

authentic Greece



Aerte
We purify - We clean - We protect



Πλήρης γκάμα τοπικών Προϊόντων & Γαστροτουρισμού



Επώνυμα Τοπικά προϊόντα &
Σήμα Γαστροτουρισμού:
εργαλεία προβολής
Ξενοδοχείων & Καταστημάτων



2022

Υπηρεσίες για ξενοδοχεία & καταστήματα - με μια ματιά



Γκάμα από Τοπικά
ελληνικά **Προϊόντα**
(HORECA)



Σήμανση
Τοπικότητας
προϊόντων Buffet



Πιστοποίηση
Γαστρο-
Ξενοδοχείου



Υπηρεσίες
Γαστροτουρισμού
εκτός Ξενοδοχείου



Προβολή
Ξενοδοχείων
(Γαστρονομία -
Αειφορία)



Συμμετοχή σε
Προωθητικές
προϊόντων
(Delis, S/M)



Προβολή μέσω
ενημερωτικών
Newsletters
(B2C)

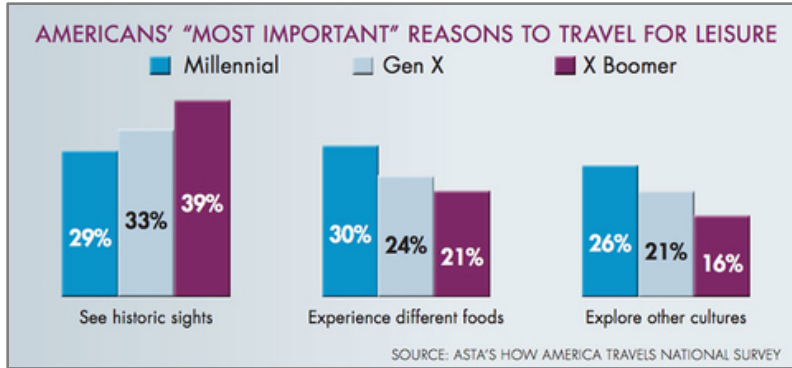


Οι προκλήσεις



1

Φαγητό: ΠΟΛΥ σημαντικός παράγοντας για την επιλογή Προορισμών (& Ξενοδοχείων)



ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ "ΦΑΓΗΤΟΥ":

Το Φαγητό είναι ο 2ος λόγος επιλογής Προορισμού - συχνά μάλιστα ο 1ος στις νέες ηλικίες [UNWTO].

Το Φαγητό σχετίζει τον τουρίστα με τον Τόπο ΠΡΙΝ και ΜΕΤΑ το ταξίδι.



2

Μπουφές: Τι; Ποιός; Από πού;



Η Αυθεντικότητα & Επωνυμία πιάτων είναι παγκόσμια Τάση



Οι δυσκολίες



Οι [Έλληνες] παραγωγοί έχουν **μικρές γκάμες** προϊόντων

1

Κυριότεροι λόγοι μη επιλογής εγχώριων προϊόντων*

Σημαντικότεροι λόγοι μη επιλογής

Κατηγορία προϊόντων	1 ^η Επιλογή	2 ^η Επιλογή
Τρόφιμα	Αδυναμία κάλυψης γκάμας προϊόντων	Υψηλότερο κόστος



2

Chefs και **Προϊόντα** ΔΕΝ είναι ενσωματωμένα στο MARKETING των ξενοδοχείων

→ τα προϊόντα παρουσιάζονται "**ανώνυμα**" →

→ **αδυναμία marketing** με βάση το φαγητό

Η στρατηγική

Εμπειρίες Τουρισμού – Καταστήματα Τροφίμων

Δράσεις



Μπουφέδες

Εμπειρίες
Φαγητού
σε Ξενοδοχεία
&
Εκδρομές
στην Ελλάδα

Προβολή
Εστιατορίων
&
Καταστημάτων
Τροφίμων
πόλης κατοικίας



Προωθητικές

Προβολή
ελληνικών
προορισμών –
ξενοδοχεία,
Γευσιγνωσίες,
εκδρομές,
κλπ

Εμπειρίες
ελληνικού
φαγητού
(Εστιατόρια &
Καταστήματα
εξωτερικού)





Εμπειρίες για “Κυκλική” Γαστρονομία Τουρισμού



Στον Μπουφέ



Συσκευασία Δωματίου/
Δώρου / Ατομική Πρωινού



Γνωριμία τοπικών προϊόντων
μέσω **δράσεων**



Τουριστικές Εμπειρίες με
βάση το προϊόν
(Γαστροτουρισμός)



Ο Παραγωγός στα Καταστήματα
– **προώθηση** Ξενοδοχείων &
Προορισμού

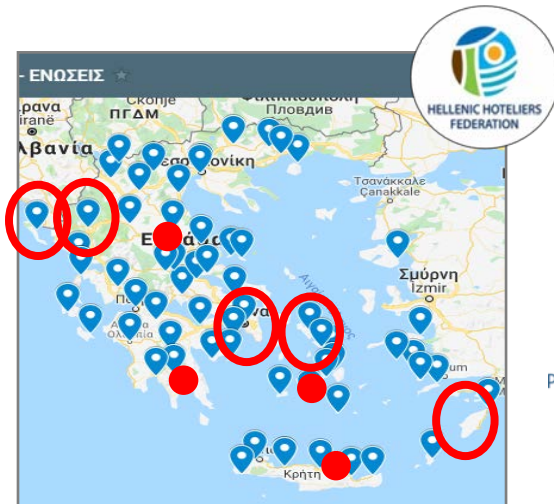




Συνεργασία Αρχιμάγειρες, Φορείς Ξενοδόχων κ.ά.



- Η μεθοδολογία μας αποτελεί τον πυρήνα του έργου **"ΤΟΠΙΚΑ & ΕΠΩΝΥΜΑ"** με την **ΠΟΞ** (Παν. Ομοσπ. Ξενοδόχων), που εκπροσωπεί 52 προορισμούς της χώρας (Ενώσεις Ξενοδόχων), το Σήμα **WeDoLocal**, την **Π.Ο.ΔΙ.Ξ.** (Διευθυντές Ξενοδοχείων) και άλλους φορείς.
- Οι Ενώσεις Ξενοδόχων, δίνουν τη δυνατότητα ανάδειξης κάθε Τόπου ως **"Τουριστικού Προορισμού"**, επιτρέποντας μεγάλο αριθμό συνεργασιών και αποτελεσματικό **story-telling**.
- Η συμμετοχή της **ΛΑΕ** (Λέσχη Αρχιμαγείρων) δίνει τη δυνατότητα να αναδείξουμε την Ελληνική κουζίνα και τη **Μεσογειακή Διατροφή** - και μια συνολική **εμπειρία** με βάση την τοπική παραγωγή (επισκέψεις, συνταγές κλπ).



Οι υπηρεσίες αναλυτικά

1. Μεγάλη ενιαία γκάμα επώνυμων τοπικών προϊόντων



12 κατηγορίες / 22
παραγωγοί / 90+
προϊόντα:

Ίσως η μεγαλύτερη ενιαία
γκάμα Επώνυμων Τοπικών
Προϊόντων, με πλήρη
παρουσίαση Παραγωγών και
Τόπων σε ΚΑΘΕ τοποθέτηση &
συσκευασία
(Retail & HORECA)



EVOO



Ελιές



Πατέ/Αμείγματα



Σάλτσες



Μέλι



Μαρμελάδες & Chutneys



Γλυκά Κουταλιού



Λιαστά/Αποξηραμένα



Ζυμαρικά



Κριτσίνια & Βουτήματα



Βότανα



Τυριά



Κατηγορίες προϊόντων

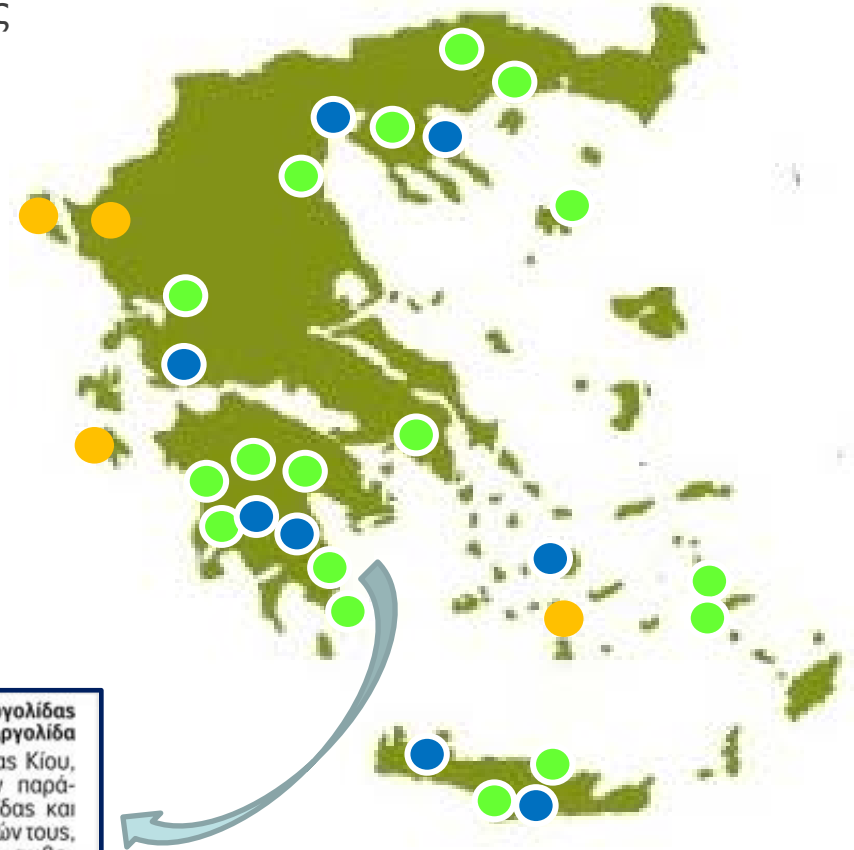




2. Στρατηγική : “μικτή” ετικέτα παραγωγών



- ✓ 22 μεσαιοι παραγωγοι
- ✓ 13 Νομοι της επαρχιας
- ✓ 3 Γυναικειοι Συνεταιρισμοι



Αυθεντικότητα :
Ιστορία Παραγωγού & Τόπου



Γυναικειος Συνετ. Αργολιδας Νεα Κιοσ, Αργολιδα
 Οι γυναικες της Νεας Κιοσ, “παντρευοντας” την παραδοση της Αργολιδας και του Πόντου των γονιων τους, μας προσφερουν αυθεντικες, χειροποιητες, νοστιμιες.
 Παράγεται & συσκευάζεται για:

3. Σήμανση προϊόντων σε μπουφέ ξενοδοχείων



- **Σήμανση επιλεγμένων προϊόντων** (ανάδειξη Τόπου και Παραγωγού):
 - “Διαφάνεια” πληροφορίας υλικών
 - Ανάδειξη Τόπου & παραγωγού, ιστορίας, παράδοσης, υγείας
 - Γνωριμία με το προϊόν
 - Ενίσχυση τοπικών επιχειρήσεων





2.

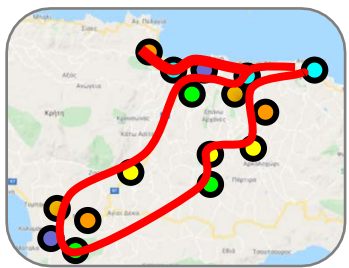
Πιστοποιημένος Γαστροτουρισμός (εντός-εκτός ξενοδοχείων)

Δράσεις :

- Γευσιγνωσίες
- Τάξεις Μαγειρικής
- Εκδρομές / Επισκέψεις Παραγωγών
- Ενημέρωση για ελληνικά προϊόντα, Φαγητό, Διατροφή, Υγεία

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

- Ξενοδοχεία
- Εστιατόρια
- Εργαστήρια Παραγωγών
- Ταξιδιωτικά Γραφεία
- Προορισμοί / Δήμοι
- Στελέχη Τουρισμού & Γαστρονομίας



- Ξενοδοχεία
- Οινοποιεία
- Μαγαζάκια/Αγορές
- Ταβέρνες / Εστιατόρια
- Εργαστήρια Προϊόντων
- Cooking/Master Classes





3. Συνεργατική προώθηση σε Καταστήματα Τροφίμων...

■ Προωθητικές ενέργειες:

κληρώσεις Διακοπών στα Καταστήματα σε συνεργασία με **Ξενοδοχεία** & Ενώσεις Ξενοδόχων



→→ νέοι πελάτες & περισσότερες αγορές



→ **e-mails** καταναλωτών για
μεγάλες **Βάσεις Δεδομένων** >
>> **e-marketing B2C**



4. Σταθερή Επικοινωνία σε πελάτες (B2C email με ενημερωτικό Newsletter)



Η "Φράση της Εβδομάδας" / "Phrase of the Week" 21/06/2017 and every w

☞ **Μερικά από τα μεγαλύτερα επιτεύγματα του κόσμου, πραγματοποιήθηκαν από ανθρώπους που δεν ήταν αρκετά έξυπνοι να καταλάβουν ότι αυτά ήταν ακατόρθω**
Doug Larson (1926-), Αμερικανός αρθρογράφος που έγραφε μια ημερήσια στήλη στην "Green Bay Press-Gazette" και μια εβδομαδιαία στην "Door County Advocate", αμφότερες εφημερίδες Wisconsin. Οι έξυπνοι αφορισμοί του είναι πολύ διαδεδομένοι στο Internet.

Δείτε τις προηγούμενες "Φράσεις" στο [σύνδεσμά μας](#).

☞ **Some of the world's greatest feasts were accomplished by people not smart eno to know they were impossible.**
Doug Larson (1926-), an American columnist and editor for the Door County Advocate (1953-1964) and wrote a daily column for the Green Bay Press-Gazette (1964-1988), both Wisconsin-based newspapers. The column was originally syndicated through United Media u the title "Senator Soaper Says"; Larson took over authorship in 1980. He is well-known for his quotes.

You can see the previous "Phrases" in our [link](#).

Το άρθρο του Μήνα:
 ☞ **"Οι επιστήμονες θα ξαναδώσουν γεύση στις τομάτες"**
 Το τελευταίο πολλά χρόνια έγιναν να σπργαγιάς, πιο κόκκινης, πιο σπλάνης, αλλά έχασαν τη γεύση τους. Προφανώς να θυμίζουν τη ντομάτα των ... >>> [περισσότερα](#)

Article of the Month:
 ☞ **"Scientists will make tomatoes taste good again"**
 Just as there is nothing better than biting into a raw, ripe tomato picked from the heirloom plant in your backyard, there is nothing worse than the mealy, ... >>> [more](#)

Το αξιοθέατο του Μήνα:
 ☞ **"Κοιλιάδα Πεταλούδων - Ρόδος"**
 Καλοκαιρινές διακοπές και πεταλούδες. Τέλεια; Το διασημό να είναι μια φυσικού κάλλους στο νησί της Ρόδου, που αναμφίβολα αξίζει να ... >>> [περισσότερα](#)

Sightseeing of the Month:
 ☞ **"Butterflies Valley - Rhodes Island"**
 Stand still...A butterfly might touch you! A unique nature reser... to be found in the on Rhodes, "Butterfly Valley" (in Greek "Petaloudes"). >>> [more](#)

Νέα Διατροφής, Συνταγές, Παραγωγοί

Καταστήματα

Προορισμοί/ Ξενοδοχεία

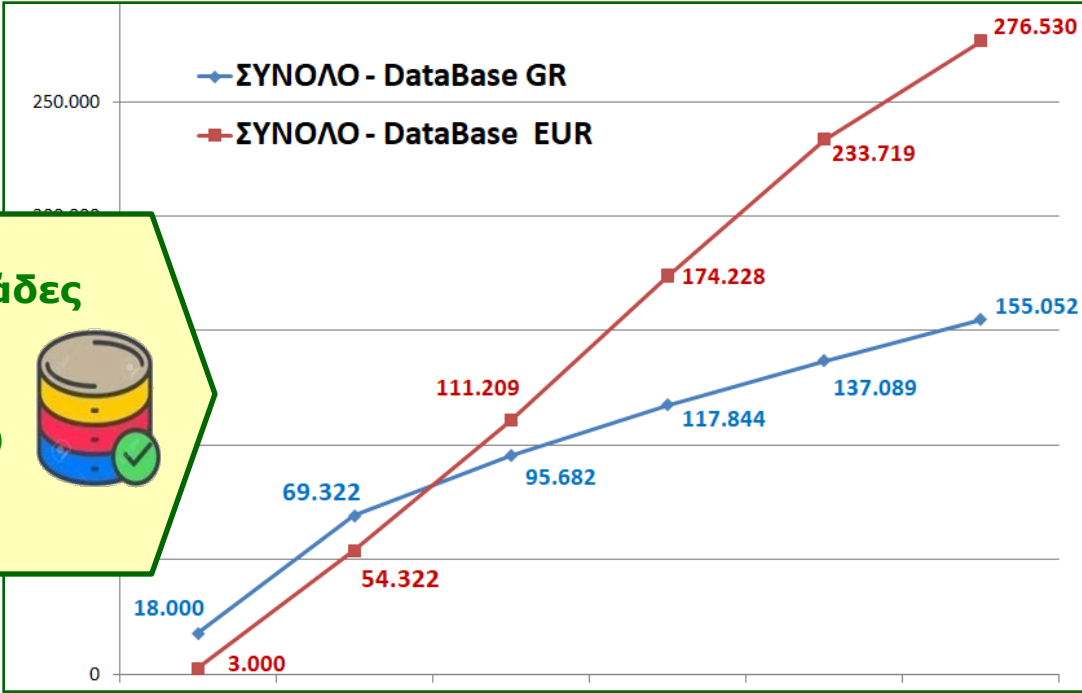




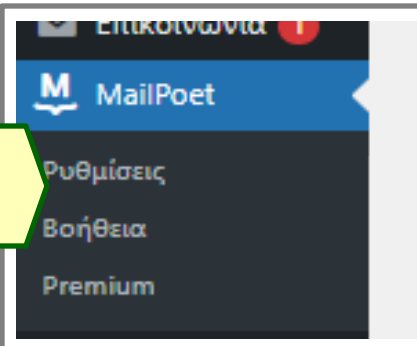
Εβδομαδιαία επικοινωνία σε μεγάλης κλίμακας κοινό



- ❑ Προώθηση σε **χιλιάδες καταναλωτές & καταστήματα** –
- ❑ **Database: 22.000**
- ❑ **Στόχος : 200.000**



“Άνοιγμα”



Phrase of the Week / Φράση - 26.10.2021 **16%**

Phrase of the Week / Φράση - 19.10.2021 **13,5%**

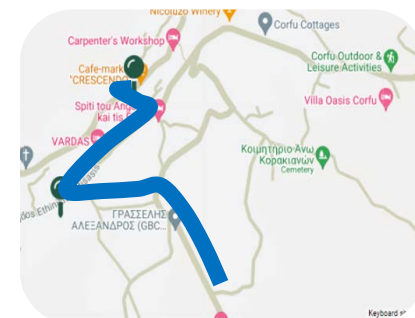


Κέρκυρα – Kontokali Bay

Case Study



Πού λαμβάνει χώρα η δραστηριότητα





ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

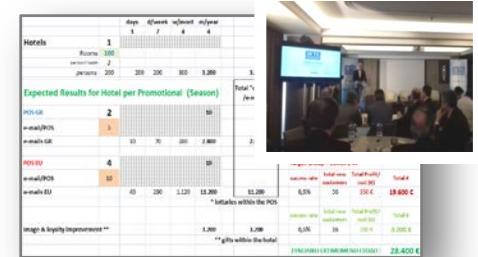
“ΤΟΠΙΚΑ & ΕΠΩΝΥΜΑ” με την ΠΟΞ



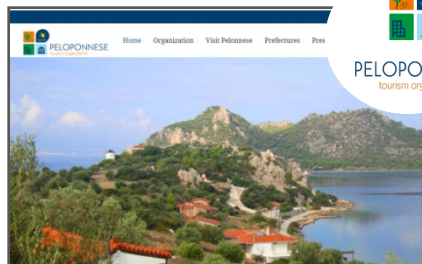
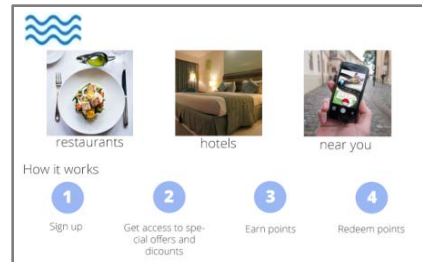
Co-marketing με Δίκτυο “WeDoLocal” για Σήμα εντοπιότητας προϊόντων



Μελέτη (INSETE & ΠΟΞ)

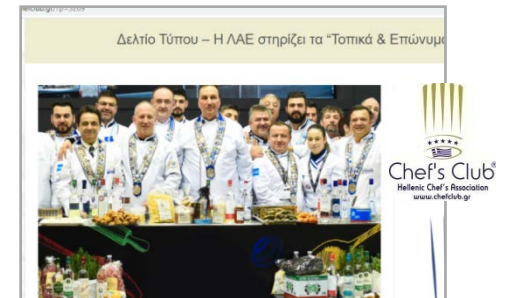


myGreekCard
Κάρτα Προνομίων Γαστρο-Τουρισμού



Σήμα «Πελοπόννησος» με ΤΟΠελ (Τουρισμός & Προϊόντα)

Hot-air/Aerte
Καθαρός αέρας στην εστίαση



Σήμα Γαστροτουρισμού με Λέσχη Αρχιμαγείρων Ελλάδος

Τοπικά Προϊόντα → Εργαλείο Προβολής Ξενοδοχείων & Καταστημάτων



Πληροφορίες:
Δημήτρης Βασιλείου

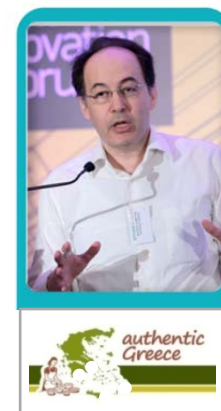
ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

Λαχανά 107Α,
Αθήνα 11363

Mob: 6932-277.779

Tel: 210-6822.101

e-mail: dvas@apelop.gr



www.authentic-greece.gr



www.apelop.gr