

**«Γαστρονομικός - γευσιγνωστικός τουρισμός: Ένα ειδικό ανταγωνιστικό προϊόν με συγκριτικά αποτελέσματα».**  
**Προσπάθειες ανάπτυξης του στη Χίο.**

Της Βάσως Κριτάκη  
Συγγραφέας και Ερευνήτρια Γεύσης.

**«Χίος βίος, Χίος γέλως, Χίαι Τράπεζαι»**

Παροιμιώδεις φράσεις από την αρχαιότητα που καταδεικνύουν όχι μόνο την ευζωΐα και την ευημερία των Χίων αλλά και τον εντυπωσιασμό των «επισκεπτών» της Χίου, των πρώτων ίσως «τουριστών» της, από την ιδιαίτερη γαστρονομική παράδοση του νησιού.

Οι επισκέπτες αυτοί δεν περιορίσθηκαν στις παροιμιώδεις φράσεις αλλά «προέβαλαν» τη Χίο καταγράφοντας τις εντυπώσεις τους (Αρχέστρατος, Αθήναιος), βοηθούντων βέβαια και των Χίων που δεν αρκέσθηκαν στο να παρουσιάζουν τις ικανότητές τους στην μαγειρική τέχνη (Νηρεύς, ένας από τους επτά καλύτερους μαγείρους του 3<sup>ου</sup> π.Χ αιώνα) αλλά τις κοινοποιούσαν μέσα από σχετικά εγχειρίδια (Σιμωνακτίδης ο Χίος «Περί οσοποιϊκής Τέχνης»).

Την σκυτάλη πήραν κατά τους νεότερους χρόνους οι Περιηγητές που επισκέφθηκαν το νησί και οι οποίοι με τη σειρά τους κατέγραψαν τις εντυπώσεις τους.(... Παρήγγειλε ο άλλος πρόξενος να ετοιμάσουν τράπεζαν και αφθονία γλυκών και μόνον δύο μικρούς άρτους. Το ποτό μας ήτο από ωραιότερα βατόμουρα Thomas Dallas, Άγγλος 1599-1600, σελ. 114, Α΄ τόμος).

Στη σύγχρονη εποχή και μάλιστα στην Ελλάδα που ο τουρισμός αποτελεί στην σπουδαιότερη ίσως οικονομική δραστηριότητα, εποχή που η ζήτηση μορφών εναλλακτικού τουρισμού από ομάδες ανθρώπων με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα παρουσιάζει μία αξιοπρόσεκτη δυναμική σε μέγεθος, τα νησιά του Αιγαίου και ιδιαίτερα η Χίος αποτελούν μια ενδιαφέρουσα και ελκυστική διέξοδο στις αναζητήσεις τους.

Στη Χίο το Ελληνικό μοντέλο τουρισμού «Ήλιος, θάλασσα, άμμος» έχει ενισχυθεί τα τελευταία χρόνια σημαντικά και έχει γίνει πιο «εύγευστο» αφού από τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό φορείς προτείνεται να απολαμβάνουν οι επισκέπτες και οι υποψήφιοι επισκέπτες το νησί με όλες τους τις αισθήσεις και με πρώτη και καλύτερη τη γεύση.

Συγχρόνως διαφοροποιήθηκε και η επικοινωνιακή πολιτική των αρμοδίων φορέων αλλά και των επιχειρηματιών και δόθηκε έμφαση στην προβολή της Χίου (χωρίς βέβαια να παραβλέπονται οι λοιποί πόλοι έλξης που είναι πολλοί) μέσα από τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και τις ιδιαιτερότητες της κουζίνας της Χίου, που αποτελεί ένα λαμπρό δείγμα μεσογειακής διατροφής.

Έχοντας υπόψη ότι ο μεσογειακός τρόπος διατροφής έχει καταξιωθεί στην συνείδηση του παγκοσμιοποιημένου πολίτη και επιβάλλεται πλέον για λόγους υγείας, μακροημέρευσης και ευζωίας, αλλά και το ότι οι επισκέπτες ενός τόπου ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά και την ταυτότητα των εντοπίων, η γαστρονομία και η γευσιγνωσία αναδεικνύονται στο πλέον δυναμικά αναπτυσσόμενο τομέα της Χιακής οικονομίας και του εναλλακτικού τουρισμού, με το πλεονέκτημα της Μαστίχας Χίου και τον ανεξάντλητο πλούτο των ευφάνταστων και υγιεινών παραδοσιακών Χιώτικων συνταγών.

Έτσι οι ενέργειες και οι σχετικές εκδηλώσεις φορέων και ιδιωτών στη Χίο για την ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού της γεύσης πολλαπλασιάζονται, αρχής γενόμενης από το Slow Food, το διεθνές πολιτιστικό κίνημα για την προστασία της τοπικής κουζίνας και του δικαιώματος στη γευστική απόλαυση. Το παράρτημα- Συμπόσιο της Χίου του Slow Food, ήταν ένα από τα πλέον δραστήρια Ελληνικά συμπόσια, ακολουθώντας την γραμμή του κινήματος στην ισοπέδωση και την εκπτώχευση της γεύσης, ως αντιπαράθεση στο Fast Food με πολλές εκδηλώσεις στη Χίο, την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Ιταλία, καθώς και με εμφανίσεις των μελών του σε εκπομπές υψηλής τηλεθέασης, με βάση την ποικιλία των αρωμάτων της Χιακής φύσης και κουζίνας. Θεωρώντας ότι η κουζίνα και η γαστρονομική παράδοση αποτελούν τμήμα του πολιτισμού και βασικό μέσο επικοινωνίας των ανθρώπων, το Slow Food της Χίου καλλιέργησε μέσω των εκδηλώσεων του τη συμποσιακή συμβίωση και τη γεύση, σε συνδυασμό με τη γευστική απόλαυση, συνέβαλε στην ευαισθητοποίηση των εντοπίων, στη διάσωση των προϊόντων, ειδών και καλλιεργειών που κινδυνεύουν να εξαφανιστούν, καθώς και στην ανάπτυξη της γαστρονομικής παιδείας και συγχρόνως βοήθησε στο να προβληθεί η Χίος, η οινική και γαστρονομική της παράδοση στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

Η επικοινωνιακή πολιτική με κέντρο πλέον την γαστρονομική ιδιαιτερότητα της Χίου υιοθετήθηκε στη συνέχεια από τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου και τη Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Χίου, όταν με συγκεκριμένες τεχνικές,

μελέτες, προγραμματισμό και με συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα και προϋπολογισμό προώθησε και προωθεί την γευσιγνωσία και την οινογνωσία ως μία εναλλακτική μορφή τουρισμού με συγκριτικά αποτελέσματα. Στις ενέργειες τους περιλαμβάνονται παράλληλες εκδηλώσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος κατά την διάρκεια των Διεθνών και Εθνικών εκθέσεων τουρισμού και προβολή των τοπικών προϊόντων στους επισκέπτες των εκθέσεων αλλά και εμφανίσεις των υπευθύνων υπαλλήλων και μελών της Ν.Ε.Τ.Π σε εθνικά και διεθνή Μ.Μ.Ε, καθώς επίσης και η έκδοση αναλόγων βιβλίων και εντύπων στα Ελληνικά και Αγγλικά.

Η πρόσκληση και φιλοξενία δημοσιογράφων γεύσης στο νησί κατά τακτά χρονικά διαστήματα και σε όλη την διάρκεια του έτους έχει προκαλέσει πολλά δημοσιεύματα και έχουν αποτελέσει τα τελευταία χρόνια το μεγαλύτερο ίσως μέσο προβολής της Χίου, ιδιαίτερα στην ημεδαπή.

Η συμμετοχή και η συμβολή της Νομαρχιακής Επιτροπής σε διάφορες εκδηλώσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος όπως η BIENALE Γαστρονομίας, όπου η Ελλάδα μέσω των Χιακών προϊόντων και γεύσεων κατέλαβε δεύτερη και πρώτη θέση, είναι πολύ σημαντική και έχει στρέψει τα φώτα της δημοσιότητας και το ενδιαφέρον πολλών προς το νησί.

Συγχρόνως η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου σε όλες σχεδόν τις εκδηλώσεις (Επισκέψεις επισήμων, Ημερίδες, Συνέδρια, κ.λ.π.) που πραγματοποιούνται στη Χίο και στις οποίες οργανώνει ή συμμετέχει ως χορηγός, παραθέτει γεύματα βασισμένα αποκλειστικά στις Χιώτικες παραδοσιακές και σύγχρονες γεύσεις.

Τα τελευταία 5 χρόνια η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου οργανώνει με μεγάλη επιτυχία και με τη συμμετοχή πολλών φορέων εντός και εκτός Χίου την "Γιορτή Αγροτουρισμού" στον Δημοτικό κήπο της πόλης της Χίου, όπου η προσοχή εστιάζεται σε εκδηλώσεις και παρουσιάσεις που αφορούν το ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την αύξηση των επισκεπτών του τόπου μας, και που δεν είναι άλλο από τα παραδοσιακά προϊόντα και την τοπική κουζίνα.

Επίσης οργανώθηκε Φεστιβάλ ούζου, το 2007, που προσέλκυσε το ενδιαφέρον πολλών επισκεπτών, οι οποίοι ενδιαφέρθηκαν για το εθνικό μας ποτό και μάλιστα το ούζο με γεύση Μαστίχα.

Παράλληλα η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χίου, στα spot τα οποία προβάλλει στα Ελληνικά τηλεοπτικά κανάλια, συμπεριλαμβάνει απαραίτητα, τις μοναδικές Χιώτικες γεύσεις και

φυσικά τη μαστίχα γνωρίζοντας την ιδιαίτερη σημασία της γευστικής εμπειρίας στην προβολή της Χίου.

Την ίδια τακτική ακολούθησε με άμεσα και θετικά αποτελέσματα στην ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού η ΕΝΑ Χίου (Αναπτυξιακή Εταιρεία της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης) έχοντας μάλιστα εκπονήσει και θέσει σε εφαρμογή ειδική μελέτη, ακολουθώντας τις σύγχρονες τάσεις του τουρισμού μάρκετινγκ και συνεργαζόμενη με τη Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής, την Τοπική Αυτοδιοίκηση και ιδιώτες.

Στα πλαίσια των ενεργειών της και με βασικό άξονα την εκμετάλλευση της ευρείας δημοσιότητας της Χίου, η ΕΝΑ Χίου οργάνωσε το 1999, το Διεθνές Συνέδριο «Η Μαγεία του Βορείου Αιγαίου» με την υποστήριξη και χρηματοδότηση της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου και των Γραφείων Βιομηχανικής Αλλαγής Χίου και Λέσβου, συμφώνησε δε με τον Αμερικανικό Οργανισμό Oldways Preservation and Exchange Trust την ίδρυση του Ευρωπαϊκού Κέντρου Μελετών για την Μεσογειακή Διατροφή που θα στεγάσθηκε σε κτίριο της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Χίου αλλά που διέκοψε τη λειτουργία του τα τελευταία χρόνια.

Συμπληρωματικά των ενεργειών της ΕΝΑ είχε ιδρυθεί το Δίκτυο Επιχειρήσεων Γεύσης και Φιλοξενία, με τίτλο «Χίος γέλως, Χία ζωή, Χίαι Τράπεζαι» που αποτέλεσε αμφίδρομο κανάλι διασύνδεσης του Κέντρου Μελετών για την Μεσογειακή Διατροφή με τη Χίο, αλλά και πεδίο εφαρμογών και ερευνητικών προγραμμάτων του Κέντρου. Το Δίκτυο, στο οποίο συμμετείχαν 25 επιχειρήσεις εστίασης και διαμονής που παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και ενισχύθηκε με την εκτύπωση και διανομή του στις Εκθέσεις Τουρισμού ειδικού φυλλαδίου, υπηρετώντας την στρατηγική προβολής της Χίου μέσω της γαστρονομικής της παράδοσης και συνέχειας, το Δίκτυο επίσης διέκοψε τη λειτουργία του τα τελευταία χρόνια.

Στις προσπάθειες της ΕΝΑ για την ανάπτυξη του γευστιγνωστικού τουρισμού έρχονται να προστεθούν η φιλοξενία δημοσιογράφων γεύσης στη Χίο, η συμμετοχή στις εκθέσεις τουρισμού και η συνδιοργάνωση με την Ν.Ε.Τ.Π παράλληλων εκδηλώσεων γευστιγνωστικού ενδιαφέροντος καθώς και η οργάνωση ανάλογων εκδηλώσεων προβολής των τοπικών προϊόντων και φυσικά της Χίου, καθώς οι παραγωγές ντοκιμαντέρ όπως «Η Χίος της γεύσης», «Χίος η μυροβόλος», και «ούζο: μία παλιά ιστορία μία σύγχρονη απόλαυση».

Ένας άλλος Δημόσιος φορέας που περιέλαβε στο δικό του πλάνο τουριστικού μάρκετινγκ την γαστρονομία είναι η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου που εκτός της στήριξης του προαναφερόμενου

συνεδρίου της ΕΝΑ, οργάνωσε στα πλαίσια της έκθεσης Τουρισμού «Philoxenia 2000» στην Θεσσαλονίκη, γεύμα με θέμα «Γαστρονομική περιήγηση στα νησιά του Βορείου Αιγαίου και εξέδωσε φυλλάδιο με τίτλο «Γεύση από Βόρειο Αιγαίο» προκαλώντας το ενδιαφέρον στα Ελληνικά, Αγγλικά, και Γερμανικά προς τα νησιά μας αρκετών δημοσιογράφων που έκαναν ανάλογα δημοσιεύματα.

Προς την ίδια κατεύθυνση προσανατολίσθηκε και η Ε.Τ.Α Χίου Εταιρεία Τοπικής Ανάπτυξης με την συμμετοχή σε ειδικό εργαστήριο γεύσης για την ποικιλία του Χιώτικου μανταρινιού πριν λίγα χρόνια στην Αθήνα, που προκάλεσε επίσης πολλά δημοσιεύματα για τη Χίο σε μεγάλα Αθηναϊκά Μ. Μ. Ε.

Συnergός της όλης προσπάθειας το Επιμελητήριο Χίου με συμμετοχή σε εκθέσεις, οργάνωση ημερίδων και ειδικών συναντήσεων και φυσικά ανάλογη προβολή της Χίου και των τοπικών της προϊόντων καθώς και τα τοπικά Μ.Μ.Ε και εκδοτικές εταιρίες ενδεικτικά αναφέρω το πολιτιστικό περιοδικό «ΧΙΟΝΗ» της Εφημερίδας «ΑΛΗΘΕΙΑ» και τα αφιερώματα του σε 3 τεύχη για την Μαστίχα, τα Γλυκά του κουταλιού και το Ούζο Χίου, Τριαντάφυλλα και Ροδοζάχαρη Χίου και οι νηστεία που συνέβαλαν σημαντικά στην Χιακή οικονομία και που προκάλεσαν δημοσιεύματα και αναφορές στη Χίο σε Εφημερίδες και περιοδικά μεγάλης κυκλοφορίας και αναγνωσιμότητας πανελληνίως.

Το 2007 ιδρύθηκε το Γραφείο Δραστηριοτήτων Οικοτουρισμού, στα Μεστά της Χίου «Masticulture» το οποίο μεταξύ των δράσεων του έχει συμπεριλάβει δραστηριότητες προώθησης της τοπικής κουζίνας.

Επί παραδείγματι κατά την διάρκεια εκδρομών γίνεται επίδειξη στις παραδοσιακές καλλιέργειες της περιοχής όπως ο σχίνος, η χαρουπιά, η αμυγδαλιά, η τσικουδιά και στα μποστανία και ανάλογα με την εποχή γίνεται γευσιγνωσία. Επίσης γίνονται μαθήματα μαγειρικής για τους τουρίστες με έμφαση στη μαστίχα, τη μεσογειακή διατροφή και τη χιακή κουζίνα.

Παράλληλα το 2008 ιδρύθηκε η εταιρεία ``Citrus-Άρωμα Μνήμης`` στον Κάμπο της Χίου, μια επιχείρηση με το βλέμμα στο παρελθόν, το παρόν και το μέλλον, επικεντρωμένη στα εσπεριδοειδή του Κάμπου της Χίου. Στις δραστηριότητες της η εταιρεία περιλαμβάνει Μουσείο Εσπεριδοειδών, στο Κτήμα ``Περιβόλι``, μεταποίηση εσπεριδοειδών σε παντός είδους γλυκίσματα, εκδηλώσεις τέχνης, λόγου και πολιτισμού και ένα μικρό ``καφέ`` στον εξαιρετικό, μαγευτικό, και μυροβόλο περιβάλλοντα χώρο, όπου ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει γεύσεις εσπεριδοειδών.

Το 2002 ιδρύθηκε η «Medittera» στα πλαίσια του σχεδίου αναδιοργάνωσης της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου, με κύριο σκοπό την ανάπτυξη δικτύου καταστημάτων «Mastiha shop», με την δημιουργία καταστημάτων, που είναι 10 στην Ελλάδα και 10 στο Εξωτερικό. Έτσι αναδείχθηκε και προβάλλεται η μαστίχα Χίου, οι διαφορετικές χρήσεις και ιδιότητες της κυρίως οι γευστικές, μέσα από τα διάφορα προϊόντα.

Με αυτό τον τρόπο, ένα προϊόν που ήταν απλώς γνωστό, κυρίως σαν πρώτη ύλη, έγινε γνωστότερο μέσα από την δημιουργία νέων γεύσεων με βάση τη μαστίχα Χίου.

Τα Mastiha shop και η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου, επιδιώκουν και φιλοδοξούν, σε μια εποχή που οι περιβαλλοντικές ανησυχίες πολλαπλασιάζονται να αποτελέσουν όχημα μιας σύγχρονης πρότασης για την υγιεινή διατροφή, κομμάτι της οποίας αποτελεί η μοναδική μαστίχα Χίου. Μέσω της πρότασης αυτής, όπως είναι εύκολα κατανοητό προβάλλεται και η Χίος, ως τόπος παραγωγής της και έτσι το ενδιαφέρον των επισκεπτών αυξάνεται συνεχώς.

Το 2004 ιδρύθηκε στην περιοχή Κουρούνια του Δήμου Αμανής της Χίου, η Εταιρεία Οινοποιητική- Γεωργική-Τουριστική «**Αριούσος Α.Ε**», με σκοπό την παραγωγή κρασιού από τοπικές ποικιλίες. Το Οινοποιείο της Εταιρείας, που βρίσκεται στην ίδια περιοχή είναι επισκέψιμο για το κοινό και συνεργάζεται με τοπικά Σχολεία για περιβαλλοντικές μελέτες. Διαθέτει επίσης Αίθουσα Οινογνωσίας Γευσιγνωσίας με τοπικά φαγητά που μαγειρεύουν γυναίκες της περιοχής, παράλληλα υπάρχει συνεργασία με το νέο ίδρυθέντα στην περιοχή Γυναικείο Συναιτερισμό.

Η Εταιρεία βρίσκεται σε επαφή με φορείς και πρακτορεία τουρισμού, προκειμένου να προωθήσει τον θεματικό τουρισμό πάνω στον οποίο κτίζει τις μελλοντικές του ενέργειες, που επικεντρώνονται κυρίως στην ανάπτυξη του οινογνωστικού-γευσιγνωστικού τουρισμού.

Θα ήταν όμως παράλειψη μου να μην αναφερθώ και στο **Λαογραφικό Μουσείο** που στεγάζεται στο χώρο της **Βιβλιοθήκης Κοραή** καθώς και το **Λαογραφικό Μουσείο Καλλιμασιάς** που περιλαμβάνουν εκθέματα από τις γεωργικές καλλιέργειες και τα σκεύη της τοπικής κουζίνας, τα οποία επισκέπτονται πολλοί τουρίστες, που εντυπωσιάζονται από τα εκθέματα.

Το υπό ίδρυση **Μουσείο Μαστίχας**, επίσης, θεωρώ ότι θα συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού.

Πραγματικά δεν θα έφθανε ο χρόνος να απαριθμήσω και άλλες ενέργειες ανάλογου ενδιαφέροντος που γίνονται από

πολλούς φορείς, την Τοπική Αυτοδιοίκηση, συλλόγους και ιδιώτες των θεαλήτρων του νησιού μέσω των ιδιαιτεροτήτων της Χιακής κουζίνας.

Αν υπολογίσουμε την σημασία που έχει η μη αλλοίωση της φυσιογνωμίας της φύσης μιας περιοχής από την τουριστική της αξιοποίηση, με ενέργειες που σέβονται το περιβάλλον, οι πρωτοβουλίες των φορέων και ιδιωτών της Χίου προς την ανάπτυξη αυτής της ειδικής μορφής εναλλακτικού τουρισμού όπως ο γευσιγνωστικός -οινογνωστικός που υποδηλώνει ότι τα άτομα που τον προτιμούν ενδιαφέρονται και για τα ιδιαίτερα οικολογικά γνωρίσματα μιας περιοχής, είναι εύλογο να κατανοήσουμε ότι αυτή η μορφή τουρισμού συμβάλει και στη αειφορία.

Η συμβολή στην αειφορία, δεν είναι φυσικά η μοναδική συνέπεια από την προτεραιότητα που δίνεται στον γαστρονομικό τουρισμό. Συνοπτικά αναφέρω τα σπουδαιότερα αποτελέσματα για τη Χίο.

-Το ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη Χίο της Γεύσης αλλά και τη Χίο της Φύσης και του Πολιτισμού.

-Η μεγάλη προβολή της Χίου στα Εθνικά και Διεθνή ΜΜΕ.

-Η αναβάθμιση του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος από τις επιχειρήσεις εστίασης διατροφής και διαμονής καθώς και από τις βιοτεχνίες τροφίμων και τις παραγωγικές μονάδες, λόγω των αναγκών του ανταγωνιστικού που αναπτύχθηκε.

-Η ενίσχυση των ιδιωτικών επενδύσεων για την ανάπτυξη της ειδικής αυτής μορφής τουρισμού.

-Η διάχυση της τουριστικής κίνησης από τις περιοχές που παρουσιάζουν ενδιαφέρον κλασσικά, σε περιοχές με ιδιαίτερο γαστρονομικό ενδιαφέρον.

-Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου κυρίως, προς το παρόν, με την οργάνωση αναλόγων εκδηλώσεων, ημερίδων και συνεδρίων.

-Η συμβολή στην τοπική ανάπτυξη.

-Η βελτίωση των παρερχόμενων υπηρεσιών και η εξειδίκευση του προσωπικού των χώρων εστίασης.

-Η ενίσχυση του ρόλου της νήσου Χίου στο νησιωτικό Αιγαιακό και Μεσογειακό χώρο.

-Η διευρυνόμενη συνεργασία του Δημόσιου και του ιδιωτικού φορέα.

-Η ανάπτυξη πρωτοβουλιών σχετικών με τη γευσιγνωσία.

-Η ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση του ντόπιου δυναμικού (ιδιωτών, ομάδων και Συλλογικών οργάνων).

-Η συγκέντρωση πόρων από τα Ευρωπαϊκά και Εθνικά πακέτα οικονομικής στήριξης.

- Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας τοπικής οικονομίας.
  - Η αύξηση της ανταγωνιστικότητας.
  - Η ενίσχυση άλλων μορφών τουρισμού π.χ Αγροτουρισμού Συνεδριακού με την οργάνωση Συνεδρίων σχετικών με την οινογνωσία- γευσιγνωσία.
  - Η στροφή σε πιο σύγχρονες μορφές μάρκετινγκ και προβολής του τουριστικού προϊόντος.
  - Ο μεγαλύτερος σεβασμός στο περιβάλλον.
  - Ο εκσυγχρονισμός των επιχειρήσεων γεύσης και φιλοξενίας.
  - Η πρόκληση περισσότερο ενδιαφέροντος φορέων κοινωνικών ομάδων και ιδιωτών για την γαστρονομία της Χίου.
  - Η έκδοση ειδικών βιβλίων για τη Χιώτικη γεύση.
  - Η ανάπτυξη του δευτερογενούς τομέα.
  - Η ενίσχυση της προβολής του τόπου μας, καθώς οι τουρίστες γίνονται συνδιαφημιστές της γευστικής εμπειρίας τους.
  - Η προσέλκυση επισκεπτών μέσης και ανωτέρας οικονομικής τάξης και πιο αναπτυγμένου πνευματικού επιπέδου.
- Στην εποχή της οικουμενικότητας είναι πλέον ανάγκη να καλλιεργήσουμε την μοναδικότητα και «ατομικότητα» των περιοχών μας και της πολιτιστικής μας παράδοσης και συνέχειας, αξιοποιώντας τις δυνατότητες που μας παρέχονται και που οι ίδιοι θα δημιουργήσουμε με στόχο μας τους ευτυχισμένους, ικανοποιημένους επισκέπτες των περιοχών μας, στους οποίους θα κάνουμε το όνειρο που κυνηγάνε, πραγματικότητα.

**Βάσω Κριτάκη**