



fed **HATTA**

ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΥΝΔΕΣΜΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι δρόμοι της φέτας

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ, 2018

think *globally*
act *locally*

Το τοπικό προϊόν, κριτήριο για την επιλογή αγοράς και διατροφής



2. Τοπικά προϊόντα

Εμπιστοσύνη στην πηγή προέλευσης

Η εισαγωγή τροφίμου, επιβάρυνση για την θρεπτική του ποιότητα;

Η τοπική τροφή, στοιχείο της τοπικής κουλτούρας

Παράδοση: αυθεντικές συνταγές, με αυθεντικά προϊόντα

3. Ο κύκλος των επιλογών

ΙΡΛΑΝΔΙΑ: Επανάσταση του Καφέ

ΓΕΡΜΑΝΙΑ: Spaetzli και hascheeknoedl

ΛΟΝΔΙΝΟ: Επιστροφή στα λαχανικά

Kuechentanz.blogspot.at:

«Καλύτερα να πληρώνεις τον αγρότη σου, παρά τον γιατρό σου»...

4. Φέτα και Τουρισμός

Ένα νέο τουριστικό προϊόν χρειάζεται να οριοθετηθεί:

- Καταγραφή περιοχών ενδιαφέροντος
- Αποστάσεις και προσβασιμότητα
- Υποδομές διαμονής και επισκεψιμότητας

5. Φέτα – τουριστικό πακέτο

- Ποιες είναι οι προτιμήσεις του ταξιδιώτη;
- Ποια είναι τα ενδιαφέροντά του;
- Παράλληλα ενδιαφέροντα: Θεματικές μορφές τουρισμού / θρησκευτικός, πολιτιστικός, περιηγητικός τουρισμός...

6. Φέτα – τουριστικό πακέτο

- Καταλύματα: Κατηγορίες και χώροι ενδιαφέροντος / αίθουσες συναντήσεων, εκδηλώσεων κ.λπ.
- Επισκέψιμες κτηνοτροφικές μονάδες και υποδομές
- Προσβασιμότητα: ασφάλεια και ταχύτητα

7. Ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα...

- Εργασία δώδεκα μήνες τον χρόνο
- Επαγγελματίας = προμηθευτής προϊόντων
- Συνέργεια μεταξύ επαγγελματιών
- Οικονομική ανάκαμψη



fedHATTA

ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΥΝΔΕΣΜΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ