

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO

«ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ
ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Ανάδοχος: Παπαδοπούλου Πηνελόπη



ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2024

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1.1 ΠΡΟΤΥΠΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ:ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	5
1.2 ΓΕΩΠΑΡΚΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	8
1.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΝΟΣ ΓΕΩΠΑΡΚΟΥ ΣΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΗΝΩΜΕΝΩΝ ΕΘΝΩΝ	15
2.0 ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΤΟΠΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ UNESCO ΒΙΚΟΥ-ΑΩΟΥ, ΣΗΤΕΙΑΣ, ΧΕΛΜΟΥ-ΒΟΥΡΑΙΚΟΥ, ΨΗΛΟΡΕΙΤΗ	17
2.1 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ	17
2.1.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΒΙΚΟΥ ΑΩΟΥ	17
2.1.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΣΗΤΕΙΑΣ	18
2.1.3 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΧΕΛΜΟΥ ΒΟΥΡΑΪΚΟΥ	19
2.1.4 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΨΗΛΟΡΕΙΤΗ	20
2.2 ΓΕΩΠΑΡΚΑ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΙΑΤΟΠΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	21
2.3 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	25
3.0 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΕΤΑΙΡΩΝ ΔΙΑΤΟΠΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	33
4.0 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	35
4.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	36
4.2 ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ	36
4.3 ΚΩΔΙΚΑΣ ΗΘΙΚΗΣ	37
4.4 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΤΗΤΑΣ	38
4.4.1. ΓΕΝΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ	39
4.4.2. ΕΙΔΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ (ανά κατηγορία επιχείρησης)	39

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

4.4.3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΝΑΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	43
4.5 ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΣΗΜΑΤΟΣ	44
4.6 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΣΥΝΘΗΜΑ	47
4.7 ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ ΤΗΣ UNESCO	48
4.8 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΣΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	49
4.9 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΩΝ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ	50
4.10 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ	51
5.0 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	52
6.0 ΕΠΙΛΟΓΟΣ	53
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	55
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ (Ερωτηματολόγιο, Απαντήσεις ερωτηματολογίου, Πίνακας 1:Κριτήρια επιλεξιμότητας & Δικαιολογητικά)	

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εμπειρογνωμοσύνη αυτή διεξάγεται στα πλαίσια του Σχεδίου Διατοπικής Συνεργασίας με τίτλο «ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO» και πιο συγκεκριμένα του έργου «**Εμπειρογνωμοσύνη για τις προδιαγραφές - κριτήρια αξιολόγησης και σχεδιασμός ειδικού σήματος για τοπικά προϊόντα-υπηρεσίες αγροτουρισμού**». Το Σχέδιο Διατοπικής Συνεργασίας υλοποιείται στο πλαίσιο του τοπικού προγράμματος CLLD/LEADER, Υπομέτρο 19.3 του Μέτρου 19 του ΠΑΑ 2014-2020, από τη Συντονίστρια ΟΤΔ ΑΧΑΪΑ Α.Ε. – ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Ο.Τ.Α. και τους ακόλουθους συμμετέχοντες εταίρους:

- ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΗΠΕΙΡΟΥ Α.Ε. - Αναπτυξιακός Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΛΑΣΙΘΙΟΥ ΑΑΕ ΟΤΑ
- ΑΚΟΜΜ - ΨΗΛΟΡΕΙΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΑΕ ΟΤΑ

Σκοπός του έργου είναι η μελέτη των προδιαγραφών που απαιτούνται για την ανάπτυξη/βελτίωση σήματος πιστοποίησης προϊόντων/υπηρεσιών επιχειρήσεων στις περιοχές των συνεργαζόμενων γεωπάρκων (Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Βίκου-Αώου, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Σητείας, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Χελμού – Βουραϊκού, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Ψηλορείτη).

Το έργο αφορά το σχεδιασμό ειδικού σήματος, για τοπικά προϊόντα - υπηρεσίες αγροτουρισμού, στις συνεργαζόμενες περιοχές των ΟΤΔ, με βάση τα πρότυπα ποιότητας της παγκόσμιας αγοράς, αλλά και τις αρχές της UNESCO σχετικά με τα Παγκόσμια Γεωπάρκα, καθώς και τον σχεδιασμό των Προδιαγραφών – σχεδιασμό κριτηρίων αξιολόγησης των προϊόντων – υπηρεσιών, της κάθε περιοχής, τα οποία θα φέρουν την ειδική σήμανση, σύμφωνα με τις αρχές της UNESCO για τα Παγκόσμια Γεωπάρκα.

1.1 ΠΡΟΤΥΠΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ: ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Οι στρατηγικές σχετικά με την σήμανση προϊόντων/υπηρεσιών χωρίζονται σε αυτές που επικεντρώνουν στην πιστοποίηση των διαδικασιών παραγωγής (περισσότερο διαδεδομένα στην ηπειρωτική Ευρώπη) και αυτές που επικεντρώνουν στην πιστοποίηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των προϊόντων/υπηρεσιών τα οποία προέρχονται από τον τόπο παραγωγής/προσφοράς τους. Τα τοπικά σήματα ποιότητας είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα στις περι-Μεσογειακές χώρες, με την Ισπανία, την Ιταλία, την Γαλλία και την Πορτογαλία να πρωτοστατούν και την Ελλάδα ανάμεσά τους (Ilbery & Kneafsey, 1999, Velčovská and Del Chiappa, 2015, Košičiarová κ.α., 2016, Carpenter and Larceneux, 2008, Lorenzini, 2011, Henschion and McIntyre, 2000).

Η ανάγκη προστασίας των τοπικών προϊόντων έγινε εμφανής στα τέλη του 19^{ου} και στις αρχές του 20^{ού} αιώνα, καθώς οι ευρωπαϊκές χώρες προσπάθησαν να διασφαλίσουν ότι τα προϊόντα τους δεν θα αντιγραφούν ή παραποιηθούν. Η ανάγκη αυτή προέκυψε αφενός από τις δυσκολίες που αντιμετώπισαν οι αγρότες συμπεριλαμβανομένης της παγκοσμιοποίησης και αφετέρου από την στροφή της κοινωνίας σε περισσότερο βιώσιμες πρακτικές (Ramos and Garido, 2014). Η Γαλλία ήταν από τις πρώτες χώρες που εισήγαγε τέτοια συστήματα προστασίας, με τη δημιουργία του "Appellation d'Origine Contrôlée" (AOC) το 1935, το οποίο αναγνωρίζει και προστατεύει προϊόντα με συγκεκριμένη γεωγραφική προέλευση.

Σταδιακά, και άλλες ευρωπαϊκές χώρες υιοθέτησαν παρόμοια συστήματα, αναγνωρίζοντας την αξία της προστασίας των τοπικών προϊόντων, τόσο για την τοπική οικονομία όσο και για τη διατήρηση της παράδοσης. Αυτά τα συστήματα εξελίχθηκαν και αποτέλεσαν τη βάση για τη δημιουργία ευρωπαϊκών κανονισμών. Το 1992, η Ευρωπαϊκή Ένωση θέσπισε νομοθεσία για την προστασία των τοπικών προϊόντων μέσω τριών κατηγοριών σημάτων ποιότητας: την Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ), την Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (ΠΓΕ) και την Εγγυημένη Παραδοσιακή Ιδιότητα (ΕΠΙ). Η Ελλάδα, με τη μακρά ιστορία της στην παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων, όπως το ελαιόλαδο, το κρασί, τα τυροκομικά προϊόντα και τα αρωματικά φυτά, αναγνώρισε νωρίς την ανάγκη προστασίας και προώθησης αυτών των προϊόντων για την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και κατέθεσε πλήθος αιτήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση για την κατοχύρωση τοπικών προϊόντων ως ΠΟΠ και ΠΓΕ(Εικ.1) (ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΠ & ΠΓΕ: <https://www.minagric.gr/for-farmer-2/2012-02-02-07-52-07/ellinikaproionta>).



Εικόνα 1: Σήματα ποιότητας ΠΟΠ & ΠΓΕ

Σήμερα έχουν αναπτυχθεί μια πληθώρα άλλων διεθνών προτύπων με πιο σημαντικά τα πρότυπα HACCP (Hazard Analysis & Critical Control Point) και ISO (International Organization for Standardization).

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Ωστόσο η υπερβολική αύξηση του αριθμού σημάτων ποιότητας που συνδέονται με τον τόπο παραγωγής έχει παρατηρηθεί πως προκαλεί σύγχυση στους καταναλωτές καθώς τα σήματα αυτά αναπτύσσονται ανεξάρτητα μεταξύ τους και χωρίς την ύπαρξη μια ενιαίας στρατηγικής με βάση τις ανάγκες του τοπικού επιχειρηματικού κόσμου. Αυτό έχει οδηγήσει στον υποβιβασμό των σημάτων ποιότητας ως εργαλείο βιώσιμης ανάπτυξης. Για τον λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Ένωση εξέδωσε το Quality Package (European Commission, 2010) με προτάσεις και κανονισμούς για την βελτίωση των σχετικών στρατηγικών.

Με βάση αυτές τις προτάσεις αναπτύχθηκε μια «δεύτερη γενιά» σημάτων ποιότητας τα οποία όχι μόνο συνδέονται με τον τόπο παραγωγής/παροχής των προϊόντων/υπηρεσιών αλλά ταυτόχρονα αποσκοπούν στη διατήρηση/ανάδειξη και κεφαλαιοποίηση της ταυτότητας των περιοχών (των πολιτιστικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών τους πόρων) με σκοπό την ανάπτυξή τους. Πιο συγκεκριμένα αυτά τα σήματα ποιότητας πιστοποιούν α) την ποιότητα των αγαθών και υπηρεσιών του τόπου (βάσει της διαφοροποίησης και του τρόπου παραγωγής τους σύμφωνα με κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά κριτήρια) β) την περιβαλλοντική ποιότητα (βιώσιμη διαχείριση των πόρων και διατήρηση των τοπίων και των οικοσυστημάτων ως παράγοντες ανταγωνιστικότητας) γ) την κοινωνική και θεσμική ποιότητα (τοπικοί θεσμικοί φορείς δεσμευμένοι στη διαδικασία που ασκούν αποτελεσματική διαχείριση) με σκοπό να βελτιωθεί η ποιότητα ζωής των κατοίκων του τόπου (απασχόληση, εισόδημα, υγιές περιβάλλον και κοινωνική συνοχή, με πρόσβαση σε δημόσιες υπηρεσίες και υπηρεσίες που καλύπτουν βασικές ανάγκες) σε μια γεωγραφική περιοχή με ισχυρή ταυτότητα και αίσθηση κοινωνικής ευθύνης και ανήκειν (διατήρηση και προώθηση της υλικής και άυλης κληρονομιάς) (Ramos and Garrido, 2014). Η ουσιαστική διαφορά λοιπόν των σημάτων «δεύτερης γενιάς» από τα υπόλοιπα είναι ότι δεν αποτελούν «στεγνή» πιστοποίηση της αριθμητικής καταλληλότητας των παραμέτρων που συντελούν ένα προϊόν/υπηρεσία αλλά πιστοποιούν ότι αυτό το προϊόν/υπηρεσία εκπροσωπεί την ταυτότητα ολόκληρης της περιοχής από την οποία προέρχεται, πιστοποιεί την «ψυχή» της περιοχής και των κατοίκων της. Η χρήση λοιπόν του όρου «σήμα ποιότητας» η οποία υιοθετείται και για την παρούσα μελέτη δεν αντιπροσωπεύει αποκλειστικά την ποιότητα των υλικών και των διαδικασιών ενός προϊόντος υπηρεσίας αλλά συνολικά την ποιότητα της περιοχής που εκπροσωπεί.

Τέτοια σήματα έχουν ήδη εφαρμοστεί εδώ και χρόνια σε αρκετές περιοχές της Ελλάδας όπως για παράδειγμα το σήμα ποιότητας του Εθνικού Δρυμού Σαμαριάς, το σήμα ΠΙΝΔΟΣ, το οικολογικό σήμα ποιότητας ΟΛΥΜΠΟΣ, το ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΘΕΑΤΡΩΝ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ και το σήμα ΚΡΗΤΗ (Εικ.2).



Εικόνα 2: Σήμα ποιότητας ΚΡΗΤΗ

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Παρόλο που υπάρχουν πια αρκετά τοπικά σήματα ποιότητας «δεύτερης γενιάς» σε εφαρμογή εδώ και τουλάχιστον μια εικοσαετία δεν υπάρχουν αρκετά στοιχεία σχετικά με τον αντίκτυπο που αυτά τα σήματα έχουν στην βιώσιμη τοπική ανάπτυξη. Μάλιστα πολλά από αυτά δεν έχουν ισχυρό αντίκτυπο στον καταναλωτή, παρουσιάζουν μειωμένη αναγνωρισιμότητα και τελικά αποτυγχάνουν να εκπληρώσουν τον σκοπό τους και εγκαταλείπονται. Σύμφωνα με μελέτες ο κυριότερος λόγος για τον οποίο συμβαίνει αυτό είναι η ελλιπής ενημέρωση τόσο των επιχειρήσεων όσο και των καταναλωτών σχετικά με το τι είναι ή/και τι εκπροσωπεί το σήμα ποιότητας (π.χ. Carpenter and Larceneux, 2008) καθώς και η περιορισμένη προώθηση ή με λάθος τρόπο προώθησή του στο κοινό (π.χ. Velcovska and Chiappa, 2015).

1.2 ΓΕΩΠΑΡΚΑ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Ένα γεωπάρκο είναι μια οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή που περιλαμβάνει σημαντικά γεωλογικά χαρακτηριστικά, όπως γεωλογικούς σχηματισμούς, απολιθώματα, σπήλαια, ορυκτά και ηφαιστειακά τοπία. Το γεωπάρκο συχνά δεν εστιάζει μόνο στη γεωλογία, αλλά περιλαμβάνει και οικολογικά, πολιτιστικά και αρχαιολογικά στοιχεία.

Τα Παγκόσμια Γεωπάρκα της UNESCO (UNESCO Global Geoparks - UGGp) είναι ενιαίες γεωγραφικές περιοχές όπου τοποθεσίες και τοπία διεθνούς γεωλογικής σημασίας διαχειρίζονται με μια ολιστική προσέγγιση που συνδυάζει την προστασία, την εκπαίδευση και την αειφόρο ανάπτυξη. Η προσέγγισή τους "από τη βάση προς τα πάνω", που συνδυάζει τη διατήρηση με την αειφόρο ανάπτυξη, ενώ παράλληλα εμπλέκει τις τοπικές κοινότητες είναι το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό τους. (<https://www.unesco.org/en/igpp/geoparks/about>)

Σκοπός ενός γεωπάρκου είναι:

- η διατήρηση και προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής, με έμφαση στα γεωλογικά στοιχεία
- η προώθηση της εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης του κοινού σχετικά με την γεωλογία, το περιβάλλον, και την αειφόρο ανάπτυξη
- η υποστήριξη επιστημονικών ερευνών και
- η προώθηση του οικοτουρισμού, της τοπικής οικονομίας και της ανάπτυξης των τοπικών κοινοτήτων μέσω της αξιοποίησης των φυσικών πόρων με σεβασμό στο περιβάλλον

Η τοπικότητα και ο στόχος της βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης είναι εκείνα τα κοινά στοιχεία τα οποία καθιστούν τα σήματα ποιότητας «δεύτερης γενιάς» ένα κατάλληλο εργαλείο διαθέσιμο για τα γεωπάρκα. Μάλιστα, τα σήματα ποιότητας των γεωπάρκων μπορούν να παρουσιάσουν σημαντικά μεγαλύτερη επιτυχία σε σχέση με την εφαρμογή άλλων τοπικών σημάτων ποιότητας καθώς:

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

- Τα Παγκόσμια Γεωπάρκα UNESCO¹ είναι γεωγραφικές περιοχές σαφώς καθορισμένες με βάση ενιαία χαρακτηριστικά. Επομένως δεν υπάρχει η ανάγκη ορισμού της έννοιας της τοπικότητας.
- Έχουν ως στόχο την βιώσιμη τοπική ανάπτυξη με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε τόπου κάτι που βρίσκεται σε απόλυτη συμφωνία με τον στόχο ενός σήματος ποιότητας «δεύτερης γενιάς».
- Τα γεωπάρκα μπορούν να «ντύσουν» ένα προϊόν με ιστορίες κάτι που αυξάνει κατά πολύ την απήχηση του προϊόντος στο κοινό.
- Είναι διεθνώς αναγνωρισμένα από την UNESCO και αυτό τους προσδίδει σημαντική προστιθέμενη αξία.
- Αποτελούν μια ενότητα η οποία προωθείται ως σύνολο ήδη και με άλλους τρόπους και αυτό μπορεί να αποτελέσει πλεονέκτημα όσον αφορά στην προώθηση του σήματος ποιότητας (κάτι που είναι καθοριστικής σημασίας για την επιτυχία του).
- Ανήκουν σε πολύ καλά οργανωμένα δίκτυα συνεργατών (Ευρωπαϊκό και Παγκόσμιο δίκτυο Γεωπάρκων). Τα δίκτυα αυτά μπορούν να παρέχουν σημαντικές ευκαιρίες συνεργασιών με σκοπό την μεταφορά τεχνογνωσίας και την προώθηση των προϊόντων/υπηρεσιών σε νέες αγορές.
- Οι φορείς διαχείρισης των γεωπάρκων δεν αποτελούν απλές υπηρεσίες οι οποίες διαχειρίζονται μια περιοχή (όπως για παράδειγμα μια κρατική υπηρεσία) και καταγράφουν τις διάφορες παραμέτρους που την απαρτίζουν αλλά αποτελούν μονάδες διαχείρισης στις οποίες οι τοπικές κοινωνίες παίζουν αποφασιστικό ρόλο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τα γεωπάρκα να εκφράζουν σε μεγάλο βαθμό την συνολική ταυτότητα μιας περιοχής. Αυτό το χαρακτηριστικό αποτελεί το μεγαλύτερο συγκριτικό πλεονέκτημα το οποίο μπορεί να κεφαλαιοποιήσει ένα σήμα ποιότητας γεωπάρκου σε σχέση με άλλα σήματα ποιότητας. Επιπλέον, η μοναδικότητα των γεωλογικών τους χαρακτηριστικών μπορεί να συμβάλλει και να ισχυροποιήσει την διαμόρφωση της «ταυτότητας» της περιοχής.

Αυτή τη στιγμή υπάρχουν 213 Παγκόσμια Γεωπάρκα της UNESCO σε 48 χώρες (Εικ.3). Στην Ελλάδα υπάρχουν εννέα Παγκόσμια Γεωπάρκα UNESCO: η Νήσος Λέσβος, ο Ψηλορείτης, ο Χελμός – Βουραϊκός, ο Βίκος – Αώος, η Σητεία, τα Γρεβενά – Κοζάνη, η Κεφαλονιά – Ιθάκη, η Λαυρεωτική και τα Μετεώρα- Πύλη, ενώ στην Κύπρο βρίσκεται το Γεωπάρκο του Τροόδου.

¹ UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: Οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών για την Εκπαίδευση, την Επιστήμη και τον Πολιτισμό, ιδρύθηκε το 1945 με κύριο στόχο την προώθηση της διεθνούς συνεργασίας στους τομείς της εκπαίδευσης, της επιστήμης, του πολιτισμού και της επικοινωνίας, με σκοπό να συμβάλει στη διατήρηση της ειρήνης και της ασφάλειας στον κόσμο)

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Η Ομάδα Εργασίας του GGN για τη Γαστρονομία των Γεωπάρκων, μετά από μια σειρά συναντήσεων, συζήτησε και συμφώνησε στα βασικά στοιχεία της πρωτοβουλίας «Γεωπάρκα και Γαστρονομία» και εργάζεται για την οριστικοποίηση ενός σχεδίου δράσης για τα επόμενα χρόνια. Στα βασικά αυτά στοιχεία περιλαμβάνεται ο όλος της γαστρονομίας στα Γεωπάρκα και ένα προσαρμοσμένος ορισμός για τα γεωπάρκα και τη γαστρονομία, τα οποία αναφέρονται στην συνέχεια:

Ο Ρόλος της Γαστρονομίας στα Γεωπάρκα: Η γαστρονομία παίζει καθοριστικό ρόλο στα γεωπάρκα για διάφορους λόγους α) Πολιτιστική Σύνδεση: Το φαγητό αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της κουλτούρας και της ταυτότητας, αντικατοπτρίζοντας τις παραδόσεις, την ιστορία και τις αξίες μιας περιοχής β) Εμπειρία Επισκεπτών: Οι γαστρονομικές εμπειρίες βελτιώνουν τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών στα γεωπάρκα. Εκδηλώσεις όπως παραδοσιακά φεστιβάλ φαγητού, γεύματα από τοπικά προϊόντα και μαθήματα μαγειρικής μπορούν να προσφέρουν αυθεντικές και βιωματικές εμπειρίες που δημιουργούν αξέχαστες αναμνήσεις γ) Βιώσιμη Ανάπτυξη: Μέσα από τη συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς, εστιατόρια και κοινότητες, τα γεωπάρκα συμβάλλουν στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη.

Προσαρμοσμένος Ορισμός για τα Γεωπάρκα και τη Γαστρονομία: Η Ομάδα Εργασίας για τη Γαστρονομία των Γεωπάρκων προσάρμοσε τον ορισμό του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) για τον γαστρονομικό τουρισμό, ώστε να ταιριάζει στις ιδιαίτερες απαιτήσεις των γεωπάρκων ως νέων τουριστικών προορισμών. Η συνεργασία αυτή ακολούθησε τη συνεργασία του GGN και του UNWTO κατά τη διάρκεια του Διεθνούς Έτους Αειφόρου Τουρισμού. Ο προτεινόμενος ορισμός της πρωτοβουλίας «Γεωπάρκα και Γαστρονομία» είναι ο εξής:

«Η γαστρονομία των γεωπάρκων ορίζεται ως το σύνολο των δραστηριοτήτων μέσα σε ένα Παγκόσμιο Γεωπάρκο της UNESCO, οι οποίες προσφέρουν στους επισκέπτες μια γαστρονομική εμπειρία βασισμένη στο φαγητό, στα σχετικά προϊόντα και στις δραστηριότητες που συνδέονται με τη γαστρονομία, ενώ αυτοί εξερευνούν τα συναρπαστικά τοπία και τους γεωλογικούς, οικολογικούς και πολιτιστικούς θησαυρούς της περιοχής. Παράλληλα με αυθεντικές, παραδοσιακές και/ή καινοτόμες γαστρονομικές και αγροτικές εμπειρίες, η γαστρονομία των γεωπάρκων μπορεί επίσης να περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως επισκέψεις σε τοπικούς παραγωγούς, συμμετοχή σε φεστιβάλ φαγητού, παρακολούθηση μαθημάτων μαγειρικής και εμπλοκή με την άυλη κληρονομιά της τοπικής κοινότητας, πάντα με στόχο τη συμβολή στη βιώσιμη τοπική ανάπτυξη».

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Οι κατηγορίες γαστρονομικών δραστηριοτήτων τις οποίες εντάσσει το GGN στην πρωτοβουλία που ετοιμάζεται είναι οι εξής:

1. Γαστρονομική Κληρονομιά Γεωπάρκου: Γαστρονομικές διαδρομές και μονοπάτια, τοπία, παραδοσιακές συνταγές και πιάτα, τοπική γνώση για πρώτες ύλες, παραδοσιακά εμπορικά δίκτυα τροφίμων.
2. Προϊόντα Γεωπάρκου, Παραγωγοί και Βιομηχανίες Τροφίμων: Φαγώσιμα προϊόντα και υποπροϊόντα από τη θάλασσα, τη γη και την κτηνοτροφία, οι περιοχές παραγωγής τους και οι σχετικές τουριστικές δραστηριότητες (αγροτουρισμός, οινοποιεία κ.λπ.).
3. Πάροχοι Υπηρεσιών Γαστρονομίας Γεωπάρκου: Εστιατόρια, μπαρ, καταλύματα που προσφέρουν τοπική κουζίνα.
4. Γαστρονομικές Εκδηλώσεις και Δραστηριότητες: Φεστιβάλ και Εκθέσεις Φαγητού: Γιορτές αφιερωμένες στην τοπική γαστρονομία και Δοκιμές Φαγητού: Γευσιγνωσία τοπικών προϊόντων.
5. Καταστήματα Προϊόντων Γεωπάρκου: Καταστήματα που πωλούν τοπικά προϊόντα, προωθώντας τη γαστρονομική ταυτότητα της περιοχής.

Στην παρούσα φάση το GGN επεξεργάζεται το πλαίσιο δραστηριοτήτων και τα κριτήρια για την συμμετοχή των εταιρών στην πρωτοβουλία αυτή και αναμένεται η ανακοίνωση των αποτελεσμάτων. Μετά την έναρξη εφαρμογής της νέας αυτής πρωτοβουλίας του GGN προτείνεται ανεπιφύλακτα η ενσωμάτωση των σχετικών επιχειρήσεων που ήδη κατέχουν το σήμα του αντίστοιχου γεωπάρκου τους στην πρωτοβουλία αυτή (μετά από σχετικό έλεγχο της επιλεξιμότητας). Αν και τα κριτήρια της νέας πρωτοβουλίας δεν είναι ακόμα γνωστά εκτιμάται ότι τα κριτήρια που προτείνονται στην παρούσα μελέτη θα καλύπτουν και τα κριτήρια της νέας πρωτοβουλίας του GGN.

Εντωμεταξύ, πολλά παγκόσμια γεωπάρκα έχουν προσπαθήσει να πιστοποιήσουν τα προϊόντα/υπηρεσίες εντός της περιοχής τους είτε εφαρμόζοντας επίσημα ένα σύστημα πιστοποίησης (π.χ. Paruk UGGp) είτε και απλώς προωθώντας τα προϊόντα/υπηρεσίες τους με ανεπίσημο τρόπο όπως για παράδειγμα με προθήκες στα κέντρα ενημέρωσής τους (π.χ. Kefalonia-Ithaka UGGp). Δεδομένου ότι η πιστοποίηση και προώθηση των τοπικών προϊόντων και επιχειρήσεων είναι βασικό αίτημα του Παγκοσμίου Δικτύου, το κάθε γεωπάρκο στην προσπάθειά του να καλύψει αυτό το αίτημα, ακολουθεί την δική του τακτική και θέτει τα δικά του κριτήρια όσον αφορά το θέμα αυτό. Πολλά γεωπάρκα έχουν

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

αναπτύξει ειδικά σήματα ποιότητας όπως τα σήματα ποιότητας “Geopark Product” στο Odsherred (Denmark), “Sabores del Geoparque” στο Grutas del Palacio (Uruguay), “Geogourmet” στο San'in Kaigan (Japan), “Qualità parco” στο Adamello Brenta (Italy), “Productos de Sobrarbe” στο Sobrarbe (Spain), “Naturally Tasty” στο Beigua, (Italy), ‘GeoLine’ στο Styrian Eisenwurzen (Austria), ή το “Naturtejo Geopark Geoproduct” στο Naturtejo (Portugal). Ανάμεσα στα Ελληνικά γεωπάρκα, σήμα ποιότητας γεωπάρκου (το οποίο μπορεί να θεωρηθεί ως σήμα ποιότητας δεύτερης γενιάς) έχουν ήδη αναπτύξει και εφαρμόζουν τα γεωπάρκα της Σητείας και του Ψηλορείτη καθώς και το γεωπάρκο Τρόοδος στην Κύπρο.

Άλλα γεωπάρκα χρησιμοποιούν το ίδιο το σήμα του γεωπάρκου για να πιστοποιήσουν τα προϊόντα/υπηρεσίες της περιοχής του γεωπάρκου. Υπάρχουν επίσης και γεωπάρκα τα οποία προκειμένου να μην δημιουργήσουν ένα ακόμα τοπικό σήμα υιοθετούν ήδη καθιερωμένα σήματα όπως για παράδειγμα το Burren and Cliffs UGGP το οποίο υιοθέτησε το Greenbox (οικοτουριστικό σήμα). Η επιτυχία των σημάτων ποιότητας των γεωπάρκων ποικίλλει ανά περίπτωση. Υπάρχουν αρκετά παραδείγματα επιτυχημένης εφαρμογής με ουσιαστικό αντίκτυπο στην τοπική οικονομία όπως για παράδειγμα στο Toba Caldera UGGP (Hutagalung et al., 2024). Ωστόσο, ορισμένες φορές –και μάλιστα παγκοσμίως- αναφέρεται μειωμένη αναγνωρισιμότητα του σήματος πιστοποίησης από τους καταναλωτές/χρήστες όχι μόνο εξαιτίας ατελούς προώθησής του από τα ίδια τα γεωπάρκα αλλά και εξαιτίας μειωμένης αναγνωρισιμότητας του ίδιου του θεσμού των γεωπάρκων από το κοινό. Αυτό μπορεί να οφείλεται και στην έλλειψη εμπιστοσύνης των τοπικών αρχών στον τίτλο που τους έχει αποδοθεί και άρα μειωμένη χρήση του ως μέσο προώθησης (Kajima et al., 2017).

Το γεγονός ότι υπάρχουν πολλά ανεξάρτητα σήματα γεωπάρκων συμβάλλει μεν στην εξατομίκευση του συστήματος πιστοποίησης ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε γεωπάρκου αλλά θέτει και ορισμένες δυσκολίες και περιορισμούς όπως για παράδειγμα η έλλειψη κοινών κανόνων που να συμμορφώνονται με τις οδηγίες των εθνικών δικτύων, του ευρωπαϊκού και του παγκόσμιου δικτύου, η δυσκολία στην σύγκριση των αποτελεσμάτων και στην ανταλλαγή απόψεων μεταξύ γεωπάρκων που αντιμετωπίζουν τα ίδια προβλήματα κ.α..

Μία ιδιαίτερη πρωτοβουλία αναπτύχθηκε από τις Σκανδιναβικές χώρες το 2014 (GeoFood)(Εικ.4) και έχει υιοθετηθεί από έναν σημαντικό αριθμό Παγκόσμιων Γεωπάρκων όπως για παράδειγμα το

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

ελληνικό Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Γρεβενών-Κοζάνης κ.α. Το Geofood είναι μια πρωτοβουλία που συνδέεται με τα Παγκόσμια Γεωπάρκα της UNESCO και επικεντρώνεται στην προώθηση τοπικών, αειφόρων προϊόντων διατροφής που προέρχονται από γεωπάρκα. Η ιδέα πίσω από το Geofood είναι να συνδυαστεί η γεωλογική κληρονομιά της περιοχής με την τοπική παραγωγή τροφίμων, προωθώντας παράλληλα την αειφόρο ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και την ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων. Οι στόχοι του Geofood είναι:



Εικόνα 4: Σήμα GEOfood

- Η σύνδεση τροφίμων με το τοπικό περιβάλλον: Τα τρόφιμα με την ετικέτα Geofood πρέπει να παράγονται τοπικά και να αντικατοπτρίζουν τα ιδιαίτερα γεωλογικά χαρακτηριστικά της περιοχής, προσδίδοντας στα προϊόντα μοναδική ταυτότητα.
- Η αειφορία: Προώθηση βιώσιμων πρακτικών παραγωγής και κατανάλωσης, υποστηρίζοντας τον οικότουρισμό και την τοπική γεωργία.
- Η υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων: Δημιουργία οικονομικών ευκαιριών για τους τοπικούς παραγωγούς τροφίμων, διασφαλίζοντας ότι η παραγωγή και η κατανάλωση ωφελούν άμεσα τις κοινότητες των γεωπάρκων.

Η σήμανση Geofood βοηθά στην αναγνώριση και προώθηση αυτών των προϊόντων τόσο στους επισκέπτες όσο και στις τοπικές αγορές, δίνοντας έμφαση στην τοπικότητα, την ποιότητα και τη σύνδεση με τη γεωλογική και πολιτιστική κληρονομιά της περιοχής.

Αξίζει να σημειωθεί ότι προϊόντα και υπηρεσίες εντός περιοχών που έχουν ανακηρυχθεί ως Man and Biosphere Reserves από την UNESCO, και ως GIAHS (Globally Important Agricultural Heritage Systems (GIAHS), Food and Agriculture Organization, United Nations που στοχεύει στην ενίσχυση τοπικών βιώσιμων συστημάτων γεωργικής παραγωγής) μπορούν επίσης να πιστοποιηθούν με αντίστοιχα σήματα.

1.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΝΟΣ ΓΕΩΠΑΡΚΟΥ ΣΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΗΝΩΜΕΝΩΝ ΕΘΝΩΝ

Τα Παγκόσμια Γεωπάγκα της UNESCO είναι μέρος της Ατζέντας 2030 των Ηνωμένων Εθνών, δεσμευόμενα βαθιά στους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης. Αυτοί οι 17 στόχοι (Εικ. 5), καθώς και οι επιμέρους στόχοι καθενός από αυτούς, στοχεύουν στην επίτευξη ενός καλύτερου και πιο βιώσιμου μέλλοντος για όλους μέχρι το 2030.



Εικόνα 5: Στόχοι βιώσιμης ανάπτυξης Ηνωμένων Εθνών

Η εφαρμογή της πιστοποίησης προϊόντων/υπηρεσιών των γεωπάρκων μπορεί να συμβάλλει πολλαπλά στους στόχους αυτούς. Έτσι μπορεί να συμβάλλει έμμεσα στη δημιουργία θέσεων εργασίας στην παραγωγή τροφίμων, τις χειροτεχνίες και τις τουριστικές υπηρεσίες, παρέχοντας εισόδημα (SDG1) και, σε συνδυασμό με τις τουριστικές στρατηγικές των Γεωπάρκων και την πράσινη οικονομία, προάγει την οικονομική ανάπτυξη (SDG8). Η οικονομική ευημερία των περιοχών και η καλή διατροφή προσφέρουν καλή υγεία (SDG3). Η τροφή και η γεωργία στα Παγκόσμια Γεωπάγκα της UNESCO ενισχύουν την αγροτική παραγωγικότητα και τα εισοδήματα των μικρής κλίμακας τοπικών παραγωγών, συμβάλλοντας στη διασφάλιση βιώσιμων συστημάτων παραγωγής τροφίμων και στην εφαρμογή ανθεκτικών γεωργικών πρακτικών, διατηρώντας τα οικοσυστήματα (SDG2). Μέσω των πιστοποιήσεων

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

και των κατευθυντήριων γραμμών των Γεωπάρκων, μπορούν να προταθούν βέλτιστες πρακτικές για τη γεωργική παραγωγή (SDG2), να δοθεί προτεραιότητα σε βιώσιμα πρότυπα παραγωγής (SDG12) και να μετριαστούν οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής (SDG13). Οι τουριστικές επιχειρήσεις και τα συστήματα παραγωγής τροφίμων πρέπει να ξεπεράσουν την εξάρτηση από τα ορυκτά καύσιμα και να προωθήσουν τη μετάβαση προς την αυξημένη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (SDG7). Οι πρωτοβουλίες που αφορούν τοπικά προϊόντα των γεωπάρκων μπορούν να προάγουν παραγωγικές αλυσίδες που μειώνουν τη σπατάλη και τις απώλειες τροφίμων (SDG12). Οι βιώσιμες γεωργικές πρακτικές που προωθούνται στα Παγκόσμια Γεωπάρκα της UNESCO έχουν τη δυνατότητα να αντιμετωπίσουν την έλλειψη νερού, να προστατεύσουν και να αποκαταστήσουν τα υδάτινα οικοσυστήματα (SDG6). Μέσω της εφαρμογής της πιστοποίησης και τις σχετικές ενημερωτικές εκστρατείες δημιουργείται ευαισθητοποίηση για τη βιώσιμη ανάπτυξη και τους βιώσιμους τρόπους ζωής (SDG 4,12) και μπορούν να λειτουργήσουν ως εκπαιδευτικά εργαλεία τόσο σε επίσημα όσο και σε ανεπίσημα πλαίσια (SDG 4). Από την άλλη, η ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων απαιτεί ολοένα και πιο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό (SDG 4), προωθώντας την ισότητα των φύλων και την ενδυνάμωση των γυναικών, μέσω της παροχής άμεσων θέσεων εργασίας ή μέσω της ανάπτυξης γυναικείων συνεταιρισμών (SDG5). Τα Γεωπάρκα μπορούν να προσελκύσουν ακαδημαϊκή έρευνα και επιστημονικά έργα, και να προωθήσουν την καινοτομία για το άνοιγμα νέων αγορών (SDG9). Στη βάση των εννοιών των γεωπάρκων, του γεωτουρισμού και των γεωπροϊόντων είναι η προστασία και η διαφύλαξη της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς του κόσμου (SDG11), ενώ τα γεωπάρκα στις παράκτιες περιοχές βασίζονται σε βιώσιμα και υγιή θαλάσσια οικοσυστήματα (SDG14). Τα τοπικά προϊόντα των γεωπάρκων βασίζονται σε φυσικά κληροδοτήματα των οποίων η διατήρηση είναι απαραίτητη για τη διατήρηση του προϊόντος και των στρατηγικών τουρισμού του Γεωπάρκου συνολικά (SDG15). Η ανάπτυξη νέων προϊόντων συνδεδεμένων με τα Γεωπάρκα είναι μια στρατηγική βασισμένη στην κοινότητα, όπου οι τοπικοί φορείς διαδραματίζουν τον πιο σημαντικό ρόλο (SDG16), δημιουργώντας περιφερειακά δίκτυα συνεργασίας (SDG17). Επίσης, διεθνώς, μέσω των συνεργασιών στα πλαίσια των εθνικών και του Ευρωπαϊκού και Παγκοσμίου Δικτύου, επιδιώκεται η βιώσιμη ανάπτυξη σε διάφορα επίπεδα, με την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών και γνώσεων (SDG 17). Αυτό το ευρύ δίκτυο συνεργαζόμενων Γεωπάρκων συμβάλλει στη μείωση των ανισοτήτων εντός και μεταξύ των χωρών (SDG 10).

2.0 ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΤΟΠΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ UNESCO ΒΙΚΟΥ-ΑΩΟΥ, ΣΗΤΕΙΑΣ, ΧΕΛΜΟΥ-ΒΟΥΡΑΪΚΟΥ, ΨΗΛΟΡΕΪΤΗ

2.1 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ

Η παρούσα συνεργασία έχει ως τελικούς αποδέκτες τα Παγκόσμια Γεωπάρκα UNESCO Βίκου Αώου, Σητείας, Χελμού-Βουραϊκού και Ψηλορείτη.

2.1.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΒΙΚΟΥ ΑΩΟΥ

Το Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Βίκου-Αώου (<https://vikosaosgeopark.com/>) βρίσκεται στην Ήπειρο, στη βορειοδυτική Ελλάδα (Δήμοι Ζαγορίου και Κόνιτσας), και αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά φυσικά τοπία της χώρας. Έχει έκταση 1.218 km² και 8.000 κατοίκους. Πρόκειται δηλαδή για μια αραιοκατοικημένη περιοχή. Είναι μέλος του δικτύου παγκόσμιων γεωπάρκων



Εικόνα 6: Φαράγγι Βίκου, Γεωπάρκο Βίκου Αώου

από το 2010 ενώ εντάχθηκε στο δίκτυο της UNESCO το 2015. Το γεωπάρκο περιλαμβάνει ορεινά τοπία, εντυπωσιακά φαράγγια, ποτάμια, λίμνες, σπήλαια και μια ποικιλία από οικοσυστήματα με πλούσια βιοποικιλότητα. Γεωλογικά, η μοναδικότητα του γεωπάρκου έγκειται στην εξαιρετική εμφάνιση σε φυσική-κλίμακα της στρωματογραφικής αλληλουχίας της Ιόνιας Ζώνης από το Ανώτερο Ιουρασικό μέχρι το Κατώτερο Μειόκαινο. Πέρα από την ιδιαίτερη γεωλογία του, η ταυτότητά του δημιουργείται από την ιδιαίτερη, μοναδική διάσημη αρχιτεκτονική των οικισμών και των παραδοσιακών γεφυριών του (περισσότεροι από τους μισούς οικισμούς της περιοχής είναι χαρακτηρισμένοι ως παραδοσιακοί ενώ η περιοχή του Ζαγορίου έχει χαρακτηριστεί ως Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς). Σημαντική επίσης είναι η βιοποικιλότητα της περιοχής συμπεριλαμβανομένων εμβληματικών ειδών πανίδας όπως η αρκούδα και ο λύκος. Στην περιοχή του γεωπάρκου συνδυάζεται άψογα το δομημένο με το φυσικό περιβάλλον.

Το γεωπάρκο περιλαμβάνει 51 γεώτοπους και 10 γεωδιαδρομές (και 5 θεματικές διαδρομές επιπλέον). Η έδρα του γεωπάρκου βρίσκεται στα Ιωάννινα ενώ την διαχείρισή του έχει αναλάβει η «ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΗΠΕΙΡΟΥ Α.Ε.-Αναπτυξιακός Οργανισμός Τοπικής Αυτοδιοίκησης».

Η ανθρώπινη δραστηριότητα στην περιοχή χαρακτηρίζεται ως ήπια. Οι κάτοικοι της περιοχής ασχολούνται με τον τουρισμό, τη δασοπονία, την κτηνοτροφία και τη γεωργία. Η περιοχή του

γεωπάρκου παρουσιάζει δυνατότητες ανάπτυξης στον πρωτογενή αλλά και στο δευτερογενή τομέα λόγω των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων και του δασικού πλούτου που διαθέτει, με την δυνατότητα δημιουργίας μεταποιητικών επιχειρήσεων εκμετάλλευσης των αγροτικών και δασικών προϊόντων που παράγονται ή μπορούν να παραχθούν στην περιοχή. Παρόλα αυτά, ο πληθυσμός και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιοχή παραμένουν σε πολύ χαμηλούς αριθμούς.

2.1.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΣΗΤΕΙΑΣ

Το **Γεωπάρκο της Σητείας** (<https://sitia-geopark.gr/>), που βρίσκεται στο ανατολικό τμήμα της Κρήτης (Δήμος Σητείας), είναι ένας από τους πιο εντυπωσιακούς γεωλογικούς και φυσιογραφικούς χώρους της Ελλάδας. Πρόκειται κατά βάση αλλά όχι αποκλειστικά, για ένα ορεινό τοπίο.

Αναγνωρισμένο από την UNESCO ως μέρος του Παγκόσμιου Δικτύου Γεωπάρκων από το 2015, το γεωπάρκο καλύπτει μια έκταση περίπου 517 Km² και περιλαμβάνει 17.100 κατοίκους. Γεωλογικά, η μοναδικότητα του γεωπάρκου αυτού έγκειται στην εξιστόρηση με απλό τρόπο της γεωλογικής ιστορίας της Α. Μεσογείου. Είναι ιδιαίτερα διάσημο για τον σπηλαιολογικό και παλαιοντολογικό του πλούτο. Ωστόσο, η ταυτότητα της περιοχής διαμορφώνεται κατά πολύ από τον πλούσιο αρχαιολογικό πλούτο της περιοχής ο οποίος επίσης αντιπροσωπεύει την εξέλιξη των ανθρώπων της Ανατολικής Μεσογείου. Ακόμα περισσότερο η ταυτότητα της περιοχής διαμορφώνεται από τους ίδιους τους κατοίκους της εξαιτίας της ευγενικής τους φύσης, της φιλοξενίας, της εργατικότητάς τους και του πολιτισμικού τους πλούτου.



Εικόνα 7:Γεώτοπος Φαράγγι και καταρράκτες Ρίχτη, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Σητείας

Η έδρα του γεωπάρκου βρίσκεται στη Σητεία ενώ υπάρχει Κέντρο Ενημέρωσης στη Ζάκρο και Κέντρο φιλοξενίας στο Καρύδι. Το γεωπάρκο διαχειρίζεται ο Δημοτικός Οργανισμός Δήμου Σητείας (Δ.Ο.Κ.Α.Σ.). Μέχρι σήμερα έχουν οριστεί πάνω από 100 γεώτοποι και πληθώρα οδικών, ποδηλατικών και πεζοπορικών διαδρομών.

Οι κύριες ασχολίες των κατοίκων είναι η γεωργία (κυρίως παραγωγή εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου), η αμπελοαγωγή και η οινοποιία, η κτηνοτροφία (αιγοπρόβατα και σχετικά τυροκομικά προϊόντα) και ο τουρισμός. Ο τουρισμός αποτελεί έναν αναπτυσσόμενο κλάδο στην περιοχή αν και σε μικρότερο βαθμό σε σχέση με την υπόλοιπη Κρήτη. Παρόλα αυτά παρατηρούνται φαινόμενα ανάπτυξης μαζικού τουρισμού και κακές πρακτικές οι οποίες μπορούν να αλλοιώσουν την ταυτότητα της περιοχής. Επιπλέον η περιοχή διατρέχει σημαντικό κίνδυνο αλλοίωσης του φυσικού της τοπίου λόγω υπέρμετρης ανάπτυξης εγκαταστάσεων ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Για τους λόγους αυτούς

είναι η απαραίτητη η ενίσχυση του αισθήματος του «ανήκειν» στους κατοίκους ώστε να λειτουργήσουν ως μέσο προστασίας αλλά και η ενίσχυση βιώσιμων πρακτικών στις επιχειρήσεις η επιτυχία των οποίων θα λειτουργήσει ως αποτρεπτικό για την ανάπτυξη μαζικού τουρισμού.

2.1.3 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΧΕΛΜΟΥ ΒΟΥΡΑΪΚΟΥ

Το Παγκόσμιο Γεωπάрко UNESCO Χελμού-Βουραϊκού (<https://chelmosvouraikosgeopark.necca.gov.gr/>) απλώνεται στην Βόρεια Πελοπόννησο σε μια έκταση 647 Km² και περιλαμβάνει τμήματα των νομών Αχαΐας και Κορινθίας. Πρόκειται για μια αραιοκατοικημένη ορεινή περιοχή η οποία φιλοξενεί λιγότερους από 7.000 κατοίκους διάσπαρτους σε χωριά και κωμοπόλεις, ανάμεσα σε ψηλά βουνά και βαθιές κοιλάδες ποταμών. Είναι μέλος του Ευρωπαϊκού και Παγκόσμιου Δικτύου Γεωπαρκών ήδη από το 2009, και εντάχθηκε στο πρόγραμμα Παγκόσμια Γεωπάρκα UNESCO το 2015, εξαιτίας ενός συνδυασμού ποικιλόμορφων γεωλογικών, φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων που του χαρίζουν τον μοναδικό χαρακτήρα του. Γεωλογικά η μοναδικότητά του οφείλεται στην εξιστόρηση μέσα από τα πετρώματα και τις γεωμορφές, της ιστορίας της διάνοιξης του Κορινθιακού κόλπου που αποτελεί ένα παγκόσμιο γεωλογικό εργαστήριο. Ωστόσο η ταυτότητα της περιοχής διαμορφώνεται κατά πολύ πρωτίστως από την ιστορία της (κυρίως κατά τον β' Παγκόσμιο πόλεμο) και δευτερευόντως από την πολύ πλούσια προστατευόμενη βιοποικιλότητά της (περιοχή χαρακτηρισμένη ως Εθνικό Πάρκο από το 2009).



Εικόνα 8: Γεώτοπος Πόλη Λουσών, Παγκόσμιο Γεωπάрко UNESCO Χελμού Βουραϊκού

Μέχρι σήμερα, έχουν οριστεί 43 διαφορετικοί γεώτοποι και 7 γεωδιαδρομές. Το διοικητικό κέντρο καθώς και το κέντρο ενημέρωσης του Γεωπαρκού βρίσκονται στην Ιστορική κωμόπολη των Καλαβρύτων. Φορέας διαχείρισης του γεωπαρκού είναι από το 2021 η Μονάδα διαχείρισης Εθνικού Πάρκου Χελμού Βουραϊκού και Προστατευόμενων περιοχών Βόρειας Πελοποννήσου του Ο.Φ.Υ.Π.Ε.Κ.Α.

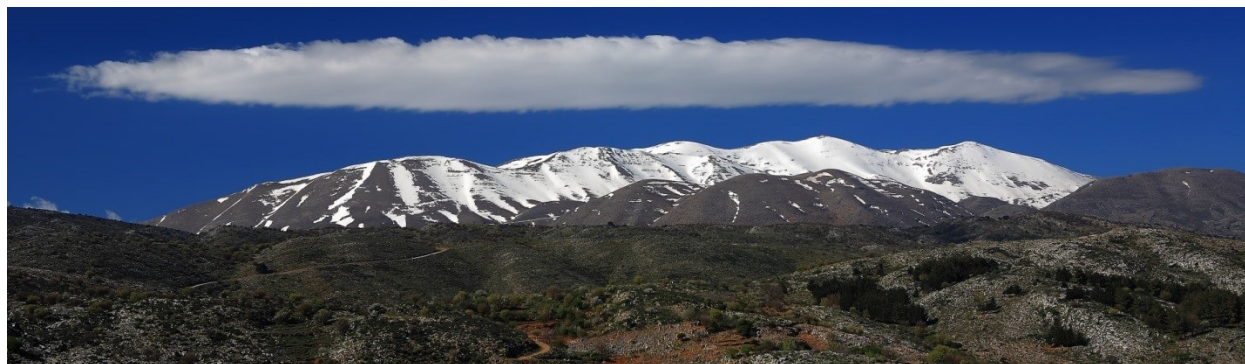
Η ανθρώπινη δραστηριότητα στην περιοχή χαρακτηρίζεται ως ήπια. Οι κάτοικοι είναι κυρίως αγρότες και κτηνοτρόφοι, οι οποίοι εκμεταλλεύονται τους πόρους της γης τους και παράγουν τοπικά προϊόντα γνωστά για την ποιότητα και την μοναδικότητά τους, όπως τα γαλακτοκομικά προϊόντα, το μέλι και τα όσπρια. Επιπρόσθετα, σημαντικός κινητήριος τροχός για την τοπική οικονομία είναι ο τουρισμός. Χιλιάδες τουρίστες επισκέπτονται την περιοχή όλο τον χρόνο για να απολαύσουν έναν εναλλακτικό τρόπο διακοπών. Σημαντικό κέντρο για τον τουρισμό είναι το Χιονοδρομικό Κέντρο Καλαβρύτων το οποίο δέχεται κάθε χρόνο χιλιάδες επισκέπτες κατά τους χειμερινούς μήνες.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Ο πληθυσμός στην περιοχή του γεωπάρκου καθώς και οι επιχειρήσεις που λειτουργούν στην περιοχή παρουσιάζουν σημαντική μείωση χρόνο με το χρόνο. Παράλληλα η συρρίκνωση της χειμερινής τουριστικής περιόδου που παρατηρείται πολύ έντονα τα τελευταία χρόνια πλήττει τις τουριστικές επιχειρήσεις. Έχει ήδη αναγνωριστεί η ανάγκη για επέκταση της τουριστικής περιόδου με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Σε αυτό μπορεί να συμβάλει σε μεγάλο βαθμό η εφαρμογή του σήματος πιστοποίησης του γεωπάρκου των τουριστικών επιχειρήσεων που δρουν στην περιοχή. Ένα άλλο πρόβλημα που εντοπίζεται στην περιοχή του γεωπάρκου είναι η έλλειψη στον τοπικό πληθυσμό του αισθήματος του «ανήκειν». Η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των τοπικών επιχειρήσεων στα πλαίσια της προώθησης του σήματος πιστοποίησης κρίνεται ότι θα βοηθήσει σημαντικά και σε αυτό τον τομέα.

2.1.4 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΓΕΩΠΑΡΚΟ UNESCO ΨΗΛΟΡΕΙΤΗ

Το Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Ψηλορείτη βρίσκεται στην κεντρική Κρήτη και είναι μια από τις πιο εντυπωσιακές φυσικές περιοχές της Ελλάδας. Το γεωπάρκο εκτείνεται γύρω από το ορεινό συγκρότημα του Ψηλορείτη, γνωστό και ως Ίδη, το υψηλότερο βουνό της Κρήτης, με ύψος που φτάνει τα 2.456 μέτρα. Το γεωπάρκο καλύπτει μια έκταση περίπου 1.272 τετραγωνικών χιλιομέτρων και αναγνωρίστηκε ως παγκόσμιο γεωπάρκο από την UNESCO το 2015. Στην περιοχή του κατοικούν 37.000 άνθρωποι.



Εικόνα 9: Οροσειρά του Ψηλορείτη, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Ψηλορείτη

Το Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Ψηλορείτη έχει τεράστια γεωλογική αξία, καθώς περιλαμβάνει ποικίλους γεωλογικούς σχηματισμούς και απολιθώματα που αποκαλύπτουν την ιστορία του πλανήτη μας τα τελευταία 250 εκατομμύρια χρόνια. Το βουνό αποτελείται κυρίως από ασβεστόλιθο και δολομίτη, που δημιουργήθηκαν κατά την περίοδο του Ανώτερου Τριαδικού και του Ιουρασικού. Αυτοί οι γεωλογικοί σχηματισμοί έχουν διαμορφώσει εντυπωσιακά φυσικά μνημεία, όπως σπήλαια, φαράγγια, καρστικούς σχηματισμούς και δολίνες. Το μοναδικό γεωλογικό του χαρακτηριστικό είναι η εξιστόρηση της σύγκρουσης των λιθοσφαιρικών πλακών Ευρώπης και Αφρικής. Οι κάτοικοι της περιοχής του Ψηλορείτη διατηρούν ζωντανές τις κρητικές παραδόσεις, με έμφαση στη μουσική, τους

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

χορούς και τις γιορτές. Τα τοπικά πανηγύρια και οι εορτασμοί αναδεικνύουν τη συλλογική ταυτότητα των κατοίκων και συνδέονται στενά με το φυσικό περιβάλλον.

Η έδρα του βρίσκεται στα Ανώγεια ενώ ως διαχειριστική αρχή έχει από το 2019 το Δίκτυο Δήμων του Ψηλορείτη με διακριτικό τίτλο "Δίκτυο Ιδαίων". Περιλαμβάνει πάνω από 80 γεώτοπους.

Οι κάτοικοι της περιοχής του Ψηλορείτη ασχολούνται κυρίως με παραδοσιακές δραστηριότητες που συνδέονται με τη φύση, την γεωργία, την κτηνοτροφία, και τον τουρισμό. Η καθημερινή τους ζωή είναι άμεσα συνδεδεμένη με το ορεινό περιβάλλον και τις παραδόσεις της Κρήτης. Κύριες ασχολίες τους είναι: η κτηνοτροφία (αιγοπρόβατα και παράγωγα προϊόντα, μετακίνηση ζώων στα οροπέδια το καλοκαίρι), η γεωργία (ελαιόδεντρα-ελαιόλαδο, κρασί, ρακή), η παραδοσιακή Τέχνη και Χειροτεχνία πολλές φορές ως τουριστικό προϊόν (υφαντική, ξυλογλυπτική, κεραμική) και ο τουρισμός (συμπεριλαμβανομένου του αγροτουρισμού). Συνολικά, οι κάτοικοι του Ψηλορείτη ζουν έναν παραδοσιακό τρόπο ζωής, με έντονη σύνδεση με το φυσικό περιβάλλον, την κρητική κουλτούρα και τις πολιτιστικές τους ρίζες, ενώ παράλληλα προσαρμόζονται στις σύγχρονες οικονομικές και τουριστικές εξελίξεις.

Η έκταση του γεωπάρκου είναι αρκετά μεγάλη με αποτέλεσμα η επικοινωνία και το αίσθημα του συνόλου μεταξύ των κατοίκων να είναι μία πρόκληση.

2.2 ΓΕΩΠΑΡΚΑ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΙΑΤΟΠΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Τα γεωπάρκα που συμμετέχουν στην παρούσα συνεργασία εκτίνονται όλα κατά κύριο λόγο σε ορεινές περιοχές. Τα γεωπάρκα του Βίκου-Αώου και του Χελμού-Βουραϊκού είναι αραιοκατοικημένες περιοχές ενώ τα γεωπάρκα της Σητείας και ιδιαίτερα του Ψηλορείτη έχουν μεγαλύτερο πληθυσμό δεδομένης και της μεγαλύτερης έκτασής τους. Ωστόσο οι κύριες ασχολίες των κατοίκων είναι παρόμοιες και είναι χαρακτηριστικές για ανθρώπους που κατοικούν στην Ελληνική επαρχία (κυρίως αγροτοκτηνοτροφικές δραστηριότητες και δραστηριότητες ήπιας τουριστικής ανάπτυξης). Η «ταυτότητα» του κάθε γεωπάρκου είναι διαφορετική τόσο όσον αφορά στα γεωλογικά στοιχεία όσο και όσον αφορά στα λοιπά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που την διαμορφώνουν. Ωστόσο το κοινό τους χαρακτηριστικό είναι ότι εκτός της μοναδικής τους γεωλογίας ο κύριος παράγοντας που διαμορφώνει την ιδιαίτερη ταυτότητά τους σχετίζεται πάντα με την ανθρώπινη επίδραση (η αρχιτεκτονική για τον Βίκο-Αώο, η ιστορία για τον Χελμό-Βουραϊκό, η παράδοση για τον Ψηλορείτη και η ιδιαίτερη ιδιοσυγκρασία των κατοίκων της Σητείας). Σε αυτά ακριβώς τα ιδιαίτερα και μοναδικά χαρακτηριστικά πρέπει να βασιστεί η προώθηση του σήματος του κάθε γεωπάρκου ώστε να μπορέσει να φέρει σε πέρας με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τον σκοπό του.

Όσον αφορά την χρήση πιστοποίησης προϊόντων/υπηρεσιών γεωπάρκου τα συνεργαζόμενα γεωπάρκα βρίσκονται επίσης σε διαφορετικό στάδιο. Τα γεωπάρκα του Ψηλορείτη και της Σητείας έχουν ήδη

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

αναπτύξει και εφαρμόζουν με επιτυχία σήματα ποιότητας προϊόντων/υπηρεσιών τα οποία έχουν ήδη υποστεί διάφορα στάδια διόρθωσης/απλοποίησης ενώ τα γεωπάρκα του Βίκου-Αώου και του Χελμού-Βουραϊκού βρίσκονται ακόμα σε αρχικό στάδιο.

Πιο συγκεκριμένα, μέχρι σήμερα δεν έχει εφαρμοστεί σύστημα πιστοποίησης προϊόντων/ υπηρεσιών της περιοχής του Παγκόσμιου Γεωπάρκου UNESCO Βίκου-Αώου. Ωστόσο υπάρχει εθελοντικό δίκτυο επιχειρήσεων της περιοχής του γεωπάρκου. Οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να αποτελέσουν την κοιτίδα από την οποία θα ξεκινήσει η εφαρμογή ενός νέου σήματος πιστοποίησης. Παράλληλα η μονάδα διαχείρισης του γεωπάρκου διαθέτει εμπειρία στον σχεδιασμό και εφαρμογή παρόμοιου συστήματος πιστοποίησης καθώς έχουν αναπτύξει το επίσης «δεύτερης γενιάς» «ΤΟΠΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΘΕΑΤΡΩΝ ΤΗΣ ΗΠΕΙΡΟΥ». Διαφαίνεται σημαντική ευκαιρία σύμπραξης μεταξύ των δύο δικτύων.

Το Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Σητείας έχει αναπτύξει και εφαρμόζει ένα πλήρως λειτουργικό σύστημα πιστοποίησης των τοπικών προϊόντων/υπηρεσιών «δεύτερης γενιάς» (με την πρώτη μελέτη να πραγματοποιείται στα πλαίσια του GEOIN). Το σύστημα αυτό έχει περάσει από διαφορετικούς κύκλους βελτιώσεων με τον τελευταίο να λαμβάνει χώρα το καλοκαίρι του 2024. Πρόκειται ένα από τα πιο επιτυχημένα συστήματα πιστοποίησης ανάμεσα στα σήματα των Ελληνικών γεωπάρκων τόσο εξαιτίας του μεγάλου ενδιαφέροντος από την πλευρά των επιχειρήσεων όσο και εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο εφαρμόζεται (εφαρμογή ετήσιων ελέγχων).



Εικόνα 11: Τοπικά προϊόντα από το γεωπάρκο της Σητείας στην έκθεση τουρισμού ITB 2023 στο Βερολίνο.

Η συνεργασία και ο βαθμός συμμετοχής μεταξύ των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο δίκτυο και στην διαχειριστική αρχή του γεωπάρκου ποικίλλει. Υπάρχουν επιχειρήσεις που συμμετέχουν

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

ουσιαστικά στο δίκτυο ενώ άλλες απλώς κατέχουν το σήμα του συνεργάτη. Η επικοινωνία μεταξύ του της διαχειριστικής αρχής του γεωπάρκου και των ενεργών συνεργατών είναι ουσιαστική ενώ τόσο οι εκπρόσωποι του γεωπάρκου όσο και τα μέλη του δικτύου κατανοούν την έννοια του σήματος «δεύτερης γενιάς» (κεφαλαιοποίηση της ταυτότητας της περιοχής) και έχουν επίγνωση των προβλημάτων και των τρόπων επίλυσής τους όπως αυτό έγινε φανερό μέσα από την συζήτηση που πραγματοποιήθηκε τον Αύγουστο 2024 με μέλη του δικτύου και εκπροσώπους του γεωπάρκου.

Μέχρι σήμερα δεν έχει εφαρμοστεί σύστημα πιστοποίησης των προϊόντων/υπηρεσιών στην περιοχή του Παγκόσμιου Γεωπάρκου UNESCO Χελμού-Βουραϊκού. Στο παρελθόν είχε διενεργηθεί μελέτη σχετικά με το ζήτημα από τον πρώην Φορέα διαχείρισης Εθνικού Πάρκου Χελμού Βουραϊκού η οποία όμως δεν τέθηκε σε εφαρμογή. Μετά την αλλαγή της μονάδας διαχείρισης του γεωπάρκου (κατάργηση του φορέα διαχείρισης Εθνικού Πάρκου Χελμού Βουραϊκού και ανάθεση στον Ο.Φ.Υ.Π.Ε.Κ.Α.) προετοιμάστηκε διαδικασία η οποία προέβλεπε την υπογραφή άτυπης συμφωνίας μεταξύ επιχειρήσεων της περιοχής του γεωπάρκου και της μονάδας διαχείρισης ως προσωρινό μέσο. Ωστόσο ούτε η διαδικασία αυτή τέθηκε σε εφαρμογή. Το γεωπάρκο έχει αναπτύξει σχέσεις και συνεργασίες με μικρό αριθμό επιχειρήσεων που λειτουργούν στην περιοχή και προωθεί τα τοπικά προϊόντα με διάφορα μέσα (ιστοσελίδα, μικρές εκθέσεις κλπ) ωστόσο οι συνεργασίες αυτές είναι άτυπες. Οι επιχειρήσεις αυτές θα μπορούσαν να αποτελέσουν τις πρώτες επιχειρήσεις στις οποίες θα μπορούσε να αποδοθεί το σήμα.

Το Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Ψηλορείτη έχει αναπτύξει ήδη μέσω του προγράμματος GEOIN, προδιαγραφές για σήμα ποιότητας προϊόντων/ υπηρεσιών. Εφαρμόζει το σύστημα αυτό με επιτυχία μετά από μια σειρά απλοποιήσεων (μη οργανωμένων με την μορφή μελέτης). Η συνεργασία και ο βαθμός συμμετοχής μεταξύ των επιχειρήσεων που συμμετέχουν και του γεωπάρκου ποικίλλουν. Υπάρχουν επιχειρήσεις που συμμετέχουν ουσιαστικά στο δίκτυο ενώ άλλες απλώς κατέχουν το σήμα του συνεργάτη. Η επικοινωνία μεταξύ του γεωπάρκου και των ενεργών συνεργατών είναι ουσιαστική ενώ τόσο οι εκπρόσωποι του γεωπάρκου όσο και τα μέλη του δικτύου κατανοούν την έννοια του σήματος «δεύτερης γενιάς» (κεφαλαιοποίηση της ταυτότητας της περιοχής) και έχουν επίγνωση των προβλημάτων και των τρόπων επίλυσής τους όπως αυτό έγινε φανερό μέσα από τα πρακτικά σχετικών συναντήσεων του δικτύου.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Η παρούσα εμπειρογνωμοσύνη επιχειρεί να προτείνει βελτιωτικές παρεμβάσεις στην εφαρμογή των ήδη υπάρχοντων σημάτων ποιότητας με βάση την μελέτη των προδιαγραφών λοιπών εθνικών και διεθνών σημάτων και με βάση τις παρατηρήσεις τόσο των εκπροσώπων των γεωπάρκων όσο και των ενδιαφερομένων επιχειρήσεων. Παράλληλα η παρούσα εμπειρογνωμοσύνη προτείνει κριτήρια και προδιαγραφές για την καθιέρωση σημάτων πιστοποίησης στα γεωπάρκα Βίκου-Αώου και Χελμού-Βουραϊκού, χρησιμοποιώντας βέλτιστες πρακτικές όπως προέκυψαν από την εμπειρία των δύο συνεργαζόμενων γεωπάρκων που εφαρμόζουν ήδη τέτοιο σύστημα αλλά και με βάση τις παρατηρήσεις των εκπροσώπων των γεωπάρκων και των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων.

Ο σχεδιασμός του νέου σήματος ποιότητας και οι προτάσεις για την βελτίωση των υφιστάμενων βασίστηκαν:

- στην μελέτη των κριτηρίων και του τρόπου εφαρμογής υφιστάμενων σημάτων ποιότητας 1^{ης} γενιάς. Πιο συγκεκριμένα μελετήθηκαν τα πρότυπα AGRO (Ελληνικός γεωργικός οργανισμός-ΔΗΜΗΤΡΑ, https://www.elgo.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=768:standards-and-certification-regulations&catid=164&Itemid=1253) και το σήμα περιβαλλοντικής πιστοποίησης προϊόντων και υπηρεσιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης Eco-Label (https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel_en)
- στην μελέτη των κριτηρίων και του τρόπου εφαρμογής υφιστάμενων σημάτων ποιότητας 2^{ης} γενιάς. Πιο συγκεκριμένα μελετήθηκαν το σήμα πιστοποίησης του Εθνικού Πάρκου Σαμαριάς, το σήμα ποιότητας ΚΡΗΤΗ (<https://bio-hellas.gr/protypa-pistopoiisis/ethnika-protypa-poiotitas/sima-poiotitas-quot-kriti-quot/>), το τοπικό σύμφωνο υποστήριξης & ανάπτυξης της πολιτιστικής διαδρομής των αρχαίων θεάτρων της Ηπείρου, το τοπικό σύμφωνο ποιότητας ΠΙΝΔΟΣ (δεν βρίσκεται σε ισχύ) και το ειδικό σήμα ποιότητας για την Ελληνική Κουζίνα (Ε.Σ.Π.Ε.Κ.) (από το υπουργείου Τουρισμού, <https://mintour.gov.gr/nomothesia/eidiko-sima-poiotitas-gia-tin-elliniki-koyzina-e-s-p-e-k/>)
- στην μελέτη των κριτηρίων και του τρόπου εφαρμογής υφιστάμενων σημάτων ποιότητας γεωπάρκων όπου εκτός από τα υφιστάμενα σήματα ποιότητας των συμμετεχόντων γεωπάρκων Σητείας και Ψηλορείτη εξετάστηκαν επιπλέον η μελέτη-εμπειρογνωμοσύνη για την ανάπτυξη ενιαίων προδιαγραφών τοπικών συμφώνων ποιότητας (cluster) για την σύνδεση των τοπικών επιχειρήσεων με τα γεωπάρκα (στα πλαίσια του Interreg Ελλάδα-Κύπρος GEO-IN) και οι προδιαγραφές των σημάτων ποιότητας Παγκόσμιων Γεωπάρκων UNESCO, “Naturtejo Geopark Geoproduct”, Qualità parco” του γεωπάρκου Adamello Brenta και το σήμα “Naturally Tasty” του γεωπάρκου Beigua.
- Στην μελέτη των κανόνων και προδιαγραφών του σήματος GEOfood (<https://geofood.no/about/>)

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

- στην μελέτη σχετικής βιβλιογραφίας που αφορά στην ιστορία και την φιλοσοφία σχετικά με την ανάπτυξη σημάτων ποιότητας καθώς και σε σχετικές έρευνες κοινού (βλ. σχετική βιβλιογραφία στην Εισαγωγή)
- σε συζητήσεις με μέλη των εταιρών του έργου και εκπροσώπους των γεωπάρκων οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στα πλαίσια διαδικτυακών εκδηλώσεων που διοργανώθηκαν από τον ανάδοχο. Πιο συγκεκριμένα πραγματοποιήθηκαν πέντε (5) διαδικτυακές εκδηλώσεις (η εναρκτήρια συνάντηση καθώς και 4 διαδικτυακές συναντήσεις με μέλη του κάθε εταιρού ξεχωριστά). Στις συναντήσεις αυτές συζητήθηκαν οι προσδοκίες και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει κάθε εταιρός σχετικά με το θέμα.
- Σε διαδικτυακή συνάντηση με εκπρόσωπους της ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΛΑΣΙΘΙΟΥ ΑΑΕ ΟΤΑ, του Παγκόσμιου γεωπάρκου UNESCO Σητείας και εκπρόσωπους των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν ήδη το σήμα ποιότητας του συγκεκριμένου γεωπάρκου. Στην συνάντηση εκφράστηκαν οι επιχειρηματίες σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στην χρήση του σήματος, τα οφέλη που τους έχει επιφέρει και κατέθεσαν τις ιδέες τους για την καλύτερη λειτουργία του σήματος. Παράλληλα μελετήθηκε σχετική έρευνα με την χρήση ερωτηματολογίου που είχε διεξαχθεί από το γεωπάρκο του Ψηλορείτη και απευθυνόταν στις επιχειρήσεις του συγκεκριμένου γεωπάρκου που κατέχουν το σήμα
- Στην εμπειρία του ανάδοχου από σχετικές συζητήσεις με τοπικές επιχειρήσεις και εκπροσώπους των γεωπάρκων
- Σε ειδικό ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε για τις ανάγκες της παρούσας εμπειρογνομοσύνης τα αποτελέσματα του οποίου αναλύονται στην συνέχεια.

2.3 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στα πλαίσια της παρούσας εμπειρογνομοσύνης σχεδιάστηκε ειδικό ερωτηματολόγιο (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ) (σε εκτυπώσιμη και ψηφιακή μορφή μέσω Google Forms) με σκοπό την συλλογή σχετικών πληροφοριών και απόψεων από ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Οι πληροφορίες αυτές αποτελούν σημαντικό παράγοντα για την επιτυχή εφαρμογή/βελτίωση του σήματος ως εργαλείο βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρία (3) μέρη. Το πρώτο μέρος (13 ερωτήσεις) αποτελείται από γενικές ερωτήσεις οι οποίες αφορούν όλες τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το αν έχουν χρησιμοποιήσει σήμα ποιότητας γεωπάρκου στο παρελθόν.

Σκοπός των ερωτήσεων αυτών είναι η απόκτηση γενικών στοιχείων για τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις, στοιχεία για τους τρόπους προώθησης και τις βιώσιμες πρακτικές που χρησιμοποιούν και στοιχεία για το επίπεδο των γνώσεών τους σχετικά με τα γεωπάρκα και τα σήματα ποιότητας γενικά. Το δεύτερο τμήμα (4 ερωτήσεις) απευθύνεται αποκλειστικά σε επιχειρήσεις που δεν έχουν χρησιμοποιήσει σήμα πιστοποίησης γεωπάρκου και έχει σκοπό να εκτιμήσει τις προθέσεις τους σχετικά με το θέμα. Το τρίτο τμήμα (17 ερωτήσεις) αφορά σε επιχειρήσεις που ήδη έχουν το σήμα ποιότητας

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

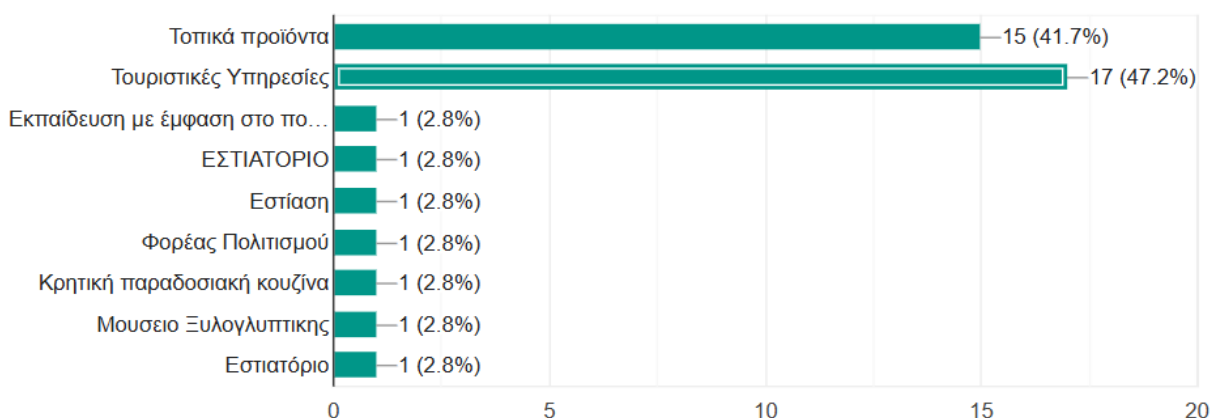
του γεωπάρκου (επιχειρήσεις από τα γεωπάρκα Σητείας και Ψηλορείτη). Αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα του ερωτηματολογίου και έχει ως σκοπό την εκτίμηση του βαθμού ικανοποίησης των επιχειρήσεων που ήδη κατέχουν το σήμα, την κατανόηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν και την κεφαλαιοποίηση της εμπειρίας τους για χρήση από τα γεωπάρκα που συμμετέχουν στην διατοπική συνεργασία που ετοιμάζονται να εφαρμόσουν το σήμα.

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω επίσημων μέσων από τους εκπροσώπους των γεωπάρκων σε ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Συγκεντρώθηκαν συνολικά 36 απαντήσεις ερωτηματολογίων. Ο σχετικά μικρός αριθμός απαντήσεων οφείλεται αρχικά στον περιορισμένο χρόνο διαθεσιμότητας του ερωτηματολογίου και στην στοχευμένη διανομή του σε σχετικές επιχειρήσεις αλλά πιθανώς αντικατοπτρίζει μειωμένο ενδιαφέρον εκ μέρους των επιχειρήσεων. Μπορεί ακόμα να οφείλεται στην έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με τις δραστηριότητες του γεωπάρκου ή/και στην έλλειψη επικοινωνίας με τις τοπικές επιχειρήσεις.

Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων δίνονται σε μορφή πίνακα στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ. Την μεγαλύτερη συμμετοχή είχαν επιχειρήσεις που βρίσκονται στην περιοχή του Παγκόσμιου Γεωπάρκου Σητείας (55,6%). Η συμμετοχή των επιχειρήσεων από το Παγκόσμιο Γεωπάρκο Βίκου Αώου ανέρχεται σε 19,4% ενώ οι απαντήσεις που προήλθαν από τα Παγκόσμια γεωπάρκα UNESCO Χελμού-Βουραϊκού και Ψηλορείτη αντιστοιχούν στο 13,9 και 11,1% αντίστοιχα.

Ποια είναι η κύρια δραστηριότητα της επιχείρησής σας;

36 responses



Εικόνα 12: Διάγραμμα ποσοστιαίας κατανομής απαντήσεων γενικής ερώτησης σχετικά με την κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης.

Το 41,7% των επιχειρήσεων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο είναι επιχειρήσεις παραγωγής τοπικών προϊόντων ενώ σημαντικό ενδιαφέρον έδειξαν και οι επιχειρήσεις που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες (47,2%) (Εικ.12). Συμμετείχαν επίσης επιχειρήσεις εστίασης (8,4%) και περιορισμένος

συμβάλλει στην βιώσιμη τοπική ανάπτυξη, ανάγκη προώθησης, περιορισμένοι οικονομικοί πόροι). Η πολύ καλή ανταπόκριση στις αντίστοιχες ερωτήσεις δείχνει ότι οι προωθητικές κινήσεις των γεωπάρκων σχετικά με την ύπαρξη της αναγνώρισης αποδίδουν σωστά και έχουν αποτέλεσμα. Δήλωσαν μάλιστα ότι οι σκοποί των γεωπάρκων συνάδουν με τους σκοπούς της επιχείρησής τους (σε ποσοστό 97,2%).

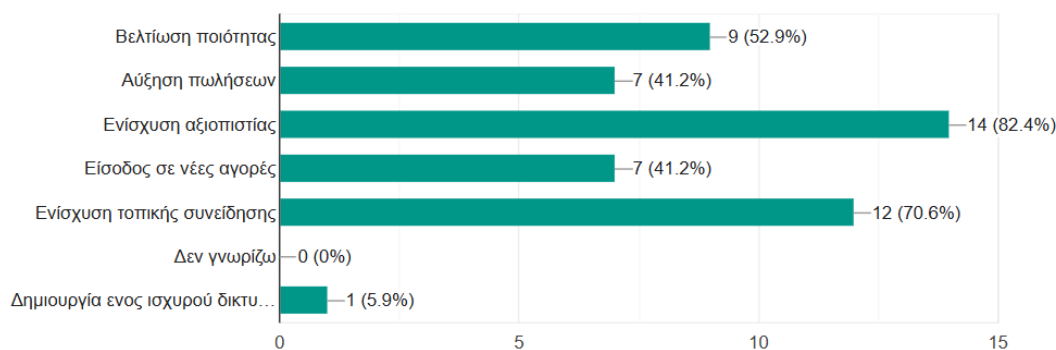
Από τις απαντήσεις που αφορούν επιχειρήσεις που δεν έχουν χρησιμοποιήσει σήμα πιστοποίησης του γεωπάρκου (τουλάχιστον 10 απαντήσεις), η συντριπτική πλειοψηφία (94,4%) δήλωσε ότι θα ενδιαφερόταν να πιστοποιηθεί και ότι από αυτήν την πιστοποίηση έχουν σημαντικές προσδοκίες που σχετίζονται πρωτίστως με την ενίσχυση της αξιοπιστίας των προϊόντων/υπηρεσιών τους (82,4%) και την ενίσχυση της τοπικής συνείδησης (70,6%) και δευτερευόντως με την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων/υπηρεσιών τους (52,9%), την αύξηση των πωλήσεών τους (41,2%) και την είσοδο σε νέες αγορές (41,2%) (Εικ. 15). Οι απαντήσεις αυτές υποδηλώνουν το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων για την λήψη του σήματος. Οι προσδοκίες δε των επιχειρήσεων από την λήψη του σήματος κρίνονται ως σχετικά ρεαλιστικές καθώς το κύριο όφελος που μπορεί να αποκομίσει μια επιχείρηση είναι η ενίσχυση της αξιοπιστίας και της τοπικής συνείδησης. Το 88,2% δήλωσε ότι θα συμφωνούσε με την καταβολή συμβολικού αντιτίμου ώστε να ενισχυθεί η λειτουργία του συστήματος πιστοποίησης. Η απάντηση του ερωτήματος αυτού κρίνεται ως ιδιαίτερα σημαντική για τον καθορισμό του τρόπου λειτουργίας του συστήματος του σήματος ποιότητας.

Ένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι διαχειριστικές αρχές των συνεργαζόμενων γεωπάρκων είναι η υποστελέχωση. Για τον λόγο αυτό εκφράζονται σοβαρές ανησυχίες για τον φόρτο εργασίας που μπορεί να επιφέρει η καθιέρωση της διαδικασίας στο ήδη επιβαρυσμένο προσωπικό. Μία λύση στο πρόβλημα θα ήταν η καθιέρωση συμβολικού αντιτίμου, αξίας όχι μεγαλύτερης από 50-100 ευρώ ανά έτος και ανά επιχείρηση (σε σήματα ποιότητας -εκτός σημάτων γεωπάρκων που μελετήθηκαν στην παρούσα εμπειρογνωμοσύνη και έχουν ορίσει αντίτιμο, το αντίτιμο αυτό είναι πάντα υψηλότερο (μπορεί να φτάνει και τα 450 ευρώ ετησίως). Το ποσό αυτό προτείνεται να επανατροφοδοτείται στην διαδικασία ελέγχου των αιτήσεων από κατάλληλους εξωτερικούς συνεργάτες ώστε να εξασφαλιστεί η σωστή και μακροχρόνια λειτουργία του συστήματος. Η επιβολή αντιτίμου παράλληλα αυξάνει την δέσμευση τόσο των επιχειρήσεων όσο και των διαχειριστικών αρχών των γεωπάρκων στην τήρηση των κανόνων λειτουργίας του. Τονίζεται ωστόσο ότι τα σήματα ποιότητας των γεωπάρκων που μελετήθηκαν στην παρούσα εμπειρογνωμοσύνη, προσφέρονται ΧΩΡΙΣ ΑΝΤΙΤΙΜΟ.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Τι προσδοκίες θα είχατε από αυτήν την πιστοποίηση?

17 responses



Εικόνα 15: Διάγραμμα ποσοστιαίας κατανομής απαντήσεων ερώτησης σχετικά με τις προσδοκίες των επιχειρήσεων από την πιστοποίηση (επιχειρήσεις που δεν χρησιμοποιούν σήμα γεωπάρκου)

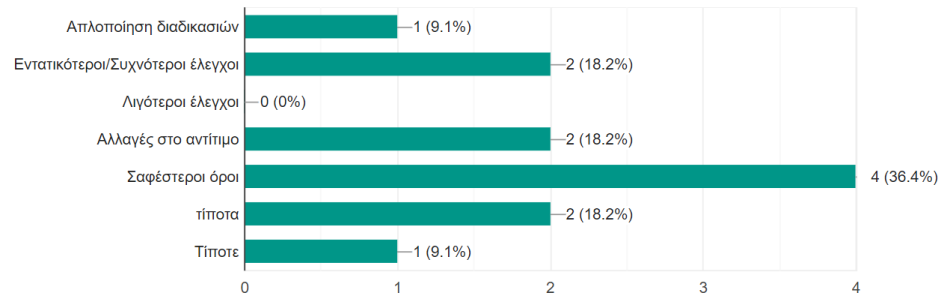
Οι επιχειρήσεις που έχουν ήδη πιστοποιηθεί με σήμα γεωπάρκου ανταποκρίθηκαν πολύ θετικά στην συμπλήρωση του ερωτηματολογίου (τουλάχιστον 20 απαντήσεις). Από αυτές τις επιχειρήσεις οι περισσότερες έχουν λάβει το σήμα την τελευταία πενταετία. Ενημερώθηκαν σχετικά με αυτό κυρίως από το προσωπικό του γεωπάρκου (σε ποσοστό 84,6%) και δευτερευόντως από την ιστοσελίδα του γεωπάρκου ή από γνωστούς. Επομένως η αποδοτικότερη μέθοδος είναι η προσωπική επαφή ωστόσο σε περίπτωση ενός δικτύου με μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων ή ελλείψεων σε προσωπικό πρέπει να βρεθούν επιπλέον τρόποι για την ενημέρωση των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων όπως για παράδειγμα ενημέρωση μέσω συλλόγων και επιμελητηρίων.

Το μεγαλύτερο ποσοστό δήλωσε ικανοποιημένο από την διαδικασία λήψης/ανανέωσης του σήματος (89,5%) ενώ προτάθηκαν κάποιες αλλαγές σε αυτήν την διαδικασία (σαφέστεροι όροι, εντατικότεροι έλεγχοι, αλλαγές στο αντίτιμο) χωρίς ωστόσο να εμφανίζεται μια σαφής τάση προς κάποια από αυτές τις αλλαγές (Εικ.16). Σύμφωνα με τις απαντήσεις αυτές κρίνεται ότι τα γεωπάρκα που ήδη έχουν εφαρμόσει σύστημα πιστοποίησης έχουν δημιουργήσει έναν επαρκή μηχανισμό ο οποίος χρειάζεται δευτερεύουσες αλλαγές προκειμένου να βελτιωθεί.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Τι θα θέλατε να αλλάξει στην διαδικασία αυτή?

11 responses



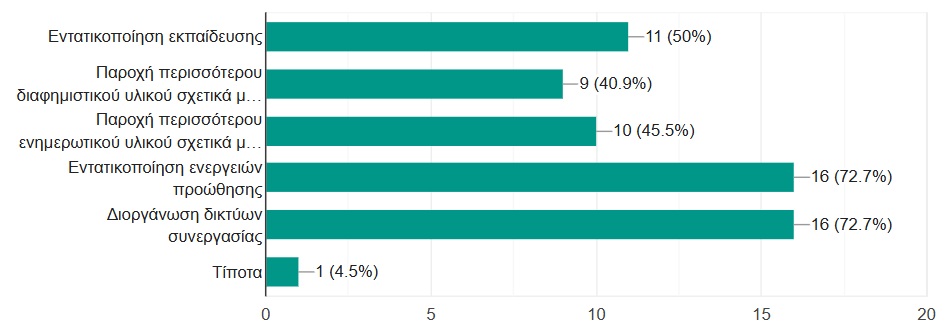
Εικόνα 16: Διάγραμμα ποσοστιαίας κατανομής απαντήσεων στο ερώτημα σχετικά με προτεινόμενες από τις επιχειρήσεις αλλαγές στην διαδικασία απονομής/ανανέωσης του σήματος πιστοποίησης του γεωπάρκου (επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν σήμα πιστοποίησης του γεωπάρκου)

Όσον αφορά τις υποχρεώσεις του γεωπάρκου προς τις επιχειρήσεις (Εικ. 17), δήλωσαν ισχυρή επιθυμία για την διοργάνωση δικτύων συνεργασίας (72,7%) (μάλιστα ποσοστό 95,7% θα συμμετείχε σε ένα δίκτυο παραγωγών μεταξύ των Ελληνικών ή και του Δικτύου των Παγκόσμιων Γεωπάρκων με σκοπό την προώθηση των προϊόντων/υπηρεσιών τους), για την εντατικοποίηση των ενεργειών προώθησης (72,7%) και την εντατικοποίηση της εκπαίδευσης (50%) ενώ σε μικρότερο βαθμό θα ήθελαν παροχή περισσότερου διαφημιστικού υλικού σχετικά με την πιστοποίηση και το γεωπάρκο (40,9% και 45,5%).

Όσον αφορά τις υποχρεώσεις του γεωπάρκου προς εσάς, τι θα θέλατε να προστεθεί/αλλάξει για να είναι περισσότερο αποδοτική η συνεργασία?



22 responses



Εικόνα 17: Ποσοστιαία κατανομή απαντήσεων ερώτησης σχετικά με προτεινόμενες από τις επιχειρήσεις βελτιωτικές δράσεις (επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν σήμα πιστοποίησης γεωπάρκου)

Ένα σημαντικό ποσοστό δήλωσε ότι δεν έχει λάβει συμβουλευτική υποστήριξη ή εκπαίδευση σχετικά με την πιστοποίηση (60,7%) (Εικ.18). Αυτό αποτελεί ένα σημαντικό πρόβλημα καθώς η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με το σήμα και τους τρόπους που αυτό μπορεί να βοηθήσει μια επιχείρηση είναι

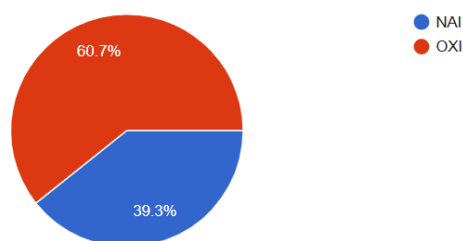
ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

ένας από τους βασικούς λόγους αποτυχίας τέτοιων προσπαθειών. Κρίνεται επομένως απαραίτητη η εντατικοποίηση οργάνωσης εκπαιδευτικών σεμιναρίων σε προκαθορισμένη χρονική βάση και η εντατικοποίηση των ενεργειών προώθησης. Στα πλαίσια της παρούσας συνεργασίας προτείνεται η δημιουργία δικτύου συνεργασιών μεταξύ των επιχειρήσεων των συνεργαζόμενων γεωπαρκών. Ένα τέτοιο δίκτυο μπορεί να αυξήσει την ανταλλαγή απόψεων και ιδεών μεταξύ επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν τις ίδιες προκλήσεις, να αυξήσει την αναγνωρισιμότητα των προϊόντων σε εθνικό επίπεδο και να προσφέρει ευκαιρίες εισόδου σε νέες αγορές.

Έχετε λάβει συμβουλευτική υποστήριξη ή εκπαίδευση σχετικά με την πιστοποίηση;

28 responses

Copy chart



Εικόνα 18: Διαγραμματική πίττα με ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων στο ερώτημα σχετικά με δράσεις εκπαιδευτικού περιεχομένου σχετικές με το σήμα (επιχειρήσεις που έχουν χρησιμοποιήσει σήμα πιστοποίησης του γεωπαρκου)

Οι προσδοκίες των επιχειρηματιών από την λήψη του σήματος ήταν και πάλι η ενίσχυση της αξιοπιστίας (66,7%), η αύξηση των πωλήσεων (57,1%) αλλά και η είσοδος σε νέες αγορές (47,6%). Σε λιγότερο ποσοστό ήταν η βελτίωση της ποιότητας (26,3%). Από αυτές τις προσδοκίες, η ενίσχυση της αξιοπιστίας φαίνεται πως ικανοποιείται σε έναν βαθμό (ποσοστό 52,2%). Με την λήψη του σήματος οι επιχειρήσεις δήλωσαν επίσης ότι ενισχύθηκε η τοπική συνείδηση (ποσοστό 56,5%). Η αύξηση πωλήσεων και η βελτίωση της ποιότητας έχουν επιτευχθεί σε χαμηλό ποσοστό των επιχειρήσεων (26,1% και 17,4% αντίστοιχα). Πάντως οι αρχικές προσδοκίες των περισσότερων επιχειρήσεων (ποσοστό 65,2%) δείχνουν να ικανοποιούνται και θα πρότειναν την χρήση του σήματος σε συναδέλφους τους (σε ποσοστό 88%). Σύμφωνα με τις απαντήσεις αυτές φαίνεται ότι η λειτουργία του συστήματος των υπάρχοντων σημάτων ποιότητας είναι ικανοποιητική. Σημαντική παρατήρηση είναι ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που δήλωσαν ότι η λήψη του σήματος δεν τους έχει προσκομίσει κανένα όφελος (13%). Για τον λόγο αυτό είναι απαραίτητες βελτιώσεις και εντατικοποίηση των προσπαθειών.

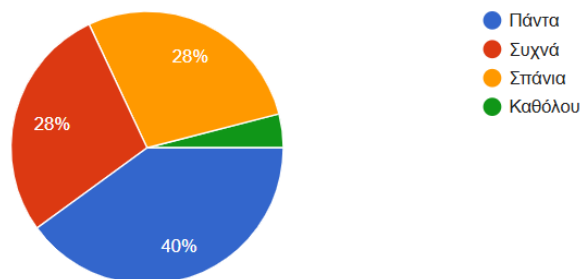
Οι επιχειρήσεις δήλωσαν ότι ενημερώνουν τους πελάτες τους σχετικά με το σήμα κυρίως προφορικά (79,2%) ή μέσω φυλλαδίων (54,2%)(Εικ.19). Το γεγονός αυτό δείχνει μια προσωπική δέσμευση των συμμετεχουσών επιχειρήσεων στο σήμα που είναι ένα πολύ θετικό στοιχείο για την επιτυχία του. Ωστόσο οι ίδιοι οι πελάτες δεν δείχνουν συχνά ενδιαφέρον για το σήμα χωρίς σχετική ενημέρωση από

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

τους επιχειρηματίες (ποσοστό 84%). Για τον λόγο αυτό είναι απαραίτητη η εντατικοποίηση των ενεργειών προώθησης τόσο των ίδιων των γεωπάρκων όσο και του σήματος στο ευρύ κοινό.

Πόσο συχνά ενημερώνετε τους πελάτες σας σχετικά με το γεωπάρκο και την πιστοποίηση?

25 responses



Εικόνα 19: Διαγραμματική πίττα με ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση σχετικά με την συχνότητα ενημέρωσης των πελατών για το σήμα του γεωπάρκου (επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν σήμα γεωπάρκου)

Όσον αφορά στην συμμετοχή σε δράσεις του γεωπάρκου περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις συμμετέχουν συχνά σε αυτές (54,2%). Ποσοστό 91,3% δήλωσε ότι συμφωνεί με την καταβολή συμβολικού αντιτίμου.

3.0 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΕΤΑΙΡΩΝ ΔΙΑΤΟΠΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΣΗΜΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω πραγματοποιήθηκε ανάλυση των αναγκών καθενός από τους εταίρους ξεχωριστά.

Το γεωπάρκο της Σητείας έχει αναπτύξει ένα λειτουργικό σύστημα πιστοποίησης. Με βάση τόσο τις προφορικές παρατηρήσεις των συμμετεχουσών επιχειρήσεων όσο και των εκπροσώπων του γεωπάρκου οι οποίοι πραγματοποιούν τον έλεγχο της επιλεξιμότητας των επιχειρήσεων, το σήμα πιστοποίησης δεν χρήζει σημαντικών αλλαγών. Παρόλα αυτά στα πλαίσια της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης προτείνονται ορισμένες βελτιωτικές κινήσεις που μπορούν να πραγματοποιηθούν ώστε να απλοποιηθούν οι διαδικασίες.

Πιο συγκεκριμένα παρατηρήθηκε ότι τα κριτήρια ποιότητας που έχουν ενσωματωθεί στο σήμα του Παγκόσμιου Γεωπάρκου UNESCO Σητείας είναι πολλά σε αριθμό και από τα πιο λεπτομερή κριτήρια σημάτων 2^{ης} γενιάς σε σύγκριση με αυτά που μελετήθηκαν στα πλαίσια της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης. Προτείνεται:

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

- η μείωση του αριθμού των κριτηρίων με απόσυρση κριτηρίων τα οποία εξετάζονται μέσα από τον κρατικό μηχανισμό και πιστοποιούνται μέσω της έκδοσης/ανανέωσης της άδειας λειτουργίας (συμπεριλαμβανομένης και της άδειας επισκεψιμότητας για τις επισκέψιμες επιχειρήσεις όπως π.χ. οινοποιεία). Συνοπτικά αναφέρεται ότι για να πάρει μια επιχείρηση άδεια λειτουργίας απαιτείται να ελεγχθούν χωροταξικά κριτήρια, η πυρασφάλεια, υγειονομικές απαιτήσεις (καθαριότητα, υγιεινή και άδεια χρήσης χώρου), ασφάλεια (εξαερισμός, κλιματισμός και ασφάλεια χώρου), καταλληλότητα εξοπλισμού και εγκαταστάσεων και άδεια επαγγελματικής δραστηριότητας) (www.mindev.gov.gr). Αντίστοιχα για να γίνει μια επιχείρηση επισκέψιμη απαιτείται άδεια επισκεψιμότητας από τον ΕΟΤ (και από άλλες σχετικές υπηρεσίες ανάλογα με την περίπτωση). Επομένως προτείνεται η αφαίρεση όλων των σχετικών κριτηρίων καθώς ο έλεγχος των σχετικών παραμέτρων απαιτεί περισσότερο χρόνο και ανάλογη τεχνογνωσία. Παράλληλα η ενσωμάτωση τέτοιων κριτηρίων μπορεί να αποθαρρύνει επιχειρήσεις να ενταχθούν ενώ απομακρύνεται από τους σκοπούς ενός σήματος 2^{ης} γενιάς.
- η αφαίρεση κριτηρίων που δεν μπορούν να πιστοποιηθούν έμπρακτα. Τα κριτήρια αυτά είναι ποιοτικά και προτείνεται να ενσωματωθούν σε έναν κώδικα ηθικής τον οποίο οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις δεσμεύονται να τηρούν. Ενδεικτικά αναφέρονται κριτήρια που αφορούν στην αισθητική του χώρου, κριτήρια συμπεριφοράς του προσωπικού κλπ.
- Η κατάργηση του όρου «προαιρετικά κριτήρια». Όπως είναι διατυπωμένοι οι όροι του σήματος ποιότητας τα κριτήρια αυτά δεν έχουν καμία βαρύτητα και δεν παίζουν κανένα ρόλο στην απόκτηση/ανανέωση του σήματος. Αποτελούν απλές παροτρύνσεις προς τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Επομένως η χρήση του όρου κριτήρια είναι ακατάλληλη. Αυτές οι προτάσεις-παροτρύνσεις θα μπορούσαν να εκφραστούν για παράδειγμα κατά την διάρκεια σχετικών σεμιναρίων εκπαίδευσης. Παρόλα αυτά ορισμένα από τα «προαιρετικά κριτήρια» αποτελούν πολύ σημαντικά χαρακτηριστικά για την απόδοση ενός σήματος ποιότητας και επομένως θα έπρεπε να ενσωματωθούν υπό νέα μορφή (π.χ. η χρήση βιώσιμων πρακτικών ή η χρήση λοιπών σημάτων ποιότητας).
- Να ενσωματωθούν κριτήρια που αφορούν γενικά επισκέψιμες επιχειρήσεις του δευτερογενούς τομέα, πλέον των οινοποιείων καθώς στο μέλλον θα μπορούσαν να ενσωματωθούν και άλλες επισκέψιμες επιχειρήσεις (π.χ. τυροκομεία, ελαιολαβεία, επιχειρήσεις κατασκευής παραδοσιακών ειδών λαϊκής τέχνης κλπ).

Το Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO του Ψηλορείτη έχει επίσης αναπτύξει ένα λειτουργικό σύστημα πιστοποίησης. Με βάση τις προφορικές παρατηρήσεις των εκπροσώπων του γεωπάρκου οι οποίοι πραγματοποιούν τον έλεγχο της επιλεξιμότητας των επιχειρήσεων, το σήμα πιστοποίησης δεν χρήζει σημαντικών αλλαγών. Παρόλα αυτά στα πλαίσια της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης σημειώνονται ορισμένες βελτιωτικές κινήσεις που μπορούν να πραγματοποιηθούν ώστε να απλοποιηθούν οι διαδικασίες:

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

αυτό απαιτεί έλεγχο από εξουσιοδοτημένα κρατικά συνήθως όργανα, αλλά λειτουργεί ως εργαλείο προώθησης και αξιοποίησης των πιστοποιούμενων.

4.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Στόχος της χορήγησης του παρόντος σήματος ποιότητας είναι η πιστοποίηση της καταλληλότητας του προϊόντος-υπηρεσίας να εκπροσωπεί την περιοχή του γεωπάρκου ως γνήσιος εκφραστής της ταυτότητάς της.

Επιπλέον στόχοι της εφαρμογής του σήματος ποιότητας σε προϊόντα-επιχειρήσεις είναι:

1. Να πιστοποιήσει την τοπικότητα του προϊόντος-υπηρεσίας
2. Να δημιουργήσει προστιθέμενη αξία στο προϊόν-υπηρεσία παρέχοντας ή εμπλουτίζοντας την ταυτότητα της περιοχής και αξιοποιώντας την συμμετοχή στο Παγκόσμιο Δίκτυο Γεωπάρκων της UNESCO
3. Να συνδέσει τα προϊόντα-υπηρεσίες με τα στοιχεία γεωποικιλότητας της περιοχής του γεωπάρκου
4. Να παρέχει στα προϊόντα-υπηρεσίες διαφοροποίηση σε σχέση με παρόμοια προϊόντα αξιοποιώντας την μοναδικότητα της περιοχής και τις εμπειρίες που παρέχονται
5. Να ενισχύσει την αξιοπιστία του προϊόντος/υπηρεσίας
6. Να προωθήσει σε εθνικό και διεθνές επίπεδο τα τοπικά προϊόντα-υπηρεσίες
7. Να ενισχύσει τις σχέσεις μεταξύ των παραγωγών, επιχειρηματιών και άλλων ενδιαφερόμενων μερών
8. Να ενισχύσει τελικά την τοπική οικονομία είτε με άμεσο είτε με έμμεσο τρόπο.
9. Να ενισχύσει το αίσθημα του «ανήκειν» στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις

4.2 ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ

Το σήμα ποιότητας απευθύνεται σε επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον αγροτουρισμό, τη γεωργία και τον τουρισμό της υπαίθρου όπως για παράδειγμα:

- Αγροτικά προϊόντα: Παραγωγοί που ασχολούνται με τη βιολογική ή παραδοσιακή καλλιέργεια τροφίμων, όπως μέλι, κρασί, ελαιόλαδο, φρούτα, λαχανικά κλπ.
- Αγροτουριστικά καταλύματα: Ξενοδοχεία, πανδοχεία, αγροικίες και αγροτουριστικά καταλύματα που προσφέρουν διαμονή σε αγροτικές περιοχές.
- Μεταποιητικές επιχειρήσεις του δευτερογενούς τομέα Οινοποιεία και αμπελώνες που προσφέρουν γευσιγνωσίες, ξεναγήσεις και άλλες δραστηριότητες οινοτουρισμού, επισκέψιμα ελαιοτριβεία, επισκέψιμα τυροκομεία κλπ

- Γαστρονομικές επιχειρήσεις: Εστιατόρια, ταβέρνες, καφενεία και άλλες επιχειρήσεις εστίασης που χρησιμοποιούν τοπικά, αγροτικά προϊόντα.
- Δραστηριότητες αγροτουρισμού: Επιχειρήσεις που προσφέρουν δραστηριότητες, όπως πεζοπορία, ποδηλασία, ιππασία, χειροτεχνία, μαθήματα μαγειρικής, και γενικότερα εμπειρίες που συνδέονται με τη φύση και την αγροτική ζωή.
- Τοπικά καταστήματα και συνεταιρισμοί: Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης που διαθέτουν τοπικά προϊόντα και χειροτεχνήματα.
- Επιχειρήσεις αναψυχής και ευεξίας: Επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες spa, yoga, ευεξίας και χαλάρωσης σε αγροτικές περιοχές, με έμφαση στη χρήση φυσικών τοπικών προϊόντων.

4.3 ΚΩΔΙΚΑΣ ΗΘΙΚΗΣ

Η «ταυτότητα» μιας περιοχής δεν διαμορφώνεται αποκλειστικά από μετρήσιμα χαρακτηριστικά και για τον λόγο αυτό η χορήγηση της παρούσας πιστοποίησης απαιτεί εκτός της κάλυψης συγκεκριμένων κριτηρίων εκ μέρους των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων και την δέσμευση σε ένα σύνολο κανόνων ηθικής. Πρόκειται για ένα σύνολο αρχών και κανόνων τα οποία οι συμβαλλόμενοι πρέπει να υιοθετούν στο σύνολό τους ως τρόπο ζωής και τα οποία δεν μπορούν να λειτουργήσουν ως κριτήρια καθώς η αξιολόγησή τους από μεμονωμένα άτομα είναι υποκειμενική.

- i. Η επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί με ακεραιότητα (προώθηση της εντιμότητας και της διαφάνειας σε όλες τις δραστηριότητες), με δικαιοσύνη (δίκαιη και ισότιμη μεταχείριση όλων των ατόμων, ανεξάρτητα από τη θέση ή τις διαφορές τους, συμβολή στην ευημερία της κοινωνίας), με σεβασμό στον συνάνθρωπο (προστασία της αξιοπρέπειας, των δικαιωμάτων και της προσωπικής ελευθερίας των άλλων) και υπευθυνότητα (ανάληψη της ευθύνης για τις πράξεις και τις αποφάσεις και αντιμετώπιση των συνεπειών τους)
- ii. Η επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί σε όλα τα επίπεδα με σεβασμό στους νόμους του κράτους (τήρηση όλων των νομικών και κανονιστικών απαιτήσεων που ισχύουν για τη λειτουργία της επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων των κανόνων υγείας, ασφάλειας και φορολογίας).
- iii. Η επιχείρηση πρέπει να κατανοεί, να σέβεται και να λειτουργεί σύμφωνα με τους κανόνες και τις οδηγίες που διέπουν τις ενταγμένες στο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΔΙΚΤΥΟ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO περιοχές (<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260675>)
- iv. Η επιχείρηση θα πρέπει να σέβεται και να διατηρεί την τοπική κουλτούρα και παράδοση
- v. Το προσωπικό της επιχείρησης πρέπει να είναι ευγενικό, πρόθυμο και ευχάριστο και κάθε στιγμή να επιβεβαιώνονται τα αισθήματα φιλοξενίας σύμφωνα με τα παραδοσιακά πρότυπα των περιοχών. Παράλληλα κάθε είδους πληροφορίες που παρέχονται θα πρέπει να είναι ακριβείς χωρίς παραπλάνηση ή υπερβολικές υποσχέσεις.
- vi. Η επιχείρηση πρέπει να σέβεται το περιβάλλον (φυσικό και ανθρωπογενές) και τους φυσικούς πόρους και να λειτουργεί με βάση την περιβαλλοντική νομοθεσία.

- vii. Το δομημένο περιβάλλον (εσωτερικοί και εξωτερικοί χώροι) της επιχείρησης θα πρέπει να σέβεται τα στοιχεία της τοπικής αρχιτεκτονικής, της τοπικής ταυτότητας αλλά του φυσικού τοπίου της περιοχής. Να αποφεύγεται κάθε μορφής μίμηση ή φολκλορισμός που υποβαθμίζει τη δυναμική συγκρότηση και έκφραση του παραδοσιακού δομημένου χώρου.
- viii. Η επιχείρηση θα πρέπει να ενισχύει το ηθικό επιχειρείν (δίκαιος και ηθικός ανταγωνισμός, χωρίς καταχρηστικές πρακτικές ή προσπάθεια εκμετάλλευσης των ανταγωνιστών, δημιουργία σχέσεων συνεργασίας και αλληλοϋποστήριξης με άλλες τοπικές επιχειρήσεις)
- ix. Η επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί με αίσθημα συλλογικότητας και σκοπό την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Σημαντική είναι η απασχόληση ως εργαζομένων κατοίκων της περιοχής.

Σε περίπτωση αποδεδειγμένης παραβίασης των κανόνων ηθικής (με βάση σχετική καταγγελία, σχετικές αναφορές σε συστήματα αναφοράς παραπόνων –συμπεριλαμβανομένου του διαδικτύου- η μέσω επιτόπιας παρατήρησης των εξουσιοδοτημένων ατόμων), η συνεργασία μεταξύ του γεωπάρκου και της επιχείρησης παύει αυτόματα και η επιχείρηση υποχρεούται άμεσα να αποσύρει την χρήση του σήματος ποιότητας του γεωπάρκου από τα προϊόντα – υπηρεσίες της.

4.4 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΤΗΤΑΣ

Τα κριτήρια επιλεξιμότητας χωρίζονται σε γενικά κριτήρια, ειδικά κριτήρια και κριτήρια αναλογικής κάλυψης. Τα γενικά κριτήρια εφαρμόζονται στο σύνολό τους σε όλες τις επιχειρήσεις. Τα ειδικά κριτήρια εφαρμόζονται ανά τύπο επιχείρησης. Τα κριτήρια αναλογικής κάλυψης αποτελούν ένα σύνολο από κριτήρια, η εφαρμογή των οποίων μπορεί να συντελέσει ουσιαστικά στην επίτευξη των σκοπών της πιστοποίησης αλλά αποτελούν πιο εξειδικευμένες και δύσκολα εφαρμόσιμες πρακτικές. Για τον λόγο αυτό δεν προτείνεται η κάλυψη του συνόλου αυτών των κριτηρίων αλλά απαιτείται η κάλυψη 5 τουλάχιστον από αυτά. Η κάλυψη των απαιτούμενων κριτηρίων επιβεβαιώνεται με την προσκόμιση των αντίστοιχων δικαιολογητικών όπως αυτά να αναγράφονται στον Πίνακα 1 του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

εκάστοτε γεωπάρκου ή από την ευρύτερη περιοχή αυτού (σε επίπεδο Περιφέρειας). Σε περίπτωση που αυτό δεν είναι εφικτό (είτε για λόγους ανεπαρκούς παραγωγής είτε επειδή κάποιο βασικό προϊόν δεν παράγεται στην περιοχή), θα πρέπει να επιδιώκεται η κάλυψη της ανάγκης να είναι από άλλες περιοχές της Ελλάδας.

- II. Να προσφέρονται παραδοσιακά φαγητά και γλυκά (εδέσματα) (τουλάχιστον 5) που αποτελούν στοιχεία γαστρονομικής κληρονομιάς της κάθε περιοχής⁴. Να μην επιτρέπονται ξενόφερτα edέσματα π.χ. κρέπες, πίτσα ή edέσματα που παραδοσιακά δεν ανήκουν στην παραδοσιακή κουζίνα και διατροφή π.χ. μουσακάς, παστίτσιο, σουβλάκι κ.λπ.

ή εναλλακτικά

τα ξενόφερτα edέσματα να μην υπερβαίνουν ποσοστό 20% των προσφερόμενων edεσμάτων.

- III. Να προσφέρονται τοπικά παραγόμενα ποτά (εφόσον παράγονται παρόμοια στην περιοχή). Απαραίτητα να συμπεριλαμβάνονται τοπικές ποικιλίες κρασιού (τουλάχιστον 2) (από την περιοχή του γεωπάρκου ή αν δεν υπάρχουν σε επίπεδο Περιφέρειας).
- IV. Απαγορεύεται η προμήθεια προϊόντων από άλλες περιοχές όταν η τοπική παραγωγή διακρίνεται για την ποιότητα και την αυθεντικότητα του συγκεκριμένου προϊόντος (ιδιαίτερα να υπάρχουν πιστοποιημένα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ⁵).
- V. Απαγορεύεται η χρήση προϊόντων που έχουν υποστεί βιομηχανική επεξεργασία, όπως προτηγανισμένα ή κατεψυγμένα τρόφιμα.
- VI. Να μην χρησιμοποιούνται πλαστικά αντικείμενα και ιδιαίτερα: πλαστικές καρέκλες, τραπεζομάντιλα, λουλούδια, φρούτα, κουρτίνες, πιάτα, μαχαιροπήρουνα, ποτήρια, κατάλογος κ.α.
- VII. Θα πρέπει να υπάρχει ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ με επεξήγηση για τα προσφερόμενα edέσματα και αναγραφή των τοπικών προϊόντων και των παραδοσιακών συνταγών.

B. ΔΙΑΜΟΝΗ

- I. Δεν επιτρέπεται η χρήση πλαστικών αντικειμένων και ιδιαίτερα: πλαστικών καρεκλών, τραπεζομάντιλων, πιάτων, μαχαιροπήρουνων, ποτηριών, πλαστικοί κατάλογοι κλπ
- II. ⁶Το κατάλυμα πρέπει να ενημερώνει τους πελάτες για εμπειρίες που συνδέονται με την περιοχή του γεωπάρκου, όπως ξεναγήσεις σε τοπικές φάρμες, μαθήματα παραδοσιακής

καθώς απαιτούνταν ο έλεγχος όλων των τιμολογίων της επιχείρησης σε σχέση με αυτά που προέρχονται από την περιοχή.

⁴ Τα παραδοσιακά edέσματα κάθε περιοχής θα ήταν καλό να καταγραφούν από τους αρμόδιους και να συμπεριλαμβάνονται σε σχετική ενημερωτική λίστα

⁵ Επίσημος κατάλογος των πιστοποιημένων προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ: <https://www.minagric.gr/for-farmer-2/2012-02-02-07-52-07/ellinikaproionta>. Ο κάθε εταίρος μπορεί να προτείνει επιπλέον προϊόντα τα οποία θα πρέπει να αναγράφονται σε σχετικό παράρτημα.

⁶ Η επιλογή του σχετικού κριτηρίου από τον κάθε εταίρο είναι πολύ σημαντική καθώς σε περίπτωση εφαρμογής του δεν μπορούν να λάβουν την πιστοποίηση επιχειρήσεις που έχουν μεν παραδοσιακό χαρακτήρα αλλά δεν προσφέρουν επιπλέον υπηρεσίες και επομένως μειώνεται κατά πολύ ο αριθμός των διακαιούχων. Πρόκειται για ένα αυστηρό κριτήριο που ωστόσο συνάδει με τους σκοπούς ενός σήματος ποιότητας γεωπάρκου.

40

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

μαγειρικής, συμμετοχή σε γεωργικές ή κτηνοτροφικές δραστηριότητες. Εναλλακτικές δραστηριότητες όπως πεζοπορία, ιππασία, ποδηλασία στη φύση ή άλλες μορφές υπαίθριας ψυχαγωγίας είναι επιθυμητές.

Γ. ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Το σήμα μπορεί να παρέχεται στην επιχείρηση οπότε εφαρμόζεται στο σύνολο των προϊόντων της ή μεμονωμένα στα προϊόντα της επιχείρησης που καλύπτουν τα κριτήρια.

- I. Το σύνολο ή μέρος των πρώτων υλών (τουλάχιστον το 50%) που χρησιμοποιεί η επιχείρηση (ή που χρησιμοποιείται για την παραγωγή του μεμονωμένου προϊόντος) πρέπει να παράγεται στην περιοχή του γεωπάρκου.
- II. Πρέπει να εφαρμόζονται τοπικές παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής των προϊόντων οι οποίες στηρίζονται στην τοπική γαστρονομία ή την τοπική λαϊκή παράδοση (πχ κεραμικά, ξυλόγλυπτα, είδη πετρογλυπτικής, υφαντική, ζωγραφική κ.α.). Εφόσον πρόκειται για παραγωγή σύγχρονων προϊόντων αυτά πρέπει να διατηρούν στοιχεία του τοπικού χαρακτήρα.

Ειδικά για επισκέψιμες μεταποιητικές επιχειρήσεις (συμπεριλαμβανομένων των οινοποιείων):

- III. Η επιχείρηση πρέπει να πληροί πλήρως τις σχετικές προϋποθέσεις (Σήμα επισκεψιμότητας). Η επίσκεψη στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης πρέπει να συμπεριλαμβάνει κάποιου είδους διαπροσωπική επαφή, ξενάγηση, ενημέρωση και η/ και δοκιμή προϊόντων με την παρουσία ειδικά εκπαιδευμένου και πλήρως ενημερωμένου προσωπικού το οποίο να αναφέρει τουλάχιστον την παρουσία τους μέσα στην περιοχή του γεωπάρκου.

Δ. ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΕΔΡΑ ΕΚΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΠΑΡΚΟΥ

Στην περίπτωση αυτή το σήμα χορηγείται στο εκάστοτε προϊόν και όχι στο σύνολο της επιχείρησης.

- I. Το σύνολο των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί η επιχείρηση για την παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος πρέπει να παράγεται στην περιοχή του γεωπάρκου.
- II. Πρέπει να εφαρμόζονται τοπικές παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής των προϊόντων οι οποίες στηρίζονται στην τοπική γαστρονομία ή την τοπική λαϊκή παράδοση (πχ κεραμικά, ξυλόγλυπτα, είδη πετρογλυπτικής, υφαντική, ζωγραφική κ.α.). Εφόσον πρόκειται για παραγωγή σύγχρονων προϊόντων αυτά πρέπει να διατηρούν στοιχεία του τοπικού χαρακτήρα.

Ε. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ-ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ (Εντός της περιοχής του γεωπάρκου και μόνο για τις υπηρεσίες τους οι οποίες παρέχονται εντός του γεωπάρκου και όχι το σύνολο των πιθανών δραστηριοτήτων τους)

- I. Στα πακέτα των περιηγήσεων θα πρέπει να περιλαμβάνονται γεώτοποι και γεωδιαδρομές που έχουν τη σήμανση του Γεωπάρκου

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

- II. Την ξενάγηση θα πρέπει να πραγματοποιεί επαγγελματίας με ανάλογη εξειδίκευση (ξεναγός/οδηγός βουνού/ συνοδός βουνού/ συνοδός υπαίθριων δραστηριοτήτων κόκ).
- III. Για να εξασφαλιστεί η προσφορά μιας ποιοτικής τουριστικής εμπειρίας, η επιχείρηση οφείλει να αποφύγει την διοργάνωση δραστηριοτήτων με την λογική του μαζικού τουρισμού, διατηρώντας ένα μικρό και διαχειρίσιμο μέγεθος στις ομάδες των επισκεπτών (ιδανικά μέχρι 15 άτομα ανά συνοδό και σε κάθε περίπτωση όχι πάνω από 30).

Z. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ-ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ (Εκτός της περιοχής του γεωπάρκου και μόνο για τις υπηρεσίες τους οι οποίες παρέχονται εντός του Γεωπάρκου και όχι το σύνολο των πιθανών δραστηριοτήτων τους)

Στην περίπτωση αυτή δεν πιστοποιείται η ίδια η επιχείρηση αλλά αποκλειστικά η υπηρεσία που σχετίζεται με την περιοχή του γεωπάρκου.

- I. Η υπηρεσία θα πρέπει να παρέχεται αποκλειστικά εντός της περιοχής του γεωπάρκου και να περιλαμβάνονται γεώτοποι και γεωδιαδρομές που έχουν τη σήμανση του Γεωπάρκου.
- II. Η υπηρεσία θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει λοιπές τοπικές επιχειρήσεις και προϊόντα με πιστοποίηση του γεωπάρκου (π.χ. εστίαση σε πιστοποιημένες δομές, γεύματα με τοπικά προϊόντα κλπ)
- III. Την ξενάγηση θα πρέπει να πραγματοποιεί επαγγελματίας ξεναγός/οδηγός βουνού.
- IV. Για να εξασφαλιστεί η προσφορά μιας ποιοτικής τουριστικής εμπειρίας, η επιχείρηση οφείλει να αποφύγει την διοργάνωση δραστηριοτήτων με την λογική του μαζικού τουρισμού, διατηρώντας ένα μικρό και διαχειρίσιμο μέγεθος στις ομάδες των επισκεπτών (ιδανικά μέχρι 15 άτομα ανά συνοδό και οπωσδήποτε όχι περισσότερα από 30).

E. ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑΜΝΗΣΤΙΚΩΝ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)

Το σήμα μπορεί να παρέχεται στην επιχείρηση οπότε εφαρμόζεται στο σύνολο των προϊόντων της ή μεμονωμένα στα προϊόντα της επιχείρησης που καλύπτουν τα κριτήρια. Σημειώνεται ότι οι επιχειρήσεις που κατασκευάζουν οι ίδιες τα αναμνηστικά που εμπορεύονται εμπίπτουν στην κατηγορία των μεταποιητικών επιχειρήσεων εφόσον υπάρχει παραγωγική διαδικασία. Εφόσον η επιχείρηση πουλά έτοιμα προϊόντα τότε θα πρέπει να καλύπτει τα παρακάτω κριτήρια:

- I. Προσφορά προϊόντων που αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά του γεωπάρκου (γεωλογική, φυσική ή πολιτιστική κληρονομιά)
- II. Συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς ή δημιουργούς για την προμήθεια αναμνηστικών (όπου αυτό είναι εφικτό).
- III. Σαφής σήμανση προέλευσης και πληροφορίες για τα προϊόντα που αφορούν στο γεωπάρκο.
- IV. Τα προσφερόμενα αναμνηστικά προϊόντα δεν πρέπει να είναι προϊόντα μαζικής παραγωγής, ούτε να κατασκευάζονται από μη βιώσιμα ή μη φιλικά προς το περιβάλλον υλικά. Προτεραιότητα δίνεται σε προϊόντα δίκαιου εμπορίου (fair trade).

4.4.3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΝΑΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ

Όλα τα κριτήρια αναλογικής κάλυψης συμβάλλουν με ουσιαστικό τρόπο στους σκοπούς του σήματος και προτείνεται η χρήση στο σύνολό τους. Ωστόσο μια επιχείρηση προκειμένου να λάβει την πιστοποίηση πρέπει υποχρεωτικά να καλύπτει 5 από αυτά.

- I. Τα συνεργαζόμενα εστιατόρια να σερβίρουν τουλάχιστον ένα πιάτο εμπνευσμένο από την γεωλογική κληρονομιά της περιοχής και αυτό να περιγράφεται στον κατάλογο (π.χ. πατάτες από τα γόνιμα εδάφη που δημιουργήθηκαν πάνω στα ηφαιστειακά πετρώματα).
- II. Η επιχείρηση να εφαρμόζει σύστημα διαχείρισης της ποιότητας ISO 9001:2015 ή ισοδύναμο ή/και σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14001:2015 ή ισοδύναμο πιστοποιητικά διασφάλισης ποιότητας εθνικής ή διεθνούς εμβέλειας (π.χ. AGRO, ECO-LABEL).
- III. Ελαχιστοποίηση της κατανάλωσης φυσικών πόρων (ενέργειας, νερού και υλικών) με κατ' ελάχιστον έναν τρόπο⁷.
- IV. Ελαχιστοποίηση ποσοτήτων αποβλήτων που παράγονται.
- V. Η διακόσμηση να βασίζεται σε χαρακτηριστικά στοιχεία του πολιτισμού, της ιστορίας και του περιβάλλοντος της περιοχής⁸.
- VI. Η επιχείρηση να διαθέτει ιστοσελίδα με αναφορά στις παρεχόμενες υπηρεσίες, αναφορά των παραδοσιακών προϊόντων-πρακτικών, πληροφορίες για την γεωποικιλότητα, βιοποικιλότητα και τον πολιτισμό της περιοχής ή/και λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σχετικές αναρτήσεις.
- VII. Να υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης και προσπέλασης σε ειδικές κατηγορίες πελατών, όπως άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑμΕΑ), οι ηλικιωμένοι και τα παιδιά.

⁷ Η ελαχιστοποίηση της κατανάλωσης φυσικών πόρων (ενέργειας, νερού και υλικών) μπορεί να γίνεται μέσω: χρήσης ειδικών εξαρτημάτων εξοικονόμησης νερού στις βρύσες και στα καζανάκια (υποχρεωτικά στις τουαλέτες) ή/και χρήση υδρόφοβων φυτών για τους εξωτερικούς πράσινους χώρους ή/και βελτίωση της απόδοσης συσκευών που καταναλώνουν μεγάλες ποσότητες νερού (πιάτων, φούρνων κλπ.), να προγραμματίζεται η λειτουργία τους ανάλογα με τα πραγματικά φορτία που απαιτούνται και να επισκευάζονται έγκαιρα οι πιθανές διαρροές ή/και να υπάρχει επάρκεια φυσικού φωτισμού (π.χ. σχεδιασμός ή και βάψιμο των χώρων ώστε να εκμεταλλεύονται το φυσικό φωτισμό και να βελτιώνουν την ανάκλαση) ή/και χρήση του υγραερίου ως βασικό καύσιμο στις κουζίνες στις περιπτώσεις που αυτό είναι δυνατόν ή/και εγκατάσταση λαμπτήρων εξοικονόμησης ενέργειας σε όλους τους χώρους της επιχείρησης (και στους εξωτερικούς εφόσον υφίστανται) ή/και μείωση ενεργειακής απόδοσης των ενεργοβόρων συσκευών (π.χ. ψυγεία, πλυντήρια κλπ.) ή/και παρακολούθηση των καταναλώσεων και άμεση δράση σε περιπτώσεις υψηλής κατανάλωσης θέρμανσης, κλιματισμού και φωτισμού ή/και εγκατάσταση ηλιακών θερμοσιφώνων με τέτοιο τρόπο ώστε να μην προσβάλλεται η αισθητική του περιβάλλοντα χώρου ή/και εφόσον πρόκειται για νέες κατασκευές, να τηρούνται αυστηρά οι προδιαγραφές θερμομόνωσης, φυσικού αερισμού και δροσισμού με στόχο την αποφυγή εγκατάστασης κλιματιστικών. Σε περίπτωση που η εγκατάσταση κλιματιστικών μηχανημάτων είναι απαραίτητη, η εξωτερική μονάδα πρέπει να τοποθετηθεί έτσι ώστε να μην αλλοιώνεται η αισθητική του κτιρίου κλπ. Λοιπές μέθοδοι μείωσης κατανάλωσης φυσικών πόρων είναι αποδεκτές.

⁸ Ενδεικτικά αναφέρονται: στοιχεία και εργαλεία των παραδοσιακών παραγωγικών διαδικασιών και της αγροτικής κληρονομιάς, φωτογραφικό και άλλο υλικό προβολής της περιοχής, εικαστικά θέματα, όπως ζωγραφικοί πίνακες και άλλα έργα τέχνης από ντόπιους καλλιτέχνες

- VIII. Να υπάρχει ειδική διαδικασία για την εξασφάλιση της ικανοποίησης των πελατών και της διαχείρισης των παραπόνων τους⁹.
- IX. Να γίνεται χρήση βιολογικών προϊόντων ως πρώτες ύλες.
- X. Να γίνεται χρήση οικολογικών καθαριστικών.
- XI. Η επιχείρηση να συμμετέχει σε εθελοντικές κινήσεις, δίκτυα συνεργασίας, κινήσεις πολιτών και θεματικά δίκτυα και/ή να υποστηρίζει τοπικούς φορείς, συλλόγους, συνεταιρισμούς ή κοινωνικές επιχειρήσεις στο έργο τους.
- XII. Στην επιχείρηση να υπάρχει προθήκη προβολής τοπικών προϊόντων.
- XIII. Από το σύνολο των προϊόντων που χρησιμοποιεί η επιχείρηση, τουλάχιστον το 40% να αποτελείται από πιστοποιημένα με το σήμα προϊόντα.

4.5 ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΣΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός του λογοτύπου είναι να διαφοροποιήσει την υπόσταση που αντιπροσωπεύει σε σχέση με άλλες παρόμοιες και να την κάνει αναγνωρίσιμη στο κοινό.

Τα γεωπάργα Σητείας και Ψηλορείτη τα οποία ήδη έχουν αναπτύξει και εφαρμόζουν προδιαγραφές σήματος ποιότητας τοπικών προϊόντων-υπηρεσιών αγροτουρισμού χρησιμοποιούν ως λογότυπο το σήμα του γεωπάρκου. Πρόκειται για μια επιτυχημένη μέθοδο καθώς έχει συνδυαστικά αποτελέσματα. Χρησιμοποιώντας το ήδη υπάρχον λογότυπο του γεωπάρκου δεν προστίθεται ακόμα ένα λογότυπο στο σύνολο των λογοτύπων που κυκλοφορούν στην αγορά. Παράλληλα αυξάνεται η αναγνωρισιμότητα του γεωπάρκου ενώ ταυτόχρονα πιστοποιούνται τα προϊόντα-υπηρεσίες αγροτουρισμού ως γνήσιοι εκπρόσωποι της «ταυτότητας» της περιοχής τους. **Επομένως, είναι δόκιμο ως λογότυπο για το σήμα ποιότητας να χρησιμοποιείται κάθε φορά το σήμα του εκάστοτε γεωπάρκου.**

Στα πλαίσια της παρούσας συνεργασίας προτείνεται το σήμα ποιότητας προϊόντων-υπηρεσιών αγροτουρισμού των συνεργαζόμενων γεωπάρκων να χρησιμοποιείται επαυξημένο με την προσθήκη του λογοτύπου του σχεδίου διατοπικής συνεργασίας, που σχεδιάστηκε ειδικά για την μελέτη αυτή και παρουσιάζεται στην Εικόνα 19. Το λογότυπο αυτό βασίζεται στην απεικόνιση του πολύτιμου λίθου. Οι πολύτιμοι λίθοι συμβολίζουν στην συνείδηση των ανθρώπων την ποιότητα και την καθαρότητα που δημιουργείται από τη φύση αλλά αναδεικνύεται και προστατεύεται από τον άνθρωπο. Συνδέεται έτσι άμεσα τόσο με την γεωλογία που είναι ο θεμέλιος λίθος των γεωπάρκων αλλά και με τον άνθρωπο.

Ο σχεδιασμός του λογοτύπου έχει γίνει σύμφωνα με τον νόμο 2239/1994 "Νέο Θεσμικό Νόμο περί Σημάτων", Άρθρο 6, Παράγραφος 1, και πληροί τις προδιαγραφές εγκυρότητας, σύμφωνα με τους απόλυτους λόγους απαραδέκτου που αναφέρει ο Νόμος 2239/1994, Άρθρο 3, Παράγραφος 1, 2 & 3, και τους σχετικούς λόγους απαραδέκτου που αναφέρει ο Νόμος 2239/1994, Άρθρο 4, Παράγραφος 1, 2, 3 & 4 και το Άρθρο 5. Σημειώνεται ότι για την νόμιμη χρήση και την εξασφάλιση των δικαιωμάτων

⁹ Μπορεί να συμπεριλαμβάνονται κουτί παραπόνων, σύστημα επικοινωνίας με την επιχείρηση, συμμετοχή σε ιστότοπους αξιολογήσεων (π.χ. TripAdvisor, Google Reviews, Booking.com, Yelp, Airbnb κλπ).

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

του κατόχου του σήματος αυτό πρέπει να κατοχυρωθεί με σχετική αίτηση εκ μέρους του κατόχου στην Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων.

Η χρήση του λογότυπου διέπεται από κανόνες που διασφαλίζουν ότι το λογότυπο χρησιμοποιείται με συνέπεια, αναγνωρισιμότητα και σεβασμό προς την ταυτότητα του γεωπάρκου που εκπροσωπεί. Το λογότυπο του διατοπικού σχεδίου θα τοποθετείται ως προσθήκη σε συγκεκριμένο σημείο του λογότυπου του εκάστοτε γεωπάρκου. Το λογότυπο αυτό πρέπει να χρησιμοποιείται πάντα με ελάχιστο μέγεθος που καλύπτει το 1/3 του λογότυπου του εκάστοτε γεωπάρκου κρατώντας σταθερές αναλογίες. Τα διαθέσιμα χρώματα είναι αυτά που φαίνονται στην Εικ. 19 καθώς και η ασπρόμαυρη εκδοχή σε περίπτωση ανάγκης. Δεν επιτρέπονται παραμορφώσεις, αλλαγές στις αναλογίες, προσθήκη ή αφαίρεση στοιχείων από το λογότυπο.



Εικόνα 10: Προτεινόμενα σήματα ποιότητας στα πλαίσια του σχεδίου διατοπικής συνεργασίας.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Στην Εικόνα 20 παρουσιάζονται παραδείγματα εφαρμογής του λογότυπου της διατοπικής συνεργασίας σε συνδυασμό με τα σήματα των συνεργαζόμενων γεωπάρκων. Η χρήση του λογότυπου αυτού είναι υποχρεωτική μόνο στις περιπτώσεις όπου παρουσιάζεται το σήμα ποιότητας ως μέρος του διατοπικού σχεδίου.

Τα προτεινόμενα σήματα παρουσιάστηκαν σε εκδήλωση που διοργανώθηκε από την Αναπτυξιακή Λασιθίου. Συμμετείχαν εκπρόσωποι τοπικών φορέων και επιχειρήσεων. Ως επικρατέστερη εκδοχή του σήματος «ψηφίστηκε» η εκδοχή Α. Αντίθετα η Αναπτυξιακή Ηπείρου θεωρεί ως καταλληλότερη την εκδοχή Β. Δεδομένου ότι η εκδοχή Α προέκυψε μετά από ψηφοφορία ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων προτείνεται η χρήση της. Η τελική απόφαση θα μπορούσε να προκύψει και μετά από συμβουλευτική από γραφίστα.



Εικόνα 11: Τα σήματα των γεωπάρκων με την προσθήκη των προτεινόμενων σημάτων ποιότητας της διατοπικής συνεργασίας

4.9 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΩΝ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ

Ο διαχειριστής του εκάστοτε γεωπάρκου δεσμεύεται να προωθεί τα προϊόντα και τις επιχειρήσεις που έχουν λάβει την άδεια χρήσης του Σήματος μέσω συγκεκριμένων δραστηριοτήτων και πρωτοβουλιών επικοινωνίας/προώθησης. Συγκεκριμένα δεσμεύεται:

- Να διασφαλίζει ότι η επιχείρηση συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις για την ορθή χρήση του σήματος.
- Να παρέχει στην συνεργαζόμενη επιχείρηση τον απαραίτητο εξοπλισμό για την σήμανση της επιχείρησης. Προτείνεται ο εξοπλισμός αυτός να είναι κατασκευασμένος από βιώσιμα υλικά και να είναι δυνατή η εύκολη αντικατάστασή του σε περίπτωση αλλαγών (π.χ. διαφανή αυτοκόλλητα σε ειδικά σχεδιασμένες βάσεις κλπ). Επίσης προτείνεται ο εξοπλισμός αυτός να παραδίδεται σε δύο τουλάχιστον αντίτυπα, ένα σε σταθερή βάση για τοποθέτηση στην επιχείρηση και ένα σε κινητή για χρήση σε εκθέσεις, πανηγύρια και λοιπές εκδηλώσεις.
- Να παρέχει στην επιχείρηση ενημερωτικό υλικό που αφορά το σήμα ποιότητας, τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις και εν γένει την περιοχή του γεωπάρκου. Το υλικό αυτό μπορεί να παραδίδεται σε ψηφιακή μορφή (ψηφιακά φυλλάδια) για χρήση σε ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οθόνες προβολής και στο μέτρο του δυνατού σε έντυπη μορφή.
- Να διατηρεί στην ιστοσελίδα του χώρο ειδικά αφιερωμένο στο σήμα ποιότητας, την διαδικασία απόκτησης και τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις (συμπεριλαμβανομένων των στοιχείων επικοινωνίας τους και της ιστοσελίδα τους-εφόσον υπάρχει).
- Να διοργανώνει δράσεις προβολής και δικτύωσης (τουλάχιστον δύο ανά έτος) όπως συμμετοχή σε εθνικές και διεθνείς εκθέσεις, δράσεις διαδικτυακής προβολής σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης κλπ.
- Να διοργανώνει τουλάχιστον ετησίως σεμινάρια σχετικά με το σήμα ποιότητας με σκοπό την ενημέρωση, την στοχοθέτηση, την δικτύωση και την ανταλλαγή ιδεών και καλών πρακτικών μεταξύ των επιχειρήσεων που κατέχουν το σήμα και των στελεχών του γεωπάρκου.
- Να λειτουργεί ως μεσάζων ανάμεσα στην κοινωνία και τις τοπικές αρχές, αναλαμβάνοντας την ευθύνη να επικοινωνεί τα προβλήματα και τις ανάγκες που προκύπτουν.
- Να επανεξετάζει τα κριτήρια απονομής του σήματος τουλάχιστον κάθε τρία χρόνια, να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες που προκύπτουν και να προσαρμόζει κατάλληλα το σύστημα απονομής του σήματος. Για τις αλλαγές ο χρήστης του σήματος θα ενημερώνεται εγγράφως και θα δηλώνει εάν αποδέχεται την συνέχιση της συνεργασίας υπό τους νέους όρους.
- Να χρησιμοποιεί προϊόντα/υπηρεσίες επιχειρήσεων που κατέχουν το σήμα σε εκδηλώσεις που οργανώνονται από το γεωπάρκο (εφόσον υπάρχουν τα αντίστοιχα προϊόντα/υπηρεσίες).

4.10 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ

Η διαδικασία για την χορήγηση του σήματος, περιλαμβάνει τα εξής βήματα:

- Υποβολή φακέλου αίτησης από την επιχείρηση ο οποίος θα περιλαμβάνει το έντυπο της αίτησης και τα επισυναπτόμενα δικαιολογητικά (ο φάκελος μπορεί να έχει και ψηφιακή μορφή). Σε περίπτωση ελλιπών δικαιολογητικών ο ελεγκτής δικαιούται να ζητήσει επιπλέον πληροφορίες.
- Έλεγχος του φακέλου από εξουσιοδοτημένο προσωπικό (ελέγχονται τα φυσικά δικαιολογητικά καθώς και οι διαδικτυακές πληροφορίες).
- Επιτόπιος έλεγχος από εξουσιοδοτημένο προσωπικό.
- Συμπλήρωση πρωτοκόλλου επιλεξιμότητας (με σημείωση των κριτηρίων που πληρούνται).
- Έγκριση απονομής σήματος ποιότητας, εξόφληση αντίτιμου¹² και υπογραφή συμφωνητικού

Ο έλεγχος επιλεξιμότητας των νέων επιχειρήσεων για απονομή του σήματος πραγματοποιείται ετησίως (κατά προτίμηση σε συγκεκριμένο και προγραμματισμένο χρονικό διάστημα) από:

- Εξουσιοδοτημένο προσωπικό του γεωπάρκου (προτιμάται σε περίπτωση που δεν υπάρχει αντίτιμο) ή
- Εξειδικευμένους εξωτερικούς συνεργάτες (προτιμάται σε περίπτωση όπου υπάρχει αντίτιμο το οποίο χρησιμοποιείται για την αντίστοιχη παροχή υπηρεσίας)

Οι υπεύθυνοι για τον έλεγχο θα πρέπει να είναι γνώστες των αρχών και κανόνων λειτουργίας των γεωπάρκων και κατά προτίμηση να είναι γνώστες των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της εκάστοτε περιοχής ώστε να μπορούν να εκτιμήσουν τόσο την ικανοποίηση των κριτηρίων όσο και την σωστή εφαρμογή εκείνων των σημείων του κώδικα ηθικής που αφορούν στον σεβασμό των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της. Σε περίπτωση που οι ελεγκτές είναι τρίτο φυσικό πρόσωπο απαιτείται η διενέργεια εκπαιδευτικού σεμιναρίου σχετικά με τους κανόνες, τις αρχές και τον τρόπο εφαρμογής του σήματος ποιότητας που θα διοργανώνεται από την διαχειριστική αρχή του γεωπάρκου.

Η διάρκεια ισχύος του σήματος είναι δύο χρόνια. Μετά την λήξη του διαστήματος αυτού η επιχείρηση εφόσον θέλει να διατηρήσει την χρήση του σήματος θα πρέπει να κάνει εκ νέου αίτηση.

Κατά τη διάρκεια ισχύος της άδειας χρήσης του σήματος, ο διαχειριστής του γεωπάρκου διατηρεί το δικαίωμα να πραγματοποιεί ελέγχους, είτε άμεσα είτε μέσω τρίτων, σε τυχαία δείγματα από τους χώρους παραγωγής, επεξεργασίας, μεταποίησης και εμπορίας των προϊόντων που αποτελούν αντικείμενο της χορήγησης άδειας χρήσης του Σήματος. Σε περίπτωση που διαπιστωθεί παραβίαση των διατάξεων του παρόντος κανονισμού, αφαιρείται η άδεια χρήσης του σήματος και η απόφαση κοινοποιείται εγγράφως στην επιχείρηση με σχετική τεκμηρίωση

¹² Εφόσον έχει οριστεί αντίτιμο

ή εναλλακτικά

Σε περίπτωση που διαπιστωθεί παραβίαση των διατάξεων του παρόντος κανονισμού, οι εξουσιοδοτημένοι ελεγκτές αποστέλλουν επιστολή με επισήμανση των προβλημάτων. Η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να συμμορφωθεί με τις υποδείξεις σε διάστημα ενός χρόνου. Σε περίπτωση που μετά την διέλευση του διαστήματος αυτού δεν έχει υπάρξει σχετική συμμόρφωση, αφαιρείται η άδεια χρήσης του σήματος και η απόφαση κοινοποιείται εγγράφως στην επιχείρηση με σχετική τεκμηρίωση.

Η επιχείρηση έχει το δικαίωμα να παραιτηθεί από τη χρήση του Σήματος σε περίπτωση που το επιθυμεί. Η απόφαση αυτή πρέπει να κοινοποιηθεί με αποστολή σχετικής αίτησης στον διαχειριστή του γεωπάρκου.

Σε περίπτωση ακύρωσης ή παραίτησης, ο δικαιούχος υποχρεούται να αποσύρει άμεσα κάθε κατάλογο, φυλλάδιο, συσκευασία, ετικέτα ή άλλο προωθητικό/εμπορικό υλικό που έχει παραχθεί με τη χρήση του Σήματος, όπως ορίζεται στον παρόντα κανονισμό.

5.0 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Με σκοπό την μέγιστη δυνατή απήχηση του σήματος ποιότητας των γεωπάρκων προτείνεται η ανάπτυξη δράσεων που αφορούν:

- Την εντατικοποίηση των δράσεων προβολής και προώθησης (π.χ. τοπικές, εθνικές και διεθνείς εκθέσεις, εκδηλώσεις, δημιουργία και διάθεση ψηφιακού και έντυπου ενημερωτικού υλικού, διαφημιστικές εκστρατείες σε μέσα μαζικής ενημέρωσης κλπ) του σήματος ποιότητας και των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων με ταυτόχρονη ενημέρωση για την ύπαρξη και τον σκοπό του γεωπάρκου και τα βασικά του χαρακτηριστικά (χρήση της έννοιας της ιδιαίτερης «ταυτότητας»). Ιδιαίτερα, οι δράσεις προβολής του ίδιου του θεσμού των γεωπάρκων βοηθούν στην αναγνωρισιμότητά τους και επομένως βοηθούν έμμεσα στην αναγνωρισιμότητα του σήματος.
- Την εντατικότερη ενημέρωση των επιχειρήσεων σχετικά με τον σκοπό και τον τρόπο χρήσης του σήματος ώστε να είναι σε θέση να το εκπροσωπούν με έναν ολοκληρωμένο τρόπο. Η ενημέρωση αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί σε ένα ευρύτερο πεδίο μέσα από επικοινωνία και επίσημη συνεργασία με τους εκπροσώπους τους όπως για παράδειγμα το εμπορικό επιμελητήριο και οι τοπικοί εμπορικοί σύλλογοι (αποστολή μαζικών e-mail και διοργάνωση κοινών εκδηλώσεων).
- Την διοργάνωση τακτικών και προγραμματισμένων σεμιναρίων και συναντήσεων εργασίας με σκοπό την επίλυση προβλημάτων, την ανταλλαγή ιδεών και την εισαγωγή καινοτόμων δράσεων για την προώθηση του σήματος και των τοπικών επιχειρήσεων και την ενσωμάτωση των στοιχείων της γεωποικιλότητας προς όφελος των επιχειρήσεων. Είναι σημαντικό να κεφαλαιοποιηθεί η εμπειρία που έχει αποκτηθεί μέσα από την επικοινωνία με τα μέλη του Ευρωπαϊκού και Παγκόσμιου δικτύου που έχουν αναπτύξει παρόμοιες πρωτοβουλίες.

- Την ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας μεταξύ των επιχειρηματιών του ίδιου γεωπάρκου αλλά και πέρα από αυτό μεταξύ διαφορετικών δικτύων σημάτων ποιότητας για ανάπτυξη συνεργιών. Πιο συγκεκριμένα στα πλαίσια της παρούσας εμπειρογνωμοσύνης προτείνεται η ανάπτυξη δικτύου συνεργασίας μεταξύ των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων των διαφορετικών γεωπάρκων. Μία τέτοια συνεργασία θα μπορούσε να δημιουργήσει ευκαιρίες προβολής και εισόδου σε νέες αγορές. Με παρόμοιο τρόπο θα μπορούσαν τα γεωπάρκα να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που τους δίνονται μέσω του Ευρωπαϊκού και του Παγκόσμιου Δικτύου γεωπάρκων.
- Την εντατικοποίηση εκπροσώπησης του γεωπάρκου στους θεσμούς ώστε να αυξηθεί η εμπιστοσύνη τους προς τα γεωπάρκα και να ενσωματωθούν στα τακτικά τους καθήκοντα. Απαραίτητη είναι επίσης η θεσμοθέτηση των γεωπάρκων.
- Την συνεργασία με εξειδικευμένα εκπαιδευτικά ιδρύματα που μπορούν να παρέχουν συμβουλευτική όπως για παράδειγμα πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και τεχνολογικά ιδρύματα που έχουν τεχνογνωσία σε τομείς όπως η αειφορία, η γεωλογία, η διαχείριση φυσικών πόρων, η περιβαλλοντική επιστήμη, ο τουρισμός και η τοπική ανάπτυξη. Σχολές και τμήματα που ειδικεύονται στη γεωργία, την αγροτική ανάπτυξη και την παραγωγή τοπικών προϊόντων μπορούν να βοηθήσουν στην πιστοποίηση τοπικών προϊόντων με βάση αειφορικές και ποιοτικές προδιαγραφές (γεωπονικά τμήματα). Η συνεργασία με τέτοιου είδους εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα μπορεί να ενισχύσει την αξιοπιστία και την επιστημονική βάση του σήματος ποιότητας, ενώ παράλληλα θα συμβάλλει στην εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση της επόμενης γενιάς επαγγελματιών και επιστημόνων σχετικά με την αξία των γεωπάρκων.
- Την εναρμόνιση του σήματος ποιότητας του κάθε γεωπάρκου με επίσημα σήματα ποιότητας που θα αναπτυχθούν από το Ευρωπαϊκό ή/και Παγκόσμιο Δίκτυο Γεωπάρκων και την χρήση των σημάτων αυτών με σκοπό την κεφαλαιοποίηση της εμπειρίας από την συμμετοχή στα σχετικά δίκτυα και την διεθνή πιστοποίηση και προβολή των προϊόντων/υπηρεσιών.

6.0 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εμπειρογνωμοσύνη, καθίσταται σαφές ότι η καθιέρωση ενός σήματος ποιότητας για προϊόντα και υπηρεσίες γεωπάρκων αποτελεί ένα σημαντικό βήμα προς την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης και της βιώσιμης διαχείρισης των φυσικών και πολιτισμικών πόρων. Μέσω αυτής της πρωτοβουλίας, διασφαλίζεται η υψηλή ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ παράλληλα ενισχύεται η προβολή των γεωπάρκων ως πρότυπα περιοχών που συνδυάζουν τον τουρισμό, την εκπαίδευση και την περιβαλλοντική προστασία.

Η εφαρμογή του σήματος ποιότητας μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων, προσφέροντας κίνητρα για καινοτομία, ενώ παράλληλα προστατεύει και αναδεικνύει τον ιδιαίτερο φυσικό πλούτο των γεωπάρκων. Η αυστηρή τήρηση των κριτηρίων που θα

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

καθοριστούν για το σήμα ποιότητας θα εγγυάται την αξιοπιστία του και θα ενδυναμώνει την εμπιστοσύνη των επισκεπτών και των καταναλωτών.

Τέλος, η συνεργασία των διαφόρων εμπλεκόμενων φορέων, όπως τοπικές κοινότητες, παραγωγοί, φορείς διαχείρισης και εκπαιδευτικά ιδρύματα, θα αποτελέσει τον θεμέλιο λίθο για την επιτυχή υλοποίηση και συνεχή βελτίωση του σήματος ποιότητας, ενισχύοντας μακροπρόθεσμα τη βιωσιμότητα και τη μοναδικότητα των γεωπάρκων.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Βιβλιογραφία

Carpenter, M., Larceneux, F., 2008. Label equity and the effectiveness of values-based labels: an experiment with two French Protected Geographic Indication labels. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), pp.499-507

Eckardt, C., 2007. Creating economic benefit by regional and international networking in the Global and European Geopark Bergstrasse-Odenwald, Germany. Abstracts of 7th European Geopark Network Open Conference, NW Highlands Geopark 10

Henchion, M., McIntyre, B., 2000. Regional Imagery and Quality Products: the Irish Experience. *British Food Journal*, 102(8), 630-644

Hutagalung, P.M., Nasution, Z., Ginting, N., 2024. The role of geological relationship and brand of geoproduct on regional development in Samosir Island of Geopark Caldera Toba with mediating method. *GeoJournal of Tourism & Geosites*, 52(1)

Ilbery, B., Kneafsey, M., 1998. Promoting Quality Products and Services in the Lagging Rural Regions of the European Union. *European Urban and Regional Studies*, 5(4), 329-341.

Kajima, S., Tanaka, Y., Uchiyama, Y., 2017. Japanese sake and tea as place-based products: a comparison of regional certifications of globally important agricultural heritage systems, geopark, biosphere reserves, and geographical indication at product level certification. *Journal of Ethnic Foods*, 4(2), 80-87

Košičiarová, I., Nagyová, Ľ., Holienčinová, M., Rybanská, J., 2016. Quality Label as the Guarantee of Higher Quality of Food—A Case Study of Slovak Food Market. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 220, pp.200-209.

Lorenzini, E., 2011. Territory branding as a strategy for rural development: experiences from Italy.

Marques, R. T., 2007. Sustainable tourism and certification in Geopark Naturtejo: A case study. Paper presented at 7th European Geopark Network Open Conference, HighLands Geopark, NW.

McKeever, P. J., Zouros, N., 2005. Geoparks: Celebrating Earth heritage, sustaining local communities. *Episodes*, 28(4), 274–278.

Ramos, E., Garrido, D., 2014. Towards a " 2nd Generation" of Quality Labels: a Proposal for the Evaluation of Territorial Quality Marks. *Cuadernos de desarrollo rural*, 11(74), pp.101-123.

Velčovská, Š., Del Chiappa, G., 2015. The food quality labels: Awareness and willingness to pay in the context of the Czech Republic. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 63(2), pp.647-658.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

-ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

-ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

-ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΩΝ (ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΤΗΤΑΣ)

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO

«ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η έρευνα αυτή διεξάγεται στα πλαίσια του Σχεδίου Διατοπικής Συνεργασίας με τίτλο «ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO» και πιο συγκεκριμένα του έργου «Εμπειρογνωμοσύνη για τις προδιαγραφές - κριτήρια αξιολόγησης και σχεδιασμός ειδικού σήματος για τοπικά προϊόντα-υπηρεσίες αγροτουρισμού». Σκοπός του έργου είναι η μελέτη των προδιαγραφών που απαιτούνται για την ανάπτυξη/βελτίωση σήματος πιστοποίησης προϊόντων/υπηρεσιών επιχειρήσεων στις περιοχές των συνεργαζόμενων γεωπάρκων (Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Βίκου-Αώου, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Σητείας, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Χελμού – Βουραϊκού, Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Ψηλορείτη).

Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι η συλλογή σχετικών πληροφοριών και απόψεων από ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις. Οι πληροφορίες αυτές θα αποτελέσουν σημαντικό παράγοντα για την επιτυχή εφαρμογή/βελτίωση του σήματος ως εργαλείο βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης.

ΟΔΗΓΙΕΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1. Διαβάστε προσεκτικά κάθε ερώτηση πριν απαντήσετε.
2. Απαντήστε μόνο στις ερωτήσεις που σας αφορούν και αφήστε τις υπόλοιπες κενές.
3. Επιλέξτε την απάντηση που ανταποκρίνεται καλύτερα στην άποψή σας.
4. Σημειώστε όλες τις επιλογές που ισχύουν στις ερωτήσεις με πολλαπλές απαντήσεις.
5. Απαντήστε ειλικρινά και με βάση τη δική σας εμπειρία και γνώση.
6. Μη διστάσετε να χρησιμοποιήσετε το χώρο για σχόλια όπου παρέχεται, για να εκφράσετε πρόσθετες σκέψεις.
7. Σε περίπτωση αποριών ή αν κάποιο σημείο δεν είναι σαφές, επικοινωνήστε μαζί μας για διευκρινίσεις (e-mail: penelpapadop@upatras.gr).

Η συμμετοχή σας είναι πολύτιμη και βοηθάει στη βελτίωση των υπηρεσιών μας.

Σας ευχαριστούμε!

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

- Ποια είναι η κύρια δραστηριότητα της επιχείρησής σας;
Τοπικά προϊόντα
Τουριστικές Υπηρεσίες
Άλλο
- Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρησή σας;
Παρακαλώ συμπληρώστε:
- Ανήκει η επιχείρησή σας στις μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις?*

 - Πολύ μικρή
 - Μικρή
 - Μεσαία
 - Άλλο

*Μια μικρή επιχείρηση απασχολεί έως 10 εργαζόμενους και έχει κύκλο εργασιών έως 2 εκατομμύρια ευρώ. Μια μεσαία **επιχείρηση** απασχολεί έως 250 εργαζόμενους, έχει κύκλο εργασιών έως 50 εκατομμύρια ευρώ και συνολικό ισολογισμό έως 43 εκατομμύρια ευρώ. Μια μικρή **επιχείρηση** απασχολεί έως 50 εργαζόμενους και έχει κύκλο εργασιών ή συνολικό ισολογισμό έως 10 εκατομμύρια ευρώ

- Ποια μέσα χρησιμοποιείτε για την προώθηση των προϊόντων/υπηρεσιών σας;
 - Ιστοσελίδα (Website):
 - Μηχανές Αναζήτησης (Search Engines):
 - Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media):
 - Email Marketing:
 - Online Διαφήμιση:
 - Influencer Marketing:
 - Τηλεόραση:
 - Ραδιόφωνο:
 - Διαφημίσεις σε εφημερίδες, περιοδικά, φυλλάδια και καταλόγους:
 - Διαφημιστικές πινακίδες, αφίσες, και διαφημίσεις σε δημόσιους χώρους:
 - Αποστολή έντυπων φυλλαδίων και διαφημιστικών καταλόγων:
 - Φυσικά Καταστήματα:
 - Πώληση μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων (π.χ. Amazon, eBay):
 - Πλατφόρμες όπου μικρές επιχειρήσεις μπορούν να προωθήσουν τα προϊόντα τους:
 - Καταστήματα Χονδρικής:
 - Απευθείας πώληση από εκπροσώπους της επιχείρησης στον τελικό καταναλωτή ή σε επιχειρήσεις:
 - Εκθέσεις και Events:
 - Συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις για την προώθηση προϊόντων/υπηρεσιών σε νέες αγορές ή κοινό:
 - Δίκτυα Αντιπροσώπων:

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

- Δελτία Τύπου: Αποστολή πληροφοριών και νέων σχετικά με την επιχείρηση στα μέσα ενημέρωσης:
- Εκδηλώσεις: Οργάνωση ή συμμετοχή σε εκδηλώσεις που ενισχύουν την εικόνα της επιχείρησης:
- Άλλο

- Ποιες είναι οι πρωτοβουλίες της επιχείρησής σας σε θέματα βιωσιμότητας;
 - Χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας:
 - Βελτίωση Ενεργειακής Απόδοσης:
 - Ενεργειακή Πιστοποίηση Κτιρίων:
 - Ανακύκλωση:
 - Μείωση Πλαστικών:
 - Διαχείριση Επικίνδυνων Αποβλήτων:
 - Επιλογή Πράσινων Προμηθευτών:
 - Χρήση Βιώσιμων Υλικών (υλικά που μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν/ ανακυκλωθούν):
 - Ηθική Προμήθεια (Διασφάλιση ότι τα προϊόντα και οι πρώτες ύλες προέρχονται από πηγές που τηρούν ηθικές πρακτικές, όπως δίκαιο εμπόριο και εργασιακά δικαιώματα):
 - Μείωση Εκπομπών Άνθρακα:
 - Προγράμματα Αντισταθμιστικών Μέτρων (Carbon Offsetting):
 - Εκπαίδευση Προσωπικού (Παροχή εκπαιδευτικών προγραμμάτων και σεμιναρίων στο προσωπικό σχετικά με βιώσιμες πρακτικές και τον τρόπο εφαρμογής τους στην καθημερινή εργασία):
 - Ενημέρωση Καταναλωτών (Ενημέρωση των πελατών για τις βιώσιμες πρακτικές της επιχείρησης και πώς μπορούν να συμβάλλουν και αυτοί στη βιωσιμότητα):
 - Εσωτερικές Εκστρατείες (Διοργάνωση εκστρατειών ευαισθητοποίησης για την προώθηση της περιβαλλοντικής συνείδησης εντός της επιχείρησης):
 - Επενδύσεις σε Τοπικές Κοινότητες (Συμμετοχή σε προγράμματα που στηρίζουν την ανάπτυξη και την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων):

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Υποστήριξη Κοινωνικών Προγραμμάτων (Συνεργασία με ΜΚΟ ή άλλους οργανισμούς για την υποστήριξη κοινωνικών και περιβαλλοντικών προγραμμάτων):

Eco-friendly Προϊόντα:

Κυκλική Οικονομία (Υιοθέτηση πρακτικών που προωθούν την επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση και ανακατασκευή προϊόντων):

Άλλο:

- Γνωρίζετε τι είναι ένα σήμα πιστοποίησης προϊόντων-Υπηρεσιών?
ΝΑΙ
ΟΧΙ
- Τα προϊόντα/υπηρεσίες που παρέχετε πιστοποιούνται από κάποιο σήμα (εκτός σήματος γεωπάρκου)?
ΟΧΙ
ISO, CE, HACCP, κλπ.
ΠΟΠ, ΠΓΕ
Τοπικό σήμα (π.χ. ΚΡΗΤΗ κλπ)
Geofood
Q, κλπ
Άλλο
- Γνωρίζετε ότι η επιχείρησή σας βρίσκεται σε ένα Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO?
ΝΑΙ
ΟΧΙ
- Ποια είναι η άποψή σας για τα γεωπάρκα ως θεσμό?
Παρακαλώ συμπληρώστε:

- Γνωρίζετε το σκοπό της λειτουργίας ενός γεωπάρκου?
ΝΑΙ
ΟΧΙ
- Συνάδει με τις γενικές αρχές της επιχείρησής σας?
ΝΑΙ
ΟΧΙ
- Σε ποιο γεωπάρκο βρίσκεται η επιχείρησή σας;
Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Βίκου-Αώου

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Σητείας

Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Χελμού – Βουραϊκού

Παγκόσμιο Γεωπάρκο UNESCO Ψηλορείτη

- Παρατηρήσεις που δεν καλύπτονται από τις παραπάνω ερωτήσεις:
Παρακαλώ συμπληρώστε:

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΤΟ ΣΗΜΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΠΑΡΚΟΥ

- Πότε λάβατε την πιστοποίηση για πρώτη φορά?
Παρακαλώ συμπληρώστε:
- Από πού ενημερωθήκατε σχετικά με την ύπαρξη του σήματος πιστοποίησης?
Από το προσωπικό του γεωπάρκου
Από την ιστοσελίδα του γεωπάρκου
Από τα τοπικά ΜΜΕ
Από γνωστούς/συναδέλφους
Άλλο
- Έχετε λάβει συμβουλευτική υποστήριξη ή εκπαίδευση σχετικά με την πιστοποίηση;
ΝΑΙ
ΟΧΙ
- Είστε ικανοποιημένοι με την διαδικασία λήψης/ανανέωσης του σήματος;
ΝΑΙ
ΟΧΙ
- Τι θα θέλατε να αλλάξει στην διαδικασία αυτή?
Απλοποίηση διαδικασιών
Εντατικότεροι/Συχνότεροι έλεγχοι
Λιγότεροι έλεγχοι
Αλλαγές στο αντίτιμο
Σαφέστεροι όροι
Άλλο
- Πόσο συχνά ενημερώνετε τους πελάτες σας σχετικά με το γεωπάρκο και την πιστοποίηση;
Πάντα
Συχνά
Σπάνια
Καθόλου
- Με ποιο τρόπο ενημερώνετε τους πελάτες σας σχετικά με το γεωπάρκο και την πιστοποίηση;
Απευθείας προφορική ενημέρωση
Μέσω φυλλαδίων
Άλλο
- Πόσο συχνά σας ρωτάνε οι πελάτες σας σχετικά με την πιστοποίηση;
Συχνά
Σπάνια
Καθόλου
- Τι προσδοκίες είχατε πριν από την λήψη του σήματος πιστοποίησης και σχετικά με αυτό?
Αύξηση πωλήσεων

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

Βελτίωση ποιότητας
Ενίσχυση αξιοπιστίας
Είσοδος σε νέες αγορές
Ενίσχυση τοπικής συνείδησης
Άλλο

- Τι οφέλη σας έχει προσκομίσει η λήψη της πιστοποίησης?
Αύξηση πωλήσεων
Βελτίωση ποιότητας
Ενίσχυση αξιοπιστίας
Είσοδος σε νέες αγορές
Ενίσχυση τοπικής συνείδησης
Άλλο
- Πώς θα αξιολογούσατε τα αποτελέσματα της χρήσης της πιστοποίησης σε σχέση με τις αρχικές σας προσδοκίες;
Πολύ θετικά
Μέτρια θετικά
Ουδέτερα
Αρνητικά
- Όσον αφορά τις υποχρεώσεις του γεωπάρκου προς εσάς, τι θα θέλατε να προστεθεί/αλλάξει για να είναι περισσότερο αποδοτική η συνεργασία?
Εντατικοποίηση εκπαίδευσης
Παροχή περισσότερου διαφημιστικού υλικού σχετικά με την πιστοποίηση
Παροχή περισσότερου ενημερωτικού υλικού σχετικά με το γεωπάρκο
Εντατικοποίηση ενεργειών προώθησης
Διοργάνωση δικτύων συνεργασίας
Άλλο
- Πόσο συχνά συμμετέχετε σε δράσεις του γεωπάρκου?
Συχνά
Σπάνια
Καθόλου

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ, ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΩΝ ΓΕΩΠΑΡΚΩΝ ΤΗΣ UNESCO: «ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΣΥΝΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ»

- Συμφωνείτε με την καταβολή συμβολικού αντίτιμου* προκειμένου να λάβετε/ανανεώσετε το σήμα πιστοποίησης?

ΝΑΙ

ΟΧΙ

*Το συμβολικό αντίτιμο μπορεί να ανέρχεται σε 50 έως 100 τον χρόνο και τα έσοδα από αυτό θα επαναπροωθούνται στην διαδικασία ελέγχου των αιτήσεων πιστοποίησης.

- Θα προτείνετε την χρήση του σήματος σε συναδέλφους σας?

ΝΑΙ

ΟΧΙ

- Θα συμμετείχατε σε ένα δίκτυο παραγωγών μεταξύ των Ελληνικών ή και του Δικτύου των Παγκόσμιων Γεωπάρκων με σκοπό την προώθηση των προϊόντων/υπηρεσιών σας?

ΝΑΙ

ΟΧΙ

- Παρατηρήσεις που δεν καλύπτονται από τις παραπάνω ερωτήσεις:

Παρακαλώ συμπληρώστε:

ΤΕΛΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ψηφιακή συμπλήρωση ερωτηματολογίου: <https://forms.gle/QRKοBKPL1fAbDk7M>

	A	B	C	D	E
1			ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΟ	ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ
2	1. ΓΕΝΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ				
3		I	Μόνο οι παραγωγοί ή οι επιχειρήσεις που έχουν έδρα εντός του εδάφους του Γεωπάρκου επιτρέπεται να χρησιμοποιούν το λογότυπο ή εναλλακτικά Το σήμα μπορούν να παίρνουν επιχειρήσεις που εδράζονται εντός του γεωπάρκου ή περιμετρικά αυτού σε ακτίνα 10 m/km ή εναλλακτικά το σήμα μπορούν να παίρνουν επιχειρήσεις που έχουν έδρα εντός της περιοχής του γεωπάρκου και επιχειρήσεις που έχουν έδρα εκτός της περιοχής του γεωπάρκου αλλά αποδεδειγμένα χρησιμοποιούν πρώτες ύλες-υπηρεσίες που προέρχονται από την περιοχή του γεωπάρκου.	Αντίγραφο άδειας λειτουργίας σε ισχύ	
4		II	Η επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί σύμφωνα με το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο	Αντίγραφο άδειας λειτουργίας σε ισχύ	
5		III	Τουλάχιστον ένας εργαζόμενος ανά βάρδια να γνωρίζει την Αγγλική Γλώσσα	Επιτόπιος έλεγχος	
6		IV	Εφαρμογή δράσεων ανακύκλωσης (χαρτί ή/και πλαστικό ή/και αλουμίνιο ή/και γυαλί ή/και μπαταρίες ή/και μαγειρικά έλαια ή/ λαμπτήρες ή/και ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές). Κατ'ελάχιστον κάδοι ανακύκλωσης σε εμφανή σημεία για κάποια από τις κατηγορίες υλικών.	Επιτόπιος έλεγχος	
7		V	Η επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί όλο τον χρόνο (8 μήνες για την εστίαση και την διαμονή ή προσαρμοσμένη διάρκεια για ειδικού τύπου επιχειρήσεις π.χ. χιονοδρομικά κέντρα).	Αντίγραφο άδειας λειτουργίας σε ισχύ & επιτόπιος έλεγχος	
8	2. ΕΙΔΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ				
9	A		ΕΣΤΙΑΣΗ (συμπεριλαμβανομένων δομών εστίασης που συμπεριλαμβάνονται σε άλλες τουριστικές υποδομές)		
10		I	Να χρησιμοποιούνται κατά προτεραιότητα τοπικές πρώτες ύλες και συγκεκριμένα ένα μεγάλο ποσοστό (τουλάχιστον 15 πρώτες ύλες) των πρώτων υλών να προέρχεται από την περιοχή του εκάστοτε γεωπάρκου ή από την ευρύτερη περιοχή αυτού (σε επίπεδο Περιφέρειας). Σε περίπτωση που αυτό δεν είναι εφικτό (είτε για λόγους ανεπαρκούς παραγωγής είτε επειδή κάποιο βασικό προϊόν δεν παράγεται στην περιοχή), θα πρέπει να επιδιώκεται η κάλυψη της ανάγκης να είναι από άλλες περιοχές της Ελλάδας.	Αντίγραφο τιμολογίων αγοράς τοπικών πρώτων υλών	
11		II	Να προσφέρονται παραδοσιακά φαγητά και γλυκά (εδέσματα) που αποτελούν στοιχεία γαστρονομικής κληρονομιάς της κάθε περιοχής . Να μην επιτρέπονται ξενόφερτα εδέσματα π.χ. κρέπες, πίτσα ή εδέσματα που παραδοσιακά δεν ανήκουν στην παραδοσιακή κουζίνα και διατροφή π.χ. μουσακάς, παστίτσιο, σουβλάκι κ.λπ. ή εναλλακτικά τα ξενόφερτα εδέσματα να μην υπερβαίνουν ποσοστό 20% των προσφερόμενων εδεσμάτων.	Αντίγραφο καταλόγου	
12		III	Να προσφέρονται τοπικά παραγόμενα ποτά (εφόσον παράγονται παρόμοια στην περιοχή). Απαραίτητα να συμπεριλαμβάνονται τοπικές ποικιλίες κρασιού (τουλάχιστον 2).	Αντίγραφο καταλόγου	
13		IV	Απαγορεύεται η προμήθεια προϊόντων από άλλες περιοχές όταν η τοπική παραγωγή διακρίνεται για την ποιότητα και την αυθεντικότητα του συγκεκριμένου προϊόντος (ιδιαίτερα να υπάρχουν πιστοποιημένα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ).	Αντίγραφο καταλόγου, αντίγραφα τιμολογίων αγοράς τοπικών πρώτων υλών	
14		V	Απαγορεύεται η χρήση προϊόντων που έχουν υποστεί βιομηχανική επεξεργασία, όπως προτηγανισμένα ή κατεψυγμένα τρόφιμα.	Αντίγραφο καταλόγου, επιτόπιος έλεγχος	
15		VI	Να μην χρησιμοποιούνται πλαστικά αντικείμενα και ιδιαίτερα: πλαστικές καρέκλες, τραπεζομάντιλα, λουλούδια, φρούτα, κουρτίνες, πιάτα, μαχαιροπήρουνα, ποτήρια, κατάλογος κ.α.	Επιτόπιος έλεγχος	
16		VII	Θα πρέπει να υπάρχει τιμοκατάλογος με επεξήγηση για τα προσφερόμενα εδέσματα, και αναγραφή των τοπικών προϊόντων και των παραδοσιακών συνταγών.	Αντίγραφο καταλόγου	
17	B		ΔΙΑΜΟΝΗ		
18		I	Δεν επιτρέπεται η χρήση πλαστικών αντικειμένων και ιδιαίτερα: πλαστικών καρεκλών, τραπεζομάντιλων, πιάτων, μαχαιροπήρουνων, ποτηριών, πλαστικοί κατάλογοι κλπ	Επιτόπιος έλεγχος	

	A	B	C	D	E
19		II	Το κατάλυμα πρέπει να προσφέρει εμπειρίες που συνδέονται με την αγροτική ζωή, όπως ξεναγήσεις σε τοπικές φάρμες, μαθήματα παραδοσιακής μαγειρικής, συμμετοχή σε γεωργικές ή κτηνοτροφικές δραστηριότητες. Εναλλακτικές δραστηριότητες όπως πεζοπορία, υπασία, ποδηλασία στη φύση ή άλλες μορφές υπαίθριας ψυχαγωγίας είναι επιθυμητές.	Έλεγχος ιστοσελίδας ή/και επισύναψη διαφημιστικών εντύπων ή/και αντίγραφο καταλόγου υπηρεσιών	
20	Γ		ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ		
21		I	Το σύνολο ή μέρος των πρώτων υλών (τουλάχιστον το 50%) που χρησιμοποιεί η επιχείρηση (ή που χρησιμοποιείται για την παραγωγή του μεμονωμένου προϊόντος) πρέπει να παράγεται στην περιοχή του γεωπάρκου.	Αντίγραφα τιμολογίων αγοράς τοπικών πρώτων υλών	
22		II	Πρέπει να εφαρμόζονται τοπικές παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής των προϊόντων οι οποίες στηρίζονται στην τοπική γαστρονομία ή την τοπική λαϊκή παράδοση (πχ κεραμικά, ξυλόγλυπτα, είδη πετρογλυπτικής, υφαντική, ζωγραφική κ.α.). Εφόσον πρόκειται για παραγωγή σύγχρονων προϊόντων αυτά πρέπει να διατηρούν στοιχεία του τοπικού χαρακτήρα	Επιτόπιος έλεγχος	
23	Μόνο για επισκέψιμες επιχειρήσεις	III	Η επίσκεψη στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης πρέπει να συμπεριλαμβάνει κάποιου είδους διαπροσωπική επαφή, ξενάγηση, ενημέρωση και η/ και δοκιμή προϊόντων με την παρουσία ειδικά εκπαιδευμένου και πλήρως ενημερωμένου προσωπικού το οποίο θα αναφέρει τουλάχιστον την παρουσία τους μέσα στην περιοχή του γεωπάρκου	Αντίγραφο άδειας επισκεψιμότητας και Έλεγχος ιστοσελίδας ή/και επισύναψη διαφημιστικών εντύπων ή/και αντίγραφο καταλόγου υπηρεσιών	
24	Δ		ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΕΔΡΑ ΕΚΤΟΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΠΑΡΚΟΥ		
25		I	Το σύνολο των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί η επιχείρηση για την παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος πρέπει να παράγεται στην περιοχή του γεωπάρκου.	Αντίγραφα τιμολογίων αγοράς τοπικών πρώτων υλών	
26		II	Πρέπει να εφαρμόζονται τοπικές παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής των προϊόντων οι οποίες στηρίζονται στην τοπική γαστρονομία ή την τοπική λαϊκή παράδοση (πχ κεραμικά, ξυλόγλυπτα, είδη πετρογλυπτικής, υφαντική, ζωγραφική κ.α.). Εφόσον πρόκειται για παραγωγή σύγχρονων προϊόντων αυτά πρέπει να διατηρούν στοιχεία του τοπικού χαρακτήρα.	Αποστολή δείγματος προϊόντος	
27	Ε		ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ-ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ (Εντός της περιοχής του γεωπάρκου και μόνο για τις υπηρεσίες τους οι οποίες παρέχονται εντός του Γεωπάρκου και όχι το σύνολο των πιθανών δραστηριοτήτων τους)		
28		I	Στα πακέτα των περιηγήσεων θα πρέπει να περιλαμβάνονται και γεώτοποι και γεωδιαδρομές που έχουν τη σήμανση του Γεωπάρκου	Έλεγχος ιστοσελίδας ή/και επισύναψη διαφημιστικών εντύπων ή/και αντίγραφο καταλόγου υπηρεσιών	
29		II	Την ξενάγηση θα πρέπει να πραγματοποιεί επαγγελματίας ξεναγός/οδηγός βουνού.	Αντίγραφο άδειας επαγγέλματος	
30		III	Μικρό και διαχειρίσιμο μέγεθος στις ομάδες των επισκεπτών (ιδανικά μέχρι 15 άτομα ανά συνοδό και οπωσδήποτε όχι περισσότερα από 30).	Έλεγχος ιστοσελίδας ή/και επισύναψη διαφημιστικών εντύπων ή/και αντίγραφο καταλόγου υπηρεσιών	
31	Ζ		ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ-ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ (Εκτός της περιοχής του γεωπάρκου και μόνο για τις υπηρεσίες τους οι οποίες παρέχονται εντός του Γεωπάρκου και όχι το σύνολο των πιθανών δραστηριοτήτων τους)		
32		I	Η υπηρεσία θα πρέπει να παρέχεται αποκλειστικά εντός της περιοχής του γεωπάρκου και να περιλαμβάνονται γεώτοποι και γεωδιαδρομές που έχουν τη σήμανση του Γεωπάρκου.	Έλεγχος ιστοσελίδας ή/και επισύναψη διαφημιστικών εντύπων ή/και αντίγραφο καταλόγου υπηρεσιών	
33		II	Η υπηρεσία θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει λοιπές τοπικές επιχειρήσεις και προϊόντα με πιστοποίηση του γεωπάρκου (π.χ. εστίαση σε πιστοποιημένες δομές, γεύματα με τοπικά προϊόντα κλπ)	Έλεγχος ιστοσελίδας ή/και επισύναψη διαφημιστικών εντύπων ή/και αντίγραφο καταλόγου υπηρεσιών	
34		II	Την ξενάγηση θα πρέπει να πραγματοποιεί επαγγελματίας ξεναγός/οδηγός βουνού.	Αντίγραφο άδειας επαγγέλματος	
35		III	Μικρό και διαχειρίσιμο μέγεθος στις ομάδες των επισκεπτών (ιδανικά μέχρι 15 άτομα ανά συνοδό και οπωσδήποτε όχι περισσότερα από 30).	Έλεγχος ιστοσελίδας ή/και επισύναψη διαφημιστικών εντύπων ή/και αντίγραφο καταλόγου υπηρεσιών	
36	Ε		ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑΜΝΗΣΤΙΚΩΝ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)		

	A	B	C	D	E
37		I	Προσφορά προϊόντων που αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά του γεωπάρκου (γεωλογική, φυσική ή πολιτιστική κληρονομιά)	Κατάλογος προϊόντων	
38		II	Συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς ή δημιουργούς για την προμήθεια αναμνηστικών (όπου αυτό είναι εφικτό)	Τιμολόγια	
39		III	Σαφής σήμανση προέλευσης και πληροφορίες για τα προϊόντα που αφορούν στο γεωπάρκο	Επιτόπιος έλεγχος	
40		IV	Τα προσφερόμενα αναμνηστικά προϊόντα δεν πρέπει να είναι προϊόντα μαζικής παραγωγής, ούτε να κατασκευάζονται από μη βιώσιμα ή μη φιλικά προς το περιβάλλον υλικά. Προτεραιότητα δίνεται σε προϊόντα δίκαιου εμπορίου (fair trade)	Τιμολόγια	
41	3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΝΑΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ (Κάλυψη τουλάχιστον 5 κριτηρίων)				
42		I	Τα συνεργαζόμενα εστιατόρια να σερβίρουν τουλάχιστον ένα πιάτο εμπνευσμένο από την γεωλογική κληρονομιά της περιοχής και αυτό να περιγράφεται στον κατάλογο (π.χ. πατάτες από τα γόνιμα εδάφη που δημιουργήθηκαν πάνω στα ηφαιστειακά πετρώματα).	Αντίγραφο καταλόγου	
43		II	Η επιχείρηση να εφαρμόζει σύστημα διαχείρισης της ποιότητας ISO 9001:2015 ή ισοδύναμο ή/και σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14001:2015 ή ισοδύναμο πιστοποιητικά διασφάλισης ποιότητας εθνικής ή διεθνούς εμβέλειας (Π.Χ. AGRO, ECO-LABEL)	Αντίγραφο πιστοποίησης	
44		III	Ελαχιστοποίηση της κατανάλωσης φυσικών πόρων (ενέργειας, νερού και υλικών) με κατ' ελάχιστον έναν τρόπο.	Φωτογραφική τεκμηρίωση ή/και επιτόπιος έλεγχος	
45		IV	Ελαχιστοποίηση ποσοτήτων αποβλήτων που παράγονται.	Φωτογραφική τεκμηρίωση ή/και επιτόπιος έλεγχος	
46		V	Η διακόσμηση (εσωτερικά και εξωτερικά) να βασίζεται σε χαρακτηριστικά στοιχεία του πολιτισμού, της ιστορίας και του περιβάλλοντος της περιοχής.	Φωτογραφική τεκμηρίωση ή/και επιτόπιος έλεγχος	
47		VI	Η επιχείρηση να διαθέτει ιστοσελίδα με αναφορά στις παρεχόμενες υπηρεσίες, αναφορά των παραδοσιακών προϊόντων-πρακτικών, πληροφορίες για την γεωποικιλότητα, βιοποικιλότητα και τον πολιτισμό της περιοχής ή/και λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σχετικές αναρτήσεις	Διαδικτυακός έλεγχος	
48		VII	Να υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης και προσπέλασης σε ειδικές κατηγορίες πελατών, όπως άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑμΕΑ), οι ηλικιωμένοι και τα παιδιά.	Φωτογραφική τεκμηρίωση ή/και επιτόπιος έλεγχος	
49		VIII	Να υπάρχει ειδική διαδικασία για την εξασφάλιση της ικανοποίησης των πελατών και της διαχείρισης των παραπόνων τους.	Φωτογραφική τεκμηρίωση ή/και επιτόπιος έλεγχος ή/και διαδικτυακός έλεγχος	
50		IX	Να γίνεται χρήση βιολογικών προϊόντων ως πρώτες ύλες	Αντίγραφα τιμολογίων αγοράς πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων	
51		X	Να γίνεται χρήση οικολογικών καθαριστικών	Αντίγραφα τιμολογίων αγοράς πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων	
52		XI	Η επιχείρηση να συμμετέχει σε εθελοντικές κινήσεις, δίκτυα συνεργασίας, κινήσεις πολιτών και θεματικά δίκτυα και/ή να υποστηρίζει τοπικούς φορείς, συλλόγους, συνεταιρισμούς ή κοινωνικές επιχειρήσεις στο έργο τους.	Ύπαρξη σχετικών δημοσιεύσεων σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή/και τοπικές εφημερίδες (έντυπες ή διαδικτυακές) ή/και δελτία τύπου ή/και φωτογραφική τεκμηρίωση	
53		XII	Στην επιχείρηση να υπάρχει προθήκη προβολής τοπικών προϊόντων	Φωτογραφική τεκμηρίωση	
54		XIII	Από το σύνολο των προϊόντων που χρησιμοποιεί η επιχείρηση, τουλάχιστον το 40% να αποτελείται από πιστοποιημένα με το σήμα προϊόντα.	Αντίγραφο τιμολογίων αγοράς πρώτων υλών από συνεργαζόμενους παραγωγούς	