

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 Ρόλος του Τ.Σ.Π. στην διαμόρφωση ταυτότητας της Καβάλας.....	20
1.1.5 Βασικές αρχές.....	20
1.1.6 Μέλη.....	22
1.1.7 Όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής.....	22
1.1.8 Παρεχόμενες υπηρεσίες.....	23
1.1.9 Ίδρυση και λειτουργία.....	23
1.1.10 Όργανα εφαρμογής.....	32
1.1.11 Διαδικασία ένταξης.....	33
1.1.12 Σύστημα βαθμολόγησης μελών του Τ.Σ.Π.....	36
1.1.13 Προνόμια και Ποινές Τ.Σ.Π.....	37
1.1.14 Θεσμικό πλαίσιο για τη χορήγηση ενιαίου σήματος Τ.Σ.Π. Καβάλας.....	38
1.1.15 Τροποποίηση του περιεχομένου του Τ.Σ.Π.....	38
1.1.16 Κόστος - Έσοδα Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας.....	38
2.1 Γενικοί όροι και προδιαγραφές ποιότητας.....	41
2.1.1 Συμμετοχή στην πρωτοβουλία “Kavala - Tales of Taste” (Π).....	41
2.1.2 Νομοθετική γνώση και συμμόρφωση (Υ).....	41
2.1.3 Διαχείριση παραπόνων (Υ).....	41
2.1.4 Τήρηση αισθητικών προτύπων (Υ).....	41
2.1.5 Προβολή (Υ).....	42
2.1.6 Τιμές (Υ).....	42
2.1.7 Σήμα Τ.Σ.Π. (Υ).....	42
2.1.8 Συμμετοχή σε δράσεις του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (Υ).....	42
2.1.9 Δικτύωση και συνεργασία μελών (Π).....	42
2.1.10 Προστασία περιβάλλοντος (Π).....	42
2.1.11 Υπηρεσίες - καινοτομία (Υ).....	42
2.1.12 Ανάδειξη και τόνωση του παραδοσιακού χαρακτήρα των τοπικών δραστηριοτήτων, της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος (Π).....	43
2.1.13 Προδιαγραφές κατασκευής (Π).....	43
2.1.14 Προσωπικό (Υ).....	43
2.1.15 Ασφάλεια (Υ).....	43
2.1.16 Υγιεινή (Υ).....	43
2.1.17 Προσβασιμότητα (Π).....	44
2.1.18 Ειδικές πιστοποιήσεις (Π).....	44
2.1.19 Χρήση τοπικών προϊόντων πρωτογενούς παραγωγής (Π).....	45
2.2 Πρόσθετες προδιαγραφές ποιότητας ανά επιχειρηματική δραστηριότητα.....	46
2.2.1 Χώροι Εστίασης.....	46

2.2.2	Επιχειρήσεις Διανυκτέρευσης.....	48
2.2.3	Παραδοσιακά Καφενεία.....	50
2.2.4	Επισκέψιμα Αγροκτήματα.....	52
2.2.5	Επισκέψιμα Οινοποιεία.....	54
2.2.6	Ταξιδιωτικά Γραφεία.....	56
2.2.7	Γραφεία Οργάνωσης, Πληροφόρησης και Προώθησης Τουρισμού.....	57
2.2.8	Καταστήματα Πώλησης Τοπικών Προϊόντων.....	58
2.	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ – ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΣΥΜΦΩΝΟΥ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ...	60
3.1	Σχεδιασμός, Προβολή και Προώθηση του Τ.Σ.Π. Καβάλας.....	61
3.1.1	Ενέργειες προώθησης του Τ.Σ.Π. και ευαισθητοποίησης του κοινού στόχου (Φάση 1: Λανσάρισμα & Πιλοτική Εφαρμογή).....	62
3.1.2	Συνδυασμένες ενέργειες προβολής και προώθησης των μελών του Τ.Σ.Π. και των παρεχόμενων προϊόντων / υπηρεσιών (Φάση 2: Πλήρης Εφαρμογή & Ανάπτυξη)	64
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	68
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	71
	Υλικό Τεκμηρίωσης Εργαστηρίου.....	73
	Πρακτικά Εργαστηρίου.....	94
	Αποτελέσματα Έρευνας Ερωτηματολογίου Συμμετοχικού Σχεδιασμού για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας.....	96
	Ερωτηματολόγιο.....	106

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	- 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: 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 και ρόλος 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.



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 εδεσματολογίου (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).

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

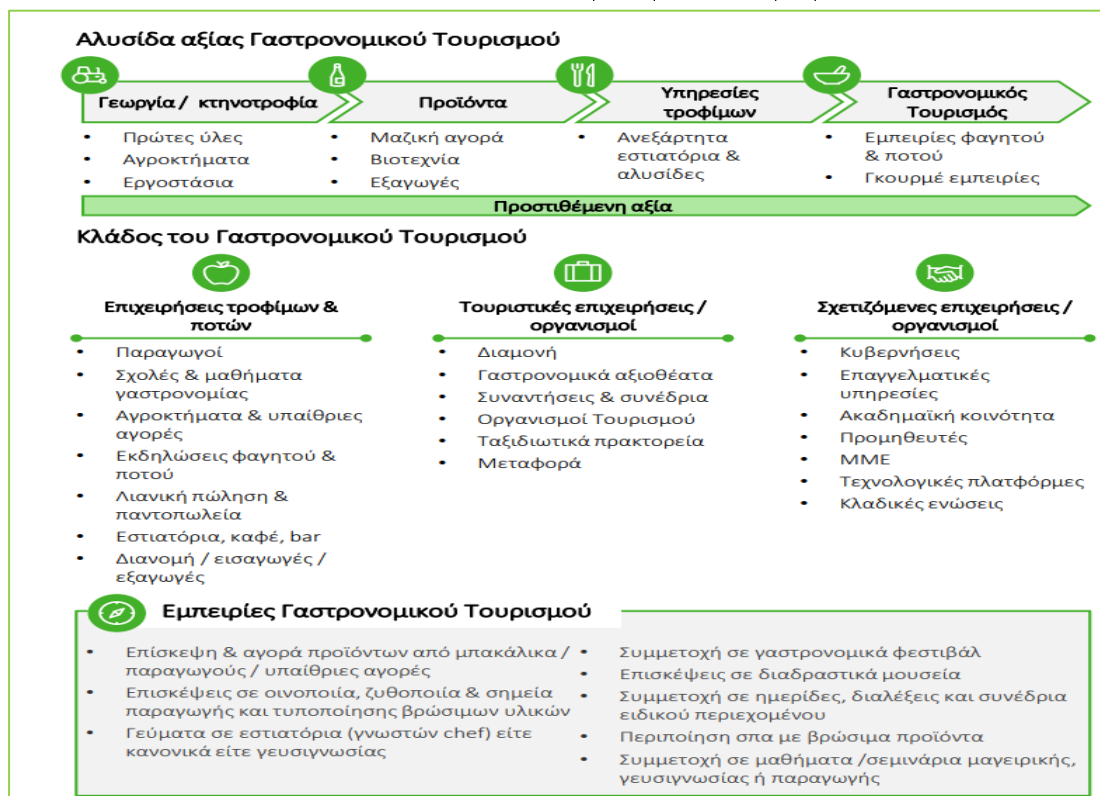
¹ <https://www.unwto.org/gastronomy>

² Ομάδα Εργασίας Γαστρονομικού Τουρισμού Υπουργείου Τουρισμού, 2021

επισκεψιμότητα, τη μέση τουριστική δαπάνη και συνεισφέρει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

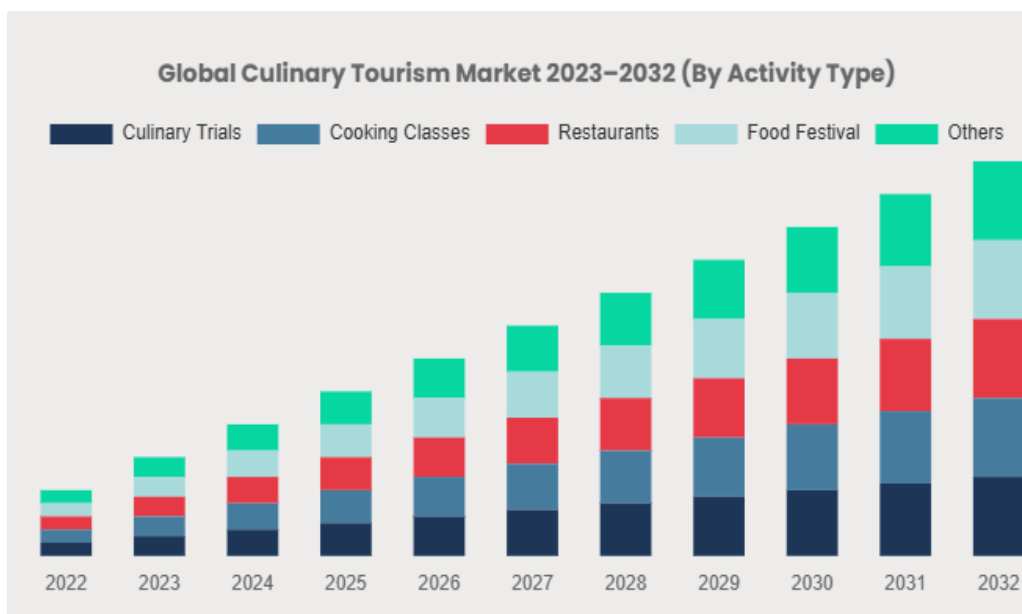
Ο γαστρονομικός τουρισμός αναπτύσσεται ολόχρονα και συνδυάζει όλα τα σημεία της εφοδιαστικής αλυσίδας από το χωράφι μέχρι το πιάτο του καταναλωτή – τουρίστα, ενώ ταυτόχρονα εμπλουτίζει την εμπειρία με επισκέψεις σε τοπικούς παραγωγούς, ξεναγήσεις σε αγροκτήματα και οινοποιεία, επισκέψεις σε σημεία πώλησης 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.

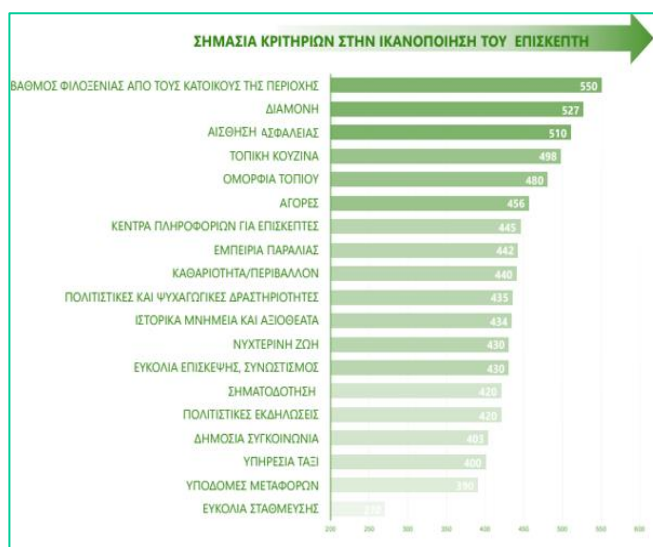
Επιπρόσθετα, η γαστρονομία όπως αναφέρθηκε και παραπάνω αποτελεί μέσο για την επέκταση της τουριστικής περιόδου σε συνδυασμό με μια σειρά δραστηριοτήτων που δημιουργούν μοναδικές ταξιδιωτικές εμπειρίες (π.χ. επισκέψεις σε χώρους παραγωγής, σε αγροκτήματα, σε οινοποιεία, κλπ.) και διαχέουν την τουριστική 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 οργάνωσης του ταξιδιού, ενώ αγοράζει τοπικά προϊόντα για να πάρει μαζί επιστρέφοντας στον τόπο του.

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

- **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 Τοπικότητα⁵:** 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.
- ❑ **Το 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,

⁵ Στο πλαίσιο της έρευνας μέσω ερωτηματολογίου, μεταξύ των κύριων αξιών που πρέπει να προωθήσει το ΤΣΠ οι συμμετέχοντες αναφέρουν τη διασφάλιση της ποιότητας (58%), τη στήριξη και ανάδειξη τοπικών στοιχείων – τοπικής ταυτότητας (73%). Ακόμη στο ερώτημα ποια κριτήρια πρέπει να πληρούν οι επιχειρήσεις για να ενταχθούν στο ΤΣΠ το 67% αναφέρει την υψηλή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών.

- ☑ 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 Ρόλος του Τ.Σ.Π. στην διαμόρφωση ταυτότητας της Καβάλας

Το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας λειτουργεί ως σημαντικό μέσο στήριξης και ενδυνάμωσης της συνολικής στρατηγικής μάρκετινγκ της πόλης της Καβάλας, συμβάλλοντας καθοριστικά στη δημιουργία, καθιέρωση και προώθηση ενός ενιαίου και συνεκτικού τουριστικού brand για τον προορισμό.

Με την εφαρμογή κοινών προτύπων ποιότητας, την ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας και τη δικτύωση των επιχειρήσεων, το Τ.Σ.Π. δρα ως μηχανισμός που διασφαλίζει μια αναγνωρίσιμη και σταθερή εικόνα υπηρεσιών που αναδεικνύει την Καβάλα ως έναν ποιοτικό, αυθεντικό και βιώσιμο τουριστικό προορισμό.

Παράλληλα, συνιστά εργαλείο διαχείρισης και αναβάθμισης της εμπειρίας του επισκέπτη, δεδομένου ότι:

- ☑ ενισχύει τη συνοχή της συνολικής τουριστικής εμπειρίας σε όλη την αλυσίδα αξίας (διαμονή, εστίαση, τουριστικές υπηρεσίες),
- ☑ συμβάλλει στη γνωριμία και διασύνδεση του επισκέπτη με τη γαστρονομία, τον πολιτισμό και την τοπική παραγωγή,
- ☑ υποστηρίζει τη διαμόρφωση μιας ενιαίας ποιοτικής εικόνας για τις επιχειρήσεις-μέλη, οι οποίες λειτουργούν ως “πρεσβευτές” του προορισμού.

Σε επίπεδο city branding, το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας αποτελεί βασικό δομικό στοιχείο της ταυτότητας της Καβάλας, ενισχύοντας τη διαφοροποίηση της πόλης μέσα από την ποιότητα, την αυθεντικότητα και τη στενή σύνδεση με την τοπική παραγωγική δραστηριότητα και την πολιτιστική κληρονομιά.

1.1.5 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 & Συνέργειες⁶: 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.

⁶ Σύμφωνα με την έρευνα ερωτηματολογίου, το 70% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι η εμπιστοσύνη και η συνεργασία αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες στο πλαίσιο του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας, ενώ η επιτυχία του εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την καλλιέργεια ενός κλίματος αμοιβαίας εμπιστοσύνης και ενεργής συνεργασίας.

Επιμόρφωση, Κατάρτιση⁷: το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών αποτελεί το κατεχόμενη 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 Στοιχείων⁸: 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.

Βιωσιμότητα⁹: 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.

Εξωστρέφεια¹⁰: 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.

⁷ Σύμφωνα με την έρευνα ερωτηματολογίου, το 39% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι η επιμόρφωση/κατάρτιση πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στις αξίες που προωθεί το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας. Επίσης σε ερώτημα αναφορικά με το είδος της στήριξης που αναμένουν τα δυνητικά μέλη, το 58% αναφέρει συμμετοχή σε κατάρτιση και εκπαιδευτικά προγράμματα. Ακόμη, η τακτική κατάρτιση και εκπαίδευση των μελών του ΤΣΠ αναφέρεται σε ποσοστό 49% ως μία από τις κρίσιμες προϋποθέσεις εξασφάλισης συμμετοχής δυνητικών μελών στο ΤΣΠ και παράγοντας για την επιτυχία, λειτουργικότητα και βιωσιμότητα του εγχειρήματος.

⁸ Στο πλαίσιο της έρευνας ερωτηματολογίου και το ερώτημα 4, οι συμμετέχοντες σε ποσοστό 58% αναφέρουν ως βασικά κριτήρια για την ένταξη στο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας τη χρήση τοπικών προϊόντων και πρώτων υλών και τη συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές. Αντίστοιχα πολύ υψηλά στις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερώτημα 1 «ποιες είναι οι κύριες αξίες που πιστεύετε ότι πρέπει να προωθεί το ΤΣΠ» κατατάσσεται η αναφορά για στήριξη και ανάδειξη των τοπικών στοιχείων (73%).

⁹ Η προώθηση της βιωσιμότητας, καθώς και η περιβαλλοντική υπευθυνότητα και οι βιώσιμες πρακτικές αναφέρονται από τους συμμετέχοντες στην έρευνα ερωτηματολογίου αφενός ως αξίες που πρέπει να προωθεί το ΤΣΠ και αφετέρου, ως κριτήρια που πρέπει να πληρούν οι επιχειρήσεις για την ένταξή τους σε αυτό. Επιπλέον, η μείωση του κόστους λειτουργίας και η αύξηση των εσόδων αποτελεί για το 36% των συμμετεχόντων σημαντικό κίνητρο συμμετοχής στο ΤΣΠ.

¹⁰ Στο πλαίσιο της έρευνας ερωτηματολογίου, στο ερώτημα 1 «ποιες είναι οι κύριες αξίες που πιστεύετε ότι πρέπει να προωθεί το ΤΣΠ» η εξωστρέφεια αναδεικνύεται ως ιδιαίτερα σημαντική (42%). Επίσης, η προβολή μέσω κοινών δράσεων αναφέρεται σε ποσοστό 30% ως ένα από τα σημαντικότερα οφέλη συμμετοχής σε ένα ΤΣΠ. Ακόμη, οι συμμετέχοντες στην έρευνα αναφορικά με το είδος υποστήριξης που θεωρούν ωφέλιμο να παρέχεται από το ΤΣΠ αναφέρουν τη δημιουργία πλατφόρμας για δικτύωση και προβολή. Τέλος, η προβολή και προώθηση αναδεικνύεται ως τρίτη σε σειρά σπουδαιότητας προτεραιότητα για τη συμμετοχή στο ΤΣΠ, την επιτυχία αλλά και τη βιωσιμότητα του εγχειρήματος.

1.1.6 Μέλη

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

- ☐ Δραστηριοποιούνται στην πόλη της Καβάλας¹¹.
- ☐ 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 που δραστηριοποιούνται στην πόλη της Καβάλας.

1.1.7 Όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής

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

- Να δραστηριοποιείται εντός της Καβάλας.
- Να δραστηριοποιείται στον τομέα της εστίασης¹².
- 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 εντάσσει όπου αυτό είναι λειτουργικά εφικτό, τοπικά προϊόντα στις υπηρεσίες ή/και τα προϊόντα της, στηρίζοντας έτσι τους τοπικούς παραγωγούς.
- 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.

¹¹Μελλοντικά, έπειτα από την πιλοτική λειτουργία του Τ.Σ.Π. και αφού έχει διαπιστωθεί η δυναμική και η λειτουργικότητά του και καθώς θα υπάρχει ενδιαφέρον, θα μπορεί να επεκταθεί γεωγραφικά σε όλο το Δήμο Καβάλας, στην Π.Ε. Καβάλας αλλά και σε όλη την Περιφέρεια ΑΜΘ.

¹²Σε 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».

1.1.8 Παρεχόμενες υπηρεσίες¹³

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

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 (π.χ. Βιωσιμότητα & Περιβάλλον, Ψηφιακή μετάβαση, Ασφάλεια Τροφίμων, Αφήγηση εμπειρίας και branding, Εξυπηρέτηση και Επικοινωνία στον Τουρισμό).

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 των επιχειρήσεων με τα κριτήρια του Τ.Σ.Π.
- Προώθηση συνεργασιών με επιχειρήσεις και φορείς του τομέα της αγροδιατροφής και του τουρισμού εν γένει.
- Ενημέρωση των μελών για διαθέσιμα χρηματοδοτικά προγράμματα και ευκαιρίες ενίσχυσης βάσει δημοσιευμένων προσκλήσεων και ανακοινώσεων.

Παρακολούθηση – αξιολόγηση

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

1.1.9 Ίδρυση και λειτουργία

Στο πλαίσιο των κατά καιρούς προσπάθειών 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.

¹³Στο πλαίσιο της έρευνας ερωτηματολογίου αναφέρονται ως αναγκαίες δράσεις υποστήριξης κατά σειρά σημαντικότητας, η κατάρτιση/εκπαιδευτικά προγράμματα, η δικτύωση – προβολή, η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών και οι δράσεις προώθησης.

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.

Ειδικότερα:

- ❑ **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 προοιωνίζουν 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 τέσσερα εναλλακτικά σενάρια, ήτοι:

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

Ο Δήμος Καβάλας μέσω της Δημοτικής Κοινωφελούς 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 προϋποθέσεις¹⁴, προκρίνεται το Αυτοτελές Τμήμα Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου που, σύμφωνα με τον ΟΕΥ, είναι αρμόδιο για θέματα τουριστικής ανάπτυξης και ειδικότερα για τον στρατηγικό σχεδιασμό βιώσιμης ανάπτυξης και προώθησης όλων των μορφών τουρισμού, την προβολή του τουριστικού προϊόντος του Δήμου, την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και τη διαχείριση υποδομών, την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, της τουριστικής πληροφόρησης και εμπειρίας, κ.α.

Επισημαίνεται ότι η προϊσταμένη του Τμήματος έχει αποσπαστεί από το 2025 στον Αναπτυξιακό Οργανισμό του Δήμου και ότι το Τμήμα δεν διαθέτει κατάλληλο στελεχιακό δυναμικό που θα μπορούσε να υποστηρίξει τη δράση και τη λειτουργία του Φορέα Διαχείρισης.

2ο ΣΕΝΑΡΙΟ: Φορέας Διαχείρισης είναι ο Δήμος Καβάλας με τη σύσταση DMMO¹⁵.

Το θεσμικό πλαίσιο (Νόμος 4875/2021¹⁶) 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.

Συνιστούν εργαλείο για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, για ενίσχυση της ανταγωνιστικής θέσης του προορισμού, εστιάζουν στην αναβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών, στη στοχευμένη διαφήμιση και προβολή, καθώς και στη δημιουργία καινοτόμων ταξιδιωτικών εμπειριών.

Αποτελούν βασικό μηχανισμό άσκησης στρατηγικής place marketing, καθώς ενοποιούν τον σχεδιασμό, τη διαχείριση και την προβολή του προορισμού σε ένα συνεκτικό και λειτουργικό πλαίσιο, με στόχο τη διαμόρφωση και ανάδειξη μιας ισχυρής και ανταγωνιστικής ταυτότητας (brand), που αποτυπώνει με συνέπεια το πολυδιάστατο χαρτοφυλάκιο προϊόντων και εμπειριών.

Μεταξύ άλλων, σκοποί των Οργανισμών Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού αποτελούν:

- 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,
- η εκπόνηση μελετών για τη δημιουργία προτύπων για την ανάδειξη της ταυτότητας του προορισμού,

¹⁴ π.χ. αύξηση των στελεχών, συνεργασία με εξωτερικούς συνεργάτες

¹⁵ DMMO: Οργανισμός Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού

¹⁶ 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 ανάπτυξη τουριστικών προϊόντων του προορισμού εν προκειμένω του γαστρονομικού τουρισμού,
- ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της στρατηγικής μάρκετινγκ και τουριστικής προβολής του προορισμού

Ως Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού δύναται να λειτουργήσουν Αναπτυξιακοί Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης ή Αναπτυξιακές Ανώνυμες Εταιρείες οργανισμού τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και υφιστάμενες (κατά τη δημοσίευση του Νόμου), αστικές εταιρείες μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα με εταίρους Ο.Τ.Α.

3^ο 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.

4^ο ΣΕΝΑΡΙΟ Φορέας Διαχείρισης είναι ο Αναπτυξιακός Οργανισμός του Δήμου Καβάλας «ΦΙΛΙΠΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΑΕ».

Ο νεοσύστατος (28/06/2024) Αναπτυξιακός Οργανισμός με διακριτικό τίτλο «ΦΙΛΙΠΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΑΕ» αποτελεί μια εταιρεία ειδικού σκοπού που λειτουργεί υπέρ του δημοσίου συμφέροντος με μοναδικό μέτοχο το Δήμο Καβάλας. Αποστολή του είναι η υποστήριξη του Δήμου στον σχεδιασμό και την υλοποίηση αναπτυξιακών πολιτικών, με έμφαση στην τοπική οικονομία και τον τουρισμό. Μεταξύ των καταστατικών σκοπών του Οργανισμού είναι¹⁷ η μελέτη, καταγραφή, έρευνα και αξιολόγηση υφιστάμενων δομών και προβλημάτων σχετικά με την οικονομική και τουριστική δραστηριότητα, ο σχεδιασμός και η εφαρμογή αποτελεσματικών μεθόδων και δράσεων για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και τον εμπλουτισμό της τουριστικής εμπειρίας, η ανάδειξη του ιστορικού πλούτου, της πολιτιστικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής ταυτότητας επιλεγμένων περιοχών παρέμβασης, η ανάπτυξη νέων μορφών εναλλακτικού τουρισμού, η στήριξη της επιχειρηματικότητας, η στήριξη και αξιοποίηση των τοπικά παραγόμενων προϊόντων και η σύνδεσή τους με τον τουρισμό.

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι στους σκοπούς του Οργανισμού περιλαμβάνεται ρητά η δυνατότητα λειτουργίας του ως **Οργανισμός Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού (DMMO)**, γεγονός που τον καθιστά θεσμικά κατάλληλο να αναλάβει το ρόλο του Φορέα Διαχείρισης ενός Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας.

Ήδη ο Οργανισμός μέσω προγραμματικής σύμβασης αναλαμβάνει την υποστήριξη του Δήμου στην υλοποίηση της τουριστικής προβολής του για το έτος 2026 και την ανάπτυξη δράσεων που αφορούν τον τουρισμό.

Ο Οργανισμός διαθέτει ήδη συγκροτημένη δομή και ομάδα συνεργατών πολλών ειδικοτήτων, ικανών να υποστηρίξουν αποτελεσματικά τον ρόλο του Φορέα Διαχείρισης. Επιπλέον:

- η στελέχωση με έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό, όπως η απόσπαση της τ έως προϊσταμένης του Αυτοτελούς Τμήματος Τουριστικής Ανάπτυξης του Δήμου,

¹⁷ Σύμφωνα με την 16458/28.06.2024 συμβολαιογραφική πράξη σύστασης όπως τροποποιήθηκε με την υπ' αρ. 17090/01.12.2025 συμβολαιογραφική πράξη

- καθώς και η συμμετοχή στο Διοικητικό Συμβούλιο προσώπων με βαθιά γνώση της αγοράς και του τουριστικού τομέα,

ενισχύουν σημαντικά τη θεσμική και επιχειρησιακή αξιοπιστία του Οργανισμού.

Επισημαίνεται ότι το 2^ο εναλλακτικό σενάριο απορρίπτεται δεδομένου ότι ο Αναπτυξιακός Οργανισμός του Δήμου έχει τη θεσμική δυνατότητα να λειτουργήσει και ως Οργανισμός Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού.

Για τα υπόλοιπα τρία σενάρια πραγματοποιείται συγκριτική αξιολόγηση στη βάση των κάτωθι ποιοτικών κριτηρίων:

1. **Λειτουργική Ετοιμότητα:** αφορά στην οργανωτική επάρκεια και την άμεση επιχειρησιακή ικανότητα του φορέα να αναλάβει το ρόλο του Φορέα Διαχείρισης και να αναπτύξει δράσεις χωρίς δυσκολία και καθυστερήσεις.
2. **Στελέχωση:** αφορά στην ποσοτική και ποιοτική επάρκεια ανθρώπινου δυναμικού, τόσο ως προς τον αριθμό, όσο και ως προς τις γνώσεις, δεξιότητες, εμπειρία και εξειδίκευση σε συναφή αντικείμενα (π.χ. τουρισμός, γαστρονομία, τοπικά προϊόντα). Αφορά επίσης την ύπαρξη κατάλληλης οργανωσιακής κουλτούρας, που συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων και την αποτελεσματική υλοποίηση των δράσεων. Η επάρκεια των ανθρώπινων πόρων αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχούς λειτουργίας.
3. **Βιωσιμότητα - Χρηματοοικονομική επάρκεια:** Αφορά στην οικονομική αυτοτέλεια και δυνατότητα του φορέα να διασφαλίσει την μακροχρόνια λειτουργία του ώστε να μπορεί να στηρίξει και να υλοποιήσει το ΤΣΠ χωρίς εμπόδια και καθυστερήσεις. Ιδιαίτερη σημασία έχει η ικανότητα αξιοποίησης χρηματοδοτικών ευκαιριών και προσέλκυσης πόρων από διάφορους μηχανισμούς (π.χ. συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα).
4. **Ευελιξία:** αφορά στην ικανότητα του φορέα να προσαρμόζεται άμεσα και αποτελεσματικά σε μεταβολές στόχων, προτεραιοτήτων, εξωτερικών ή εσωτερικών συνθηκών, καθώς και σε έκτακτα γεγονότα.
5. **Αποτελεσματικότητα:** αφορά στον βαθμό επίτευξης των στόχων και στην ικανότητα του φορέα να σχεδιάζει, να συντονίζει και να υλοποιεί δράσεις που ενισχύουν την ανάπτυξη του γαστρονομικού και τουριστικού προϊόντος.
6. **Διοικητική Αυτονομία:** αφορά στον βαθμό διοικητικής και επιχειρησιακής ανεξαρτησίας από γραφειοκρατικούς περιορισμούς, καθώς και στην ικανότητά του να λαμβάνει και να υλοποιεί αποφάσεις γρήγορα και αποτελεσματικά.
7. **Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα:** αφορά στην ικανότητα του φορέα να έχει ή να δημιουργήσει προστιθέμενη αξία ή υπεραξία στον κλάδο της γαστρονομίας και των τοπικών προϊόντων.
8. **Αποδοχή:** σχετίζεται με τον βαθμό αποδοχής, εμπιστοσύνης και συνεργασίας του φορέα με τους εμπλεκόμενους φορείς και την τοπική κοινωνία.

Στη βάση των παραπάνω κριτηρίων πραγματοποιείται συγκριτική αξιολόγηση των προτεινόμενων φορέων για την ανάληψη του ρόλου του Φορέα Διαχείρισης του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας. Στο πλαίσιο αυτό, κάθε κριτήριο αξιολογείται και βαθμολογείται σε κλίμακα από 1 έως 5, όπου το 1 αντιστοιχεί στη χαμηλότερη και το 5 στην υψηλότερη επίδοση.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ ΑΥΤΟΤΕΛΕΣ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΚΑΒΑΛΑΣ	«ΦΙΛΙΠΠΟΙ» ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΑΕ
Λειτουργική Ετοιμότητα	ΕΠΙΔΟΣΗ = 3 Ο Δήμος Καβάλας διαθέτει θεσμική συνέχεια και εμπειρία στον σχεδιασμό τουριστικών παρεμβάσεων, ενώ υπήρξε και ο εμπνευστής της προηγούμενης πρωτοβουλίας (Kavala – Tales of Taste). Ωστόσο, η κατάργηση της «ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ» και η μεταφορά αρμοδιοτήτων στο Αυτοτελές Τμήμα Τουριστικής Ανάπτυξης έχουν δημιουργήσει οργανωτικό και λειτουργικό κενό, το οποίο επηρεάζει την άμεση επιχειρησιακή ετοιμότητα.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 4 Αποτελεί έτοιμη διοικητική δομή με εμπειρία στη διαχείριση έργων και θεσμική ικανότητα υλοποίησης δράσεων. Η λειτουργική του επάρκεια το καθιστά ικανό να αναλάβει ρόλο φορέα διαχείρισης χωρίς ανάγκη δημιουργίας νέων μηχανισμών.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 4 Νεοσύστατος οργανισμός με οργανωμένη δομή, ανθρώπινο δυναμικό και ενεργή δράση στον τομέα της τουριστικής προβολής και της ανάπτυξης τουριστικών δράσεων μέσω σύναψης προγραμματικής σύμβασης με τον Δήμο Καβάλας.
Στελέχωση	ΕΠΙΔΟΣΗ = 2 Σημαντική υποστελέχωση, έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού για την υποστήριξη ενός σύνθετου έργου όπως το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 3 Διαθέτει επαρκές διοικητικό προσωπικό και εμπειρία στη συνεργασία με επιχειρήσεις. Ωστόσο, η εξειδίκευση σε τομείς όπως η γαστρονομία, η τουριστική εμπειρία και η ανάπτυξη προορισμού παραμένει περιορισμένη και εν μέρει απαιτεί εξωτερικές συνεργασίες.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 5 Διεπιστημονική ομάδα και μεταφορά τεχνογνωσίας (απόσπαση προϊσταμένης από Αυτοτελές Τμήμα Τουριστικής Ανάπτυξης, συμμετοχή ατόμων άνθρωποι που γνωρίζουν την αγορά και έχουν τη δυνατότητα να υποστηρίξουν την αναπτυξιακή ώθηση του Δήμου.

Βιωσιμότητα – Χρηματο- οικονομική επάρκεια	ΕΠΙΔΟΣΗ = 3 Ο Δήμος διαθέτει πρόσβαση σε δημόσιους και ευρωπαϊκούς πόρους, γεγονός που διασφαλίζει βασικό επίπεδο χρηματοδοτικής υποστήριξης. Ωστόσο, η εξάρτηση από δημοτικούς προϋπολογισμούς και οι χρονοβόρες διοικητικές διαδικασίες περιορίζουν τη χρηματοδοτική ευελιξία και την ταχύτητα αξιοποίησης ευκαιριών.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 4 Το Επιμελητήριο έχει αποδεδειγμένη ικανότητα συμμετοχής και διαχείρισης χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, καθώς και πρόσβαση σε δίκτυα και πόρους που ενισχύουν τη χρηματοδοτική του σταθερότητα.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 4 Η λειτουργία μέσω προγραμματικών συμβάσεων και η δυνατότητα πρόσβασης σε χρηματοδοτικά εργαλεία ενισχύουν τη βιωσιμότητα του Οργανισμού. Η σύνδεση με τον Δήμο λειτουργεί υποστηρικτικά χωρίς να περιορίζει την επιχειρησιακή ευελιξία του.
Ευελιξία	ΕΠΙΔΟΣΗ = 2 Η λειτουργία του Δήμου εντός αυστηρού θεσμικού και γραφειοκρατικού πλαισίου περιορίζει σημαντικά την ταχύτητα λήψης αποφάσεων και την προσαρμοστικότητα σε μεταβαλλόμενες ανάγκες του έργου.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 2 Ο θεσμικός του χαρακτήρας συνεπάγεται περιορισμούς σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων, με αποτέλεσμα χαμηλή προσαρμοστικότητα σε δυναμικές αλλαγές.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 5 Υψηλός βαθμός ευελιξίας λόγω ιδιωτικοοικονομικής λειτουργίας, με δυνατότητα γρήγορης άμεσης λήψης αποφάσεων.
Αποτελεσματι- κότητα	ΕΠΙΔΟΣΗ = 3 Παρά την εμπειρία στον στρατηγικό σχεδιασμό τουριστικών δράσεων, η περιορισμένη στελέχωση και οι διοικητικοί περιορισμοί λειτουργούν αρνητικά στην επιχειρησιακή ικανότητα υλοποίησης και στην συνολική αποτελεσματικότητα.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 3 Δεν αποτελεί εξειδικευμένο φορέα τουριστικής ανάπτυξης, γεγονός που περιορίζει την επιχειρησιακή ένταση των παρεμβάσεων.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 4 Η ήδη ενεργή εμπλοκή σε τουριστικές δράσεις (2026) αποδεικνύει επιχειρησιακή ικανότητα. Η επιπλέον ενίσχυση της ανθρώπινης ομάδας του Οργανισμού αυξάνει την πιθανότητα άμεσης και αποδοτικής υλοποίησης του ΤΣΠ.
Διοικητική Αυτονομία	ΕΠΙΔΟΣΗ = 2 Η λειτουργία υπόκειται σε υψηλό βαθμό διοικητικού ελέγχου και θεσμικών διαδικασιών, γεγονός που περιορίζει την αυτονομία στην άμεση λήψη και υλοποίηση αποφάσεων.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 3 Διαθέτει σχετική αυτονομία στη λειτουργία του, ωστόσο υπόκειται σε θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο που επηρεάζει την ταχύτητα λήψης αποφάσεων.	ΕΠΙΔΟΣΗ = 4 Διαθέτει σημαντική διοικητική και επιχειρησιακή αυτονομία, διατηρώντας ταυτόχρονα στρατηγική σύνδεση με τον Δήμο.

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα	ΕΠΙΔΟΣΗ =3 Το κύριο πλεονέκτημα του Δήμου εντοπίζεται στη θεσμική συνέχεια και στην αναγνωρισιμότητα του υφιστάμενου brand του προορισμού. Ωστόσο, δεν διαθέτει εξειδικευμένη δομή για την ανάπτυξη ολοκληρωμένου γαστρονομικού προϊόντος.	ΕΠΙΔΟΣΗ =3 Ισχυρή διασύνδεση με την τοπική επιχειρηματική κοινότητα, δυνατότητα κινητοποίησης επιχειρήσεων, μηχανισμός διασύνδεσης δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.	ΕΠΙΔΟΣΗ =4 Ο θεσμικός του ρόλος (δυνατότητα λειτουργίας ως DMMO), σε συνδυασμό με εξειδίκευση σε τουρισμό και τοπικά προϊόντα, δημιουργεί σαφή προστιθέμενη αξία.
Αποδοχή	ΕΠΙΔΟΣΗ =3 Ο Δήμος απολαμβάνει σχετική αποδοχή και εμπιστοσύνη από την τοπική κοινωνία και τους φορείς.	ΕΠΙΔΟΣΗ =4 Απολαμβάνει ισχυρή αποδοχή από την επιχειρηματική κοινότητα.	ΕΠΙΔΟΣΗ =4 Η θεσμική σύνδεση με τον Δήμο και η συμμετοχή προσώπων με γνώση της αγοράς ενισχύουν την αξιοπιστία και την αποδοχή από τους εμπλεκόμενους φορείς.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΣΕΝΑΡΙΩΝ

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ ΑΥΤΟΤΕΛΕΣ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΚΑΒΑΛΑΣ	ΦΙΛΙΠΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΑΕ
Λειτουργική Ετοιμότητα	3	4	4
Στελέχωση	2	3	5
Βιωσιμότητα – Χρηματο- οικονομική επάρκεια	3	4	4
Ευελιξία	2	2	5
Αποτελεσματι- κότητα	3	3	4
Διοικητική Αυτονομία	2	3	4
Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα	3	3	4
Αποδοχή ¹⁸	3	4	4
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΔΟΣΗΣ	21	26	34
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ (Συνολική επίδοση/αριθμό κριτηρίων)	2,63	3,25	4,25

Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα της συγκριτικής αξιολόγησης των εναλλακτικών σεναρίων, όπως αυτά προέκυψαν βάσει των καθορισμένων κριτηρίων, προκρίνεται ως καταλληλότερος φορέας για την ανάληψη του ρόλου του Φορέα Διαχείρισης του Τοπικού

¹⁸Στο πλαίσιο του συμμετοχικού σχεδιασμού/διαβούλευσης και της έρευνας που έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου, στο ερώτημα «ποιο όργανο διοίκησης θα προτείνατε για την υλοποίηση του ΤΣΠ» μόνο το 6% απάντησε το Δήμο, το 36% υπέδειξε το Επιμελητήριο Καβάλας ως καταλληλότερο φορέα ενώ ακόμη ένα ισόποσο ποσοστό απαντήσεων (36%) δήλωσε ως προτίμηση έναν ανεξάρτητο συμβουλευτικό όργανο.

Συμφώνου Ποιότητας ο Αναπτυξιακός Οργανισμός του Δήμου Καβάλας «ΦΙΛΙΠΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Α.Ε.».

Η τελική επιλογή ωστόσο του Φορέα θα γίνει από την Αναθέτουσα Αρχή.

1.1.1 Οργανα 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.
- ☒ 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.

1.1.11 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 επίστευσης 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 επανααξιολόγησή 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 ισχύς 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 ισχύς 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.

1.1.12 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 – ΑΠΛΟ ΣΗΜΑ	50-89%
4	ΜΗ ΕΝΤΑΞΗ ΣΤΟ Τ.Σ.Π. – ΔΕ ΧΟΡΗΓΕΙΤΑΙ ΣΗΜΑ	0-49%

1.1.13 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 αειφόρο τοπική ανάπτυξη και περισσότερο δε, αυτές που είναι πιστοποιημένες¹⁹.

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, με την έννοια ότι λαμβάνουν επιπλέον μόρια όταν οι σχετικές προσκλήσεις προωθούν τη συμμετοχή σε δίκτυα και συνεργασίες.
- 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, Σχολές Μαγειρικής 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

¹⁹ Viteri, 2017, Standards and labels for the promotion of biodiversity-friendly production and commercialization. An overview, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

επί του ίδιου θέματος, το μέλος αποβάλλεται από το Τ.Σ.Π. με αυτόματη παύση ισχύος του Σήματος.

1.1.14 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.

1.1.15 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.

1.1.16 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 εργατοημέρα (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 εργατοημέρα). 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 εργατοώρες, 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)²⁰

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 του²¹.

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.

²⁰ Η πρωτοβουλία σταμάτησε στο στάδιο της αξιολόγησης επιχειρήσεων προς πιστοποίηση και σήμερα είναι ανενεργή.

²¹ 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. Η συνεργασία τεκμηριώνεται ενδεικτικά μέσω συμφωνητικών συνεργασίας, συμμετοχής σε κοινές δράσεις προβολής, εκδηλώσεις κλπ., ανάπτυξης κοινών προϊόντων ή υπηρεσιών, κ.α.

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.

Πρωθείται 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. Ανά δραστηριότητα οι ειδικές πιστοποιήσεις διαμορφώνονται ως εξής:

1. Εστίαση

- ISO 22000 / HACCP – ασφάλεια τροφίμων
- ISO 9001 – ποιότητα υπηρεσιών και διαδικασιών
- ISO 14001 – περιβαλλοντική διαχείριση

2. Καταλύματα

- ISO 9001 – ποιότητα υπηρεσιών φιλοξενίας
- ISO 14001 – περιβαλλοντική διαχείριση
- ISO 22000 / HACCP – ασφάλεια τροφίμων (αν υπάρχει εστιατόριο)
- ISO 27001 – προστασία δεδομένων πελατών (κρατήσεις)
- ISO 21401 – βιωσιμότητα καταλυμάτων
- EU Ecolabel – Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα προϊόντων και υπηρεσιών

3. Παραδοσιακά καφενεία

- ISO 22000 / HACCP – ασφάλεια τροφίμων (αν υπάρχει εστιατόριο)
- ISO 9001 – ποιότητα εξυπηρέτησης
- ISO 14001 – περιβαλλοντική διαχείριση (απόβλητα, ενέργεια)

4. Επισκέψιμα αγροκτήματα

- ISO 22000 / HACCP – ασφάλεια τροφίμων (παραγωγή/γευσιγνωσία)
- ISO 9001 – ποιότητα υπηρεσιών και διαδικασιών
- ISO 21401 – βιωσιμότητα καταλυμάτων (εφόσον υπάρχει φιλοξενία επισκεπτών)

5. Επισκέψιμα οινοποιεία

- ISO 22000 / HACCP – ασφάλεια τροφίμων (κρασί)
- ISO 9001 – ποιότητα παραγωγής & εμπειρίας επισκέπτη
- ISO 21401 – βιωσιμότητα καταλυμάτων (εφόσον υπάρχει φιλοξενία επισκεπτών)

6. Ταξιδιωτικά γραφεία / τουριστικά πρακτορεία

- ISO 9001 – ποιότητα υπηρεσιών
- ISO 27001 – ασφάλεια δεδομένων πελατών

7. Καταστήματα τοπικών προϊόντων (delicatessen, farm shops)

- ISO 22000 / HACCP –ασφάλεια τροφίμων (αποθήκευση & διάθεση τροφίμων)
- ISO 9001 – ποιότητα εξυπηρέτησης

2.1.19 Χρήση τοπικών προϊόντων πρωτογενούς παραγωγής (Π)

Η επιχείρηση ενθαρρύνεται να αξιοποιεί προϊόντα του πρωτογενούς τομέα που προέρχονται από την περιοχή της Καβάλας ή/και την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, στο πλαίσιο της λειτουργίας και της εμπορικής της δραστηριότητας, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στην ανάδειξη της αγροδιατροφικής ταυτότητας της περιοχής.

Οι παραπάνω προδιαγραφές αποτυπώνονται εποπτικά στον επόμενο πίνακα:

Αρ. κριτ.	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΕΙΔΟΣ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ
2.1.2	Νομοθετική γνώση και συμμόρφωση	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.3	Διαχείριση παραπόνων	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.4	Τήρηση αισθητικών προτύπων	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.5	Προβολή	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.6	Τιμές	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.7	Σήμα Τ.Σ.Π.	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.8	Συμμετοχή σε δράσεις του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.14	Προσωπικό	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.15	Ασφάλεια	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.16	Υγιεινή	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.11	Υπηρεσίες - καινοτομία	ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟ
2.1.1	Συμμετοχή στην πρωτοβουλία “Kavala - Tales of Taste”	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
2.1.9	Δικτύωση και συνεργασία μελών	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
2.1.10	Προστασία περιβάλλοντος	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
2.1.12	Ανάδειξη και τόνωση του παραδοσιακού χαρακτήρα των τοπικών δραστηριοτήτων, της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
2.1.13	Προδιαγραφές κατασκευής	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
2.1.17	Προσβασιμότητα	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
2.1.18	Ειδικές πιστοποιήσεις	ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΟ
2.1.19	Χρήση τοπικών προϊόντων πρωτογενούς παραγωγής	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 τραπέζοκαθίσματα (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. Καρβάλης, 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 καλαίσθητα, 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 κλασσικά 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 γευσίγνωσία 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	Υπαρξη 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	Υπαρξη 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 Qrcode, χρήση οικολογικών υλικών).		

2.2.8 Καταστήματα Πώλησης Τοπικών Προϊόντων

A/A	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, σχολές μαγειρικής 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 Τουρισμού²², 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.

²² 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.sympossio.gr, <https://www.fnlguide.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 - Διεθνής 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 & ΆΛΛΕΣ 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, Παγκόσμιας Ένωσης 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 ανάδειξής 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.

city marketing

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

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-oinopoieiou-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>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΔΙΑΒΟΥΛΕΥΣΗ ΤΟΠΙΚΟΥ ΣΥΜΦΩΝΟΥ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Αναπόσπαστο μέρος του σχεδιασμού του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας αποτέλεσε η διαδικασία της δημόσιας διαβούλευσης και του συμμετοχικού σχεδιασμού προωθώντας τη συνεργασία και την ενεργοποίηση των δυνάμεων του πεδίου, έχοντας σκοπό μια ολοκληρωμένη και ρεαλιστική προσέγγιση, «από τα κάτω προς τα πάνω».

Ο συμμετοχικός σχεδιασμός, μέσω της δημόσιας διαβούλευσης, διαμόρφωσε ένα ανοιχτό, δημοκρατικό, δημιουργικό, εξελικτικό και δυναμικό πλαίσιο που διασφάλισε τον δημόσιο διάλογο σε σχέση με ανάγκες, επιθυμίες, προβληματισμούς, ιδέες και προτάσεις, όλων των εν δυνάμει εμπλεκομένων στο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας.

Μεθοδολογικά, ο συμμετοχικός σχεδιασμός υποστηρίχθηκε με:

1. διεξαγωγή εργαστηρίου για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας που διεξήχθη την Πέμπτη 2/4/2026 στην Καβάλα. Το εργαστήριο απευθύνονταν σε επαγγελματίες του κλάδου με στόχο να ενημερωθούν για τις βασικές πτυχές του ΤΣΠ, να συμμετάσχουν σε έναν ανοικτό διάλογο για τα οφέλη και τις προοπτικές του και να συμβάλουν στη διαμόρφωση ενός κοινού πλαισίου ποιότητας.
2. την πραγματοποίηση ηλεκτρονικής έρευνας με τη χρήση ερωτηματολογίου τύπου google form.

Ακολουθεί το υλικό τεκμηρίωσης του εργαστηρίου Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας, τα πρακτικά καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας.

Υλικό Τεκμηρίωσης Εργαστηρίου

Πρόσκληση

πρόσκληση

city marketing



ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

«Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας»

Ο Δήμος Καβάλας σας προσκαλεί σε ένα διαδραστικό εργαστήριο, για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας της πόλης, που υλοποιείται στο πλαίσιο της πράξης «Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας».

Το εργαστήριο θα πραγματοποιηθεί την Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026 (9:00-13:00) στο κτήριο της Μεγάλης Λέσχης (Κύπρου 12-14) και διοργανώνεται στο πλαίσιο της προσπάθειας του Δήμου για τη στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία ενός νέου Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για τη γαστρονομία, τα τοπικά προϊόντα και τις υπηρεσίες της πόλης, μέσα από τη συνεργασία τοπικών φορέων και επιχειρήσεων.

Με εκτίμηση,
Ο Δήμαρχος Καβάλας

Θεόδωρος Μουριάδης

 Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης  ΕΣΠΑ 2021-2027

POST

SAVE THE DATE

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

«Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας»

συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα



Πέμπτη, 2/4/2026
9:00 - 13:00

Κτήριο Μεγάλης Λέσχης
Κύπρου 12-14

 Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης  ΕΣΠΑ 2021-2027

city marketing

Ατζέντα



ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Εργαστήριο “Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας”

συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα

Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026 | Μεγάλη Λέσχη

Στο πλαίσιο της προσπάθειάς του για τη στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας, ο Δήμος Καβάλας προχωρά στη δημιουργία ενός Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (ΤΣΠ) για τη γαστρονομία, τα τοπικά προϊόντα και τις επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας, καθώς και για παραγωγούς και μεταποιητές τοπικών προϊόντων, επιχειρήσεις διάθεσης τοπικών τροφίμων και ποτών και συναφείς τουριστικές και γαστρονομικές δραστηριότητες της πόλης. Με βάση την εμπειρία της πρωτοβουλίας «**Kavala – Tales of Taste**», η Καβάλα επιδιώκει να αποκτήσει έναν σύγχρονο και αποτελεσματικό μηχανισμό προβολής της γαστρονομικής της ταυτότητας.

Προσκαλούνται οι επαγγελματίες του κλάδου να συμμετάσχουν, την Πέμπτη 2 Απριλίου, σε ένα **εργαστήριο παρουσίασης και διαλόγου** για την πρωτοβουλία, στο πλαίσιο της πράξης «Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας».

Στο διαδραστικό αυτό εργαστήριο οι συμμετέχοντες:

- ✓ θα ενημερωθούν για τις βασικές πτυχές του ΤΣΠ
- ✓ θα συμμετάσχουν σε ανοικτό διάλογο για τα οφέλη και τις προοπτικές του
- ✓ θα συμβάλουν στη διαμόρφωση ενός κοινού πλαισίου ποιότητας

Παράλληλα, θα παρουσιαστούν:

- ✓ βέλτιστες πρακτικές από άλλες περιοχές
- ✓ διδάγματα από αντίστοιχες πρωτοβουλίες
- ✓ προκλήσεις και προβλήματα εφαρμογής
- ✓ η υφιστάμενη κατάσταση και οι δυνατότητες εξέλιξης

Σε ποιους απευθύνεται το εργαστήριο

Το εργαστήριο απευθύνεται σε επιχειρήσεις και επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της γαστρονομίας, των τοπικών προϊόντων και της φιλοξενίας, καθώς και σε όσους συμβάλλουν στη διαμόρφωση της γαστρονομικής ταυτότητας της πόλης.

Ειδικότερα απευθύνεται σε:

- ☒ επιχειρήσεις εστίασης (εστιατόρια, ταβέρνες, καφέ, Ζαχαροπλαστεία κ.λπ.)
- ☒ επιχειρήσεις φιλοξενίας (ξενοδοχεία, boutique hotels, ενοικιαζόμενα δωμάτια και λοιπά τουριστικά καταλύματα)
- ☒ παραγωγούς και μεταποιητές τοπικών προϊόντων (π.χ. οινοποιεία, ζυθοποιίες, παραγωγούς τροφίμων και ποτών, τυροκομεία, παραγωγούς μελιού, ελαιολάδου κ.ά.)



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



city marketing



ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Εργαστήριο “Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας”

συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα

Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026 | Μεγάλη Λέσχη

- ☑ επιχειρήσεις διάθεσης και εμπορίας τοπικών προϊόντων (παντοπωλεία, delicatessen, καταστήματα τοπικών προϊόντων κ.λπ.)
- ☑ επιχειρήσεις που προσφέρουν επισκέψιμες εμπειρίες παραγωγής ή γαστρονομίας (επισκέψιμα οινοποιεία, εργαστήρια παραγωγής κ.λπ.)
- ☑ επαγγελματίες του χώρου της γαστρονομίας και της φιλοξενίας (σεφ, F&B managers, διευθυντές εστιατορίων και ξενοδοχείων)
- ☑ φορείς και επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται σε γαστρονομικές ή τουριστικές εμπειρίες που συνδέονται με τα τοπικά προϊόντα και την τοπική ταυτότητα.

ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΕΣ ΟΜΙΛΙΕΣ

09:00-13:00

Η πρωτοβουλία «Kavala - Tales of Taste» & Καλές Πρακτικές

Νίκος Δρακωνάκης
Οικονομολόγος - Περιφερειολόγος

Η εμπειρία από τοπικές γαστρονομικές πρωτοβουλίες άλλων περιοχών: Η περίπτωση του Aegean Cuisine

Δημήτρης Κούτουλας
Σύμβουλος Τουριστικού Μάρκετινγκ - Πανεπιστημιακός

Τοπική Επιχειρηματικότητα - Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας

Λάζαρος Σαρηγιαννίδης
Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας,
Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

city marketing



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Αφίσα



**ΔΗΜΟΣ
ΚΑΒΑΛΑΣ**

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

«Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας»
στο πλαίσιο της πράξης «Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας»
συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα

Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026, 9:00-13:00
Μεγάλη Λέσχη, Κύπρου 12-14

city marketing

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ 2021-2027

Βεβαίωση Παρακολούθησης

Βεβαίωση Παρακολούθησης

city marketing



ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Βεβαιώνεται ότι ο/η

παρακολούθησε τις εργασίες του ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

«Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας»

που διοργάνωσε ο Δήμος, στο πλαίσιο της πράξης
«Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας»,
την Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026, στο κτήριο της Μεγάλης Λέσχης.

Ο Δήμαρχος Καβάλας

Θεόδωρος Μουριάδης



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Ερωτηματολόγιο



Το παρόν ερωτηματολόγιο υλοποιείται στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας» που εντάσσεται στη Δράση 2, της Πράξης «Σύστημα Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας» του Δήμου Καβάλας και χρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα «Ανατολική Μακεδονία – Θράκη 2021-2027».

Στο πλαίσιο της προσπάθειας στήριξης της τοπικής επιχειρηματικότητας, ο Δήμος προχωρά στη δημιουργία ενός Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (ΤΣΠ). Το ΤΣΠ αποτελεί, ουσιαστικά, μια συμφωνία συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων και φορέων, με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς συμβάλλει στην αποτύπωση των πραγματικών αναγκών της τοπικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας και στη διαμόρφωση ενός ρεαλιστικού και συμμετοχικού Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την πόλη της Καβάλας.

Σας ευχαριστούμε πολύ!



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης





Ενημερωτικό Έντυπο



ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας (ΤΣΠ) Καβάλας

Τι είναι

Είναι ένα πλαίσιο εθελοντικής, συλλογικής συμφωνίας μεταξύ φορέων, οργανισμών και επιχειρήσεων μιας περιοχής που αλληλοεπιδρούν και συνεργάζονται μεταξύ τους για την επίτευξη κοινής στρατηγικής και στόχων, μέσω συγκεκριμένων πρωτοβουλιών, ενεργειών και δράσεων.

Το ΤΣΠ θέτει προδιαγραφές που συμπληρώνουν το υπάρχον πλαίσιο λειτουργίας των επιχειρήσεων, ενώ αναβαθμίζουν και διατηρούν σε υψηλά επίπεδα την ποιότητα των προϊόντων και των προσφερόμενων υπηρεσιών τους.

Τι αφορά και πού θα εφαρμοστεί

Το Τ.Σ.Π. Καβάλας σε πρώτο στάδιο αφορά στον τομέα της γαστρονομίας, ώστε να βελτιωθεί το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών και παράλληλα, να προωθηθεί η Καβάλα ως γαστρονομικός και ποιοτικός τουριστικός προορισμός.

Πού αποσκοπεί

- ☒ Στην προβολή της γαστρονομικής ταυτότητας της Καβάλας
- ☒ Στη σύνδεση της αγροδιατροφής με τον τουρισμό και τον πολιτισμό
- ☒ Στην ανάδειξη των ποιοτικών τοπικών προϊόντων και επιχειρήσεων
- ☒ Στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων
- ☒ Στον εμπλουτισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής εμπειρίας
- ☒ Στην καθιέρωση της Καβάλας σε προορισμό γαστρονομικών εμπειριών

Ποιοι μπορούν να συμμετάσχουν

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

Σε επόμενο στάδιο, το ΤΣΠ θα επεκταθεί και σε άλλες δραστηριότητες, όπως:

- Παραδοσιακά καφενεία
- Επισκέψιμα οινοποιεία
- Επιχειρήσεις διανυκτέρευσης – καταλύματα
- Επισκέψιμα αγροκτήματα
- Ταξιδιωτικά γραφεία
- Γραφεία οργάνωσης, πληροφόρησης και προώθησης τουρισμού
- Καταστήματα πώλησης τοπικών προϊόντων



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



city marketing



ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας (ΤΣΠ) Καβάλας

Ποια είναι τα οφέλη

- Άμεση και έγκαιρη πληροφόρηση
- Διαρκής εκπαίδευση – επιμόρφωση -συμβουλευτική
- Αξιοποίηση ευκαιριών και πόρων
- Ανάπτυξη και μεταφορά τεχνογνωσίας
- Απόκτηση σήματος πιστοποίησης
- Διαφοροποίηση, ενίσχυση ανταγωνιστικότητας
- Διαρκής και στοχευμένη προβολή, ενίσχυση αναγνωρισιμότητας
- Δικτύωση με άλλα ΤΣΠ σε Ελλάδα και εξωτερικό

Διαδικασία Ένταξης

- Υποβολή Αίτησης
- Αυτοαξιολόγηση Επιχείρησης
- Αξιολόγηση Αίτησης & Επιτόπιος Έλεγχος Επιχείρησης
- Υπογραφή Συμφώνου Συνεργασίας
- Πιστοποίηση - Χορήγηση Σήματος
- Ετήσιος επαναληπτικός έλεγχος
- Ανανέωση / Ανάκληση Σήματος

Προϋποθέσεις Επιτυχίας ΤΣΠ

- Εξασφάλιση κρίσιμης μάζας επιχειρήσεων
- Ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών
- Προσανατολισμός σε λίγες και στοχευμένες ενέργειες που θα φέρουν μετρήσιμα αποτελέσματα
- Ευέλικτη οργανωτική δομή και συμμετοχική διοίκηση
- Ύπαρξη ρεαλιστικού σχεδίου δράσης
- Οικονομική αυτόρκεια και αυτοτέλεια



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2021-2027
Ευρωπαϊκή Ανάπτυξη για την Ελλάδα

city marketing

Παρουσιολόγιο

παρουσιολόγιο

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΦΟΡΕΑΣ/ΔΙΟΤΗΤΑ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	EMAIL	ΥΠΟΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΑΙΝΟΣΤΗ ΛΗΨΗ & ΧΡΗΣΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ
1	Χ.ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ	ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	h.papadopoulos@kavala.gr		NAI
2	Ρουιζή Νικόλαος	ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	n.kouzes@kavala.gr		NAI
3	Παναγιώτης Νίκος	La Maison de Gourmets	panagiotis.nikos@lmg.gr		OK
4	Σούσης Παναγιώτης	Καβέλας	info@kavala.gr		NAI
5	Βαφειδής Νίκος	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΒΑΛΑΣ	g.vafidis@kavala.gr		NAI
6	Σταρεακίδης Νίκος	Διττα Τεβίλια	stareakidis@kavala.gr		NAI
7	ΣΤΡΑΤΗΛΑΤΗ ΜΑΡΙΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ Α.Μ.Σ.	maria.stratiliati@kavala.gr		NAI
8	Σαργανιδής Νίκος	Δ.Π.Θ.	nikos.sarganidis@kavala.gr		NAI
9	ΘΕΟΔΩΡΙΔΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	"ΣΑΒΡΑΣ Scaffold"	manolis.th@kavala.gr		NAI
10	ΜΗΤΑΚΙΔΗ ΑΝΔΡΕΙΑ	"SAVVAS SCAFFOLD"	andrea.metakidi@kavala.gr		NAI

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ με τίτλο «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας»
Συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα
Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026 (9:00-13:00), Κτήριο Μεγάλης Λέσχης

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ 2021-2027

city marketing

παρουσιολόγιο

A/A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΦΟΡΕΑΣ/ΔΙΟΤΗΤΑ/ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	EMAIL	ΥΠΟΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΑΙΝΟΣΤΗ ΛΗΨΗ & ΧΡΗΣΗ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ
11	ΓΑΝΤΟΥ ΚΟΡΙΝΑ	ΔΙΝΤΕΛΑ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ Ο.Ε.	korina.gantou@kavala.gr		NAI
12	ΚΑΤΑΙΓΓΕΛΗ ΕΛΕΝΑ	ΕΤΑΝ Α.Ε.	elena.katageli@etan.gr		NAI
13	ΜΠΕΚΟΥ ΕΥΦΡΑΣΙΑ	Α. Καβέλας	ebekou@kavala.gr		NAI
14	Θεοδοσίον Ανναστασία	Θυροκοινοφύλακος	anna.theodosiou@kavala.gr		NAI
15	Χρύσα Παπακώλου	ΕΤΑΝ Α.Ε.	chrysa.papakou@etan.gr		NAI
16	ΝΙΚΟΣ ΚΑΡΑΓΙΩΡΓΙΣ	ΑΝΤΑ ΑΤΕ Ο.Ε.	nikos.karagiorgis@anta.gr		NAI
17	Νίλ Αρσενάκης	ΕΤΑΝ Α.Ε.	nil.arsenakis@etan.gr		NAI
18	Ζυγανούλης Γεώργιος	ΕΤΑΝ Α.Ε.	georgios.zyganoulis@etan.gr		✓
19					
20					

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ με τίτλο «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας»
Συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα
Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026 (9:00-13:00), Κτήριο Μεγάλης Λέσχης

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ 2021-2027

city marketing

Παρουσιάσεις Εργαστηρίου

«ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΒΑΛΑΣ»

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας»

συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα
Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026

Η πρωτοβουλία «Kavala - Tales of Taste» & Καλές Πρακτικές

ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΩΝΑΚΗΣ
Οικονομολόγος - Περιφερειολόγος



city marketing

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

- Πρόγραμμα: Ανατολική Μακεδονία & Θράκη 2021–2027
- Στρατηγική: «Καβάλα 2030 – Μια πόλη ανθεκτική, συμπεριληπτική και κλιματικά ουδέτερη»
- Πράξη: «Σύστημα Marketing της Πόλης της Καβάλας»

Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΩΝΑΚΗΣ

ΚΑΒΑΛΑ - TALES OF TASTE

ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ «KAVALA - TALES OF TASTE»:

- ✓ Δημιουργία γαστρονομικής ταυτότητας της πόλης
- ✓ Ανάδειξη τοπικών προϊόντων & πρώτων υλών
- ✓ Ανάπτυξη γαστρονομικού τουρισμού
- ✓ Πιστοποίηση επιχειρήσεων με Σήμα Ποιότητας

Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΩΝΑΚΗΣ

ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

- ☑ Η Εκτίμηση στρατηγικής & στόχευσης
- ☑ Η Αποτελεσματικότητα & Αποδοτικότητα
- ☑ Ο Εντοπισμός Αδυναμιών
- ☑ Η Άντληση Διδαγμάτων

Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΩΝΑΚΗΣ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

- ✓ Καθορισμός πεδίων αξιολόγησης
- ✓ Προσδιορισμός αξιολογικών ερωτημάτων
- ✓ Συλλογή & ανάλυση στοιχείων
- ✓ Έρευνα Πεδίου & Συνεντεύξεις
- ✓ Ευρήματα – Συμπεράσματα

Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΩΝΑΚΗΣ

ΠΕΔΙΑ

Επιδίωξη

- Αναβάθμιση γαστρονομικής εικόνας της πόλης
- Εμπλουτισμός τουριστικού προϊόντος
- Διατήρηση γαστρονομικής παράδοσης
- Ενίσχυση τοπικής επιχειρηματικότητας

Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΩΝΑΚΗΣ

Δεδομένα

- 1/3 τουριστικής δαπάνης αφορά στη γαστρονομία
- Ενισχύει το brand & προσελκύει επισκέπτες
- Ενισχύει και προβάλλει την εικόνα της πόλης

Στρατηγική

- Κινήθηκε σε σωστή κατεύθυνση
- Ευθυγράμμιση με εθνικές & περιφερειακές στρατηγικές
- Σύνδεση τουρισμού – πολιτισμού – αγροδιατροφής

Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΩΝΑΚΗΣ

Σχεδιασμός Στάδια ➤ Έρευνα - Καταγραφή ➤ Σχεδιασμός ➤ Νέες συνταγές ➤ Εγχειρίδιο συνταγών ➤ Ενημέρωση ➤ Συμβουλευτική ➤ Προβολή – Δημοσιότητα Αποτέλεσμα ➤ Αρκετό ενδιαφέρον ➤ Συνοχή & συνέργεια ➤ Ορθός (αρχικά) σχεδιασμός Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ	Εμπλεκόμενοι – Ωφελούμενοι Κατάλληλη Σύμβαση ➤ Δήμος Καβάλας ➤ ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ ➤ Επιμελητήριο Καβάλας ➤ Σύνδεσμος Ξενοδόχων ➤ Σωματείο Εστιάτορων ➤ Σχολές μαγειρικής ➤ Πολιτιστικοί σύλλογοι Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ
Εμπλεκόμενοι – Ωφελούμενοι Ανταπόκριση ✓ 34 επιχειρήσεις συμμετοχή ✓ 14 υπέβαλαν αίτηση πιστοποίησης (41%) ✓ 13 συμμετείχαν σε δράσεις εξωστρέφειας Δ Μειωμένη συμμετοχή στη φάση εφαρμογής Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ	Κριτήρια & Όροι Πιστοποίησης Ποιοτικά ➤ Άδεια λειτουργίας ➤ Υγιεινή & Ασφάλεια ➤ Αισθητική ➤ Συμπεριφορά ➤ Εκπαίδευση Τοπικά ➤ 50% τοπικές πρώτες ύλες ➤ 20% τοπικές συνταγές Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ
Κριτήρια - Όροι Πιστοποίησης Αξιολόγηση Κριτηρίων +++ ✓ Λογικός αριθμός (11) ✓ Ρεαλιστικά & εφαρμόσιμα ✓ Αποδεκτά στη πλειοψηφία τους --- ✗ Γενική προσέγγιση ✗ Απουσία περιβαλλοντικών & ψηφιακών κριτηρίων ✗ Περιθώρια βελτίωσης της ποιότητας Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ	Συντονισμός – Διαχείριση Φορέας Υλοποίησης: ΔΗΜΩΦΕΛΕΙΑ +++ ✓ Υλοποιήθηκαν οι περισσότερες δράσεις --- ✗ Δεν ολοκληρώθηκε η φάση πιστοποίησης ✗ Κατάργηση φορέα → θεσμικό κενό Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ
Διαδικασία Σχεδιαστικά – Οργανωτικά ήταν πλήρης: ➤ Αίτηση ➤ Εμπλοκή ειδικών ➤ Επιτόπιος έλεγχος ➤ Αξιολόγηση - Βαθμολόγηση ➤ Διορθωτικές ενέργειες ➤ Απονομή Σημάτων Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ	ΕΚΚΡΟΕΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ✓ Λεκτική και οπτική ταυτότητα ✓ 370 καταγεγραμμένες συνταγές ✓ 23 επανασχεδιασμένες συνταγές ✓ 216 τοπικοί παραγωγοί στο μητρώο ✓ 4 εκπαιδευτικά σεμινάρια ✓ 4 συναντήσεις εργασίας ✓ 10 συναντήσεις συμβουλευτικής ✓ Φεστιβάλ Καβαλιώτικης Κουζίνας στην Αθήνα ✓ Δημιουργία ιστοσελίδας www.kavalatalesoftaste.gr Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ☑ Ολοκληρωμένος σχεδιασμός ☑ Πλήρης επιστημονική & πρακτική τεκμηρίωση ☑ Υποστήριξη Γαστρονομικής Ταυτότητας ☑ Παραγωγή χρήσιμου υλικού (συνταγολόγιο, site, μητρώο παραγωγών) ☑ Δράσεις κατάρτισης ☑ Ενέργειες εξωστρέφειας Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ✗ Ελλιπής ενημέρωση - πληροφόρηση ✗ Χαμηλό ενδιαφέρον για συμμετοχή στην πιστοποίηση ✗ Περιορισμένο χρονικό διάστημα υποβολής αιτήσεων ✗ Ατελής διαλειτουργικότητα & συντονισμός ✗ Θεσμική ασυνέχεια - κενό ✗ Απουσία υποστήριξης την «επόμενη ημέρα» Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ
ΕΥΡΗΜΑΤΑ - ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ Η Πρωτοβουλία «KAVALA - TALES OF TASTE» ✓ Ορθή Στρατηγική και Θεματική ✓ Ολοκληρωμένος και στοχευμένος σχεδιασμός ✓ Ενδιαφέρον και Συμμετοχή Επαγγελματιών και Ειδικών ✗ Δεν μετουσιώθηκε σε αποδεκτό και βιώσιμο σύστημα — Αποτελεί Βάση και Πρόκληση για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ	ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ✓ Υπαρξη Βάσιμων Λόγων & Κινήτρων Συμμετοχής ✓ Διάρκης Ενημέρωσης και Ενθάρρυνσης Ενδιαφερομένων ✓ Επικοινωνία αναγκών – κανόνων – κριτηρίων ✓ Συστηματική και Επαρκής Υποστήριξη ✓ Θεσμική Διακυβέρνηση ✓ Ορατή Προοπτική Η ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

- ✓ Είναι εθελοντική συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων & φορέων
- ✓ Θέτει προδιαγραφές ποιότητας
- ✓ Ενισχύει την:
 - Ποιότητα προϊόντων & υπηρεσιών
 - Γαστρονομική Παράδοση & Ταυτότητα
 - Εικόνα & Ανταγωνιστικότητα της Πόλης



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

- Η συνεργασία τοπικών Φορέων και Επιχειρήσεων
- Η αναβάθμιση τουριστικής εμπειρίας
- ✓ Η συνέχεια της πρωτοβουλίας "Kavala - Tales of Taste"
- ✓ Η αξιοποίηση της εμπειρίας, των ανθρώπων και του υλικού



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ (εν δυνάμει) ΜΕΛΩΝ

- Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής
- Βιοτεχνίες – Οικτεχνίες – Παραγωγικές Μονάδες
- Ξενοδοχεία – Καταλύματα
- Επισκέψιμοι Χώροι
- Ταξιδιωτικά γραφεία
- Γραφεία οργάνωσης και προώθησης τουρισμού
- Καταστήματα πώλησης τοπικών προϊόντων



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΚΥΡΙΑ ΖΗΤΟΥΜΕΝΑ

- Ενημέρωση - Πληροφόρηση
- Κριτήρια ένταξης
- Διαδικασία Υποστήριξης
- Πιστοποίηση & Σήμα
- Μηχανισμός Διαχείρισης



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΓΕΝΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

- ✓ Τήρηση ισχύουσας νομοθεσίας
- ✓ Υψηλό επίπεδο Υγιεινής & Ασφάλειας
- ✓ Άριστη Επαγγελματική εξυπηρέτηση
- ✓ Εγγυημένη ποιότητα προϊόντων & υπηρεσιών
- ✓ Μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος
- ✓ Διατήρηση και Ανάδειξη της Ταυτότητας της Πόλης



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ (ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ)

- ✓ Επιχειρήσεις Εστίασης & Αναψυχής
- ✓ Καταλύματα (Ξενοδοχεία / Ενοικιαζόμενα)
- ✓ Παραγωγοί – Βιοτεχνίες – Οικτεχνίες
- ✓ Επισκέψιμοι Χώροι
- ✓ Τουριστικά Γραφεία & Επιχειρήσεις Τουρισμού
- ✓ Καταστήματα Τοπικών Προϊόντων



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Χαρακτηριστικά

- Αποτελεσματικός συνέπεια – συνέπεια – συνεργασία,
- Αποδοτικός ορατό όφελος για επιχειρήσεις & επαγγελματίες
- Βιώσιμος: σταθεροί πόροι & ικανό ανθρώπινο δυναμικό
- Ευέλικτος: σε σχέση με τις ανάγκες της αγοράς και των μελών
- Εξωστρεφής: εξωστρέφεια, προβολή, δικτύωση, συνεργασία
- Αυτόνομος: διοικητική και λειτουργική αυτοτέλεια

Επιθυμητά Αποτελέσματα

- Ομαλή & Χρήσιμη Λειτουργία του Τ.Σ.Π.
- Απονομή, Διατήρηση & Αξιοποίηση Σήματος
- Ενεργά, Ευχαριστιμένα και Διαρκώς Αυξανόμενα μέλη.



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Προτεινόμενοι Φορείς

- **Δήμος Καβάλας – Τμήμα Τουριστικής Ανάπτυξης**
 - Απαιτεί τις απόψεις της Τοπικής Αυτοδιοίκησης
 - Προωθεί και προβάλλει ήδη την Καβάλα
 - Ασχολείται ενεργά με την τουριστική προβολή
- **Αναπτυξιακός Οργανισμός Δήμου Καβάλας (ΔΜΜΟ)**
 - Κατάλληλη κατασκευαστική δομή και ρόλος
 - Ευεκδία στη λήψη αποφάσεων
 - Σύγκριση αντίληψη διαχείρισης προγραμμα
- **Επιμελητήριο Καβάλας**
 - Υποστηρίζει, προωθεί και προβάλλει την τοπική επιχειρηματικότητα
 - Παρέχει ενημέρωση, κατάρτιση, συμβουλευτική υποστήριξη
 - Λειτουργεί θεσμικά και διαρκή, διαθέτει κύρος, αποδοχή και εμπειρία



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Πρωτοβουλία: Φορέας Εθνικού Δρυμού Σαμαριάς

Σήμα: «Nη Ζα»

Περιοχή: Λευκά Όρη, Κρήτη

Σκοπός: Στήριξη της τοπικής μικρο-επιχειρηματικότητας

Μέλη: Επιχειρήσεις τροφίμων, ποτών, τουρισμού, εστίασης

Οφέλη: Προβολή περιοχής, βελτίωση αγροτουριστικού προϊόντος, συνεργασία και αλληλο-υποστήριξη επιχειρήσεων

Διαδικασία: Εθελοντική Συμμετοχή, Στήριξη από το Φορέα

Διαχείρισης, Τήρηση Συμφωνίας, Αυτοέλεγχος, Διάρκεια

Με σεβασμό στη φύση, στη παράδοση

στην ιστορία και στη φήμη της περιοχής.



ΕΘΝΙΚΟΣ ΔΡΥΜΟΣ
ΣΑΜΑΡΙΑ
ΔΥΤΙΝΗ ΚΡΗΤΗ
Φορέας Διαχείρισης



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Πρωτοβουλία: Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού

Σήμα: «Taste Cyprus»

Περιοχή: όλη η Κύπρος

Σκοπός: Η κυπριακή γαστρονομία τουριστικό προϊόν - εμπειρία

Μέλη: Κέντρα εστίασης & αναψυχής, καταστήματα & μονάδες

παραγωγής τοπικών προϊόντων

Οφέλη: Δημιουργία γαστρονομικού προϊόντος, σύνδεση με τουρισμό

Διαδικασία Πιστοποίησης: Αίτηση, επιθεώρηση, αξιολόγηση

επαληθευτικός έλεγχος



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Πρωτοβουλία: Εθνικό Πάρκο Κερκίνης

Σήμα: «Τοπικό Περιβαλλοντικό Σήμα Ποιότητας Εθνικού Πάρκου Λίμνης Κερκίνης»

Περιοχή: εντός των ορίων του Εθνικού Πάρκου

Σκοπός: αναδείξει τοπική ταυτότητα και φυσικών πόρων

Μέλη: αγροτικές και μεταποιητικές επιχειρήσεις, επιχειρήσεις εστίασης,

τουριστικά καταλύματα, επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών τουρισμού

Οφέλη: Αναβάθμιση ποιότητας και ανταγωνιστικότητας των τοπικών

επιχειρήσεων με έμφαση στο φυσικό περιβάλλον

Διαδικασία Πιστοποίησης: Αίτηση, επιθεώρηση, αξιολόγηση, έλεγχος



ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ
ΚΕΡΚΙΝΗΣ
Φορέας Διαχείρισης



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Σήμα: «Μακεδονική Κουζίνα»

Περιοχή: Κεντρική Μακεδονία

Σκοπός: Ανάδειξη και προβολή τοπικής γαστρονομίας

Μέλη: Εστιατόρια, ταβέρνες & ξενοδοχεία

Οφέλη: Αυθεντικές γεύσεις, τοπική ταυτότητα, συνολική προβολή

Διαδικασία: Αξιολόγηση & πιστοποίηση, έλεγχος από ανεξάρτητη

επιτροπή

Αυθεντικές γεύσεις με άριστες πρώτες ύλες &

απόλυτο σεβασμό στη Μακεδονική Παράδοση.



ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ
ΚΟΥΖΙΝΑ



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «KAVALA - TALES OF TASTE» & ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | ΝΙΚΟΣ ΔΡΑΚΟΝΑΚΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας»

συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα
Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026

**Η εμπειρία από τοπικές γαστρονομικές πρωτοβουλίες άλλων περιοχών:
Η περίπτωση του Aegean Cuisine**

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ
Σύμβουλος Τουριστικού Μάρκετινγκ - Πανεπιστημιακός

city marketing

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ



ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΛΛΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑEGEAN CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

Βασικοί στόχοι

- Ενίσχυση του εξαγωγικού προσανατολισμού των επιχειρήσεων που εδρεύουν στα αιγαιοπελαγίτικα νησιά και ασχολούνται με την παραγωγή τροφίμων, οίνου και ποτών.
- Αύξηση των εσόδων από την τουριστική αγορά για τις επιχειρήσεις που παράγουν και εμπορεύονται τοπικά προϊόντα ή που παρασκευάζουν χαρακτηριστικά τοπικά εδέσματα.
- Πιο προσιτή η καλή τοπική κουζίνα

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΛΛΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑEGEAN CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

Ωφελούμενοι της πρωτοβουλίας

- Παραγωγοί τροφίμων, οίνου και ποτών που παράγουν εμπορεύσιμα προϊόντα
- Επισκέψιμοι χώροι παραγωγής τροφίμων, οίνου και ποτών
- Εστιατόρια και άλλα κέντρα εστίασης
- Εμπορικά καταστήματα
- Ξενοδοχεία
- Άλλες κατηγορίες επιχειρήσεων που σχετίζονται με τη γαστρονομία

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΛΛΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑEGEAN CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

Αντίληψη για την τοπική κουζίνα

- Αυθεντική vs. δημιουργική

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΛΛΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑEGEAN CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

Κριτήρια συμμετοχής

- Υποχρεωτικά + προαιρετικά κριτήρια
- Ξεκάθαρη αναφορά στην τοπική γαστρονομία
 - Προϊόντα
 - Συνταγές
- Οι καλύτεροι πρεσβευτές της αιγαιοπελαγίτικης κουζίνας

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΛΛΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑEGEAN CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

Κρίσιμο σημείο

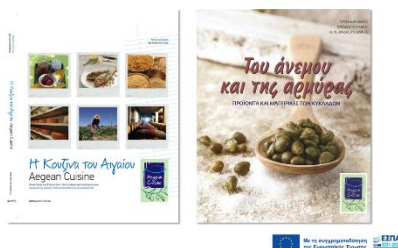
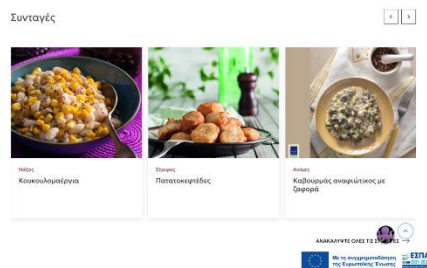
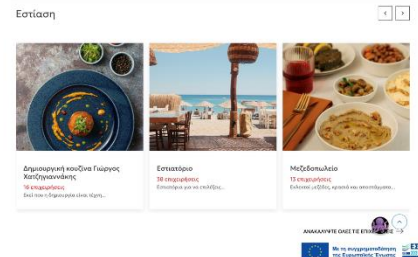
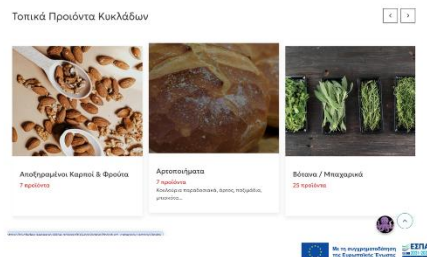
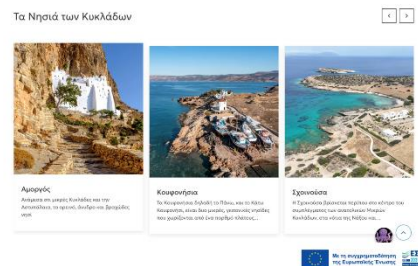
Δεν είναι για όλους!
(Είναι ανοικτό για όλους)

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΣΠΑ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΛΛΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑEGEAN CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ



Η εμπειρία της υλοποίησης

- Πολλή έρευνα
- Πολύ τρέξιμο
- Πολλή επιχειρηματολογία
- Πολλά κιλά...

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Περιορισμοί

- Το business plan υλοποιήθηκε εν μέρει
- Δεν υπήρξε η αναμενόμενη χρηματοδότηση
- Δεν προσφέρθηκαν όλες οι παροχές προς τις επιχειρήσεις
- Δεν υπήρξε η προβλεπόμενη προβολή

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Παρά τους περιορισμούς...

Ρίζωσε!

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ



Σκέψεις και συμβουλές

- Ευρεία αντίληψη για το τι είναι τοπική γαστρονομία
- Ξεκάθαρα οφέλη
- Ξεκάθαροι κανόνες
- Σωστή διαχείριση προσδοκιών
- Δεν είναι για όλους

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

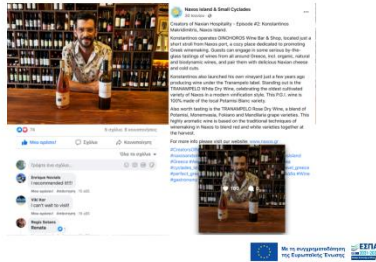
Η ΕΠΙΧΕΙΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΥΠΟΝΙΜΕΣ ΑΛΛΟΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ Η ΠΕΡΙΤΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΓΑΙΩΝ CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

Σκέψεις και συμβουλές

- Προσωποκεντρική προσέγγιση

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΥΠΟΝΙΜΕΣ ΑΛΛΟΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ Η ΠΕΡΙΤΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΓΑΙΩΝ CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ



Σκέψεις και συμβουλές

- Τι μπορεί να πάει στραβά;
- Λάθος προσδοκίες
- Ελαστικότητα στα κριτήρια και αποδοχή «λάθος» μελών
- Μη τήρηση συμφωνηθέντων
- Υποχρηματοδότηση

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΥΠΟΝΙΜΕΣ ΑΛΛΟΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ Η ΠΕΡΙΤΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΓΑΙΩΝ CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

Σκέψεις και συμβουλές

- Η καλύτερη βάση
- Το κοινό συμφέρον!
- Sense of community
- Γαστρονομικός πατριωτισμός

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Η ΕΠΙΧΕΙΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΤΥΠΟΝΙΜΕΣ ΑΛΛΟΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ Η ΠΕΡΙΤΤΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΓΑΙΩΝ CUISINE | ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας»

συμμετέχουμε στη διαμόρφωση Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την Καβάλα

Πέμπτη, 2 Απριλίου 2026

Τοπική Επιχειρηματικότητα -Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας

ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ
Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης
& Τεχνολογίας, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης



city marketing

Τοπική Επιχειρηματικότητα

- ✓ Στενή σύνδεση με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής
- ✓ Εποχικότητα
- ✓ ΠΕ Καβάλας υψηλότερο ΑΕΠ στην ΠΑΜΘ
- ✓ Μακροοικονομικές, γεωπολιτικές και υγειονομικές κρίσεις
- ✓ Έντονη κινητικότητα-διαφοροποίηση επιχειρηματικών μοντέλων
- ✓ Πίεσεις από αυξήσεις τιμών σε αγαθά και ενέργεια
- ✓ Τεχνολογία
- ✓ Μεταβαλλόμενες τάσεις διατροφής

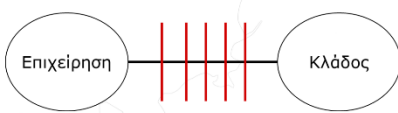
ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

Τοπική Επιχειρηματικότητα

- Στόχευση
- ✓ Βελτίωση Ποιότητας
- ✓ Αύξηση Δυναμικότητας
- ✓ Μεγιστοποίηση κερδοφορίας

ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

Χάσμα Αντιληπτού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

Χάσμα Αντιληπτού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

Επιχειρηματικότητα και Αλλαγή

Το κρασί, όπως όλοι οι ζωντανό οργανισμοί, καθορίζονται από οργανικές ενώσεις. Οι πιο πετυχημένες είναι οι ατέλειες, που βγαίνουν από το πόντο της αλκοόλης και αέριων και γενούν τα αρωματικά βελγικά του. Κάτι ανάλογο συμβαίνει με τους ανθρώπους όταν συναντηθούν υπό κατάλληλες συνθήκες και ταιριάζει η χημεία τους, μπορεί να προκύψουν ωριμές καταστάσεις, φρουμένο στην ταυτότητα δεν είναι με ποιον κολλάει ο καθένας μας, ούτε για πόσο καιρό θα διαρκέσει το δέσιμο. Πιθανότατα μια επικοινωνία που σήμερα λειτουργεί αόριο να πάει να είναι λειτουργική, και από μια καλή χημεία να προκύψει μια απογοήτευση, εφόσον οι συνθήκες εξελίσσονται, δεν είναι το τέλος του κόσμου, είναι η τέχνη της ζωής. **Από τη μια η προσαρμογή στις αλλαγές, από την άλλη η στασιμότητα και ο λήθαργος. Διαλέγω θέση και αποφεύγω να μιλώ με ανθρώπους απόλυτους όταν με χαρακτηρίζουν επίπονα για τις μεταπολίσεις μου, δε δίνω πολλά σημάδια. Μπορούμε να πούμε "το κρασί που δοκιμάσαμε τότε, αυτό είναι και τώρα". Μα δεν υπάρχει κρασί που να παραμένει το ίδιο, έναν μήνα, πέντε μήνες ή έναν χρόνο μετά το τέλος της ζύμωσης. Θα ήμουν χαζός να συνεχίσω το παλιό τροπάρι σε καινούριο περιβάλλον. Η αλλαγή των συνθηκών δημιουργεί αυτόματα νέες δυνατότητες. Γιατί να μείνουν αυτές ανεκμετάλλετες κι εγώ κολλημένος;**

Γέννης Μπουτάρης, Έξινα χρόνια τρύλος, Εκδόσεις Πατάκη

ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

«Τοπικότητα» και Γαστρονομία

Γενικά το θέμα της κουζίνας και των προϊόντων που άνθρωποι πίνουν και τρώνε είναι γεμάτο με μύθους. Καμία κουζίνα δεν είναι «τοπική». Όλες δυνάμονται και επηρεάζονται από άλλες. Το παστίτσιο (με παλιά προέλευση) και ο μουςσάκας (από τη Μέση Ανατολή), τα ντολμαδάκια, τα κεφτεδάκια, τα γιουβαρδάκια, το γιουβέσι και το τζατζίκι (αντικαταστάσαμε την προέλευσή τους από τα ονόματά τους). **Αυτό, όμως, τα γαστρονομικά δάνεια και οι ανταλλαγές έχουν φτάσει σε άλλα επίπεδα στη δική μας εποχή:** το κοτόπουλο είκα massala δεν είναι «κινέζο». Το επινόμας ένας τύπος στη Γλασκώβη το 1971. Το σουσι με σολωμό δεν είναι «ιαπωνικό». Το φτιάχνει στη Νορβηγία.

Θωδωρής Γεωργακόπουλος, Πράγματα που δεν προέρχονται από εκεί που νομίζουμε ότι προέρχονται, Καθημερινή

ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

Γιατί Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας;

Υπάρχει τοπική παραγωγή, αλλά δεν είναι πάντα ορατή η σύνδεση της με την κατανάλωση.	Η «ποιότητα» δηλώνεται, αλλά δεν μεταφράζεται σε καλά κριτήρια.	Η γαστρονομία της πόλης χρειάζεται συλλογικό σήληγμα, όχι αποσπασματικές ενέργειες.
Ο επισκέπτης και ο κάτοικος συχνά δεν αναγνωρίζουν εύκολα πού αρχίζει η τοπική αξία και πού τελειώνει η γενική επίδοση.	Χωρίς σαφείς προδιαγραφές, η ποιότητα μένει κυρίως υπόσχεση επικοινωνίας και όχι εμπειρία που αναλαμβάνεται με συνέπεια.	Το στόχημα δεν είναι μόνο να προβληθούν επιχειρήσεις, αλλά να συγκροτηθεί μια αλληλεγγύη εμπιστοσύνης.

ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

Βασικά Στοιχεία ενός Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας / Logistics

- **Απαιτήσεις τοπικής προμήθειας:** Επιβάλλουν την προμήθεια μέρους των συστατικών από τοπικούς αγρότες ή προμηθευτές, με σκοπό την υποστήριξη της κοινότητας, τη διασφάλιση της φρεσκάδας και την ανάδειξη της βιωσιμότητας.
- **Πρότυπα ποιότητας μενού και τροφίμων:** Καθορίζουν την ποιότητα των συστατικών (π.χ., βιολογικά, εποχικά), τη φρεσκάδα και τη συμμόρφωση με συγκεκριμένες διατροφικές απαιτήσεις.
- **Συμφωνίες επιπέδου εξυπηρέτησης:** Καθορίζουν το επίπεδο εξυπηρέτησης, συμπεριλαμβανομένης της εκπαίδευσης, της συμπεριφοράς του προσωπικού κ.α.
- **Συμμόρφωση με τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας:** Περιγράφει ρητά τη συμμόρφωση με νόμους για την ασφάλεια των τροφίμων, συμπεριλαμβανομένων των HACCP, των διαδικασιών υγιεινής και των απαιτούμενων αδειών.

ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

Οφέλη Τοπικής Επιχειρηματικότητας

Καλύτερη διαφοροποίηση	Η τοπική επιχείρηση δεν ανταγωνίζεται μόνο στην τιμή, αλλά στην ποιότητα και στη συνέπεια της εμπειρίας .
Υψηλότερη αντιλαμβανόμενη αξία	Ένα κατάλληλο προϊόν μπορεί να σπρώξει μεγαλύτερη εμπιστοσύνη, επανάληψη αγοράς και συμμόρφωση word of mouth.
Ισχυρότερες τοπικές διασυνδέσεις	Το Σύμφωνο μπορεί να φέρει πιο κοντά επίσης, παραγωγούς, λιανοκ, διανομείς και επωφελημένους χώρους παραγωγής.
Συνεκτικό brand πόλης	Η γαστρονομία γίνεται μέρος μιας ευρύτερης οφήλης για την Καβάλα ως πόλη ποιότητα, ανθρώπινη και δημιουργική .

Made in Kavala / Tasted in Kavala



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Κίνδυνοι Αποτυχίας

- ❑ Ο σημαντικότερος κίνδυνος είναι να μείνουμε στη βιτρίνα
- Σήμα χωρίς μηχανισμό, συμμετοχή χωρίς δέσμευση, προβολή χωρίς εμπειρία.



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Κίνδυνοι Αποτυχίας

- ❑ Κριτήρια
 - Αν τα κριτήρια είναι ασαφή ή υπερβολικά χαλαρά, το σήμα χάνει αξιοπιστία πολύ γρήγορα.
- ❑ Συμμετοχή
 - Αν το εγχείρημα περιοριστεί σε λίγους "ήδη έτοιμους", δεν θα αλλάξει την τοπική αγορά αλλά μόνο την εικόνα της.



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Κίνδυνοι Αποτυχίας

- ❑ Υποστήριξη
 - Μικρές επιχειρήσεις δεν μπορούν να ακολουθήσουν χωρίς πρακτική βοήθεια σε προμήθειες, μενού, εκπαίδευση και αφήγηση.
- ❑ Διακυβέρνηση
 - Χωρίς έλεγχο, επαναξιολόγηση και σαφείς ρόλους, το Σύμφωνο κινδυνεύει να εξαντληθεί σε μια αρχική καμπάνια.



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Κίνδυνοι Αποτυχίας

- ❑ Ζητούμενο δεν αποτελεί (μόνο) η μαζική είσοδος τοπικών επιχειρήσεων, αλλά (κυρίως) οι ξεκάθαρες προδιαγραφές, η σταθερότητα και η ομαλή ενσωμάτωση μικρών επιχειρήσεων.



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Σχέδιο Υλοποίησης



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

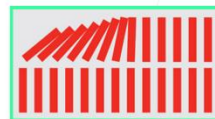
Σχέδιο Υλοποίησης

Εκκίνηση	Ενδυνάμωση	Σταθεροποίηση
• Λίγα, σαφή και ελέγχσιμα κριτήρια • Πιλοτική ομάδα επιχειρήσεων • Ανταρτική πρόσκληση με απλή διαδικασία ένταξης • Μικρές οδηγίες "τι σημαίνει ποιότητα στην πράξη"	• Σύνδεση με τοπικούς προμηθευτές • Workshops για μενού, service και storytelling • Κοινό παρεχόμενο πρόβλημα με ανθρώπινες ιστορίες • Διοργάνωση/ εμπειρίες που ενώνουν γαστρονομία και πόλη	• Ελαφρύς αλλά τακτικός έλεγχος συμμόρφωσης • Επίσημη επικοινωνία και αναζήτηση κριτηρίων • Βασικοί δείκτες: συμμετοχή, ικανοποίηση, τοπικές προμήθειες • Μόνιμος φάρος συντονισμού και ανατροφοδότησης



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ



ΤΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ | ΛΑΖΑΡΟΣ ΣΑΡΗΓΙΑΝΝΙΔΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Φωτογραφικό υλικό εργαστηρίου





Πρακτικά Εργαστηρίου

Την Πέμπτη 2 Απριλίου 2026 πραγματοποιήθηκε συμμετοχικό εργαστήριο (workshop) στο πλαίσιο της πράξης «Σύστημα Marketing της πόλης της Καβάλας», το οποίο είχε ως στόχο να αναδείξει τη σημασία της στοχευμένης συνεργασίας και της ουσιαστικής συνεισφοράς ιδεών για τον σχεδιασμό του μέλλοντος της πόλης.

Πιο ειδικά, πραγματοποιήθηκε διαδραστικό εργαστήριο στη Μεγάλη Λέσχη, η υλοποίηση του οποίου εντάσσεται στο πλαίσιο της προσπάθειας του Δήμου για τη στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία ενός νέου Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (ΤΣΠ) για τη γαστρονομία, τα τοπικά προϊόντα και τις επιχειρήσεις εστίασης και φιλοξενίας, καθώς και για παραγωγούς και μεταποιητές τοπικών προϊόντων, επιχειρήσεις διάθεσης τοπικών τροφίμων και ποτών και συναφείς τουριστικές και γαστρονομικές δραστηριότητες της πόλης.

Το εργαστήριο απευθύνονταν σε επαγγελματίες του κλάδου με στόχο να ενημερωθούν για τις βασικές πτυχές του ΤΣΠ, να συμμετάσχουν σε έναν ανοικτό διάλογο για τα οφέλη και τις προοπτικές του και να συμβάλουν στη διαμόρφωση ενός κοινού πλαισίου ποιότητας.

Το εργαστήριο ξεκίνησε με χαιρετισμό του κ. Μ. Παπαδόπουλου, ο οποίος αναφέρθηκε συνοπτικά στα βασικά σημεία του εργαστηρίου της προηγούμενης ημέρας, επισημαίνοντας ότι το σχετικό υλικό θα αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του Δήμου. Παράλληλα, τόνισε ότι τα συμπεράσματα και τα αποτελέσματα θα ενσωματωθούν στο παραδοτέο του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας.

Κατόπιν, ακολούθησε η παρουσίαση του κ. Ν. Δρακωνάκη, Οικονομολόγου – Περιφερειολόγου, Διευθύνοντος Συμβούλου και Υπεύθυνου Έργου εκ μέρους της αναδόχου εταιρείας ETAM A.E., η οποία επικεντρώθηκε στην αξιολόγηση της πρωτοβουλίας «Kavala - Tales of Taste» που υλοποιήθηκε το 2018 με πρωτοβουλία της Δημοφείας, με σκοπό τα συμπεράσματα αυτά να αξιοποιηθούν για τη βελτίωση του νέου ΤΣΠ. Παράλληλα, παρουσιάστηκαν καλές πρακτικές από άλλες περιοχές. Στη συνέχεια, ο κ. Δ. Κούτουλας ανέπτυξε την εμπειρία από τοπικές γαστρονομικές πρωτοβουλίες άλλων περιοχών, με ιδιαίτερη αναφορά στην περίπτωση του Aegean Cuisine, ενώ το εργαστήριο ολοκληρώθηκε με την παρουσίαση του κ. Α. Σαρηγιαννίδη, Αναπληρωτή Καθηγητή του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας του Δημοκριτείου Πανεπιστημίου Θράκης, με θέμα «Τοπική Επιχειρηματικότητα - Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας».

Στόχος του εργαστηρίου ήταν η παρουσίαση βέλτιστων πρακτικών από άλλες περιοχές, η ανάδειξη διδαγμάτων από αντίστοιχες πρωτοβουλίες, καθώς και η καταγραφή των προκλήσεων και των προβλημάτων εφαρμογής τους. Παράλληλα, εξετάστηκε η υφιστάμενη κατάσταση στον Δήμο Καβάλας και οι δυνατότητες περαιτέρω εξέλιξής του. Στο πλαίσιο αυτό, μέσα από τον διάλογο που αναπτύχθηκε, αναδείχθηκαν σημαντικά ζητήματα που αφορούν τόσο τη διαχείριση όσο και την αποτελεσματικότητα των τουριστικών και γαστρονομικών πρωτοβουλιών στην περιοχή.

Αρχικά, επισημάνθηκε ότι ο Αναπτυξιακός Οργανισμός αναμένεται να υπογράψει για το 2026 προγραμματική σύμβαση για τη διαχείριση της τουριστικής προβολής του Δήμου. Ωστόσο, τόνιστηκε πως θα πρέπει να είναι σε θέση να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις διαχείρισης ενός ΤΣΠ, ώστε να αποφευχθεί η επανάληψη προβλημάτων του παρελθόντος. Στο ίδιο πλαίσιο, υπογραμμίστηκε ότι ο φορέας που θα αναλάβει τη διαχείριση του ΤΣΠ θα πρέπει να γίνει αναγκαίος και απαραίτητος για τους επιχειρηματίες, προκειμένου η πρωτοβουλία να αποκτήσει διάρκεια και να μην έχει περιορισμένο χρονικό ορίζοντα.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε επίσης στα προβλήματα ενημέρωσης και συμμετοχής που καταγράφηκαν κατά την υλοποίηση της πρωτοβουλίας «Kavala - Tales of Taste», τα οποία επισημάνθηκε ότι θα πρέπει να αποφευχθούν στη νέα πρωτοβουλία. Διαπιστώθηκε ότι δεν

υπήρξε επαρκής διάχυση της πληροφορίας προς την επιχειρηματική κοινότητα, με αποτέλεσμα ακόμη και συμμετέχοντες να μην έχουν πλήρη εικόνα ή να μην θυμούνται τη δράση, κυρίως λόγω έλλειψης συνέχειας. Παράλληλα, επισημάνθηκε ότι πολλοί επιχειρηματίες δεν ενημερώνονται αποτελεσματικά μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και προτιμούν προσωπική, δια ζώσης επικοινωνία.

Αναδείχθηκε επίσης η ανάγκη δημιουργίας ενός ΤΣΠ που θα είναι ευέλικτο, εφαρμόσιμο, με χαμηλό και διαχειρίσιμο κόστος πιστοποίησης, καθώς και με σαφή οφέλη για τις επιχειρήσεις. Ωστόσο κρίνεται σκόπιμο να γίνει κατανοητό ότι τα οφέλη αυτά δεν θα είναι άμεσα (πχ. χρηματοδότηση), αλλά έμμεσα και πολλαπλά. Επίσης, τονίστηκε ότι το ΤΣΠ δεν θα πρέπει να έχει αυστηρά ελεγκτικό χαρακτήρα ούτε να βασίζεται σε αυστηρούς νομοθετικούς περιορισμούς, αλλά να λειτουργεί ως μια συμφωνία συνεργασίας, ευέλικτη μεταξύ των επιχειρηματιών. Η συμμετοχή χρειάζεται να είναι ανοικτή, χωρίς πιεστικές διαδικασίες και χρονικούς περιορισμούς, ώστε κάθε επιχείρηση να μπορεί να εντάσσεται όταν είναι έτοιμη.

Παράλληλα, επισημάνθηκε η ανάγκη για πιο αποτελεσματικούς τρόπους ενεργοποίησης της τοπικής κοινωνίας και της επιχειρηματικότητας, με έμφαση σε πρωτοβουλίες «από κάτω προς τα πάνω». Στο πλαίσιο αυτό, υπήρξε ο προβληματισμός αν η αξιοποίηση τεχνολογικών εργαλείων και πλατφορμών διαβούλευσης, ως ένα πιο προσιτό μέσο επικοινωνίας για πολλούς, μπορεί να βοηθήσει προς αυτή την κατεύθυνση. Στο πλαίσιο αυτό, έγινε αναφορά στο παράδειγμα της υφιστάμενης πλατφόρμας της Περιφέρειας ΑΜΘ, η οποία αξιοποιείται ως εργαλείο διαβούλευσης για ζητήματα τουρισμού.

Ως προς το περιεχόμενο των τουριστικών δράσεων, δόθηκε έμφαση στη σημασία της σύνδεσης με την τοπική ταυτότητα και τη βιωματική εμπειρία. Ειδικότερα, αναφέρθηκε ότι οι προτεινόμενες διαδρομές οφείλουν να αντλούν περιεχόμενο από την τοπική ιστορία και παράδοση, αξιοποιώντας βιωματικά στοιχεία που συνδέονται έντονα με τη συλλογική μνήμη, όπως η καπνοπαραγωγική κληρονομιά της περιοχής. Παράλληλα, τονίστηκε η ανάγκη ενίσχυσης της συνεργασίας μεταξύ του πρωτογενούς τομέα και των επιχειρήσεων εστίασης, ώστε να αναδειχθούν αποτελεσματικότερα τα τοπικά προϊόντα.

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε και στη διαμόρφωση μιας σαφούς και ρεαλιστικής γαστρονομικής ταυτότητας για την Καβάλα, βασισμένης σε απλά, καθημερινά και οικονομικά πιάτα, τα οποία μπορούν να αναπαραχθούν εύκολα από τις επιχειρήσεις και να προσφέρουν αυθεντική εμπειρία στους επισκέπτες. Επισημάνθηκε ότι προηγούμενες προσεγγίσεις με πιο εξειδικευμένα στοιχεία δεν απέδωσαν (πχ. φύλλα καπνού σε συνταγές), ενώ τονίστηκε η αξία της ανάδειξης παραδοσιακών γεύσεων που συνδέονται με την οικιακή κουζίνα (πχ. αυγόφετα για πρωινό, πισία, παραδοσιακά κουλουράκια).

Ταυτόχρονα, αναδείχθηκε η ανάγκη για ουσιαστική υποστήριξη των επιχειρηματιών, μέσα από εκπαίδευση, πρακτικές λύσεις και συνεχή καθοδήγηση. Υπογραμμίστηκε ότι οι επαγγελματίες αναζητούν απλές, οικονομικές και άμεσα εφαρμόσιμες προτάσεις, καθώς και σαφή κίνητρα συμμετοχής. Επιπλέον, τονίστηκε η σημασία της συνέπειας και της συνέχειας των δράσεων, ώστε να διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητά τους και να ενισχύεται η εμπιστοσύνη των συμμετεχόντων.

Αναφορά έγινε και στις δυνατότητες που προσφέρει ο τουρισμός κρουαζιέρας, επισημαίνοντας ότι, εφόσον υπάρχουν ποιοτικές γαστρονομικές προτάσεις στην πόλη που δεν προσφέρονται εντός των πλοίων, οι επισκέπτες είναι πιθανό να κατέβουν για να τις αναζητήσουν, ενισχύοντας έτσι την τοπική οικονομία.

Συνολικά, τονίστηκε ότι είναι κρίσιμο να υπάρξει μετάβαση από τη θεωρία στην πράξη, με ουσιαστική αξιοποίηση των απόψεων των επιχειρηματιών και απτά αποτελέσματα, αποφεύγοντας την παραμονή σε επίπεδο απλής διαβούλευσης.

Στο πλαίσιο αυτό, οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για τις επόμενες δράσεις της πρωτοβουλίας, οι οποίες περιλαμβάνουν την υλοποίηση ενημερωτικών συναντήσεων με επιχειρηματίες εστίασης για την παρουσίαση του ΤΣΠ. Παράλληλα, έγινε αναφορά στο ερωτηματολόγιο που βρίσκεται σε εξέλιξη και αφορά το νέο ΤΣΠ, καθώς και σε ένα ακόμη ερωτηματολόγιο για την αξιολόγηση της πρωτοβουλίας «Kavala - Tales of Taste», με στόχο την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για τον σχεδιασμό του νέου εγχειρήματος.

Αποτελέσματα Έρευνας Ερωτηματολογίου Συμμετοχικού Σχεδιασμού για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας

Πραγματοποιήθηκε ηλεκτρονική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου τύπου google form. Το διάστημα της έρευνας ήταν από 3/4/2026 έως 20/4/2026 και συγκεντρώθηκαν συνολικά 33 έγκυρες απαντήσεις. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα δεδομένα και η ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Μέρος Α: Όραμα και Στόχοι

Ερώτηση 1: Ποιες είναι οι κύριες αξίες που πιστεύετε ότι πρέπει να προωθεί το Σύμφωνο;

Με βάση τις απαντήσεις των 33 επιχειρήσεων του Δήμου Καβάλας, προκύπτει ότι η σημαντικότερη αξία που θα πρέπει να προωθεί το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας (ΤΣΠ) είναι η στήριξη και ανάδειξη των τοπικών στοιχείων, η οποία συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό (73%). Ακολουθεί η διασφάλιση ποιότητας με 58%, γεγονός που αναδεικνύει τη σημασία της παροχής υψηλού επιπέδου προϊόντων και υπηρεσιών. Σε επόμενο επίπεδο καταγράφονται η συνεργασία και συμμετοχικότητα (46%) και η εξωστρέφεια (42%), στοιχεία που υποδηλώνουν την ανάγκη για ενίσχυση των συνεργειών μεταξύ των επιχειρήσεων και για άνοιγμα σε ευρύτερες αγορές. Τέλος, η επιμόρφωση/κατάρτιση (39%) και η προώθηση της βιωσιμότητας (36%) συγκεντρώνουν χαμηλότερα ποσοστά, χωρίς ωστόσο να παύουν να αποτελούν σημαντικές παραμέτρους.

Πέραν των ανωτέρω, οι συμμετέχοντες αναφέρουν πρόσθετες αξίες που κρίνεται σκόπιμο να προωθεί το ΤΣΠ, όπως η σημασία της ηθικής και της «ταπεινοφροσύνης», η ενίσχυση της επιμόρφωσης και της εκπαίδευσης, ιδίως σε ζητήματα προώθησης των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, καθώς και η ενεργός συμμετοχή των πολιτών μέσω τοπικών επιτροπών. Παράλληλα, υπογραμμίζεται η ανάγκη στήριξης των μικρών επιχειρήσεων και η καθιέρωση πιστοποιημένων προδιαγραφών, οι οποίες λειτουργούν ως εγγύηση ποιότητας για τους επισκέπτες.

Συνολικά, τα ευρήματα καταδεικνύουν ότι οι τοπικές επιχειρήσεις δίνουν προτεραιότητα στην ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας και στη διασφάλιση της ποιότητας, γεγονός που υποδηλώνει ότι το ΤΣΠ θα πρέπει να εστιάσει κυρίως στη διαφοροποίηση και αναβάθμιση των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, ενισχύοντας παράλληλα τη συνεργασία και τη συλλογική προβολή.



Ερώτηση 2: Πόσο σημαντική είναι για εσάς η εμπιστοσύνη και η συνεργασία με άλλα μέλη του Συμφώνου;

Σε ερώτηση που αφορά τη σημασία της εμπιστοσύνης και της συνεργασίας με άλλα μέλη του Συμφώνου, αυτές αξιολογούνται ως ιδιαίτερα σημαντικές. Συγκεκριμένα, το 70% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι είναι «πολύ» σημαντικές, ενώ ένα επιπλέον 24% τις αξιολογεί ως «αρκετά» σημαντικές. Αντίθετα, μόλις το 6% δηλώνει ότι είναι «μέτρια» σημαντικές, ενώ δεν καταγράφονται απαντήσεις στις κατηγορίες «λίγο» ή «καθόλου». Τα δεδομένα αυτά καταδεικνύουν μια σαφή και ισχυρή τάση υπέρ της συνεργατικότητας και της ανάπτυξης σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των επιχειρήσεων.

Συνεπώς, η επιτυχία του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην καλλιέργεια κλίματος εμπιστοσύνης και ενεργής συνεργασίας, στοιχείο που φαίνεται να αναγνωρίζεται σχεδόν καθολικά από τις τοπικές επιχειρήσεις.



Ερώτηση 3: Ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα οφέλη από τη συμμετοχή σε ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας;

Όσον αφορά τα σημαντικότερα οφέλη από τη συμμετοχή σε ένα ΤΣΠ, προκύπτει ότι, η πλειονότητα των επιχειρήσεων, σε ποσοστό 79%, θεωρεί τη «Συμβολή στην τοπική οικονομία και ανάπτυξη» ως το κορυφαίο όφελος. Μεγάλο ποσοστό συγκεντρώνουν επίσης η «Βελτίωση ποιότητας υπηρεσιών/προϊόντων» και η «Ενίσχυση της εμπιστοσύνης και προτίμησης των πελατών», από 55% η κάθε μία. Κατόπιν, ακολουθούν η «Ανάπτυξη συνεργειών με άλλες επιχειρήσεις» με 46%, η «Μείωση κόστους λειτουργίας/αύξηση εσόδων» με 36%, ενώ η «Προβολή της επιχείρησής μέσω κοινών δράσεων» απαντάται από το 30% των συμμετεχόντων.

Ένα ακόμη σημαντικό όφελος, που προσθέτουν, από τη συμμετοχή σε ένα ΤΣΠ είναι και η διαμόρφωση αμοιβαία επωφελών συνθηκών για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη (win – win).

Τα δεδομένα αυτά καταδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται το ΤΣΠ όχι απλώς ως ένα εργαλείο ατομικής προβολής, αλλά πρωτίστως ως έναν μοχλό ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας και αναβάθμισης του επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών.



Μέρος Β: Προϋποθέσεις, Ανάγκες & Προτάσεις

Ερώτηση 4: Ποια είναι, κατά τη γνώμη σας, τα βασικά κριτήρια που θα πρέπει να πληρούν οι επιχειρήσεις για να ενταχθούν στο Σύμφωνο;

Σχετικά με τα βασικά κριτήρια που θα πρέπει να πληρούνται για την ένταξη στο ΤΣΠ, η «Υψηλή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών» αξιολογείται ως το σημαντικότερο κριτήριο από το 67% των συμμετεχόντων, ενώ η «Φιλική εξυπηρέτηση και ποιοτική εμπειρία για τον πελάτη» ακολουθεί σε ποσοστό 64%. Στη συνέχεια ακολουθούν η «Χρήση τοπικών προϊόντων και πρώτων υλών» όσο και η «Συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές» συγκεντρώνοντας από 58%, καθώς και η «Τήρηση κανόνων υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων» σε ποσοστό 57%. Σε χαμηλότερη συχνότητα εμφανίζονται η «Συμμετοχή σε κοινές δράσεις και πρωτοβουλίες του Συμφώνου» και η «Προβολή και ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας» με 42%, ενώ η «Συνεχής βελτίωση και εκπαίδευση του προσωπικού» και η «Περιβαλλοντική υπευθυνότητα και βιώσιμες πρακτικές» καταγράφουν ποσοστό 30% η κάθε μία.

Συνεπώς, τα ευρήματα δείχνουν ότι η επιτυχία του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας βασίζεται σε έναν πολυδιάστατο συνδυασμό ποιοτικών υπηρεσιών και στήριξης της τοπικής παραγωγής, στοιχείο που φαίνεται να αναγνωρίζεται ως ο κεντρικός πυλώνας για τη συμμετοχή των επιχειρήσεων στην πρωτοβουλία.



Ερώτηση 5: Πόσο εύκολα θεωρείτε ότι θα μπορούσατε να τηρήσετε τις βασικές προδιαγραφές ποιότητας του Συμφώνου;

Αναφορικά με τον βαθμό δυσκολίας τήρησης των βασικών προδιαγραφών ποιότητας του Συμφώνου, προκύπτει ότι η υιοθέτηση των προτύπων αυτών κρίνεται ως μια εφικτή διαδικασία για τη μεγάλη πλειονότητα. Συγκεκριμένα, το 49% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι θα μπορούσε να τις τηρήσει «αρκετά εύκολα», ενώ ένα επιπλέον 18% τις αξιολογεί ως «πολύ εύκολα» εφαρμόσιμες. Αντίθετα, το 33% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι η τήρηση των προδιαγραφών θα γινόταν «μέτρια εύκολα», ενώ δεν καταγράφονται απαντήσεις στις κατηγορίες «δύσκολα» ή «πολύ δύσκολα».

Τα δεδομένα αυτά καταδεικνύουν μια σαφή και ισχυρή τάση αισιοδοξίας, καθώς οι επιχειρήσεις φαίνεται να διαθέτουν ήδη το υπόβαθρο ή τη θέληση να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις του Συμφώνου, ενώ παράλληλα οι προδιαγραφές που τίθενται θεωρούνται ρεαλιστικές και συμβατές με την καθημερινή λειτουργία των τοπικών επιχειρήσεων.

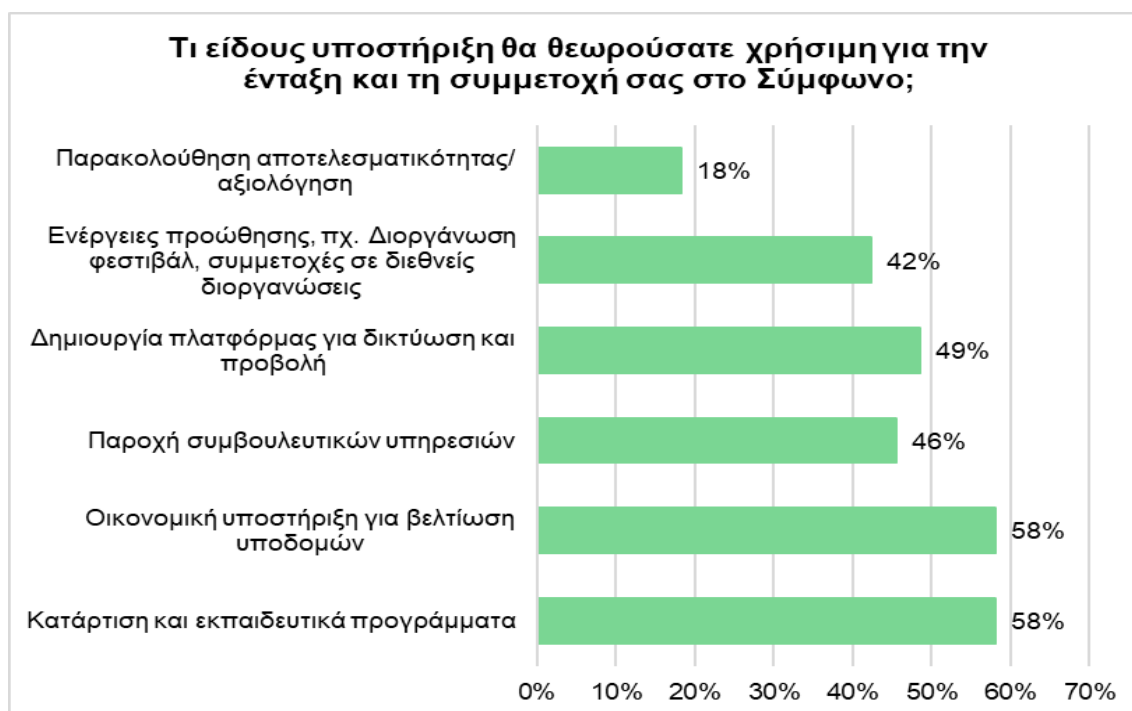


Ερώτηση 6: Τι είδους υποστήριξη θα θεωρούσατε χρήσιμη για την ένταξη και τη συμμετοχή σας στο Σύμφωνο;

Όσον αφορά το είδος της υποστήριξης που θα θεωρούσαν χρήσιμη για την ένταξη και τη συμμετοχή τους στο ΤΣΠ, προκύπτει ότι η «Κατάρτιση και εκπαιδευτικά προγράμματα» και η «Οικονομική υποστήριξη για βελτίωση υποδομών» θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικές, συγκεντρώνοντας ποσοστό 58% η κάθε μία. Ακολουθούν, η «Δημιουργία πλατφόρμας για δικτύωση και προβολή» (49%), η «Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών» (46%) και οι «Ενέργειες προώθησης» (42%), ενώ η «Παρακολούθηση αποτελεσματικότητας και αξιολόγηση» συγκεντρώνει το μικρότερο ποσοστό επιλογής (18%).

Πέραν των ανωτέρω, η ύπαρξη ενός φορέα κεντρικού συντονισμού αναδεικνύεται επίσης ως ιδιαίτερα χρήσιμη για την ενίσχυση της ένταξης και της ενεργού συμμετοχής στο ΤΣΠ.

Διαπιστώνεται λοιπόν ότι υπάρχει σαφής και ισχυρή τάση των επιχειρήσεων να αναζητούν έμπρακτα εργαλεία αναβάθμισης που θα ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους, όπως οικονομική και τεχνική υποστήριξη, αλλά και συνεχής εκπαίδευση.

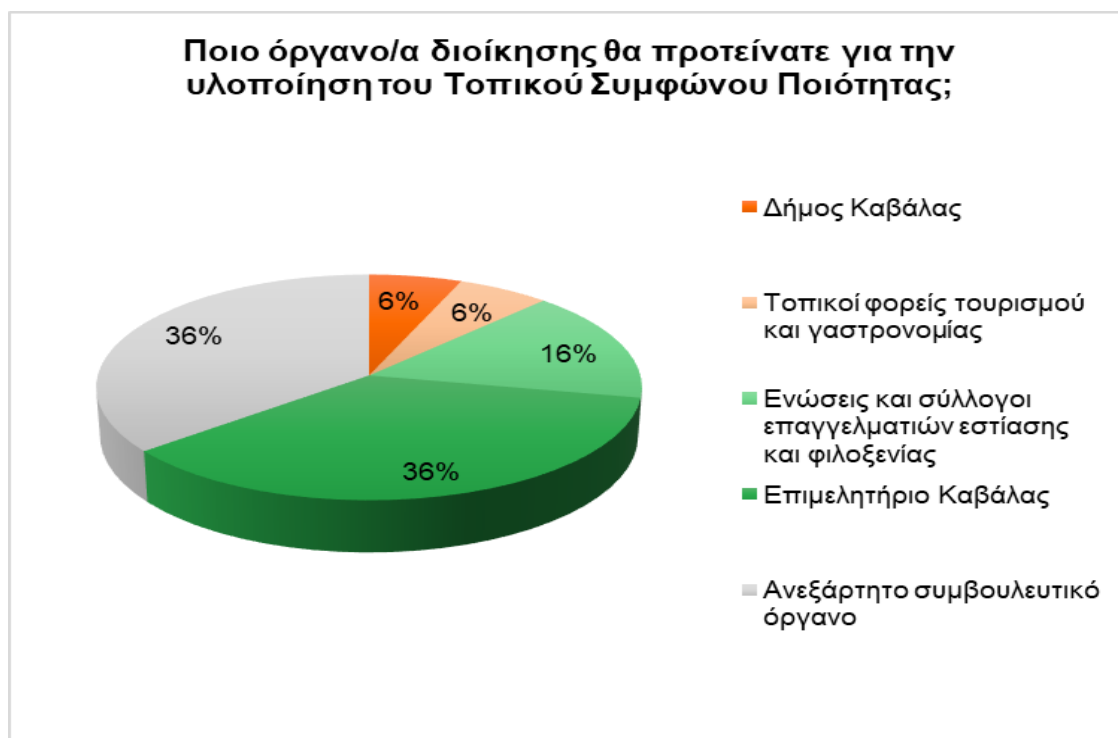


Ερώτηση 7: Ποιο όργανο/α διοίκησης θα προτείνετε για την υλοποίηση του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας; (Λάβετε υπόψη της διαφορετικές λειτουργίες: πιστοποίηση και έλεγχος, προβολή και προώθηση, κατάρτιση, έρευνα αγοράς, χρηματοδότηση, συντονισμός).

Σχετικά με το προτεινόμενο όργανο διοίκησης για την υλοποίηση του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας, προκύπτει ότι το 36% των συμμετεχόντων θεωρεί το «Επιμελητήριο Καβάλας» ως καταλληλότερο φορέα, ενώ ένα ισόποσο ποσοστό 36% τάσσεται υπέρ της δημιουργίας της «Ανεξάρτητου συμβουλευτικού οργάνου». Ένα 16% θεωρεί τον ρόλο των «Ενώσεων και συλλόγων επαγγελματιών εστίασης και φιλοξενίας», ενώ χαμηλότερα ποσοστά της τάξης του 6% συγκεντρώνουν ο «Δήμος Καβάλας» και οι «Τοπικοί φορείς τουρισμού και γαστρονομίας».

Εκτός από τα ανωτέρω, ως προτεινόμενο όργανο διοίκησης αναφέρεται η Περιφέρεια, αλλά και όσοι επιχειρηματίες επιθυμούν να διαθέσουν χρόνο για την υλοποίηση του ΤΣΠ.

Τα δεδομένα αυτά καταδεικνύουν μια σαφή και ισχυρή τάση των επιχειρήσεων να εμπιστεύονται όργανα που διαθέτουν εξειδικευμένη γνώση της αγοράς και διοικητική αυτονομία.



Ερώτηση 8: Κατά τη γνώμη σας, ποιες είναι οι προϋποθέσεις που θα εξασφάλιζαν τη συμμετοχή σας και την επιτυχία, λειτουργικότητα και βιωσιμότητα του εγχειρήματος;

Αναφορικά με τις προϋποθέσεις που θα εξασφάλιζαν τη συμμετοχή τους και τη βιωσιμότητα του εγχειρήματος, προκύπτει ότι ο καθορισμός ενός ξεκάθਾਰου πλαισίου λειτουργίας αξιολογείται ως ο πλέον κρίσιμος παράγοντας. Συγκεκριμένα, το 79% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι οι «Σαφείς και ρεαλιστικές προδιαγραφές ποιότητας» είναι η βασικότερη προϋπόθεση, ενώ το 61% αναδεικνύει τη σημασία της «Συμμετοχής όλων των εμπλεκόμενων φορέων (εστίαση, παραγωγή, τουρισμός)». Η «Προβολή και προώθηση των επιχειρήσεων που συμμετέχουν» και η «Τακτική εκπαίδευση και κατάρτιση των μελών» συγκεντρώνουν επίσης ένα σημαντικό ποσοστό (49% η κάθε μία). Στην ίδια κατεύθυνση, το «Σαφές σύστημα αξιολόγησης και αναγνώρισης της ποιότητας», η «Απλή και γρήγορη διαδικασία ένταξης και παρακολούθησης» και τα «Οικονομικά κίνητρα ή χρηματοδότηση για τα μέλη» κρίνονται απαραίτητα από το 46% των ερωτηθέντων. Τέλος, η «Επαρκής ενημέρωση και επικοινωνία

μεταξύ των μελών» σημειώνεται από το 42%, ενώ η «Υποστήριξη και καθοδήγηση από τον Δήμο ή τους φορείς» από το 33%.

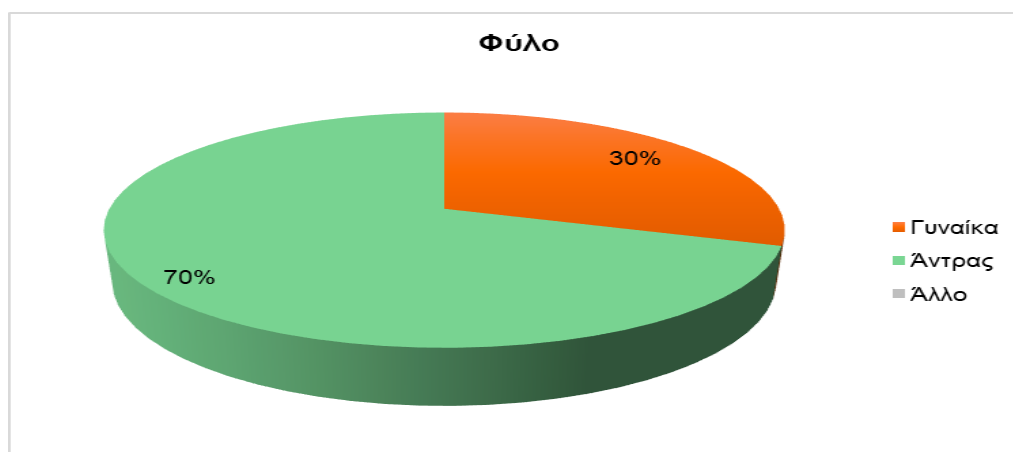
Διαπιστώνεται λοιπόν ότι οι επιχειρήσεις ζητούν ένα ολιστικό και καλά οργανωμένο σχέδιο δράσης που να βασίζεται στη διαφάνεια και τη συνεργασία.



Μέρος Γ: Βασικές Πληροφορίες

Ερώτηση 9: Φύλο

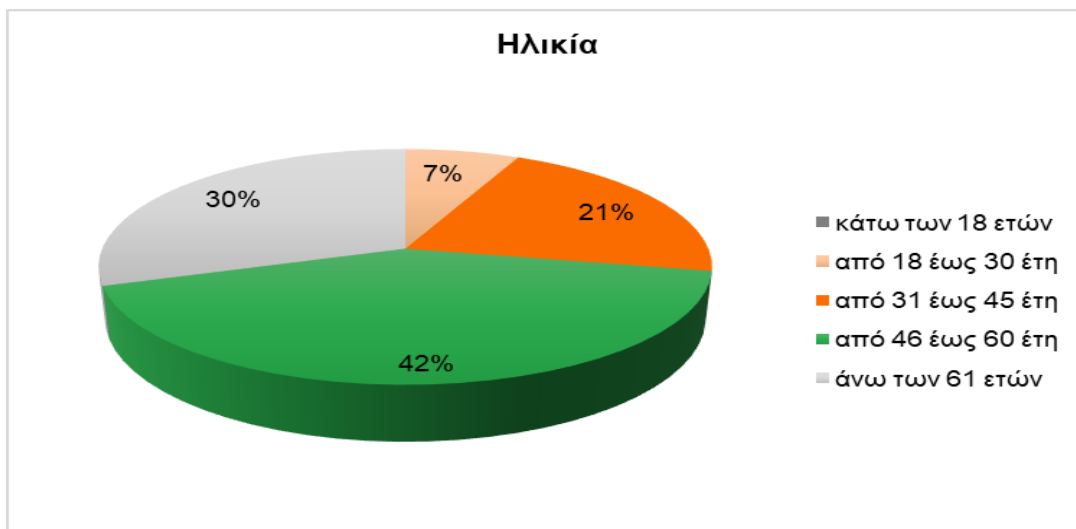
Στο παρόν ερωτηματολόγιο το 70% των ερωτηθέντων ήταν άντρες, ενώ το υπόλοιπο 30% γυναίκες, καταδεικνύοντας μια σαφή και ισχυρή τάση ανδρικής επικράτησης στις θέσεις ευθύνης ή ιδιοκτησίας των επιχειρήσεων του Δήμου Καβάλας που ανταποκρίθηκαν στην πρωτοβουλία.



Ερώτηση 10: Ηλικία

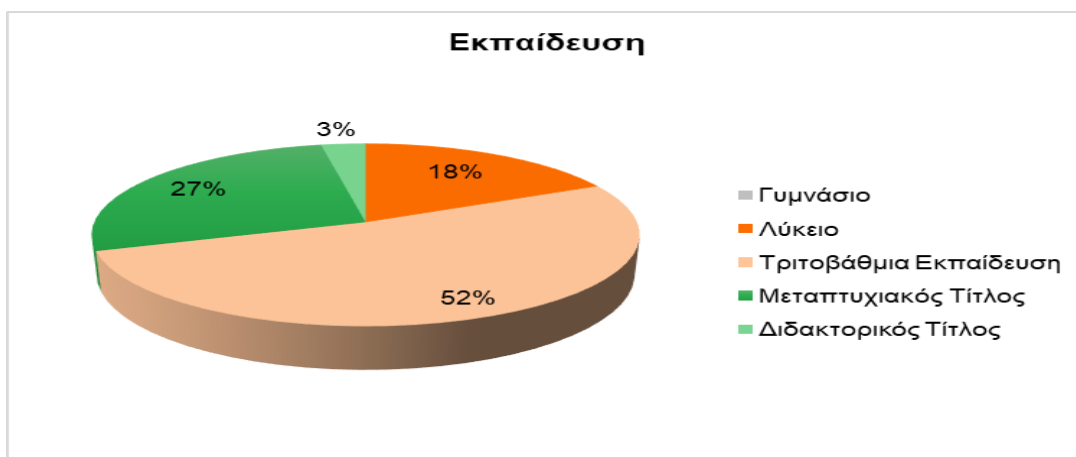
Όσον αφορά την ηλικιακή σύνθεση, προκύπτει ότι η επιχειρηματική κοινότητα που ανταποκρίθηκε αποτελείται κυρίως από άτομα «από 46 έως 60 έτη» (42%) και «άνω των 61 ετών» (30%). Μικρότερη αλλά σημαντική είναι και η εκπροσώπηση νεότερων ηλικιών, καθώς το 21% ανήκει στην ομάδα «από 31 έως 45 έτη», ενώ μόλις το 7% ανήκει στην κατηγορία «από 18 έως 30 έτη». Αντίθετα, δεν υπάρχουν απαντήσεις στην κατηγορία «κάτω των 18 ετών».

Συνεπώς, παρατηρείται μια σαφής και ισχυρή τάση κυριαρχίας των έμπειρων επαγγελματιών στη λήψη αποφάσεων αναφορικά με την εφαρμογή του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας, προσδίδοντας στο εγχείρημα γνώση και εμπειρία.

**Ερώτηση 11: Εκπαίδευση**

Σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων, προκύπτει ότι το επιχειρηματικό δυναμικό χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερα υψηλή ακαδημαϊκή κατάρτιση. Συγκεκριμένα, η πλειονότητα των ερωτηθέντων, σε ποσοστό 52%, είναι απόφοιτοι «Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης», ενώ ένα επιπλέον 27% κατέχει «Μεταπτυχιακό Τίτλο». Παράλληλα, καταγράφεται η παρουσία κατόχων «Διδακτορικού Τίτλου» σε ποσοστό 3%, ανεβάζοντας το συνολικό ποσοστό των συμμετεχόντων με ανώτατη μόρφωση στο 82%. Στον αντίποδα, το 18% των συμμετεχόντων είναι απόφοιτοι «Λυκείου», ενώ δεν υπάρχουν καθόλου απαντήσεις στην κατηγορία «Γυμνάσιο».

Συνεπώς, διαφαίνεται ένα υψηλό μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των επιχειρηματιών, στοιχείο που δύναται να συμβάλει ουσιαστικά στην επιτυχία του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας.

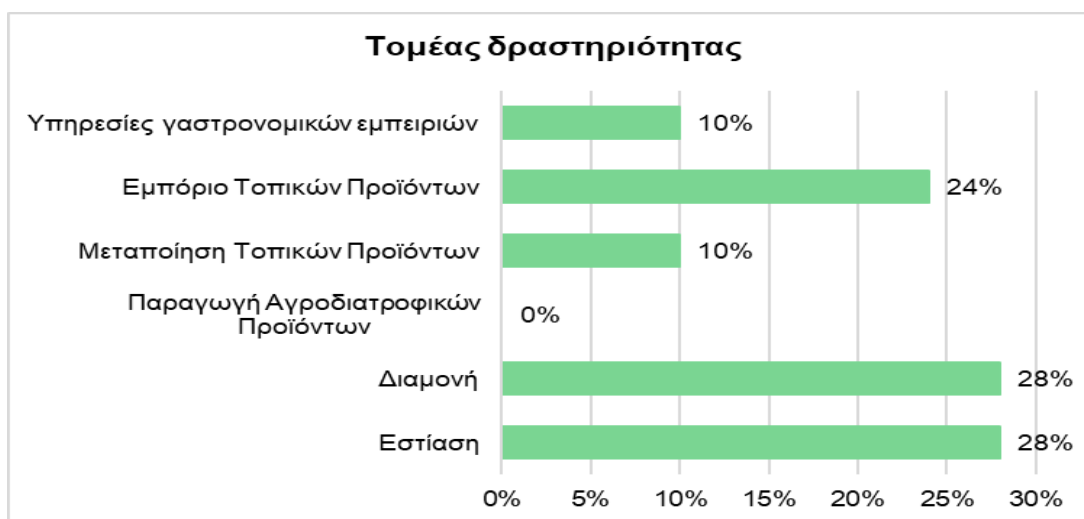


Ερώτηση 12: Τομέας δραστηριότητας

Όσον αφορά τον τομέα δραστηριότητας των συμμετεχόντων, προκύπτει ότι οι τομείς της «Εστίασης» και της «Διαμονής» αποτελούν τους κυρίαρχους κλάδους συμμετοχής, συγκεντρώνοντας από 28% ο κάθε ένας. Παράλληλα, καταγράφεται μια σημαντική παρουσία του εμπορικού κλάδου, με το «Εμπόριο Τοπικών Προϊόντων» να αντιπροσωπεύει το 24% των επιχειρήσεων, ενώ ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά η «Μεταποίηση Τοπικών Προϊόντων» και οι «Υπηρεσίες γαστρονομικών εμπειριών», οι οποίες συμμετέχουν με 10% αντίστοιχα. Αντίθετα, δεν σημειώνεται καμία συμμετοχή από εκπροσώπους της «Παραγωγής Αγροδιατροφικών Προϊόντων».

Εκτός των ανωτέρω, άλλοι τομείς δραστηριότητας που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν αυτοί του marketing, της εκπαίδευσης στον τομέα της μαγειρικής-ζαχαροπλαστικής, της παροχής επιχειρηματικών συμβουλών και του ευρύτερου κλάδου των υπηρεσιών, καθώς και του εμπορίου ένδυσης και της λιανικής ή χονδρικής διάθεσης εξειδικευμένων προϊόντων (ιατρικά είδη).

Τα ανωτέρω δεδομένα καταδεικνύουν ένα ισχυρό ενδιαφέρον από επιχειρήσεις της φιλοξενίας και της διάθεσης τοπικών αγαθών, ωστόσο κρίνεται σημαντική η δυναμική ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των τοπικών παραγωγών της ευρύτερης περιοχής της Καβάλας.



13. Είδος επιχείρησης

Τέλος, σχετικά με το είδος των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, προκύπτει ότι η συντριπτική πλειονότητα αφορά «Ατομικές» επιχειρήσεις σε ποσοστό 70%, ενώ ακολουθούν οι «Μικρο-μεσαίες» επιχειρήσεις, οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 21% του δείγματος. Στον αντίποδα, οι «Μεγάλες» επιχειρήσεις αποτελούν το μικρότερο ποσοστό των συμμετεχόντων, φτάνοντας μόλις το 9%.

Συνεπώς, τα ευρήματα δείχνουν ότι η επιτυχία του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην ενεργή κινητοποίηση των ατομικών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που αποτελούν και τον βασικό πυλώνα της οικονομικής δραστηριότητας στον Δήμο Καβάλας.



Ερωτηματολόγιο

Ερωτηματολόγιο Συμμετοχικού Σχεδιασμού για το Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας Καβάλας
 Το παρόν ερωτηματολόγιο υλοποιείται στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας» που εντάσσεται στη Δράση 2, της Πράξης «Σύστημα Μάρκετινγκ της Πόλης της Καβάλας» του Δήμου Καβάλας και χρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα «Ανατολική Μακεδονία – Θράκη 2021–2027».

Στο πλαίσιο της προσπάθειας στήριξης της τοπικής επιχειρηματικότητας, ο Δήμος προχωρά στη δημιουργία ενός Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας (ΤΣΠ). Το ΤΣΠ αποτελεί, ουσιαστικά, μια συμφωνία συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων και φορέων, με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς συμβάλλει στην αποτύπωση των πραγματικών αναγκών της τοπικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας και στη διαμόρφωση ενός ρεαλιστικού και συμμετοχικού Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας για την πόλη της Καβάλας.

Σας καλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά και να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο.

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. Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.*

Μέρος Α: Όραμα και Στόχοι

1. Ποιες είναι οι κύριες αξίες που πιστεύετε ότι πρέπει να προωθεί το Σύμφωνο; Μπορείτε να επιλέξετε έως 3 απαντήσεις.*

- ☐ Διασφάλιση Ποιότητας
- ☐ Προώθηση βιωσιμότητας
- ☐ Στήριξη και ανάδειξη Τοπικών Στοιχείων
- ☐ Εξωστρέφεια
- ☐ Συνεργασία / Συμμετοχικότητα
- ☐ Επιμόρφωση / Κατάρτιση

2. Αναφέρετε άλλες αξίες που πιστεύετε ότι πρέπει να προωθεί;

3. Πόσο σημαντική είναι για εσάς η εμπιστοσύνη και η συνεργασία με άλλα μέλη του Συμφώνου;*

- ☐ Πολύ
- ☐ Αρκετά
- ☐ Μέτρια
- ☐ Λίγο
- ☐ Καθόλου

4. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα οφέλη από τη συμμετοχή σε ένα Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας; Μπορείτε να επιλέξετε έως 3 απαντήσεις.*

- ☐ Ανάπτυξη συνεργειών με άλλες επιχειρήσεις
- ☐ Προβολή της επιχείρησής μου μέσω κοινών δράσεων
- ☐ Βελτίωση ποιότητας υπηρεσιών/προϊόντων
- ☐ Ενίσχυση της εμπιστοσύνης και προτίμησης των πελατών
- ☐ Συμβολή στην τοπική οικονομία και ανάπτυξη

- ☐ Μείωση κόστους λειτουργίας/ αύξηση εσόδων (έξοδα έρευνας, προώθησης, κοινές προμήθειες, κλπ.)

5. Αναφέρετε άλλα οφέλη.

Μέρος Β: Προϋποθέσεις, Ανάγκες & Προτάσεις

6. Ποια είναι, κατά τη γνώμη σας, τα βασικά κριτήρια που θα πρέπει να πληρούν οι επιχειρήσεις για να ενταχθούν στο Σύμφωνο; Μπορείτε να επιλέξετε έως 5 απαντήσεις.*

- ☐ Χρήση τοπικών προϊόντων και πρώτων υλών
- ☐ Υψηλή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών
- ☐ Τήρηση κανόνων υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων
- ☐ Προβολή και ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας
- ☐ Συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές
- ☐ Φιλική εξυπηρέτηση και ποιοτική εμπειρία για τον πελάτη
- ☐ Περιβαλλοντική υπευθυνότητα και βιώσιμες πρακτικές
- ☐ Συμμετοχή σε κοινές δράσεις και πρωτοβουλίες του Συμφώνου
- ☐ Συνεχής βελτίωση και εκπαίδευση του προσωπικού

7. Αναφέρετε άλλα βασικά κριτήρια.

8. Πόσο εύκολα θεωρείτε ότι θα μπορούσατε να τηρήσετε τις βασικές προδιαγραφές ποιότητας του Συμφώνου;*

- ☐ Πολύ εύκολα
- ☐ Αρκετά εύκολα
- ☐ Μέτρια εύκολα
- ☐ Δύσκολα
- ☐ Πολύ δύσκολα

9. Τι είδους υποστήριξη θα θεωρούσατε χρήσιμη για την ένταξη και τη συμμετοχή σας στο Σύμφωνο; Μπορείτε να επιλέξετε έως 3 απαντήσεις.*

- ☐ Κατάρτιση και εκπαιδευτικά προγράμματα
- ☐ Οικονομική υποστήριξη για βελτίωση υποδομών
- ☐ Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών
- ☐ Δημιουργία πλατφόρμας για δικτύωση και προβολή
- ☐ Ενέργειες προώθησης, πχ. Διοργάνωση φεστιβάλ, συμμετοχές σε διεθνείς διοργανώσεις
- ☐ Παρακολούθηση αποτελεσματικότητας/ αξιολόγηση

10. Αναφέρετε άλλου είδους υποστήριξη που θεωρείτε χρήσιμη.

11. Ποιο όργανο/α διοίκησης θα προτείνατε για την υλοποίηση του Τοπικού Συμφώνου Ποιότητας; (Λάβετε υπόψη τις διαφορετικές λειτουργίες: πιστοποίηση και έλεγχος, προβολή και προώθηση, κατάρτιση, έρευνα αγοράς, χρηματοδότηση, συντονισμός).*

- ☐ Δήμος Καβάλας
- ☐ Τοπικοί φορείς τουρισμού και γαστρονομίας
- ☐ Ενώσεις και σύλλογοι επαγγελματιών εστίασης και φιλοξενίας
- ☐ Επιμελητήριο Καβάλας
- ☐ Ανεξάρτητο συμβουλευτικό όργανο

12. Αναφέρετε άλλα όργανα διοίκησης.

13. Κατά τη γνώμη σας, ποιες είναι οι προϋποθέσεις που θα εξασφάλιζαν τη συμμετοχή σας και την επιτυχία, λειτουργικότητα και βιωσιμότητα του εγχειρήματος; Μπορείτε να επιλέξετε έως 5 απαντήσεις.*

- ☐ Σαφείς και ρεαλιστικές προδιαγραφές ποιότητας
- ☐ Υποστήριξη και καθοδήγηση από τον Δήμο ή τους φορείς
- ☐ Οικονομικά κίνητρα ή χρηματοδότηση για τα μέλη
- ☐ Επαρκής ενημέρωση και επικοινωνία μεταξύ των μελών
- ☐ Τακτική εκπαίδευση και κατάρτιση των μελών
- ☐ Συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων (εστίαση, παραγωγοί, τουρισμός)
- ☐ Απλή και γρήγορη διαδικασία ένταξης και παρακολούθησης
- ☐ Σαφές σύστημα αξιολόγησης και αναγνώρισης της ποιότητας
- ☐ Προβολή και προώθηση των επιχειρήσεων που συμμετέχουν

14. Αναφέρετε άλλες προϋποθέσεις που θεωρείτε σημαντικές.

Μέρος Γ: Βασικές Πληροφορίες

15. Φύλο*

- ☐ Γυναίκα
- ☐ Άντρας
- ☐ Άλλο

16. Ηλικία*

- ☐ κάτω των 18 ετών
- ☐ από 18 έως 30 έτη
- ☐ από 31 έως 45 έτη
- ☐ από 46 έως 60 έτη
- ☐ άνω των 61 ετών

17. Εκπαίδευση*

- ☐ Γυμνάσιο
- ☐ Λύκειο
- ☐ Τριτοβάθμια Εκπαίδευση
- ☐ Μεταπτυχιακός Τίτλος
- ☐ Διδακτορικός Τίτλος

18. Τομέας δραστηριότητας

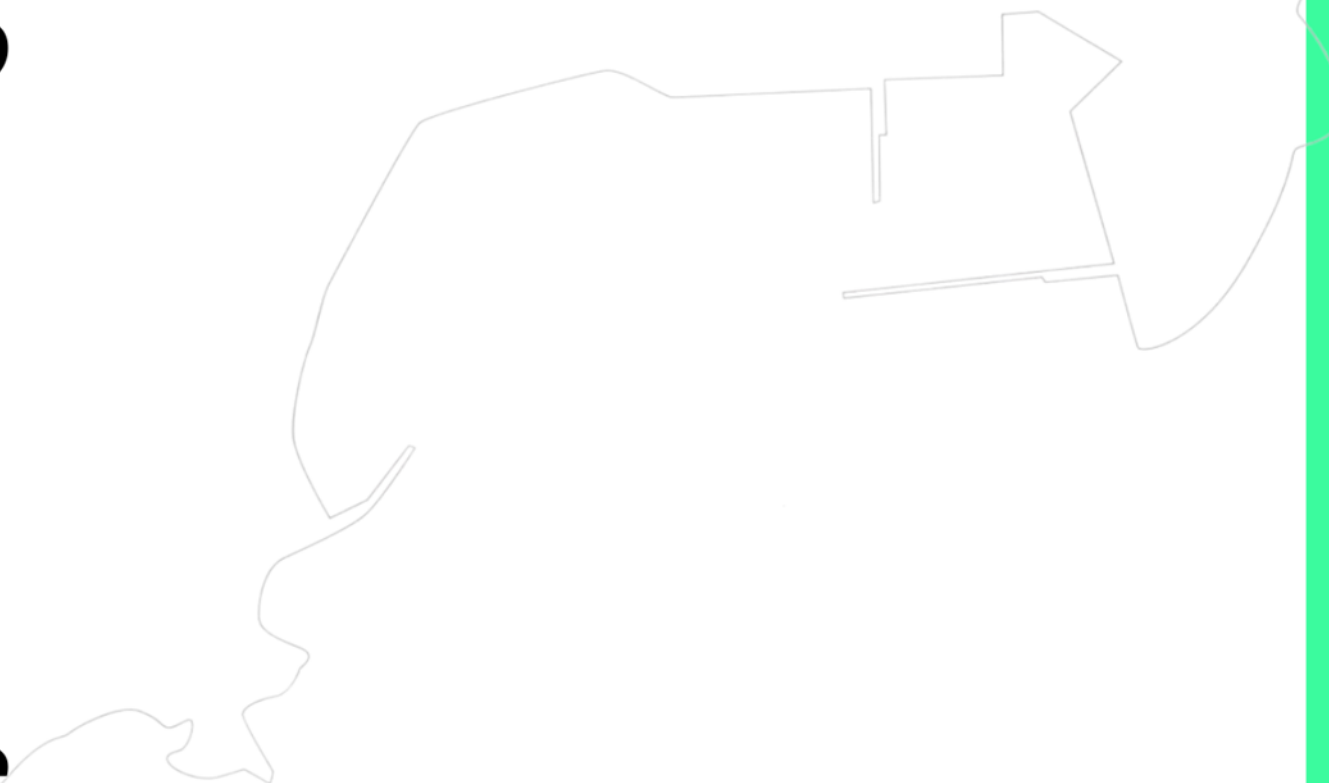
- ☐ Εστίαση
- ☐ Διαμονή
- ☐ Παραγωγή Αγροδιατροφικών Προϊόντων
- ☐ Μεταποίηση Τοπικών Προϊόντων
- ☐ Εμπόριο Τοπικών Προϊόντων
- ☐ Υπηρεσίες γαστρονομικών εμπειριών

19. Αν δεν είναι κάποιος από τα παραπάνω, αναφέρετε ποιος είναι.

20. Είδος επιχείρησης*

- ☐ Ατομική
- ☐ Μικρο-μεσαία
- ☐ Μεγάλη

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