

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας

ΔΡΑΣΗ 2: ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
Π2 Διερευνητική Μελέτη – Εμπειρογνωμοσύνη
για την εφαρμογή του Συστήματος
«Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας»

Μάρτιος 2025

ΑΝΑΔΟΧΟΣ ΕΡΓΟΥ

ΕΤΑΜ α.ε.
εταιρεία συμβούλων



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΣΥΜΦΩΝΟΥ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	6
1.1 Γενικό πλαίσιο οργάνωσης και λειτουργίας	7
1.1.1 Ορισμός του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας και σύνδεση με το “Kavala - Tales of Taste”	7
1.1.2 Τεκμηρίωση Αρχικής Εφαρμογής του Τ.Σ.Π. στον τομέα της γαστρονομίας	8
1.1.3 Σκοπός	19
1.1.4 Βασικές αρχές	20
1.1.5 Μέλη	21
1.1.6 Όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής	21
1.1.7 Παρεχόμενες υπηρεσίες	21
1.1.8 Ίδρυση και λειτουργία	22
1.1.9 Όργανα εφαρμογής	24
1.1.10 Διαδικασία ένταξης	26
1.1.11 Σύστημα βαθμολόγησης μελών του Τ.Σ.Π.	28
1.1.12 Προνόμια και Ποινές Τ.Σ.Π.	29
1.1.13 Θεσμικό πλαίσιο για τη χορήγηση ενιαίου σήματος Τ.Σ.Π. Καβάλας	30
1.1.14 Τροποποίηση του περιεχομένου του Τ.Σ.Π.	30
1.1.15 Κόστος - Έσοδα Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας	30
2. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΣΥΜΦΩΝΟΥ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	32
2.1 Γενικοί όροι και προδιαγραφές ποιότητας	33
2.1.1 Συμμετοχή στην πρωτοβουλία “Kavala - Tales of Taste” (Π)	33
2.1.2 Νομοθετική γνώση και συμμόρφωση (Υ)	33
2.1.3 Διαχείριση παραπόνων (Υ)	33
2.1.4 Τήρηση αισθητικών προτύπων (Υ)	33
2.1.5 Προβολή (Υ)	34
2.1.6 Τιμές (Υ)	34
2.1.7 Σήμα Τ.Σ.Π. (Υ)	34
2.1.8 Συμμετοχή σε δράσεις του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (Υ)	34
2.1.9 Δικτύωση και συνεργασία μελών (Π)	34
2.1.10 Προστασία περιβάλλοντος (Π)	34
2.1.11 Υπηρεσίες - καινοτομία (Υ)	34
2.1.12 Ανάδειξη και τόνωση του παραδοσιακού χαρακτήρα των τοπικών δραστηριοτήτων, της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος (Π)	35
2.1.13 Προδιαγραφές κατασκευής (Π)	35
2.1.14 Προσωπικό (Υ)	35
2.1.15 Ασφάλεια (Υ)	35
2.1.16 Υγιεινή (Υ)	35
2.1.17 Προσβασιμότητα (Π)	36
2.1.18 Ειδικές πιστοποιήσεις (Π)	36
2.2 Πρόσθετες προδιαγραφές ποιότητας ανά επιχειρηματική δραστηριότητα	37
2.2.1 Χώροι Εστίασης	37

2.2.2	Επιχειρήσεις Διανυκτέρευσης.....	39
2.2.3	Παραδοσιακά Καφενεία.....	41
2.2.4	Επισκέψιμα Αγροκτήματα	43
2.2.5	Επισκέψιμα Οινοποιεία	45
2.2.6	Ταξιδιωτικά Γραφεία	47
2.2.7	Γραφεία Οργάνωσης, Πληροφόρησης και Προώθησης Τουρισμού.....	48
2.2.8	Καταστήματα Πώλησης Τοπικών Προϊόντων.....	49
3.	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ – ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΣΥΜΦΩΝΟΥ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ...	51
3.1	Σχεδιασμός, Προβολή και Προώθηση του Τ.Σ.Π. Καβάλας	52
3.1.1	Ενέργειες προώθησης του Τ.Σ.Π. και ευαισθητοποίησης του κοινού στόχου (Φάση 1: Λανσάρισμα & Πιλοτική Εφαρμογή)	53
3.1.2	Συνδυασμένες ενέργειες προβολής και προώθησης των μελών του Τ.Σ.Π. και των παρεχόμενων προϊόντων / υπηρεσιών (Φάση 2: Πλήρης Εφαρμογή & Ανάπτυξη)	55
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	59

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αντικείμενο Παραδοτέου

Το εν λόγω παραδοτέο αποτελεί μέρος της πράξης και του ομώνυμου Υποέργου «Σύστημα Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας» που έχει ενταχθεί στην εγκεκριμένη Στρατηγική Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης (ΣΒΑΑ) 2021-2027 του Δήμου Καβάλας «ΚΑΒΑΛΑ 2030: Μια πόλη ανθεκτική, συμπεριληπτική και κλιματικά ουδέτερη», και υλοποιείται στο πλαίσιο του Προγράμματος “Ανατολική Μακεδονία Θράκη” 2021 – 2027.

Η Πράξη «Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας» περιλαμβάνει τρεις (3) δράσεις, ήτοι:

ΔΡΑΣΗ	ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ
Δράση 1: Σχέδιο Μάρκετινγκ	<ul style="list-style-type: none"> Μελέτες, έρευνες, αξιολόγηση. Σχέδιο μάρκετινγκ. Σχέδιο υλοποίησης μάρκετινγκ. Επιμέρους σχέδια μάρκετινγκ ανά τομέα. Παραρτήματα (Έρευνα και Γνώση).
Δράση 2: Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας	<ul style="list-style-type: none"> Μελέτη και αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης της πρωτοβουλίας “Kavala - Tales of Taste”. Διοργάνωση (2) δύο συναντήσεων εργασίας – workshops. Εκπόνηση διερευνητικής μελέτης – εμπειρογνωμοσύνης για την εφαρμογή του συστήματος «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας». Εφαρμογή Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (συμβουλευτική & ευαισθητοποίηση).
Δράση 3: Σχέδιο Branding	<ul style="list-style-type: none"> Σχέδιο Branding. Μακέτες λογοτύπου, sub brands, merchandise, εφαρμογών και όλων των σχετικών γραφιστικών. Εγχειρίδιο χρήσης γραφιστικών. Σχέδιο προσαρμογής υφιστάμενων εργαλείων προώθησης στη νέα ταυτότητα. Συναντήσεις με εμπλεκόμενους φορείς. Παρουσίαση λογοτύπου, συνθημάτων και διαφημιστικής εκστρατείας της πόλης στους πολίτες. Επικοινωνία της εικόνας και της ταυτότητας του brand: Διαφήμιση, προώθηση και δημόσιες σχέσεις, σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Το παραδοτέο με τίτλο: **Διερευνητική μελέτη – εμπειρογνωμοσύνη για την εφαρμογή του συστήματος «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας»** αποτελεί παραδοτέο της Δράσης 2 «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας», σύμφωνα με τους όρους της από 28/6/2024 υπογεγραμμένης σύμβασης της ETAM ΑΕ και του Δήμου Καβάλας.

Ειδικότερα, η εμπειρογνωμοσύνη αφορά στην εκπόνηση μελέτης για την ανάπτυξη Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (Τ.Σ.Π.) στην Καβάλα. Σε πρώτο στάδιο, το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας θα εφαρμοστεί στον τομέα της γαστρονομίας σε σύνδεση με την Πρωτοβουλία «Kavala – Tales of Taste», ενώ μετέπειτα θα επεκταθεί και σε άλλους τομείς υπηρεσιών. Η εμπειρογνωμοσύνη επικεντρώνεται σε ζητήματα όπως:

- Φιλοσοφία, στοχοθεσία και αξιακό πλαίσιο – βασικές αρχές Τ.Σ.Π.
- Μεθοδολογία ανάπτυξης Τ.Σ.Π. ήτοι δυνητικά μέλη, προδιαγραφές - κριτήρια ένταξης (γενικά και ειδικά κριτήρια ανά κατηγορία επιχειρηματικής δραστηριότητας).
- Διαδικασία συμμετοχής, αξιολόγησης υποψηφίων μελών, πιστοποίησης και χορήγησης Σήματος.
- Μηχανισμός διαχείρισης Τ.Σ.Π.
- Δράσεις προβολής και προώθησης Τ.Σ.Π.

The background of the entire page is a light green color. It features a large, semi-transparent image of several hands reaching in from different directions to assemble a wooden puzzle. The puzzle pieces are light-colored wood with a visible grain. The hands are also semi-transparent, showing the skin tone and some clothing details like a white sleeve. The overall composition is centered and occupies most of the frame.

1

**ΒΑΣΙΚΕΣ
ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ
ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ
ΣΥΜΦΩΝΟΥ
ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**

1.1 Γενικό πλαίσιο οργάνωσης και λειτουργίας

1.1.1 Ορισμός του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας και σύνδεση με το “Kavala - Tales of Taste”

Ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας (Τ.Σ.Π.) αποτελεί κατά κανόνα ένα πλαίσιο εθελοντικής, συλλογικής συμφωνίας μεταξύ επιχειρήσεων, ή/και φορέων μιας εστιασμένης γεωγραφικά περιοχής, με στόχο τη θέσπιση, την υιοθέτηση και εφαρμογή συγκεκριμένων προδιαγραφών που συμπληρώνουν το υπάρχον πλαίσιο λειτουργίας, ενώ αναβαθμίζουν και διατηρούν σε υψηλά επίπεδα την ποιότητα των προϊόντων και των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Το Τ.Σ.Π. αποτελεί έναν μηχανισμό που κατά βάση αποσκοπεί στην τοπική ανάπτυξη και την τριπλή διάσταση της αειφορίας (οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική-πολιτιστική), στην ανάδειξη της τοπικότητας, της μοναδικότητας και της φήμης μιας περιοχής και των πόρων της, καθώς και στη δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών με ισχυρή ταυτότητα, ενισχύοντας έτσι την αναγνωρισιμότητα και την προστιθέμενη αξία τους.

Ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, συνδέεται άμεσα με την έννοια της «ταυτότητας του τόπου», καθώς αφενός την διαμορφώνει και αφετέρου, την τονώνει και την προβάλλει.

Για τους φορείς που αντιπροσωπεύουν έναν τόπο, βασικό κίνητρο για την ανάπτυξη ενός Συμφώνου Ποιότητας είναι η αύξηση της επισκεψιμότητας μέσω της ανάδειξης των σημείων υπεροχής, στο πλαίσιο του ανταγωνισμού με άλλους τόπους. Μέσα από το Σύμφωνο Ποιότητας, ο τόπος διαφοροποιείται, γίνεται αναγνωρίσιμος, ενώ ταυτόχρονα το όνομά του συνδέεται και αποτελεί «υπόσχεση ποιότητας». Για τις τοπικές επιχειρήσεις, βασικό κίνητρο συνιστά η αύξηση της επίδοσης και της απόδοσης.

Στη βάση των παραπάνω και στο πλαίσιο του Συστήματος Marketing της Πόλης της Καβάλας εδράζεται ο σχεδιασμός για τη δημιουργία Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας το οποίο θα αποτελέσει τη βάση ανάπτυξης και εφαρμογής προδιαγραφών και κριτηρίων για τη διασφάλιση της ποιότητας του τομέα των υπηρεσιών όπου και στηρίζεται η οικονομία του Δήμου Καβάλας.

Στρατηγικός Στόχος του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας είναι η ισόρροπη και αειφόρος ανάπτυξη του Δήμου Καβάλας μέσω της εδραίωσης συνεργασίας μεταξύ τοπικών φορέων, επιχειρήσεων και κοινωνίας των πολιτών. Το Τ.Σ.Π. θα αποτελέσει μια συλλογική προσπάθεια σε θέματα διασφάλισης, βελτίωσης και ανάδειξης της ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, αναβάθμισης της εμπειρίας των επισκεπτών και συμμετοχής στην προώθηση της νέας εικόνας και ταυτότητας της Καβάλας.

Το Τ.Σ.Π. φιλοδοξεί να αποτελέσει αφενός σημείο αναφοράς για τους επισκέπτες και αφετέρου, έναν οδικό χάρτη λειτουργίας για τις επιχειρήσεις της Καβάλας, συμβάλλοντας κατ' αυτόν τον τρόπο στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και καθιερώνοντας την Καβάλα ως ποιοτικό τουριστικό προορισμό.

Ουσιαστικά το Τ.Σ.Π αποτελεί ένα πλαίσιο συνεργασίας επιχειρήσεων της τουριστικής αλυσίδας. Σε πρώτο ωστόσο στάδιο θα εφαρμοστεί στον τομέα της γαστρονομίας και σε επιχειρήσεις εστίασης προκειμένου να αναπτυχθούν σχέσεις εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές, να βελτιωθεί το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τομέα της γαστρονομίας και της εστίασης και παράλληλα να προωθηθεί η **Καβάλα ως γαστρονομικός προορισμός**.

Στην κατεύθυνση αυτή, το Τ.Σ.Π. **λαμβάνει υπόψη και βασίζεται στην πρωτοβουλία “Kavala - Tales of Taste”** που ξεκίνησε το 2015 με αντίστοιχη στόχευση, ήτοι ως μια προσπάθεια συγκρότησης της γαστρονομικής ταυτότητας της Καβάλας, ενίσχυσης της αναγνωρισιμότητας της τοπικής κουζίνας και της Καβάλας ως γαστρονομικού προορισμού.

Στο πλαίσιο αυτό αξιοποιούνται, εμπλουτίζονται και προσαρμόζονται τα παραγόμενα προϊόντα της Πρωτοβουλίας (π.χ. συνταγολόγιο, οδηγός προδιαγραφών – κριτήριων).

Σε επόμενο στάδιο, το Τ.Σ.Π. δύναται να επεκταθεί και σε άλλες κατηγορίες επιχειρήσεων στον τομέα των υπηρεσιών.

1.1.2 Τεκμηρίωση Αρχικής Εφαρμογής του Τ.Σ.Π. στον τομέα της γαστρονομίας

Στη συγκεκριμένη ενότητα γίνεται λόγος για τη γαστρονομία και τη σύνδεσή της με τον τουρισμό, για τις τάσεις του γαστρονομικού τουρισμού και το προφίλ του γαστροτουρίστα προκειμένου τα ευρήματα να συνεισφέρουν στη διαμόρφωση του χαρτοφυλακίου του γαστρονομικού τουριστικού προϊόντος και της αναβάθμισης της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών στον τομέα της γαστρονομίας.

Ειδικότερα:

Για τη «γαστρονομία», αν και δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός ωστόσο, θεωρείται ότι υποδηλώνει τις γνώσεις των κανόνων για την τέχνη της παρασκευής ενός απολαυστικού γεύματος. Η γαστρονομία δεν περιορίζεται μόνο στις πρώτες ύλες που συνδέονται με έναν τόπο, αλλά επεκτείνεται και στις μεθόδους παρασκευής των εδεσμάτων, όπως και στα σχετικά έθιμα που τα συνοδεύουν, με αποτέλεσμα να αποτελεί στοιχείο ταυτότητας για έναν τόπο και μέρος του πολιτιστικού προσδιορισμού του (διαΝΕΟσις, 2023).

Στις μέρες μας επικρατεί η άποψη ότι η γαστρονομία είναι η τέχνη της επιλογής, της ετοιμασίας, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης του καλού φαγητού. Είναι η διακόσμηση του πιάτου (food styling), η παρουσίαση του τραπέζιου (table styling), η αισθητική του εδεματολογίου (menu presentation) και του χώρου (merchandising), καθώς και η τελετουργία του σερβιρίσματος (art de table) (Τ. Γούσιος, 2022).

Όμως, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO)¹ η γαστρονομία είναι κάτι παραπάνω από φαγητό. Αντικατοπτρίζει τον πολιτισμό, την κληρονομιά, τις παραδόσεις και την αίσθηση της κοινότητας διαφορετικών λαών. Η γαστρονομία είναι ένας από τους τομείς που εκτιμούν περισσότερο οι τουρίστες, αφού το 1/3 των δαπανών τους αφιερώνεται στο φαγητό και αποτελεί πλέον έναν από τους κύριους λόγους για να ταξιδέψει κανείς. Συνεπώς, η γαστρονομία αποτελεί λόγο, κίνητρο ταξιδιωτικής μετακίνησης, αλλά και συστατικό στοιχείο ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος.

Μάλιστα, έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (2016) έδειξε ότι πάνω από το 88% των συμμετεχόντων στην έρευνα θεωρούν τη γαστρονομία ως ένα στρατηγικό στοιχείο για τον προσδιορισμό της εικόνας και του brand ενός τόπου/προορισμού².

Η γαστρονομία αποτελούσε πάντα μέρος του τουρισμού, αλλά η μεταξύ τους σχέση έχει αλλάξει σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες. Ειδικά τα τελευταία χρόνια η γαστρονομία αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο για τη γνωριμία του πολιτισμού και του τρόπου ζωής ενός προορισμού και ενσωματώνει όλες τις παραδοσιακές αξίες που συνδέονται με τις νέες τάσεις στον τουρισμό, ήτοι: σεβασμός στον πολιτισμό και την παράδοση, υγιεινός τρόπος ζωής, αυθεντικότητα, τοπικότητα, ταυτότητα, ποιότητα, αειφορία, βιωσιμότητα, εμπειρία (UNWTO, Global Report on Food Tourism 2012 & Γ. Πίττας, 2018).

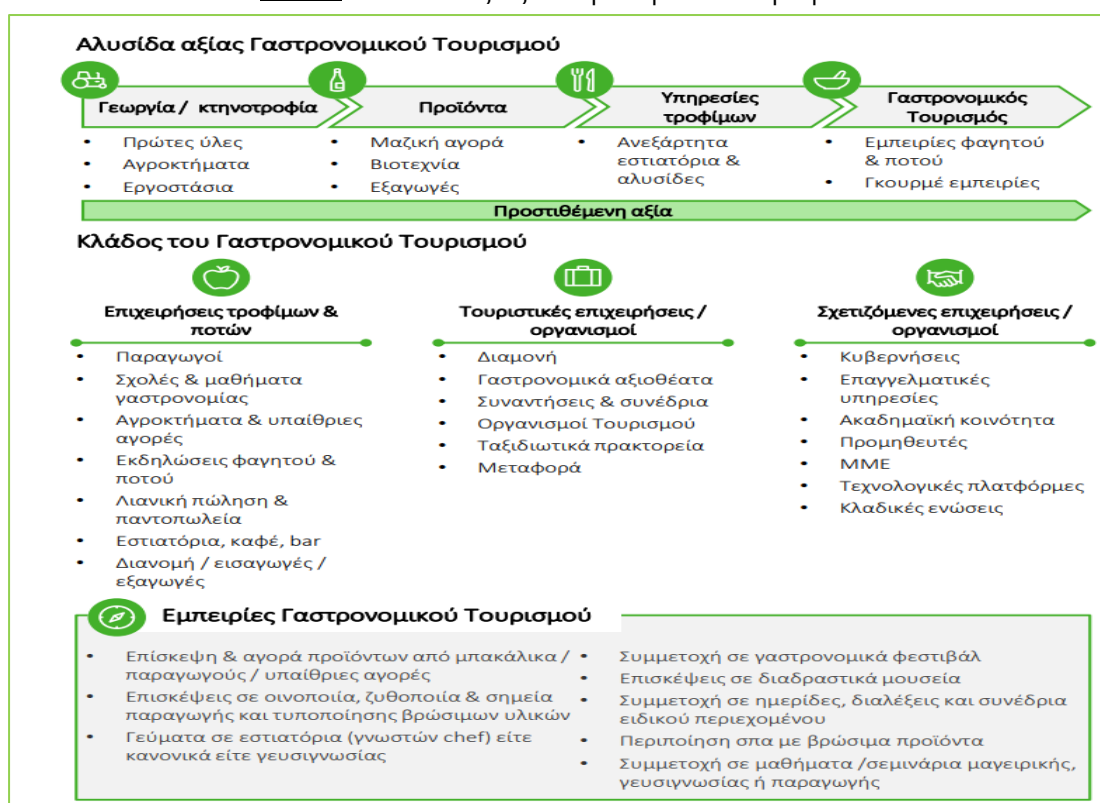
¹ <https://www.unwto.org/gastronomy>

² Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού Υπουργείου Τουρισμού, 2021

Έχει διαπιστωθεί ότι ο γαστρονομικός τουρισμός ενθαρρύνει τη συνολική και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική ένταξη, την απασχόληση και τη μείωση της φτώχειας, την αποδοτικότητα των πόρων, τις πολιτιστικές αξίες, την ποικιλομορφία και την κληρονομιά (UNWTO, 2017). Επιπρόσθετα, ενισχύει την εικόνα του προορισμού, αυξάνει την επισκεψιμότητα, τη μέση τουριστική δαπάνη και συνεισφέρει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

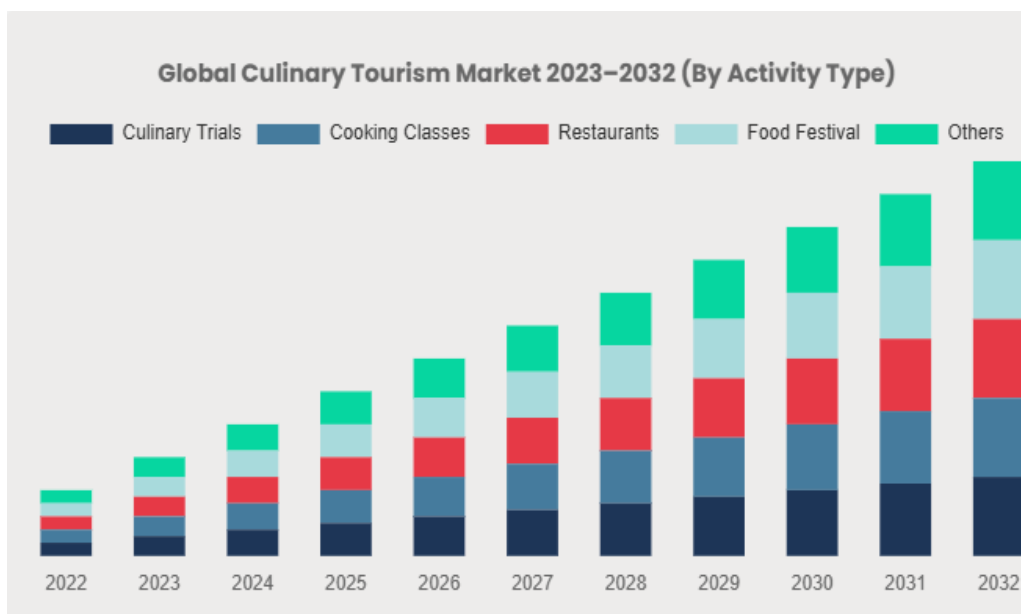
Ο γαστρονομικός τουρισμός αναπτύσσεται ολόχρονα και συνδυάζει όλα τα σημεία της εφοδιαστικής αλυσίδας από το χωράφι μέχρι το πιάτο του καταναλωτή - τουρίστα, ενώ ταυτόχρονα εμπλουτίζει την εμπειρία με επισκέψεις σε τοπικούς παραγωγούς, ξεναγήσεις σε αγροκτήματα και οινοποιεία, επισκέψεις σε σημεία πώλησης προϊόντων και τροφίμων, συμμετοχή σε εργαστήρια /σεμινάρια μαγειρικής, συμμετοχή σε γαστρονομικά φεστιβάλ, σε γαστρονομικές διαδρομές και περιηγήσεις, κ.α.

Εικόνα: Αλυσίδα Αξίας Γαστρονομικού Τουρισμού



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, Ελληνικός Τουρισμός 2030 - Προϊόντα & Αγορές

Εικόνα: Παγκόσμια Αγορά Γαστρονομικού Τουρισμού (ανά δραστηριότητα)



Πηγή: <https://www.custommarketinsights.com/report/culinary-tourism-market>

Στη βάση των παραπάνω κινείται και η οριοθέτηση του γαστρονομικού τουρισμού σε εθνικό επίπεδο βάσει του Νόμου 4582/2018 (Άρθρο 14), ήτοι:

«Ο τουρισμός γαστρονομίας, ως αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε τόπου, είναι μορφή τουριστικής δραστηριότητας αναψυχής, στην οποία οι επισκέπτες-τουρίστες σχεδιάζουν τα ταξίδια τους με στόχο να γευτούν την αυθεντική τοπική κουζίνα ή να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής σχετικές με τη γαστρονομία, εμβαθύνοντας παράλληλα στην ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού, στον τρόπο ζωής, την κουλτούρα, την τοπική παράδοση και την εθνική ταυτότητα των προϊόντων.

Ο τουρισμός γαστρονομίας περιλαμβάνει δραστηριότητες, όπως η μελέτη και η γευσιγνωσία των τοπικών προϊόντων, η εκμάθηση της τοπικής κουζίνας, η αγορά αγροτικών προϊόντων απευθείας από τον τόπο παραγωγής, η συμμετοχή σε εκδηλώσεις - φεστιβάλ και παρουσιάσεις γευσιγνωσίας ποιοτικών προϊόντων διατροφής, η ανάδειξη της ελληνικής και μεσογειακής κουζίνας, καθώς και η διεθνοποίηση των τοπικών προϊόντων».

Στο εξωτερικό το σημαντικότερο παράδειγμα πρωτοβουλιών για τη διασύνδεση της τοπικής γαστρονομίας με την τουριστική εμπειρία αποτελεί το κίνημα Slow Food που προωθεί την ιδέα ότι η απόλαυση του φαγητού πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μια πολιτιστική εμπειρία η οποία ενδυναμώνει τις τοπικές κοινότητες και συμβάλλει στη διατήρηση των παραδοσιακών γαστρονομικών πρακτικών, στην προστασία του περιβάλλοντος και στην αντιμετώπιση της κλιματικής κρίσης.

Στην Ελλάδα η πιο διαδεδομένη πρωτοβουλία που σχετίζεται με τον γαστρονομικό τουρισμό είναι το «Ελληνικό Πρωϊνό» και το «Ειδικό Σήμα Ποιότητας Ελληνικής Κουζίνας».

Επίσης, η Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού που συστάθηκε από το Υπουργείο Τουρισμού τον Απρίλιο του 2020 αναφέρει σε πόρισμά της ότι ο γαστρονομικός τουρισμός είναι ένα εξειδικευμένο ταξίδι, που μπορεί να δημιουργήσει μνήμες για μια περιοχή, βάζοντάς την στο χάρτη επισκεψιμότητας παράλληλα με τις πολιτιστικές διαδρομές, ως μέρος της ταυτότητας μιας περιοχής (διασύνδεση πολιτιστικών και γαστρονομικών διαδρομών). 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.

Στο πλαίσιο της σπουδαιότητας που κατέχει η γαστρονομία όσον αφορά την τουριστική στρατηγική για διαφοροποίηση, εμπλουτισμό και ενίσχυση του αυθεντικού χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος ενός προορισμού, η γαστρονομία της Καβάλας οφείλει να διεκδικήσει και να αποκτήσει μια διακριτή θέση στο τουριστικό προϊόν και στο brand name του προορισμού. Καλείται να οργανωθεί στη βάση αξιών ποιότητας, εντοπιότητας και συνεργασίας, αξιοποιώντας τη γαστρονομική ιστορία και παράδοση, τον γαστρονομικό πλούτο και τα τοπικά προϊόντα, ώστε σταδιακά να εδραιωθεί μια πορεία αριστείας και η περιοχή να αναδειχθεί σε Γαστρονομικό Προορισμό.

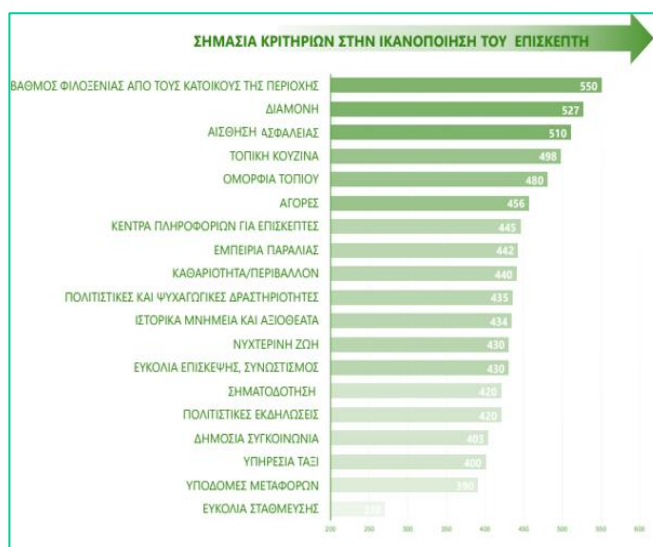
Επιπρόσθετα, η γαστρονομία όπως αναφέρθηκε και παραπάνω αποτελεί μέσο για την επέκταση της τουριστικής περιόδου σε συνδυασμό με μια σειρά δραστηριοτήτων που δημιουργούν μοναδικές ταξιδιωτικές εμπειρίες (π.χ. επισκέψεις σε χώρους παραγωγής, σε αγροκτήματα, σε οινοποιεία, κλπ.) και διαχέουν την τουριστική κίνηση στο χώρο και τον χρόνο. Η γαστρονομία και τα τοπικά προϊόντα συνιστούν συγκριτικά πλεονεκτήματα που προσφέρονται και εκτός τουριστικής περιόδου (off season) καθιερώνοντας την Καβάλα στη συνείδηση του στοχοθετούμενου κοινού όχι μόνο ως προορισμό ήλιου και θάλασσας, αλλά ως προορισμό ποικίλων δραστηριοτήτων και εμπειριών. Στην κατεύθυνση αυτή κινείται και η τουριστική στρατηγική του Δήμου Καβάλας που στοχεύει στον επαναπροσδιορισμό της τουριστικής ταυτότητας της Καβάλας στο τουριστικό κοινό, μέσα από την ανάπτυξη ειδικών τουριστικών προϊόντων μεταξύ των οποίων και ο γαστρονομικός τουρισμός.

Προς επίτευξη των παραπάνω, απαιτείται αφενός η εξασφάλιση όρων υψηλής ποιότητας ώστε να ικανοποιούνται οι αυξημένες προσδοκίες των καταναλωτών και αφετέρου, η εξωστρέφεια και η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της γαστρονομίας της Καβάλας συνολικά.

Από τη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ (2018) «Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών», προκύπτει όπως φαίνεται στο διπλανό γράφημα ότι **μεταξύ των κορυφαίων παραγόντων που καθορίζουν την ποιότητα της εμπειρίας του επισκέπτη είναι και η τοπική κουζίνα** η οποία καταλαμβάνει την 4^η θέση από πλευράς σημαντικότητας.

Μάλιστα η ελληνική τουριστική εμπειρία υπερτερεί μεταξύ άλλων παραγόντων στο φαγητό όπως παραστατικά

αποτυπώνεται παρακάτω.



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, 2018, Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών.



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, 2018, Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών.

Ειδικότερα, η Ελλάδα εμφανίζει υψηλά επίπεδα ικανοποίησης ως προς την ποιότητα και την ποικιλομορφία των τοπικών κουζινών, αλλά και τη φιλοξενία που παρέχεται στους χώρους όπου προσφέρεται τοπική κουζίνα.



Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, 2018, Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών.

Παράλληλα, η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης στην οποία εντάσσεται γεωγραφικά και διοικητικά η Καβάλα έχει θετική φήμη στον τομέα των τροφίμων & ποτών, καθώς αξιολογείται με τιμή 8.9, σχεδόν ισοδύναμη του εθνικού μέσου όρου (9).

Στην κατεύθυνση της αξιοποίησης της δυναμικής που εμφανίζει ο γαστρονομικός τουρισμός, της θετικής φήμης της Ελλάδας αλλά και της ΑΜΘ στο φαγητό, της αξιοποίησης του γαστρονομικού πλούτου της Καβάλας και της ένταξής του στο τουριστικό προϊόν προς χάρη εμπλουτισμού της τουριστικής προσφοράς, επέκτασης

της τουριστικής περιόδου και βελτίωσης των τουριστικών δεικτών στην περιοχή, κινείται ο σχεδιασμός Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας στη γαστρονομία και Κοινού Σήματος (ευδιάκριτης μάρκας).

Το Σήμα θα μπορούν να λαμβάνουν επιχειρήσεις σχετικές με τον τομέα της γαστρονομίας με σκοπό την ανάδειξη, στήριξη και προβολή της αυθεντικής τοπικής γαστρονομίας ως στοιχείο του άυλου πολιτιστικού προϊόντος της Καβάλας και ως δυναμικό στοιχείο του τουριστικού προϊόντος. Ζητούμενο είναι μέσα από την υιοθέτηση και εφαρμογή μιας σειράς κριτηρίων να διαμορφωθεί μια νέα κουλτούρα γαστρονομικής τουριστικής συνείδησης, προαπαιτούμενο για την ποιοτική αναβάθμιση του τομέα της διατροφής και της ανάδειξης της γαστρονομίας ως ισχυρού στοιχείου και συγκριτικού πλεονεκτήματος της Καβάλας έναντι άλλων προορισμών.

Σε κάθε πτυχή της γαστρονομίας της Καβάλας από τα πολυτελή εστιατόρια, τις παραδοσιακές ταβέρνες, τα καφεενεία, τις τοπικές σπεσιαλιτέ και τους τοπικούς μεζέδες, τα βραβευμένα κρασιά, κλπ., όλα θα πρέπει να έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό γνώρισμα, αυτό της ποιότητας και της ταυτότητας.

Ωστόσο, η ανάπτυξη της γαστρονομίας ενός τόπου δεν εξαρτάται μόνο από τη βελτίωση της ποιότητας, αλλά σχετίζεται και επηρεάζεται έντονα και από τον βαθμό συνεργασίας και αλληλοεπίδρασης των επιχειρήσεων και της ύπαρξης ενός κοινού οράματος και αξιακού πλαισίου. Μέσα από τη συνεργατικότητα μπορούν πιο εύκολα να επιτευχθούν αποτελέσματα ως προς την ανάπτυξη του γαστρονομικού χαρτοφυλακίου ενός τόπου, τη διαμόρφωση ισχυρής γαστρονομικής ταυτότητας και την ανάδειξη - καθιέρωση του τόπου ως γαστρονομικού προορισμού.

Για την ανάπτυξη ενός πλαισίου ποιοτικών προσφερόμενων υπηρεσιών στη γαστρονομία είναι αναγκαία η γνώση του προφίλ των γαστροτουριστών, αλλά και των τάσεων που διαμορφώνονται στον τομέα του τουρισμού και ιδίως του γαστρονομικού τουρισμού.

Ειδικότερα:



A. Προφίλ Γαστροτουρίστα

Σύμφωνα με μελέτη του World Food Travel Association (2014), αλλά και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 2017), οι γαστροτουρίστες:

- Κατέχουν υψηλότερο εισόδημα από το μέσο τουρίστα και δαπανούν μεγάλο ποσοστό του ταξιδιωτικού προϋπολογισμού σε δραστηριότητες γαστρονομικού ενδιαφέροντος.
- Διαθέτουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο, είναι επαγγελματικά καταξιωμένοι και ανήκουν κυρίως στην ηλικιακή ομάδα 36-55 ετών.
- Είναι απαιτητικοί και αναζητούν νέες εμπειρίες και τάσεις, ενώ επιθυμούν να ανακαλύψουν την αυθεντική πλευρά του προορισμού μέσω του φαγητού.
- Έχουν έντονο ενδιαφέρον για τα πολιτιστικά στοιχεία του τόπου που επισκέπτονται.
- Ταξιδεύουν σε μικρές ομάδες, είναι έμπειροι ταξιδιώτες και έχουν έντονο το αίσθημα της περιπέτειας.
- Είναι υποστηρικτές αξιών, καθώς ανησυχούν για τον βαθμό αειφορίας της παραγωγής των προϊόντων που καταναλώνουν και είναι υποστηρικτές της προστασίας των ιδιαίτερων τρόπων διατροφής και τοπικών κουζινών.
- Προέρχονται κυρίως από ευρωπαϊκές χώρες, όπως Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία και Ισπανία.
- Πιστεύουν ότι η γαστρονομία: α) αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία απολαμβάνοντας κυρίως νέες γεύσεις και αρώματα και γνωρίζοντας την τοπική ιστορία και τον πολιτισμό και β) συνδέεται στενά με την τοπική κουζίνα και προφυλάσσει την τοπική παράδοση.
- Επιλέγουν γαστρονομικές δραστηριότητες όπως εστιατόρια τοπικής κουζίνας, σημεία πώλησης τροφίμων και ποτών, επισκέψιμους χώρους παραγωγής – τυποποίησης αγροδιατροφικών προϊόντων.

Ως **κίνητρα** των γαστροτουριστών αναφέρονται³:

- Απόλαυση μιας συναρπαστικής εμπειρίας που διεγείρει όλες τις αισθήσεις.
- Χαλάρωση, αλλαγή περιβάλλοντος (αποκοπή από την καθημερινότητα).
- Αναζήτηση αυθεντικότητας.
- Δοκιμή νέων γεύσεων.
- Γνωριμία /ανακάλυψη νέων πολιτισμών.
- Γνωριμία, επαφή και αλληλεπίδραση με ντόπιους ή άλλους γαστρονομικούς τουρίστες.
- Απόκτηση κύρους και γοήτρου (μεταδίδοντας γαστρονομικές εμπειρίες σε άλλους).

B. Τυπολογία Γαστροτουριστών

Στη βιβλιογραφία συναντώνται αρκετές τυπολογίες γαστροτουριστών. Κατά τον Τ. Γούσιο, οι γαστροτουρίστες διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- Υπαρξιακοί τουρίστες:** οι τουρίστες που επιδιώκουν να συνδυάσουν το φαγητό, το ποτό και τις γαστρονομικές εμπειρίες με σκοπό την περαιτέρω εμβάθυνση στον συγκεκριμένο τομέα. Αναζητούν εστιατόρια που προτιμούν οι ντόπιοι, τοπικά πιάτα και ποτά, συμμετέχουν σε μαθήματα μαγειρικής, στη συγκομιδή προϊόντων και αποφεύγουν οτιδήποτε βιομηχανοποιημένο που δεν σέβεται την παράδοση. Ο συγκεκριμένος τύπος τουρίστα είναι ιδιαίτερα επιλεκτικός ως προς τη διαδικασία συλλογής πληροφοριών κι

³ Τάσος Γούσιος, (2022) Η συμβολή της γαστρονομίας στη δημιουργία της τουριστικής εμπειρίας, Εκδήλωση «Food Corridors “Τοπική παραγωγή και γαστρονομία στο επίκεντρο”»

οργάνωσης του ταξιδιού, ενώ αγοράζει τοπικά προϊόντα για να πάρει μαζί επιστρέφοντας στον τόπο του.

- **Τουρίστες που πειραματίζονται γαστρονομικά:** θεωρούν πολύ σημαντικό κομμάτι της ζωής τους το φαγητό και το ποτό και γι' αυτό επιλέγουν συνήθως δημοφιλή τρόφιμα και κρασιά. Προτιμούν να επισκέπτεται φημισμένα εστιατόρια και καφέ του τόπου προορισμού που συνήθως προσφέρουν καινοτόμα μενού και ιδιαίτερα εξεζητημένη εξυπηρέτηση. Ο συγκεκριμένος τύπος τουρίστα ενημερώνεται συνεχώς για τις εξελίξεις στη γαστρονομία, τα συστατικά και τις συνταγές, ενώ επιδιώκει να δοκιμάσει νέα τρόφιμα και υλικά και νέους τρόπους προετοιμασίας και κατανάλωσης της τροφής. Τα αναμνηστικά από τις διακοπές συμπεριλαμβάνουν βιβλία μαγειρικής, γαστρονομίας και οινολογίας.
- **Τουρίστες που θέλουν να «αποδράσουν» από την καθημερινότητα:** είναι οι τουρίστες που κατά τις διακοπές τους θέλουν να ξεφύγουν από τα τετριμμένα της καθημερινής ζωής, όπως τα ψώνια και το μαγείρεμα. Θέλουν στις διακοπές να βρίσκουν εύκολα το φαγητό και το ποτό τους, ενώ δεν δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην ποιότητα. Περισσότερο ενδιαφέρονται για την ποσότητα. Προτιμούν δημοφιλή εστιατόρια και γνωστές αλυσίδες εστιατορίων και συνήθως επιλέγουν μενού που ήδη τους είναι γνωστά.
- **Τουρίστες Αναψυχής:** Ενδιαφέρονται μόνο για αναψυχή. Το φαγητό και το ποτό δεν αποτελούν σημαντικά στοιχεία των διακοπών τους. Τείνουν να προτιμούν οικεία φαγητά για να αισθάνονται ασφαλείς σε έναν προορισμό. Συνήθως επιλέγουν καταλύματα όπου μπορούν να μαγειρεύουν και συχνά φέρνουν μαζί τους και τα απαραίτητα υλικά.

Γ. Τάσεις στον γαστρονομικό τουρισμό

Το ενδιαφέρον για γαστρονομία και γαστρονομικό τουρισμό εντείνεται τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο. Πολλά περιοδικά, εφημερίδες, βιβλία, τηλεοπτικές εκπομπές και ψηφιακές πλατφόρμες έχουν ως κεντρικό τους θέμα το φαγητό και ως βασικό τους σκοπό την αναζήτηση ποιοτικών γαστρονομικών γεύσεων και εμπειριών.

Το μέγεθος της παγκόσμιας αγοράς του γαστρονομικού τουρισμού εκτιμήθηκε σε 11,5 δισεκατομμύρια το 2023 και αναμένεται να φτάσει περίπου τα 28 δισεκατομμύρια έως το 2032. Ο γαστρονομικός τουρισμός προσελκύει 5.382,3 εκατομμύρια τουρίστες ετησίως, αριθμός που αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια και οι προοπτικές είναι ιδιαίτερα ευοίωνες.

Όλο και περισσότερες χώρες σε παγκόσμιο επίπεδο προωθούν την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού, καθώς φαίνεται να είναι μια από τις πλέον ήπιες και παράλληλα προσοδοφόρες μορφές ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού.

Οι τουριστικοί προορισμοί διεθνώς έχουν αναγνωρίσει τα οφέλη ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού καθώς συμβάλει σημαντικά στην προώθηση του πολιτισμού και της τοπικής οικονομίας της εκάστοτε περιοχής, ενώ ταυτόχρονα διατηρείται η πολιτιστική κληρονομιά του τόπου και προστατεύονται οι παραδοσιακές τοπικές γεύσεις της περιοχής.

Η ανάπτυξη της αγοράς μπορεί να αποδοθεί στην αύξηση των καταναλωτικών δαπανών για ταξίδια και τουρισμό, στην επιθυμία των τουριστών να δοκιμάσουν προϊόντα διατροφής που παρασκευάζονται από τοπικά συστατικά και στην αύξηση των ταξιδιωτών που εξερευνούν νέους πολιτισμούς μέσω της γαστρονομίας και της διατροφής. Ο κύριος μοχλός ανάπτυξης της αγοράς είναι η αύξηση της επιθυμίας εξερεύνησης τοπικών γεύσεων ως ένας μηχανισμός σύνδεσης και επικοινωνίας με τους ντόπιους και απόκτησης περισσότερων γνώσεων για τον προορισμό, την ιστορία και τον πολιτισμό του.

Εικόνα: Εξέλιξη παγκόσμιας αγοράς γαστρονομικού τουρισμού 2023-2032



Πηγή: Custom Market, Insights Global Culinary Tourism Market 2024–2033

Ειδικότερα, τάσεις που χαρακτηρίζουν τον τομέα του γαστρονομικού τουρισμού είναι:

ΑΥΞΗΜΕΝΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΥΘΕΝΤΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

Οι ταξιδιώτες αναζητούν όλο και περισσότερο αυθεντικές και τοπικές γαστρονομικές εμπειρίες που συχνά περιλαμβάνουν επισκέψεις σε τοπικές αγορές, αγροκτήματα και αμπελώνες και συμμετοχή σε μαθήματα μαγειρικής που δίνουν έμφαση στις παραδοσιακές μεθόδους μαγειρέματος και τα τοπικά συστατικά. Αυτή η τάση εκπορεύεται από την επιθυμία για βαθύτερη πολιτιστική εμβάθυνση και κατανόηση του τοπικού τρόπου ζωής.

ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΣΕ ΒΑΣΙΚΗ ΠΤΥΧΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΝΕΟΤΕΡΕΣ ΓΕΝΙΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

Τόσο οι Millennials (33,6%) όσο και η Γενιά Z (33,5%) δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στις εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος ως τον κύριο παράγοντα που θα λάβουν υπόψη προτού αποφασίσουν να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι αναψυχής σε σχέση με τη Γενιά X (26,5%) και τους Baby Boomers (19%). Το ίδιο ισχύει και σε σχέση με τη διάθεση για πειραματισμό με προϊόντα από διάφορες χώρες και γαστρονομικές κουλτούρες, την πρόθεση να δαπανήσουν σημαντικό τμήμα του προϋπολογισμού τους σε συναφείς εμπειρίες, την τακτική αναζήτησης εμπειριών γαστρονομικού ενδιαφέροντος σε διεθνείς προορισμούς πέρα από τις συνήθεις επισκέψεις σε εστιατόρια (π.χ. επισκέψεις σε τοπικές αγορές, συμμετοχή σε θεματικές εκδηλώσεις με θέμα το φαγητό, κατ' οίκον επισκέψεις για δείπνο με τους οικοδεσπότες, κ.α.).

ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΡΑΣΙΝΑ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ

Υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για βιώσιμο και φιλικό προς το περιβάλλον γαστρονομικό τουρισμό. Οι ταξιδιώτες συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των διατροφικών επιλογών τους και αναζητούν εμπειρίες που προωθούν τη βιωσιμότητα. Αυτό περιλαμβάνει δείπνο σε εστιατόρια που λειτουργούν με τη φιλοσοφία από το αγρόκτημα στο πιάτο, συμμετοχή σε περιηγήσεις αναζήτησης τροφής και επίσκεψη σε βιολογικά αγροκτήματα. Η έμφαση στη βιωσιμότητα επεκτείνεται στη μείωση της σπατάλης τροφίμων και του περιβαλλοντικού αποτυπώματος των επιχειρήσεων στην αλυσίδα τροφίμων, αλλά και στη στήριξη των τοπικών παραγωγών.

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Σύμφωνα με την έκθεση «Trends Report 2025 της Hilton», ένας αξιοσημείωτος αριθμός ταξιδιωτών δίνει προτεραιότητα στις γαστρονομικές εμπειρίες. Σχεδόν ένας στους πέντε συμμετέχοντες στην έρευνα ανέφερε ότι μερικές φορές ταξιδεύει ειδικά για να αναζητήσει πολυπόθητες γαστρονομικές εμπειρίες. Είναι ενδιαφέρον ότι οι μισοί από τους ερωτηθέντες θα έκαναν κράτηση σε εστιατόρια πριν εξασφαλίσουν τις πτήσεις τους, υπογραμμίζοντας τη σημασία του φαγητού στον προγραμματισμό του ταξιδιού.

ΚΙΝΗΜΑ «ΑΡΓΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - SLOW TOURISM»

Το κίνημα του αργού τουρισμού αποτελεί ουσιαστικά την αλλαγή από τον μαζικό τουρισμό σε μικρότερο αριθμό επισκεπτών και σε περισσότερο αυθεντικά ταξίδια. Ο αργός τουρισμός καλύπτει και υπηρετεί τις απαιτήσεις της αειφορίας, της ύπαρξης ταξιδιών τα οποία προσδίδουν περισσότερο νόημα στον τουρίστα, δημιουργούν αλληλεπίδραση με τους ντόπιους και δίδουν τη δυνατότητα γνωριμίας με την τοπική κουλτούρα. Πρόκειται για μια νέα τάση, που έρχεται σε αντίθεση με τη μέχρι σήμερα επικρατούσα, αυτή του μαζικού ή γρήγορου τουρισμού / fast tourism, που απέκτησε δυναμική μετά την πανδημία του 2020.

Στον αργό τουρισμό, ο ταξιδιώτης είναι ενεργός και όχι παθητικός, ανακαλύπτει τον τόπο που επισκέπτεται με όλες του τις αισθήσεις, και όχι σαν απλές εικόνες που τον περιβάλλουν, ενδιαφέρεται πραγματικά για τον τοπικό πολιτισμό και τη μοναδικότητά του, καθώς και την ουσιαστική επαφή με τους κατοίκους και προτιμά την τοπική και παραδοσιακή κουζίνα και όχι την τυποποιημένη κουζίνα μαζικής εστίασης.

ΚΙΝΗΜΑ SLOW FOOD

Το κίνημα του slow food αποτελεί μια προσπάθεια αντίδρασης στην τυποποίηση της γεύσης και του πολιτισμού από τις βιομηχανίες τροφίμων. Προωθεί την προσέγγιση στη γαστρονομική παράδοση των λαών και το σεβασμό στο περιβάλλον με την κατανάλωση εποχικών και φρέσκων πρώτων υλών, ενώ το αξιακό πλαίσιο που πρεσβεύει είναι «καλό, καθαρό και δίκαιο φαγητό» και επιστροφή στην μικρή κλίμακα, το χειροποίητο και τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα.

ΣΥΝΔΕΣΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Ο γαστρονομικός τουρισμός συχνά συνδέεται με άλλους τύπους ταξιδιωτικών εμπειριών, όπως ο τουρισμός περιπέτειας, τα ταξίδια ευεξίας και οι πολιτιστικές περιηγήσεις. Για παράδειγμα, ένα ταξίδι μπορεί να συνδυάζει πεζοπορία με επισκέψεις σε τοπικά οινοποιεία ή να περιλαμβάνει δραστηριότητες γιόγκα που προσφέρουν βιολογικά και τοπικά γεύματα. Αυτή η ενσωμάτωση ενισχύει τη συνολική ταξιδιωτική εμπειρία παρέχοντας μια ολιστική προσέγγιση για την εξερεύνηση ενός προορισμού.

ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ ΓΙΑ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΥΕΞΙΑ

Η αυξανόμενη εστίαση στην υγεία και την ευεξία ενθαρρύνει τον γαστρονομικό τουρισμό. Οι ταξιδιώτες αναζητούν θρεπτικές και ισορροπημένες επιλογές φαγητού, που ευθυγραμμίζονται με τις επιλογές του τρόπου ζωής τους, όπως βιολογικές επιλογές, επιλογές από το αγρόκτημα στο πιάτο, κ.α. δημιουργώντας ζήτηση για προορισμούς που προσφέρουν υγιεινές, τοπικές και βιώσιμες γευστικές γαστρονομικές εμπειρίες. Στην κατεύθυνση αυτή οι καταναλωτές αναζητούν πληροφορίες σε σχέση με την ιχνηλασιμότητα, με τον τρόπο παραγωγής, με τις ιδιαίτερες διατροφικές και θεραπευτικές ιδιότητες των προϊόντων.

ΕΞΑΠΛΩΣΗ ΤΗΣ ΦΥΤΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ

Η φυτική κουζίνα αναδεικνύεται ως κορυφαία γαστρονομική τάση. Όχι μόνο απευθύνεται σε vegans και χορτοφάγους, αλλά προσελκύει επίσης όσους θέλουν να μειώσουν την κατανάλωση κρέατος για λόγους υγείας, ηθικούς ή περιβαλλοντικούς λόγους.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΤΑΛΛΑΓΕΣ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ

Η παγκοσμιοποίηση των τάσεων των τροφίμων και η επιθυμία για πολιτιστικές ανταλλαγές συμβάλλουν στην ανάπτυξη της αγοράς. Ο γαστρονομικός τουρισμός επιτρέπει στα άτομα να εξερευνήσουν διαφορετικές κουζίνες, διαμορφώνοντας μια βαθύτερη εκτίμηση για την παγκόσμια γαστρονομική ποικιλομορφία.

ΑΝΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Οι πλατφόρμες κοινωνικών μέσων διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην προώθηση γαστρονομικών εμπειριών. Οι influencers, οι food bloggers και το περιεχόμενο που δημιουργείται συμβάλλουν στη δημοτικότητα των γαστρονομικών προορισμών, αναδεικνύουν μοναδικές γευστικές εμπειρίες και τοπικά πιάτα, εμπνέοντας τους ακόλουθούς (followers) τους να αναζητήσουν παρόμοιες εμπειρίες επηρεάζοντας έτσι τις ταξιδιωτικές αποφάσεις και αυξάνοντας το ενδιαφέρον για διαφορετικές και δημοφιλείς κουζίνες.

SCARING ECONOMY

Η “scaring economy” επηρεάζει την εμπειρία του τοπικού φαγητού του επισκέπτη. Οι επισκέπτες ανεξαρτήτου εθνικότητας προσδοκούν από τα εστιατόρια να τους παρέχουν το υψηλότερο επίπεδο ασφάλειας σε θέματα τροφίμων, ζητώντας απόλυτη ειλικρίνεια στην ενημέρωση για την προέλευση των προϊόντων, ανοιχτές κουζίνες και ιστορίες από τους chefs.

Δ. Προϋποθέσεις για διάκριση στην γαστρονομική αγορά

Οι «παίκτες» της αγοράς του γαστρονομικού τουρισμού εστιάζουν στην ποιοτική αναβάθμιση και την αισθητική ελκυστικότητα, στην τεχνολογία των προϊόντων και τα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους από τον ανταγωνισμό.

Ειδικότερα, ως βασικές προϋποθέσεις διάκρισης στην εν λόγω αγορά αναφέρονται:

- Εφαρμογή προτύπων υψηλής ποιότητας και παροχή εξαιρετικής εξυπηρέτησης.
- Προσφορά μοναδικών γαστρονομικών εμπειριών.
- Προσφορά προσαρμόσιμων περιηγήσεων και μενού γευσιγνωσίας για την ικανοποίηση διαφορετικών προτιμήσεων και διατροφικών περιορισμών.
- Συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς και εμπόρους τροφίμων, καθώς και με τουριστικά γραφεία για την ένταξη γαστρονομικών εμπειριών σε ταξιδιωτικά πακέτα.
- Ανάπτυξη εκστρατείας μάρκετινγκ με στοχοθετούμενο κοινό τους λάτρεις του φαγητού και τουρίστες που ενδιαφέρονται για γαστρονομικές εμπειρίες, ανάπτυξη στρατηγικών συμμαχιών με δημοφιλείς food bloggers, influencers και μέσα ενημέρωσης που ασχολούνται με το φαγητό και τη γαστρονομία για μεγαλύτερη προβολή και αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

⁴ Οικονομία που βασίζεται στο φόβο (π.χ. πανδημίες, διατροφικά σκάνδαλα, κ.α.)

1.1.3 Σκοπός

Το Τ.Σ.Π., θα αποτελέσει τη βάση ανάπτυξης και εδραίωσης προδιαγραφών και κριτηρίων στο πλαίσιο μιας εθελοντικής συνεργασίας και συμφωνίας για τη διασφάλιση της ποιότητας στον τομέα των υπηρεσιών.

Μέσα από τη συνεργασία και την αμοιβαία δέσμευση των μελών του Συμφώνου θα διαμορφωθεί μια ταυτότητα ποιότητας η οποία θα καταστεί συνώνυμη και ταυτόσημη με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγονται και προσφέρονται στην περιοχή.

Το Τ.Σ.Π. θα εφαρμοστεί σε πρώτο στάδιο στον τομέα της γαστρονομίας, ώστε να βελτιωθεί το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών και παράλληλα, να προωθηθεί η **Καβάλα ως γαστρονομικός και ποιοτικός προορισμός** στο πλαίσιο του εμπλουτισμού και της αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος.

Το Τ.Σ.Π. ευθυγραμμίζεται με τη φιλοσοφία της Πρωτοβουλίας "Kavala - Tales of Taste", αποτελεί μετεξέλιξή της, αξιοποιεί και ενσωματώνει στοιχεία της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας. Το Τ.Σ.Π. μελλοντικά μπορεί να επεκταθεί και σε άλλους τομείς υπηρεσιών (π.χ. φιλοξενία, ταξιδιωτικά γραφεία, κ.α.).

Ως Βασικοί άξονες του Τ.Σ.Π. ορίζονται:

- **Η Ποιότητα και η Τοπικότητα:** με τη θέσπιση και εφαρμογή κριτηρίων θα αναβαθμιστεί η ποιότητα των προϊόντων και των προσφερόμενων υπηρεσιών, ενώ παράλληλα θα στηριχθούν και θα αναδειχθούν τοπικά προϊόντα – υπηρεσίες, η τοπική ταυτότητα και η γαστρονομική παράδοση της Καβάλας.
- **Η Ανταγωνιστικότητα – Βιωσιμότητα:** βελτίωση της αναγνωρισιμότητας και ανταγωνιστικότητας των μελών του Τ.Σ.Π., του προορισμού, αλλά και στήριξη της βιωσιμότητας της τοπικής οικονομίας εν γένει.
- **Ο Τουρισμός:** εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος με την ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας (γαστρονομικός τουρισμός) και των τοπικών προϊόντων, τη βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας και την ενίσχυση της φήμης και της ελκυστικότητας του προορισμού «ΚΑΒΑΛΑ».
- **Ο Πολιτισμός:** προώθηση των τοπικών προϊόντων και της τοπικής γαστρονομίας ως αναπόσπαστο τμήμα της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς και παράδοσης της Καβάλας και σύνδεση με τοπικές αξίες, ήθη και έθιμα.
- **Το Περιβάλλον:** προώθηση της πράσινης ανάπτυξης, μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και μετριασμό της κλιματικής κρίσης.
- **To City branding:** ανάπτυξη μιας ισχυρής ταυτότητας για την Καβάλα ως ποιοτικός τουριστικός προορισμός.

Στόχοι του Τ.Σ.Π. αποτελούν:

- ☑ ο εμπλουτισμός και η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής εμπειρίας,
- ☑ η ενίσχυση της ελκυστικότητας της Καβάλας και η καθιέρωσή της ως ποιοτικού προορισμού,
- ☑ η ανάδειξη της γαστρονομικής ταυτότητας της Καβάλας,
- ☑ η ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας και της ζήτησης των τοπικών προϊόντων,
- ☑ η ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων,
- ☑ η συν-διαμόρφωση και συν-διαχείριση της νέας εικόνας της πόλης.

1.1.4 Βασικές αρχές

Βασικές αρχές που πρέπει να διαπνέουν το Τ.Σ.Π. είναι:

Ευρεία Συμμετοχή: Καθορίζονται απλοί κανόνες ποιότητας και διαδικασίες, ώστε να επιτευχθεί η ευρύτερη δυνατή συμμετοχή.

Αυτοδέσμευση: Οι συμμετέχοντες συνειδητοποιούν την αξία της συλλογικής προσπάθειας και συμμετέχουν όχι στη βάση μιας θεσμικής ή ισχυρής νομικής δέσμευσης, αλλά με την ισχυρή πεποίθηση ότι παρά τα διαφορετικά χαρακτηριστικά ή οικονομικά μεγέθη, αποτελούν ένα ενιαίο σύνολο, που εμπνέεται και εργάζεται για τον ίδιο στόχο.

Εμπιστοσύνη & Συνέργειες: Επιδιώκεται η εμπέδωση κλίματος εμπιστοσύνης, ενθαρρύνονται και αξιοποιούνται συνέργειες μεταξύ των μελών, ως ο ισχυρότερος παράγοντας που θα προσδώσει επιτυχία και προστιθέμενη αξία στο όλο εγχείρημα.

Ενεργητικότητα – Κινητικότητα: τα μέλη του Τ.Σ.Π. δεν πρέπει να χαρακτηρίζονται από αδράνεια και παθητική στάση αντιθέτως, να διακρίνονται από εγρήγορση, κινητικότητα, ανάληψη πρωτοβουλιών και διερεύνηση ευκαιριών.

Επιμόρφωση, Κατάρτιση: το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών αποτελεί το κατεξοχήν ζητούμενο του Τ.Σ.Π. και μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσα από διαρκή βελτίωση των γνώσεων και δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού. Στην κατεύθυνση αυτή αποδίδεται μεγάλη σημασία στη συμμετοχή σε δράσεις κατάρτισης, εκπαίδευσης, ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης εργαζομένων και επιχειρηματιών.

Στήριξη και ανάδειξη Τοπικών Στοιχείων: κύρια επιδίωξη του Τ.Σ.Π. είναι να αξιοποιούνται και να αναδεικνύονται τα τοπικά προϊόντα και οι τοπικοί πόροι της Καβάλας συνεισφέροντας στην ανάπτυξη της τοπικής παραγωγής, στην ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας και στην ανάδειξη της τοπικής παράδοσης και γαστρονομικής κληρονομιάς.

Βιωσιμότητα: η λειτουργία του Τ.Σ.Π. πρέπει να υποστηρίζει την τριπλή διάσταση της αειφορίας (οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική-πολιτιστική) και να αποβλέπει στην πράσινη και καινοτόμο ανάπτυξη, καθώς και στην κοινωνική ευημερία.

Διαφάνεια: καθώς κάθε νέα πρωτοβουλία αντιμετωπίζεται με δυσπιστία, είναι σημαντικό η λειτουργία του Τ.Σ.Π. να διαπνέεται από απόλυτη διαφάνεια, ώστε να ενισχύεται η εμπιστοσύνη των μελών.

Εξωστρέφεια : το Τ.Σ.Π. οφείλει να έχει εξωστρεφή χαρακτήρα, ώστε μέσα από την υλοποίηση δράσεων προβολής, αλλά και την ανάπτυξη δεσμών και συνεργασιών με άλλα Τ.Σ.Π., και φορείς του τουρισμού και της αγροδιατροφής να προβάλλονται τα μέλη του, καθώς και η πόλη της Καβάλας.

Επιβράβευση: Η ενσωμάτωση νέων στοιχείων που συντελούν στην αυτοβελτίωση και την αναβάθμιση ειδικά των μικρών επιχειρήσεων θεωρείται σκόπιμο να επιβραβεύεται με διάφορους τρόπους που θα προσδιοριστούν στην πορεία ώστε να ενθαρρύνονται να συνεχίζουν την ίδια στάση και στο μέλλον, διαδικασία που θα τις καταστήσει πιο ανταγωνιστικές και παράλληλα θα συνεισφέρει στη βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων στην πόλη της Καβάλας.

1.1.5 Μέλη

Μέλη του Τ.Σ.Π. μπορούν να γίνουν όσες επιχειρήσεις:

- Δραστηριοποιούνται στην πόλη της Καβάλας⁵.
- Ανήκουν σε κάποια από τις ακόλουθες κατηγορίες:
 - ✓ Χώροι εστίασης και αναψυχής
 - ✓ Παραδοσιακά καφενεία
 - ✓ Επισκέψιμα οινοποιεία
 - ✓ Επιχειρήσεις διανυκτέρευσης – καταλύματα
 - ✓ Επισκέψιμα αγροκτήματα
 - ✓ Ταξιδιωτικά γραφεία
 - ✓ Γραφεία οργάνωσης, πληροφόρησης και προώθησης τουρισμού
 - ✓ Καταστήματα πώλησης τοπικών προϊόντων
- Πληρούν και συμμορφώνονται με συγκεκριμένα κριτήρια.
- Επιδιώκουν την ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών τους και ενεργούν προς το σκοπό αυτό.

Στην πιλοτική φάση λειτουργίας του Τ.Σ.Π. μέλη μπορούν να γίνουν επιχειρήσεις εστίασης με έδρα την πόλη της Καβάλας.

1.1.6 Όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής

Οι προϋποθέσεις για να συμμετέχει μια επιχείρηση στο Τ.Σ.Π. είναι:

- Να εδρεύει στην πόλη της Καβάλας.
- Να δραστηριοποιείται στον τομέα της εστίασης⁶.
- Να διαθέτει όλα τα απαιτούμενα νομιμοποιητικά έγγραφα λειτουργίας.
- Να τηρεί το θεσμικό πλαίσιο που διέπει την επιχειρηματική της δραστηριότητα.
- Να μην υπάρχει εις βάρος της κάποια καταγγελία ή δικαστική εκκρεμότητα.
- Να υποβάλλει αίτηση ένταξης στο Τ.Σ.Π.
- Να καλύπτει το σύνολο των υποχρεωτικών κριτηρίων.
- Να καλύπτει το 50% των ειδικών κριτηρίων.
- Να υπογράψει το Σύμφωνο Συνεργασίας με τον Φορέα Διαχείρισης με το οποίο αποδέχεται πλήρως τις αρχές και τους όρους του Τ.Σ.Π., τις υποχρεώσεις της ως μέλους και τους όρους απονομής και χρήσης του Σήματος.

1.1.7 Παρεχόμενες υπηρεσίες

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες του Τ.Σ.Π. αφορούν στους εξής θεματικούς τομείς:

⁵Μελλοντικά, έπειτα από την πιλοτική λειτουργία του Τ.Σ.Π. και αφού έχει διαπιστωθεί η δυναμική και η λειτουργικότητά του και καθότι θα υπάρχει ενδιαφέρον, θα μπορεί να επεκταθεί γεωγραφικά καταρχήν στα όρια του Δήμου Καβάλας και δευτερευόντως στην Π.Ε. Καβάλας αλλά και σε όλη την Περιφέρεια ΑΜΘ.

⁶ Σε πρώτη φάση το Τ.Σ.Π. εφαρμόζεται στην εστίαση, σε επόμενο στάδιο θα μπορούν να συμμετέχουν επιχειρήσεις από τις κατηγορίες που αναφέρονται στην ενότητα «μέλη».

Ενημέρωση, Επιμόρφωση – Κατάρτιση

- Ενημέρωση επιχειρηματικής κοινότητας για το Τ.Σ.Π. και ενθάρρυνση συμμετοχής σε αυτό.
- Ενημέρωση μελών για αλλαγές και εξελίξεις που αφορούν στον κλάδο που δραστηριοποιούνται.
- Υλοποίηση δράσεων επιμόρφωσης, κατάρτισης σε κρίσιμα θεματικά αντικείμενα.

Εξωστρέφεια – Προβολή

- Δημιουργία και τήρηση μητρώου πιστοποιημένων μελών.
- Διαχείριση ιστοσελίδας Τ.Σ.Π.
- Απονομή Σήματος στα πιστοποιημένα μέλη.
- Σχεδιασμός και οργάνωση δράσεων προβολής και προώθησης.

Επιχειρηματική Υποστήριξη

- Καθοδήγηση και συμβουλευτική υποστήριξη για συμμόρφωση με τα κριτήρια του Τ.Σ.Π.
- Προώθηση συνεργασιών με επιχειρήσεις και φορείς του τομέα της αγροδιατροφής και του τουρισμού εν γένει.
- Ενημέρωση για χρηματοδοτικά προγράμματα και ευκαιρίες.

Παρακολούθηση – αξιολόγηση

- Υλοποίηση ερευνών για την ποιότητα των υπηρεσιών των πιστοποιημένων επιχειρήσεων.
- Ετήσια απολογιστική έκθεση δράσεων Τ.Σ.Π.

1.1.8 Ίδρυση και λειτουργία

Στο πλαίσιο των κατά καιρούς προσπαθειών δικτύωσης που έχουν επιχειρηθεί σε τοπικό επίπεδο από διάφορους φορείς στον Ελλαδικό χώρο, έχει διαπιστωθεί ότι η συγκρότηση δικτύου στη βάση μιας νομικής οντότητας δύσκολα μπορεί να ευοδώσει. Στο σύνολο σχεδόν των προσπαθειών ανάπτυξης Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας ο σχεδιασμός δε μπόρεσε να μετατραπεί σε πράξη.

Στο πλαίσιο αυτό προκρίνεται ως βέλτιστη λύση, το Τ.Σ.Π. να μην αποκτήσει νομική οντότητα, αλλά να αποτελέσει μια άτυπη μορφή συνεργασίας που θα στηρίζεται στο φιλότιμο, στο «λόγο τιμής», στην ισχυρή θέληση και δέσμευση των μελών του.

Όσον αφορά στη λειτουργία και διαχείριση του Τ.Σ.Π. θα πρέπει να την αναλάβει ένας Φορέας που θα ασχοληθεί σοβαρά και ουσιαστικά, ειδάλλως η προσπάθεια είναι εκ των προτέρων καταδικασμένη σε σταδιακή αποδυνάμωση, απαξίωση και αποτυχία.

Απαιτείται ένας μηχανισμός συντονισμού και λειτουργίας που θα έχει την ευθύνη της εποπτείας, υλοποίησης και παρακολούθησης των δραστηριοτήτων του Τ.Σ.Π., της απονομής του Σήματος και του συστήματος ελέγχου των απαιτήσεων συμμόρφωσης για την απόκτησή του από τα Μέλη του Συμφώνου.

Στην κατεύθυνση των παραπάνω υπογραμμίζεται η ανάγκη για έναν αποτελεσματικό, ευέλικτο, δυναμικό, βιώσιμο, εξωστρεφή και καθολικά αποδεκτό μηχανισμό διαχείρισης.

- **Αποτελεσματικός:** σε ότι αφορά τους στόχους και τις επιδιώξεις, αλλά και τη δυνατότητα συνεργασίας και σύμπραξης με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς που σχετίζονται με τη γαστρονομία, τον αγροδιατροφικό, αλλά και τον τουριστικό τομέα. Η φιλοσοφία λειτουργίας του Φορέα Διαχείρισης είναι όχι μόνο να υλοποιεί, αλλά κυρίως να συν-διαμορφώνει, να επηρεάζει, να ενεργοποιεί, να κινητοποιεί, να καινοτομεί, να εμπνέει και να πείθει.
- **Αποδοτικός:** εξασφάλιση οφέλους για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία τοπικών προϊόντων, για τις επιχειρήσεις του επισιτιστικού και τουριστικού κλάδου και γενικότερα για την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της Καβάλας.
- **Βιώσιμος:** ως προς τον τρόπο λειτουργίας και κατ' επέκταση την εξασφάλιση πόρων προκειμένου να μπορεί να αναπτύσσει δράσεις για την ικανοποίηση των στόχων του. Το έμπειρο και ικανό ανθρώπινο δυναμικό και η καλή χρηματοοικονομική κατάσταση συνιστούν παραμέτρους που προσιωνίζουν υψηλές επιδόσεις στη λειτουργία του Φορέα επιτρέποντάς του να κάνει αυτό που πραγματικά πρέπει και επιβάλλεται να κάνει.
- **Ευέλικτος:** να λειτουργεί με ευέλικτο τρόπο, να εστιάζει σε συγκεκριμένα πεδία δράσης που αποβλέπουν στην επίτευξη των στόχων του Τ.Σ.Π. Ο Φορέας πρέπει να βρίσκεται σε εγρήγορση και αδιάκοπη αναζήτηση ευκαιριών.
- **Εξωστρεφής:** έμφαση θα δίδεται σε ενέργειες επικοινωνίας και προβολής σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, αλλά και σε δράσεις συνεργασίας και δικτύωσης με φορείς που δραστηριοποιούνται στους τομείς της γαστρονομίας και του τουρισμού. Θα αφουγκράζεται επίσης τις ανάγκες, τις προτάσεις και τις ιδέες της επιχειρηματικής και εν γένει τουριστικής κοινότητας.
- **Αυτόνομος:** Η διοικητική αυτονομία και αυτοτέλεια του Φορέα θα παίξει τον καθοριστικότερο ίσως ρόλο στην εξέλιξη και απόδοσή του και αυτό θα πρέπει να είναι το κυρίαρχο ζητούμενο της όλης προσπάθειας όσων έχουν την ευθύνη λήψης των αποφάσεων δεδομένου του ανθρωποκεντρικού χαρακτήρα του όλου εγχειρήματος.

Αναφορικά με το ποιος θα είναι εκείνος ο Φορέας που θα αναλάβει τη λειτουργία και διαχείριση του Τ.Σ.Π. διατυπώνονται τρία εναλλακτικά σενάρια, ήτοι:

1^ο ΣΕΝΑΡΙΟ: Φορέας Διαχείρισης είναι ο Δήμος Καβάλας με το Αυτοτελές Τμήμα Τουριστικής Ανάπτυξης.

Ο Δήμος Καβάλας μέσω της Δημοτικής Κοινοφελούς Επιχείρησης «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» ήταν ο εμπνευστής της προηγούμενης προσπάθειας (Kavala – Tales of Taste) την οποία επιδιώκει να αναθερμάνει και να εξελίξει μέσα από το εν λόγω Τ.Σ.Π. Συνεπώς, ως ο έχων την ιδέα και το όραμα, κρίνεται κατάλληλος να αναλάβει το πέρασμα από τον σχεδιασμό στην πράξη. Δεδομένου όμως ότι πλέον δεν υφίσταται η «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ», κάποιο άλλο τμήμα πρέπει να αναλάβει το ρόλο αυτό. Ως καταλληλότερο, υπό προϋποθέσεις⁷, προκρίνεται το Αυτοτελές Τμήμα Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου που αντικείμενό του αποτελεί η προώθηση της Καβάλας και των πόρων της, η ενίσχυση της ελκυστικότητας, της φήμης και της επισκεψιμότητάς της, αλλά και η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής εμπειρίας.

⁷ π.χ. αύξηση των στελεχών, συνεργασία με εξωτερικούς συνεργάτες

2ο ΣΕΝΑΡΙΟ: Φορέας Διαχείρισης είναι ο Δήμος Καβάλας με τη σύσταση DMMO⁸.

Το θεσμικό πλαίσιο (Νόμος 4875/2021⁹) παρέχει τη δυνατότητα στους Δήμους να συστήσουν Οργανισμό Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού (DMMO) ως οντότητα που διαχειρίζεται τον προορισμό, μέσω μιας ολοκληρωμένης διαδικασίας. Οι DMMO αποτελούν διεθνώς επιτυχημένες δομές που λειτουργούν τεχνοκρατικά, διασφαλίζουν την εμπλοκή και το συντονισμό όλων όσων διαμορφώνουν το τουριστικό προϊόν (stakeholders), είναι ευέλικτοι στις αποφάσεις, παρακολουθούν τις διεθνείς τάσεις, τον ανταγωνισμό και τις διεθνώς καλές πρακτικές και μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού και της οικονομίας του προορισμού.

Μάλιστα, στους σκοπούς του Οργανισμού Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων *η δημιουργία και η διαχείριση τοπικών σημάτων ποιότητας, καθώς και η τεχνική βοήθεια και υποστήριξη σε συνεργατικούς σχηματισμούς επιχειρήσεων (cluster) σχετική με την παραγωγή και προβολή τοπικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.*

3ο ΣΕΝΑΡΙΟ Φορέας Διαχείρισης είναι το Επιμελητήριο Καβάλας.

Το Επιμελητήριο είναι ένας πολύτιμος μηχανισμός υποστήριξης της τοπικής επιχειρηματικότητας και οικονομίας. Αποτελεί φορέα εκπροσώπησης της επιχειρηματικής κοινότητας με την οποία συνδέεται με στενούς δεσμούς συνεργασίας παρέχοντας μεταξύ άλλων ενημέρωση, κατάρτιση, συμβουλευτική στήριξη και προβολή, υπηρεσίες οι οποίες προβλέπονται στο σύνολό τους και στο Τ.Σ.Π. Συνεπώς, πρόκειται για έναν κοινά αποδεκτό φορέα με θετική απήχηση και επιρροή στον επιχειρηματικό κόσμο, ο οποίος μπορεί βάσιμα και αποτελεσματικά, υπό προϋποθέσεις, να αναλάβει το ρόλο του Φορέα Διαχείρισης του Τ.Σ.Π. καθώς διαθέτει τη δυναμική, την εμπειρία και την τεχνογνωσία που απαιτείται για ένα τέτοιο εγχείρημα που ουσιαστικά αποτελεί μια άτυπη δικτύωση επιχειρήσεων.

Με τη σύμφωνη γνώμη της Αναθέτουσας Αρχής θα επιλεγεί το βέλτιστο σενάριο.

1.1.9 Όργανα εφαρμογής

Τα όργανα του Τ.Σ.Π. είναι τρία (3), ήτοι:

1) Η Γενική Συνέλευση

Η Γενική Συνέλευση είναι το ανώτατο όργανο του Τ.Σ.Π. και αποτελείται από τους νόμιμους εκπροσώπους όλων των μελών του. Κάθε μέλος εκπροσωπείται από ένα μόνο άτομο. Συνέρχεται σε τακτική συνεδρίαση μια φορά το έτος και έκτακτα, όταν το αποφασίσει το 1/3 των μελών ή η Επιτροπή Συντονισμού. Κύριες αρμοδιότητές της είναι:

- Η ένταξη των μελών στο Τ.Σ.Π. και η διαγραφή τους.
- Η εκλογή των μελών της Επιτροπής Συντονισμού και της Επιτροπής Ελέγχου και Εφαρμογής ΤΣΠ που δεν ορίζονται από τον Φορέα Διαχείρισης.
- Η τροποποίηση των προδιαγραφών και των κριτηρίων ένταξης στο Τ.Σ.Π. ή των υποχρεώσεων των μελών.
- Η λήψη αποφάσεων σχετικά με τις εισηγήσεις της Επιτροπής Συντονισμού.

⁸DMMO: Οργανισμός Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού
⁹ ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 4875/2021 ΦΕΚ 250/Α/23-12-2021 «Πρότυποι Τουριστικοί Προορισμοί Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού, Ιαματικές Πηγές Ελλάδας και άλλες ρυθμίσεις για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης»

- Η διατύπωση προτάσεων για τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και την ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας και της Καβάλας γενικότερα.

Η Γενική Συνέλευση αποφασίζει με πλειοψηφία των 3/5 των παρόντων μελών για σημαντικά θέματα και με απλή πλειοψηφία για τα υπόλοιπα. Σε περίπτωση ισοψηφίας υπερισχύει η ψήφος του Προέδρου.

2) Η Επιτροπή Συντονισμού

Πρόκειται για το εκτελεστικό όργανο του Τ.Σ.Π.. Είναι υπεύθυνη για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων του Τ.Σ.Π., καθώς και για τη σύσταση, τη διαχείριση και το συντονισμό της Επιτροπής Ελέγχου και Εφαρμογής του Συμφώνου. Η Επιτροπή Συντονισμού εισηγείται και η Γενική Συνέλευση αποφασίζει για την ένταξη, την επιβολή κυρώσεων, ή την απένταξη επιχειρήσεων από το Τ.Σ.Π., καθώς και για τους τρόπους αντιμετώπισης επιμέρους σημαντικών θεμάτων ή προβλημάτων που σχετίζονται με τη λειτουργία του Τ.Σ.Π. Συνεδριάζει μια φορά τουλάχιστον το μήνα και προβαίνει στη λήψη αποφάσεων μόνο όταν υπάρχει απαρτία η οποία σχηματίζεται όταν είναι παρόντα τουλάχιστον το 50% συν ένα των μελών.

Ειδικότερα, οι βασικές αρμοδιότητες της Επιτροπής Συντονισμού είναι:

- Η ανάληψη κάθε υποχρέωσης προς τρίτους για την προώθηση των σκοπών του Τ.Σ.Π.
- Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση των ενεργειών που απαιτούνται για την επίτευξη των σκοπών του Τ.Σ.Π.
- Η εισήγηση προς τη Γενική Συνέλευση για την ένταξη ή τη διαγραφή μελών του Τ.Σ.Π. ή για την αντιμετώπιση επιμέρους σημαντικών θεμάτων ή προβλημάτων που σχετίζονται με τη λειτουργία του Τ.Σ.Π.
- Η πραγματοποίηση συστάσεων συμμόρφωσης προς τα μέλη του Τ.Σ.Π.
- Η υποβολή προτάσεων και τακτικών ή έκτακτων αναφορών στη Γενική Συνέλευση σχετικά με τη λειτουργία του Τ.Σ.Π., την ενδεχόμενη επέκταση των δραστηριοτήτων του και την τροποποίηση ή συμπλήρωση των προδιαγραφών του Τ.Σ.Π.
- Η συγκρότηση, παρακολούθηση και ο συντονισμός της Επιτροπής Ελέγχου και Εφαρμογής Τ.Σ.Π.
- Η τήρηση βιβλίου μελών του Τ.Σ.Π. στο οποίο καταγράφονται τα κύρια στοιχεία κάθε μέλους, οι εκθέσεις ελέγχων και ο εκάστοτε βαθμός επίδοσης, τα παράπονα των πελατών - επισκεπτών, παρατηρήσεις, συστάσεις και αποφάσεις των αρμόδιων οργάνων του Τ.Σ.Π.

Η Επιτροπή Συντονισμού αποτελείται από έξι (6) μέλη εκ των οποίων δύο (2) ορίζονται από τον Φορέα Διαχείρισης και τέσσερα (4) εκλέγονται από τα μέλη του Συμφώνου στη Γενική Συνέλευση.

3) Η Επιτροπή Ελέγχου Εφαρμογής του Τ.Σ.Π.

Η συγκεκριμένη Επιτροπή είναι αρμόδια για την παρακολούθηση και τον έλεγχο των όρων και των προδιαγραφών του Τ.Σ.Π. Ο έλεγχος πραγματοποιείται κατόπιν ενημέρωσης της επιχείρησης σε τακτική βάση (ετησίως) ή έκτακτα κατόπιν σχετικής απόφασης της Επιτροπής Συντονισμού ή κατ' αίτηση της Επιτροπής Ελέγχου Εφαρμογής του Τ.Σ.Π. και σύμφωνα με την ισχύουσα διαδικασία. Προτείνεται να αποτελείται από τρία (3) μέλη τα οποία εκλέγονται από τα μέλη του Συμφώνου στη Γενική Συνέλευση.

Σε περίπτωση που η Επιτροπή Ελέγχου Εφαρμογής του Τ.Σ.Π. διαπιστώσει παραβίαση των κανόνων και αρχών που περιλαμβάνονται στο Μνημόνιο Συνεργασίας, προβαίνει σε σύσταση συμμόρφωσης υποχρεωτικού χαρακτήρα, προσδιορίζοντας εύλογο χρόνο ανταπόκρισης. Η μη δικαιολογημένη συμμόρφωση έπειτα από δύο επανειλημμένες συστάσεις συνιστά αθέτηση των όρων του Συμφώνου και επισύρει την ποινή της διαγραφής από το Σύμφωνο η οποία αποφασίζεται από την Επιτροπή Ελέγχου Εφαρμογής Τ.Σ.Π. Η συγκεκριμένη Επιτροπή συνεργάζεται με εξωτερικό συνεργάτη (αναγνωρισμένο φορέα πιστοποίησης) που εξασφαλίζει επιθεωρητές για τις ανάγκες ελέγχου των επιχειρήσεων.

Η θητεία των μελών των προαναφερθέντων οργάνων ορίζεται στα δύο (2) έτη με δυνατότητα ανανέωσης.

1.1.10 Διαδικασία ένταξης

Στο Τ.Σ.Π. εντάσσονται επιχειρήσεις από την πόλη της Καβάλας που εθελοντικά εκφράζουν την επιθυμία να συμμετάσχουν σε αυτό. Η διαδικασία ένταξης και πιστοποίησης ακολουθεί τα στάδια της αίτησης, της αυτοαξιολόγησης, του ελέγχου, της πιστοποίησης και απονομής Σήματος. Ειδικότερα:

Υποβολή Αίτησης

Κάθε ενδιαφερόμενη επιχείρηση που επιθυμεί την ένταξή της στο Τ.Σ.Π. μπορεί να ενημερωθεί για τις διαδικασίες, τις απαιτήσεις, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της, μέσα από ενημερωτικό υλικό που θα διατίθεται σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή από το Φορέα Διαχείρισης, την ιστοσελίδα του Δήμου Καβάλας, αλλά και από την ιστοσελίδα του Τ.Σ.Π..

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να ενταχθούν στο Τ.Σ.Π. καλούνται να υποβάλουν αίτηση στο Φορέα Διαχείρισης, συνοδευόμενη από τα απαιτούμενα νομιμοποιητικά έγγραφα λειτουργίας. Η νομιμότητα του υποψηφίου και η συμμόρφωση με τα υποχρεωτικά κριτήρια λειτουργούν ως απαιτούμενη προϋπόθεση για την έγκριση της αίτησης.

Αυτοαξιολόγηση Επιχείρησης

Για λόγους οικονομίας πόρων και επίσπευσης διαδικασιών, η αίτηση συνοδεύεται από προσυμπληρωμένο (από το ενδιαφερόμενο υποψήφιο μέλος) έντυπο αυτοαξιολόγησης.

Κάθε έντυπο πέραν των υποχρεωτικών κριτηρίων, περιλαμβάνει επίσης μια λίστα ειδικών κριτηρίων, καθώς και δύο επιλογές ανά κριτήριο: συμμόρφωση ή δέσμευση για συμμόρφωση στο μέλλον.

Στην περίπτωση που εκπρόσωπος της επιχείρησης επιθυμεί να συμπληρώσει το έντυπο ηλεκτρονικά, θα μπορεί να το βρίσκει στην ιστοσελίδα του Τ.Σ.Π. μαζί με οδηγίες συμπλήρωσης. Ωστόσο, αιτήσεις και έντυπα αυτοαξιολόγησης θα διατίθενται και στα γραφεία του Φορέα Διαχείρισης για εκείνους που επιθυμούν να προχωρήσουν σε έντυπη συμπλήρωση.

Αξιολόγηση Αίτησης & Επιτόπιος Έλεγχος Επιχείρησης

Για τη διαδικασία της αξιολόγησης, ο Φορέας Διαχείρισης συνεργάζεται με εξωτερικό συνεργάτη για τη διενέργεια των επιθεωρήσεων (επιτόπιο έλεγχο).

Μετά την υποβολή της αίτησης, ο Φορέας Διαχείρισης έχει στη διάθεσή του χρονικό περιθώριο δύο εβδομάδων, ώστε να την εξετάσει.

Ειδικότερα:

Ο Φορέας διαχείρισης οφείλει να ελέγξει αρχικά εάν η επιχείρηση πληροί τα υποχρεωτικά κριτήρια που είναι κοινά για όλες τις επιχειρήσεις. Εάν διαπιστωθεί από την αίτηση ότι τα υποχρεωτικά κριτήρια δεν πληρούνται, ο Επιθεωρητής συντάσσει αρνητική γνωμοδότηση και ο Φορέας Διαχείρισης ενημερώνει εγγράφως την επιχείρηση για την απόρριψη της αίτησης. Επισημαίνεται ότι η επιχείρηση μπορεί να λάβει συμβουλευτική εφόσον το επιθυμεί, ώστε να προσαρμόσει τις πρακτικές της με τρόπο που να συμμορφωθούν μελλοντικά με τα υποχρεωτικά κριτήρια.

Εάν σύμφωνα με την αίτηση τα υποχρεωτικά κριτήρια ήδη τηρούνται, ο Επιθεωρητής προγραμματίζει επίσκεψη στην επιχείρηση, κατόπιν συνεννόησης με εκπρόσωπό της, για να το επιβεβαιώσει και να ακολουθήσει ο έλεγχος ως προς την τήρηση των ειδικών κριτηρίων.

Για την ένταξη στο Τ.Σ.Π. πρέπει να **πληρούνται τα υποχρεωτικά κριτήρια**, καθώς και τουλάχιστον το **50%** των **ειδικών κριτηρίων**.

Σημαντική είναι η δέσμευση της επιχείρησης για μελλοντική κάλυψη των υπόλοιπων κριτηρίων. Τα κριτήρια αυτά υποδεικνύουν τι πρέπει να γίνει, αλλά όχι τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να γίνει, υπόκειται δηλαδή στην αρμοδιότητα της επιχείρησης να αποφασίσει πώς ακριβώς θα τα ικανοποιήσει.

Μετά τον επιτόπιο έλεγχο, ο Επιθεωρητής συντάσσει σχετική αναφορά που συνοδεύεται από θετική ή αρνητική γνωμοδότηση ως προς τη δυνατότητα ένταξης στο Τ.Σ.Π. Η επιχείρηση ενημερώνεται εγγράφως από τον Φορέα Διαχείρισης για την ένταξη ή μη στο Τ.Σ.Π. το αργότερο μέσα σε ένα μήνα από την ημερομηνία επιθεώρησης.

Στην περίπτωση αρνητικής απόφασης, στην έγγραφη αναφορά προς την επιχείρηση περιγράφονται τα προβλήματα που πρέπει να επιλύσει και τα μέτρα που πρέπει να πάρει η ενδιαφερόμενη επιχείρηση, ώστε να κριθεί θετικά σε μια ενδεχόμενη επόμενη αξιολόγηση, δεδομένου ότι μπορεί να ζητήσει την επαναξιολόγησή της μετά την παρέλευση ενός εξαμήνου.

Οι επιχειρήσεις που αξιολογούνται θετικά, καλούνται να υπογράψουν Σύμφωνο Συνεργασίας και να λάβουν το σχετικό Σήμα Ποιότητας. Παράλληλα, εγγράφονται στον κατάλογο Πιστοποιημένων Επιχειρήσεων που τηρεί ο Φορέας Διαχείρισης και καταχωρούνται στην ιστοσελίδα του Τ.Σ.Π.

Για τις πιστοποιημένες επιχειρήσεις πραγματοποιείται ετήσιος επαναληπτικός έλεγχος βάσει της ίδιας διαδικασίας αξιολόγησης με τον αρχικό έλεγχο.

Πέραν του ετήσιου ελέγχου, πραγματοποιούνται και έκτακτοι έλεγχοι σε περίπτωση καταγγελίας για μη τήρηση των υποχρεώσεων της επιχείρησης - μέλους. Οι έλεγχοι διενεργούνται κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης και ο υπεύθυνος της επιχείρησης καλείται να διευκολύνει την όλη διαδικασία.

Απονομή Σήματος

Μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία αξιολόγησης της επιχείρησης και σε περίπτωση θετικής γνωμοδότησης για την ένταξη στο Τ.Σ.Π., η επιχείρηση ενημερώνεται γραπτά για τη χορήγηση του Σήματος Ποιότητας. Ακολουθεί από τον Φορέα Διαχείρισης η έκδοση και η απονομή πιστοποιητικού με το Σήμα Ποιότητας στο οποίο αναγράφεται η επωνυμία της επιχείρησης, καθώς και η ημερομηνία έναρξης ισχύος και λήξης του.

Το Σήμα επιβεβαιώνει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών των επιχειρήσεων που συμμορφώνονται και ακολουθούν τις προδιαγραφές ποιότητας του Τ.Σ.Π.

Το Σήμα αποτελεί την εταιρική ταυτότητα του Τ.Σ.Π. και έχει **διετή ισχύ** με δυνατότητα ανανέωσής του κατόπιν ελέγχου στη βάση της αρχικής διαδικασίας αξιολόγησης για την πιστοποίηση της επιχείρησης. Σε περίπτωση που η επιχείρηση μετά την παρέλευση της διετίας δεν επιθυμεί την ανανέωση του Σήματος, καλείται δύο μήνες πριν τη λήξη του να αποστείλει σχετικό έγγραφο αίτημα στον Φορέα Διαχείρισης.

Η επιχείρηση λαμβάνει τα αρχεία με το λογότυπο του Σήματος προκειμένου να κάνει χρήση αυτού, στη βάση κώδικα ορθής χρήσης που θα καταρτιστεί.

Ανάκληση Σήματος

Το Σήμα ανακαλείται στις περιπτώσεις που η επιχείρηση:

- απωλέσει την άδεια λειτουργίας ή αλλάξει δραστηριότητα,
- δεν δεχτεί τον ετήσιο έλεγχο επιθεώρησης περί συμμόρφωσης των κριτηρίων του Τ.Σ.Π. ή τον έλεγχο μετά τη λήξη ισχύος του Σήματος για επαναπιστοποίηση,
- διωχθεί για σοβαρές παραβάσεις της υγειονομικής νομοθεσίας ή άλλης νομοθεσίας,
- κάνει παραπλανητική χρήση/παραποίηση/κατάχρηση του Σήματος,
- δεχτεί επαναλαμβανόμενα παράπονα πελατών που έρχονται σε αντίθεση με τα κριτήρια και τις προϋποθέσεις διατήρησης του Σήματος.

Πριν την ανάκληση του Σήματος, ο Φορέας Διαχείρισης προβαίνει σε έγγραφη προειδοποίηση προς την επιχείρηση για άμεση συμμόρφωση το αργότερο εντός τριμήνου σε συγκεκριμένα σημεία. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης, γίνεται ανάκληση του Σήματος.

1.1.11 Σύστημα βαθμολόγησης μελών του Τ.Σ.Π.

Για την απονομή του Σήματος, κάθε επιχείρηση πρέπει να πληροί τα κριτήρια και τις προϋποθέσεις που αναγράφονται στην αντίστοιχη κατηγορία επιχείρησης στην οποία ανήκει.

Με σκοπό την ύπαρξη κινήτρου για διαρκή βελτίωση των μελών, θεωρήθηκε σκόπιμο το Σήμα να αποδίδεται βάσει ενός συστήματος βαθμολόγησης που θα κατατάσσει τα μέλη σε δύο κατηγορίες:

Αρ.	Κατάταξη	Συμμόρφωση
1	ΧΡΥΣΟ ΜΕΛΟΣ – ΧΡΥΣΟ ΣΗΜΑ	90-100%
2	ΚΑΝΟΝΙΚΟ ΜΕΛΟΣ – ΑΓΛΟ ΣΗΜΑ	50-89%
4	ΜΗ ΕΝΤΑΞΗ ΣΤΟ Τ.Σ.Π. – ΔΕ ΧΟΡΗΓΕΙΤΑΙ ΣΗΜΑ	0-49%

1.1.12 Προνόμια και Ποινές Τ.Σ.Π.

Οι επιχειρήσεις που εντάσσονται στο Τ.Σ.Π. συνιστούν ένα άτυπο δίκτυο συνεργασίας. Το Σήμα που λαμβάνουν πιστοποιεί ότι ενδιαφέρονται για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν, για την ανάδειξη των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομικής παράδοσης, για την προστασία του περιβάλλοντος και γενικότερα για τη βιωσιμότητα και την ευημερία του τόπου και της τοπικής κοινωνίας. Αυτό συνεπάγεται ότι διαθέτουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις της περιοχής, καθώς είναι διαπιστωμένο ότι καταναλωτές και επισκέπτες προτιμούν επιχειρήσεις που συμβάλλουν στην αιεφόρο τοπική ανάπτυξη και περισσότερο δε, αυτές που είναι πιστοποιημένες¹⁰.

Πέραν από το βασικό αυτό πλεονέκτημα, οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο Τ.Σ.Π. μπορούν να:

- Συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά, επιμορφωτικά προγράμματα και σεμινάρια που διοργανώνονται είτε από τον Φορέα Διαχείρισης, είτε από άλλους φορείς της περιοχής.
- Λαμβάνουν δωρεάν συμβουλευτική στήριξη για την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών τους.
- Πριμοδοτούνται βαθμολογικά στο πλαίσιο χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, πρωτοβουλιών και δράσεων σε τοπικό ή/και εθνικό επίπεδο.
- Εντάσσονται και προβάλλονται μέσα από την ιστοσελίδα του Τ.Σ.Π. και των λοιπών δράσεων ανάδειξης του Συμφώνου, καθώς και από την ιστοσελίδα visitkavala.gr.
- Λαμβάνουν από τον Φορέα Διαχείρισης ενημερωτικό υλικό για το Τ.Σ.Π. που μπορούν να διαθέσουν στους πελάτες τους.
- Συμμετέχουν σε προωθητικό υλικό, προωθητικές πρωτοβουλίες και δράσεις θεσμικών και άλλων φορέων της περιοχής (Δήμος Καβάλας, Επιμελητήριο Καβάλας, Σύνδεσμος Ξενοδόχων Καβάλας, Σωματείο Διευθυντών Εστιατόρων – Ταβερνών – Εξοχικών Κέντρων Καβάλας, κ.α.).
- Εντάσσονται στα επιμέρους θεματικά Σχέδια Marketing της Καβάλας (π.χ. Τουρισμός, Πολιτισμός, Γαστρονομία, Επιχειρηματικότητα, κ.α.).
- Επιτυγχάνουν καλύτερες συμφωνίες (π.χ. επιλέγονται σε δράσεις όπως συνέδρια, ταξίδια εξοικείωσης – φιλοξενίας και άλλες εκδηλώσεις που υλοποιούνται στο Δήμο Καβάλας).
- Δικτυώνονται με άλλα Τ.Σ.Π. σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Για τις επιχειρήσεις που συγκεντρώνουν υψηλή βαθμολογία στη συμμόρφωση κριτηρίων και λαμβάνουν χρυσό Σήμα διαμορφώνεται ειδική κατηγορία «χρυσών μελών» στην οποία εντάσσονται και λαμβάνουν τιμητική πλακέτα από τον Φορέα Διαχείρισης την οποία αναρτούν σε εξωτερικό σημείο ως ένα επιπλέον στοιχείο διάκρισης και προβολής που πιστοποιεί την ποιότητά τους.

Οι ποινές στα μέλη του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας αφορούν σε κυρώσεις που επιβάλλονται σε περίπτωση αθέτησης των όρων του Συμφώνου και της Ορθής Χρήσης του Σήματος. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης μέλους του Τ.Σ.Π. σε δύο συνεχόμενες συστάσεις επί του ίδιου θέματος, το μέλος αποβάλλεται από το Τ.Σ.Π. με αυτόματη παύση ισχύος του Σήματος.

¹⁰ Viteri, 2017, Standards and labels for the promotion of biodiversity-friendly production and commercialization. An overview, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

1.1.13 Θεσμικό πλαίσιο για τη χορήγηση ενιαίου σήματος Τ.Σ.Π. Καβάλας

Όπως έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενη ενότητα, στα μέλη του Τ.Σ.Π. χορηγείται ειδικό Σήμα το οποίο πιστοποιεί τόσο τη συμμετοχή του μέλους στο Τ.Σ.Π., όσο και τον βαθμό συμμόρφωσής του με τα προδιαγραφόμενα σε αυτό.

Το Σήμα χορηγείται έπειτα από την υποβολή αίτησης μιας επιχείρησης για ένταξη στο Τ.Σ.Π. και με την προϋπόθεση θετικής αξιολόγησης και γνωμοδότησης σε συνέχεια επιτόπιου ελέγχου.

Το Σήμα έχει διετή ισχύ με δυνατότητα ανανέωσης, υπό την προϋπόθεση ότι εξακολουθούν να πληρούνται τα κριτήρια σύμφωνα με τα οποία αρχικά χορηγήθηκε, γεγονός που πιστοποιείται κατόπιν επιτόπιου ελέγχου για επαναπιστοποίηση της επιχείρησης.

Το Σήμα χορηγείται σε επιχείρηση και απαγορεύεται η μεταβίβαση του δικαιώματος χρήσης του σε τρίτους.

Σύμφωνα με την υπογραφή του Μνημονίου Συνεργασίας, κάθε μέλος δεσμεύεται να εφαρμόζει το Σήμα ως εξής:

- Ανάρτηση του Σήματος, της φιλοσοφίας και των στόχων του Τ.Σ.Π. σε σημείο της επιχείρησης ορατό στους πελάτες/επισκέπτες κατά την είσοδό τους (π.χ. κεντρική είσοδο, χώρος υποδοχής).
- Ενσωμάτωση του Σήματος σε όλο το επικοινωνιακό υλικό.
- Επίδειξη του Σήματος και αναφορά στις βασικές αρχές του Τ.Σ.Π. στην ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που διατηρεί.
- Επίδειξη του Σήματος σε εκδηλώσεις που διοργανώνει ή συμμετέχει.

Η παρέκκλιση από τους όρους ένταξης στο Τ.Σ.Π. συνιστά λόγο διαγραφής του μέλους και ταυτόχρονης ανάκλησης του Σήματος και χρήσης του. Είναι δυνατή η επανένταξη έκπτωτων μελών μετά από την παρέλευση ενός έτους από την απένταξή του και στη βάση της αρχικής διαδικασίας για την ένταξη μιας ενδιαφερόμενης επιχείρησης στο Τ.Σ.Π.

1.1.14 Τροποποίηση του περιεχομένου του Τ.Σ.Π.

Οι προδιαγραφές του Τ.Σ.Π. δύναται να τροποποιηθούν, επεκταθούν ή εμπλουτιστούν σύμφωνα με απόφαση του Φορέα Διαχείρισης στην κατεύθυνση της βελτιστοποίησης της λειτουργίας και δράσης του.

Μάλιστα στο τέλος της πρώτης διετίας, με βάση και τις σχετικές Εκθέσεις Αξιολόγησης του Φορέα Διαχείρισης, προβλέπεται μια διαδικασία αναθεώρησης των όρων του Συμφώνου, η οποία θα αξιοποιεί την εμπειρία από την πιλοτική εφαρμογή του.

1.1.15 Κόστος - Έσοδα Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας

Οι δαπάνες πιστοποίησης, απονομής και διατήρησης του Σήματος αφορούν στα ακόλουθα κόστη:

- Κόστος επιθεώρησης επιχειρήσεων.
- Κόστος έκδοσης πιστοποιητικών.
- Κόστος επιτηρήσεων.
- Κόστος συμβουλευτικής υποστήριξης επιχειρήσεων-μελών.
- Κόστος προβολής Τ.Σ.Π. και μελών του.

Η κοστολόγηση των υπηρεσιών πιστοποίησης σημάτων υπολογίζεται λαμβάνοντας υπόψη τις ανθρωποώρες που απαιτείται να δαπανήσει ένας επιθεωρητής για κάθε στάδιο της διαδικασίας.

Υπολογίζεται ότι για τη διενέργεια μιας επιθεώρησης, συμπεριλαμβανομένης της επισκόπησης της αίτησης απαιτείται περίπου μισή εργοτομήρα (4 ώρες).

Όταν η επιθεώρηση διεξαχθεί από εξωτερικό συνεργάτη, το κόστος της ημερήσιας αποζημίωσής του υπολογίζεται στα €400, άρα οι τέσσερις ώρες θα κοστίσουν €200.

Παρόμοιος χρόνος ενασχόλησης και ακολούθως αμοιβών θα απαιτηθεί και για τη συμβουλευτική υποστήριξη κάθε επιχείρησης (τέσσερις ώρες εργασίας ή μισή εργοτομήρα). Εάν υπάρχει η διάθεση εκ μέρους των επιχειρήσεων, η συμβουλευτική υποστήριξη μπορεί να οργανωθεί ώστε να μην γίνεται ξεχωριστά για κάθε επιχείρηση αλλά με τη συμμετοχή όλων των επιχειρήσεων μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, έτσι ώστε να μειωθεί το κόστος.

Το κόστος έκδοσης του πιστοποιητικού, αφορά στη γραφιστική επιμέλεια της μακέτας ενός πιστοποιητικού, η οποία υπολογίζεται σε €250 σύμφωνα με τις τρέχουσες τιμές αγοράς. Πρόκειται για το αρχικό κόστος σχεδιασμού του template του πιστοποιητικού. Κάθε επιπλέον πιστοποιητικό θα έχει πολύ μικρότερο κόστος το οποίο θα αφορά στην εκτύπωση του σε χαρτί ή την αναπαραγωγή του σε πινακίδα.

Η επιτήρηση σε ετήσια βάση για να διαπιστωθεί κατά πόσο κάθε επιχείρηση εφαρμόζει τα κριτήρια του Σήματος Ποιότητας υπολογίζεται σε δύο εργοτομές, ήτοι 100€.

Για τα δύο πρώτα έτη εφαρμογής του Τ.Σ.Π., η συμμετοχή των επιχειρήσεων είναι δωρεάν.

Για τα επόμενα έτη, το ύψος της εισφοράς των μελών θα καθοριστεί στο πλαίσιο διαβουλεύσεων και με γνώμονα τις επιμέρους ανάγκες του Τ.Σ.Π., τον αριθμό των μελών, τις δράσεις, κλπ.

Ένα ενδεικτικό σενάριο ετήσιας συνδρομής με βάση το τζίρο της επιχείρησης, είναι:

- 50€ για επιχειρήσεις με τζίρο έως 30.000€ ετησίως.
- 100€ για επιχειρήσεις με τζίρο έως 60.000€ ετησίως.
- 150-200€ για επιχειρήσεις με τζίρο άνω των 60.000€ ετησίως.

2

**ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ
ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ
ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ
ΣΥΜΦΩΝΟΥ
ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**

2.1 Γενικοί όροι και προδιαγραφές ποιότητας

Στην εν λόγω ενότητα περιλαμβάνονται οι γενικοί όροι - υποχρεώσεις που αφορούν όλα τα υποψήφια μέλη ανεξαρτήτως επιχειρηματικής δραστηριότητας τα οποία διακρίνονται σε υποχρεωτικά (Υ) και προαιρετικά (Π). Τα υποχρεωτικά κριτήρια πρέπει να πληρούνται προκειμένου η επιχείρηση να συμμετάσχει στη διαδικασία ελέγχου για την πιστοποίησή της, ενώ δεσμεύεται για τη συμμόρφωση των προαιρετικών κριτηρίων.

Επισημαίνεται ότι οι εν λόγω προδιαγραφές δεν υποκαθιστούν σε καμία περίπτωση τις νομικές απαιτήσεις που έχει θεσπίσει το ελληνικό κράτος για τα συμμετέχοντα μέλη, ούτε τα απαλλάσσουν από οποιαδήποτε υποχρέωση απέναντί τους.

Ειδικότερα:

2.1.1 Συμμετοχή στην πρωτοβουλία “Kavala - Tales of Taste” (Π)¹¹

Η επιχείρηση έχει συμμετάσχει σε κάποια από τις δράσεις της Πρωτοβουλίας «Kavala - Tales of Taste» (π.χ. δράσεις ενημέρωσης, επιμορφωτικά σεμινάρια, υποβολή αίτησης για απόκτηση Σήματος).

2.1.2 Νομοθετική γνώση και συμμόρφωση (Υ)

Η επιχείρηση οφείλει να γνωρίζει το νομικό πλαίσιο που υπαγορεύει τη νόμιμη λειτουργία της, να τηρεί όλες τις νόμιμες διατάξεις και να φέρει τις απαραίτητες αδειοδοτήσεις.

2.1.3 Διαχείριση παραπόνων (Υ)

Κάθε επιχείρηση διαθέτει κυτίο παραπόνων. Ειδικότερα, η επιχείρηση διαθέτει δελτίο παραπόνων στο οποίο ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να καταγράψει αυτό που τον δυσαρέστησε. Το δελτίο είναι διαθέσιμο σε έντυπη μορφή και μαζί με στυλό βρίσκεται σε ειδική προθήκη τοποθετημένη σε ορατό σημείο από τους πελάτες. Τα απαντημένα δελτία τοποθετούνται σε κυτίο (μορφή μικρής κάλπης) και ανά τρίμηνο συγκεντρώνονται παρουσία εκπροσώπου της Επιτροπής Ελέγχου Εφαρμογής η οποία τα παραλαμβάνει προς μελέτη και αξιολόγηση. Επίσης, στο δελτίο υπάρχει QR code που επιτρέπει την ηλεκτρονική συμπλήρωση και η απάντηση καταχωρείται απευθείας στην ιστοσελίδα του Τ.Σ.Π. σε σημείο που πρόσβαση έχουν μόνο τα Όργανά του¹².

2.1.4 Τήρηση αισθητικών προτύπων (Υ)

Η διαμόρφωση και ο εξοπλισμός των χώρων πρέπει να αναδεικνύουν ένα ζεστό, προσεγμένο και φιλικό περιβάλλον στα πρότυπα της τοπικής ταυτότητας και κουλτούρας. Επιλέγονται διακοσμητικά στοιχεία που αναδεικνύουν την τοπική λαϊκή παράδοση και συμβάλλουν στη διαμόρφωση καλαίσθητων και ελκυστικών χώρων. Αποφεύγεται η χρήση πλαστικών ειδών.

¹¹ Η πρωτοβουλία σταμάτησε στο στάδιο της αξιολόγησης επιχειρήσεων προς πιστοποίηση και σήμερα είναι ανενεργή.

¹² Η Επιτροπή τηρεί ξεχωριστό αρχείο παραπόνων όπου αρχειοθετούνται τα απαντημένα έντυπα. Επίσης συμπληρώνει ειδικό έντυπο διαχείρισης παραπόνων του οποίου αντίγραφο κοινοποιεί στο μέλος ζητώντας άμεση σχετική συμμόρφωση.

2.1.5 Προβολή (Υ)

Η επιχείρηση διαθέτει δίγλωσση ιστοσελίδα (ελληνικά και αγγλικά) ή/και διατηρεί μέσα κοινωνικής δικτύωσης στα οποία προβάλλει τα προϊόντα, τις υπηρεσίες, τις δραστηριότητές της, υλοποιεί ή συμμετέχει σε δράσεις προβολής και προώθησης. Η επιχείρηση οφείλει να επιδεικνύει τον κατάλογο (μενού), στον οποίο αναφέρονται οι τιμές, σε Ελληνικά και Αγγλικά. Μετά την πιστοποίησή της μεριμνά να διαθέτει σε ορατό σημείο της επιχείρησης ενημερωτικό υλικό για το Τ.Σ.Π. και τα μέλη του, το οποίο θα λαμβάνει από τον Φορέα Διαχείρισης. Επίσης συμμετέχει σε κοινές δράσεις – ενέργειες προβολής του Τ.Σ.Π.

2.1.6 Τιμές (Υ)

Τα μέλη του Τ.Σ.Π. δεσμεύονται να διαθέτουν τιμοκαταλόγους οι οποίοι να είναι αναρτημένοι σε εμφανή σημεία της επιχείρησης. Κάθε επιχείρηση ακολουθεί τη δική της πολιτική τιμών. Αποφεύγονται πολύ υψηλές τιμές και φαινόμενα αισχροκέρδειας.

2.1.7 Σήμα Τ.Σ.Π. (Υ)

Όλες οι επιχειρήσεις αφού γίνουν μέλη του Τ.Σ.Π. οφείλουν να επιδεικνύουν το Ειδικό Σήμα σε ορατό σημείο της επιχείρησης και σε κάθε άλλο επικοινωνιακό τους υλικό. Η επιχείρηση ενημερώνει το προσωπικό αναφορικά με το Τ.Σ.Π. και το Ειδικό Σήμα προκειμένου αυτό να είναι σε θέση να ανταποκριθεί σε τυχόν ερωτήσεις πελατών.

Η επιχείρηση μεριμνά ώστε κάθε νεοπροσλαμβανόμενο άτομο να λαμβάνει ειδική ενημέρωση για το Τ.Σ.Π. η οποία και θα τεκμηριώνεται από την επιχείρηση στο φάκελο προσωπικού που διαθέτει.

2.1.8 Συμμετοχή σε δράσεις του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (Υ)

Απαραίτητη προϋπόθεση μετά την ένταξη στο Τ.Σ.Π. είναι η συμμετοχή σε δράσεις ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και κατάρτισης.

2.1.9 Δικτύωση και συνεργασία μελών (Π)

Κάθε επιχείρηση συνεργάζεται ή αποδεδειγμένα επιδιώκει να συνεργαστεί με άλλες τοπικές επιχειρήσεις.

2.1.10 Προστασία περιβάλλοντος (Π)

Οι επιχειρήσεις καλούνται να συμβάλλουν στην αειφόρο ανάπτυξη και τη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και προς το σκοπό οφείλουν να εφαρμόζουν πρακτικές ανακύκλωσης, εξοικονόμησης ενέργειας και ύδατος, καθώς επίσης ελάχιστη ή και μηδενική παρουσία υλικών μιας χρήσης.

2.1.11 Υπηρεσίες - καινοτομία (Υ)

Οι επιχειρήσεις μέλη οφείλουν να:

- ✓ Παρέχουν στους πελάτες δωρεάν πρόσβαση στο internet
- ✓ Παρέχουν δυνατότητα ηλεκτρονικής πληρωμής

- ✓ Έχουν αναρτημένο στην είσοδο το ωράριο λειτουργίας της επιχείρησης
- ✓ Ορίζουν ένα άτομο να απαντά στις τηλεφωνικές κλήσεις και τα e-mails, ενώ εκτός ωραρίου ή περιόδου λειτουργίας υπάρχει αυτόματος τηλεφωνητής ή αυτόματο απαντητικό ηλεκτρονικό μήνυμα σε περίπτωση e-mail.

2.1.12 Ανάδειξη και τόνωση του παραδοσιακού χαρακτήρα των τοπικών δραστηριοτήτων, της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος (Π)

Κάθε μέλος στην ιστοσελίδα του περιλαμβάνει περιεχόμενο που αναδεικνύει τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο της Καβάλας, τις εκδηλώσεις και δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στην Καβάλα.

2.1.13 Προδιαγραφές κατασκευής (Π)

Οι προδιαγραφές κατασκευής αφορούν στην αρχιτεκτονική και τον εξοπλισμό των κτιρίων και στηρίζονται στο γενικό θεσμικό πλαίσιο που διέπει τους όρους και τις προϋποθέσεις δόμησης σε εθνικό και τοπικό επίπεδο. Απαιτείται η χρήση υλικών προσαρμοσμένων στην τοπική ταυτότητα, τις κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής και φιλικών στο δομημένο και φυσικό περιβάλλον.

Πρωτεύεται η χρήση τοπικών υλικών, προϊόντων και διακοσμητικών ειδών που αναδεικνύουν την ιστορία, την τοπική παράδοση και κληρονομιά της Καβάλας.

2.1.14 Προσωπικό (Υ)

- Τουλάχιστον ένα άτομο από το προσωπικό πρέπει να γνωρίζει αγγλικά ώστε να εξυπηρετούνται οι ξένοι πελάτες.
- Διακρίνεται από επαγγελματική συμπεριφορά, είναι φιλικό, πρόθυμο να ανταποκριθεί άμεσα σε κάθε αίτημα του πελάτη.
- Είναι κατάλληλα ενδεδυμένο.
- Εκπαιδεύεται σε θέματα που αφορούν τις προδιαγραφές και τις απαιτήσεις για την ασφαλή και ορθή λειτουργία της επιχείρησης,
- Ενημερώνεται για το Τ.Σ.Π.
- Συμμετέχει σε δράσεις κατάρτισης - επιμόρφωσης που διοργανώνει ο Φορέας Διαχείρισης του Τ.Σ.Π.

2.1.15 Ασφάλεια (Υ)

Η επιχείρηση τηρεί όλους τους κανόνες ασφαλείας σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

2.1.16 Υγιεινή (Υ)

Η επιχείρηση οφείλει να μεριμνά για την άριστη καθαριότητα όλων των χώρων και του εξοπλισμού της, καθώς και για την απόλυτη τήρηση των κανόνων υγιεινής από το προσωπικό σύμφωνα με την κείμενες διατάξεις. Ειδικότερα, για τις επιχειρήσεις εστίασης απαιτείται η

απόλυτη συμμόρφωση και τήρηση όλων των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας όπως ορίζονται από την ισχύουσα υγειονομική νομοθεσία και τον ΕΦΕΤ.

2.1.17 Προσβασιμότητα (Π)

Η επιχείρηση μεριμνά ώστε να είναι φιλική σε ΑμεΑ και να εξασφαλίζει εύκολη προσβασιμότητα.

2.1.18 Ειδικές πιστοποιήσεις (Π)

Η επιχείρηση διαθέτει πιστοποίηση παρεχόμενων υπηρεσιών από αναγνωρισμένο διεθνές σύστημα (π.χ. ISO 9001 Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας, ISO 14001 Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, ISO 22000 Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων και Ποτών, HACCP - Γενικές Αρχές Υγιεινής Τροφίμων).

Οι παραπάνω προδιαγραφές αποτυπώνονται εποπτικά στον επόμενο πίνακα:

Αρ. κριτ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΕΙΔΟΣ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ
3.1.2	Νομοθετική γνώση και συμμόρφωση	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.15	Ασφάλεια	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.16	Υγιεινή	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.3	Διαχείριση παραπόνων	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.4	Τήρηση αισθητικών προτύπων	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.5	Προβολή	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.6	Τιμές	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.7	Σήμα Τ.Σ.Π.	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.8	Συμμετοχή σε δράσεις του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.14	Προσωπικό	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.11	Υπηρεσίες - καινοτομία	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
3.1.1	Συμμετοχή στην πρωτοβουλία "Kavala - Tales of Taste"	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
3.1.10	Προστασία περιβάλλοντος	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
3.19	Δικτύωση και συνεργασία μελών	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
3.1.12	Ανάδειξη και τόνωση του παραδοσιακού χαρακτήρα των τοπικών δραστηριοτήτων, της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
3.1.13	Προδιαγραφές κατασκευής	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
3.1.17	Προσβασιμότητα	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
3.1.18	Ειδικές πιστοποιήσεις	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ

2.2 Πρόσθετες προδιαγραφές ποιότητας ανά επιχειρηματική δραστηριότητα

Στην ενότητα αυτή αποτυπώνονται οι ειδικές (πρόσθετες) προδιαγραφές ποιότητας ανά επιχειρηματική δραστηριότητα. Ειδικότερα:

2.2.1 Χώροι Εστίασης

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ			
1	Εφαρμόζονται πρακτικές καλής καθαριότητας και υγιεινής σε όλους τους χώρους και τον εξοπλισμό.		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
2	Το προσωπικό είναι σε θέση να παρέχει πληροφορίες για τα τοπικά πιάτα, τις πρώτες ύλες και τον τρόπο παρασκευής τους.		
3	Υπάρχει μέριμνα για την εστίαση παιδιών (ειδικά καρεκλάκια).		
4	Εφόσον υπάρχει μουσική πρέπει να είναι διακριτική και κατά προτίμηση ελληνική ή/και τοπική παραδοσιακή.		
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
5	Η αισθητική και η διακόσμηση αναδεικνύουν στοιχεία της ιστορίας και της παράδοσης της περιοχής. Συστήνεται η παρουσία μικρού διακοσμητικού στοιχείου στο τραπέζι.		
6	Χρησιμοποιούνται καλαίσθητα τραπεζοκαθίσματα (ξύλο ή μέταλλο), υφασμάτινα τραπεζομάντιλα τα οποία είναι καθαρά και σε καλή κατάσταση, υφασμάτινα κατά προτίμηση ναπερόν.		
7	Δε χρησιμοποιούνται σκεύη μιας χρήσης, ενώ ο εξοπλισμός (πιάτα, ποτήρια, κ.α.) είναι σε άριστη κατάσταση.		
8	Το εδεσματολόγιο διατηρείται καθαρό και σε καλή κατάσταση.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
9	Εφαρμόζονται πολιτικές εξοικονόμησης πόρων (π.χ. ενεργειακά αποδοτικοί λαμπτήρες, συσκευές Α ενεργειακής κλάσης, καζανάκια νερού διπλής ροής, χρήση φωτοκύτταρων σε κοινόχρηστους χώρους, κ.α.).		
10	Εφαρμόζονται πρακτικές μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (ανακύκλωση, χρήση γυάλινης κανάτας ή φιάλης νερού αντί πλαστικής, κ.α.)		
ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟ			
11	Τουλάχιστον το 50% των πρώτων υλών που αφορούν γαλακτοκομικά, κρέατα, θαλασσινά, λαχανικά, φρούτα, πατάτες, όσπρια, λάδι -ελιές, κρασί - τσίπουρο - ούζο να είναι από την περιοχή του Δήμου Καβάλας ή της Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας.		

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
12	Προτίμηση στα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ τα οποία θα περιλαμβάνονται και θα επισημαίνονται στο μενού.		
13	Προσφέρονται μεταξύ των εμφιαλωμένων οίνων τουλάχιστον τέσσερις (4) οίνοι από παραγωγούς του Δήμου Καβάλας ή/και της Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας.		
14	Τουλάχιστον το 20% των συνταγών ανήκει στις συνταγές της Καβαλιώτικης Κουζίνας όπως αποδίδονται στο εγχειρίδιο συνταγών ή υπάρχουν τουλάχιστον 6 συνταγές (2 ορεκτικά, 1 σαλάτα, 2 κυρίως πιάτα από τα οποία 1 με κρέας και 1 με θαλασσινά και 1 γλυκό).		
15	Το εδεσματολόγιο (μενού) διατίθεται στα ελληνικά και σε τουλάχιστον μια ξένη γλώσσα (αγγλικά).		
16	Υπάρχει ξεχωριστό εδεσματολόγιο (μενού) με τις τοπικές συνταγές της Καβαλιώτικης Κουζίνας στην ελληνική και αγγλική γλώσσα.		
17	Δεν προσφέρονται κονσερβοποιημένα εδέσματα.		
18	Χρησιμοποιείται ελαιόλαδο στις σαλάτες, τις τηγανητές πατάτες οι οποίες είναι φρέσκιες (απαγορεύονται οι προτηγανισμένες) και τα μαγειρευτά φαγητά, όπου το απαιτεί η συνταγή.		
19	Τα αρτοσκευάσματα είναι φρέσκα και καλής ποιότητας.		
20	Προσφέρεται καλωσόρισμα με τοπικά προϊόντα (π.χ. ελιές, παστουρμά, κ.α.) και		
21	Προσφέρεται κέρασμα στο τέλος του γεύματος με παραδοσιακά γλυκά (π.χ. Κουραμπιέδες Ν. Καβάλας, γλυκά κουταλιού όπως καρυδάκι και σύκο, σιροπιαστοί λουκουμάδες)		

2.2.2 Επιχειρήσεις Διανυκτέρευσης

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ			
1	Υπάρχει άδεια λειτουργίας (σήμα) σε ισχύ.		
2	Υπάρχει καλή συντήρηση όλων των χώρων και απουσία φθορών.		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
3	Το προσωπικό είναι ενδεδυμένο ανάλογα με τα καθήκοντα που έχει και το προσωπικό υποδοχής φέρει καρτελάκι με το όνομα και την αρμοδιότητά του.		
4	Στην υποδοχή (εφόσον υπάρχει) αλλά και στα δωμάτια διατίθεται ενημερωτικό υλικό για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, τα μέλη του, τα αξιοθέατα και τις δραστηριότητες της περιοχής.		
5	Προσφέρεται κατά την άφιξη καλωσόρισμα στο δωμάτιο (π.χ. καλάθι με φρούτα, μπουκάλι κρασί, τοπικά γλυκά, κλπ.).		
6	Αν προσφέρεται πρωινό αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνει και τοπικά προϊόντα (ελιές, τυρί, μέλι, φρούτα, κ.α.)		
7	Προσφορά ειδικών εμπειριών που αναδεικνύουν την τοπική γαστρονομία (π.χ. παραδοσιακή βραδιά, μαθήματα τοπικής γαστρονομίας, οινογευσία, κλπ.).		
8	Συνεργασία με πρακτορεία της περιοχής για ξενάγηση των επισκεπτών ή συμμετοχή σε δραστηριότητες.		
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
9	Ο εξοπλισμός και η διακόσμηση αναδεικνύουν στοιχεία της ιστορίας και της παράδοσης της περιοχής. Προτίμηση σε είδη που παράγονται στην Καβάλα ή και στην ευρύτερη περιοχή.		
10	Τα σεντόνια και οι πετσέτες είναι καλαισθητά, πάντα καθαρά και σε άριστη κατάσταση.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
11	Εφαρμογή πολιτικών εξοικονόμησης φυσικών πόρων (π.χ. συσκευές ενεργειακής κλάσης Α, καζανάκια νερού διπλής ροής, μειωτήρες ροής, χρήση φωτοκύτταρων σε κοινόχρηστους χώρους, συστημάτων διακοπής φωτισμού και κλιματισμού με μαγνητικό κλειδί, αυτόματη ρύθμιση θερμοκρασίας).		
12	Εφαρμογή πρακτικών μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (π.χ. ανακύκλωση, κομποστοποίηση, χρήση κλινοσκεπασμάτων και ειδών διακόσμησης κατά κανόνα από φυσικά υλικά)		
ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ – ΤΑΒΕΡΝΑΣ ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟ			
13	Τουλάχιστον το 50% των πρώτων υλών που αφορούν γαλακτοκομικά, κρέατα, θαλασσινά, λαχανικά, φρούτα, πατάτες, όσπρια, λάδι -ελιές, κρασί – τσίπουρο – ούζο να είναι από την περιοχή του Δήμου Καβάλας ή της Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας.		

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
14	Προτίμηση στα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ τα οποία θα περιλαμβάνονται και θα επισημαίνονται στο μενού.		
15	Προσφέρονται μεταξύ των εμφιαλωμένων οίνων τουλάχιστον τέσσερις (4) οίνοι από παραγωγούς του Δήμου Καβάλας ή/και της Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας.		
16	Τουλάχιστον το 20% των συνταγών να ανήκει στις συνταγές της Καβαλιώτικης Κουζίνας όπως αποδίδονται στο εγχειρίδιο συνταγών ή να υπάρχουν τουλάχιστον 6 συνταγές (2 ορεκτικά, 1 σαλάτα, 2 κυρίως πιάτα από τα οποία 1 με κρέας και 1 με θαλασσινά και 1 γλυκό).		
17	Υπάρχει ξεχωριστό εδεσματολόγιο (μενού) με τις συνταγές της Καβαλιώτικης Κουζίνας στην ελληνική και αγγλική γλώσσα.		
18	Δεν προσφέρονται κονσερβοποιημένα εδέσματα.		
19	Χρησιμοποιείται ελαιόλαδο στις σαλάτες, τις τηγανητές πατάτες οι οποίες είναι φρέσκιες (απαγορεύονται οι προτηγανισμένες) και τα μαγειρευτά φαγητά, όπου το απαιτεί η συνταγή.		
20	Τα αρτοσκευάσματα είναι φρέσκα και καλής ποιότητας.		
21	Προσφέρεται καλωσόρισμα με τοπικά προϊόντα (π.χ. ελιές, παστουρμά, κ.α.).		
22	Προσφέρεται κέρασμα μετά το γεύμα με παραδοσιακά γλυκά (π.χ. Κουραμπιέδες Ν. Καρβάλης, γλυκά κουταλιού όπως καρυδάκι και σύκο, σιροπιαστοί λουκουμάδες).		

2.2.3 Παραδοσιακά Καφενεία

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ			
1	Άριστη καθαριότητα και συντήρηση του χώρου, χωρίς φθορές και καλή κατάσταση της επίπλωσης και του εξοπλισμού.		
2	Η επίπλωση (τραπεζοκαθίσματα) είναι από υλικά όπως ξύλο ή μέταλλο. Απαγορεύονται τα πλαστικά τραπεζοκαθίσματα.		
3	Ως επιλογή θέρμανσης επιλέγονται παραδοσιακά μέσα όπως ξυλόσομπα ή τζάκι.		
4	Σε περίπτωση που απαιτείται σκίαση προτείνονται κληματαριές ή δέντρα με πλούσιο φύλλωμα.		
5	Ο χρωματισμός (εσωτερικά και εξωτερικά) είναι συμβατός με παραδοσιακές αποχρώσεις.		
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
6	Διακοσμητικά στοιχεία που αναδεικνύουν την ιστορία, την παράδοση και τη λαογραφία της Καβάλας (π.χ. παλιές φωτογραφίες, γκραβούρες, κ.α.) και χρήση προϊόντων τοπικής χειροτεχνίας.		
7	Χρήση παραδοσιακών σκευών και αντικειμένων (π.χ. μπρίκια, δίσκοι, σερβίτσια με κλασικά μοτίβα, κ.α.). Απαγορεύεται ο εξοπλισμός μιας χρήσης (πίατα, ποτήρια, κλπ.).		
8	Καλαίσθητη επιγραφή επιχείρησης από ξύλο.		
9	Σε περίπτωση ύπαρξης αύλειου χώρου, είναι περιποιημένος, διακρίνεται από παραδοσιακά στοιχεία και γλάστρες παραδοσιακής μορφής.		
10	Διακριτική ελληνική ή και τοπική παραδοσιακή μουσική (εφόσον υπάρχει).		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
11	Ένα άτομο από το προσωπικό μιλά Αγγλικά και είναι σε θέση να παρέχει πληροφορίες για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, την Καβαλιώτικη Κουζίνα, τα τοπικά πιάτα και προϊόντα που προσφέρει η επιχείρηση.		
12	Το προσωπικό είναι ενδεδυμένο με παραδοσιακή ποδιά καφενείου.		
13	Υπάρχουν διαθέσιμα τάβλι, χαρτιά κι άλλα επιτραπέζια παιχνίδια.		
14	Ο ελληνικός καφές συνοδεύεται από μικρό κέρασμα.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
15	Εφαρμογή πολιτικών μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (π.χ. ενεργειακά αποδοτικοί λαμπτήρες, καζανάκια νερού διπλής ροής, μειωτήρες ροής, γυάλινες φιάλες ή κανάτες νερού, ανακύκλωση, κ.α.).		
ΕΔΕΣΜΑΤΟΛΟΓΙΟ			
16	Καλαίσθητος κατάλογος (σε ελληνικά και αγγλικά) που παραπέμπει στον παραδοσιακό χαρακτήρα του		

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
	καφενείου. Περιλαμβάνει αρχικό κείμενο για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, την Καβαλιώτικη Γαστρονομία και υπάρχει επισήμανση για προϊόντα βιολογικά, ΠΟΠ ή ΠΓΕ.		
17	Προσφορά ποιοτικού ελληνικού καφέ ψημένου με παραδοσιακό τρόπο (υποχρεωτικά στη φωτιά και προαιρετικά στη χόβολη, όχι στον ατμό).		
18	Στον κατάλογο εκτός των άλλων πρέπει να περιλαμβάνονται παραδοσιακά ροφήματα (π.χ. βότανα), τοπικοί μεζέδες (π.χ. ελιές, τυρί, πατάτα, παστουρμάς, αλίπαστα), τοπικά ποτά (κρασί, ούζο, τσίπουρο) και γλυκά από παραγωγούς του Δήμου Καβάλας ή/ και της Περιφερειακής Ενότητας Καβάλας.		
19	Σε περίπτωση που προσφέρεται ζεστή κουζίνα το μενού πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον 3 συνταγές από το προτεινόμενο συνταγολόγιο της Καβαλιώτικης Κουζίνας.		
20	Χρησιμοποιείται ελαιόλαδο στις σαλάτες, τις τηγανητές πατάτες που είναι φρέσκες και σε όποιες άλλες παρασκευές απαιτείται.		

2.2.4 Επισκέψιμα Αγροκτήματα

Οι παρακάτω προδιαγραφές αφορούν σε επισκέψιμα αγροκτήματα ανεξάρτητα αν διαθέτουν υποδομή διανυκτέρευσης ή/και χώρο εστίασης των οποίων οι ειδικές προδιαγραφές παρατίθενται στις ενότητες (3.1.1, 3.1.2)

Τα επισκέψιμα αγροκτήματα πρέπει να εφαρμόζουν κατ' ελάχιστο τα προβλεπόμενα από την κείμενη νομοθεσία. Επιπλέον των όρων και προδιαγραφών που προβλέπονται σε αυτήν, οι επιχειρήσεις - μέλη του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας οφείλουν να πληρούν επιπλέον τα κάτωθι κριτήρια:

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ			
1	Καθαρές και καλά συντηρημένες εγκαταστάσεις, χωρίς φθορές σε αρμονία με το φυσικό περιβάλλον.		
2	Δυνατότητα παρακολούθησης φάσεων ή σταδίων της παραγωγικής διαδικασίας.		
3	Κατάλληλα διαμορφωμένοι χώροι για μαθήματα παραδοσιακής μαγειρικής με προϊόντα του αγροκτήματος.		
4	Εφόσον απαιτείται σκίαση, αυτή επιτυγχάνεται με κληματαριές, δέντρα με πλούσιο φύλλωμα ή με ξύλινη πέργκολα.		
5	Ευδιάκριτη σήμανση των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων (καλαίσθητες και φιλικές στο περιβάλλον πινακίδες) για τη διευκόλυνση της περιήγησης των επισκεπτών.		
6	Εκθεσιακός χώρος για την προβολή των προϊόντων του αγροκτήματος όπου υπάρχει έντυπο ή και οπτικοακουστικό υλικό σχετικό με τα προϊόντα, τον τρόπο και τη διαδικασία παραγωγής, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, κ.α.		
7	Προαιρετικά μπορεί να λειτουργεί μουσειακός χώρος με μηχανήματα, εργαλεία και άλλα στοιχεία συναφή της δραστηριότητας του αγροκτήματος.		
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
8	Καλαίσθητοι και καθαροί εσωτερικοί και εξωτερικοί χώροι με διακοσμητικά στοιχεία που αναδεικνύουν την τοπική αγροτική παραγωγή, παράδοση και κληρονομιά.		
9	Για τη γευσιγνωσία η επιχείρηση δε χρησιμοποιεί ευτελή σκεύη /εξοπλισμό (πλαστικά πιάτα, ποτήρια κλπ.).		
10	Υπάρχει καλαίσθητη επιγραφή από ξύλο.		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
11	Το προσωπικό είναι κατάλληλα ενδεδυμένο ανάλογα με τα καθήκοντα που έχει.		
12	Το προσωπικό πρέπει να γνωρίζει καλά τα παραγόμενα προϊόντα του αγροκτήματος και τα στάδια παραγωγής τους, ώστε να είναι σε θέση να ενημερώνει τους επισκέπτες.		

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
13	Υπάρχει ένα άτομο με γνώσεις αγγλικών που αναλαμβάνει την ξενάγηση των επισκεπτών.		
14	Γίνεται υποδοχή των επισκεπτών με κέρασμα από προϊόντα του αγροκτήματος.		
15	Προσφέρεται μικρό αναμνηστικό δώρο κατά την αναχώρηση, από προϊόντα του αγροκτήματος.		
16	Διατίθεται ειδικός εξοπλισμός (αν απαιτείται) για τη συμμετοχή των επισκεπτών σε δραστηριότητες του αγροκτήματος ο οποίος είναι καθαρός και σε άριστη κατάσταση.		
17	Παρέχεται δυνατότητα ηλεκτρονικής κράτησης επίσκεψης και συμμετοχής σε δραστηριότητες του αγροκτήματος.		
18	Διοργανώνεται θεματική εκδήλωση συνδεδεμένη με τις δραστηριότητες του αγροκτήματος.		
19	Η επιχείρηση διαθέτει ενημερωμένη ιστοσελίδα (σε ελληνικά και αγγλικά) για το αγρόκτημα, τις υπηρεσίες, δραστηριότητες και τα προϊόντα του, αναφορά στο ωράριο λειτουργίας, τη διάρκεια της ξενάγησης, το κόστος συμμετοχής κλπ.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
20	Ορθές γεωργικές πρακτικές και βιώσιμη διαχείριση πόρων (π.χ. νερό, ενέργεια, απόβλητα)		
21	Χρήση βιολογικών ή φιλικών στο περιβάλλον μεθόδων παραγωγής.		
22	Εφαρμογή πρακτικών ανακύκλωσης και επανάχρησης υλικών.		

2.2.5 Επισκέψιμα Οινοποιεία

Οι ειδικές προδιαγραφές των επισκέψιμων οινοποιείων στηρίζονται σε αυτές του Σήματος Επισκέψιμου Οινοποιείου που παρέχεται από το Υπουργείο Τουρισμού εμπλουτισμένων με ορισμένα ακόμη κριτήρια που πρέπει να πληρούν τα μέλη του Τ.Σ.Π. με σκοπό την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ & ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
1	Μεμονωμένα ή συνδυαστικά λειτουργεί χώρος επισκεπτών, αίθουσα πολλαπλών χρήσεων, χώρος γευσιγνωσίας διαμορφωμένος για γευστική δοκιμή, χώρος τοποθέτησης, παρουσίασης και πώλησης προϊόντων.		
2	Ευδιάκριτη σήμανση των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων της οινοποιητικής ή οινοπαραγωγικής εγκατάστασης.		
3	Ύπαρξη γυάλινων ποτηριών (κολωνάτα, ανεξαρτήτως διαστάσεων), πτυελοδοχείων και συντηρητών κρασιών.		
4	Δεν επιτρέπεται η χρήση πλαστικών ειδών (τραπεζοκαθισμάτων, τραπεζομάντιλων, πιάτων, ποτηριών, κ.α.).		
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ			
5	Συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς και χρήση τοπικών προϊόντων και πρώτων υλών στο πλαίσιο της οινογνωσίας.		
6	Συνεργασία με εστιατόρια, ξενοδοχεία, τουριστικά πρακτορεία, κ.α.		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
7	Διαθέτει Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου		
8	Ύπαρξη σήμανσης στο οδικό δίκτυο, πλησίον της επιχείρησης, που καθοδηγεί τους επισκέπτες μέχρι την είσοδο της επιχείρησης.		
9	Σήμανση (πινακίδα) στην είσοδο του οινοποιείου με χρηστικές πληροφορίες που αφορούν κατ' ελάχιστο τις ώρες λειτουργίας και ημέρες επίσκεψης του οινοποιείου και τηλέφωνα επικοινωνίας.		
10	Ορισμός υπευθύνου, με γνώσεις αγγλικών, για την υποδοχή και ξενάγηση των επισκεπτών στο οινοποιείο ή/και τους αμπελώνες.		
11	Ανάρτηση σε εμφανές σημείο του χώρου υποδοχής τιμοκαταλόγου οίνων και κόστους (αν υπάρχει) της γευστικής δοκιμής και λοιπών παρεχόμενων υπηρεσιών.		
12	Γνωστοποίηση με κάθε πρόσφορο τρόπο (σήμανση, διαδικτυακή ή έντυπη ενημέρωση) επισκεψιμότητας από ΑΜΕΑ.		

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
13	Οργάνωση τουλάχιστον δύο (2) θεματικών εκδηλώσεων το έτος σχετικής με τον οίνο (π.χ. σεμινάρια οινογνωσίας)		
14	Η οινογνωσία συνοδεύεται από πιάτο με αντιπροσωπευτικά τοπικά προϊόντα.		
15	Προσφορά σε άτομα κάτω των 18 ετών μη αλκοολούχων ποτών, όπως χυμός σταφυλιού ή άλλων φρούτων.		
16	Δυνατότητα συμμετοχής επισκεπτών σε δραστηριότητες όπως ο τρύγος, η παρακολούθηση της παραγωγής κρασιού, κλπ.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
17	Ορθολογική διαχείριση φυσικών πόρων (νερό, ενέργεια, απόβλητα)		
18	Μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (βιολογική ή βιοδυναμική καλλιέργεια, ανακύκλωση, κυκλική οικονομία)		
19	Ενημέρωση επισκεπτών σχετικά με τις οικολογικές πρακτικές του οινοποιείου		

2.2.6 Ταξιδιωτικά Γραφεία

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ & ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
1	Οι εσωτερικοί χώροι είναι καθαροί, καλαίσθητοι, καλά συντηρημένοι και με διακοσμητικά στοιχεία που αναδεικνύουν την ιστορία, την ταυτότητα της Καβάλας αλλά και τα αξιοθέατά της (πίνακες, φωτογραφίες, γκραβούρες, αφίσες κλπ.).		
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ			
2	Ένταξη των μελών του Τ.Σ.Π. στα τουριστικά πακέτα / εκδρομές / δραστηριότητες που προσφέρει.		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
3	Τα άτομα που είναι υπεύθυνα για την υποδοχή των επισκεπτών είναι κάτοχοι επαγγελματικού διπλώματος σχολής τουριστικών επαγγελμάτων ή έχουν σχετική επαγγελματική εμπειρία ή έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια κατάρτισης και γνωρίζουν πέραν της ελληνικής και την αγγλική γλώσσα.		
4	Το προσωπικό υποδοχής είναι ενημερωμένο σχετικά με δρομολόγια λεωφορείων, πλοίων, αεροπλάνων και είναι σε θέση να προσφέρουν πληροφορίες για το Τ.Σ.Π. και τα μέλη του, για αξιοθέατα, δραστηριότητες, εκδηλώσεις, που λαμβάνουν χώρα στην Καβάλα και την ευρύτερη περιοχή.		
5	Είναι διαθέσιμα διαδικτυακά τουριστικά πακέτα και προσφορές για τον προορισμό «Καβάλα».		
6	Υπάρχει ειδική προθήκη, εφοδιασμένη με πληροφοριακά έντυπα για το Τ.Σ.Π., τα μέλη του Συμφώνου, έντυπα για τα τοπικά προϊόντα, τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους -αξιοθέατα, κ.α., στην ελληνική και σε άλλες γλώσσες.		
7	Προσφέρονται ατομικές ή ομαδικές ξεναγήσεις με έμπειρους ξεναγούς.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
8	Εφαρμογή πρακτικών μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (π.χ. πληροφορίες για την Καβάλα, τα αξιοθέατα, τις δραστηριότητες, κλπ., μέσω Qrcode, χρήση οικολογικών υλικών).		

2.2.7 Γραφεία Οργάνωσης, Πληροφόρησης και Προώθησης Τουρισμού

ΑΡ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ & ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
1	Οι εσωτερικοί χώροι είναι καθαροί, καλά συντηρημένοι, καλαίσθητοι και με διακοσμητικά στοιχεία που αναδεικνύουν την ιστορία, την ταυτότητα της Καβάλας αλλά και τα αξιοθέατά της (πίνακες, φωτογραφίες, γκραβούρες, αφίσες κλπ.).		
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ			
2	Συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία, μέλη του Τ.Σ.Π. και λοιπές τοπικές επιχειρήσεις.		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
3	Τα άτομα που είναι υπεύθυνα για την υποδοχή των επισκεπτών είναι κάτοχοι επαγγελματικού διπλώματος σχολής τουριστικών επαγγελμάτων ή έχουν σχετική επαγγελματική εμπειρία ή έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια κατάρτισης και γνωρίζουν πέραν της ελληνικής και την αγγλική γλώσσα.		
4	Το προσωπικό υποδοχής είναι ενημερωμένο σχετικά με δρομολόγια λεωφορείων, πλοίων, αεροπλάνων και είναι σε θέση να προσφέρουν πληροφορίες για το Τ.Σ.Π. και τα μέλη του, για αξιοθέατα, δραστηριότητες, εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα στην Καβάλα και την ευρύτερη περιοχή.		
5	Εφόσον η επιχείρηση αναλαμβάνει τη διοργάνωση ομαδικών δραστηριοτήτων, διαθέτει τουλάχιστον ένα άτομο που συνοδεύει τους συμμετέχοντες.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
6	Εφαρμογή πρακτικών μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (π.χ. πληροφορίες για την Καβάλα, τα αξιοθέατα, τις δραστηριότητες, κλπ., μέσω Qr code, χρήση οικολογικών υλικών).		

2.2.8 Καταστήματα Πώλησης Τοπικών Προϊόντων

Α/Α	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ			
1	Οι εσωτερικοί χώροι είναι καθαροί, περιποιημένοι και καλαίσθητοι.		
2	Υπάρχουν καλαίσθητες προθήκες ή βιτρίνες προϊόντων.		
3	Είναι εμφανές το ωράριο λειτουργίας.		
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ			
4	Δεν επιτρέπονται οι ευτελείς κατασκευές (πλαστικά ράφια, τραπέζια, πάγκοι, καρέκλες, κλπ.).		
5	Τα ψυγεία - προθήκες διέπονται από τάξη και δίδεται ιδιαίτερη έμφαση στην καθαριότητα.		
6	Οποιοσδήποτε επιγραφές ή ανακοινώσεις αναρτώνται στο κατάστημα και αφορούν τη λειτουργία, τις προσφορές ή άλλες πληροφορίες για τα προϊόντα, εκτυπώνονται πάντα στο πρότυπο σήμανσης που θα δοθεί από το Φορέα Διαχείρισης.		
7	Τα αντικείμενα διακόσμησης συνάδουν με την ιστορία και παράδοση, καθώς και με εικόνες που παραπέμπουν στην ύπαιθρο και την αγροτική ζωή.		
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ - ΠΡΟΪΟΝΤΑ			
8	Τα προϊόντα του καταστήματος προς πώληση είναι σε ποσοστό 50% προϊόντα που παράγονται ή/και τυποποιούνται στο Δήμο Καβάλας ή/και στην Περιφερειακή Ενότητα Καβάλας.		
9	Τα προϊόντα δεν είναι εκτεθειμένα σε συνθήκες που βάζουν σε κίνδυνο την υγεία του καταναλωτή.		
10	Τα προϊόντα τοποθετούνται σε κατάλληλα διαμορφωμένους αποθηκευτικούς χώρους.		
11	Επικρατούν κατάλληλες συνθήκες συσκευασίας ανάλογα με το είδος του προϊόντος.		
12	Επιτρέπεται η πώληση χύμα προϊόντων με την προϋπόθεση ότι αναφέρεται ο παραγωγός, η προέλευση και η ημερομηνία παραγωγής.		
13	Τηρείται επικαιροποιημένο μητρώο προμηθευτών με ειδική αναφορά στους τοπικούς προμηθευτές.		
ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ			
14	Υπάρχει πιάτο γευστικής δοκιμής μέσα στο κατάστημα (κέρασμα).		
15	Το προσωπικό γνωρίζει την προέλευση, τη σύνθεση και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των προϊόντων.		
16	Ένα τουλάχιστον άτομο από το προσωπικό είναι σε θέση να παρέχει πληροφόρηση στην ελληνική γλώσσα και σε τουλάχιστον μια ξένη γλώσσα.		
17	Υπάρχει ευδιάκριτη αναγραφή τιμών στα προϊόντα.		

A/A	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ	ΔΕΣΜΕΥΣΗ
18	Επικρατεί ενιαίος ενδυματολογικός κώδικας (μπλούζα, ποδιά μπακάλη).		
19	Στην ιστοσελίδα της επιχείρησης υπάρχει υλικό για τα προϊόντα και τις τιμές με δυνατότητα on-line παραγγελίας.		
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ			
20	Εφαρμόζονται πρακτικές εξοικονόμησης πόρων (συσκευές Α ενεργειακής κλάσης, λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας, κ.α.) και μείωσης της χρήσης πλαστικού (χάρτινες τσάντες και συσκευασίες).		

3

**ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ –
ΠΡΟΒΟΛΗ
ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ
ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ
ΣΥΜΦΩΝΟΥ
ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**

3.1 Σχεδιασμός, Προβολή και Προώθηση του Τ.Σ.Π. Καβάλας

Το Επικοινωνιακό Σχέδιο του Τ.Σ.Π. οφείλει να είναι σύμφωνο και σε απόλυτη αρμονία, συνάφεια και υπό την ομπρέλα του συνολικού Συστήματος Marketing της πόλης της Καβάλας.

Στόχος είναι να επικοινωνηθεί αρχικά στο μέγιστο βαθμό το Τ.Σ.Π. στην επιχειρηματική κοινότητα προκειμένου να ευαισθητοποιηθεί και να κινητοποιηθεί, ώστε να προκληθεί αυξημένο ενδιαφέρον και συμμετοχή. Σε δεύτερη φάση, το σχέδιο προβολής απευθύνεται στο ευρύτερο κοινό (σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο), ώστε να επιτευχθεί η όσο το δυνατόν ταχύτερη εδραίωση της νέας εικόνας της Καβαλιώτικης Γαστρονομίας και της καθιέρωσης της Καβάλας ως ποιοτικού γαστρονομικού προορισμού.

Η αυστηρή τήρηση υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών από τα μέλη του Τ.Σ.Π., ο σεβασμός στον πελάτη/καταναλωτή/επισκέπτη, η πλούσια γαστρονομική κληρονομιά και παράδοση της Καβάλας και η υπόσχεση για μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες αποτελούν το αξιακό υπόβαθρο του Τ.Σ.Π. και τον πυρήνα γύρω από τον οποίο καταρτίζεται η επικοινωνιακή στρατηγική του.

Ομάδες στόχοι του επικοινωνιακού σχεδίου αποτελούν:

- 1. Επιχειρήσεις:** Κέντρα εστίασης, καταλύματα, παραδοσιακά καφενεία, επισκέψιμα οινοποιεία, επισκέψιμα αγροκτήματα, ταξιδιωτικά πρακτορεία, γραφεία οργάνωσης, πληροφόρησης και προώθησης προορισμού, καταστήματα πώλησης τοπικών προϊόντων, κ.α..
- 2. Τοπικοί Φορείς και Σύλλογοι:** Στελέχη του Δήμου Καβάλας και των νομικών του προσώπων, Επιμελητήριο Καβάλας, Σωματείο Διευθυντών Εστιατόρων – Ταβερνών – Εξοχικών κέντρων Καβάλας, Σύνδεσμος Ξενοδόχων Καβάλας, κ.α.
- 3. Περιφερειακοί Φορείς** (π.χ. Περιφέρεια ΑΜΘ, Οργανισμός Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού ΑΜΘ – DMO).
- 4. Κρατικοί Φορείς** (π.χ. Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού¹³, ΕΟΤ).
- 5. Travel Agents & Tour operators:** Επαγγελματίες που ασχολούνται με τις ειδικές μορφές τουρισμού διεθνώς και ειδικότερα με τον γαστρονομικό τουρισμό.
- 6. Δημοσιογράφοι & bloggers τουρισμού και γαστρονομίας:** Επιλεγμένοι επαγγελματίες ή bloggers που ασκούν επιρροή διεθνώς όσον αφορά τα ταξίδια και τη γαστρονομία.
- 7. Επισκέπτες:** Ταξιδιώτες που επισκέπτονται την Καβάλα και δυνητικοί επισκέπτες.
- 8. Κάτοικοι** της Καβάλας και της Περιφέρειας ΑΜΘ εν γένει.

Προκειμένου ο σχεδιασμός επικοινωνίας να είναι αποτελεσματικός, κρίνεται σκόπιμο η υλοποίησή του να γίνει σε δύο διακριτές φάσεις:

Φάση 1: Λανσάρισμα & Πιλοτική Εφαρμογή

Στόχος είναι να υποστηριχθεί επικοινωνιακά η πιλοτική εφαρμογή του Συμφώνου και να εξασφαλιστεί η συμμετοχή των πρώτων επιχειρήσεων που θα πιστοποιηθούν και θα αποτελέσουν και την κρίσιμη μάζα ανάπτυξής του.

¹³ Η Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού συστάθηκε από το Υπουργείο Τουρισμού το 2020

Φάση 2: Πλήρης Εφαρμογή & Ανάπτυξη

Στόχος είναι να ξεκινήσει η **καμπάνια αναγνωρισιμότητας** αναφορικά με την Καβαλιώτικη γαστρονομία **προς τα ακροατήρια σε εθνικό και διεθνές επίπεδο** ήτοι, ταξιδιώτες και travel agents/operators, κ.α..

3.1.1 Ενέργειες προώθησης του Τ.Σ.Π. και ευαισθητοποίησης του κοινού στόχου (Φάση 1: Λανσάρισμα & Πιλοτική Εφαρμογή)

Η φάση της εφαρμογής του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας αποτελεί το επόμενο στάδιο του σχεδιασμού και το πέρασμα από τη θεωρία στην πράξη η οποία δεν είναι μια απλή και εύκολη διαδικασία τουναντίον, πρόκειται για ένα σύνθετο και επίπονο εγχείρημα όπως έχει αποδειχτεί από την εφαρμογή Τοπικών Συμφώνων Ποιότητας σε άλλες περιοχές στην Ελλάδα ή και το εξωτερικό και προϋποθέτει ιδιαίτερο ζήλο, συνεχή προσπάθεια και επιμονή από τον φορέα που το υλοποιεί.

Επιπλέον, η πιλοτική φάση της εφαρμογής του Συμφώνου επηρεάζεται και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την επικοινωνία του. Πρωταρχικό λοιπόν στάδιο στην εφαρμογή του Συμφώνου αποτελούν οι ενέργειες ενημέρωσης – ευαισθητοποίησης και προβολής προκειμένου το εγχείρημα να καταστεί γνωστό στο στοχοθετούμενο κοινό ήτοι, στην επιχειρηματική κοινότητα, ώστε να το αποδεχτεί, να το οικειοποιηθεί και να το στηρίξει.

Οι προτεινόμενες ενέργειες επικοινωνίας στην παρούσα ενότητα αφορούν στην Α' φάση «**Λανσάρισμα & Πιλοτική Εφαρμογή**» και θα υλοποιηθούν από την ETAM ΑΕ ως Ανάδοχος της πράξης «Σύστημα Marketing της Πόλης της Καβάλας» και ειδικότερα στο πλαίσιο της Δράσης 2 «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας». Ειδικότερα:

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ BRAND TOOL KIT

Ανάπτυξη ταυτότητας του Τ.Σ.Π. σε συσχέτιση και σύνδεση με το Brand της Πόλης της Καβάλας (Δράση 3 του Συστήματος Marketing της πόλης της Καβάλας).

Συνέχεια της οπτικής και λεκτικής ταυτότητας καταρτίζεται οδηγός - brand tool kit -με εικαστικές εφαρμογές και οδηγίες (π.χ. εφαρμογή λογότυπου σε ποδιά, σε menu, στο Σήμα που απονέμεται στα μέλη, σε κουτί παραπόνων, σε πινακίδα σήμανσης, σε ιστοσελίδες, κ.α.).

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ WEBSITE ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ Τ.Σ.Π.

Θα αναπτυχθεί μια καλαίσθητη ιστοσελίδα η οποία θα συγκεντρώνει όλο το πληροφοριακό υλικό που άπτεται του Τ.Σ.Π. όπως:

- φιλοσοφία του Συμφώνου
- στόχοι και οφέλη
- διαδικασία ένταξης
- κριτήρια συμμόρφωσης - πιστοποίησης
- διαδικασία πιστοποίησης
- κανόνες χρήσης του Σήματος
- υποχρεώσεις πιστοποιημένων μελών

Ακόμη στη σελίδα θα υπάρχει σχετικό υλικό με:

- την Καβαλιώτικη γαστρονομία,
- τα προϊόντα της περιοχής δομημένα σε κατηγορίες, το τοπικό συνταγολόγιο για τα μέλη του Συμφώνου

- Νέα για το Σύμφωνο όπου θα αναφέρονται όλες οι εξελίξεις και οι δράσεις για το Σύμφωνο, τα πιστοποιημένα μέλη, κ.α.
- Φόρμα επικοινωνίας με τους υπεύθυνους διαχείρισης του Συμφώνου

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ WEBSITE

Σε όλη τη διάρκεια του έργου θα αναρτάται στο εταιρικό website του Τ.Σ.Π. οτιδήποτε υλικό παράγεται προκειμένου να υπάρχει έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση για το Σύμφωνο, για τα πιστοποιημένα μέλη, για όλες τις εκδηλώσεις, τα προγράμματα συμβουλευτικής, κ.α. Γενικά η ιστοσελίδα θα είναι πάντα επίκαιρη ώστε να προσελκύει το ενδιαφέρον των επισκεπτών-ενδιαφερομένων.

ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Δεδομένης της έντονης συμμετοχής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως πηγής ενημέρωσης και διάχυσης πληροφοριών, προβλέπεται η δημιουργία λογαριασμού σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σύνδεσης των σελίδων αυτών με ιστοσελίδες των φορέων της περιοχής όπως του visitkavala.gr, του Δήμου Καβάλας, του Επιμελητηρίου Καβάλας, του Συνδέσμου Ξενοδόχων Καβάλας, κ.α.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΝΤΥΠΟΥ ΥΛΙΚΟΥ – ΦΥΛΛΑΔΙΟΥ

Θα σχεδιαστεί και θα παραχθεί έντυπο υλικό που θα έχει τη μορφή φυλλαδίου το οποίο θα είναι καλαίσθητο, με απλό και κατανοητό περιεχόμενο περιέχοντας βασικές πληροφορίες για το Σύμφωνο όπως:

- Φιλοσοφία-Στόχοι
- Οφέλη
- Δυνητικά μέλη
- Προϋποθέσεις συμμετοχής και κριτήρια
- Διαδικασία ένταξης στο Σύμφωνο κ.α.

NEWSLETTERS

Στο πλαίσιο της πιλοτικής εφαρμογής, θα συντάσσονται ενημερωτικά δελτία (newsletters) τα οποία θα έχουν πληροφοριακό χαρακτήρα και θα απευθύνονται στο ευρύ κοινό (επιχειρήσεις, δημοσιογράφοι, άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενοι, καταναλωτές) με στόχο την όσο το δυνατόν καλύτερη διάχυση των εξελίξεων του έργου.

Τα ενημερωτικά δελτία θα αναρτώνται στην επίσημη ιστοσελίδα του Συμφώνου, καθώς επίσης θα προωθούνται και σε άλλα κανάλια διάχυσης πληροφορίας όπως π.χ. του Δήμου Καβάλας, του Επιμελητηρίου Καβάλας, της Αναπτυξιακής Καβάλας, του DMO της Περιφέρειας ΑΜΘ, και άλλων φορέων και συνδέσμων σχετικών με τη γαστρονομία και τον τουρισμό.

ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ

Στόχος της υλοποίησης των ενημερωτικών και επιμορφωτικών εκδηλώσεων είναι η προβολή του Συμφώνου και η ενεργοποίηση, ενθάρρυνση και κινητοποίηση των επιχειρήσεων να στηρίξουν και να συμμετάσχουν στην εν λόγω προσπάθεια.

Στο πλαίσιο αυτό προβλέπονται ενημερωτικές εκδηλώσεις προκειμένου να παρουσιαστούν οι στόχοι του Συμφώνου, τα οφέλη για τους συμμετέχοντες, οι επιχειρήσεις που μπορούν να ενταχθούν, οι προδιαγραφές – κριτήρια ένταξης και η διαδικασία πιστοποίησης.

Διανέμεται ενημερωτικό υλικό στους συμμετέχοντες, καθώς και το έντυπο της αίτησης και της αυτοαξιολόγησης, προκειμένου να διαμορφωθεί ένας πρώτος πυρήνας δυνητικών μελών στους οποίους θα παρέχεται στη συνέχεια πιο εστιασμένη ενημέρωση.

Επίσης πραγματοποιούνται workshops σε πεδία που αφορούν το εδεσματολόγιο, την υγιεινή και ασφάλεια των τροφίμων, τη συμπεριφορά - υποδοχή και εξυπηρέτηση των πελατών, τον τρόπο ανάδειξης της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων, κ.α.

Προβλέπονται είκοσι (20) τέτοιου είδους συναντήσεις.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ

Προβλέπεται η υλοποίηση εξατομικευμένης καθοδήγησης και συμβουλευτικής σε επιχειρήσεις που επιδιώκουν να ενταχθούν στο Τ.Σ.Π. αλλά δεν πληρούν ορισμένα από τα απαιτούμενα κριτήρια. Στόχος είναι μέσα από τη συγκεκριμένη κατηγορία δράσης να διαμορφωθεί μια σχέση στενής συνεργασίας και εμπιστοσύνης με τους επιχειρηματίες οι οποίοι θα αισθάνονται ασφαλείς γνωρίζοντας ότι υπάρχει η δυνατότητα συνεχούς συμβουλευτικής και έτσι δε θα αποθαρρύνονται στην πρώτη δυσκολία και δε θα εγκαταλείπουν την προσπάθεια πλήρους συμμόρφωσης με τις απαιτήσεις των προδιαγραφών του Συμφώνου.

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΝΤΥΠΟ ΤΥΠΟ

Στο πλαίσιο του λανσαρίσματος και της επικοινωνίας του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας ο Ανάδοχος θα συντάξει και θα καταχωρήσει δύο δημοσιεύσεις σε τοπικές εφημερίδες της Καβάλας, καθώς επίσης, θα προχωρήσει σε δύο δημοσιεύσεις σε δύο εφημερίδες πανελληνίας κυκλοφορίας.

3.1.2 Συνδυασμένες ενέργειες προβολής και προώθησης των μελών του Τ.Σ.Π. και των παρεχόμενων προϊόντων / υπηρεσιών (Φάση 2: Πλήρης Εφαρμογή & Ανάπτυξη)

Στη συγκεκριμένη ενότητα αποτυπώνεται ένα μίγμα δράσεων για την επικοινωνία της ποιότητας των υπηρεσιών εστίασης στην Καβάλα, του γαστρονομικού πλούτου και την ανάδειξη της Καβάλας ως γαστρονομικού προορισμού το οποίο θα υλοποιείται από τον Φορέα Διαχείρισης και Λειτουργίας του Τ.Σ.Π. και εντάσσονται στη 2^η επικοινωνιακή φάση που αφορά στην πλήρη εφαρμογή και ανάπτυξη του Τ.Σ.Π. Ειδικότερα:

ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Προτείνονται καταχωρήσεις και advertorials σε έντυπα εθνικής και περιφερειακής εμβέλειας, όπως:

- Πανελλαδικός ημερήσιος και εβδομαδιαίος τύπος
- Ένθετα περιοδικά γεύσεων και γαστρονομίας (Βήμα Gourmet, Γαστρονόμος, Real Taste & Style, Ελληνική κουζίνα)
- Περιοδικός τύπος (Chef's Club Magazine)
- Εκδόσεις (2board: blue: Aegean Airlines, Fly Magazine sky express)
- Τουριστικοί οδηγοί (π.χ. Διακοπές, Greek Tourism & Cyprus, κ.α.)

Επίσης προτείνεται προβολή με ηλεκτρονικά μέσα, όπως:

- Συμμετοχή σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές γαστρονομίας.
- Φιλοξενία περιεχομένου ή/και banners του Τ.Σ.Π. στις ιστοσελίδες του ΕΟΤ (www.gnto.gov.gr/, www.visitgreece.gr/), του Δήμου Καβάλας <https://www.visitkavala.gr> και σε άλλες ηλεκτρονικές ιστοσελίδες και ψηφιακά περιοδικά όπως π.χ. www.tripadvisor.com.gr, www.kerasma.gr, <https://www.culinaryadventuresgreece.com/>, www.symposio.gr, <https://www.fn1-guide.com>, <https://www.travelstories.gr>, <https://culinarybackstreets.com>, <https://www.diakopes.gr>, <http://traveldailynews.gr>, <https://www.tornosnews.gr>, tourismtoday.gr, Chef's Club Magazine κ.α.

FAM PRESS TRIPS

Με στόχο την ανάδειξη της Καβάλας ως γαστρονομικού προορισμού διοργανώνονται ταξίδια εξοικείωσης με επισκέψεις από εξειδικευμένους δημοσιογράφους, ταξιδιωτικούς ρεπόρτερ και επιλεγμένους bloggers, youtubers, influencers του γαστρονομικού τουρισμού, καθώς επίσης tour operators και τουριστικά γραφεία που εξειδικεύονται στα γαστρονομικά ταξίδια και θα αποτελέσουν διαμορφωτές κοινής γνώμης (opinion leaders) επηρεάζοντας το τουριστικό ρεύμα από τη χώρα τους.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Η συμμετοχή σε εκθέσεις σε Ελλάδα και Εξωτερικό στους τομείς του τουρισμού και δη των ειδικών μορφών τουρισμού, της εστίασης και της αγροδιατροφής και σε παράλληλες εκδηλώσεις αυτών σε συνεργασία με την Περιφέρεια ΑΜΘ, το Δήμο Καβάλας, τον Σύνδεσμο Ξενοδόχων Καβάλας, το Επιμελητήριο Καβάλας, τον ΕΟΤ, κ.α.. Σκοπός της συμμετοχής στις εκθέσεις είναι η προώθηση του Τ.Σ.Π. και των μελών, η ανάδειξη της Καβαλιώτικης γαστρονομίας και την ανάπτυξη επαφών με φορείς και επαγγελματίες από το χώρο του τουρισμού, αλλά και με δυνητικούς επισκέπτες. Ενδεικτικά αναφέρονται εκθέσεις όπως:

Ελλάδα:

- Έκθεση ΕΞΠΟΤΡΟΦ
- FoodExpo,
- kavalaExpo,
- ΔΕΘ - Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης
- ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ – HOTELIA
- Athens International Tourism & Culture Expo

Εξωτερικό:

- National Geographic Traveller (UK) Food Festival (Λονδίνο)
- Διεθνής Έκθεση Τουρισμού Βελιγράδι,
- International Fair of Tourism (Σερβία),
- Διεθνής Έκθεση Τουρισμού BIT (Μιλάνο),
- Romanian International Tourism Fair (Βουκουρέστι)
- Salon des Vacances (Βρυξέλλες -Βέλγιο)
- ITB Berlin (Βερολίνο)
- TTGTRAVEL EXPERIENCE (Ρίμινι Ιταλίας)
- International & French Travel Market (Παρίσι)

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ & ΑΛΛΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Σχεδιασμός και θεσμοθέτηση νέων γαστρονομικών εκδηλώσεων υπερτοπικής εμβέλειας όπως π.χ. «Kavala Food Festival», «Ημέρα Γαστρονομίας», «Εβδομάδα γαστρονομικών περιπλανήσεων», ή συμμετοχή στο πλαίσιο εορτασμών παγκόσμιας εμβέλειας «Παγκόσμια ημέρα γαστρονομικού βιβλίου», «Διεθνής Ημέρα βιώσιμης γαστρονομίας», «Παγκόσμια ημέρα τουρισμού») ή άλλων θεσμών σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο όπως π.χ. «Ανοιχτές Πόρτες στα Οινοποιεία της Ελλάδας», «Λευκή Νύχτα στην Καβάλα». Επίσης σημαντική θεωρείται η συμμετοχή σε εκδηλώσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό τύπου road show, workshops (π.χ. Greek Tourism Workshops), εκδηλώσεων προβολής σε σταθμούς μετρό ή σε άλλα σημεία συγκέντρωσης πλήθους που προβάλλουν τον τουρισμό και ιδίως ειδικές μορφές τουρισμού όπως ο γαστρονομικός τουρισμός.

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Κρίσιμη κρίνεται η **διασύνδεση με δομές** που λειτουργούν στην Ελλάδα (φορείς πανελλαδικής εμβέλειας, φορείς εντός και εκτός περιοχών παρέμβασης) και στο εξωτερικό, ήτοι:

- **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ** - Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού, **ΕΟΤ** Κεντρική Υπηρεσία και Περιφερειακές Υπηρεσίες.
- **ΦΟΡΕΙΣ ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΗΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ:** Marketing Greece, Πανελλήνια Ομοσπονδία Εστιατορικών & Συναφών Επαγγελματιών (Π.Ο.Ε.Σ.Ε.), Λέσχη Αρχιμαγείρων Ελλάδας, Ένωση Επαγγελματιών Μαγειρικής Ελλάδας (Culinary Professionals Greece), Γενική Πανελλαδική Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού, Δίκτυο Τουρισμού Υπαίθρου - eraithros, Ένωση Ελληνικών Γραφείων Εισερχόμενου Τουρισμού, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξεναγών, Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων, Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδας, Σύνδεσμος Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων Ελλάδος, κ.α.
- **ΦΟΡΕΙΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ:** Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης και νομικά της Πρόσωπα, Περιφερειακή Υπηρεσία Τουρισμού, Αγροδιατροφική Σύμπραξη ΑΜΘ, Αναπτυξιακές Εταιρείες, Ένωση Τουριστικών Γραφείων Μακεδονίας Θράκης, Λέσχη Αρχιμαγείρων Μακεδονίας Θράκης, κ.α.
- **ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΕΜΒΕΛΕΙΑΣ:** Δήμος Καβάλας και νομικά του πρόσωπα, Επιμελητήριο Καβάλας, Αναπτυξιακή Καβάλας, Ομοσπονδία Επαγγελματιών, Βιοτεχνών-Εμπόρων Καβάλας, Οργανισμός Λιμένος Καβάλας, Σύνδεσμος Ξενοδόχων Καβάλας, κ.α.
- **ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ:** World Food Travel Association, Παγκόσμια Ένωση Αρχιμαγείρων (Worldchefs), κ.α.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Στο πλαίσιο των ενεργειών διάχυσης και προβολής του Τ.Σ.Π. και της Καβαλιώτικης Κουζίνας είναι αναγκαία η παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού όπως ενημερωτικό έντυπο για το Τ.Σ.Π. με παρουσίαση των μελών, φωτογραφικό αρχείο, αφίσες, banners, promo video, κλπ. το οποίο θα αξιοποιείται στο πλαίσιο των εκθέσεων και άλλων εκδηλώσεων, όπως επίσης θα διαμορφώνει τα ενημερωτικά πακέτα (information kits) για τουριστικούς οργανισμούς και ταξιδιωτικά πρακτορεία, συμμετέχοντες σε fam-press trips, επιχειρηματίες καταλυμάτων, ξεναγούς, κλπ.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΩΘΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Η παραγωγή private label προϊόντων με το σήμα του Τ.Σ.Π. μπορεί να αυξήσει την αποτελεσματικότητα του επικοινωνιακού σχεδίου, καθώς ο καταναλωτής - επισκέπτης παίρνοντας το προϊόν στο σπίτι του, γίνεται ο ίδιος ένα είδος άμεσης διαφήμισης αυξάνοντας παράλληλα την αναγνωρισιμότητα του brand σε τοπικό και υπερτοπικό επίπεδο. Μερικά παραδείγματα περιλαμβάνουν προϊόντα όπως κούπες, μαγειρικοί σκούφοι, ποδιές, σετ κουζίνας, σημειωματάρια συνταγών, στυλό, μπρελόκ, τσάντες, σελιδοδείκτες, κ.ά..

Τα εν λόγω προϊόντα μπορούν να τα προμηθεύονται μέλη του Τ.Σ.Π. και σε ειδικό stand της επιχείρησης να τα πωλούν, ενώ επίσης κάποια από αυτά μπορούν να προσφέρονται ως αναμνηστικά δώρα σε εκθέσεις τουρισμού, σε αντιπροσωπείες του εξωτερικού που επισκέπτονται την Καβάλα στην προσπάθεια ανάδειξης της ως γαστρονομικού προορισμού.

ΠΡΕΣΒΕΥΤΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ

Το σύνολο των εστιατορίων τα οποία θα ενταχθούν στο Τ.Σ.Π. αποτελούν «πρεσβευτές» στην προσπάθεια ανάδειξης και προβολής των τοπικών προϊόντων και γαστρονομίας με στόχο τη βιώσιμη και καλώς εννοούμενη τουριστική ανάπτυξη. Στα πλαίσια όμως της περαιτέρω προώθησης της πρωτοβουλίας αναγκαία δράση είναι η ανακήρυξη προσώπων - πρεσβευτών γαστρονομίας της Καβαλιώτικης Κουζίνας μέσα από τη λίστα «Επίσημοι Πρεσβευτές της Ελληνικής Γαστρονομίας».

Σημειώνεται ότι τα μέλη του Τ.Σ.Π. δεσμεύονται να προβάλλουν και να αναδεικνύουν με κάθε πρόσφορο μέσο το Σύμφωνο, τα μέλη και τις υπηρεσίες τους και προς την κατεύθυνση αυτή αξιοποιούν τα ηλεκτρονικά κανάλια προβολής τους (ιστοσελίδες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης), ενώ σε ορατό σημείο της επιχείρησής τους διαθέτουν πληροφοριακό και προωθητικό υλικό που λαμβάνουν από τον Φορέα Διαχείρισης και Υλοποίησης και παράλληλα είναι πρόθυμοι να προσφέρουν πληροφορίες στους πελάτες /επισκέπτες σχετικά με την Καβαλιώτικη Κουζίνα και τα άλλα μέλη του Τ.Σ.Π. όπως και για άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες της περιοχής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

city marketing

1. Αγροδιατροφική Σύμπραξη Περιφέρειας Κρήτης, Προδιαγραφές Πιστοποίησης εστιατορίων με το «Σήμα Ποιότητας Κρητικής Κουζίνας», Προδιαγραφές για το Σήμα «Επισκέψιμο Οινοποιεία», προδιαγραφές για το Σήμα «Κρητικό Μπακάλικο».
2. Αβραμίδου Μ. (2021), Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία «Τοπικά Σύμφωνα Ποιότητας στον τουρισμό – η περίπτωση του Δικτύου We do local».
3. Αναπτυξιακή Εταιρία Σερρών (2010), Δίκτυο Επιχειρήσεων – Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας.
4. Αναπτυξιακή Ημαθίας, Τοπικό Πρόγραμμα Leader 2007-2013, Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Ημαθίας.
5. Αναπτυξιακή Κυκλάδων, Τοπικό Πρόγραμμα Αειφόρου Ανάπτυξης Αλιευτικών Περιοχών 2007-2013, Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Κυκλάδων.
6. Διάζωμα (2018), Μελέτη Αστικής Επιχειρηματικότητας για τη δημιουργία συστάδας επιχειρήσεων στο Δήμο Ηρακλείου.
7. διαΝΕΟσις (2023), Τουρισμός και αγροδιατροφή στην Ελλάδα: Μια μεγάλη αναξιοποίητη ευκαιρία.
8. ΙΝΣΕΤΕ (2019), Η γαστρονομία ως παράγοντας εμπλουτισμού της ταξιδιωτικής εμπειρίας και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος.
9. Κούτουλας 2023, Διοργάνωση εκδηλώσεων για την ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων της Νάξου και των Μικρών Κυκλάδων.
10. Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού (2017), Παροχή υπηρεσιών για τη δημιουργία και πιλοτική εφαρμογή ενός Σήματος / Συμφώνου ανάδειξης της κυπριακής γαστρονομίας σε ολόκληρη τη χώρα και ομοίως σε σχετικούς με την τοπική γαστρονομία τύπους επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.
11. Μακρινού Γ. (2023), Πτυχιακή Εργασία, Διερεύνηση της τοπικής γαστρονομίας και των προοπτικών ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού στην Χίο, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
12. Μανιάτης Α (2020), Διπλωματική Εργασία «Ανάπτυξη γαστρονομικού τουρισμού σε αστικούς προορισμούς, Η περίπτωση της Αθήνας».
13. Περιφέρεια Κρήτης (2023), Νησιά – ελκυστικοί προορισμοί της Μεσογείου» SMART TOUR, Ενότητα 2.Γ: Εξειδίκευση σύγχρονων απαιτήσεων ανάδειξης και προώθησης τουριστικών προϊόντων, στην Κρήτη ανά χώρα και κοινό στόχο (Π 3.1.3) Υποενότητα 2.Γ.2. «Γαστρονομικός τουρισμός-Οινοτουρισμός».
14. Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας (2016), Δράσεις θεσμοθέτησης και ανάδειξης της Μακεδονικής Κουζίνας, του προγράμματος προβολής αγροδιατροφικών προϊόντων της.
15. Πιερική Αναπτυξιακή, Τοπικό Πρόγραμμα Leader 2007-2013, Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας για εστίαση εκτός παραδοσιακού οικισμού.
16. Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2009), «Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού».
17. Υπουργείο Τουρισμού (2020), Ειδικό Σήμα Ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα.
18. Υπουργείο Τουρισμού (2021), Σήμα Επισκέψιμου Οινοποιείου.
19. Υπουργείο Τουρισμού (2023), Παραδοτέο «Τοπικά σύμφωνα ποιότητας και πιλοτικές δράσεις στο πλαίσιο του έργου Εκπόνηση Μελετών για την υλοποίηση της Δράσης «Εναλλακτικός Τουρισμός» (ALTTOUR), INTERREG IPA CBC GREECE-ALBANIA 2014-2020.
20. Φορέας Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Σαμαριάς (2013), Ανάπτυξη Σήματος Ποιότητας Προϊόντων και Υπηρεσιών.

21. Research and Markets (2024), Culinary Tourism Market Analysis Report 2024: Increasing Impact of Social Media on Shaping Travel Behaviors – Global Forecasts to 2032.

ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ

- <https://mintour.gov.gr/nomothesia/eidiko-sima-poiotitas-gia-tin-elliniki-koyzina-e-s-p-e-k/>
- <https://mintour.gov.gr/nomothesia/sima-episkepsimoy-oinopoieioy-s-e-o/>
- <https://kavalatalesoftaste.gr/index.php/about/?lang=en>
- www.aegeancuisine.gr
- <http://agrocrete.com/>
- <https://tastecyprus.com.cy/>
- <https://www.macedoniancuisine-pkm.gr/>
- <https://peloponet.gr/%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%83%CF%8D%CE%BC%CF%86%CF%89%CE%BD%CE%BF>
- <https://www.thebrainyinsights.com/report/culinary-tourism-market-14100>
- <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/culinary-tourism-market-report>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/03/18/2847644/28124/en/Culinary-Tourism-Market-Analysis-Report-2024-Increasing-Impact-of-Social-Media-on-Shaping-Travel-Behaviors-Global-Forecasts-to-2032.html>

city marketing



ΕΤΑΜ α.ε.
εταιρεία συμβούλων

**ΕΤΑΜ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΩΝ
& ΜΕΛΕΤΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

✉ Γ. Παπανδρέου 5, 71306, Ηράκλειο Κρήτης

☎ 2810 361242

🌐 www.etam.gr

@ info@etam.gr