόλες κοκκινιστές, τραχανάς με κοτόπουλο, μπατζίνα με χόρτα
Γλυκά	Γλυκά του κουταλιού Πηλίου, λουκούμια του παππού Βόλου ταχινένιος χαλβάς, γαλατόπιτα, μηλόπιτα με κάστανα, κατσαμάκι με πετιμέζι, χαλβάς σιμιγδαλένιος, ρυζόγαλο, λουκουμάδες με μέλι

Ελληνικό Πρωινό της Νάξου

Λάδι- Ελιές	Ασκούδες (επιτραπέζια ελιά Νάξου)
Μέλι – Μαρμελάδες Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Βουνίσιο τοπικό μέλι
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Αφρομυζήθρα Νάξου, αρσενικό Νάξου, θηλυκοτύρι Νάξου, ξινομυζήθρα & Ξινότυρο Νάξου, γραβιέρα Νάξου, κοπανιστή Νάξου
Αλλαντικά	Ζαμπόνι (τοπικό αλλαντικό), χωριάτικα λουκάνικα
Πίτες	Κολοκυθοपाστίτσα
Αυγά-Ομελέτες	Ομελέτα με κάρφια (άγρια σπαράγγια με πιο φίνα γεύση)/ με ζαμπόνι και χωριάτικα λουκάνικα
Άλλα edésματα	Κολοκυθοκορφάδες, χορτοτηγανίτες, τσιμπητά (χόρτα), πατατοσαλάτα με πατάτες Νάξου
Γλυκά	Τηγανίτες με πετιμέζι αφρομυζήθρα Νάξου με τοπικό θυμαρίσιο μέλι, σεφουκλωτή (τοπική γλυκιά νηστίσιμη πίτα), ξεροτήγανα (γλυκό του γάμου), γλυκό κουταλιού κίτρο & καρυδάκι

Ελληνικό Πρωινό της Πάτμου

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Δασόαλο (χυλός από μυρωδάτο ψωμί και αμύγδαλα), ανθόνερο, λικέρ από κούμαρα, τσίπουρο από φραγκόσυκα
Αρτοσκευάσματα	Ψωμί με χαρούπι, μυρωδάτο ψωμί
Λάδι- Ελιές	Ελιές
Σαλάτες	Στιφοράδικα (σταμναγκάθια χόρτα)
Μέλι – Μαρμελάδες	Μαρμελάδες σπιτικές (6 εσπεριδοειδή, φράουλα, σύκο και μήλο, ντομάτα με μήλο), μέλι ντόπιο
Γλυκά κουταλιού	Γλυκό κουταλιού περγαμόντο
Τυριά	Τοπικά τυριά (τυρί και μυζήθρα πατινώτικα)
Αυγά-Ομελέτες	Ντομάτες με αυγά
Πίτες	Τυρόπιτες Πάτμου (τυρί ντόπιο και αυγά), σκινόπιτα (πίτα με σκινόκαρπο), κρεμμυδόπιτα (πίτα με τυριά και κρεμμύδια)

Γλυκά	Λουκουμάδες, γλυκό από κολοκύθι (στριφτό), καρύδες, απιδάκια (γλυκό αχλαδάκι), σβίγγοι Πουγκιά Πάτμου (ζύμη δίπλας ή τάρτας και γέμιση με αμύγδαλο, καρύδι, μέλι και ανθόνερο)
Άλλα edésματα	Ρεβίθια με δενδρολίβανο, χταποδοκεφτέδες, καλαμάρια γεμιστά Φούντες γεμιστές (κολοκυθοανθοί γεμιστοί με ρύζι), ρεβίθια με μελιτζάνες

Ελληνικό Προϊνό της Ρόδου

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Αλυσφακιά, γλυφώνι, σάψυχο, φασκόμηλο, χαμομήλι, ρόδου, μέντα, βυζαντινός καφές
Αρτοσκευάσματα	Ελιόψωμο, εφτάζυμο με γλυκάνισο, τηγανόψωμο, κρεμμυδόψωμο επτάζυμο παξιμάδι, σησαμωτά, λαδοψύχια, κριθαροκουλούρα, κουλούρια ανεβατά, λαδοκούλουρο
Λάδι- Ελιές	Ελιές, ελαιόλαδο, τηγανιτές ελιές, ελαιόπαστα
Σούπες	Ταχινόσουπα, τραχανάς, τσουβράς
Δημητριακά	Ποικιλία δημητριακών
Μέλι – Μαρμελάδες Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Μέλι, μαρμελάδα πορτοκάλι/ βερίκοκο / ροδάκινο
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Ανθότυρο, γραβιέρα Ρόδου, γιδοτύρι, αφρώδης Οίνος
Αλλαντικά	Απάκι, καπνιστά, αλίπαστα ψάρια
Φρούτα	Φρέσκα σύκα και φραγκόσυκα
Σαλάτες	Φρέσκα λαχανικά
Πίτες	Χορτόπιτες, ταχινόπιτες
Αυγά-Ομελέτες	Αυγά με ντομάτα, αυγοφέτες, αυγά με χόρτα
Άλλα edésματα	Ντάκος, τηγανιτά πουγκιά, γιαπράκια, κολοκυθοκεφτέδες, πιταρούδια, κρεμμυδένια, ντολμάδες με φακές σε φύλλα κυκλάμινου πληγούρι, φακόρυζο
Γλυκά	Ρυζόγαλο, λουκούμια, αμυγδαλωτά, μουσταλευριά, φανουρόπιτα, βανίλια, μουχαλεπί, ξεροτήγανα, τακάκια, τηγανίτες, ριτσέλι, μοσχοπούγγια, γλυκό κολοκύθα, καϊμάκι γάλακτος με ζάχαρη, μελεκούνι, χαλβάς

Ελληνικό Προϊνό της Σαντορίνης

Αρτοσκευάσματα	Αρτοσκευάσματα χειροποίητα Διάφορα παξιμάδια
Μέλι – Μαρμελάδες - Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Μέλι Σαντορίνης
Σαλάτες	Σαλάτες με ντοματάκι, κατσούνι (τοπικό αγγούρι) και κάπαρη (καπαρόφυλλα και καπαρόκουμπα), μελιτζανοσαλάτα με Σαντορινιά άσπρη μελιτζάνα
Πίτες	Πίτες με χόρτα
Αυγά-Ομελέτες	Στραπατσάδα, σφουγγάτο με αυγά, βιολογικές μελιτζάνες και

	πατάτες της Σαντορίνης, ντόπια αυγά κοκκινιστά με πελτέ από τοπική μικρόκαρπη τομάτα και με κρόκο Σαντορίνης
Άλλα edésματα	Σάντουιτς με ντοματοκεφτέ και φάβα, λουκάνικα με φάβα και αυγό, παναρισμένες ελιές γεμισμένες με φάβα, κολοκυθοκορφάδες κοκκινιστοί με πελτέ τομάτας, ψητή άσπρη μελιτζάνα με πελτέ τριπλής συμπύκνωσης Σαντορίνης, φάβα Σαντορίνης με ντόπιο κρεμμύδι
Γλυκά	Κουφέτο αμύγδαλο, πουτίγκα με vinsanto, πάστα φλώρα με γλυκό σταφύλι

Ελληνικό Προϊνό της Σίφνου

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Ελληνικός καφές, φασκόμηλο, τσάι του βουνού, λεμονάδα (φρέσκος χυμός), πορτοκαλάδα (φρέσκος χυμός)
Αρτοσκευάσματα	Παραδοσιακά βουτήματα ,κουλούρια γλυκάνισου, κρασοκούλουρα, παξιμάδια, χωριάτικο ψωμί λευκό και μαύρο, κέικ σε ποικιλία γεύσεων
Λάδι- Ελιές	Ελαιόλαδο, ελιές
Μέλι – Μαρμελάδες - Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	Μέλι θυμαρίσιο, χειροποίητες μαρμελάδες (πορτοκάλι, σύκο, ροδάκινο, αχλάδι), σύκα ξερά, καρύδια, σταφίδες
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Τυρί μανούρα/ κατσικίσιο/ ξινομυζήθρα
Αλλαντικά	Λουκάνικα χωριάτικα
Σαλάτες	Ντομάτες, αγγούρια
Πίτες	Τυρόπιτα με μυζήθρα, λωλή, γλυκιά κολοκυθόπιτα
Αυγά-Ομελέτες	Στραπατσάδα, αυγά βραστά, ομελέτα
Γλυκά	Ρυζόγαλο, γλυκά του κουταλιού (σταφύλι, κυδώνι, περγαμόντο), αμυγδαλωτά, μελόπιτα από μυζήθρα και μέλι

Ελληνικό Προϊνό της Σκύρου

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Φασκόμηλο, βλιχούνι, χαμομήλι
Αρτοσκευάσματα	Επτάζυμο, τηγανόψωμο, πρόπτο
Λάδι- Ελιές	Ελιές πράσινες, καλαμών, θρούμπες
Σαλάτες	Χωριάτικη
Μέλι – Μαρμελάδες	Θυμαρίσιο τοπικό μέλι, μαρμελάδα ροδάκινο/ βερίκοκο/ σύκο/ περγαμόντο/ μήλο/ αχλάδι/ κυδώνι/ πορτοκάλι/ νεράντζι/ καρπούζι/ πεπόνι/ κεράσι/ βύσσινο/ ντομάτα/ ανάμικτη/ κορόμηλο/ δαμάσκηνο κ.α
Γλυκά κουταλιού	Κυδώνι (κοφτό και μπελτέ), σταφύλι/ νεραντζάκι/ βύσσινο
Τυριά	Ξυνοτύρι, φέτα, κασέρι, μυζήθρα φρέσκια
Αυγά-Ομελέτες	Αυγόφτετες, αυγά φρέσκα βραστά,/με ντομάτα
Πίτες	Τυρόπιτα, σπανακόπιτα, κολοκυθόπιτα, τραχανόπιτα, σκυριανά,τραχανοπτάρια, τροχάδες, τερόπτες με κόκκινο κολοκύθι
Γλυκά	Ρυζόγαλο, μηλόπιτα, χαλβάς σμιγδαλένιος, μουσταλευριά,

	τηγανίτες (παραδοσιακό γλυκό γάμου), αμυγδαλωτά Σκύρου, παστοκύδωνο, φουσκάκια (λουκουμάδες στρογγυλοί)
Άλλα edésματα	Μουστοκούλουρα, φάβα, αγκαθάκι Σκύρου, σύκα Κύμης

Ελληνικό Προϊνό της Τήνου

Ροφήματα	Γάλα Τήνου, λεμονάδα σπιτική, βυσσινάδα
Αρτοσκευάσματα	Παξιμαδάκια γλυκάνισου, αμέλωτα φοινίκια/κουλούρια με προζύμι και γλυκάνισο, ψωμί φρέσκο με γλυκάνισο (σπείρα)
Λάδι- Ελιές	Ελαιόλαδο, ελιές
Σαλάτες	Σαλάτα με ρεβίθια, αυγουλάκι με ζαφορά, φρέσκο χυμό ντομάτας, κάπαρη, λάδι, χυμό λεμόνι και φρέσκο ψωμί
Μέλι – Μαρμελάδες	Μέλι θυμαρίσιο, μέλι Ρέικι, πετιμέζι, μαρμελάδα με σισάμι, μέλι, καρύδια, δίκην παστελιού, ταχίνι
Γλυκά κουταλιού	Κολοκύθα, πορτοκάλι, λεμόνι, κυδώνι
Φρούτα	Πορτοκάλια, πεπόνια, καρπούζια, κορόμηλα, βερίκοκα, φράουλες, φρέσκοι χυμοί, σύκα ξερά
Γαλακτοκομικά	Βούτυρο τηνιακό, γιαούρτι με μαρμελάδα παστέλι, γιαούρτι με γλυκό του κουταλιού λεμόνι και γύρη, γιαούρτι με "δημητριακά", "σπερνά" εμπλουτισμένα με βρώμη, σισάμι, ξηρούς καρπούς, κανέλα, σταφίδες, αμέλωτα φοινίκια
Τυριά	Ανθότυρο Τήνου ψητό με γύρη και μέλι, τυράκι πέτρωμα με κουλούρι ανεβατό και μέλι, κοπανιστή, γραβιέρα Τήνου
Αλλαντικά	Λούζα με κυδωνόπαστο και ρόκα, λουκάνικο ελαφρά ψητό με σπιτική σάλτσα ντομάτας/ με χτυπημένο ανθότυρο και μάραθο
Αυγά-Ομελέτες	Αυγά βραστά βαπτισμένα σε τηνιακά ζαφορά με λάδι και ξύδι, ομελέτα φούρνου με υλικά εποχής (κολοκύθια, βρούβες, σκάλφια, αγκινάρες, πατάτα, λουκάνικο, αυγά με ντομάτα (στραπατσάδα)
Σούπες	Κρύα σούπα με γάλα και Μάζ αρωματισμένη με μαστίχα και σερβιρισμένη με καβουρντισμένο αμύγδαλο, "Μάζ" παραδοσιακό λαζάνι με αλεύρι ,γάλα και αυγά
Πίτες	Πατατόπιτα με δυόσμιο και κανέλα, τυρόπιτα τηνιακά (τσιμπητή ή σκεπαστή) αλμυρή με πέτρωμα, ανθότυρο και αυγά, πρωτοφούρνη ή φουσκωτή με γέμιση τυριού (αλμυρή και γλυκιά)
Γλυκά	Ψαράκια (παραδοσιακό γλυκό με φύλλο και γέμιση με καρύδια και μυρωδικά), τηνιακά γλυκιά τυρόπιτα, ξεροτήγανο με γλυκιά γέμιση τυριού, κανέλα και ζάχαρη, ρυζόγαλο, δημητριακά (σπερνά) με μαρεγκάκια, φανουρόπιτα, κομματιαστό με άρωμα πορτοκάλι
Άλλα edésματα	Κοπανιστή πάνω σε ψημένο ψωμί μέσα σε σουπίτσα καφέ-πετιμέζι, ελαιόλαδο, σισάμι και φιστίκι Αιγίνης, γραβιέρα Τήνου με μαρμελάδα λεμόνι και παξιμάδια γλυκάνισου, φέτα ψωμί με ελαφριά φαντανοσαλάτα, γραβιέρα, ντομάτα και ελαιόλαδο, φέτα ψωμί με φρέσκο πορτοκάλι, αγκινάρα του λαδιού, γραβιέρα και πετιμέζι, φέτα ψωμί με πουρέ από φασόλια, χοιρομέρι και δυόσμιο, μέντα

Ελληνικό Πρωινό της Φολέγανδρου

Αρτοσκευάσματα	Κουλούρες
Λάδι- Ελιές	Ελιές ντόπιες ψιλές
Μέλι – Μαρμελάδες	Μέλι ντόπιο θυμαρίσιο
Γλυκά κουταλιού	Γλυκό κυδώνι και τριαντάφυλλο
Τυριά	Σουρωτό και μυζήθρα (φρέσκα τυριά), ξινότυρο, ανθότυρο τυρί (έτσι ονομάζεται η γυλωμένη μανούρα), μελίχλωρο (όλα ξερά τυριά)
Αυγά-Ομελέτες	Αυγογαλιά (είδος κρεμώδους παρασκευάσματος από αυγό, γάλα και λίγο αλεύρι, που μαγειρεύεται στο τηγάνι), αυγά ομελέτα με σύγλινα
Πίτες	Οι πίτες, γενικά στη Φολέγανδρο, ονομάζονται καλασούνες. Σουρωτένια ή κρεμμυδένια (με σουρωτό τυρί και κρεμμύδια) χορτένια, κολοκυθένια (με κόκκινη κολοκύθα), καρπουζένια ή αδιαγγουρένια (με σάρκα καρπουζιού -η τοπική ποικιλία του ονομάζεται αδιάγγουρο- αλεύρι, μέλι και σουσάμι), ανοιχτές, στρογγυλές τυρόπιτες σε μέγεθος όσο ένα πιατάκι του φρούτου περίπου, μπουρεκάκια, μικρά τηγανητά πιτάκια με γέμιση σουρωτό τυρί
Γλυκά	Μελόπιτα (ξεσκεπάστη γλυκιά πίτα με μυζήθρα και μέλι) Τηγανίτες με μέλι (πάντα ντόπιο θυμαρίσιο), ξεροτήγανα με μέλι Μακαρόνες (είδος τηγανητού μελομακάρονου) με μέλι, μονογύριστοι (παρασκεύασμα μεταξύ κρέπας και τηγανίτας) με μέλι ή ζάχαρη και κανέλα Παστέλι Φολεγάνδρου (αποκλειστικά με μέλι και σουσάμι) Κέικ (η απλή μορφή που παρασκευαζόταν ανέκαθεν στο νησί), χαλβάς του τηγανιού, μουστοκούλουρα, ξερά σύκα, μυζήθρα με μέλι, γιαούρτι με μέλι - γλυκό κυδώνι και γλυκό τριαντάφυλλο, καρπουζένια
Άλλα edésματα	Σύγλινα από χοιρινό κρέας, ματσάτα (παραδοσιακά χειροποίητα ζυμαρικά του νησιού) με ντόπιο τυρί και σάλτσα ντομάτας, ταραχτά (μακαρόνια με μυζήθρα), ρεβιθάδα, ντολμαδάκια με αμπελόφυλλα

Ελληνικό Πρωινό της Φωκίδας

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Καφές ελληνικός στη χόβολη, τσάι του βουνού, χαμομήλι, φρεσκοστημένη πορτοκαλάδα και λεμονάδα, σπιτικό λικέρ (κυδώνι, μανταρίνι, φράουλα)
Αρτοσκευάσματα	Ψωμί ολικής, χωριάτικο, με προζύμι, με σουσάμι, τυρόψωμο, ζυμωτό με φέτα και πιπεριές
Λάδι- Ελιές	Ελιές πράσινες και μαύρες Άμφισσας, πατέ ελιάς
Σούπες	Τραχανάς
Μέλι – Μαρμελάδες - Αποξηραμένα φρούτα	Μέλι ντόπιο, μαρμελάδες (κορόμηλο, δαμάσκηνο, σύκο, κεράσι, φράουλα, ροδάκινο, βερίκοκο, 3 εσπεριδοειδή, περγαμόντο,

ξηροί καρποί	σταφύλι, μανταρίνι, νεράντζι ούισκι, πορτοκάλι, γκρεϊπ φρουτ, μήλο, αχλάδι, μπανάνα, καρότο, φραγκόσυκο, βατόμουρο, μύρτιλο), κρέμα λεμόνι, πορτοκάλι, ταχίни, χούμους
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	Φέτα, μυζήθρα νωπή, κεφαλογραβιέρα, κασέρι, φορμαέλα Αράχοβας, γιαούρτι πρόβειο και σακούλας
Αλλαντικά	Μπούτι χοιρινό, σαλάμι αέρος, λουκάνικο χωριάτικο
Φρούτα	Φρέσκα φρούτα εποχής (μήλο, αχλάδι, μπανάνα, ακτινίδιο, ανανάς, φράουλες, σύκα, βερίκοκα, κεράσια κτλ)
Πίτες	Σπανακόπιτα, χορτόπιτα, τυρόπιτα, τραχανόπιτα
Αυγά-Ομελέτες	Αυγά τηγανιτά (μάτια), ομελέτα (απλή ή γεμιστή), βραστά, γεμιστά με ντομάτα και μυρωδικά
Γλυκά	Γαλατόπιτα, ρυζόγαλο, κρέμα βανίλιας με σπιτικές μαρμελάδες, αμυγδαλάκι Γαλαξιδίου, ρεβανί με ρύζι, χαλβάς Σιμιγδαλένιος, χαλβάς με Πορτοκάλι, στριφτά διάφορα, μπακλαβάς, μπουγάτσα, τηγανίτα με μέλι, μηλόπιτα, καρυδόπαστα, κολοκυθόπιτα γλυκιά με σταφίδες και μέλι, κέικ με λεμόνι, σοκολάτα, δαμάσκηνα, γλυκά του κουταλιού (περγαμόντο, σύκο, νεράντζι, μελιτζανάκι)
Άλλα edésματα	Ανθότυρο τυλιχτό με μέλι, ανθότυρο τυλιχτό με ντομάτα και ελιά, ποικιλία από χειροποίητες σάλτσες (chutney) βερίκοκο γλυκόξινο, ντομάτα, κουνουπίδι με λαχανικά, πεπόνι

Ελληνικό Προϊνό της Χαλκιδικής

Ροφήματα – Αναψυκτικά	Χυμός ρόδι, Τσάι Φλισκούνη (είδος μέντας) /φασκόμηλο /του βουνού /ι Αχίλλεια/ Λουΐζα / Μελισσόχορτο, λικέρ με κρίνα (μικροί κόκκινοι καρποί ενός θάμνου που λέγεται κρίνα), Ελληνικός καφές, Φραπέ
Αρτοσκευάσματα	Καρβέλι αγιορείτικο (περιέχει 3 ειδών αλεύρι: ολικής αλέσεως αλεσμένο σε πετρόμυλο, κίτρινο και μαλακό), Αθωνίτικο (περιέχει 3 τύπους αλεύρων: ολικής, λευκό, κίτρινο και φυσική προζύμη. Έχει χαρακτηριστική γεύση λόγω του συνδυασμού των αλεύρων και του προζυμιού από το Άγιο Όρος), βουνίσιο (περιέχει αλεύρι μαλακό, αλεύρι σίκαλης, βύνη, προζύμη και αλεύρι φρυγανιάς και προζύμι σικάλεως), προζύμι πετρόμυλου (φτιάχνεται από αλεύρι κίτρινο ψιλοαλεσμένο σε πετρόμυλο, και φυσική προζύμη. Είναι ένα παραδοσιακό χωριάτικο αρτοσκεύασμα για εκείνους που τους αρέσει να γεύονται παραδοσιακές λιχουδιές. Μπορεί να διατηρηθεί αρκετές μέρες εξαιτίας του τρόπου παρασκευής του και της ιδιαίτερης συνταγής του) Προζύμι κίτρινο (παρασκευάζεται από αλεύρι κίτρινο χοντροαλεσμένο και περιέχει μόνο φυσική προζύμη. Μπορεί να διατηρηθεί μέχρι και 5 μέρες εξαιτίας του τρόπου παρασκευής του, της ιδιαίτερης συνταγής του και του προζυμιού) Γαλατσιάνικο (περιέχει αλεύρι από σκληρό σιτάρι ψιλοαλεσμένο, αλεύρι λευκό και καλαμποκάλευρο. Η ζύμη του είναι σφιχτή, το χρώμα του έντονο κίτρινο λόγω του καλαμποκάλευρου και έχει μια γλυκιά απολαυστική γεύση) Ελαιόψωμο (κατασκευάζεται από αλεύρι πολυτελείας, ένα μικρό

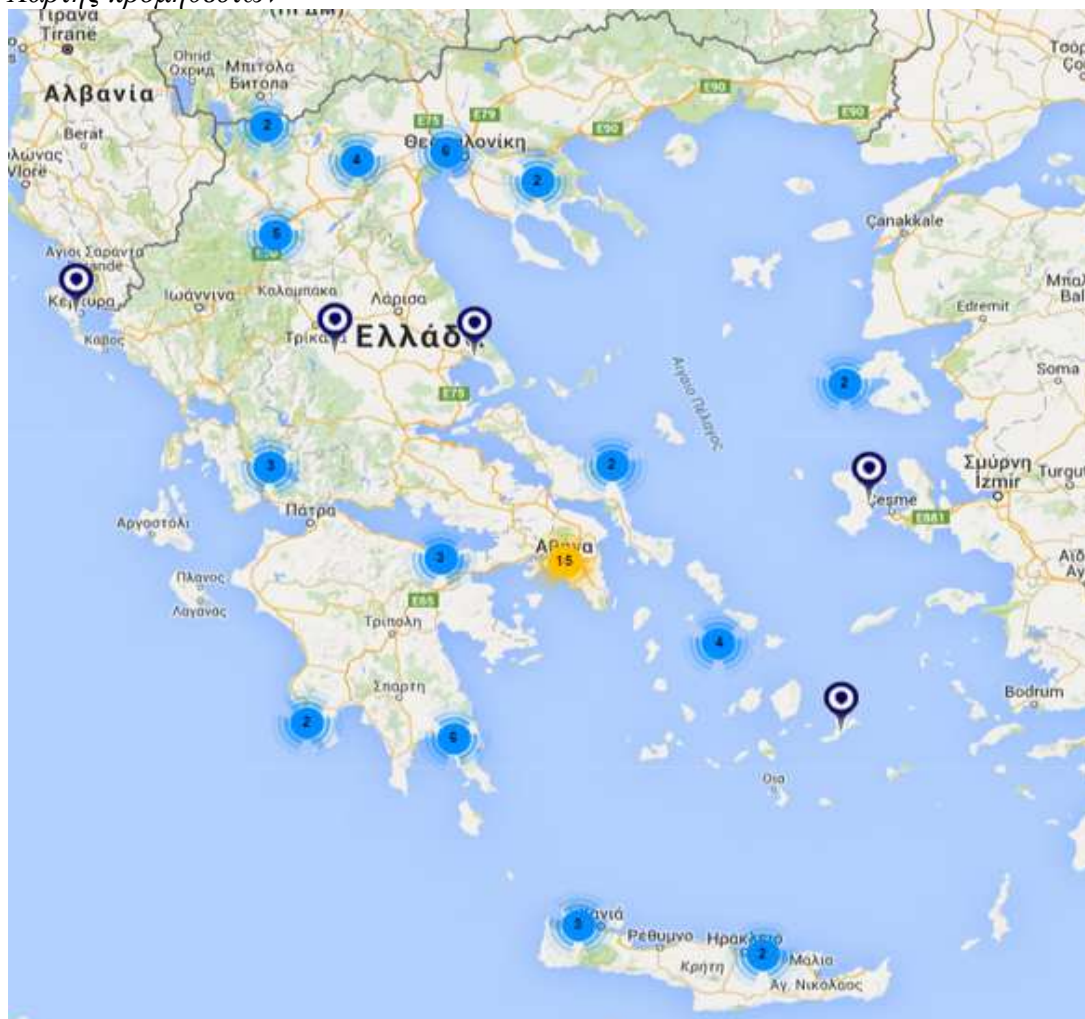
	<p>ποσοστό φυτικών λιπαρών λάδι και μαύρη ελιά καλαμών) Φρατζόλα πολύσπορο Κριτσίνι κρίκος σπανάκι-πράσο (αλεύρι, βούτυρο αγελάδος, σπανάκι, πράσο, ηλιέλαιο, ρετσίνα, αλάτι) Κριτσίνι κρίκος ελιάς (αλεύρι, ηλιέλαιο, ρετσίνα, μαργαρίνη, αλάτι, ελιές καλαμών κριτσίνι με ηλιόσπορο (αλεύρι ολικής, ηλιέλαιο, μαργαρίνη, ζάχαρη, ηλιόσπορο, βύνη Σουσαμένιο μέλι (νηστίσιμο) – βουτύματα (αλεύρι, ηλιέλαιο, μαργαρίνη, κανέλα, μέλι, άρωμα πορτοκαλιού, σουσάμι) Πλεξούδα ταχίνι (νηστίσιμο)- βουτύματα (αλεύρι, ταχίνι, μαργαρίνη, ζάχαρη, κανέλα, αμμωνία) Πλεξούδα μελιού (αλεύρι, μαργαρίνη, ηλιέλαιο, ελαιόλαδο, άχνη, μέλι, κανέλα) Αλμυρά Αγιορίτικα κουλουράκια (αλεύρι, ζάχαρη, αυγό, ελαιόλαδο και κονιάκ) Πτιφουρ μπουκίτσα μαρμελάδα & φιστίκι Νέων Μουδανιών (γέμιση : μαρμελάδα βερίκοκο, φιστίκι με κέλυφος από τα Νέα Μουδανιά) Τρουφάκια αμυγδάλου, κουλούρα με σουσάμι, κουλούρι Θεσσαλονίκης κέικ με ελιές Χαλκιδικής</p>
Λάδι- Ελιές	<p>Ελιές θρούμπες (σταφιδάτες) Χαλκιδικής/ πράσινες Χαλκιδικής /γემιστές με αμύγδαλο/ γემιστές με αποξηραμένο βερίκοκο, Χονδροελιά Χαλκιδικής, πάστα ελιάς από μαύρες ελιές «Σταφιδάτες Ελιές Χαλκιδικής», πάστα ελιάς από πράσινες ελιές Χαλκιδικής Ελαιόλαδο Χαλκιδικής Γαλανό (Μεταγγίτσι). Ποικιλία «ΣΤΡΟΓΓΥΛΟΛΙΑ (Γαλανή-πρασινολιά)</p>
Σούπες	<p>Τραχανάς σούπα, βαρβάρα (σούπα με σιτάρι και κανέλα), σούπα με Μανιτάρια και Ταχίνι (Μονή του Αγίου Κοσμά κοντά στην Αρναία Χαλκιδικής)</p>
Δημητριακά	<p>Σιτάρι, κους κους</p>
Μέλι – Μαρμελάδες - Αποξηραμένα φρούτα ξηροί καρποί	<p>Μέλι ανθέων (η Χαλκιδική παράγει το 32% του συνόλου της χώρας. Οι μελισσοκόμοι μεταναστεύουν τα μελίσσια τους σ' όλη την Ελλάδα) Μέλι πεύκου/ θυμαριού/ σουσούρας/ έλατου, γύρη λουλουδιών, κερύθρα μέλισσας, μαρμελάδα βερίκοκο/ μούρου/ μούρο με τσίπουρο, αποξηραμένο βερίκοκο, σταφίδες ξανθιές, αμύγδαλο, φυστίκι Νέων Μουδανιών, κουκουνάρι</p>
Γαλακτοκομικά Τυροκομικά	<p>Παραδοσιακό κατσίκισιο τυρί Χαλκιδικής, κατσίκισιο πετρωτό/βραχωτό φέτα, κασέρι, ξινόγαλο, αριάνι, γιαούρτι στραγγιστό, αγιορίτικο καπνιστό, γραβιέρα, ελαιοτύρι με κόκκινη πιπεριά, αγιοτύρι, λαδοτύρι με ρίγανη, φρέσκο βούτυρο</p>
Αλλαντικά - Θαλασσιά	<p>Λουκάνικα με πορτοκάλι (Σιθωνία), χωριάτικο λουκάνικο: Γαλάτισσα, χοιρινό καπνιστό από ημιάγριο, τσιγαρίδια, χέλι καπνιστό</p>
Φρούτα – Κομπόστες	<p>Βερίκοκο, ρόδι, μούρο λευκό και μαύρο, σύκο</p>
Σαλάτες	<p>Χωριάτικη Χαλκιδικής (με δυο ειδών ελιές: μαύρες και πράσινες), γαλάτισσας (μαρούλι, γίδα βραστή κρύα, κατσίκισιο τυρί, τοματίνα,</p>

	ελιές, ελαιόλαδο, κρασόξυδο)
Πίτες	Σουσαμόπιτα, μπουγάτσα με τυρί, τυρόπιτα, μπουγάτσα με κρέμα, κολοπαρόπιτα (με πράσινο κολοκύθι και τυρί φέτα, γλυκιά πίτα), παπαρουνόπιτα
Άλλα edésματα	Σαρμαδάκια με ρύζι, τουρσί βλαστάρια αμπελιού, ψιρούκια (ζυμαρικό) Φύλλα (χυλοπίτες), τραχανάς
Αυγά - Ομελέτες	Ομελέτα με φέτα και ελιές, αυγόφτετες με μέλι
Γλυκά	Κατσιαμάκι (με καλαμποκίσιο αλεύρι και μέλι), τσομπάνικο ρυζόγαλο, λουκούμια, χειροποίητο παστέλι σουσαμιού και ξηρών καρπών με μέλι, κέικ ελαιόλαδου, κέικ με φιστίκι Νέων Μουδανιών (χρώμα φιστικί), χαλβά μακεδονικό, χαλβά σιμιγδαλένιο, γλυκό κουταλιού βερίκοκο και καίσια, γλυκό κουταλιού σύκο

4.9 Οι προμηθευτές του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό»

Σημαντικό ρόλο στην πρωτοβουλία «Ελληνικό Πρωινό» έχουν και οι προμηθευτές που έχουν ενταχθεί και παρουσιάζονται στο παρακάτω χάρτη. Ιδιαίτερη συγκέντρωση παρουσιάζει η περιοχή της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

Χάρτης προμηθευτών



4.9.1 Αίτηση ένταξης προμηθευτή στο πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό»

Το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό» διαθέτει χώρο στην επίσημη ιστοσελίδα του για την προβολή των ελληνικών εταιριών παραγωγής ή/και εμπορίας τροφίμων και ποτών τα οποία μπορούν να προσφερθούν στα πρωινά των ενταγμένων ξενοδοχείων.

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι οι εταιρίες των προμηθευτών/παραγωγών να πληρούν τις προδιαγραφές που τάσσουν οι νομοθετικές διατάξεις για τον εφοδιασμό ξενοδοχείων και να διαθέτουν σχετικές πιστοποιήσεις.

Ο σύνδεσμος για την αίτηση ένταξης προμηθευτή στο πρόγραμμα είναι <http://www.greekbreakfast.gr/el/ηση-ένταξης-προμηθευτή> .

4.9 Έρευνα τουριστικής αγοράς

Θέμα μελέτης: Το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό»

Στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας πραγματοποιήθηκε έρευνα τουριστικής αγοράς με θέμα μελέτης το πρόγραμμα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ) «Ελληνικό Πρωινό».

Στη συνέχεια παρατίθενται η μεθοδολογία και το δείγμα, το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκαν καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας. Τέλος, παρατίθενται συμπεράσματα σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας.

4.9.1 Μεθοδολογία και δείγμα

Το θέμα της έρευνας είναι το πρόγραμμα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος «Ελληνικό Πρωινό». Η μέθοδος η οποία χρησιμοποιήθηκε είναι αποστολή ερωτηματολογίων μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας στα ενταγμένα ξενοδοχεία. Στο πρόγραμμα έχουν ενταχθεί ξενοδοχεία από όλη την Ελλάδα. Το δείγμα το οποίο χρησιμοποιήθηκε είναι **433** ξενοδοχεία από όλη την Ελλάδα, το οποία είχαν ενταχθεί έως τον Απρίλιο του 2015. Η έρευνα διήρκησε από το Απρίλιο έως τον Ιούνιο του 2015 και ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου 10-15 λεπτά. Σκοπός της έρευνας είναι η προβολή του βαθμού ικανοποίησης των ξενοδόχων και η αποδοχή του προγράμματος από τους τουρίστες. Οι ερωτήσεις οι οποίες έχουν χρησιμοποιηθεί όπως εμφανίζονται στο ερωτηματολόγιο που ακολουθεί.

4.9.2 Ερωτηματολόγιο

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΘΕΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ "ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ"

* Απαιτείται

1. Φύλο *

- α) Άνδρας
- β) Γυναίκα

2. Ηλικία *

- α) -30
- β) 31-40
- γ) 41-50
- δ) 51-60
- ε) 61 και άνω

3. Θέση στην επιχείρηση *

- α) Ιδιοκτήτης
- β) Διευθυντής
- γ) Διαχειριστής
- δ) Υπάλληλος υποδοχής
- ε) Άλλο

4. Αστέρια ξενοδοχείου *

- α) *
- β) **
- γ) ***
- δ) ****
- ε) *****

5. Γεωγραφική θέση ξενοδοχείου *

- α) Αθήνα - Αργολοπελοποννησιακός
- β) Ανατολική Μακεδονία & Θράκη
- γ) Βορειοανατολικό Αιγαίο
- δ) Δυτική Μακεδονία
- ε) Δωδεκάνησα
- στ) Ήπειρος
- ζ) Θεσσαλία

- η) Θεσσαλονίκη & Χαλκιδική
- θ) Ιόνιο
- ι) Κεντρική Μακεδονία
- ια) Κρήτη
- ιβ) Κυκλάδες
- ιγ) Πελοπόννησος
- ιδ) Πήλιο
- ιε) Σποράδες
- ιστ) Στερεά Ελλάδα

6. Πότε γίνετε μέλος στο πρόγραμμα "ελληνικό πρωινό"; *

- α) 2011
- β) 2012
- γ) 2013
- δ) 2014
- ε) 2015

7. Ποια είναι τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρησή σας μέσω της δράσης "ελληνικό πρωινό" ;

8. Δηλώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας με τη φράση "Η θεσμοθέτηση της δράσης "Ελληνικό Πρωινό" είναι : *

α) Καινοτόμος

1 2 3 4 5

Συμφωνώ απόλυτα Διαφωνώ απόλυτα

*

β) Αποτελεσματική

1 2 3 4 5

Συμφωνώ απόλυτα Διαφωνώ απόλυτα

*

γ) Επικερδής

1 2 3 4 5

Συμφωνώ απόλυτα Διαφωνώ απόλυτα

*

δ) Δημιουργεί "εικόνα" μιας περιοχής

1 2 3 4 5

Συμφωνώ απόλυτα Διαφωνώ απόλυτα

9. Δηλώστε το βαθμό ικανοποίησής σας, όσον αφορά την πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό" : *

α) Σήμα

1 2 3 4 5

Καθόλου Πολύ
ικανοποιημένος/η

*

β) Φιλοσοφία σήματος

1 2 3 4 5

Καθόλου Πολύ
ικανοποιημένος/η

*

γ) Μέσα προβολής ελληνικής γαστρονομίας

1 2 3 4 5

Καθόλου Πολύ
ικανοποιημένος/η

*

δ) Μέσα προβολής "ελληνικό πρωινό"

1 2 3 4 5

Καθόλου Πολύ
ικανοποιημένος/η

*

ε) Μέσα προώθησης "ελληνικό πρωινό"

1 2 3 4 5

Καθόλου Πολύ
ικανοποιημένος/η

*

στ) Ιστοσελίδα ΞΕΕ "ελληνικό πρωινό"

1 2 3 4 5

Καθόλου Πολύ
ικανοποιημένος/η

10. Πιστεύετε πως η πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό" ανταποκρίνεται στην τοπική ταυτότητα της περιοχής σας; *

- α) Ναι
- β) Όχι

11. Αν ναι, με ποιον τρόπο;

- α) Χρήση τοπικών προϊόντων

- β) Ένταξη τοπικών προϊόντων που δεν είναι ευρέως γνωστά
- γ) Αναζήτηση και αναβίωση τοπικών συνταγών
- δ) Άλλο

12. Αν όχι, γιατί?

- α) Έλλειψη γνώσεων για την τοπική κουζίνα
- β) Έλλειψη γνώσεων για τα χρησιμοποιούμενα συστατικά
- γ) Μη ένταξη σημαντικών προϊόντων
- δ) Άλλο

13. Θεωρείτε πως η προβολή των τοπικών προϊόντων γαστρονομίας συμβάλει στην: *

- α) Δημιουργία σταθερού πελατολογίου
- β) Αύξηση των κρατήσεων
- γ) Προβολή του ξενοδοχείου/καταλύματος
- δ) Ανάπτυξη της ζήτησης τοπικών προϊόντων
- ε) Οικονομική ανάπτυξη του εμπορίου τοπικών προϊόντων
- στ) Διατήρηση της τοπικής ταυτότητας
- ζ) Αναβίωση παραδοσιακών συνταγών
- η) Αναβίωση / αναθέρμανση ενδιαφέροντος για προϊόντα
- θ) Άλλο

14. Αποτελεί το "ελληνικό πρωινό" επιλογή των τουριστών? *

- α) Ναι
- β) Όχι

15. Πώς αξιολογούν οι επισκέπτες τα παρακάτω : *

α) Ποικιλία "ελληνικού πρωινού"

1 2 3 4 5

Κακό/ή Πολύ καλό/η

*

β) Ποιότητα προϊόντων από τα οποία αποτελείται το "ελληνικού πρωινού"

1 2 3 4 5

Κακό/ή Πολύ καλό/η

*

γ) Παρουσίαση προϊόντων στο σερβιρισμένο πρωινό

1 2 3 4 5

Κακό/ή Πολύ καλό/η

*

δ) Γεύσεις προϊόντων

1 2 3 4 5

Κακό/η Πολύ καλό/η

*

ε) Τιμές

1 2 3 4 5

Κακό/η Πολύ καλό/η

16. Υπάρχει ζήτηση από τουρίστες που δοκιμάζοντας το "ελληνικό πρωινό" θέλησαν να προβούν σε αγορά κάποιων τοπικών προϊόντων? *

- α) Ναι
- β) Όχι

17. Πιστεύετε πως η φιλοσοφία του "ελληνικού πρωινού" συμβάλει στην ανάπτυξη καλού ονόματος της επιχείρησης? *

- α) Ναι
- β) Όχι

18. Η συμμετοχή στη δράση "ελληνικό πρωινό" οδήγησε στη δημιουργία νέων δράσεων ή επιχειρήσεων που σχετίζονται με τα προϊόντα αυτά; *

- α) Ναι
- β) Όχι

19. Αν ναι, ποιών;

- α) Επισιτιστικά καταστήματα (ταβέρνες, εστιατόρια)
- β) Καταστήματα πώλησης παραδοσιακών προϊόντων
- γ) Μουσείο που σχετίζεται με κάποιο προϊόν
- δ) Προσφορά μαθημάτων μαγειρικής
- ε) Δημιουργία πολιτιστικής διαδρομής
- στ) Άλλο

20. Δώστε μας τις δικές σας απόψεις για την ανάπτυξη και ανάδειξη του ελληνικού πρωινού στο τόπο σας

Παρατηρήσεις

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο διαδικτυακό πρόγραμμα **Google Drive**. Απαραίτητη προϋπόθεση για να έχει κανείς πρόσβαση είναι η κατοχή ηλεκτρονικής αλληλογραφίας της Google, δηλαδή gmail.

Το συγκεκριμένο εργαλείο επιλέχθηκε λόγω της εύκολης χρήσης του ερωτώμενου. Πιο συγκεκριμένα, ο ερωτώμενος δέχεται στην ηλεκτρονική του διεύθυνση μια εύκολα προσβάσιμη φόρμα ερωτηματολογίου προς απάντηση.

Από την μεριά του διαχειριστή κατά την κατασκευή του ερωτηματολογίου παρουσιάστηκαν προβλήματα όπως:

- Οι απαντήσεις εμφανίζονταν αυτόματα σε ένα excel μέσα από το σύστημα Google Drive με αποτέλεσμα να μπορεί να γίνει ταυτοποίηση του ξενοδοχείου με την απάντηση

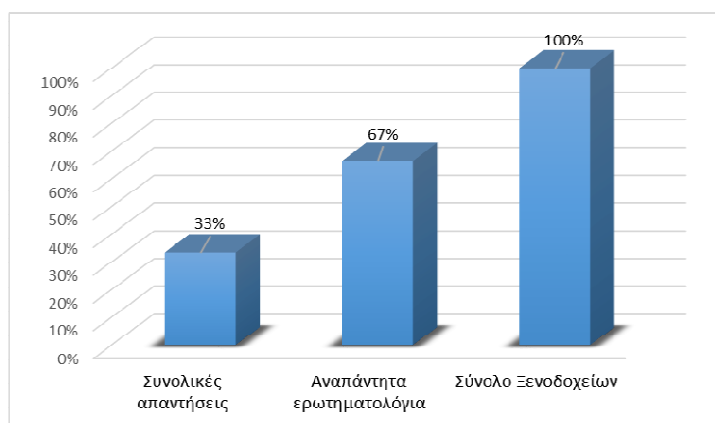
4.9.3 Αποτελέσματα της έρευνας

Τα αποτελέσματα της έρευνας επεξεργάστηκαν μέσω του προγράμματος excel.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. Συνολικές απαντήσεις

	Συχνότητα	Ποσοστό %
Συνολικές απαντήσεις	145	33%
Αναπάντητα ερωτηματολόγια	288	67%
Σύνολο Ξενοδοχείων	433	100%

ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ 1. Συνολικές απαντήσεις

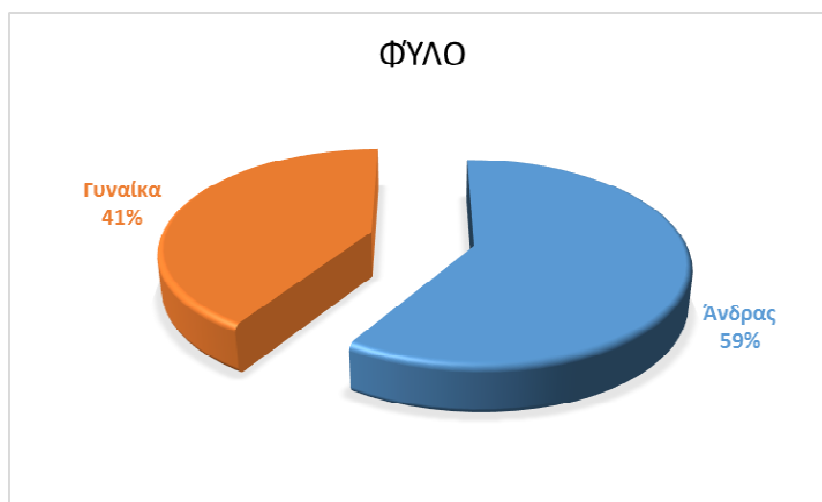


Σύμφωνα με τον **ΠΙΝΑΚΑ 1** και το αντίστοιχο **ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ 1** οι απαντήσεις οι οποίες λήφθηκαν είναι **145** από τα **433** ερωτηματολόγια τα οποία διανεμήθηκαν. Οι 145 απαντήσεις αντιστοιχούν σε ποσοστό **33%**.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2. Φύλο

Φύλο	Συχνότητα	Ποσοστό %
Άνδρας	85	59%
Γυναίκα	60	41%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%

ΠΙΤΟΓΡΑΜΜΑ 1. Φύλο

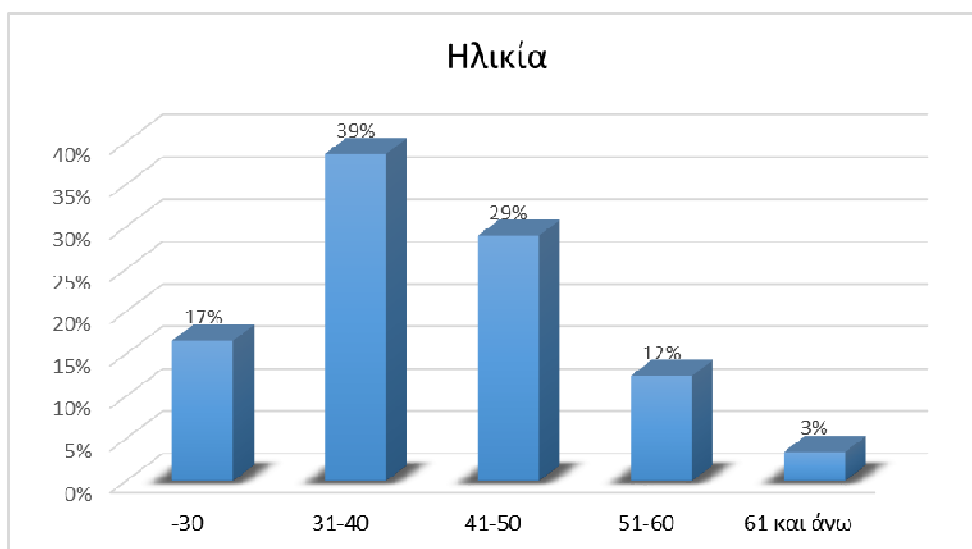


Το ποσοστό **59%** στην κατηγορία **Φύλο** έχουν οι άνδρες και το **41%** οι γυναίκες όπως προκύπτει από το **ΠΙΝΑΚΑ 2** και το αντίστοιχο **ΠΙΤΟΓΡΑΜΜΑ 1**. Αυτό αντιστοιχεί σε **85** απαντήσεις ανδρών και **60** γυναικών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3. Ηλικία

Ηλικία	Συχνότητα	Ποσοστό %
-30	24	17%
31-40	56	39%
41-50	42	29%
51-60	18	12%
61 και άνω	5	3%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%

ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ 2. Ηλικία



Η επικρατέστερη τιμή στην κατηγορία **Ηλικία** είναι η **31-40** με ποσοστό **39%** και η μικρότερη η **61 και άνω** με ποσοστό **3%** και συνολικές απαντήσεις **5**.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4. Θέση στην επιχείρηση

Θέση στην επιχείρηση	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ιδιοκτήτης	51	35%
Διευθυντής	34	23%
Διαχειριστής	29	20%
Υπάλληλος υποδοχής	18	12%
Άλλο	13	9%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%

Οι ιδιοκτήτες έδωσαν τις περισσότερες απαντήσεις στην έρευνα με ποσοστό 35%, ακολουθούν οι κατηγορίες "Διευθυντής" και "Διαχειριστής" με ποσοστά 23% και 20% αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5. Αστέρια ξενοδοχείου

Αστέρια ξενοδοχείου	Συχνότητα	Ποσοστό %
*	2	1%
**	35	24%
***	62	43%
****	34	23%
*****	12	8%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%

Οι περισσότερες απαντήσεις στην έρευνα δόθηκαν από ξενοδοχεία τριών αστέρων (3*) με ποσοστό **43%** και συνολικές απαντήσεις **62**. Ακολουθούν οι κατηγορίες δύο αστέρων (2*) και τεσσάρων (4*) με ποσοστά **24%** και **23%** αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6. Γεωγραφική θέση ξενοδοχείου

Γεωγραφική θέση ξενοδοχείου	Συχνότητα	Ποσοστό %
Αθήνα - Αργοσαρωνικός	19	13%
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	5	3%
Βορειοανατολικό Αιγαίο	9	6%
Δυτική Μακεδονία	8	6%
Δωδεκάνησα	10	7%
Ήπειρος	10	7%
Θεσσαλία	9	6%
Θεσσαλονίκη & Χαλκιδική	15	10%
Ιόνιο	11	8%
Κεντρική Μακεδονία	2	1%
Κρήτη	13	9%
Κυκλάδες	10	7%
Πελοπόννησος	7	5%
Πήλιο	5	3%
Σποράδες	6	4%
Στερεά Ελλάδα	6	4%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%

ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ 3. Γεωγραφική θέση ξενοδοχείου



Οι επικρατέστερες τιμές σχετικά με τη γεωγραφική θέση της επιχείρησης σημειώνονται στην **Αθήνα-Αργοσαρωνικός** και στην **Θεσσαλονίκη & Χαλκιδική** με ποσοστά 13% και 10% αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7. Πότε γίνατε μέλος στο πρόγραμμα "ελληνικό πρωινό";

Πότε γίνατε μέλος στο πρόγραμμα "ελληνικό πρωινό";	Συχνότητα	Ποσοστό %
2011	14	10%
2012	24	17%
2013	46	32%
2014	47	32%
2015	14	10%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%

Οι ενταγμένοι ξενοδόχοι του **2013** και **2014** είναι εκείνοι οι οποίοι απάντησαν περισσότερο με ποσοστό **32%** και απαντήσεις **46** και **47** αντίστοιχα.

Ποια είναι τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρηση σας μέσω της δράσης "ελληνικό πρωινό" ;

Στην ερώτηση *"Ποια είναι τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρηση σας μέσω της δράσης "ελληνικό πρωινό";"* -η οποία είναι μια ανοιχτή ερώτηση- λήφθησαν ποικίλες απαντήσεις. Επιλέχθηκαν οι πιο αντιπροσωπευτικές και παρατίθενται στη συνέχεια.

1. Έχουμε δικό μας κήπο με διάφορα λαχανικά και φρούτα τα οποία σερβίρονται φρέσκα στον πρωινό μπουφέ. Επίσης με αυτά τα προϊόντα φτιάχνουμε πίτες, γλυκά, γλυκά του κουταλιού και μαρμελάδες. Παραδοσιακά εδέσματα όπως η Σαμιώτικες τηγανήτες και μπουρέκια τα προσθέτουμε συχνά.
2. Αγνές πρώτες ύλες απο ντόπιους παραγωγούς. Τυριά, αλλαντικά, πίτες διαφόρων ειδών χειροποίητες, γλυκές και αλμυρές, βουτήματα, κέικ, μέλι, γιαούρτι, μαρμελάδες.....όλα σπιτικά.
3. παραδοσιακές πίτες, γλυκά κουταλιού και ταψιού
4. Στο ξενοδοχείο Kentrikon Boutique Hotel, η διαδικασία του πρωινού αποτελεί μια τελετουργία, ένα ταξίδι στο παρόν και το παρελθόν της γαστρονομίας. Οι μυρωδιές άλλωστε προϊδεάζουν για το τι πρόκειται να ακολουθήσει. Η οικοδέσποινα προσφέρει ιδιαίτερες γεύσεις, βασισμένες σε παραδοσιακά τοπικά προϊόντα σ' ένα πλούσιο πρωινό μπουφέ. Καθημερινά, υπάρχουν φρέσκο ψωμί, σπιτικές μαρμελάδες για όλα τα γούστα, παραδοσιακό τυρόψωμο και ελιόψωμο, φρεσκοψημένα μπισκότα, κέικ «της μαμάς», τοπικά γλυκά του κουταλιού, σπιτική πίτσα, φρέσκα φρούτα, και λαχταριστές φρεσκοψημένες μπαγκέτες σε διάφορα είδη! Ακόμα, οι λουκουμάδες και οι τηγανήτες, αποτελούν ευχάριστες εκπλήξεις όπου σε συνδυασμό με την σοκολάτα ή το τοπικό μέλι, ικανοποιούν και τον πιο απαιτητικό ουρανίσκο. Την παράσταση κλέβουν οι παραδοσιακές πίτες, κάθε μέρα και μια

διαφορετική γεύση. Γαλατόπιτα, μηλόπιτα χορτόπιτα, τυρόπιτα, σπανακόπιτα ακόμα και κολοκυθόπιτα ζυμώνονται στο ξενοδοχείο, με υλικά βγαλμένα από τη Γη του Πηλίου. Τα σχόλια είναι πάντα διθυραμβικά, άλλωστε αυτό επισημαίνεται και στο βιβλίο εντυπώσεων, που από το 1974 εσωκλείει χιλιάδες αναμνήσεις φίλων επισκεπτών και σήμερα πλέον αποτελεί την «προίκα» του ξενοδοχείου. Πάντα με χαμόγελο προσφέρει απλόχερα τις υπηρεσίες του στους επισκέπτες του, βοηθώντας τους να καταστρώσουν τις διακοπές τους. Στόχος των ιδιοκτητών του ξενοδοχείου αποτελεί να αποκομίσουν οι επισκέπτες αξέχαστες εμπειρίες διακοπών που φέρουν την σφραγίδα φιλοξενίας της Οικογένειας Λεβέντη.

5. Φρέσκο χυμό πορτοκάλι, σπιτικές μαρμελάδες, ντόπιο μέλι, ψωμί ζυμωτό και πολύσπορο, σπιτικά κέικ και μπισκότα, χωριάτικες πίτες, ντόπια αυγά, ομελέτα, στραπατσάδα, αυγόφτετες, χωριάτικο λουκάνικο, τηγανίτες, τηγανοκουλούρες, κολοκυθολούλουδα γεμιστά με τυρί και ρύζι, πιπεριές γεμιστές, γιαούρτι με καρύδια και αποξηραμένα φρούτα, φρέσκα φρούτα, παραδοσιακά γλυκά όπως καρυδόπιτα, σάμαλι, μπακλαβάς, πορτοκαλόκρεμα, πορτοκαλόπιτα και πολλά άλλα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.

Δηλώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας με τη φράση "Η θεσμοθέτηση της δράσης "Ελληνικό Πρωινό" είναι

	Καινοτόμος		Αποτελεσματική		Επικερδής		Δημιουργεί εικόνα της επιχείρησης	
	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %
Συμφωνώ απόλυτα	30	21%	22	15%	11	8%	31	21%
Συμφωνώ	58	40%	52	36%	27	19%	50	34%
Ούτε συμφωνώ / ούτε διαφωνώ	47	32%	54	37%	74	51%	54	37%
Διαφωνώ	7	5%	13	9%	28	19%	8	6%
Διαφωνώ απόλυτα	3	2%	4	3%	5	3%	2	1%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%	145	100%	145	100%	145	100%

Όπως προκύπτει από τις παραπάνω τιμές το **40%** συμφωνεί με τη φράση η θεσμοθέτηση της δράσης "Ελληνικό Πρωινό" είναι **Καινοτόμος**, ενώ ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί εάν είναι **Αποτελεσματική** το **37%**, **Επικερδής** το 51% και εάν **δημιουργεί εικόνα της επιχείρησης** το **37%**.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.

Δηλώστε το βαθμό ικανοποίησης σας, όσον αφορά την πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό"

	Σήμα		Φιλοσοφία σήματος		Ιστοσελίδα ΞΕΕ για το "ελληνικό πρωινό"	
	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %
Καθόλου ικανοποιημένος/η	3	2%	5	3%	3	2%
Λίγο ικανοποιημένος/η	17	12%	15	10%	8	6%
Ούτε δυσαρεστημένος - Ούτε ικανοποιημένος/η	45	31%	45	31%	67	46%
Ικανοποιημένος/η	53	37%	54	37%	52	36%
Πολύ ικανοποιημένος/η	27	19%	26	18%	15	10%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%	145	100%	145	100%

Σύμφωνα με το ΠΙΝΑΚΑ 9, οι ξενοδόχοι δηλώνουν ικανοποιημένοι με το Σήμα και τη Φιλοσοφία του σήματος με ποσοστό 37%. Επίσης, το 46% δηλώνει ούτε ικανοποιημένο/ούτε δυσαρεστημένο με την Ιστοσελίδα του ΞΕΕ για το «ελληνικό πρωινό».

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.1

Δηλώστε το βαθμό ικανοποίησης σας, όσον αφορά την πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό"

	Μέσα προβολής ελληνικής γαστρονομίας		Μέσα προβολής "ελληνικό πρωινό"		Μέσα προώθησης "ελληνικό πρωινό"	
	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %
Καθόλου ικανοποιημένος/η	3	2%	2	1%	3	2%
Λίγο ικανοποιημένος/η	12	8%	16	11%	14	10%
Ούτε δυσαρεστημένος/η - Ούτε ικανοποιημένος/η	58	40%	63	43%	65	45%
Ικανοποιημένος/η	53	37%	49	34%	50	34%
Πολύ ικανοποιημένος/η	19	13%	15	10%	13	9%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%	145	100%	145	100%

Ο ΠΙΝΑΚΑΣ 9.1 αποτελεί συνέχεια του ΠΙΝΑΚΑ 9, και προκύπτει από αυτόν να δηλώνει ούτε δυσαρεστημένος/ούτε ικανοποιημένος ως προς τα Μέσα προβολής

ελληνικής γαστρονομίας το 40%, τα Μέσα προβολής "ελληνικό πρωινό" το 43% και τα Μέσα προώθησης "ελληνικό πρωινό" το 45%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.

Πιστεύετε πως η πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό" ανταποκρίνεται στην τοπική ταυτότητα της περιοχής σας;

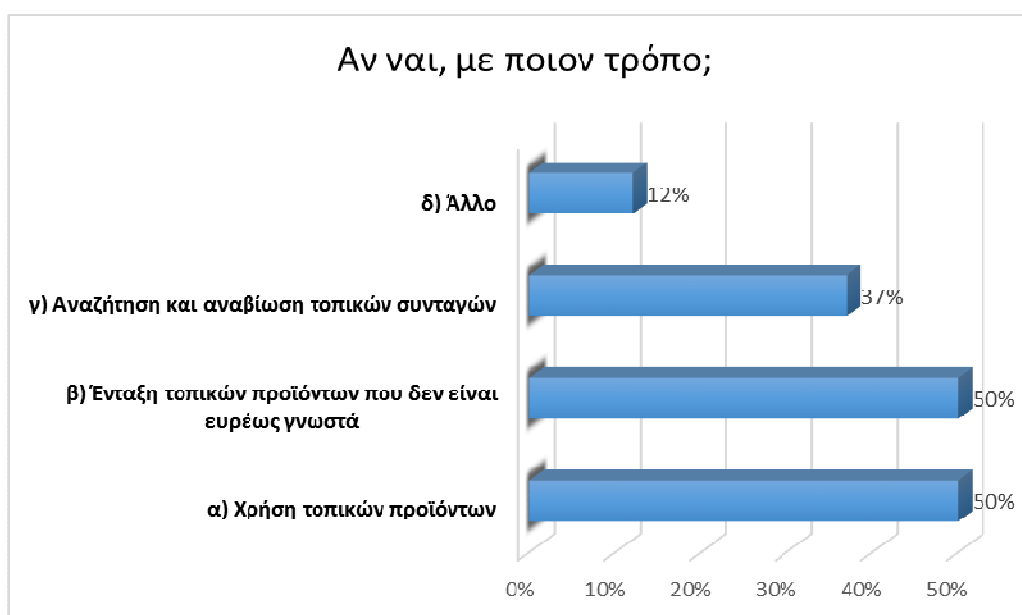
Πιστεύετε πως η πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό" ανταποκρίνεται στην τοπική ταυτότητα της περιοχής σας;	Συχνότητα	Ποσοστό %
Ναι	116	80%
Όχι	29	20%
Συνολικές απαντήσεις	145	100.00%

Το 80% των ερωτηθέντων πιστεύει πως η πρωτοβουλία «Ελληνικό Πρωινό» ανταποκρίνεται στην τοπική ταυτότητα της περιοχής τους-ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί σε 116 απαντήσεις- ενώ το 20% το αρνείται.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11. Αν ναι, με ποιον τρόπο;

Αν ναι, με ποιον τρόπο;	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Χρήση τοπικών προϊόντων	72	50%
β) Ένταξη τοπικών προϊόντων που δεν είναι ευρέως γνωστά	72	50%
γ) Αναζήτηση και αναβίωση τοπικών συνταγών	53	37%
δ) Άλλο	18	12%
Συνολικές απαντήσεις	215	149.00%

ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ 4. Αν ναι, με ποιον τρόπο;

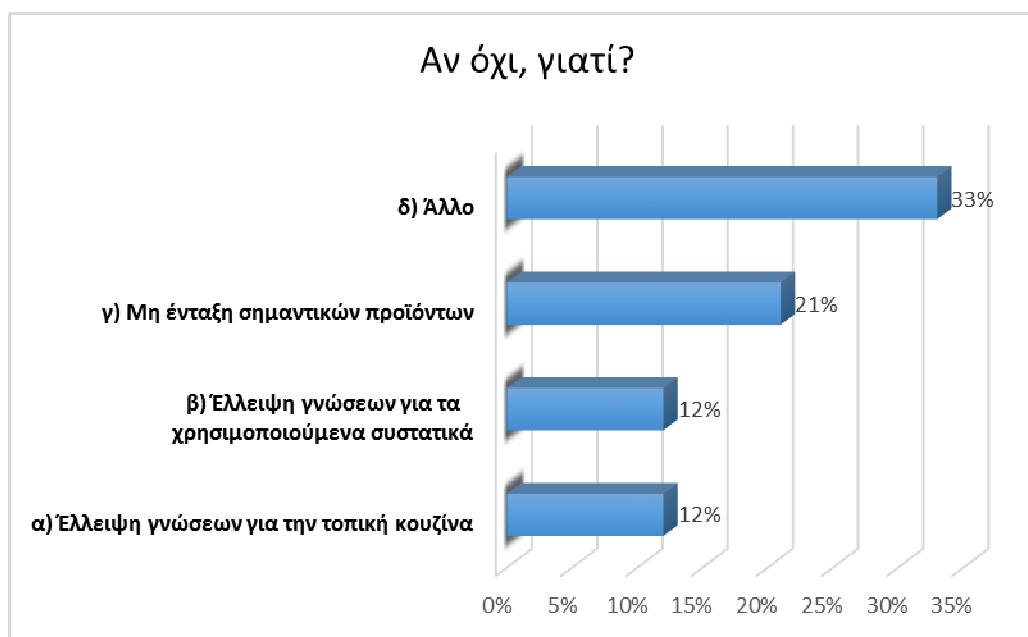


Στην ερώτηση με ποιον τρόπο ανταποκρίνεται στη τοπική τους ταυτότητα το πρόγραμμα τις υψηλότερες τιμές τις συγκέντρωσαν **Χρήση τοπικών προϊόντων** και η **Ένταξη τοπικών προϊόντων που δεν είναι ευρέως γνωστά** με ποσοστό 50% αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 12. Αν όχι, γιατί?

Αν όχι, γιατί?	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Έλλειψη γνώσεων για την τοπική κουζίνα	17	12%
β) Έλλειψη γνώσεων για τα χρησιμοποιούμενα συστατικά	17	12%
γ) Μη ένταξη σημαντικών προϊόντων	31	21%
δ) Άλλο	48	33%
Συνολικές απαντήσεις	113	78.00%

ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ 5. Αν όχι, γιατί?



Στην ερώτηση γιατί δεν ανταποκρίνεται στη τοπική τους ταυτότητα το πρόγραμμα την υψηλότερη τιμή τη συγκέντρωσε η απάντηση **Άλλο** με ποσοστό **33%** και η απάντηση **Μη ένταξη σημαντικών προϊόντων** με ποσοστό **21%**.

ΠΙΝΑΚΑΣ 13.

Θεωρείτε πως η προβολή των τοπικών προϊόντων γαστρονομίας συμβάλει στην:

Θεωρείτε πως η προβολή των τοπικών προϊόντων γαστρονομίας συμβάλει στην:	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Δημιουργία σταθερού πελατολογίου	11	8.00%
β) Αύξηση των κρατήσεων	19	13%
γ) Προβολή του ξενοδοχείου/καταλύματος	49	34%
δ) Ανάπτυξη της ζήτησης τοπικών προϊόντων	73	50%
ε) Οικονομική ανάπτυξη του εμπορίου τοπικών προϊόντων	81	56%
στ) Διατήρηση της τοπικής ταυτότητας	65	45%
η) Αναβίωση / αναθέρμανση ενδιαφέροντος για προϊόντα	49	34%
η) Αναβίωση / αναθέρμανση ενδιαφέροντος για προϊόντα	30	21%
θ) Άλλο	23	16%
Συνολικές απαντήσεις	248	276.28%

Οι επικρατέστερες απαντήσεις στην ερώτηση σε τι συμβάλει η προβολή των τοπικών προϊόντων είναι η **οικονομική ανάπτυξη του εμπορίου τοπικών προϊόντων** και η **ανάπτυξη της ζήτησης τοπικών προϊόντων** με ποσοστά 56% και 50% αντίστοιχα. Σημαντικό ποσοστό συγκέντρωσε η επιλογή **διατήρηση της τοπικής ταυτότητας** με ποσοστό 45% ενώ οι επιλογές **προβολή του ξενοδοχείου/καταλύματος** και **αναβίωση / αναθέρμανση ενδιαφέροντος για προϊόντα** συγκέντρωσαν ποσοστό **34%** αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 14. Αποτελεί το "ελληνικό πρωινό" επιλογή των τουριστών?

14. Αποτελεί το "ελληνικό πρωινό" επιλογή των τουριστών?	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Ναι	107	74%
β) Όχι	38	26%
Συνολικές απαντήσεις	145	100.00%

Το «Ελληνικό πρωινό» αποτελεί επιλογή των τουριστών όπως προκύπτει στο παραπάνω πίνακα με ποσοστό **74%** το οποίο αντιστοιχεί σε **107** θετικές απαντήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 15. Πώς αξιολογούν οι επισκέπτες τα παρακάτω

Πώς αξιολογούν οι επισκέπτες τα παρακάτω :						
	Ποικιλία "ελληνικού πρωινού"		Γεύσεις προϊόντων		Τιμές	
	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %	Συχνότητα	Ποσοστό %
Κακό/ή	0	0%	1	1%	0	0%
Λίγο κακό/ ή	5	4.00%	0	0%	8	6%

Ούτε κακό/ή - Ούτε καλό/ή	43	30%	27	19%	59	41%
Καλό/ή	63	43%	51	35%	46	32%
Πολύ καλό/ή	34	23%	66	46%	32	22%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%	145	100%	145	100%

Όπως προκύπτει από το παραπάνω πίνακα οι επισκέπτες/τουρίστες αξιολογούν καλή τη ποικιλία του «Ελληνικού πρωινού» με ποσοστό **43%**, τις γεύσεις των προϊόντων πολύ καλές με ποσοστό **46%** ενώ για τις τιμές το 41% δήλωσε ούτε κακό/ή- ούτε καλό/ή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 15.1 Πώς αξιολογούν οι επισκέπτες τα παρακάτω

	Ποιότητα προϊόντων από τα οποία αποτελείται το "ελληνικό πρωινό"	Ποσοστό %	Παρουσίαση προϊόντων στο σερβιρισμένο πρωινό	Ποσοστό %
	Συχνότητα		Συχνότητα	
Κακό/ή	1	1%	1	1%
Λίγο κακό/ή	0	0%	0	0%
Ούτε κακό/ή - Ούτε καλό/ή	30	21%	32	22%
Καλό/ή	62	43%	59	41%
Πολύ καλό/ή	52	36%	53	37%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%	145	100%

Σε συνέχεια του ΠΙΝΑΚΑ 15 στον ΠΙΝΑΚΑ 15.1 η ποιότητα προϊόντων από τα οποία αποτελείται το "ελληνικό πρωινό" αξιολογήθηκε καλή με ποσοστό **43%** και πολύ καλή με ποσοστό **36%**. Όσο αφορά την παρουσίαση προϊόντων στο σερβιρισμένο πρωινό το **41%** δηλώνει ότι είναι καλή και τον **37%** πολύ καλή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 16.

Υπάρχει ζήτηση από τουρίστες που δοκιμάζοντας το "ελληνικό πρωινό" θέλησαν να προβούν σε αγορά κάποιων τοπικών προϊόντων?

Υπάρχει ζήτηση από τουρίστες που δοκιμάζοντας το "ελληνικό πρωινό" θέλησαν να προβούν σε αγορά κάποιων τοπικών προϊόντων?	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Ναι	113	78%
β) Όχι	32	22%
Συνολικές απαντήσεις	145	100.00%

Το **78%** δήλωσε ότι οι τουρίστες που δοκίμασαν προϊόντα από το «Ελληνικό Πρωινό» δήλωσαν το ενδιαφέρον αγοράς τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 17.

Πιστεύετε πως η φιλοσοφία του "ελληνικού πρωινού" συμβάλει στην ανάπτυξη καλού ονόματος της επιχείρησης;

Πιστεύετε πως η φιλοσοφία του "ελληνικού πρωινού" συμβάλει στην ανάπτυξη καλού ονόματος της επιχείρησης;	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Ναι	105	72%
β) Όχι	40	23%
Συνολικές απαντήσεις	145	95%

Θετικές ήταν οι απόψεις για τον αν φ φιλοσοφία του «Ελληνικού Πρωινού» συμβάλει στην ανάπτυξη καλού ονόματος της επιχείρησης με ποσοστό 72%, το οποίο προέκυψε από 105 θετικές απαντήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 18.

Η συμμετοχή στη δράση "ελληνικό πρωινό" οδήγησε στη δημιουργία νέων δράσεων ή επιχειρήσεων που σχετίζονται με τα προϊόντα αυτά;

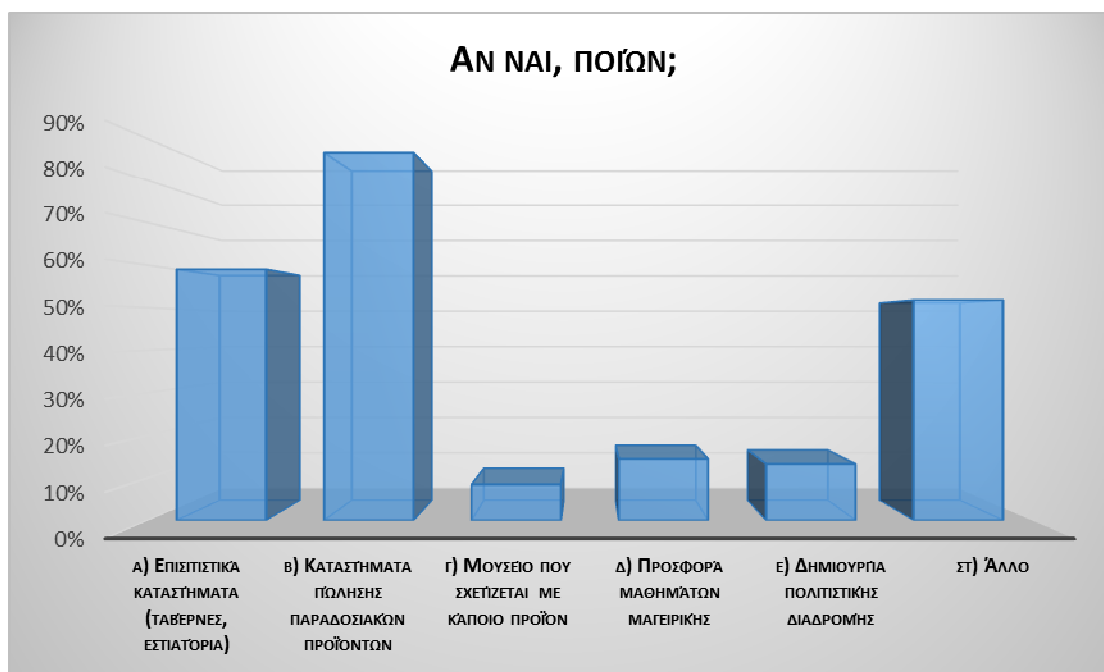
Η συμμετοχή στη δράση "ελληνικό πρωινό" οδήγησε στη δημιουργία νέων δράσεων ή επιχειρήσεων που σχετίζονται με τα προϊόντα αυτά;	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Ναι	83	57%
β) Όχι	62	43%
Συνολικές απαντήσεις	145	100%

Οι ξενοδόχοι απάντησαν με ποσοστό **57%** ότι η δράση «Ελληνικό Πρωινό» οδήγησε στη δημιουργία νέων δράσεων ή επιχειρήσεων σε σχέση με τα προϊόντα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 19. Αν ναι, ποιών;

Αν ναι, ποιών;	Συχνότητα	Ποσοστό %
α) Επισιτιστικά καταστήματα (ταβέρνες, εστιατόρια)	49	59%
β) Καταστήματα πώλησης παραδοσιακών προϊόντων	72	87%
γ) Μουσείο που σχετίζεται με κάποιο προϊόν	7	8%
δ) Προσφορά μαθημάτων μαγειρικής	12	14%
ε) Δημιουργία πολιτιστικής διαδρομής	11	13%
στ) Άλλο	43	52%
Συνολικές απαντήσεις	194	234%

ΡΑΒΔΟΓΡΑΜΜΑ 6. Αν ναι, ποιών;



Ενδιαφέρον προκύπτει από την ερώτηση ποίου είδους νέες δράσεις ή επιχειρήσεις προέκυψαν από την δράση "Ελληνικό πρωινό" με τις επικρατέστερες απαντήσεις να είναι τα **καταστήματα πώλησης παραδοσιακών προϊόντων** και **επισιτιστικά καταστήματα (ταβέρνες, εστιατόρια)** με ποσοστά 87% και 59% αντίστοιχα.

20. Δώστε μας τις δικές σας απόψεις για την ανάπτυξη και ανάδειξη του ελληνικού πρωινού στο τόπο σας

Οι απαντήσεις της τελευταίας ερώτησης είναι περιορισμένες καθώς δεν ήταν μια υποχρεωτική για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Στη συνέχεια παρατίθενται οι απαντήσεις οι οποίες λήφθηκαν.

1. Η παρουσίαση του Ελληνικό πρωινό είναι στο χέρι κάθε ξενοδόχου να ανάδειξη με ιδιαίτερο τρόπο τις τοπικές γεύσεις. Για να γίνει αυτό αποτελεσματικά χρειάζεται γευσιγνωσία, συνείδηση και μεράκι. Το Ελληνικό πρωινό που χαρακτηρίζει μια περιοχή απαιτεί και ένα συγκεκριμένο, συνήθως ανεβασμένο κόστος. Αυτό το κόστος για πολλά ξενοδοχεία είναι αδύνατο να εισπραχθεί γιατί το πρωινό, ως επι το πλείστον, περιλαμβάνεται στην τιμή του δωματίου. Έτσι αναγκάζεται ο ξενοδόχος να κάνει κάποιες περικοπές, προσπαθώντας πάντα να διατηρεί υψηλή ποιότητα και ποσότητα.
2. ΑΓΑΠΗ - ΜΕΡΑΚΙ - ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΔΟΥΛΕΙΑ!!!
3. Θα πρέπει να γίνουν παρουσιάσεις σε τοπικό επίπεδο και να βγούν ποιοτικά και ποσοτικά συμπεράσματα για την ανάπτυξη δράσεων που θα αναδείξουν σε μέγιστο βαθμό τα τοπικά προϊόντα και του παραγωγούς πάντα σε συνεργασία με την τοπική Αυτοδιοίκηση και τους θεσμοθετημένους τουριστικούς αλλά και παραγωγικούς φορείς.
4. Τα Μέσα προβολής "ελληνικό πρωινό" πρέπει να είναι πιο δυναμικά και να προβάλλουν τα ξενοδοχεία που έχουν Ελληνικό πρωινό.

5. Καθιέρωση εορτών γαστρονομίας.
6. Οτιδήποτε - ανεξάρτητα απο γαστρονομία - προβάλεται που αφορά παραδοσιακές έννοιες, αξίες και κουλτούρα συμβάλει στα μέγιστα στην επεραξία που ονομάζομε Τουριστικό προϊόν.
7. Μέρος της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών ενός καταλύματος.
8. Το "Ελληνικό πρωινό" είναι μια καλή ευκαιρία για ανάδειξη Ελληνικών προϊόντων τα οποία δεν ήταν μέχρι πρότινος ευρέως γνωστά όπως λιαστή τομάτα, ντολμαδάκια κ.α. Σε ελάχιστες περιπτώσεις αποτελεί κίνητρο για να προσελκύσει πελάτες το ξενοδοχείο αλλά σίγουρα είναι asset όταν ο πελάτης βλέπει την πιστοποίηση στον πρωινό μπουφέ, (και στα σχόλια στο tripadvisor όταν δεν μείνει ευχαριστημένος!).
9. επιμορφωση των επαγγελματιων
10. Η ΛΑΚΩΝΙΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΜΙΑ ΠΛΕΙΑΔΑ ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ. ΟΙ ΑΓΡΟΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΣΕΒΟΜΕΝΟΙ ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ, ΚΑΛΛΙΕΡΓΟΥΝ ΤΗ ΛΑΚΩΝΙΚΗ ΓΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΛΕΟΝ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ

Για την έρευνα που διεξήχθη ρωτήθηκαν 433 ξενοδοχεία μέλη του προγράμματος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος.

Οι συνολικές απαντήσεις οι οποίες λήφθηκαν είναι 145 από τις οποίες 85 είναι άνδρες και 60 γυναίκες, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 59% και 41%. Η ηλικία των ερωτώμενων κυμάνθηκε από 31 έως 40 με ποσοστό 39% ενώ το 35% των απαντήσεων δόθηκε από τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων. Τα ξενοδοχεία τριών αστέρων ανταποκρίθηκαν περισσότερο στην έρευνα με 62 απαντήσεις και αντίστοιχο ποσοστό 43% ενώ γεωγραφικά η «Αθήνα – Αργοσαρωνικός» και η «Θεσσαλονίκη & Χαλκιδική» κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων με 19 και 15 απαντήσεις αντίστοιχα.

Στην ερώτηση «Πότε γίνετε μέλος στο πρόγραμμα "ελληνικό πρωινό";» οι ενταγμένοι στο πρόγραμμα το 2013 και το 2014 κατέχουν ποσοστό 32%. Στην ερώτηση "Ποια είναι τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρησή σας μέσω της δράσης "ελληνικό πρωινό";" λήφθηκαν ποικίλες απαντήσεις, οι οποίες έχουν παρατίθενται παραπάνω.

Στον πίνακα συμφωνίας ή διαφωνίας με τη φράση "Η θεσμοθέτηση της δράσης "Ελληνικό Πρωινό" είναι «καινοτόμος» το 58% συμφωνεί ενώ για τις επιλογές «αποτελεσματική», «επικερδής», «δημιουργεί εικόνα της επιχείρησης» ούτε συμφωνεί/ ούτε διαφωνεί το 37%, το 51% και το 37% αντίστοιχα.

Στον πίνακα βαθμολόγησης της ικανοποίησης των ξενοδόχων όσον αφορά την πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό" το 37% δηλώνει «ικανοποιημένος/η» με το σήμα και τη φιλοσοφία του σήματος ενώ ούτε δυσαρεστημένος/ούτε ικανοποιημένος/η από την ιστοσελίδα του προγράμματος, τα μέσα προβολής της ελληνικής γαστρονομίας, μέσα

προβολής και προώθησης για το «Ελληνικό πρωινό» δηλώνει το 46%, το 40%, το 43% και το 45% αντίστοιχα.

Το 80% πιστεύει πως η πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό" ανταποκρίνεται στην τοπική ταυτότητα της περιοχής του με τη χρήση τοπικών προϊόντων, την ένταξη τοπικών προϊόντων που δεν είναι ευρέως γνωστά αλλά και την αναβίωση/αναβίωση τοπικών συνταγών. Ποσοστό 20% θεωρεί ότι η πρωτοβουλία "Ελληνικό Πρωινό" δεν ανταποκρίνεται στην τοπική ταυτότητα της περιοχής του λόγω μη ένταξης σημαντικών προϊόντων και άλλων λόγων.

Οι επικρατέστερες απαντήσεις στην ερώτηση σε τι συμβάλει η προβολή των τοπικών προϊόντων είναι η οικονομική ανάπτυξη του εμπορίου τοπικών προϊόντων και η ανάπτυξη της ζήτησης τοπικών προϊόντων με ποσοστά 56% και 50% αντίστοιχα. Σημαντικό ποσοστό συγκέντρωσε η επιλογή διατήρηση της τοπικής ταυτότητας με ποσοστό 45% ενώ οι επιλογές προβολή του ξενοδοχείου/καταλύματος και αναβίωση / αναθέρμανση ενδιαφέροντος για προϊόντα συγκέντρωσαν ποσοστό 34% αντίστοιχα. Το 74% πιστεύει ότι το «Ελληνικό Πρωινό» αποτελεί επιλογή των τουριστών.

Από τον πίνακα αξιολόγησης των επισκεπτών/τουριστών καλή αξιολογείται η ποικιλία του «Ελληνικού πρωινού» με ποσοστό 43%, οι γεύσεις των προϊόντων πολύ καλές με ποσοστό 46% ενώ για τις τιμές το 41% δήλωσε ούτε κακό/ή- ούτε καλό/ή. Επίσης, η ποιότητα προϊόντων από τα οποία αποτελείται το "ελληνικό πρωινό" αξιολογήθηκε καλή με ποσοστό 43% και πολύ καλή με ποσοστό 36%. Όσο αφορά την παρουσίαση προϊόντων στο σερβιρισμένο πρωινό το 41% δηλώνει ότι είναι καλή και τον 37% πολύ καλή.

Στην ερώτηση «Υπάρχει ζήτηση από τουρίστες που δοκιμάζοντας το "ελληνικό πρωινό" θέλησαν να προβούν σε αγορά κάποιων τοπικών προϊόντων;» απάντησε θετικά το ενθαρρυντικό ποσοστό 78%.

Ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό 72% θετικών απαντήσεων εμφανίζεται και στην ερώτηση εάν πιστεύετε πως η φιλοσοφία του "ελληνικού πρωινού" συμβάλει στην ανάπτυξη καλού ονόματος της επιχείρησης. Οι ξενοδόχοι απάντησαν με ποσοστό 57% ότι η δράση «Ελληνικό Πρωινό» οδήγησε στη δημιουργία νέων δράσεων ή επιχειρήσεων σε σχέση με τα προϊόντα.

Ενδιαφέρον προκύπτει από την ερώτηση ποίου είδους νέες δράσεις ή επιχειρήσεις προέκυψαν από την δράση "Ελληνικό πρωινό" με τις επικρατέστερες απαντήσεις να είναι τα καταστήματα πώλησης παραδοσιακών προϊόντων και επισιτιστικά καταστήματα (ταβέρνες, εστιατόρια) με ποσοστά 87% και 59% αντίστοιχα.

Στην ερώτηση «Δώστε μας τις δικές σας απόψεις για την ανάπτυξη και ανάδειξη του ελληνικού πρωινού στο τόπο σας» οι ληφθείσες απαντήσεις παρατίθενται παραπάνω.

4.9.4 Συμπεράσματα

Ερευνώντας τα αποτελέσματα της έρευνας φτάσαμε στα ακόλουθα συμπεράσματα.

Γεωγραφικά οι περιοχές «Αθήνα – Αργοσαρωνικός» και «Θεσσαλονίκη & Χαλκιδική» ανταποκρίθηκαν περισσότερο στη διεξαγωγή της έρευνας καθώς κατέχουν μεγαλύτερα ποσοστά ενταγμένων ξενοδοχείων. Επίσης, περισσότεροι ενεργοί εμφανίστηκαν όσοι εντάχθηκαν στο πρόγραμμα το 2013 και το 2014 αποτέλεσμα το οποίο φανερώνει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδόχων μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα απέκτησαν την εμπειρία για να αξιολογήσουν και να εντοπίσουν δυνατά σημεία και αδυναμίες του προγράμματος.

Από τους πίνακες αξιολόγησης όσο αφορά τη δράση «Ελληνικό Πρωινό» τα αποτελέσματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα, με την κερδοφορία και τη δημιουργία εικόνας της επιχείρησης είναι ουδέτερα, δηλαδή ούτε θετικά αλλά ούτε και αρνητικά.

Επιπλέον από το πίνακα ικανοποίησης των ξενοδόχων όσον αφορά την πρωτοβουλία «Ελληνικό Πρωινό» τα αποτελέσματα εμφανίζονται θετικά όσο αναφορά το σήμα και τη φιλοσοφία του σήματος ενώ ουδετερότητα εμφανίζεται όσο αναφορά την ιστοσελίδα του προγράμματος, τα μέσα προβολής της ελληνικής γαστρονομίας, μέσα προβολής και προώθησης για το «Ελληνικό πρωινό».

Αντίστοιχα, από το πίνακα αξιολόγηση των επισκεπτών/τουριστών ιδιαίτερα θετικά αποτελέσματα υπήρξαν σχετικά με τη ποικιλία του «Ελληνικού πρωινού», τις γεύσεις των προϊόντων, τη ποιότητα των προϊόντων από τα οποία αποτελείται το "ελληνικό πρωινό" και την παρουσίαση προϊόντων στο σερβιρισμένο πρωινό.

Με βάση τα αποτελέσματα το «Ελληνικό Πρωινό» αποτελεί επιλογή των τουριστών γεγονός το οποίο έχει επηρεάσει την οικονομική ανάπτυξη του εμπορίου τοπικών προϊόντων και η ανάπτυξη της ζήτησης τοπικών προϊόντων. Επίσης, ανταποκρίνεται στην τοπική ταυτότητα της περιοχής του μέσω της χρήσης τοπικών προϊόντων, την ένταξη τοπικών προϊόντων που δεν είναι ευρέως γνωστά αλλά και την αναβίωση/αναβίωση τοπικών συνταγών.

Τέλος, είναι σημαντικό να σχολιασθεί ότι σύμφωνα με τα αποτελέσματα νέες δράσεις ή επιχειρήσεις προέκυψαν από την δράση «Ελληνικό Πρωινό», όπως καταστήματα πώλησης παραδοσιακών προϊόντων και επισιτιστικά καταστήματα (ταβέρνες, εστιατόρια).

4.9.5 Προτάσεις

Με γνώμονα τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας στη συνέχεια παρατίθενται προτάσεις για την ανάπτυξη, τη προβολή και την αποτελεσματικότερη λειτουργία του προγράμματος «Ελληνικό Πρωινό».

Βασικό πόρος στον οποίο υστερεί το πρόγραμμα «Ελληνικό Πρωινό» είναι η προβολή και η προώθηση του. Για την προβολή και την ανάπτυξη του προγράμματος προτείνεται

- η συμμετοχή σε διεθνείς αλλά και εγχώριες εκθέσεις
- διοργάνωση εκθέσεων με σκοπό την παρουσίαση των «Πρότυπων Ελληνικών Πρωινών»
- ένταξη περισσότερων ξενοδοχείων

Είναι φανερό ότι βασικό εργαλείο προβολής θα πρέπει να είναι το διαδίκτυο. Στην επίσημη ιστοσελίδα της του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος και του ΕΟΤ είναι σκόπιμο να προβλεφθεί ειδικός χώρος προβολής για το πρόγραμμα. Ένας ακόμα τρόπος προβολής μέσω διαδικτύου είναι η αγορά ή ενοικίαση συγκεκριμένου χώρου σε ιστοσελίδες μεγάλης επισκεψιμότητας της χώρας μας αλλά και του εξωτερικού.

Σε ότι αφορά την προβολή της Ελληνικής γαστρονομίας αναγκαία είναι η προώθηση των εμπορών/παραγωγών των τοπικών προϊόντων, η διοργάνωση γαστρονομικών σεμιναρίων και μαθημάτων/σεμιναρίων παρασκευής παραδοσιακών συνταγών.

Βιβλιογραφία

- 1) Χρήστου Ε. (1999) Έρευνα Τουριστικής Αγοράς
- 2) Καλπίδης Χ. (2014) Γαστρονομικός τουρισμός
- 3) Ηγουμενάκης Ν. , Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π. (1999) Εισαγωγή στο Τουρισμό
- 4) ΣΕΤΕ (2009) Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού
- 5) Πολυζένη Μοίρα, Δημήτριος Μυλωνόπουλος (2014) e-Περιοδικό Επιστήμης & Τεχνολογίας / *Journal of Science & Technology, (e-JST)* «Η γαστρονομία ως μορφή πολιτισμικού τουρισμού»
- 6) Εγχειρίδιο Ξενοδόχων «Ελληνικό Πρωινό» (<http://www.greekbreakfast.gr/el/>)
- 7) Hunziker, Walter; Krappf, Kurt (1941). *Beiträge zur Fremdenverkehrslehre und Fremdenverkehrsgeschichte [Contributions to tourism education and tourism history]*.
- 8) Τουριστική Οικονομική, Δημήτρης Λαγός, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2005, σελ.62
- 9) Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Χ. Κοκκώσις, Π. Τσάρτας, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2001, σελ.82
- 10) Τμήμα Μελετών (2009) «Διεϊσδυση ΤΠΕ στον τομέα του Τουρισμού». Παρατηρητήριο για την κοινωνία της πληροφορίας. Σελ.: 8-9,16
- 11) Μπαμπινιώτης, Γ (2002). Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας, Β' έκδοση, Κέντρο Λεξικολογίας ΕΠΕ, Αθήνα.
- 12) Kivela, J. - Crotts, C. (2006). *Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination, Journal of Hospitality and Tourism Research, (30), 354-377.*
- 13) "Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Larousse Britannica" τομ.16ος, σελ.214
- 14) Zelinsky W. (1985). *The roving palate: North America's ethnic restaurant cuisines. Geoforum. 16:51-72*
- 15) Long, L. (2004). *Culinary tourism. University Press of Kentucky, Lexington*
- 16) Hall, C. M. και Mitchell, R. (2001) "Wine and food tourism" *Special interest tourism. Brisbane: John Wiley and Sons. σ. 307-329*
- 17) Hal, C. M. και Sharples, Mitchell, R., Macionis, N. και Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets. Oxford: Butterworth-Heinemann.*
- 18) UNWTO (2012). *Global report on food tourism. AM Report 4.*
- 19) World Food Travel Association (2014) "Have fork will travel"
- 20) Levy, P. και Barr, A. *The official foodie handbook: Be modern-worship food. Ebury Press*
- 21) ΕΟΤ (1998). *Ελληνική Γαστρονομία.*
- 22) Παπανούτσος, Ε (επιμ.) (1974). *Αθήναιος, Δειπνοσοφισταί. μετφρ. Ε/ Φωτιάδης, Βιβλιοθήκη Αρχαίων Συγγραφέων, εκδ. Ζαχαρόπουλος, Ι.*
- 23) Berchoux J. (1804). *La gastronomie, ou l'homme des champs a table: poeme didactique en quarte chants. Paris: Giguet et Michaud*
- 24) Brillat-Savarin, J. A. (1994) *The physiology of taste. Μτφρ.: A. Drayton. Harmondsworth: Penguin.*
- 25) Bryant, A., DeWalt, K. Courtney, A. και Schwartz, J. (2003). *The cultural feast: An introduction to food and society. Books/Cole Publications Company*
- 26) Ritzer, G. (1993). *The Mcdonaldization of society*

- 27) Goody, J. (1982) *The cultural feast: An introduction to food and society*. Cambridge University Press
- 28) Bonye S., Hall, D. και Williams, F. (2003) "Policy, support and promotion for food related tourism initiatives: A marketing approach to regional development"
- 29) Hjalager, A. και Corigliano M.A. (2000) "Food for tourists-determinants of an image". *International Journal of Tourism Research*. 2:281-293
- 30) Kivela, J. και Crofts, J.C. (2006). "Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination" *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 30(3):354-377
- 31) Jones, A. & Jenkins, I. (2002). "A taste of Wales-Blas Ar Gymru: Institutional malaise in promoting Welsh food tourism products". *Tourism and gastronomy*. London: Routledge. σ.115-113
- 32) Symons, M. (1998). *The pudding that took a thousand cooks: The story of cooking in civilization and daily life*. Melbourne: Viking
- 33) Haven-Tang, C. και Jones, E. (2006) "Using local food and drink to differentiate tourism destinations through a sense of place." *Journal of Culinary Science and Technology*. 4(4):69-86
- 34) Sims, R. (2009). "Food, place and authenticity: local food and sustainable tourism experience". *Journal of Sustainable Tourism*. 17(3):321-336
- 35) Reynolds, P.C.(1993). "Food and tourism: Towards an understanding of sustainable culture". *Journal of sustainable Tourism*. 1(1)48-54
- 36) Riley, R. (2000). "The state of qualitative tourism research". *Annals of Tourism Research*. 27(1):164-187
- 37) Barcelona Field Studies Center (2010). *Food or gastronomic tourism and rural development*
- 38) Bourbieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of the taste*. London: Routledge & Kegan Paul
- 39) Adema, P. (2000). "Vicarious consumption: Food, television and the ambiguity of modernity". *Journal of American & Comparative Culture*. 23(3):113-123
- 40) Pietrykowski, B. (2004). "You are what you eat: The social economy of the Slow Food Movement" *Review of Social Economy*. LXII (3):307-321
- 41) Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Stanford: Stanford University Press
- 42) Bauman, Z. (1997). *Postmodernity and its discontents*. Cambridge: Polity Press
- 43) Leigh, E. (2000). *Hearing things: Religion, illusion and the American enlightenment*. Harvard University Press
- 44) Swarbooke, J. και Horner, S. (1999). *Consumer behaviour in tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann
- 45) Dalby, A. (2001). *Σειρήνεια δείπνα. Πανεπιστημιακές εκδόσεις Κρήτης*
- 46) Richards, G. (2005). "Textile tourists in the European periphery: New markets for disadvantaged areas". *Tourism Review International*. 8:323-338
- 47) Μοίρα, Πολυξένη (2009). *Θρησκευτικός τουρισμός*, εκδ. Interbooks, Αθήνα
- 48) Hegarty, J.A. & O'Mahony, G.B. (1999). "Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living". *Journal of Hospitality and Tourism Education*. 11(4): 25-29
- 49) Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: CABI International

Ιστότοποι:

- 1) <http://www.greekbreakfast.gr/el/>
- 2) <http://ep.culture.gr/el/Pages/Default.aspx>
- 3) <http://www.gastronomymuseum.gr/>
- 4) http://www.newwinesofgreece.com/greek_gastronomy/el_elliniki_gastronomia.html
- 5) <http://www.all-athens-hotels.com/attica/webpage/athens-taste>
- 6) <http://www.visitgreece.gr/el/gastronomy>
- 7) <http://www.artmag.gr/articles/media-keyhole/item/2800-about-culture>
- 8) <http://www2.unwto.org/>
- 9) <http://tourismpress.gr/neo-touristiko-nomosxedio>
- 10) http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=12762&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html -
- 11) <http://www.unric.org/el/>
- 12) <http://www.academyocgc.com/gastronome>
- 13) <http://sete.gr/>

«Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι δε πηγές που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον».