

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τον Απρίλιο του 2020 συστήθηκε στο Υπουργείο Τουρισμού Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού, αποτελούμενη από εκπροσώπους του Υπουργείου Τουρισμού, του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κοινωνικών εταίρων και επαγγελματικών φορέων. Έργο της Ομάδας ήταν η αναβάθμιση της γαστρονομίας που προσφέρει η Ελλάδα και η ενσωμάτωσή της στον εθνικό σχεδιασμό τουριστικού μάρκετινγκ. Με μακροπρόθεσμη στόχευση την ανάδειξη της γαστρονομίας σε έναν από τους τρεις κυριότερους λόγους για τους οποίους οι τουρίστες, Έλληνες και ξένοι, επιλέγουν τη χώρα μας ως τόπο διακοπών. Η βασική επιδίωξη για την Ελληνική Γαστρονομία είναι η ανάπτυξη και η διασύνδεσή της με άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, όπως είναι η πρωτογενής παραγωγή. Ο στόχος αυτός εντάσσεται στις πέντε στρατηγικές προτεραιότητες του Υπουργείου Τουρισμού:

1. Αντιμετώπιση των συνεπειών της πανδημίας COVID-19 στον ελληνικό τουρισμό
2. Προώθηση της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης
3. Διαφοροποίηση του Τουριστικού Προϊόντος και Βελτίωση της Ανταγωνιστικότητας
4. Ενίσχυση της Προστιθέμενης Αξίας των Δεξιοτήτων του Ανθρώπινου Δυναμικού στον Τουρισμό
5. Προώθηση του ελληνικού τουριστικού brand διεθνώς

Στην Ελλάδα κατά καιρούς έχουν υπάρξει ορισμένες αξιόλογες μεμονωμένες πρωτοβουλίες και προσπάθειες στον συγκεκριμένο τομέα. Ωστόσο, ως σήμερα η πορεία της γαστρονομίας στο πλαίσιο του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος έχει επιδείξει μια αδυναμία αξιοποίησης των πραγματικών της πλεονεκτημάτων. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα ένα κατακερματισμένο τουριστικό προϊόν όσον αφορά την ελληνική γαστρονομική προσφορά, αφού απουσίαζε ένας στοχευμένος προγραμματισμός. Οι διεθνείς τάσεις δίνουν μια τεράστια δυναμική στον παγκόσμιο γαστρονομικό τουρισμό και γι' αυτό τον λόγο απαιτείται περισσότερο από ποτέ μια συντονισμένη δράση. Οι τουρίστες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους σε έναν προορισμό δαπανούν κατά μέσο όρο το 1/3 των εξόδων του ταξιδιού τους για τη γαστρονομία.

Βασικός στόχος του Υπουργείου Τουρισμού είναι να βελτιωθεί η συνολική γαστρονομική προσφορά στον τουρισμό, ώστε οι ξένοι επισκέπτες να απολαμβάνουν την

ελληνική φιλοξενία και να βιώνουν αυθεντικές γευστικές εμπειρίες είτε ως τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων είτε ως απλοί καταναλωτές. Αυτό θα τους προτρέψει να αναζητήσουν και να αγοράσουν τα ελληνικά προϊόντα στη χώρα τους και να επιστρέψουν στην Ελλάδα με διάθεση να αυξήσουν τη δαπάνη τους. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται αύξηση των εξαγωγών των αγροτικών προϊόντων και των προϊόντων διατροφής είτε για οικιακή κατανάλωση είτε για κατανάλωση σε εστιατόρια στο εξωτερικό που προσφέρουν ελληνική κουζίνα. Στην εικόνα 1 αποτυπώνεται το γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο της Ελλάδας.



Ο γαστρονομικός τουρισμός σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO) αφορά ταξιδιώτες και επισκέπτες που σχεδιάζουν το ταξίδι τους πρωτίστως ή δευτερευόντως, προκειμένου να γευθούν την κουζίνα του προορισμού ή να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες σχετικές με τη γαστρονομία. Από τον προηγούμενο ορισμό προκύπτουν δύο βασικές κατηγορίες:

- ✓ Γαστρονομικός Τουρισμός που απευθύνεται σε τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων και υψηλών απαιτήσεων, οι οποίοι επιθυμούν να βιώσουν μοναδικές εμπειρίες σε εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας στον προορισμό που επισκέπτονται, και
- η συνολική γαστρονομική προσφορά σε έναν τουριστικό προορισμό που αφορά την καθημερινή διατροφή του επισκέπτη.

Ο τουρισμός αποτελεί έναν σταθερό μοχλό ανάπτυξης για τη χώρα και μπορεί να στηρίξει άλλους τομείς παραγωγής με τις κατάλληλες δράσεις διασύνδεσης. Η γαστρονομία, και μέσα από αυτήν ο πρωτογενής τομέας και τα τοπικά προϊόντα, είναι τα ανταγωνιστικά μας πλεονεκτήματα, τα οποία μπορούν να συμβάλλουν στην ποιοτική αναβάθμιση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Χρησιμοποιώντας μια εποπτική παρομοίωση, η ανάπτυξη του Γαστρονομικού Τουρισμού θα έχει σαν «κορμό» την Ελλάδα, «κλαδιά» τις Περιφέρειες και «καρπούς» τον κάθε νομό. Κατ' αυτό τον τρόπο αποτυπώνεται σε όλο το εύρος του ο πλούτος της ελληνικής γης, της παράδοσης και της διαρκούς προσπάθειας των ανθρώπων.

Με βάση τα παραπάνω, τίθενται προς δημόσια διαβούλευση οι παρακάτω προτάσεις της Ομάδας Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού του Υπουργείου Τουρισμού:

1. Πρόταση για επικαιροποιημένο Ειδικό Σήμα ποιότητας του Υπουργείου Τουρισμού για την Ελληνική Κουζίνα
2. Πρόταση για τη δημιουργία και τη λειτουργία του Γαστρονομικού Χάρτη
3. Πρόταση για την εκπαίδευση
4. Κοινή πρόταση για τη δημιουργία Φορέα με σκοπό την ανάδειξη της ελληνικής γαστρονομίας και την ανάπτυξη, προβολή και προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού
5. Πρόταση για τη δημιουργία Παρατηρητηρίου Γαστρονομικού Τουρισμού.

Σκοπός της παρούσας δημόσιας διαβούλευσης είναι να συλλεχθούν οι προτάσεις, οι παρατηρήσεις και τα σχόλια των εμπλεκόμενων φορέων, των ενδιαφερομένων πολιτών, των επαγγελματιών, της Αυτοδιοίκησης, των δημόσιων και των ιδιωτικών φορέων, προκειμένου να αναβαθμιστεί η γαστρονομία που προσφέρει η Ελλάδα και να ενσωματωθεί στον εθνικό σχεδιασμό τουριστικού μάρκετινγκ. Τα αποτελέσματα θα αξιοποιηθούν για την οριστικοποίηση του τελικού Σχεδίου Εθνικής Στρατηγικής για την Ανάπτυξη του Γαστρονομικού Τουρισμού.

Από το Υπουργείο Τουρισμού

Ιανουάριος 2021

1. Πρόταση για επικαιροποιημένο «Ειδικό Σήμα Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα» του Υπουργείου Τουρισμού



Ισχύον νομοθετικό πλαίσιο:

- Άρθρο 21 του Ν.2741/1999 (ΦΕΚ Α' 199)
- Υ.Α. 7827/19-4-2019 (ΦΕΚ 1463 Β') «Προϋποθέσεις και διαδικασία χορήγησης του Ειδικού Σήματος Ποιότητας, για την Ελληνική Κουζίνα», όπως ισχύει

Βασικές ενότητες σχεδιασμού και εφαρμογής του νέου Σήματος

Ονομασία

Η ονομασία του Σήματος πρέπει: α) να καλύπτει περισσότερα αντικείμενα και επιχειρήσεις, και β) να είναι εύηχο και αναγνωρίσιμο στη μεταγραφή με λατινικούς χαρακτήρες.

Για παράδειγμα:

- Ελληνική Γαστρονομία - Hellenic Gastronomy - Greek Gastronomy
- Σήμα Ελληνικής Γαστρονομίας-Hellenic Gastronomy Label
- Πρότυπο για το Σήμα Ελληνικής Γαστρονομίας

Λογότυπος

Θα πρέπει να σχεδιαστεί ένας νέος λογότυπος, περισσότερο λιτός και αναγνωρίσιμος. Οι πετυχημένοι λογότυποι είναι απλοί π.χ. Trip Advisor, Michelin, Ospitalita Italiana. Γιατί όχι ένα απλό ελληνικό γράμμα όπως το γ ή γαστρονομία με έμφαση στο πρώτο γράμμα, φερ' ειπείν *gastronomia*;

Διαδικασία πιστοποίησης

Η διαδικασία πιστοποίησης προτείνεται να περιλαμβάνει δύο φάσεις:

1. Στην πρώτη φάση θα διενεργείται ο έλεγχος αδειών και βασικών απαιτήσεων με την υποβολή της αίτησης και θα συμπληρώνεται κατάλογος αυτοελέγχου ως ένδειξη ετοιμότητας. Η υποβολή των δικαιολογητικών θα γίνεται ηλεκτρονικά.
2. Στη δεύτερη φάση θα διενεργείται η επιτόπια επιθεώρηση της επιχείρησης.

Συνοπτικά η διαδικασία θα περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

Υποβολή αίτησης → Προκαταρκτικός έλεγχος → Προγραμματισμός επιθεώρησης → Επί τόπου επιθεώρηση → Σύνταξη έκθεσης από το Συμβούλιο Αξιολόγησης →

Πιστοποίηση

Το πρότυπο πιστοποίησης θα μπορούσε να υποβληθεί και στο Ε.ΣΥ.Δ. προκειμένου να διαπιστευτεί με διεθνείς προδιαγραφές και να αποκτήσει μεγαλύτερο κύρος.

Κόστος πιστοποίησης-Παράβολο

Το ύψος του παραβόλου θα μπορούσε να αναπροσαρμοστεί κατόπιν κοστολόγησης ολόκληρης της διαδικασίας πιστοποίησης, μέσω ενός business plan, αφού συνυπολογισθούν διάφορα έξοδα (π.χ. διαχείρισης φακέλου, δαπάνες μετακίνησης, έξοδα έκδοσης σήματος, έξοδα προβολής).

Διάρκεια πιστοποίησης

- ✓ Δύο χρόνια από την ημερομηνία πιστοποίησης
- ✓ Με δειγματοληπτικές επιθεωρήσεις ενδιάμεσα
- ✓ Με έκτακτες επιθεωρήσεις σε περίπτωση παραπόνων
- ✓ Με υποχρέωσης επικαιροποίησης των στοιχείων φακέλου όταν γίνονται σημαντικές αλλαγές στο μενού, στο προσωπικό, τις εγκαταστάσεις κτλ

Σήμα και Φορέας πιστοποίησης

Η κυριότητα του Σήματος θα ανήκει στο Υπουργείο Τουρισμού ενώ η διαχείρισή του στον υπό ίδρυση Φορέα.

- Ίδρυση φορέα που θα λειτουργεί με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια

- Πολυσυλλεκτικός - κοινοπραξία διαφόρων φορέων (επιχειρηματικών και περιφερειακής αυτοδιοίκησης)

Αξιολογητές/επιθεωρητές

- Δημιουργία Μητρώου αξιολογητών ή επιθεωρητών; Τι προσόντα θα έχουν και από ποιους επιστημονικούς ή τεχνικούς κλάδους;
- Θα υπάρχει εκπαίδευση αξιολογητών / επιθεωρητών.
- Θα πρέπει να προβλεφθεί η σύσταση ενός Συμβουλίου Αξιολόγησης, το οποίο θα επικυρώνει την κάθε απόφαση απόδοσης Σήματος. Θα αποτελείται από άτομα με αναγνωρισμένο κύρος και γνώσεις στον χώρο της γαστρονομίας.
- Θα υπάρχουν κατά τόπους επιθεωρητές, οι οποίοι θα είναι διαπιστευμένοι μετά από σύντομη εκπαίδευση.
- Θα πρέπει να εξασφαλίζεται η αμεροληψία των επιθεωρητών.
- Το Συμβούλιο Αξιολόγησης θα ελέγχει και θα επικυρώνει κάθε πρόταση πιστοποίησης από τους επιθεωρητές.

Επίπεδα ή κλάσεις Σήματος

Δεν θα υπάρχουν αξιολογικά επίπεδα, διότι αυτό δημιουργεί ιδιαίτερη πολυπλοκότητα στις διαδικασίες πιστοποίησης, αυξάνει το κόστος αλλά κυρίως υποβαθμίζει το Σήμα σε απλό εμπορικό βραβείο. Το Σήμα θα είναι ενιαίο, χωρίς κλιμάκωση.

Βασικές απαιτήσεις υγιεινής

Σαφώς δεν νοείται η χορήγηση του Σήματος σε επιχείρηση οι οποία δεν τηρεί τους κανόνες υγιεινής. Ο φάκελος θα περιλαμβάνει μεταξύ άλλων την άδεια λειτουργίας του καταστήματος υγειονομικού ενδιαφέροντος και τα πιστοποιητικά για τη διαχείριση της ασφάλειας τροφίμων.

Φυσικά θα πρέπει να προβλέπεται και η διαδικασία ανάκλησης του Σήματος (προσωρινή ή μόνιμη) όταν διαπιστωθεί ότι η επιχείρηση εστίασης τέθηκε σε αναστολή από τις αρμόδιες αρχές.

Ευελιξία στα κριτήρια αξιολόγησης

Τρεις κατηγορίες κριτηρίων: υποχρεωτικά, αξιολογικά και προαιρετικά κριτήρια.

- ❖ Τα υποχρεωτικά ή αλλιώς “kick out” κριτήρια θα είναι με τη μορφή ναι/όχι. Πρέπει να είναι λίγα και γενικά ώστε να αποτελούν τη βάση των απαιτήσεων.
- ❖ Τα αξιολογικά κριτήρια θα βαθμολογούνται ως προς το επίπεδο συμμόρφωσης στην εκάστοτε απαίτηση. Θα πρέπει, ωστόσο, να οριστεί και μια βαθμολογική βάση.
- ❖ Τα προαιρετικά κριτήρια θα είναι δευτερεύουσας σημασίας και θα αποτελούν ουσιαστικά προτάσεις για βελτίωση.

Θα αξιοποιηθούν τα υφιστάμενα κριτήρια και θα τροποποιηθούν ή επεκταθούν ανάλογα.

Θεματικές ενότητες κριτηρίων

Νέα μεθοδολογική προσέγγιση των απαιτήσεων για:

- Πρώτες ύλες (τρόφιμα, ποτά, ελαιόλαδο κτλ)
- Συνταγές (εθνικές, τοπικές, εποχικές)
- Σερβίρισμα και παρουσίαση
- Εδεσματολόγιο (μενού φαγητού, +μενού κρασιών, +μενού ελαιολάδου)
- Μεταγραφή με λατινικούς χαρακτήρες ή/και μετάφραση των ελληνικών ονομασιών στα αγγλικά (ή άλλη γλώσσα)
- Γνώση Ελληνικής Κουζίνας από μάγειρες
- Γνώση Ελληνικής Κουλτούρας από σερβιτόρους
- Απαιτήσεις αισθητικής (περιβάλλον χώρος, menage, διακόσμηση, μουσική)
- Υποδοχή πελατών και χρήση ελληνικής γλώσσας
- Επωνυμία του εστιατορίου. Θα επιτρέπεται η χρήση ξένης επωνυμίας που παραπέμπει σε άλλη εθνική κουζίνα; (π.χ. Alfredo's)
- Ορθή χρήση του Σήματος
- Αξιολόγηση της ικανοποίησης του πελάτη (είναι απαραίτητο και σημαντικό αλλά μπορεί να γίνει και από τον φορέα πιστοποίησης)
- Τρόποι μαγειρικής

Κατηγορίες επιχειρήσεων εστίασης

Θα υπάρχουν κατηγορίες, κυρίως για να διατηρηθούν παραδοσιακές μορφές εστίασης αλλά και για να επεκταθεί η πιστοποίηση σε όσο γίνεται περισσότερες μορφές εστίασης. Οι απαιτήσεις θα διαφοροποιούνται σε κάποιες κατηγορίες με εξαιρέσεις ή και τροποποιήσεις. Το Σήμα θα είναι ενιαίο με αναφορά στην υποκατηγορία.

Θα πρέπει να οριστούν και να καταγραφούν όλα τα είδη: ταβέρνα, κοσμική ταβέρνα, χασαποταβέρνα, ψαροταβέρνα, μαγειρείο, αστικό εστιατόριο, ουζερί, τσιπουράδικο, ψητοπωλείο, καφενείο, παραδοσιακός φούρνος, τυροπιτάδικο κτλ. (ενδεικτικά και όχι αποκλειστικά), χρησιμοποιώντας την ταξινόμηση των υγειονομικών διατάξεων αλλά όχι περιοριστικά.

Ίσως θα ήταν σκόπιμο να προστεθούν και επιχειρήσεις λιανικής (π.χ. μπακάλικο, κάβα, συνεταιριστικό πρατήριο, πρατήριο επισκέψιμου οινοποιείου κτλ.)

Υποκατηγορίες Ελληνικής Κουζίνας

Το Σήμα θα είναι ενιαίο με αναφορά όποτε προβλέπεται και αξιολογείται και σε υποκατηγορία κουζίνας.

Οι υποκατηγορίες θα χρησιμοποιούνται εφόσον έχει προηγηθεί σχετική εξειδίκευση της τοπικής κουζίνας ως υποσυνόλου της εθνικής και με ενιαίο σύστημα πιστοποίησης. Θα αξιολογούνται στο πλαίσιο των ειδικότερων κριτηρίων.

Όχι μόνο δεν θέλουμε «σύγκρουση» με άλλα τοπικά σήματα αλλά αντιθέτως θα υπάρξουν συνέργειες με οργανισμούς που παρέχουν ήδη τοπικά σήματα: π.χ. κρητική, αιγαιοπελαγίτικη και επτανησιακή. Άλλες τοπικές κουζίνες όπως ηπειρώτικη, μακεδονική, ποντιακή θα ακολουθήσουν στο πλαίσιο του υπό ίδρυση Φορέα Ελληνικής Γαστρονομίας σε συνεργασία με ενδιαφερόμενους φορείς.

Ελληνικότητα Πρώτων Υλών

Η ενσωμάτωση του κριτηρίου της χρήσης ελληνικής παραγωγής πρώτων υλών αναδεικνύει τα παρακάτω ερωτήματα:

- Σε ποια προϊόντα υπάρχει ασφαλής πιστοποίηση ελληνικότητας ώστε να μην εξαπατάται ο καταναλωτής;
- Πόσο επηρεάζεται η ελληνικότητα μιας συνταγής ή ενός πιάτου όταν τα περισσότερα υλικά δεν είναι ελληνικά; Σε αυτά πρέπει να δοθεί έμφαση στα υλικά προστιθέμενης αξίας και όχι στα συμβατικά υλικά (π.χ. φέτα, λάδι και ελιές στη σαλάτα).
- Πώς μπορεί να διαχειριστεί η εποχικότητα και να εξασφαλισθεί η διαθεσιμότητα από τα δίκτυα διανομής (κυρίως για τα οπωροκηπευτικά, όσπρια-ρύζι και κρέατα);

Στο πλαίσιο της προώθησης των ελληνικών προϊόντων, οι συνταγές θα πρέπει να περιλαμβάνουν προϊόντα που έχουν παραχθεί στην Ελλάδα και να προβάλλουν προϊόντα που είναι συνυφασμένα με την ελληνική παραγωγή.

Ο συνδυασμός χαρακτηριστικών ελληνικών προϊόντων σε διεθνείς συνταγές είναι μια πολύ καλή πρακτική ανάδειξης και προώθησης των ελληνικών προϊόντων.

Θα μπορούσε να καταρτιστεί ένας κατάλογος προϊόντων για τα οποία θα επιτρέπεται η χρήση μόνο ελληνικών πρώτων υλών / προϊόντων, όπως:

- Τυριά και γαλακτοκομικά
- Φρούτα και λαχανικά
- Κρέατα
- Κρεατοσκευάσματα – αλλαντικά
- Αλιεύματα
- Ελαιόλαδο-ελιές
- Μέλι
- Ξηροί καρποί
- Τουρσιά
- Αλίπαστα θαλασσινά
- Πατάτες
- Κρασί-Αποστάγματα
- Συσκευασμένες τομάτες, μακαρόνια, κρασιά αναψυκτικά κ.α.

Το Σήμα μπορεί να προχωρήσει με τους παρακάτω κανόνες:

1. Βασικά κριτήρια για την ύπαρξη απαιτήσεων ελληνικότητας των πρώτων υλών είναι:
 - ✓ Υφιστάμενα συστήματα πιστοποίησης προέλευσης
 - ✓ Στρατηγικός χαρακτήρας της κατηγορίας στην «επίδειξη» ελληνικότητας
 - ✓ Διαθεσιμότητα και αποτελεσματικότητα εφοδιαστικής αλυσίδας
 - ✓ Συντηρησιμότητα προϊόντων (ξηρά έναντι νωπών)
 - ✓ Σημαντικότητα των πρώτων υλών στην απόδοση ιδιαίτερων χαρακτηριστικών στη συνταγή.
2. Θα προβλέπεται κλιμάκωση και εξειδίκευση ως προς την κατηγορία των συνταγών και των πρώτων υλών σε υποχρεωτική ή κατ' επιλογή.

3. Διαφορετική θα είναι η κλιμάκωση στα εστιατόρια του εξωτερικού που έχουν πρόσβαση μόνο σε ορισμένα ελληνικά προϊόντα (π.χ. ελαιόλαδο) αλλά όχι σε όλα τα υλικά (π.χ. ντομάτες, μελιτζάνες)
4. Ως «ελληνικής παραγωγής» θα θεωρούνται μόνο τα φέροντα ειδική πιστοποίηση:
- ✓ ΠΟΠ, ΠΓΕ
 - ✓ Σήμα Ελληνικού Προϊόντος
 - ✓ αγροτικά προϊόντα που έχουν ελληνικό 16ψήφιο κωδικό GR ;
 - ✓ άλλη που μπορεί να προκύψει είτε ως Μητρώο του Φορέα Ελληνικής Γαστρονομίας ή σε συνεργασία με τον ΕΛΓΟ Δήμητρα για τα «τοπικά προϊόντα»
5. Επιθεώρηση θα πραγματοποιείται με τον επιτόπιο έλεγχο σε τιμολόγια.
6. Πρώτες ύλες προστιθέμενης αξίας όπως το κρασί, το ελαιόλαδο, οι ελιές, τα τυριά, τα αλλαντικά, το μέλι, το γιαούρτι, τα αλίπαστα, τα τουρσιά και κάποια ελληνικά μπαχαρικά θα πρέπει να είναι ελληνικά και, όπου προβλέπεται, τυποποιημένες.
7. Ανά τακτά διαστήματα (π.χ. σε ετήσια βάση) θα υπάρχει αναθεώρηση των απαιτήσεων ελληνικότητας με βάση τα νέα δεδομένα στην πιστοποίηση, στη διαθεσιμότητα και στην εφοδιαστική αλυσίδα.

Το θέμα παραμένει πολύπλοκο και θα πρέπει να βρεθεί μια χρυσή τομή σε συνεργασία με την υποομάδα για τα ελληνικά προϊόντα.

Σύνθεση εδεσματολογίου

Το εδεσματολόγιο ή μενού είναι η κεντρική εικόνα κάθε εστιατορίου.

Προκύπτουν εύλογα τα παρακάτω ερωτήματα:

- Μορφολογία και διάταξη, γενικοί κανόνες
- Σε ποιο βαθμό επιτρέπεται η χρήση ξενικών όρων (π.χ. αλά κρεμ, hors d'oeuvre, κριθαρότο, τραχανότο);
- Σε ποιο βαθμό επιτρέπεται στο μενού η προσφορά μη ελληνικών εδεσμάτων (π.χ. μακαρόνια μπολονέζ)
- Σε ποια ποσόστωση θα είναι τα παραδοσιακά ή τοπικά εδέσματα;
- Σε ποια ποσόστωση θα είναι τα ελληνικά κρασιά, ελαιόλαδα, ελιές, τυριά, αλλαντικά κτλ;

- Είναι σωστή η μεταγραφή των ελληνικών ονομάτων σε λατινικούς χαρακτήρες; (π.χ. dolmadaki ή ntolmadaki, halvas ή chalvas)
- Είναι σωστή η μετάφραση των πρώτων υλών στα αγγλικά; (π.χ. prawns ή shrimps)
- Τι γίνεται με τα ένθετα, με τα πιάτα ημέρας ή τις εποχικές προσφορές;
- Πώς θα παρουσιάζεται το Σήμα πιστοποίησης στο μενού;

Δομή Συνταγών

Οι συνταγές μπορούν να ακολουθούν το παρακάτω υπόδειγμα:

- Ονομασία πιάτου
- Αναφορά περίστασης, εφόσον υπάρχει κάποια σύνδεση με έθιμο, εποχή ή εορτή (π.χ. σαρακοστή, γάμος, Πάσχα)
- Συνολική απόδοση, μέγεθος μερίδας και σύνολο μερίδων
- Κατάλογος υλικών με ακριβή ποσότητα καθενός και για κάποια σε ποιότητες π.χ. παρθένο ελαιόλαδο
- Ειδικός εξοπλισμός παρασκευής, εφόσον απαιτείται, κυρίως για παραδοσιακό εξοπλισμό, π.χ. πλήλινο γάστρα, μαντεμένιο δοχείο
- Ειδικές διαδικασίες προετοιμασίας και οργάνωσης
- Βήμα προς βήμα οδηγίες, συμπεριλαμβανομένων του χρόνου προετοιμασίας, του χρόνου μαγειρέματος και θερμοκρασίας
- Σερβίρισμα: σκεύη σερβιρίσματος, ποσότητα ανά μερίδα, γαρνίρισμα, τεχνοτροπία κ.λ.π.
- Συνιστώμενο συνοδευτικό ποτό (κρασί, ζύθος, απόσταγμα, λικέρ κλπ)

Πριν από την ενσωμάτωση μιας συνταγής στο μενού του εστιατορίου, πρέπει ο ιδιοκτήτης/υπεύθυνος του εστιατορίου να επιβεβαιώνει την τιμή, την ποιότητα και την απρόσκοπτη διαθεσιμότητα των υλικών από τους προμηθευτές.

Στην περίπτωση που τα απαιτούμενα υλικά κάποιων συνταγών δεν υπάρχουν στην εγχώρια αγορά, θα πρέπει να τεθούν κανόνες τη δικαιολόγηση της μη χρήσης ελληνικών προϊόντων. Είναι σαφές ότι σε συγκεκριμένες κατηγορίες, (π.χ. τυριών και ελαιόλαδου) πρέπει να προτιμώνται προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ.

Για τα στρατηγικής σημασίας συσκευασμένα προϊόντα, η κάθε επιχείρηση εστίασης θα πρέπει να τηρεί αρχείο με τις αγορασμένες ποσότητες σε βασικές κατηγορίες προϊόντων μεγάλης κλίμακας.

Εκπαίδευση

Είναι απαραίτητη η αξιοποίηση των υφιστάμενων δομών τυπικής εκπαίδευσης καθώς και η δημιουργία νέων. Οι αναγκαιότητες για δομές τυπικής εκπαίδευσης είναι:

- Σχολές μαγείρων και συναφών ειδικοτήτων με ειδίκευση στην ελληνική γαστρονομία
- Σχολές σερβιτόρων, αρχισερβιτόρων και υπευθύνων υποδοχής με ειδίκευση στις ελληνικές μορφές εστίασης και φιλοξενίας
- Σχολές τεχνιτών για παραδοσιακά σκεύη μαγειρικής (π.χ. κεραμοποιοί, υαλουργοί, χαλκουργοί κτλ), για παραδοσιακά έπιπλα (ξυλουργοί, υφαντουργοί) και ίσως ακόμη και για λινά (υφαντουργοί).

Όσον αφορά τη μη τυπική εκπαίδευση είναι απαραίτητες οι δομές σεμιναρίων τροφογνωσίας ή/και οιογνωςίας, ελαιογνωςίας, τυρογνωςίας, ελληνικής ή/και τοπικής γαστρονομίας, που θα απευθύνονται είτε σε επαγγελματίες, είτε σε τουρίστες ή στο ευρύ κοινό.

Ενδεικτικό σχέδιο προτύπου για το Σήμα Πιστοποίησης της Ελληνικής Γαστρονομίας

Εξώφυλλο: τίτλος σήματος, λογότυπος σήματος, ημερομηνία έκδοσης, λογότυποι φορέων που εμπλέκονται

Εσώφυλλο: τα ίδια χωρίς γραφιστική επιμέλεια, επίσης κωδικοί έγκρισης και προειδοποίηση για τα πνευματικά δικαιώματα

Κεφ. 1.: Σκοπός και πεδίο εφαρμογής, δηλώσεις αποποίησης ευθυνών

Κεφ. 2.: Ιστορικό προτυποποίησης

Κεφ. 3.: Βασικοί ορισμοί (ορισμοί που αφορούν μόνο το πρότυπο και όχι τη γαστρονομία) π.χ. σήμα, επιχείρηση, φορέας, υποχρεωτική απαίτηση, αξιολογούμενη απαίτηση, πιστοποίηση κτλ

Κεφ. 4: Απαιτήσεις για την επιχείρηση

4.1 βασικές νομικές απαιτήσεις

4.2 περίγραμμα ελληνικής γαστρονομίας

4.3 δέσμευση της διοίκησης

4.4 ορθή διαχείριση σήματος

Κεφ. 5.: Απαιτήσεις λειτουργίας

5.1 Απαιτήσεις για το εδεσματολόγιο (μενού)

5.2 Απαιτήσεις για το προσωπικό

5.3 Απαιτήσεις για τις πρώτες ύλες

5.4 Απαιτήσεις για τις συνταγές

5.5 Απαιτήσεις για τη διακόσμηση και το φυσικό περιβάλλον

5.6 Απαιτήσεις για την εξυπηρέτηση

Κεφ. 6: Απαιτήσεις για την επικαιροποίηση

6.1 απαιτήσεις για την επικαιροποίηση πληροφοριών

6.2 απαιτήσεις για την αξιολόγηση από τους πελάτες

6.3 απαιτήσεις για την ανανέωση του σήματος

2. Πρόταση για τη δημιουργία και λειτουργία του Γαστρονομικού Χάρτη

Βασικές ενότητες Ψηφιακού Γαστρονομικού Χάρτη

1. Αναπτυξιακοί Στόχοι

Ο γαστρονομικός τουρισμός να είναι ένα εξειδικευμένο ταξίδι, που μπορεί να δημιουργήσει μνήμες μιας περιοχής, βάζοντάς την στο χάρτη επισκεψιμότητας παράλληλα με τις πολιτιστικές διαδρομές, ως μέρος της ταυτότητας μιας περιοχής (διασύνδεση πολιτιστικών και γαστρονομικών διαδρομών).

Σύμφωνα με τη σχετική έρευνα, στην Ελλάδα τα γαστρονομικά αξιοθέατα είναι σπάνια. Κατά κανόνα επικεντρώνονται γενικά σε σημεία ενδιαφέροντος και δραστηριότητες που σχετίζονται μόνο με το κρασί. Στόχος μας η δημιουργία τοπικών γαστρονομικών αξιοθέατων, που θα λειτουργήσουν ως πόλοι επισκεψιμότητας, με τον ίδιο τρόπο που προσελκύουν επισκέπτες τα πολιτιστικά αξιοθέατα ή το φυσικό τοπίο (δημιουργία γαστρονομικών αξιοθέατων και σε μη τουριστικούς προορισμούς, για την ένταξή τους στο χάρτη επισκεψιμότητας).

Κατά συνέπεια, ο απώτερος και ευρύτερος στόχος είναι η δημιουργία εμπλουτισμένου ψηφιακού χάρτη, ο οποίος θα περιέχει προτεινόμενες γαστρονομικές διαδρομές, δημιουργώντας αξιοθέατα οικοτουρισμού μέσω των τοπικών προϊόντων και της τοπικής κουζίνας, ως μέρος της τουριστικής εμπειρίας του επισκέπτη.

2. Στρατηγική Γαστρονομικών διαδρομών

Βάζοντας στον χάρτη νέες διαδρομές και τοπικά προϊόντα.

Σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, σε ποσοστό άνω του 88% τα μέλη του πιστεύουν ότι η γαστρονομία είναι ένα στρατηγικό στοιχείο για τον προσδιορισμό του brand του προορισμού και της εικόνας του. Επίσης, η γαστρονομία έχει τη δυνατότητα να τονώσει τις τοπικές οικονομίες, συνεισφέροντας όχι μόνο στις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και στην ενδυνάμωση του πρωτογενούς τομέα.

Μέσω του γαστρονομικού τουρισμού οι γαστρονομικές διαδρομές είναι ένα πολύ δημοφιλές τουριστικό προϊόν, ως ένα γνήσιο σύστημα που αποτελεί μια πολύπλοκη θεματική του τουριστικού προϊόντος, αφού η «κατανάλωση» αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της τουριστικής εμπειρίας.

Όσον αφορά τα τουριστικά προϊόντα, η μελέτη που πραγματοποιήθηκε έδειξε ότι τα πιο σημαντικά στοιχεία για την ανάπτυξη του γαστρονομικών τουρισμού είναι:

- Οι γαστρονομικές εκδηλώσεις (79%)
- Οι γαστρονομικές διαδρομές (62%)
- Τα μαθήματα μαγειρικής και τα βιωματικά τοπικά workshop (62%),
- Τα μαθήματα μαγειρικής και τα βιωματικά τοπικά workshop (62%)
- Οι επισκέψεις σε τοπικές αγορές και τοπικούς παραγωγούς και οινοποιεία ως γαστρονομικά αξιοθέατα, στα οποία περιλαμβάνονται και γνωστά εστιατόρια κάθε περιοχής (53%).

Οι γαστρονομικές διαδρομές είναι ένα από τα πιο δυναμικά βιώσιμα προϊόντα, καθώς συνθέτουν ένα σύστημα που αντιπροσωπεύει μια ολοκληρωμένη και θεματική τουριστική προσφορά. Η προσφορά αυτή ορίζεται από μία ή περισσότερες διαδρομές σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή (αν και στην πραγματικότητα η κουζίνα δεν έχει σύνορα). Με την εκάστοτε περιοχή συνδέεται ένα σύνολο προϊόντων ή σημείων τουριστικού ενδιαφέροντος όπως εργαστήρια, οινοποιεία, εστιατόρια κ.λπ. Αυτά επισημαίνονται σε τουριστικούς οδηγούς και συσχετίζονται με ένα συγκεκριμένο φαγητό, προϊόν ή τύπο φαγητού γενικά με διαφοροποιημένη ποιότητα και εκδηλώσεις ή γαστρονομικές δραστηριότητες.

Οι πληροφορίες για τη διαδρομή παραπέμπουν επίσης σε άλλους χώρους και αξιοθέατα, προωθώντας έτσι την οικονομική ανάπτυξη στην ευρύτερη περιοχή. Με στόχο τη συγκέντρωση διαφορετικών τύπων τουριστικών αξιοθέατων σε ένα «πακέτο», ώστε οι τουρίστες να παρατείνουν την επίσκεψή τους στην εκάστοτε περιοχή, σε αντίθεση με τα μέρη όπου τα αξιοθέατα είναι μονοδιάστατα (landscape-πολιτιστικά-αθλητικά κλπ).

Οι γαστρονομικές διαδρομές είναι επιτυχημένες όταν καταφέρνουν να ενεργοποιήσουν τη γαστρονομική κληρονομιά και να την μετατρέψουν σε γαστρονομικό τουρισμό ως σημείο έλξης για τους τουρίστες. Επιπλέον δημιουργούν προστιθέμενη αξία στον προορισμό σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό.

3. Ψηφιακός Γαστρονομικός Χάρτης-Ενότητες-Κωδικοποίηση

Η ψηφιακή γαστρονομική χαρτογράφηση των Ελληνικών προορισμών σε ειδική ενότητα της ιστοσελίδας του ΕΟΤ, είναι μια μεθοδική κωδικοποίηση που θα προβάλλει το ελληνικό γαστρονομικό προϊόν, συγκεντρώνοντας όλη την ποικιλομορφία του, με στόχο να περιλαμβάνει διαδρομές και αξιοθέατα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και να αναδείξει και λιγότερο γνωστά προϊόντα και προορισμούς.

- Calendar Τοπικών φεστιβάλ-Event τοπικής κουζίνας-Πανηγύρια Τοπικών προϊόντων ανά περιφέρεια, ώστε να δίνεται στον επισκέπτη η δυνατότητα εναλλακτικής επισκεψιμότητας και συνδυασμού κοντινών προορισμών σε κοντινή χρονική περίοδο (π.χ. φεστιβάλ πατάτας Νάξου- φεστιβάλ αμυγδαλωτών Σίφνου-Τρύγος αμπελώνων Σαντορίνης).
- Τοπικά προϊόντα ονομασίας προέλευσης/περιοχή-Τοπικές Συνταγές ανά περιοχή.
- Τοπικοί σεφ-Τοπικά εστιατόρια και ταβέρνες που έχουν βραβευτεί ή διακρίνονται για τον παραδοσιακό τους χαρακτήρα και είναι 'must visit'.
- Τοπικές διακρίσεις κουζίνας- Brand Τοπικών Προϊόντων-Ετικέτες/ανά Περιφέρεια.
- Τοπικοί αμπελώνες- Οινοποιεία -Τυροκομεία- Εργαστήρια- Μελισσοκόμοι- Φάρμες οικότουρισμού που είναι επισκέψιμα και θα συμβάλλουν στη βιωματική εμπειρία του επισκέπτη.
- Σήμανση για παλιούς μύλους, ελαιοτριβεία-λαογραφικά μουσεία, μουσεία γεωργικών εργαλείων κλπ.
- Masterclasses τοπικής κουζίνας/βιωματικά εργαστήρια από τοπικούς σεφ και συνεταιρισμούς παραγωγών.
- Youtube videos βιωματικής και εκπαιδευτικής ελληνικής κουζίνας που προβάλλουν προορισμούς-Testimonial videos (π.χ. μάθε πώς φτιάχνεται το αλάτι στις αλυκές της Πάρου, μάθε πώς φτιάχνει αμυγδαλωτά η γιαγιά Χ στο Κάστρο της Σίφνου, με συνταγή της γιαγιάς της, δες πώς φτιάχνουν κρασί στη Σαντορίνη εδώ και δέκα αιώνες κλπ), προκειμένου να εμπλέξει τον επισκέπτη και να δημιουργήσει μνήμες ή προσδοκίες για να επισκεφθεί την περιοχή.
- Οδικοί χάρτες της Ελλάδος για κρασιά/μικρές ζυθοποιεία, και διαδρομές κρασιού, για γνώστες και ειδικό κοινό.

3. Πρόταση για την εκπαίδευση

Διαμόρφωση εκπαιδευτικών εργαλείων και εξειδικευμένη στόχευση σε ομάδες αποδεκτών

Στόχος: η διαμόρφωση σύγχρονων εκπαιδευτικών περιεχομένων/υλικού (modules) στο πεδίο της γαστρονομικού τουρισμού μέσα από ένα μείγμα κατάλληλων και στοχευμένων εργαλείων εκπαίδευσης και την ενδυνάμωση επαγγελματικών γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων των απασχολούμενων βάσει της παραγωγής συγκεκριμένων

μαθησιακών αποτελεσμάτων (ανά ειδικότητα) και αξιοποίησης σύγχρονων μεθόδων διδασκαλίας, μέσω διδασκαλίας και εξοπλισμού.

Επισήμανση: σημασία κατάλληλης σύνδεσης κατάλληλων εκπαιδευτικών εργαλείων με τελικούς αποδέκτες και μαθησιακά αποτελέσματα.

Βασικές ανάγκες που πρέπει να αντιμετωπιστούν άμεσα: Αναβάθμιση γνώσεων και δεξιοτήτων ως προς τον οργανωμένο και συντονισμένο προσανατολισμό σε θέματα ανάδειξης της ελληνικής γαστρονομίας.

Μείγμα εκπαιδευτικών εργαλείων:

- Ψηφιακά περιεχόμενα διαθέσιμα μέσα από σχετική ψηφιακή πλατφόρμα
- Ανάθεση εκπόνησης εργασιών από τον υπεύθυνο εκπαιδευτή
- Σεμιναριακές παρουσιάσεις
- Εργαστηριακές εφαρμογές
- Εκπαιδευτικές επισκέψεις σε πρότυπους επαγγελματικούς χώρους
- Συμμετοχή σε επαγγελματικές ημερίδες – συνέδρια - φεστιβάλ – εκθέσεις.

Ομάδες σχετικών αποδεκτών-ειδικοτήτων:

- Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας / αρχι-ζαχαροπλάστες
- Μπουφетζής, τραπεζοκόμος, σερβιτόρος, υποδοχή, FMB
- Οινοποιός, sommelier
- Παραγωγοί αγροτικών προϊόντων

1. Εκπαιδευτική πρόταση: στοχευμένες ενέργειες εκπαίδευσης-κατάρτισης

- Τουρισμός: Εκπαίδευση-κατάρτιση ανθρωπίνου δυναμικού ξενοδοχείων σε θέματα γαστρονομίας
- Εστίαση: Εκπαίδευση-κατάρτιση ανθρωπίνου δυναμικού εστίασης (επαγγελματίες, σερβιτόροι κ.α.) σε θέματα γαστρονομίας
- Αγροδιατροφή: Εκπαίδευση-κατάρτιση ανθρωπίνου δυναμικού (π.χ. παραγωγών, μικρών επιχειρήσεων) σε θέματα μεταποίησης αγροτικών προϊόντων, ανάπτυξης και ανάδειξης ποιοτικών τοπικών προϊόντων (π.χ. ΠΓΕ), ασφάλειας τροφίμων, μάρκετινγκ-branding, συσκευασίας, προτυποποίησης, τυποποίησης, προώθησης/διάθεσης αγροτικών προϊόντων κ.α.

2. Εκπαιδευτική πρόταση: εκπαίδευση-κατάρτιση του κλάδου της εστίασης στο εξωτερικό

- ✓ Εκπαίδευση-κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού του κλάδου της εστίασης στο εξωτερικό
 - ✓ Ενέργειες επιμόρφωσης
 - ✓ Ενημέρωση για την πιστοποίηση της ελληνικής κουζίνας
- 3. Επιπλέον ενέργειες ευαισθητοποίησης-ενημέρωσης:**
- Ενημέρωση μέσω της ελληνικής Πρεσβείας και του ΕΟΤ για τον ρόλο της γαστρονομίας στο συνολικό τουριστικό προϊόν της χώρας μας και τη συμβολή των ελληνικών εστιατορίων του εξωτερικού.
 - Εκπόνηση δράσεων με τη συμμετοχή των ελληνικών εστιατορίων με στόχο την προώθηση των ελληνικών προϊόντων.
 - Δράσεις ενημέρωσης και εκπαίδευσης των διπλωματικών και διοικητικών υπαλλήλων στις ελληνικές πρεσβευτικές και προξενικές αρχές στο εξωτερικό ώστε να αποκτήσουν ενεργό ρόλο στο σχέδιο προώθησης.

4. Κοινή πρόταση για τη δημιουργία Φορέα με σκοπό την ανάδειξη της ελληνικής γαστρονομίας και την ανάπτυξη, προβολή και προώθηση του γαστρονομικού τουρισμού

Η παρούσα πρόταση αφορά στην ίδρυση ενός νέου Φορέα Ελληνικής Γαστρονομίας. Η φιλοδοξία για το Φορέα είναι να αποτελέσει θεματοφύλακα της γαστρονομικής παράδοσης και να λειτουργήσει ως μηχανισμός ανάπτυξης για την πρωτογενή παραγωγή, τη μεταποίηση και τις υπηρεσίες εστίασης, τουρισμού και πολιτισμού. Η απώτερη στόχευση και δραστηριότητα του φορέα θα εστιάζει στη διαμόρφωση μιας ενιαίας ταυτότητας για την ελληνική γαστρονομία που θα βασίζεται στις τοπικές παραδοσιακές γεύσεις, συνδυασμένες με τα εξαιρετικά ελληνικά προϊόντα και την ελληνική φιλοξενία.

Οι βασικοί στόχοι του Φορέα Ελληνικής Γαστρονομίας είναι:

- Δημιουργία ερευνητικού ινστιτούτου, με τη συνδρομή φορέων γαστρονομίας, ακαδημαϊκών φορέων του κλάδου επιχειρηματικών φορέων, εκπροσώπων του πρωτογενούς τομέα, που θα αποτελέσει think tank και φορέα επίβλεψης των Ανάδειξη της ελληνικής μεσογειακής διατροφής
- Προώθηση της Ελληνικής Κουζίνας & των παραδοσιακών ελληνικών προϊόντων
- Χαρτογράφηση των ελληνικών συνταγών & σύνδεση τους με τοπικά προϊόντα και την ανάδειξή τους για τη στήριξη των τοπικών οικονομιών
- Δημιουργία μηχανισμού πιστοποίησης της τοπικής γαστρονομίας και των χώρων εστίασης μέσω τήρησης προδιαγραφών ποιότητας της Ελληνικής φιλοξενίας
- Ανάπτυξη ευκαιριών γαστρονομικού τουρισμού
- Πλατφόρμα ενημέρωσης (Aggregator και όχι Marketplace) με έμφαση σε:
- Σύνδεση ελληνικών προϊόντων με την Ελληνική Κουζίνα μέσω των συνταγών,
- Προβολή/ καθιέρωση των ελληνικών προϊόντων και οίνου στην ελληνική και διεθνή αγορά
- Διοργάνωση φόρουμ με συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων για θέματα ελληνικής διατροφής και γαστρονομικού πολιτισμού.
- Απορρόφηση χρηματοδοτικών εργαλείων πράσινης οικονομίας, για την κατάρτιση και δημιουργία θέσεων εργασίας σε τοπικό επίπεδο, τόσο στον πρωτογενή τομέα όσο και στις τουριστικές επιχειρήσεις ενεργειών και μηχανισμών πιστοποίησης σύμφωνα με τις διεθνείς καλές πρακτικές

Με σκοπό την εκπλήρωση των παραπάνω στόχων, προβλέπονται τέσσερις (4) πυλώνες ανάπτυξης που επικεντρώνονται στα εξής θεματικά πεδία:

- Προϊόντα
- Διατροφή-Γαστρονομία
- Εστίαση
- Τουρισμός.

Οι ενέργειες που θα αναπτυχθούν προς αυτή την κατεύθυνση, ενσωματώνουν δράσεις οι οποίες εστιάζουν στην ενίσχυση της πρωτογενούς παραγωγής, στην περαιτέρω αναβάθμιση των υπηρεσιών τουρισμού και φιλοξενίας, καθώς και την ευρύτερη ενδυνάμωση της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας. Σημαντικές παράμετροι του συνολικού σχεδιασμού είναι δράσεις οι οποίες αφορούν στην ανάδειξη του γαστρονομικού πολιτισμού, τη σημασία της στήριξης τοπικών προϊόντων, την υποστήριξη τοπικών αγροδιατροφικών συστημάτων και τη διασύνδεση τοπικών προϊόντων και αναβαθμισμένων υπηρεσιών τουρισμού και εστίασης, την ενίσχυση των στοιχείων διατροφικής ασφάλειας και βιώσιμης ανάπτυξης, την αναβάθμιση του συνολικού γαστρονομικού αποθέματος και την υλοποίηση δράσεων προώθησης της ελληνικής κουζίνας.

Ο Οδικός Χάρτης αρχικών ενεργειών υλοποίησης της πρότασης περιλαμβάνει 9 βήματα:

1. Σύσταση Εθνικού Συμβουλίου Ελληνικής Γαστρονομίας ως αυτοτελής πολιτική και προτεραιότητα
2. Ίδρυση Φορέα Ελληνικής Γαστρονομίας ως σύμπραξη δημόσιου-ιδιωτικού τομέα
3. Ανάπτυξη και συνεχής εμπλουτισμός της υφιστάμενης Ηλεκτρονικής Πλατφόρμας Γαστρονομικού Χάρτη, για την ανάπτυξη του Γαστρονομικού τουρισμού και στις λιγότερο αναπτυγμένες περιφέρειες
4. Σχεδιασμός Επιχειρηματικού & Λειτουργικού Σχεδίου Σήματος Ελληνικής Κουζίνας (κανονισμοί και κριτήρια) σε συνάρτηση με το Μητρώο Εστιατορίων Ελλάδας – Εξωτερικού
5. Δημιουργία κριτηρίων Βιώσιμης Γαστρονομίας με βάση τις διεθνείς καλές πρακτικές (εξοικονόμηση ενέργειας και νερού, βιολογικά προϊόντα, food waste κλπ) και την ευθυγράμμιση με τα Ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία πράσινης οικονομίας και την αξιοποίηση εργαλείων του Ταμείου Ανάκαμψης
6. Ανάθεση Μητρώου Συνταγών & Διατροφικών Συσχετισμών

7. Ανάδειξη & Πιστοποίηση Προϊόντων (Δίκτυα / Τοπικά Σύμφωνα Παραγωγών)
8. Οργάνωση Εκπαιδευτικού Μηχανισμού
9. Στρατηγική Εξωστρέφειας, προκειμένου να διασυνδεθεί ο φορέας με την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού.

Η πρόταση περιλαμβάνει τη χρηματοδότηση του Φορέα για το βασικό κόστος ίδρυσης και λειτουργίας. Το ολοκληρωμένο σχέδιο λειτουργίας θα κοστολογηθεί αντιστοίχως - σε συνάρτηση με ένα επιχειρηματικό μοντέλο που θα βασίζεται μεσοπρόθεσμα σε πολλαπλές πηγές χρηματοδότησης- ώστε να αποκτήσει τις υποδομές και επιχειρησιακές διαδικασίες που θα επιτρέψουν μια βιώσιμη χρηματοοικονομική αυτοτέλεια.

5. Πρόταση για τη δημιουργία Παρατηρητηρίου Γαστρονομικού Τουρισμού

Σημείο αναφοράς – Ανάδειξη – Προώθηση - Πληροφόρηση – Διάχυση

Στόχος: η διαμόρφωση μιας σύγχρονης ψηφιακής πλατφόρμας («ψηφιακός κόμβος γαστρονομίας») που θα συγκεντρώνει και θα αναδεικνύει οργανωμένα το σύνολο της σχετικής κρίσιμης πληροφορίας, συγκροτώντας ένα «ενιαίο σημείο εισόδου» για νέες πρωτοβουλίες και ενημέρωση για τον γαστρονομικό τουρισμό στη χώρα, αξιοποιώντας σύγχρονες τεχνικές παροχής ενημέρωσης πληροφόρησης και μάρκετινγκ (π.χ. νέες ψηφιακές τεχνολογίες, social media, omni-channel marketing κτλ).

Βασικοί επιμέρους στόχοι και διαστάσεις του Παρατηρητηρίου:

- Αλληλεπίδραση και διασύνδεση με χρήστες και περιεχόμενο αλλά και συνεχής ενημέρωση επί εκδηλώσεων σε όλη τη χώρα (π.χ. blogs).
- Λειτουργική/ψηφιακή διασύνδεση με υφιστάμενες πρωτοβουλίες προώθησης τουρισμού, π.χ. Greek Gastronomy Guide, Symposio, Marketing Greece (sign-posting κτλ)

Βασικοί πυλώνες που συναρθρώνουν το «Παρατηρητήριο Γαστρονομίας»:

1. Μελετητικό επίπεδο: Σχετικές μελέτες και ποσοτικές/ποιοτικές τάσεις σε επίπεδο αγροδιατροφής-τουρισμού-γαστρονομίας, με αναφορά και σε υπο-κλάδους/προϊόντα/περιοχές κτλ.
2. Πληροφοριακό επίπεδο: Πληροφόρηση για το Σήμα Ελληνικής Κουζίνας - καθοδήγηση για συμμετοχή σε σχετικά πρότυπα – παρακολούθηση πορείας υιοθέτησης σε επίπεδο εστιατορίων κτλ. Διαδραστική παρουσίαση Γαστρονομικού Χάρτη με ψηφιακά εργαλεία/χάρτες/τοπικοποιημένη πληροφορία/γεωχωρικά δεδομένα (μέσα από την αξιοποίηση και ανοικτών δεδομένων)
3. Επίπεδο συγκέντρωσης πληροφορίας για επαγγέλματα/προϊόντα:
 - Ψηφιακό Χαρτοφυλάκιο - Συνταγές-Φάροι
 - Διαμόρφωση Μητρώου Μαγείρων (A & B) μέσω ανοικτής πρόσκλησης
 - Παρουσίαση του έργου που επιτελούν οι Λέσχες Αρχιμαγείρων
 - Παρουσίαση σχετικών φορέων σε επίπεδο παραγωγής-τουρισμού
4. Καλές πρακτικές – best practices: Παρουσίαση πρωτοβουλιών και συγκέντρωση πληροφορίας για best practices (π.χ. τοπικές πρωτοβουλίες, προϊόντα, συνταγές, καλές πρακτικές σε εικόνες ή videos, storytelling, portraits παραγωγών, chefs, εστιατορίων, διαδραστικούς χάρτες κ.α.)
5. Εκπαιδευτικό επίπεδο: Εκπαιδευτικά εργαλεία και περιεχόμενα (π.χ. videos, εκπαιδευτικό υλικό)