

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας

ΔΡΑΣΗ 2: ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
Π1 Μελέτη - Αξιολόγηση Υφιστάμενης Κατάστασης
Πρωτοβουλίας "Kavala - Tales Of Taste"

Μάρτιος 2025

ΑΝΑΔΟΧΟΣ ΕΡΓΟΥ

ΕΤΑΜ α.ε.
εταιρεία συμβούλων



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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	- Μελέτες, έρευνες, αξιολόγηση. - Σχέδιο μάρκετινγκ. - Σχέδιο υλοποίησης μάρκετινγκ. - Επιμέρους σχέδια μάρκετινγκ ανά τομέα. - Παραρτήματα (Έρευνα και Γνώση).
Δράση 2: Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας	- 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	- Σχέδιο Branding. - Μακέτες λογότυπου, 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: «Αξιολόγηση υφιστάμενης κατάστασης Πρωτοβουλίας Kavala – Tales of Taste» 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.

1. ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ & ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Ως αξιολόγηση ορίζεται η αντικειμενική εκτίμηση ενός προγράμματος, μιας πρωτοβουλίας, δράσης ή πολιτικής η οποία εστιάζει σε όλο τον κύκλο ζωής, ήτοι από το σχεδιασμό και τη στρατηγική, μέχρι την υλοποίηση και την αξιοποίηση (διδάγματα που προκύπτουν).

Αντικείμενο της παρούσας αξιολόγησης αποτελεί η πρωτοβουλία “KAVALA -TALES OF TASTE” η οποία ξεκίνησε το 2015 οπότε με απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου Καβάλας εγκρίθηκε η πρόταση της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου Καβάλας για τη δημιουργία γαστρονομικής ταυτότητας και την προώθηση της τοπικής κουζίνας και των τοπικών προϊόντων.

Στόχος της αξιολόγησης είναι να εκτιμηθεί η στόχευση και η λογική της παρέμβασης, να δοθούν απαντήσεις σε ερωτήματα που σχετίζονται με την αποτελεσματικότητα, την αποδοτικότητα, την επίπτωση και τη βιωσιμότητα και να αντληθούν χρήσιμα διδάγματα.

Ειδικότερα, σκοπός της παρούσας αξιολόγησης, η οποία έχει χαρακτήρα εκ των υστέρων αξιολόγησης, είναι να συνεισφέρει στη βελτίωση του σχεδιασμού του νέου εγχειρήματος που αφορά στην ανάπτυξη του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας στην Καβάλα. Μέσα από την αξιοποίηση δεδομένων και στοιχείων της πρωτοβουλίας “KAVALA -TALES OF TASTE”, επιχειρείται να εντοπιστεί τι πήγε καλά και τι όχι, ώστε να αποφευχθούν πιθανοί κίνδυνοι που ενδεχομένως θα επηρεάσουν αρνητικά την πορεία και την εύρυθμη εφαρμογή του νέου Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας.

Η αξιολόγηση είναι ποιοτική και η μεθοδολογική προσέγγιση βασίζεται στα εξής στάδια:

- ☐ Καθορισμός πεδίων αξιολόγησης.
- ☐ Προσδιορισμός αξιολογικών ερωτημάτων.
- ☐ Συλλογή, ανάλυση και επεξεργασία στοιχείων και δεδομένων.
- ☐ Επαφές και συνεντεύξεις με εμπλεκόμενα μέρη και πρόσωπα.
- ☐ Έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου σε επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην πρωτοβουλία¹.
- ☐ Αποτύπωση συμπερασμάτων.

Ειδικότερα και σε ότι αφορά τα πεδία της αξιολόγησης αυτά αφορούν:

- ☐ Τη Φιλοσοφία – το σκοπό και τους στόχους της Πρωτοβουλίας.
- ☐ Το σχεδιασμό της Πρωτοβουλίας.
- ☐ Τους ωφελούμενους & εμπλεκόμενους.
- ☐ Τις προδιαγραφές – κριτήρια ένταξης στην Πρωτοβουλία.
- ☐ Το συντονισμό της Πρωτοβουλίας.
- ☐ Την αποτελεσματικότητα.

Τα αξιολογικά ερωτήματα που μελετώνται είναι:

- ☐ Κατά πόσο η στρατηγική ήταν ορθή και παραμένει επίκαιρη;
- ☐ Πώς αξιολογείται η συνοχή και η συνέργεια του σχεδιασμού;
- ☐ Καταρτίστηκε το κατάλληλο μίγμα εμπλεκόμενων μερών και ποια ήταν η ανταπόκρισή τους;
- ☐ Ήταν επαρκή, απαιτητικά, ρεαλιστικά, εφαρμόσιμα τα κριτήρια για την απόδοση του Σήματος;
- ☐ Πώς αξιολογείται το πλαίσιο διαχείρισης και εφαρμογής της Πρωτοβουλίας ως προς την επίτευξη του σχεδιασμού;

¹ Το ερωτηματολόγιο και τα αποτελέσματα της έρευνας παρατίθενται στο παράρτημα.

- ☐ Η διαδικασία ελέγχου και πιστοποίησης των επιχειρήσεων ήταν ορθά σχεδιασμένη;
- ☐ Ποιες ήταν οι εκροές - αποτελέσματα της Πρωτοβουλίας;

2. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

ΠΕΔΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ : ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ, ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ

Η πρωτοβουλία “KAVALA – TALES OF TASTE” αποτέλεσε ένα σχέδιο και μια προσπάθεια συγκρότησης και ανάδειξης της γαστρονομικής ταυτότητας της Καβάλας, των τοπικών πρώτων υλών και προϊόντων, και ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού στο Δήμο Καβάλας.

Περιλάμβανε μια δέσμη ενεργειών με σκοπό τη δημιουργία γαστρονομικής ταυτότητας, υπό την επιδίωξη να προωθηθεί η τοπική γαστρονομική κληρονομιά και να ενισχυθεί η τοπική οικονομία και οι παραγωγικοί τομείς. Επιστέγασμα της πρωτοβουλίας ήταν η προσπάθεια πιστοποίησης επιχειρήσεων και απόδοσης του Σήματος τοπικής κουζίνας «KAVALA – TALES OF TASTE».

Στόχοι του σχεδίου αποτέλεσαν:

- ☒ η αναβάθμιση της ποιότητας, αλλά και της εικόνας της γαστρονομίας του Δήμου Καβάλας,
- ☒ ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος και η σύνδεσή του με τις τοπικές γαστρονομικές παραδόσεις,
- ☒ η διατήρηση και η προώθηση ιστορικών, πολιτιστικών και ποιοτικών διαστάσεων της τοπικής γαστρονομίας,
- ☒ η ευαισθητοποίηση και ενημέρωση του τοπικού πληθυσμού με στόχο την επιστροφή στις διατροφικές γευστικές και υγιεινές συνήθειες του παρελθόντος,
- ☒ η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας,
- ☒ η ανάδειξη της δράσης “Kavala -Tales of Taste” ως σημείο αναφοράς για ένα νέου τύπου ολοκληρωμένο σχεδιασμό σε τοπικό επίπεδο.

Αξιολογικό Ερώτημα: Κατά πόσο η στρατηγική ήταν ορθή και παραμένει επίκαιρη;

Οι παραπάνω στόχοι συνδέονταν άρρηκτα τόσο με τους εθνικούς, όσο και με τους περιφερειακούς στρατηγικούς στόχους της περιόδου 2014-2020, οπότε και έλαβε χώρα χρονικά η πρωτοβουλία. Ιδίως συνδέονταν με εκείνους τους στόχους που αφορούσαν:

- ✔ στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέσω της ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού (μεταξύ των οποίων και ο γαστρονομικός τουρισμός),
- ✔ στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας,
- ✔ στην πιστοποίηση προϊόντων/υπηρεσιών των επιχειρήσεων για την αναβάθμιση της ποιότητας της τουριστικής προσφοράς,
- ✔ στην ανάπτυξη συνεργειών στο σύμπλεγμα τουρισμός - πολιτισμός - αγροδιατροφή,
- ✔ στη δικτύωση του τουριστικού κλάδου με κλάδους που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν (εστίαση, εμπόριο, μεταποίηση) και
- ✔ στην αειφόρο διαχείριση των τοπικών πόρων.

Η φιλοσοφία και η στόχευση ήταν στη σωστή κατεύθυνση δεδομένης της πλούσιας γαστρονομικής κληρονομιάς της Καβάλας, των ποιοτικών τοπικών προϊόντων, αλλά και του μονοδιάστατου χαρακτήρα του τουριστικού προϊόντος (ήλιος-θάλασσα) και των χαμηλών τουριστικών δεικτών που υπαγόρευαν την ανάγκη ενίσχυσης της εξωστρέφειας της περιοχής μέσω της βελτίωσης της ποιότητας της τουριστικής προσφοράς και της ανάπτυξης ενός νέου τουριστικού προϊόντος, αυτό του γαστρονομικού τουρισμού.

Η φιλοσοφία της Πρωτοβουλίας εξακολουθεί να είναι το ίδιο επίκαιρη, καθώς η γαστρονομία:

- ☒ είναι ένας από τους τομείς που εκτιμούν περισσότερο οι τουρίστες, αφού το 1/3 των δαπανών τους αφιερώνεται στο φαγητό,
- ☒ αποτελεί κίνητρο ταξιδιωτικής μετακίνησης αλλά και συστατικό στοιχείο ενός διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος,
- ☒ είναι αναπόσπαστο στοιχείο για τη γνωριμία της ταυτότητας, του τρόπου ζωής ενός προορισμού και του τοπικού πολιτισμού,
- ☒ ενισχύει την εικόνα του προορισμού, αυξάνει την επισκεψιμότητα, τη μέση τουριστική δαπάνη και συνεισφέρει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου,
- ☒ συνιστά στρατηγικό στοιχείο για τον προσδιορισμό της εικόνας και του brand ενός τόπου/προορισμού.

ΠΕΔΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ : ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ

Η βάση για την έναρξη συγκρότησης της τοπικής γαστρονομικής ταυτότητας της Καβάλας τέθηκε με την υπ' αριθ. 923/14-12-2015 απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου Καβάλας, που ενέκρινε σχετική πρόταση της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου Καβάλας.

Ο σχεδιασμός της Πρωτοβουλίας «KAVALA – TALES OF TASTE» έγινε στη βάση συμμετοχικού σχεδιασμού με τη συγκρότηση Τριμελούς Επιτροπής αποτελούμενη από τον πρόεδρο του Σωματείου Διευθυντών Εστιατόρων – Ταβερνών – Εξοχικών Κέντρων Καβάλας, τον πρόεδρο του Συνδέσμου Ξενοδόχων Ν. Καβάλας, εκπρόσωπο της Δημοτικής Κοινωφελούς Επιχείρησης Καβάλας «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» και σε συνεργασία με εξωτερικό συνεργάτη.

Ειδικότερα, η Πρωτοβουλία «KAVALA – TALES OF TASTE» σχεδιάστηκε να υλοποιηθεί σε επτά (7) επιμέρους στάδια ήτοι:

1. **Γαστρονομική καταγραφή**
Καταγραφή, μελέτη, χαρτογράφηση παραδοσιακών και σύγχρονων τοπικών συνταγών, πρώτων υλών, προϊόντων και διατροφικών συνηθειών και εθίμων, κατάρτιση μητρώου τοπικών προμηθευτών.
2. **Ονοματοθεσία**
Σύνδεση των συνταγών με την περιοχή και την ιστορία του τόπου.
3. **Σχεδιασμός νέων συνταγών**
Δημιουργία νέων συνταγών – ανάπτυξη δημιουργικού συνταγολογίου.
4. **Υλοποίηση σεμιναρίων**
Υλοποίηση τεσσάρων (4) σεμιναρίων ειδικών ομάδων στόχων (επαγγελματίες εστίασης) αναφορικά με το σχεδιασμό και την εφαρμογή του εδεσματολογίου.
5. **Εγχειρίδιο συνταγών**
Δημιουργία εγχειριδίου νέων συνταγών.
6. **Συμβουλευτική**

Συναντήσεις με εκπροσώπους στοχευμένων επαγγελματικών φορέων σε συναφείς κλάδους και υποστήριξή τους για τη βέλτιστη εφαρμογή του δημιουργικού συνταγολογίου στις τοπικές επιχειρήσεις.

7. Δημοσιότητα

Ανάπτυξη δράσεων προβολής – δημοσιότητας όπως οπτική και λεκτική ταυτότητα, προωθητικές εκδηλώσεις και ενέργειες (π.χ. επισκέψεις δημοσιογράφων τουρισμού και γαστρονομίας, food bloggers στην Καβάλα, έντυπες και ηλεκτρονικές καταχωρήσεις στον ελληνικό τύπο, διαγωνισμός υποβολής παραδοσιακών συνταγών, κ.α.).

Πέραν των παραπάνω, προβλέφθηκε διαδικασία για την πιστοποίηση των επιχειρήσεων της Καβάλας και την απονομή του Σήματος «KAVALA – TALES OF TASTE».

Αξιολογικό Ερώτημα: Πώς αξιολογείται η συνοχή και η συνέργεια του σχεδιασμού;

Ο σχεδιασμός της Πρωτοβουλίας χαρακτηρίζεται ολοκληρωμένος, καθώς δεν αφορούσε μεμονωμένες ενέργειες, αλλά μια δέσμη δράσεων με υψηλή συνέργεια, συνοχή και λογική αλληλουχία.

ΠΕΔΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ: ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ - ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ

Στην Πρωτοβουλία, πέραν του Δήμου Καβάλας και της «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» συμμετείχαν και συνεργάστηκαν το Επιμελητήριο Καβάλας, το Σωματείο Διευθυντών Εστιατόρων – Ταβερνών – Εξοχικών Κέντρων Καβάλας, ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων Ν. Καβάλας, και η βασική ομάδα στόχος που ήταν οι επιχειρήσεις εστίασης, αλλά και οι τοπικές σχολές μαγειρικής ως φορείς διάσωσης και διάδοσης της τοπικής κουζίνας. Ακόμη, συμμετείχαν πολιτιστικοί σύλλογοι μέσω της συνεργασίας με τη Διεύθυνση Πολιτισμού της «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» στο πλαίσιο της συγκέντρωσης λαογραφικού, ιστορικού υλικού σχετικού με τα έθιμα και τις διατροφικές συνήθειες της περιοχής. Τέλος, ομάδα στόχος αποτέλεσε και η τοπική κοινωνία, για την ενημέρωση - ευαισθητοποίησή της για τις νέες συνταγές και τη συνέχιση της τοπικής γαστρονομικής παράδοσης.

Αξιολογικό Ερώτημα: Καταρτίστηκε το κατάλληλο μίγμα εμπλεκόμενων μερών και ποια ήταν η ανταπόκρισή τους;

Δεδομένου ότι η Πρωτοβουλία είχε ως αντικείμενο τη γαστρονομία, την τοπική κουζίνα και την πιστοποίηση επιχειρήσεων με απονομή Κοινού Σήματος, το σύστημα των εμπλεκόμενων μερών που ενεργοποιήθηκε θεωρείται ότι ήταν το κατάλληλο, αφού σε πρώτη φάση προβλέπονταν η συμμετοχή για την απόκτηση Σήματος μόνο των επιχειρήσεων εστίασης και τουρισμού (πάσης φύσεως κέντρα εστίασης και εστιατόρια εντός ξενοδοχείων).

Οι εμπλεκόμενοι φορείς στην υλοποίηση του “KAVALA - TALES OF TASTE” ανταποκρίθηκαν αρχικά θετικά στην προσπάθεια αυτή και συμμετείχαν στις ενημερωτικές συναντήσεις που διοργανώθηκαν από την «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ», ως φορέας υλοποίησης της Πρωτοβουλίας.

Οι άμεσα ωφελούμενοι – επιχειρηματίες - εκδήλωσαν ικανοποιητικό ενδιαφέρον στο πλαίσιο των ενημερωτικών συναντήσεων /σεμιναρίων. Συγκεκριμένα, υλοποιήθηκαν στο διάστημα 7/2/2018 – 21/03/2018 τέσσερα (4) εκπαιδευτικά σεμινάρια για τους επαγγελματίες της εστίασης με θεωρητικό και πρακτικό μέρος. Συμμετείχαν 34 επιχειρήσεις εστίασης του Δήμου Καβάλας. Η παρακολούθηση των σεμιναρίων ήταν απαραίτητη (κριτήριο αποκλεισμού) για τη δυνατότητα συμμετοχής στη διαδικασία απόκτησης του κοινού Σήματος “KAVALA- TALES OF TASTE”.

Ωστόσο, μειωμένη αξιολογείται η ανταπόκριση των επιχειρήσεων για την αξιολόγησή τους και την απόκτηση του Σήματος, καθώς από τις 34 επιχειρήσεις που συμμετείχαν στον κύκλο των 4 σεμιναρίων, μόνο 14 επιχειρήσεις (41%) υπέβαλλαν αίτηση πιστοποίησης.

Αντίστοιχα, μειωμένη ήταν η ανταπόκριση των επιχειρήσεων σε σχετική πρόσκληση για επίσκεψη της επιχείρησής τους από δημοσιογράφους γεύσης και τουρισμού. Αίτηση συμμετοχής υπέβαλλαν 13 επιχειρήσεις. Η εν λόγω ενέργεια σχεδιάστηκε στο πλαίσιο της εξωστρέφειας - προβολής της πρωτοβουλίας και της ανάδειξης της Καβαλιώτικης Κουζίνας.

Αναφέρεται ότι υπήρξε ενημέρωση της «ΔΗΛΩΦΕΛΕΙΑ» αναφορικά με τα οφέλη που συνεπάγεται η απόκτηση του Σήματος προκειμένου να παροτρυνθούν οι επιχειρηματίες να συμμετάσχουν στην Πρωτοβουλία.

Ωστόσο, οι συμμετέχοντες στην έρευνα μέσω ερωτηματολογίου αναφέρουν ότι οι βασικοί λόγοι μη συμμετοχής τους στο στάδιο της πιστοποίησης ήταν, αφενός, η ανεπαρκής ενημέρωση και, αφετέρου, η αντίληψη ότι η απόκτηση του σήματος αποφέρει περιορισμένα οφέλη, υπογραμμίζοντας την αδυναμία ανάδειξης της προστιθέμενης αξίας του σήματος "Kavala Tales of Taste" για την τοπική αγορά.

Τα ευρήματα αυτά αναδεικνύουν την ασθενή σύνδεση της πρωτοβουλίας με τις επιχειρήσεις και υπογραμμίζουν την ανάγκη υιοθέτησης πιο στοχευμένων και αποτελεσματικών δράσεων ενημέρωσης, καθοδήγησης, συμβουλευτικής υποστήριξης, καθώς και ενίσχυσης των παρεχόμενων κινήτρων, προκειμένου να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ σχεδιασμού και υλοποίησης.

ΠΕΔΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ: ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ – ΟΡΟΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Επιστέγασμα της Πρωτοβουλίας «KAVALA -TALES OF TASTE» ήταν η προσπάθεια πιστοποίησης των επιχειρήσεων εστίασης στη βάση συγκεκριμένων κριτηρίων συμμόρφωσης.

Τα κριτήρια πιστοποίησης διαμορφώθηκαν σε δύο (2) ομάδες ως ακολούθως:

ΟΜΑΔΑ Α

1. Άδεια λειτουργίας και σε περίπτωση τουριστικής μονάδας, σήμα ΕΟΤ σε ισχύ.
2. Τήρηση των απαιτήσεων της υγειονομικής νομοθεσίας.
3. Τήρηση κανόνων υγιεινής και καθαριότητας των χώρων του καταστήματος.
4. Τήρηση κανόνων υγιεινής και καθαριότητας από το προσωπικό.
5. Αισθητική του χώρου, εμφάνιση των εργαζομένων και των πιάτων.
6. Συμπεριφορά προσωπικού και ιδιοκτήτη.
7. Προσφορά καλωσορίσματος και αποχαιρετιστήριου κεράσματος.
8. Συμμετοχή στα σεμινάρια της «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ».
9. Γενική εικόνα.

ΟΜΑΔΑ Β

Πρώτες Ύλες: τουλάχιστον το 50% των πρώτων υλών που αφορούν γαλακτοκομικά, κρέατα, θαλασσινά, λαχανικά, φρούτα, πατάτες, όσπρια, λάδι – ελιές και κρασί – τσίπουρο – ούζο να είναι από την περιοχή του Δήμου Καβάλας ή του Ν. Καβάλας.

Συνταγές: τουλάχιστον το 20% των συνταγών να ανήκει στις συνταγές της Καβαλιώτικης Κουζίνας όπως αυτές περιλαμβάνονται στο εγχειρίδιο συνταγών ή να υπάρχουν τουλάχιστον 6 συνταγές από αυτές (2 ορεκτικά, 1 σαλάτα, 2 κυρίως πιάτα εκ των οποίων 1 με κρέας και 1 με θαλασσινά, και 1 γλυκό).

Αξιολογικό Ερώτημα: Ήταν επαρκή, απαιτητικά, ρεαλιστικά, εφαρμόσιμα τα κριτήρια για την απόδοση του Σήματος;

Αναφορικά με το σύστημα κριτηρίων που προτάθηκε, αυτό αξιολογείται θετικά ως προς τον αριθμό τους. Συνολικά το σύστημα αξιολόγησης περιλάμβανε 11 κριτήρια. Η εμπειρία από άλλα Σύμφωνα Ποιότητας ανά την Ελλάδα και τον διεθνή χώρο έχει αποδείξει ότι η θέσπιση πολλών κριτηρίων τρομάζει και αποθαρρύνει τους δυνητικά ενδιαφερόμενους και καθιστά συχνά δύσκολη τη συμμόρφωση των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα το μειωμένο ενδιαφέρον και την απαξίωση τελικά τέτοιων εγχειρημάτων.

Επίσης, η επάρκεια των κριτηρίων αξιολογείται σχετικά θετικά, καθώς καλύπτουν το βασικό φάσμα παραμέτρων ποιοτικής λειτουργίας μιας επιχείρησης, ωστόσο απουσιάζουν κριτήρια περιβαλλοντικής συμμόρφωσης, χρήσης νέων τεχνολογιών, κ.α..

Επιπλέον, τα κριτήρια της Ομάδας Α χαρακτηρίζονται γενικά, χωρίς συγκεκριμένη περιγραφή και επεξήγηση, γεγονός που δε βοηθά τις επιχειρήσεις να αντιληφθούν εύκολα αν πληρούν ή όχι τα κριτήρια και τι είδους ενέργειες απαιτούνται για τη συμμόρφωσή τους σε αυτά. Επίσης, το γενικό περίγραμμα των κριτηρίων δε διευκολύνει τους «επιθεωρητές» που ασκούν τον έλεγχο συμμόρφωσης των επιχειρήσεων.

Τα κριτήρια ως προς την εφαρμοσιμότητά τους αξιολογούνται θετικά, καθώς δεν εντοπίζεται κάποια ιδιαίτερη σύνθετη προϋπόθεση που να δημιουργεί αυξημένες απαιτήσεις και να λειτουργεί αποτρεπτικά για τις επιχειρήσεις.

Ως προς τα κριτήρια της Ομάδας Β που αφορούν στο εδεσματολόγιο, επισημαίνεται ότι θα μπορούσαν να είχαν προβλεφθεί ορισμένοι ακόμη όροι στην κατεύθυνση της επίτευξης της μέγιστης δυνατής ποιότητας των υπηρεσιών των εστιατορίων.

Σε συνέχεια των παραπάνω και βάσει των απαντήσεων στην έρευνα μέσω ερωτηματολογίου η πλειονότητα των συμμετεχόντων θεωρεί ότι τα κριτήρια ήταν κατανοητά και εφαρμόσιμα σε ποσοστό 60%, ωστόσο δεν ήταν ρεαλιστικά (60%) και αρκετά σαφή (80%).

Ειδικότερα ως προς το εδεσματολόγιο επισημαίνουν ότι η πρόταση συγκεκριμένων συνταγών χωρίς να έχει προηγηθεί σχετική συζήτηση αποτέλεσε εμπόδιο και δυσκολία για τη συμμετοχή των επιχειρήσεων στην πρωτοβουλία.

Όσον αφορά τον βαθμό δυσκολίας προσαρμογής των επιχειρήσεων στις απαιτήσεις και τα κριτήρια της Πρωτοβουλίας, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (40%) αξιολογεί τη συμμόρφωση ως «δύσκολη», ενώ ένα επιπλέον 40% τη χαρακτηρίζει «μέτρια». Παράλληλα, οι απαντήσεις των συμμετεχόντων καταδεικνύουν ότι το επίπεδο παρεχόμενης υποστήριξης προς τις επιχειρήσεις (ενημέρωση, συμβουλευτική) για τη διευκόλυνση της συμμόρφωσης κρίθηκε από ανεπαρκές έως χαμηλό.

Σε ερώτημα σχετικά με τα κριτήρια που δυσκόλεψαν περισσότερο τους συμμετέχοντες, η πλειονότητα των επιχειρηματιών, σε ποσοστό 80%, θεωρεί τη χρήση τοπικών πρώτων υλών ως το πλέον απαιτητικό κριτήριο. Το 40% των ερωτηθέντων εντοπίζει δυσκολίες στην ένταξη τοπικών συνταγών στο μενού τους, ενώ οι υγειονομικές και λειτουργικές προδιαγραφές φαίνεται να αποτελούν το μικρότερο εμπόδιο, συγκεντρώνοντας μόλις το 20% των απαντήσεων.

ΠΕΔΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ : ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Την ευθύνη υλοποίησης της Πρωτοβουλίας ανέλαβε η Δημοτική Κοινωνικής Επιχείρηση Καβάλας «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ», η οποία σήμερα δεν υφίσταται, καθώς καταργήθηκε βάσει του Νόμου 5056/2023 του Υπουργείου Εσωτερικών. Υποστηρικτικά και στο πλαίσιο του συμμετοχικού σχεδιασμού και της ευαισθητοποίησης – κινητοποίησης της επιχειρηματικής κοινότητας συμμετείχαν κι άλλοι φορείς όπως το Επιμελητήριο Καβάλας, ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων Ν. Καβάλας και το Σωματείο Διευθυντών Εστιατόρων – Ταβερνών – Εξοχικών Κέντρων Καβάλας.

Αξιολογικό ερώτημα: Πώς αξιολογείται το πλαίσιο διαχείρισης και εφαρμογής της Πρωτοβουλίας ως προς την επίτευξη του σχεδιασμού;

Το γεγονός της κατάργησης της «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ», αλλά και της αλλαγής διοικήσεων και εκπροσώπων των παραπάνω συλλογικών οργάνων δεδομένου ότι έχει παρέλθει τουλάχιστον μια πενταετία από τότε που σταμάτησε η Πρωτοβουλία, δημιουργεί δυσκολίες στην αξιολόγηση ως προς τη συλλογή δεδομένων και τις επαφές με τα τότε εμπλεκόμενα πρόσωπα.

Στηριζόμενοι στα διαθέσιμα δευτερογενή στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τον Δήμο Καβάλας και το αρχείο της Πρωτοβουλίας προκύπτει ότι ο συντονισμός των δράσεων και η υλοποίηση των προβλεπόμενων ενεργειών ήταν επιτυχής ως ένα βαθμό, καθώς όσες δράσεις προβλέπονταν στον σχεδιασμό εν τέλει υλοποιήθηκαν, με εξαίρεση το σκέλος της πιστοποίησης των επιχειρήσεων και της απόδοσης του Σήματος που αποτελεί και το κρισιμότερο στάδιο της Πρωτοβουλίας.

Αξιολογικό ερώτημα: Η διαδικασία ελέγχου και πιστοποίησης των επιχειρήσεων ήταν ορθά σχεδιασμένη;

Σε ότι αφορά την πιστοποίηση των επιχειρήσεων και την απόδοση του Ειδικού Σήματος, σε επίπεδο σχεδιασμού η διαδικασία που προβλέφθηκε ήταν ολοκληρωμένη, καθώς περιλάμβανε όλα τα απαιτούμενα στάδια ήτοι:

- αίτηση επιχείρησης,
- αξιολόγηση αίτησης,
- έλεγχος συμμόρφωσης επιχείρησης με επιτόπια επίσκεψη στη βάση συγκεκριμένου συστήματος βαθμολόγησης,
- ενημέρωση επιχείρησης για το αποτέλεσμα ελέγχου,
- συμβουλευτική διορθωτικών ενεργειών σε περίπτωση απόρριψης για επανυποβολή αίτησης,
- απονομή Σήματος σε περίπτωση θετικής αξιολόγησης.

Επίσης, η πρόβλεψη για μια 3μελή Επιτροπή που θα είχε την ευθύνη ελέγχου των επιχειρήσεων με τη συμμετοχή ενός (1) ατόμου από τη «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» και δύο (2) εξωτερικών συνεργατών αξιολογείται θετικά.

Ωστόσο όπως προκύπτει από την έρευνα ερωτηματολογίου, οι μηχανισμοί υποστήριξης της πρωτοβουλίας δεν παρείχαν την απαραίτητη βοήθεια, αφήνοντας τις επιχειρήσεις χωρίς την απαιτούμενη συμβουλευτική υποστήριξη για να ανταποκριθούν επιτυχώς στα κριτήρια της πιστοποίησης.

ΠΕΔΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ: ΤΕΛΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ - ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Αξιολογικό ερώτημα: Επιτεύχθηκαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα;

Στο πλαίσιο της Πρωτοβουλίας δεν είχε προβλεφθεί κάποιο σύστημα δεικτών βάσει του οποίου θα αξιολογούνταν τα αποτελέσματα και οι επιπτώσεις της. Ως προς το τελικό αποτέλεσμα, σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν, αναφέρονται παρακάτω οι εκκροές από την υλοποίηση της Πρωτοβουλίας:

- ✓ Υλοποιήθηκε ιστορική και γαστρονομική έρευνα και έγινε καταγραφή των διατροφικών συνηθειών της περιοχής της Καβάλας.
- ✓ Καταρτίστηκε μητρώο τοπικών προμηθευτών με 216 παραγωγούς και προμηθευτές από την Περιφερειακή Ενότητα Καβάλας.
- ✓ Καταγράφηκαν 370 συνταγές που αφορούν στην περιοχή της Καβάλας.
- ✓ Επανασχεδιάστηκαν 23 παραδοσιακές συνταγές προσαρμοσμένες στη σύγχρονη κουζίνα. Καθεμιά συνοδεύεται από τον τίτλο της, την ιστορία που συνοδεύει τα υλικά παρασκευής, μια σύντομη αφήγηση με κοινωνικά, πολιτιστικά και λαογραφικά στοιχεία της περιοχής.

ΣΥΝΤΑΓΕΣ

**Βοδινό ανατολίτικο με πουρέ μελιτζάνας**

Χρώματα και αρώματα Οι συμπολίτες μας από την Κωνσταντινούπολη μας έμαθαν να τσαλακώνουμε όλες μας τις αισθήσεις και να δημιουργούμε μέσα από αυτές τις γευστικές μας αναμνήσεις. ...

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

**Μυρωδάτους χταποδοκεφτέδες Θάσου με μαστιγέλαιο λεμονιού και μουστάρδα**

Θάσος: Το σμαραγδένιο νησί με την πλούσια βλάστηση και τον τεράστιο θαλάσσιο πλούτο. Η Θάσος είναι βασικά ένα αυτόνομο διατροφικό νησί. Οι νησιώτες πέρασαν πολλά...

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

**Καλαμάρι γεμιστό με ρύζι (καβάλας)**

Εδώ πρέπει να πάμε πολύ πιο πίσω στα χρόνια του Μεγάλου Αλεξάνδρου και να κάνουμε ένα μικρό πολιτιστικό ταξίδι σε διάφορα μέρη του...

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

**Ψαρόσουπα Καβάλας, μοναστηριακή, με Παγγαίο ταχίνι και ξύδι.**

Λίγη ιστορία της αστικής πόλης των ψαριών Αυτή η συνταγή είναι επηρεασμένη από την αρχαιότητα και τη χρήση τοπικών προϊόντων. Το έφερε η μητέρα μου...

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

**Κόκκινη κολοκύθα με καπνιστή μοτσαρέλα Κορυφές**

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ



**«Ιταλικά» καβούρια
με ρύζι από τη Θράκη**

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)

Λιασμένο σκουμπρι με πλιγούρι Καπαδοκίας Νόστιμοι γάμοι

Είπαμε ότι το μαγειρεμένο ψάρι είναι το αγαπημένο μας, αλλά είναι και το παστό, ένας λαχταριστός μεζές για το ούζο μας. Ιδιαίτερα αποξηραμένο στον ήλιο, είναι...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Σαλιγκάρια
με πλιγούρι (πλιγούρι βρώμης)**

Οι θεραπευτικές ιδιότητες των αιθέριων ελαίων ήταν γνωστές από παλιά, τόσο στην ιατρική όσο και στη γαστρονομία. Η υψηλή περιεκτικότητά τους σε χωρίς χοληστερόλη...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Κοτόπουλο σούπα με αμύγδαλο
& αυγολέμονο**

Επηρέασε πολύ τον τόπο μας. Άλλωστε στην Οθωμανική Αυτοκρατορία οι ζυμώσεις λαών και εθνοτήτων που υπήρχαν δεν μπορούσαν να μην μας αγγίζουν, καθώς...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Τηγανητά κολοκυθάκια γεμιστά με φέτα
θάσου και κουλούρι κόκκινη πιπεριά με
τζιντζερ**

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Αρνί με δαμάσκηνα
και βερνίκι**

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Γιαούρτι μπαβαρούζ
με γλυκό καρύδι θάσου**

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Φωτιστικό
με σπανάκι (Tronchikos con carne)**

Οι Σεφαραδίτες της Καβάλας αφήσαν το στίγμα τους και πληρώσαν με τη ζωή τους την πίστη τους. Στην πόλη έδιναν και έπαιρναν, ενσωματώθηκαν και...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Ποντιακό τυρόπιτα με πίτα, κρέμα
μοτσαρέλα (Κορυφές) και γλυκό από
σταφύλια Περάμου.**

Ενα μωσαϊκό πολιτισμών και γεύσεων παίρνοντας τα προϊόντα, τις τεχνικές και θέλοντας να δείξουμε τον γαστρονομικό πλούτο, την ισχυρή ενοποίηση όλων των...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Μαντί-ζυμαρικά με κίτρινη κολοκύθα
& αρνί**

Το άθος του Πόντου Το ποντιακό στοάσιο, έντονο στην πόλη μας, ο Πόντιος = αυτός που βγαίνει από τη θάλασσα, εξ ου και η ανάμνη των Ποντιών...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Μυδοκούπες από τη Μικρά Ασία με μαύρη
σταφίδα & κουκουνάρι**

Πολυπολιτισμικότητα και τοπικότητα Μετά το 1922, η Καβάλα ήταν ανάμεσα στις ελληνικές πόλεις που εμπλουτίστηκαν με νέους κατοίκους, τους επιζώντες πρόσφυγες της Μικράς Ασίας. Ενσωματώθηκαν στο...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Σαρδέλα πιλάφι Καβάλας μαγειρεμένο με
άλλο τρόπο**

Sardines lovers (Sardelades) - Κασελάδες Η πόλη των ψαριών! Μια πόλη σχεδόν νησί αφού βρέχει σχεδόν παντού δίπλα στη θάλασσα... ..

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



**Παλιά σαλάτα Καβάλας
με γαρίδες και ξεχωριστή σάλτσα Καβάλας
(με ούζο)**

Επιρροές του «έξω κόσμου», λόγω του εμπορίου και του αστικού στυλ των Καβαλιανών. Αν μη τι άλλο, η Καβάλα παράγει ψάρια και θαλασσινά. Το...

[ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ](#)



Ο καπνεργάτης Ορεκτικό

Η πρόσφατη ιστορία της πόλης μας σε ένα πιάτο Η πόλη μας, η Καβάλα, έχει χαρακτηριστεί ως η Μέκκα του καπνού. Ο καπνός ήταν το άλλο προϊόν...



**Χόρτα καπνιστά
με κουφέτα Παγγαίου (Καννυμα) και αυγά**

✔ Πραγματοποιήθηκαν 4 συναντήσεις εργασίας με:

- α) επαγγελματικούς φορείς της πόλης (Επιμελητήριο Καβάλας, Σύνδεσμο Ξενοδόχων Καβάλας, Σωματείο Εστιάτοριων Καβάλας),
- β) με σχολές μαγειρικής της πόλης, Δημόσιο ΙΕΚ Καβάλας και ιδιωτικές σχολές,
- γ) με τα μέλη του Δ.Σ. του Σωματείου Εστιάτοριων Καβάλας και
- δ) με chef των ξενοδοχείων της πόλης της Καβάλας.

Φωτογραφικό υλικό από συναντήσεις εργασίας



Φωτ.: Συμμετέχοντες στις συναντήσεις εργασίας

✔ Υλοποιήθηκαν 4 εκπαιδευτικά σεμινάρια για επαγγελματίες εστίασης με τη συμμετοχή 34 επιχειρήσεων, ήτοι:

1. Σεμινάριο: «Μενού ή κατάλογος εστιατορίου; Η σημασία της δημιουργία καταλόγου».
2. Σεμινάριο: «Η σημασία της κοστολόγησης ως εργαλείο ανάπτυξης για την κερδοφορία των επιχειρήσεων εστίασης και φιλοξενίας».
3. Σεμινάριο: «Ασφάλεια και Υγιεινή στις Επισιτιστικές Επιχειρήσεις».
4. Σεμινάριο: «Η Τέχνη του σερβιρίσματος» & «Η τέχνη του κρασιού».

Φωτογραφικό υλικό από τα σεμινάρια



Φωτ.: Επαγγελματίες από το χώρο της εστίασης



Φωτ.: Πρόεδρος «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» κα Ιωσηφίδου, Executive Chef κ.Φωτιάδης



Φωτ.: Μαγειρική επίδειξη από τον Executive Chef κ. Νίκο Φωτιάδη



Φωτ.: Συμμετοχή σε μαγειρική Παρασκευή επιχειρηματιών εστίασης

- ✓ Δημιουργήθηκε η λεκτική και οπτική ταυτότητα : «Καβάλα – Ιστορίες Γεύσεων /Kavala – Tales of Taste».

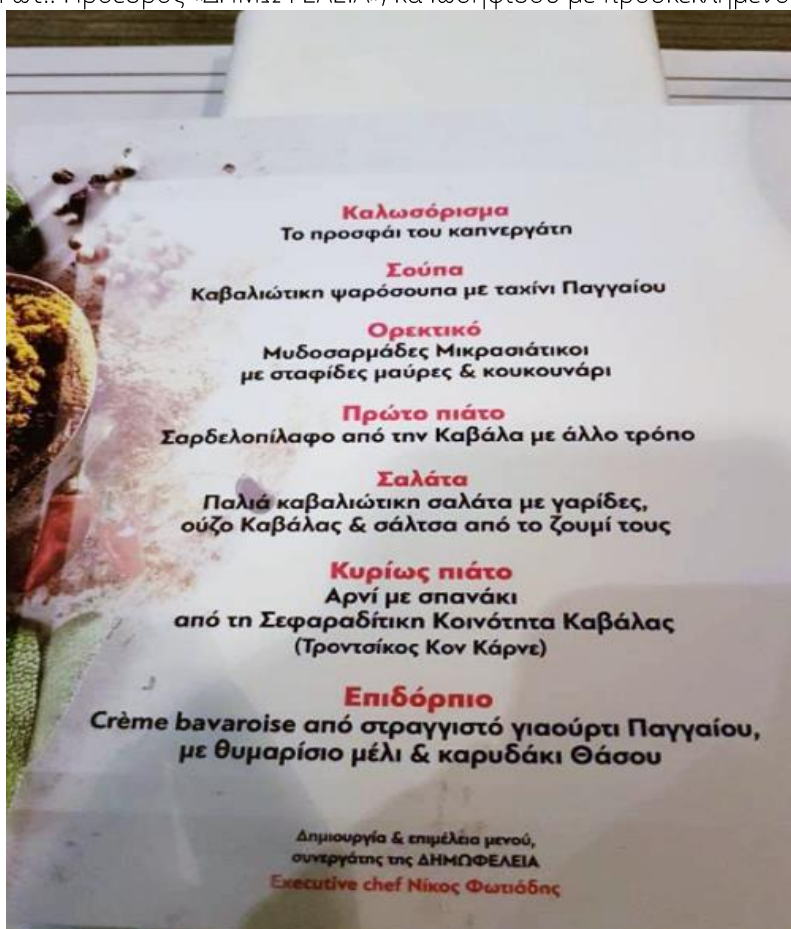


- ✓ Καταρτίστηκε και εκτυπώθηκε το συνταγολόγιο - εγχειρίδιο με τις 23 νέες συνταγές το οποίο περιλάμβανε αναλυτικά τα υλικά της συνταγής, τα απαιτούμενα σκεύη και τον τρόπο παρασκευής, καθώς και φωτογραφική τεκμηρίωση κάθε συνταγής.
- ✓ Πραγματοποιήθηκαν 10 συναντήσεις με εκπροσώπους στοχευμένων επαγγελματικών φορέων σε συναφείς κλάδους για την υποστήριξή τους στη βέλτιστη εφαρμογή του Συνταγολογίου στις τοπικές επιχειρήσεις.

- ✓ Υλοποιήθηκε η εκδήλωση «Φεστιβάλ Καβαλιώτικης Κουζίνας» στην Αθήνα με τη συμμετοχή 34 δημοσιογράφων γεύσης και τουρισμού από όλα τα μεγάλα δημοσιογραφικά μέσα της χώρας.



Φωτ.: Πρόεδρος «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ», κα Ιωσηφίδου με προσκεκλημένους

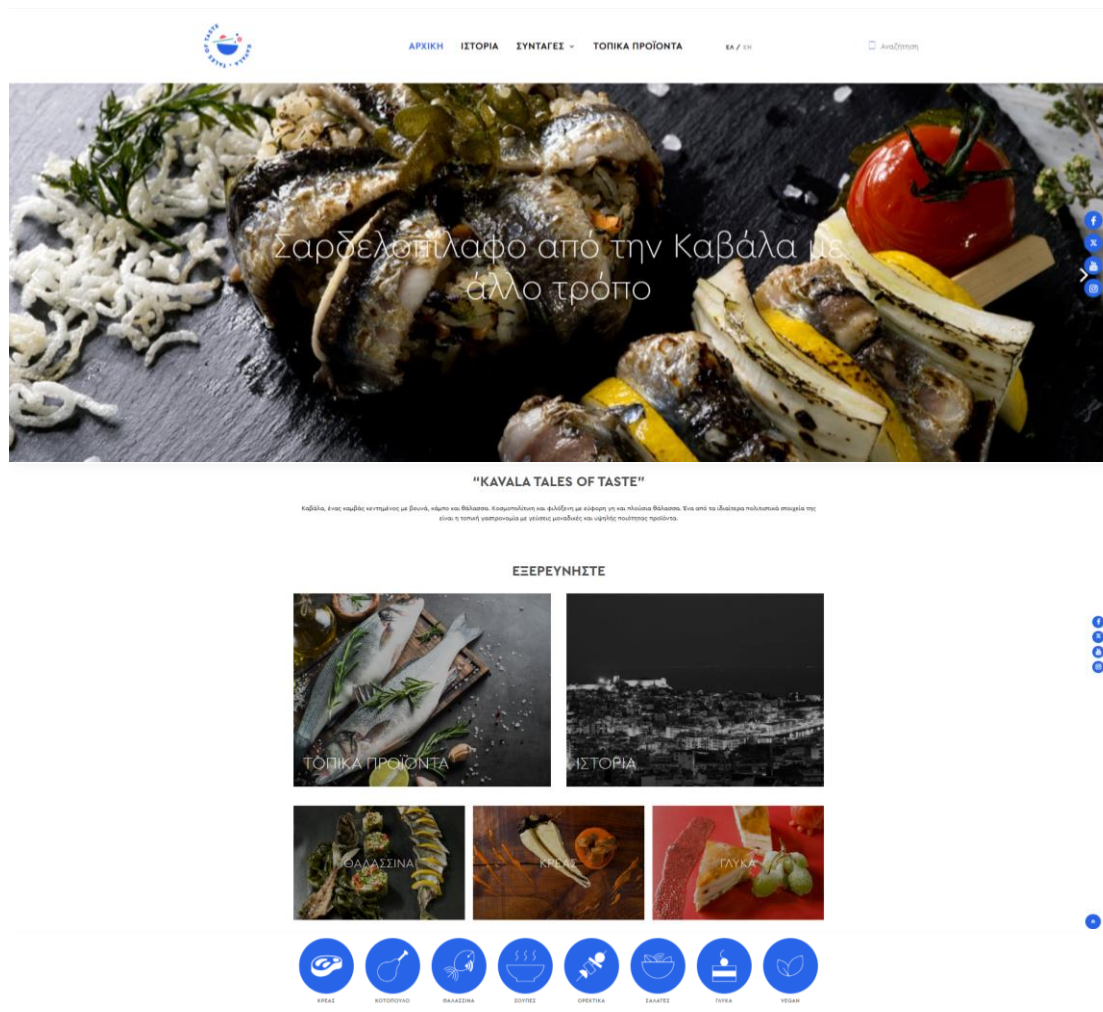


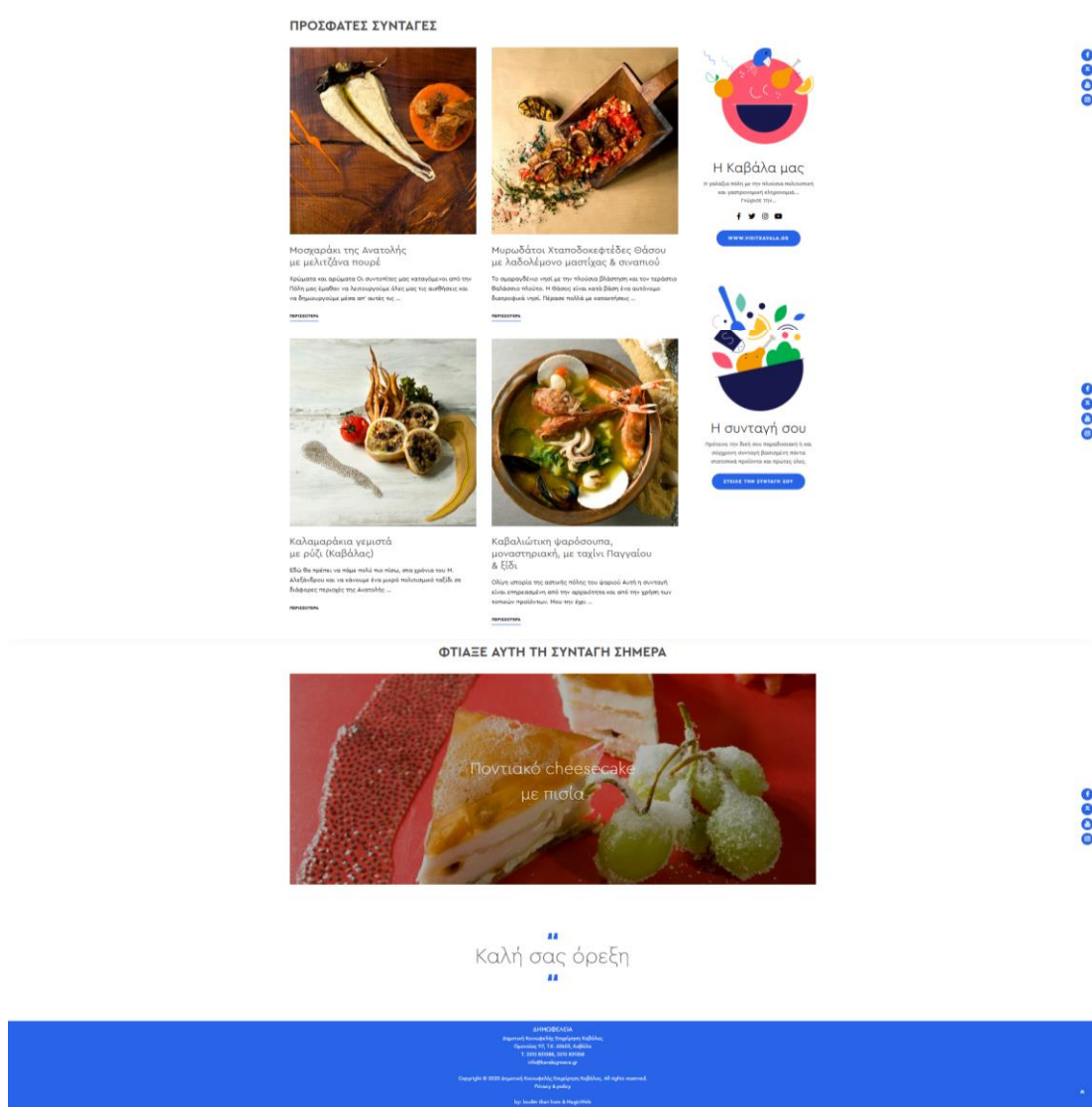
Φωτ.: Ειδικό Menu Εκδήλωσης

- ✓ Υλοποιήθηκε δράση εξωστρέφειας προς το ευρύ κοινό -κάτοικοι της πόλης- με επίδειξη παραδοσιακών χριστουγεννιάτικων συνταγών της Καβάλας.

- ✓ Δημιουργήθηκε η ιστοσελίδα «kavalatalesoftaste» με υλικό για την ιστορία της Καβαλιώτικης Κουζίνας, τα τοπικά προϊόντα και τις 23 νέες συνταγές. Η ιστοσελίδα παραμένει ως σήμερα λειτουργική και όλο το υλικό που καταχωρήθηκε είναι προσβάσιμο. Ως αδυναμία της ιστοσελίδας μπορεί να θεωρηθεί η έλλειψη προβολής παραγωγών και μεταποιητικών επιχειρήσεων που παράγουν προϊόντα που αναφέρονται στην ιστοσελίδα, καθώς και καταστημάτων τροφίμων. Ακόμη θα ήταν πολύ χρήσιμο να είχε αναρτηθεί στην ιστοσελίδα η διαδικασία και οι προϋποθέσεις για την πιστοποίηση των επιχειρήσεων με το Σήμα «KAVALA – TALES OF TASTE».

ΣΤΙΓΜΙΟΤΥΠΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ





- ✓ Πραγματοποιήθηκε διαγωνισμός γαστρονομίας για την ανάδειξη του καλύτερου γλυκού.
- ✓ Έγινε επίσκεψη δημοσιογράφων τουρισμού και γαστρονομίας καθώς και food bloggers στην Καβάλα.
- ✓ Υποβλήθηκαν από 14 επιχειρήσεις αιτήσεις για πιστοποίηση και απόκτηση του Σήματος "KAVALA – TALAES OF TASTE". Οι επιχειρήσεις ήταν οι εξής:
 - ✓ Η κυρά Βαγγελιώ
 - ✓ Σούσουρο
 - ✓ Camping Alexandros
 - ✓ Γοργόνες και Μάγκες
 - ✓ Batis
 - ✓ Το Παραλιακόν
 - ✓ Bitte Fate
 - ✓ Tsalapeteinos
 - ✓ Το Έξω Σπίτι
 - ✓ Ψαράκι
 - ✓ Ο Σάββας
 - ✓ Ορεινό

- ✓ Εγνατία
- ✓ Lucy

Δεδομένης της μειωμένης συμμετοχής των επιχειρήσεων για την απόκτηση του Σήματος «KABALA -TALES OF TASTS» προκύπτει ότι πιθανά να έπρεπε να υπάρξει μεγαλύτερο διάστημα του ενός μηνός που είχε προβλεφθεί για την υποβολή αιτήσεων από τις επιχειρήσεις και κυρίως η πραγματοποίηση ατομικών επισκέψεων και συμβουλευτική ενθάρρυνσης και εμπύχωσης στις 34 επιχειρήσεις που είχαν συμμετάσχει στον κύκλο της κατάρτισης και αποτελούσαν τα δυνητικά επιλέξιμα μέλη απόκτησης του Σήματος.

Τέλος, ως προς την αποτελεσματικότητα της Πρωτοβουλίας σε καίριους τομείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας, όπως η προβολή και η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, αξιολογείται βάσει των απαντήσεων των συμμετεχόντων στην έρευνα από «μικρή» έως «ανύπαρκτη». Παράλληλα, η Πρωτοβουλία δεν φαίνεται να συνέβαλε ουσιαστικά στη βελτίωση της καθημερινής λειτουργίας ή της κερδοφορίας των επιχειρήσεων, στοιχείο που ερμηνεύει τη χαμηλή εμπιστοσύνη των επαγγελματιών απέναντι στο συγκεκριμένο εγχείρημα.

3. ΣΥΝΟΨΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Η πρωτοβουλία «Kavala – Tales of Taste» αποτελεί μια στοχευμένη και επίκαιρη αναπτυξιακή δράση για την ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας και των αγροδιατροφικών προϊόντων της περιοχής της Καβάλας, ενταγμένη στο ευρύτερο πλαίσιο στρατηγικού σχεδιασμού για την ενίσχυση της ταυτότητας (branding) του προορισμού και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος. Η πρωτοβουλία επιδίωξε να αξιοποιήσει τη γαστρονομία ως βασικό στοιχείο της τοπικής πολιτιστικής ταυτότητας και ως πόρο και εργαλείο διαφοροποίησης της τουριστικής εμπειρίας.

Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης της πρωτοβουλίας καταδεικνύουν ότι η υλοποίησή της έθεσε τις βάσεις για την ανάπτυξη και οργάνωση του γαστρονομικού χαρτοφυλακίου της περιοχής, ενώ συνέβαλε στην προβολή και ανάδειξη της τοπικής γαστρονομικής ταυτότητας, καθώς και στην ενίσχυση της εξωστρέφειας της περιοχής ως τουριστικού προορισμού. Μέσω στοχευμένων επικοινωνιακών ενεργειών όπως δράσεις δημοσιότητας, διοργάνωση θεματικών γαστρονομικών εκδηλώσεων, ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων προβολής (διαδικτυακή πλατφόρμα), καθώς και δράσεις φιλοξενίας δημοσιογράφων και δημιουργών ψηφιακού περιεχομένου που δραστηριοποιούνται στον τομέα της γαστρονομίας (food bloggers), επιτεύχθηκε σε έναν βαθμό η προβολή της γαστρονομικής κληρονομιάς και ταυτότητας της Καβάλας.

Παράλληλα, οι δράσεις της πρωτοβουλίας συνέβαλαν στην ανάδειξη των τοπικών συνταγών, των παραδοσιακών τεχνικών μαγειρικής και της γαστρονομικής παράδοσης της Καβάλας, ενισχύοντας τη διαμόρφωση μιας συνεκτικής γαστρονομικής ταυτότητας για την περιοχή. Μέσω αυτής της διαδικασίας επιχειρήθηκε η ενδυνάμωση της σχέσης τοπικής παραγωγής, εστίασης και τουρισμού, δημιουργώντας προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού ο οποίος μπορεί να συμβάλει στη βιώσιμη τοπική και τουριστική ανάπτυξη.

Παρά τον εύστοχο σχεδιασμό και την ολοκληρωμένη στρατηγική προσέγγιση, η πρωτοβουλία δεν κατάφερε όμως να αποκτήσει την αναμενόμενη δυναμική, αφού η συμμετοχή των

επιχειρήσεων στη διαδικασία πιστοποίησης ήταν περιορισμένη γεγονός που οφείλεται στην ανεπαρκή ενημέρωση, καθοδήγηση και συμβουλευτική των επιχειρήσεων. Επιπλέον, η πρωτοβουλία απαξιώθηκε σταδιακά δεδομένου ότι η Δημοτική Κοινοφελής Επιχείρηση Καβάλας «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» η οποία είχε την ευθύνη της πρωτοβουλίας, καταργήθηκε βάσει του Νόμου 5056/2023 του Υπουργείου Εσωτερικών.

Επομένως το Kavala Tales of Taste ενώ ξεκίνησε με όλα τα απαραίτητα εχέγγυα είχε τελικά την ίδια κατάληξη με πολλές αντίστοιχες προσπάθειες και πρωτοβουλίες ανά τον ελλαδικό χώρο που δεν καταφέρνουν να περάσουν από τον σχεδιασμό στην πράξη. Η αδυναμία της πρωτοβουλίας δεν έγκειται στην ιδέα ή το στρατηγικό πλαίσιο, αλλά στην υλοποίηση και την εφαρμογή των ποιοτικών προτύπων στο πεδίο.

Συνεπώς προκύπτει ότι το κρίσιμο ζήτημα και η βασική συνιστώσα για την επιτυχή έκβαση ενός τέτοιου εγχειρήματος αποτελεί η εξασφάλιση του κατάλληλου Φορέα Διαχείρισης που θα αναλάβει την ευθύνη για την οργάνωση, την παρακολούθηση και την υποστήριξη της διαδικασίας με στενή και συνεχή ενημέρωση, ενεργοποίηση και συμβουλευτική υποστήριξη όλων των εμπλεκόμενων μερών.

Στον επόμενο πίνακα παρατίθενται συνοπτικά τα θετικά και αρνητικά σημεία της Πρωτοβουλίας:

Πίνακας: Θετικά και Αρνητικά Σημεία Πρωτοβουλίας “Kavala Tales of taste”

ΘΕΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ
☒ Επίκαιρη στρατηγική που υπακούει αφενός σε υπαρκτές ανάγκες για εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και επέκταση της τουριστικής περιόδου, και αφετέρου σε τάσεις και κατευθύνσεις της τουριστικής αγοράς για βιώσιμη ανάπτυξη και εμπειρικό τουρισμό. ☒ Ολοκληρωμένος σχεδιασμός με ευρεία γκάμα δράσεων με λογική αλληλουχία και υψηλή συνοχή και συνέργεια οι οποίες υλοποιήθηκαν στο σύνολό τους, με εξαίρεση το σκέλος της πιστοποίησης των επιχειρήσεων. ☒ Διαμόρφωση χαρτοφυλακίου προϊόντος γαστρονομικού τουρισμού: • ιστορική και γαστρονομική έρευνα διατροφικών συνηθειών Καβάλας • δημιουργία μητρώου τοπικών προμηθευτών • καταγραφή 370 συνταγών από την περιοχή της Καβάλας • συνταγολόγιο 23 παραδοσιακών συνταγών προσαρμοσμένων στη σύγχρονη κουζίνα	☒ Μικρό χρονικό περιθώριο υποβολής αιτήσεων για πιστοποίηση. ☒ Περιορισμένη ενημέρωση, ενεργοποίηση και συμμετοχή επιχειρήσεων στο στάδιο της πιστοποίησης, έλλειψη κινήτρων συμμετοχής. ☒ Περιορισμένη συμβουλευτική υποστήριξη και καθοδήγηση επιχειρήσεων στη φάση δέσμευσης και συμμόρφωσης για πιστοποίηση. ☒ Μη θεσμική συνέχεια - κατάργηση Φορέα Διαχείρισης της Πρωτοβουλίας.

• δημιουργία και λειτουργία ψηφιακής πλατφόρμας «kavalatalesoftaste» • ανάπτυξη σχέσεων με food bloggers, κ.α. ☒ Δημιουργία γαστρονομικής ταυτότητας (οπτική και λεκτική ταυτότητα). ☒ Πολύτιμη βάση για το νέο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας. ☒ Διαφύλαξη της τοπικής γαστρονομικής κληρονομιάς (καταγραφή παραδοσιακών συνταγών και μεθόδων μαγειρικής). ☒ Ανάδειξη της γαστρονομικής ταυτότητας της Καβάλας και ενίσχυση της εξωστρέφειας της περιοχής. ☒ Συμμετοχικός σχεδιασμός, ενεργοποίηση εμπλεκόμενων μερών (Σχολές μαγειρικής, Σωματείο Εστιατορίων Καβάλας, Σύνδεσμος Ξενοδόχων Καβάλας chef ξενοδοχείων, επιχειρήσεις εστίασης, πολιτιστικοί σύλλογοι, κ.α.). ☒ Επιμόρφωση επαγγελματιών εστίασης σε κρίσιμα θεματικά αντικείμενα. ☒ Θέσπιση εφαρμόσιμων και εύλογου αριθμού κριτηρίων για την πιστοποίηση επιχειρήσεων, καθώς και συγκροτημένη διαδικασία αξιολόγησης για πιστοποίηση επιχειρήσεων.	☒ Απαξίωση και αδράνεια Πρωτοβουλίας και μη κεφαλαιοποίηση των εκρών της. ☒ Έλλειψη συστήματος παρακολούθησης και αξιολόγησης.
---	---

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ

"KAVALA TALES OF TASTE"

Το παρόν ερωτηματολόγιο υλοποιείται στο πλαίσιο της Πράξης «Σύστημα Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας» του Δήμου Καβάλας και εντάσσεται στο Πρόγραμμα «Ανατολική Μακεδονία – Θράκη 2021–2027».

Στόχος του ερωτηματολογίου είναι η αξιολόγηση της πρωτοβουλίας «Kavala Tales of Taste», με σκοπό την εκτίμηση της αποτελεσματικότητας, της αποδοτικότητας, της επίπτωσης και της βιωσιμότητάς της, ώστε να αντληθούν χρήσιμα διδάγματα για τη βελτίωση του σχεδιασμού του νέου εγχειρήματος που αφορά στην ανάπτυξη του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας στην Καβάλα.

Η συμμετοχή σας στην έρευνα θεωρείται πολύτιμη.

Ευχαριστούμε θερμά για τη συμβολή σας!

**Στο πλαίσιο του Γενικού Κανονισμού για την Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων (GDPR) [Κανονισμός (ΕΕ)] 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Απριλίου 2016, σας ενημερώνουμε ότι τα προσωπικά δεδομένα που εισάγονται σε αυτή τη φόρμα, θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά στο πλαίσιο εκπόνησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος.*

A. Γενικά στοιχεία

1. Τύπος επιχείρησης:

- ☐ Εστιατόριο
- ☐ Ταβέρνα
- ☐ Εστιατόριο ξενοδοχείου

2. Εάν δεν ισχύει τίποτε από τα παραπάνω, παρακαλώ προσδιορίστε.

3. Συμμετείχατε στα εκπαιδευτικά σεμινάρια της πρωτοβουλίας;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

4. Υποβάλατε αίτηση για πιστοποίηση και απόκτηση του σήματος Kavala Tales of Taste;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

5. Αν όχι, ποιος ήταν ο βασικός λόγος;

- ☐ Έλλειψη ενημέρωσης
- ☐ Δυσκολία προσαρμογής στα κριτήρια

- ☐ Περιορισμένο όφελος για την επιχείρηση
- ☐ Έλλειψη χρόνου

6. Προσδιορίστε άλλον λόγο, πέραν των ανωτέρω.

B. Αξιολόγηση διαδικασίας εφαρμογής της πρωτοβουλίας «Kavala – Tales of Taste»

1. Πώς αξιολογείτε εκ των υστέρων τη συνεργασία της επιχείρησής σας με τους εμπλεκόμενους φορείς της πρωτοβουλίας (Δήμος, Επιμελητήριο, φορείς εστίασης κ.λπ.);

- ☐ Πολύ καλή
- ☐ Καλή
- ☐ Μέτρια
- ☐ Χαμηλή
- ☐ Ανεπαρκής

2. Πώς αξιολογείτε εκ των υστέρων την υποστήριξη που παρείχε η πρωτοβουλία προς τις επιχειρήσεις (σεμινάρια, ενημέρωση, συμβουλευτική);

- ☐ Πολύ καλή
- ☐ Καλή
- ☐ Μέτρια
- ☐ Χαμηλή
- ☐ Ανεπαρκής

3. Κατά τη γνώμη σας, ποιο ήταν το μεγαλύτερο εμπόδιο για τη συμμετοχή περισσότερων επιχειρήσεων στην πρωτοβουλία;

- ☐ Έλλειψη κινήτρων
- ☐ Περιορισμένη ενημέρωση
- ☐ Χρονοβόρα διαδικασία
- ☐ Δυσκολία προσαρμογής των μενού

4. Υπήρχε κάποιο άλλο εμπόδιο εκτός από τα παραπάνω;

5. Τι πιστεύετε ότι δε λειτούργησε καλά στο πλαίσιο της εφαρμογής;

6. Τι θα μπορούσε να είχε γίνει διαφορετικά;

Γ. Αξιολόγηση κριτηρίων πιστοποίησης

1. Κατά την περίοδο υλοποίησης της πρωτοβουλίας, θεωρήσατε ότι τα κριτήρια πιστοποίησης ήταν:

Χαρακτηρισμός	Ναι	Όχι
Κατανοητά		
Ρεαλιστικά		
Εφαρμόσιμα		
Αρκετά σαφή		

2. Πόσο δύσκολη ήταν για την επιχείρησή σας η συμμόρφωση με τα κριτήρια της πρωτοβουλίας;

- ☐ Πολύ εύκολη
☐ Εύκολη
☐ Μέτρια
☐ Σχετικά Δύσκολη
☐ Δύσκολη

3. Ποια κριτήρια θεωρήσατε πιο απαιτητικά;

- ☐ Χρήση τοπικών πρώτων υλών
☐ Ένταξη τοπικών συνταγών στο μενού
☐ Υγειονομικές και λειτουργικές προδιαγραφές

4. Υπήρχαν άλλα απαιτητικά κριτήρια;

5. Πόσο επαρκής θεωρείτε ότι ήταν η καθοδήγηση προς τις επιχειρήσεις για την προσαρμογή τους στα κριτήρια της πρωτοβουλίας;

- ☐ Πολύ επαρκής
☐ Αρκετά επαρκής
☐ Μέτρια
☐ Χαμηλή
☐ Ανεπαρκής

Δ. Αποτελέσματα και οφέλη της πρωτοβουλίας

1. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η πρωτοβουλία συνέβαλε στα παρακάτω:

Διάσταση	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Αρκετά	Πολύ
Στην προβολή της επιχείρησής σας	☐	☐	☐	☐	☐
Στην προώθηση τοπικών προϊόντων	☐	☐	☐	☐	☐
Στην αναβάθμιση του μενού σας	☐	☐	☐	☐	☐
Στην προσέλκυση πελατών	☐	☐	☐	☐	☐

Ε. Μελλοντική προοπτική

1. Θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε σε ένα νέο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας;

- ☐ Ναι
- ☐ Ίσως
- ☐ Όχι

2. Ποια κίνητρα θεωρείτε ότι θα ενίσχυαν τη συμμετοχή των επιχειρήσεων σε μια παρόμοια πρωτοβουλία;

- ☐ Προβολή και διαφήμιση
- ☐ Οικονομικά κίνητρα
- ☐ Δικτύωση με παραγωγούς
- ☐ Εκπαίδευση προσωπικού

3. Αναφέρετε άλλα κίνητρα που θα ενίσχυαν τη συμμετοχή.

Δημοσίευση του χρήστη ETAM ΑΕ - Σύμβουλοι Επιχειρήσεων



ETAM ΑΕ - Σύμβουλοι Επιχειρήσεων

3 Απριλίου στις 2:46 μ.μ. · 🌐

...

👋 Η γνώμη σου μετράει!

Συμμετείχες στην πρωτοβουλία "Kavala Tales of Taste";

Τώρα έχεις την ευκαιρία να πεις τη γνώμη σου!

Ο Δήμος Καβάλας σε καλεί να αφιερώσεις λίγα λεπτά και να συμπληρώσεις το ερωτηματολόγιο αξιολόγησης. Η συμβολή σου είναι πολύτιμη για τη βελτίωση και την εξέλιξη της τοπικής γαστρονομικής ταυτότητας της πόλης μας.

📍 Συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο εδώ:

<https://docs.google.com/.../1FAIpQLSdo.../viewform>

📄 Περισσότερες πληροφορίες εδώ: <https://kavala.gov.gr/.../Stratigikos-Sxediasmos/Marketing>

#Kavala #TalesOfTaste #Γαστρονομία #Καβάλα #Συμμετέχω

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ
“Kavala Tales of Taste”
ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΜΟΝΟ ΣΕ ΟΣΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ

 Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης 

DOCS.GOOGLE.COM
Ερωτηματολόγιο Αξιολόγησης της Πρωτοβουλίας "Kavala Tales of Taste"

Μάθετε περισσότερα

2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ "KAVALA TALES OF TASTE"

Για την αξιολόγηση της Πρωτοβουλίας «Kavala Tales of Taste» πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα με τη χρήση ειδικά διαμορφωμένου ερωτηματολογίου τύπου google form.

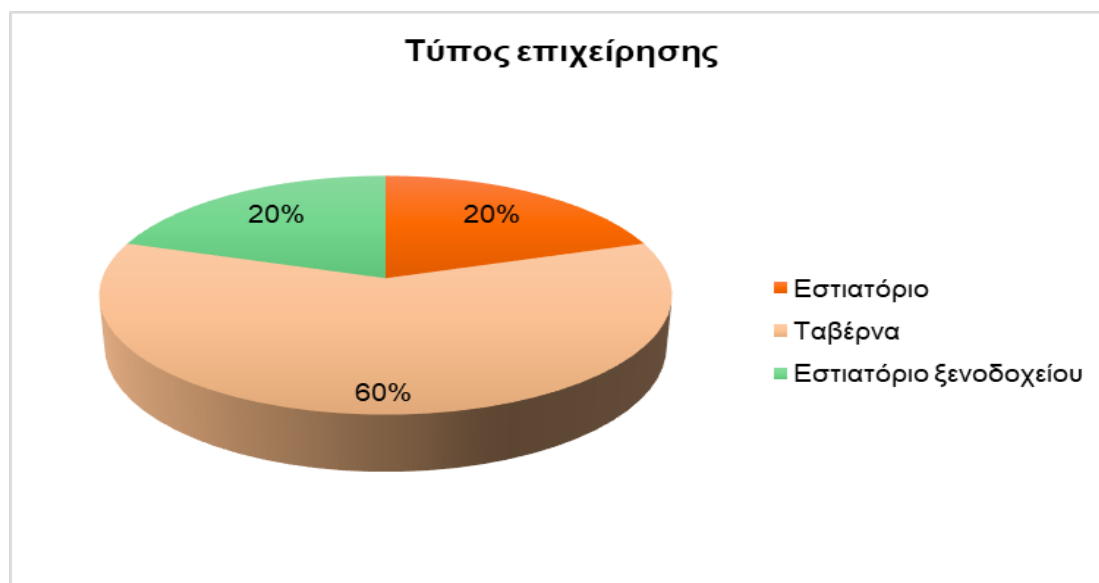
Η έρευνα διεξήχθη ηλεκτρονικά κατά το χρονικό διάστημα από 3/4/2026 έως 20/4/2026 και συγκέντρωσε συνολικά 5 έγκυρες απαντήσεις παρά τη δημοσιότητα που δόθηκε στην έρευνα και την ηλεκτρονική αποστολή του ερωτηματολογίου σε επιχειρήσεις που εντοπίστηκαν ότι συμμετείχαν στην Πρωτοβουλία "Kavala Tales of Taste" και εξακολουθούν ακόμη να είναι ενεργές.

Λόγω του μικρού αριθμού συμμετεχόντων, τα αποτελέσματα δεν μπορούν να θεωρηθούν στατιστικά αντιπροσωπευτικά, ωστόσο αποτυπώνουν ενδεικτικά τις τάσεις του δείγματος. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα δεδομένα που προέκυψαν, καθώς και η ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Μέρος Α: Γενικά στοιχεία

Ερώτηση 1 & 2: Τύπος επιχείρησης. Εάν δεν ισχύει τίποτε από τα παραπάνω, παρακαλώ προσδιορίστε.

Από το σύνολο των 5 επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα, οι «Ταβέρνες» κυριαρχούν με ποσοστό 60%, ενώ ακολουθούν τα «Εστιατόρια» και τα «Εστιατόρια ξενοδοχείων», τα οποία καταγράφουν ισοδύναμη συμμετοχή με ποσοστό 20%.



Ερώτηση 3: Συμμετείχατε στα εκπαιδευτικά σεμινάρια της πρωτοβουλίας;

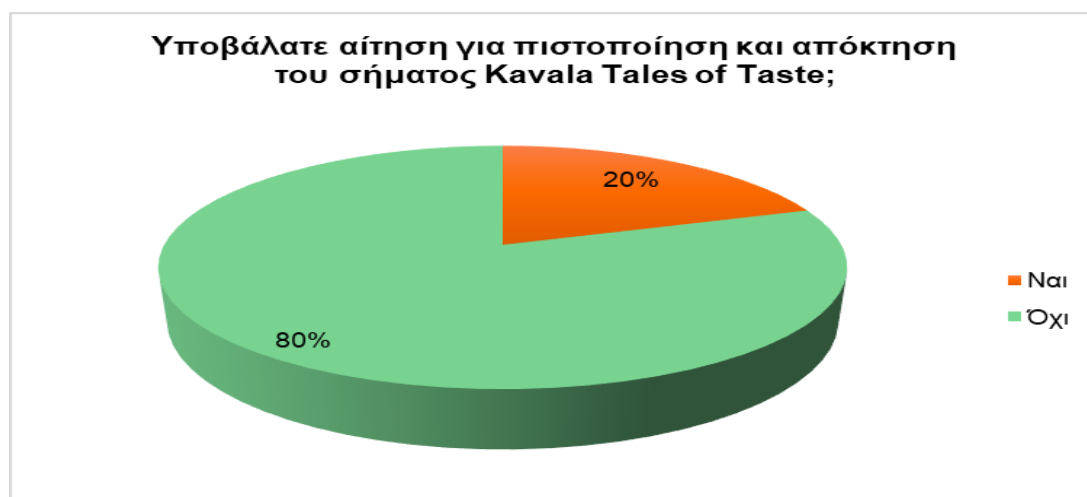
Από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις, μόνο το 20% δηλώνει ότι είχε λάβει μέρος στα σεμινάρια της πρωτοβουλίας «Kavala Tales of Taste», που είχαν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν, ενώ η μεγάλη πλειονότητα, σε ποσοστό 80%, αναφέρει ότι δεν είχε συμμετάσχει. Τα δεδομένα αυτά υποδεικνύουν περιορισμένη συμμετοχή στις εκπαιδευτικές δράσεις, χωρίς ωστόσο να επιτρέπουν την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων.



Ερώτηση 4: Υποβάλατε αίτηση για πιστοποίηση και απόκτηση του σήματος Kavala Tales of Taste;

Όσον αφορά την υποβολή αίτησης για πιστοποίηση και απόκτηση του σήματος «Kavala Tales of Taste», η πλειονότητα των συμμετεχόντων, ήτοι το 80% δεν υπέβαλε αίτηση. Αντίθετα, μόνο το 20% (1 στους 5) προχώρησε στις απαραίτητες ενέργειες για την απόκτηση του σήματος.

Συνεπώς, προκύπτει ότι υπάρχει ένα σημαντικό έλλειμμα σύνδεσης της πρωτοβουλίας με τις επιχειρήσεις, το οποίο υποδηλώνει την ανάγκη για πιο δραστικά μέτρα ενημέρωσης και παροχής κινήτρων, προκειμένου να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ του σχεδιασμού του γαστρονομικού brand και της πραγματικής αποδοχής του από την αγορά.



Ερώτηση 5: Αν όχι, ποιος ήταν ο βασικός λόγος;

Όσον αφορά τους παράγοντες που απέτρεψαν τους επιχειρηματίες από την υποβολή αίτησης πιστοποίησης και απόκτησης του σήματος «Kavala Tales of Taste», οι απαντήσεις διχάζονται ισομερώς ανάμεσα σε δύο κύριες αιτίες. Συγκεκριμένα, το 50% των ερωτηθέντων αποδίδει τη μη συμμετοχή του στην έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την πρωτοβουλία, ενώ το υπόλοιπο 50% θεωρεί ότι η απόκτηση του σήματος προσφέρει περιορισμένο όφελος για

την επιχείρησή του. Αξίζει να σημειωθεί πως παράμετροι όπως η δυσκολία προσαρμογής στα κριτήρια ή η έλλειψη χρόνου δεν επιλέχθηκαν ως λόγοι από τους συμμετέχοντες.

Διαπιστώνεται λοιπόν ότι, το πρόβλημα δεν εντοπίζεται στην πολυπλοκότητα των διαδικασιών, αλλά σε ένα δομικό έλλειμμα επικοινωνίας και στην αδυναμία ανάδειξης της προστιθέμενης αξίας του σήματος "Kavala Tales of Taste" για την τοπική αγορά.



Ερώτηση 6: Προσδιορίστε άλλον λόγο, πέραν των ανωτέρω.

Στην ερώτηση αν υπάρχει κάποιος άλλος λόγος, πέραν των ανωτέρω, για τη μη υποβολή αίτησης για πιστοποίηση και απόκτηση του σήματος «Kavala Tales of Taste», ένας εκ των συμμετεχόντων απάντησε «Δεν ρωτήθηκα», επιβεβαιώνοντας την έλλειψη αποτελεσματικής επικοινωνίας της πρωτοβουλίας.

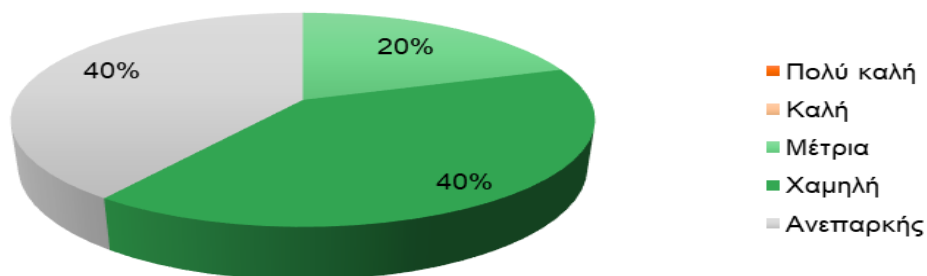
Μέρος Β: Αξιολόγηση διαδικασίας εφαρμογής της πρωτοβουλίας «Kavala – Tales of Taste»

Ερώτηση 1: Πώς αξιολογείτε εκ των υστέρων τη συνεργασία της επιχείρησής σας με τους εμπλεκόμενους φορείς της πρωτοβουλίας (Δήμος, Επιμελητήριο, φορείς εστίασης κ.λπ.);

Όσον αφορά την εκ των υστέρων αξιολόγηση της συνεργασίας με τους εμπλεκόμενους φορείς, η πλειονότητα των επιχειρηματιών εκφράζει έντονη δυσαρέσκεια, καθώς το 40% χαρακτηρίζει τη συνεργασία ως «Ανεπαρκή» και ένα επιπλέον 40% ως «Χαμηλή». Το υπόλοιπο 20% των ερωτηθέντων περιορίζεται σε μια «Μέτρια» αξιολόγηση, ενώ αξίζει να σημειωθεί πως δεν υπάρχει ούτε ένας συμμετέχων που να αποτιμά τη συνεργασία ως «Καλή» ή «Πολύ καλή».

Συνεπώς, προκύπτει ότι υπάρχει σημαντικό χάσμα επικοινωνίας και συντονισμού μεταξύ της διοίκησης της πρωτοβουλίας και των μελών της, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι υποστηρικτικοί μηχανισμοί απέτυχαν να ανταποκριθούν στις προσδοκίες και τις ανάγκες των τοπικών επιχειρήσεων.

Πώς αξιολογείτε εκ των υστέρων τη συνεργασία της επιχείρησής σας με τους εμπλεκόμενους φορείς της πρωτοβουλίας (Δήμος, Επιμελητήριο, φορείς εστίασης κ.λπ.);

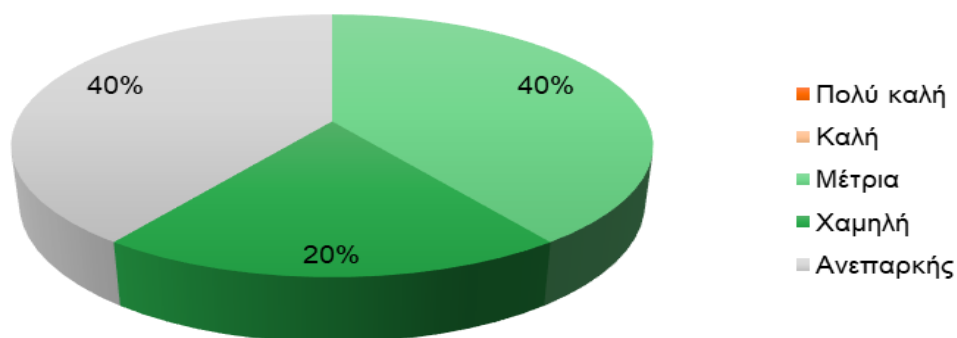


Ερώτηση 2: Πώς αξιολογείτε εκ των υστέρων την υποστήριξη που παρείχε η πρωτοβουλία προς τις επιχειρήσεις (σεμινάρια, ενημέρωση, συμβουλευτική);

Σχετικά με την εκ των υστέρων αξιολόγηση της υποστήριξης που παρείχε η πρωτοβουλία μέσω σεμιναρίων, ενημέρωσης και συμβουλευτικής, η πλειονότητα των επιχειρηματιών εκφράζει αρνητική στάση, με το 40% να θεωρεί την υποστήριξη «Ανεπαρκή» και το 20% «Χαμηλή». Παράλληλα, ένα ακόμη 40% περιορίζεται σε μια «Μέτρια» αξιολόγηση, ενώ απουσιάζουν πλήρως οι θετικές απαντήσεις.

Διαπιστώνεται, λοιπόν, ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες εκπαίδευσης και καθοδήγησης δεν κατάφεραν να προσφέρουν την αναμενόμενη αξία στις επιχειρήσεις.

Πώς αξιολογείτε εκ των υστέρων την υποστήριξη που παρείχε η πρωτοβουλία προς τις επιχειρήσεις (σεμινάρια, ενημέρωση, συμβουλευτική);

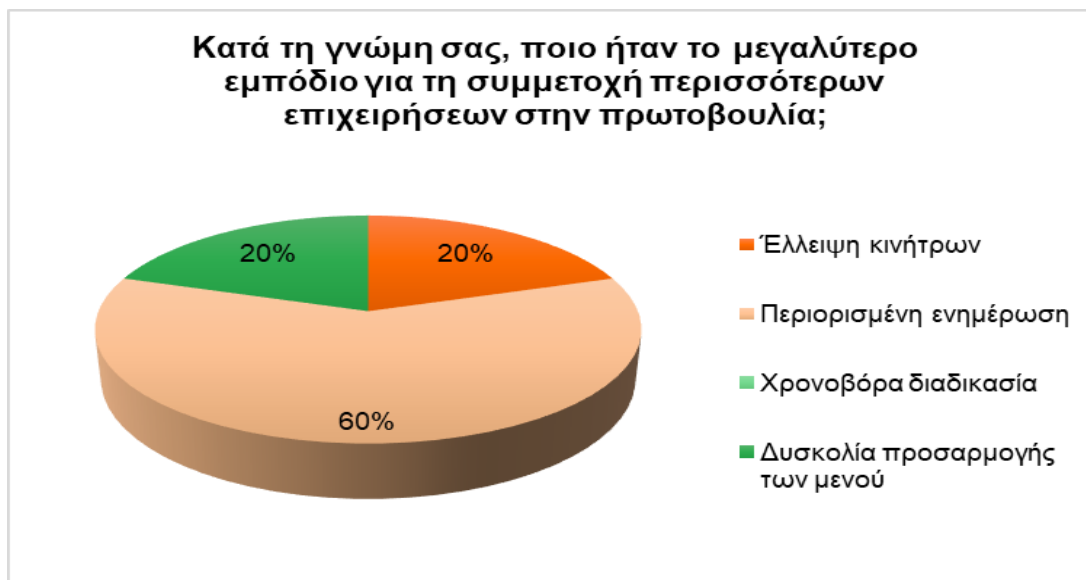


Ερώτηση 3: Κατά τη γνώμη σας, ποιο ήταν το μεγαλύτερο εμπόδιο για τη συμμετοχή περισσότερων επιχειρήσεων στην πρωτοβουλία;

Αναφορικά με τα εμπόδια που δυσχέραιναν τη συμμετοχή στην προσπάθεια αυτή, η πλειονότητα των ερωτηθέντων, σε ποσοστό 60%, αναγνωρίζει την περιορισμένη ενημέρωση ως το κυριότερο εξ αυτών. Ακολουθούν, η έλλειψη κινήτρων και η δυσκολία προσαρμογής

των μενού, συγκεντρώνοντας από 20% αντίστοιχα, ενώ αξιοσημείωτο είναι πως κανείς δεν θεώρησε τη διαδικασία ως χρονοβόρα.

Συνεπώς, προκύπτει ότι η αποτυχία προσέλκυσης περισσότερων επιχειρήσεων στην πρωτοβουλία, οφείλεται πρωτίστως σε επικοινωνιακά ελλείμματα και δευτερευόντως σε άλλες αδυναμίες.



Ερώτηση 4: Υπήρχε κάποιο άλλο εμπόδιο εκτός από τα παραπάνω;

Πέραν των ανωτέρω εμποδίων για τη συμμετοχή των επιχειρήσεων στην πρωτοβουλία, αναφέρθηκαν επιπλέον ως εμπόδια, η πρόταση συγκεκριμένων συνταγών χωρίς να έχει προηγηθεί σχετική συζήτηση, ενώ αναφέρθηκε για ακόμη μία φορά η ανεπαρκής ενημέρωση.

Ερώτηση 5: Τι πιστεύετε ότι δε λειτούργησε καλά στο πλαίσιο της εφαρμογής;

Σε ό,τι αφορά τα στοιχεία που δεν λειτούργησαν ικανοποιητικά κατά την εφαρμογή της πρωτοβουλίας, επισημάνθηκαν η ανεπαρκής προβολή του μενού κατά τη διάρκεια υλοποίησής της, καθώς και η ελλιπής ενημέρωση.

Ερώτηση 6: Τι θα μπορούσε να είχε γίνει διαφορετικά;

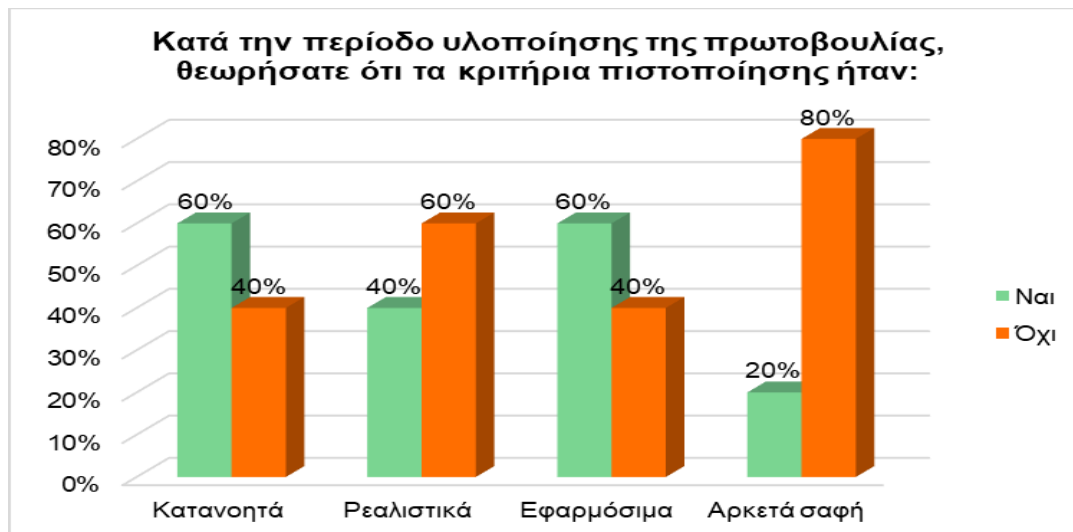
Αναφορικά με τις δυνατότητες βελτίωσης της προσπάθειας, επισημάνθηκαν η ανάγκη σύστασης επικουρικού συντονιστικού οργάνου για την ορθή υλοποίηση του τελικού σταδίου, καθώς και η ενίσχυση της επικοινωνίας μέσω τηλεφωνικής επαφής ή και επιτόπιων επισκέψεων, συμπληρωματικά της ενημέρωσης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, με στόχο την αποτελεσματικότερη προώθηση της δράσης.

Μέρος Γ: Αξιολόγηση κριτηρίων πιστοποίησης

Ερώτηση 1: Κατά την περίοδο υλοποίησης της πρωτοβουλίας, θεωρήσατε ότι τα κριτήρια πιστοποίησης ήταν:

Αναφορικά με την αξιολόγηση των κριτηρίων πιστοποίησης, η πλειονότητα των επιχειρηματιών θεωρεί ότι ήταν κατανοητά και εφαρμόσιμα σε ποσοστό 60%, ωστόσο δεν ήταν ρεαλιστικά (60%) και αρκετά σαφή (80%).

Συνεπώς, παρόλο που οι τεχνικές προδιαγραφές φαίνεται να γίνονται αντιληπτές, η έλλειψη σαφήνειας και η απόκλιση από την πραγματικότητα της αγοράς αποτελούν τα κύρια προβλήματα.



Ερώτηση 2: Πόσο δύσκολη ήταν για την επιχείρησή σας η συμμόρφωση με τα κριτήρια της πρωτοβουλίας;

Όσον αφορά τον βαθμό δυσκολίας που αντιμετώπισαν οι επιχειρήσεις για να εναρμονιστούν με τις απαιτήσεις της πρωτοβουλίας, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (40%) χαρακτηρίζει τη συμμόρφωση ως «Δύσκολη» και ένα επιπλέον 40% ως «Μέτρια». Στον αντίποδα, μόλις το 20% των συμμετεχόντων θεώρησε τη διαδικασία «Εύκολη», ενώ κανένας δεν την αξιολόγησε ως «Πολύ εύκολη» ή «Σχετικά δύσκολη».

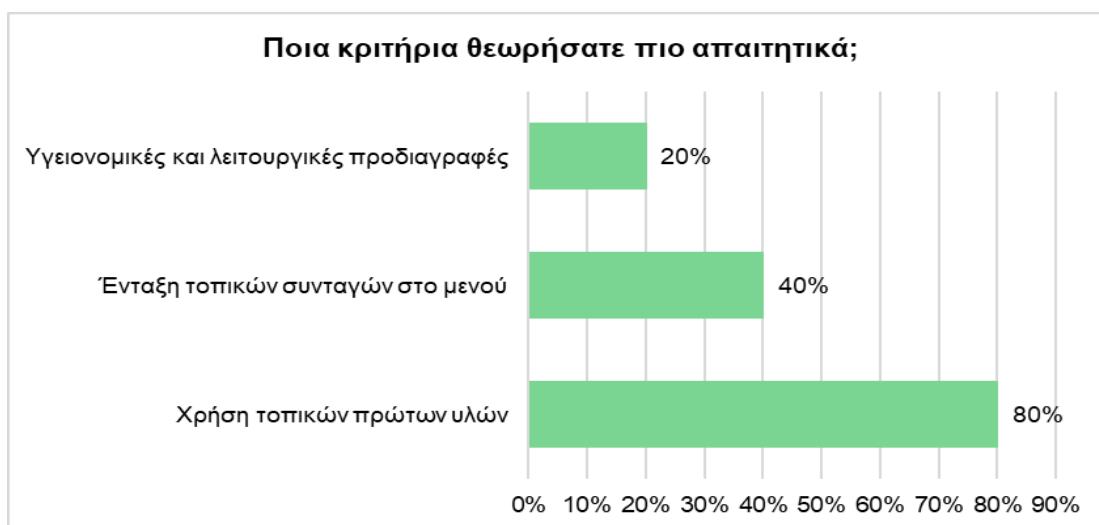
Διαπιστώνεται, λοιπόν, ότι τα κριτήρια ενδεχομένως χρειάζεται να χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη ευελιξία, προκειμένου να διασφαλίζεται η αποτελεσματικότερη εφαρμογή τους από τις επιχειρήσεις.



Ερώτηση 3: Ποια κριτήρια θεωρήσατε πιο απαιτητικά;

Σχετικά με τα κριτήρια που δυσκόλεψαν περισσότερο τους συμμετέχοντες, η πλειονότητα των επιχειρηματιών, σε ποσοστό 80%, θεωρεί τη χρήση τοπικών πρώτων υλών ως το πλέον απαιτητικό κριτήριο της πρωτοβουλίας. Το 40% των ερωτηθέντων εντοπίζει δυσκολίες στην ένταξη τοπικών συνταγών στο μενού τους, ενώ οι υγειονομικές και λειτουργικές προδιαγραφές φαίνεται να αποτελούν το μικρότερο εμπόδιο, συγκεντρώνοντας μόλις το 20% των απαντήσεων.

Προκύπτει λοιπόν ότι οι μεγαλύτερες προκλήσεις εντοπίζονται στην εφοδιαστική αλυσίδα, γεγονός που αναδεικνύει την ανάγκη για καλύτερη διασύνδεση των επιχειρήσεων εστίασης με τους τοπικούς παραγωγούς.

**Ερώτηση 4: Υπήρχαν άλλα απαιτητικά κριτήρια;**

Πέραν των ανωτέρων κριτηρίων, κάποιοι εκ των συμμετεχόντων προσθέτουν τον αριθμό ενταγμένων συνταγών στον μενού και τη δυσκολία των συνταγών που προωθήθηκαν.

Ερώτηση 5: Πόσο επαρκής θεωρείτε ότι ήταν η καθοδήγηση προς τις επιχειρήσεις για την προσαρμογή τους στα κριτήρια της πρωτοβουλίας;

Αναφορικά με την επάρκεια της καθοδήγησης που δέχθηκαν οι επιχειρήσεις για την προσαρμογή τους στις απαιτήσεις της πιστοποίησης και του σήματος, η πλειονότητα των ερωτηθέντων διατηρεί επιφυλακτική έως αρνητική στάση, με το 60% να αξιολογεί τη σχετική υποστήριξη ως «Μέτρια», ενώ ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 40% χαρακτηρίζει την καθοδήγηση ως «Ανεπαρκή». Αντίθετα, δεν καταγράφεται καμία θετική απάντηση που να την αξιολογεί ως «Πολύ» ή «Αρκετά επαρκή».

Συνεπώς, διαπιστώνεται ότι οι μηχανισμοί υποστήριξης της πρωτοβουλίας δεν παρείχαν την απαραίτητη βοήθεια, αφήνοντας τις επιχειρήσεις χωρίς την απαιτούμενη συμβουλευτική υποστήριξη για να ανταποκριθούν επιτυχώς στα κριτήρια της πιστοποίησης.

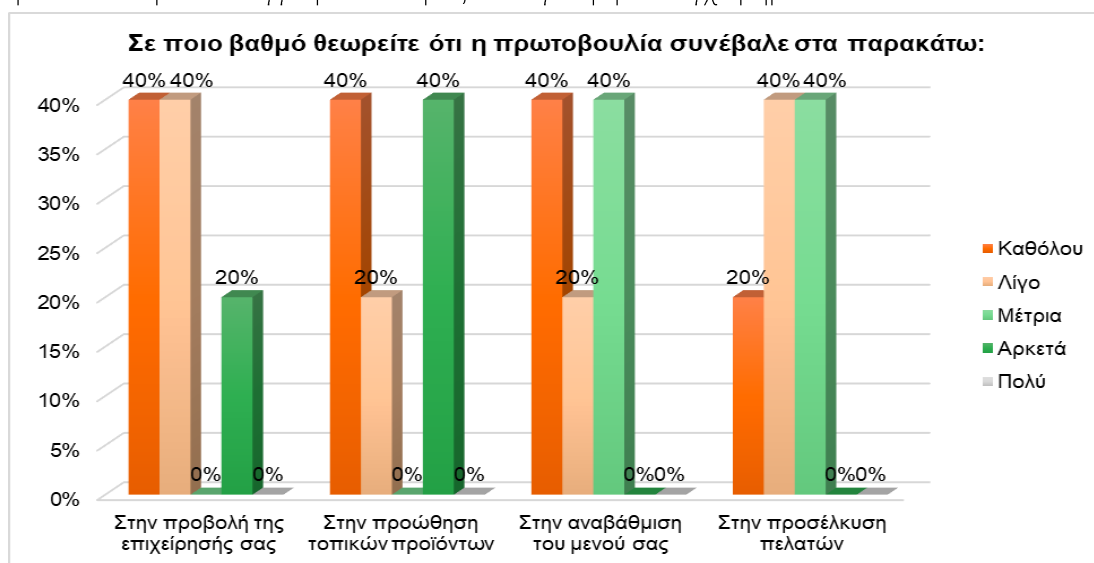


Μέρος Δ: Αποτελέσματα και οφέλη της πρωτοβουλίας

Ερώτηση 1: Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η πρωτοβουλία συνέβαλε στα παρακάτω: προβολή επιχείρησης, προώθηση τοπικών προϊόντων, αναβάθμιση μενού, προσέλκυση πελατών

Όσον αφορά στη συμβολή της πρωτοβουλίας σε κρίσιμους τομείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η πλειονότητα των ερωτηθέντων εμφανίζεται εξαιρετικά σκεπτική, καθώς στις περισσότερες κατηγορίες οι θετικές αξιολογήσεις είναι ανύπαρκτες. Συγκεκριμένα, το 80% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι το πρόγραμμα βοήθησε από «Λίγο» έως «Καθόλου» στην προβολή της επιχείρησής τους, ενώ η αναβάθμιση του μενού και η προσέλκυση πελατών στις ίδιες απαντήσεις φτάνει το 60% η κάθε μία. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί η προώθηση των τοπικών προϊόντων, όπου το 40% αναγνωρίζει «Αρκετή» τη συμβολή της πρωτοβουλίας, ωστόσο η συνολική εικόνα παραμένει σε χαμηλά επίπεδα ικανοποίησης.

Προκύπτει λοιπόν ότι, η πρωτοβουλία δεν κατάφερε να προσφέρει οφέλη στην καθημερινή λειτουργία και την κερδοφορία των επιχειρήσεων, γεγονός που εξηγεί την περιορισμένη εμπιστοσύνη των επαγγελματιών προς το συγκεκριμένο εγχείρημα.



Μέρος Ε: Μελλοντική προοπτική

Ερώτηση 1: Θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε σε ένα νέο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας;
 Σχετικά με το ενδιαφέρον για μελλοντική συμμετοχή σε ένα νέο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, η πλειονότητα των επιχειρηματιών εμφανίζεται θετική, καθώς το 60% των ερωτηθέντων απαντά καταφατικά. Παράλληλα, ένα 20% δηλώνει πως «Ίσως» θα τον ενδιέφερε μια τέτοια προοπτική, ενώ μόλις το 20% απορρίπτει κατηγορηματικά το ενδεχόμενο νέας συμμετοχής.

Διαπιστώνεται λοιπόν ότι, παρά τις αστοχίες του παρελθόντος, εξακολουθεί να υφίσταται διάθεση για συνεργασία, η οποία μπορεί να αποτελέσει σημαντική βάση, αρκεί το νέο εγχείρημα να αποφύγει την επανάληψη των ίδιων λαθών και να καλλιεργήσει ισχυρότερο κλίμα εμπιστοσύνης στον επαγγελματικό κλάδο της Καβάλας.



Ερώτηση 2: Ποια κίνητρα θεωρείτε ότι θα ενίσχυαν τη συμμετοχή των επιχειρήσεων σε μια παρόμοια πρωτοβουλία;

Τέλος, όσον αφορά τα κίνητρα που θα μπορούσαν να ενισχύσουν τη συμμετοχή σε μια παρόμοια προσπάθεια, η πλειονότητα των ερωτηθέντων θέτει ως απόλυτη προτεραιότητα την προβολή και τη διαφήμιση, με το ποσοστό να φτάνει το 100%. Κατόπιν, ακολουθούν παράγοντες όπως, η εκπαίδευση του προσωπικού, η δικτύωση με τους παραγωγούς και τα οικονομικά κίνητρα, συγκεντρώνοντας επίσης υψηλή αποδοχή, με το 60% των συμμετεχόντων να τα θεωρεί εξίσου σημαντικά για την επιτυχία ενός τέτοιου εγχειρήματος.

Συνεπώς, προκύπτει ότι οι επιχειρηματίες προσδοκούν οφέλη που σχετίζονται κυρίως με την εξωστρέφεια και έπειτα με τη βελτίωση της επιχειρησιακής τους λειτουργίας, υποδεικνύοντας ότι οποιαδήποτε μελλοντική πρωτοβουλία θα πρέπει να επενδύσει στρατηγικά σε ένα ισχυρό πλάνο επικοινωνίας και ουσιαστικής υποστήριξης.



Ερώτηση 3: Αναφέρετε άλλα κίνητρα που θα ενίσχυαν τη συμμετοχή.

Πέραν των ανωτέρω κινήτρων, αναφέρουν ότι επιθυμούν καλύτερη ενημέρωση και προωθητικές καμπάνιες.

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