



# Συμπεριληπτική και διαφανής επισήμανση τροφίμων: Ευρωπαϊκό Εγχειρίδιο

*Πρακτικές οδηγίες, μελέτες περιπτώσεων και βέλτιστες πρακτικές για ηθική, πράσινη και  
προσβάσιμη επισήμανση τροφίμων*

**Προετοιμάστηκε από:**

Etibar Mikayilov/ Hofdi Horizon

## Περιεχόμενα

Πρόλογος .....	5
Εισαγωγή .....	7
Μέρος I: Το Ίδρυμα – Κατανοώντας το Τοπίο .....	9
Κεφάλαιο 1: Το «γιατί» πίσω από την ηθική επισήμανση των τροφίμων .....	9



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA).  
Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

1.1 Η μετατόπιση του καταναλωτή: Από την τιμή στις αξίες.....	9
1.2 Περιβαλλοντικές επιταγές: Κλιματική αλλαγή, βιοποικιλότητα και χρήση πόρων.....	12
1.3 Κοινωνική Ευθύνη: Δίκαιο Εμπόριο, Εργασιακά Δικαιώματα και Καλή Διαβίωση των Ζώων ..	14
1.4 Η επιχειρηματική υπόθεση: Διαχείριση κινδύνου, φήμη επωνυμίας και πρόσβαση στην αγορά.	14
Κεφάλαιο 2: Πλοήγηση στο κανονιστικό πλαίσιο της ΕΕ.....	15
2.1 Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία και ο αντίκτυπός της στα τρόφιμα.....	15
2.2 Η στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο»: Ένα δίκαιο, υγιές και φιλικό προς το περιβάλλον σύστημα τροφίμων.....	17
2.3 Κατανόηση της πρότασης οδηγίας για τους οικολογικούς ισχυρισμούς (2023).....	20
2.4 Επισκόπηση των υποχρεωτικών έναντι των εθελοντικών συστημάτων επισήμανσης.....	21
Κεφάλαιο 3: Ένας αποκωδικοποιητής για οικολογικά σήματα και ηθικούς ισχυρισμούς .....	24
3.1 Βιολογική πιστοποίηση (EU Organic Leaf & Others).....	24
3.2 Σήματα δίκαιου εμπορίου και κοινωνικής δικαιοσύνης .....	27
3.3 Ετικέτες καλής μεταχείρισης των ζώων (εκτρεφόμενα σε βοσκότοπους, ελευθέρως βοσκής κ.λπ.) .....	28
3.4 Περιβαλλοντικό αποτύπωμα και ισχυρισμοί ουδέτερου άνθρακα.....	29
3.5 Ετικέτες βιωσιμότητας θαλασσιών (MSC, ASC) .....	30
3.6 Περιφερειακά και βιοτεχνικά συστήματα ποιότητας (ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΙΠ) .....	30
3.7 Πώς να επαληθεύσετε την αξιοπιστία μιας ετικέτας.....	34
Μέρος II: Η εργαλειοθήκη – Πόροι και συστάσεις .....	35
Κεφάλαιο 4: Για Εκπαιδευτικούς & Εκπαιδευτές Επαγγελματικής Κατάρτισης .....	35
4.1 Συστάσεις για την ενσωμάτωση του προγράμματος σπουδών .....	36
4.2 Πρακτικές ασκήσεις στην τάξη: Μια μεθοδολογική εργαλειοθήκη για εκπαιδευτές ΕΕΚ .....	39
Κεφάλαιο 5: Για τις ΜΜΕ και τους επιχειρηματίες της βιομηχανίας τροφίμων.....	43
5.1 Συστάσεις για διαφανή επικοινωνία .....	44
5.2 Πρακτικές μέθοδοι υλοποίησης (20 μέθοδοι).....	49
Κεφάλαιο 6: Για Υπεύθυνους Χάραξης Πολιτικής & Ρυθμιστικούς Φορείς .....	53
6.1 Συστάσεις για υποστηρικτικά πλαίσια πολιτικής.....	53
6.2 Μια καθοδηγούμενη αλληλουχία δράσεων για τα εκπαιδευτικά συστήματα.....	56
Μέρος III: Μαθαίνοντας από την πράξη – Μελέτες περιπτώσεων σε όλη την Ευρώπη .....	59



Περιπτωσιολογική μελέτη 7.1: [DE] Διαφάνεια από το αγρόκτημα στο πιάτο: η ιστορία ενός περιφερειακού σήματος για την καλή διαβίωση των ζώων .....	59
Μελέτη περίπτωσης 7.2: [IS] Ενισχύοντας τη μάρκα: Η ιστορία μιας ισλανδικής εταιρείας για 100% ανανεώσιμες πηγές ενέργειας .....	63
Περιπτωσιολογική μελέτη 7.3: [NL] Η κυκλική γεωργία στην πράξη: η βιώσιμη επισήμανση ενός ολλανδικού γαλακτοκομικού συνεταιρισμού .....	68
Περιπτωσιολογική μελέτη 7.4: [FI] Καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων: Πρωτοβουλία επισήμανσης μενού φινλανδικής αλυσίδας εστιατορίων .....	72
Μελέτη περίπτωσης 7.5: [TR] Ψηφιακή καινοτομία: Χρήση κωδικών QR για την αφήγηση της πλήρους ιστορίας ενός προϊόντος .....	77
Μελέτη περίπτωσης 7.6: [NO] Το πλεονέκτημα του μικρού αγρότη: Οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τοπική, διαφανή επισήμανση .....	81
Μελέτη περίπτωσης 7.7: [IT] Η ετικέτα "Zero-Kilometer": Αναζωογόνηση των τοπικών ιταλικών αλυσίδων εφοδιασμού.....	86
Μελέτη περίπτωσης 7.8: Οικοτουρισμός & Αυθεντικότητα: Πράσινη Σήμανση για Εκδηλώσεις Ελληνικού Γαστρονομικού Τουρισμού .....	91
Περιπτωσιολογική μελέτη 7.9: [LV] Σχεδιασμός χωρίς αποκλεισμούς: καθιστώντας τις ετικέτες των τροφίμων κατανοητές για τους ηλικιωμένους και τις ευάλωτες ομάδες .....	95
Μελέτη περίπτωσης 7.10: [IS] Από το μαλλί στον πλούτο: Αναζωογόνηση του ισλανδικού μαλλιού μέσω ηθικής επισήμανσης .....	100
Μέρος IV: Διασφάλιση της ένταξης – Καθιστώντας τα σήματα προσβάσιμα σε όλους.....	105
Κεφάλαιο 8: Πρακτικές χωρίς αποκλεισμούς για προσβάσιμη επισήμανση τροφίμων (50 πρακτικές) .....	105



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA).  
Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Πίνακας 1: Ενσωμάτωση Προγράμματος Σπουδών: Φιλοξενία & Μαγειρικές Τέχνες	37
Πίνακας 2: Ένταξη στο Πρόγραμμα Σπουδών: Γεωργία & Παραγωγή Τροφίμων	38
Πίνακας 3: Ενσωμάτωση Προγράμματος Σπουδών: Μάρκετινγκ, Επιχειρήσεις & Λιανικό εμπόριο	39
Πίνακας 4: Εργαλειοθήκη πρακτικής άσκησης στην τάξη (20 λεπτομερείς μέθοδοι)	40
Πίνακας 5: Επισκόπηση του καταλόγου ελέγχου αυτοαξιολόγησης των ΜΜΕ	44
Πίνακας 6: Παράδειγμα φακέλου αποδεικτικών στοιχείων για ΜΜΕ	45
Πίνακας 7: Πίνακας επιλογής οικολογικού σήματος για ΜΜΕ	46
Πίνακας 8: Διαδικασία επιλογής πιστοποίησης τεσσάρων βημάτων	46
Πίνακας 9: Πλαίσιο βιώσιμης επικοινωνίας για τις ΜΜΕ	47
Πίνακας 10: Τα επτά αμαρτήματα του Greenwashing (έκδοση για τις ΜΜΕ)	48
Πίνακας 11: Πρακτικές μέθοδοι για την εφαρμογή της δεοντολογικής επισήμανσης (ΜΜΕ & επιχειρηματίες)	49
Πίνακας 12: Βασικές δράσεις πολιτικής για τη στήριξη των ΜΜΕ	54
Πίνακας 13: Στρατηγικές δράσεις πολιτικής για τις δημόσιες συμβάσεις	55
Πίνακας 14: Δράσεις Ευαισθητοποίησης Καταναλωτών & Εκπαιδευτικής Πολιτικής	55
Πίνακας 15: Χάρτης πορείας σταδιακής εφαρμογής για την ενσωμάτωση της επισήμανσης πράσινων τροφίμων στα εθνικά πρότυπα ΕΕΚ	57
Πίνακας 16: Λεπτομερείς πρακτικές χωρίς αποκλεισμούς για την προσβάσιμη επισήμανση τροφίμων (50 πρακτικές)	105

Εικόνα 1: Οι τέσσερις πυλώνες που οδηγούν το κίνημα της ηθικής επισήμανσης των τροφίμων	9
Εικόνα 2: Η μετατόπιση της αξίας του καταναλωτή: Από την τιμή στις αξίες	11
Σχήμα 3: Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της παραγωγής τροφίμων	13
Εικόνα 4: Ένα ολιστικό μοντέλο για την ενσωμάτωση της δεοντολογικής επισήμανσης των τροφίμων στην ΕΕΚ	36

## Πρόλογος

### Η Επείγουσα Ανάγκη για Ηθική & Πράσινη Διατροφική Παιδεία

Βρισκόμαστε σε μια κρίσιμη καμπή στη σχέση μας με το φαγητό. Οι επιλογές που κάνουμε στα σούπερ μάρκετ, τις κουζίνες και τις αίθουσες διδασκαλίας κυματίζουν προς τα έξω, επηρεάζοντας τα παγκόσμια κλιματικά πρότυπα, την ευημερία των αγροτικών κοινοτήτων και την υγεία των οικοσυστημάτων μας. Ωστόσο, η πλοήγηση στο σύγχρονο τοπίο των τροφίμων έχει γίνει μια περίπλοκη πρόκληση. Μια θάλασσα από ετικέτες που διακηρύσσουν «πράσινο», «φυσικό», «φιλικό προς το περιβάλλον» και «ηθικό» αντιμετωπίζει τους καταναλωτές, δημιουργώντας συχνά περισσότερη σύγχυση παρά σαφήνεια. Αυτό το φαινόμενο, γνωστό ως greenwashing, διαβρώνει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και υπονομεύει τις προσπάθειες όσων είναι πραγματικά αφοσιωμένοι σε βιώσιμες πρακτικές.

Η επείγουσα ανάγκη για ευρεία ηθική και πράσινη παιδεία για τα τρόφιμα δεν ήταν ποτέ μεγαλύτερη. Δεν είναι πλέον ένα εξειδικευμένο ενδιαφέρον, αλλά μια θεμελιώδης ικανότητα για την υπεύθυνη ιδιότητα του πολίτη και την επαγγελματική πρακτική στον 21ο αιώνα. Αυτό το εγχειρίδιο γεννιέται από αυτή την επείγουσα ανάγκη. Αντιπροσωπεύει μια συνεργατική, πανευρωπαϊκή προσπάθεια για τη μείωση του θορύβου, παρέχοντας ένα σαφές, εφαρμόσιμο και τεκμηριωμένο πλαίσιο για την κατανόηση, την εφαρμογή και τη διδασκαλία των αρχών της ηθικής και πράσινης επισήμανσης των τροφίμων. Στόχος μας είναι να δώσουμε τη δυνατότητα σε μια νέα γενιά καταναλωτών, επαγγελματιών και υπευθύνων χάραξης πολιτικής να γίνουν φορείς αλλαγής, μεταμορφώνοντας το σύστημα τροφίμων από μέσα προς τα έξω μέσω της δύναμης της ενημερωμένης επιλογής.

### Πώς να χρησιμοποιήσετε αυτό το εγχειρίδιο: Ένας οδηγός για διαφορετικές ομάδες-στόχους

Αυτό το εγχειρίδιο έχει σχεδιαστεί ως μια αρθρωτή εργαλειοθήκη, με συγκεκριμένες διαδρομές για διαφορετικούς χρήστες:

- **Για τους εκπαιδευτές και τους εκπαιδευτές ΕΕΚ:** Εσείς είστε οι καταλύτες. Η πορεία σας ξεκινά με το Κεφάλαιο 4, το οποίο παρέχει ένα πλήρες πλαίσιο ενσωμάτωσης του προγράμματος σπουδών, συμπεριλαμβανομένων σχεδίων μαθημάτων, πρακτικών ασκήσεων και στρατηγικών αξιολόγησης. Χρησιμοποιήστε το Μέρος III (Μελέτες περίπτωσης) για να φέρετε παραδείγματα από τον πραγματικό κόσμο στην τάξη σας και το Κεφάλαιο 8 για να διασφαλίσετε ότι το διδακτικό σας υλικό είναι προσβάσιμο σε όλους τους μαθητές.
- **Για φοιτητές σε τομείς που σχετίζονται με τα τρόφιμα:** Είστε το μέλλον. Ξεκινήστε με το Κεφάλαιο 3 για να γίνετε ένας έξυπνος «ντετέκτιβ ετικετών», ικανός να αξιολογήσει

κριτικά κάθε ισχυρισμό. Το Μέρος III (Περιπτώσιολογικές μελέτες) θα σας δείξει το εμπνευσμένο έργο που έχει ήδη γίνει σε όλη την Ευρώπη. Αυτή η γνώση όχι μόνο θα σας κάνει πιο συνειδητοποιημένο καταναλωτή, αλλά θα σας δώσει επίσης ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά εργασίας, εξοπλίζοντάς σας με τις δεξιότητες βιωσιμότητας που απαιτούν όλο και περισσότερο οι εργοδότες.

- **Για ΜΜΕ και επιχειρηματίες:** Εσείς είστε οι καινοτόμοι. Ο άμεσος δρόμος σας προς την εφαρμόσιμη επιχειρηματική στρατηγική είναι το Κεφάλαιο 5. Προσφέρει έναν οδηγό βήμα προς βήμα για τη διεξαγωγή αυτοαξιολόγησης, την επιλογή των σωστών οικολογικών σημάτων και την αξιόπιστη επικοινωνία της ιστορίας βιωσιμότητας για την αποφυγή του greenwashing. Οι Μελέτες Περιπτώσεων στο Μέρος III παρέχουν επεκτάσιμα μοντέλα επιτυχίας που μπορείτε να προσαρμόσετε.
- **Για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τους ρυθμιστικούς φορείς:** Εσείς είστε οι ενεργοποιητές. Θα πρέπει να επικεντρωθείτε στο κεφάλαιο 6, το οποίο περιγράφει υποστηρικτικά πλαίσια πολιτικής, από τις δημόσιες συμβάσεις έως τις εκστρατείες ευαισθητοποίησης των καταναλωτών. Αυτό το κεφάλαιο παρέχει το σκεπτικό και το σχέδιο για τη δημιουργία ενός οικοσυστήματος όπου οι ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές ανταμείβονται και το greenwashing καταργείται συστηματικά σταδιακά.

Όλοι οι αναγνώστες ενθαρρύνονται να ξεκινήσουν με την Εισαγωγή και το Κεφάλαιο 1 για να οικοδομήσουν μια κοινή θεμελιώδη κατανόηση των βασικών εννοιών και του κομβικού πλαισίου πολιτικής της ΕΕ που καθιστά αυτό το έργο τόσο επίκαιρο και απαραίτητο.

## Εισαγωγή

### Επισκόπηση Έργου: «Ηθική και Πράσινη Επισήμανση Τροφίμων»

Αυτό το εγχειρίδιο αποτελεί βασικό αποτέλεσμα του έργου Erasmus+ KA220-VET, «Ηθική και πράσινη επισήμανση τροφίμων για τη μετατόπιση του μυαλού προς την ηθική και βιώσιμη κατανάλωση». Χρηματοδοτούμενη από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αυτή η τριετής στρατηγική συνεργασία συγκέντρωσε επαγγελματικές σχολές, πανεπιστήμια, ΜΜΕ και εμπειρογνώμονες ερευνητές από δέκα έθνη. Η συλλογική μας αποστολή ήταν να γεφυρώσουμε το κρίσιμο χάσμα μεταξύ της αυξανόμενης ζήτησης των καταναλωτών για βιώσιμα τρόφιμα και των πρακτικών δεξιοτήτων που απαιτούνται για την κάλυψή της στο πλαίσιο της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης (ΕΕΚ) και της ευρύτερης βιομηχανίας τροφίμων.

Το έργο, και κατ' επέκταση αυτό το εγχειρίδιο, κινείται πέρα από τη θεωρία. Πρόκειται για μια πρακτική απάντηση σε μια σαφή ανάγκη της αγοράς και της κοινωνίας, η οποία παρέχει:



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Ένα **πλαίσιο ικανοτήτων** για την αξιολόγηση των κενών γνώσης στην επισήμανση των τροφίμων.
- Ένα **μικτό πρόγραμμα ΕΕΚ** πλήρες με ένα Μαζικό Ανοικτό Διαδικτυακό Μάθημα (MOOC) και διδακτικό υλικό.
- Μια **συλλογή βέλτιστων πρακτικών και περιπτώσιολογικών μελετών** από όλη την Ευρώπη.
- **Συστάσεις πολιτικής** για την προώθηση ενός πιο διαφανούς και βιώσιμου οικοσυστήματος τροφίμων.

Αυτό το βιβλίο συνθέτει αυτά τα αποτελέσματα σε μια ενιαία, ολοκληρωμένη πηγή.

## **Το πλαίσιο της ΕΕ: Πράσινη Συμφωνία, «Από το αγρόκτημα στο πιάτο» και καταπολέμηση της προβολής ψευδοοικολογικής ταυτότητας**

Η πρωτοβουλία αυτή είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με το φιλόδοξο όραμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για ένα βιώσιμο μέλλον. Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία είναι η αναπτυξιακή στρατηγική της ΕΕ για να καταστεί η πρώτη κλιματικά ουδέτερη ήπειρος έως το 2050. Στο επίκεντρό της βρίσκεται η στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο», η οποία στοχεύει ρητά στο σχεδιασμό «ενός δίκαιου, υγιεινού και φιλικού προς το περιβάλλον συστήματος τροφίμων».

Ακρογωνιαίος λίθος αυτής της προσπάθειας είναι η ενδυνάμωση των καταναλωτών να κάνουν βιώσιμες επιλογές. Ωστόσο, αυτή η ενδυνάμωση παρεμποδίζεται από αναξιόπιστες πληροφορίες. Οι μελέτες της ίδιας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αποκάλυψαν ότι πάνω από το 50% των πράσινων ισχυρισμών είναι ασαφείς, παραπλανητικοί ή αβάσιμοι. Ως άμεση απάντηση, η πρόταση οδηγίας για τους οικολογικούς ισχυρισμούς (2023) επιδιώκει να πατάξει την προβολή ψευδοοικολογικής ταυτότητας, επιβάλλοντας όλοι οι περιβαλλοντικοί ισχυρισμοί να αποδεικνύονται με επιστημονικά στοιχεία και να επαληθεύονται από τρίτο μέρος.

Αυτό το εγχειρίδιο υπάρχει σε αυτήν την κομβική στιγμή. Έχει σχεδιαστεί για να προετοιμάσει τους εκπαιδευόμενους, τις επιχειρήσεις και τους πολίτες της ΕΕΚ για αυτή τη νέα πραγματικότητα - μια πραγματικότητα όπου η διαφάνεια είναι υποχρεωτική και η αξιοπιστία είναι το νόμισμα της αγοράς.

## **Καθορισμός των όρων μας: Ηθική, βιωσιμότητα και διαφάνεια στην τροφική αλυσίδα**

Για να πλοηγηθούμε σε αυτό το περίπλοκο πεδίο, πρέπει πρώτα να δημιουργήσουμε ένα σαφές, κοινό λεξιλόγιο:

- **Η ηθική στην τροφική αλυσίδα** αναφέρεται στις ηθικές αρχές που διέπουν την παραγωγή και τη διανομή τροφίμων. Περιλαμβάνει:



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Κοινωνική Δικαιοσύνη:** Διασφάλιση δίκαιων μισθών και ασφαλών συνθηκών εργασίας για όλους τους εργαζόμενους, από τους αγρότες μέχρι το προσωπικό του εργοστασίου (π.χ. Fairtrade).
- **Καλή διαβίωση των ζώων:** Παροχή συνθηκών διαβίωσης που επιτρέπουν στα ζώα να εκφράζουν τις φυσικές τους συμπεριφορές και να είναι απαλλαγμένα από ταλαιπωρία.
- **Ισότητα:** Δημιουργία ενός συστήματος που είναι δίκαιο και προσβάσιμο τόσο για τους παραγωγούς όσο και για τους καταναλωτές.
- **Η βιωσιμότητα** είναι η ολιστική ισορροπία τριών αλληλένδετων πυλώνων:
  - **Περιβαλλοντικά:** Προστασία των φυσικών πόρων με την ελαχιστοποίηση της ρύπανσης, τη διατήρηση του νερού και της βιοποικιλότητας και τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου.
  - **Κοινωνικά:** Υποστήριξη της ευημερίας και της δικαιοσύνης των ανθρώπων και των κοινοτήτων.
  - **Οικονομικά:** Διασφάλιση της μακροπρόθεσμης οικονομικής βιωσιμότητας για τους αγρότες και τις επιχειρήσεις χωρίς να διακυβεύονται οι άλλοι δύο πυλώνες.
- **Η διαφάνεια** είναι ο πρακτικός μηχανισμός που καθιστά αξιόπιστη την ηθική και τη βιωσιμότητα. Σημαίνει παροχή σαφών, προσβάσιμων και επαληθεύσιμων πληροφοριών σχετικά με τη διαδρομή ενός προϊόντος από το αγρόκτημα στο πιάτο. Αυτό περιλαμβάνει την ανοιχτή ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με την προμήθεια, τις μεθόδους παραγωγής και το πραγματικό περιβαλλοντικό και κοινωνικό αποτύπωμα.

Στο πλαίσιο αυτού του εγχειριδίου, η Ηθική και Πράσινη Επισήμανση Τροφίμων είναι η απτή εφαρμογή αυτών των εννοιών. Είναι η χρήση τυποποιημένων, επαληθεύσιμων ετικετών και ισχυρισμών που κοινοποιούν την απόδοση ενός προϊόντος σε σχέση με καθορισμένα ηθικά και περιβαλλοντικά κριτήρια, επιτρέποντας έτσι τη διαφάνεια που επιτρέπει την πραγματικά ενημερωμένη επιλογή των καταναλωτών.

## Μέρος I: Το Ίδρυμα – Κατανοώντας το Τοπίο

### Κεφάλαιο 1: Το «γιατί» πίσω από την ηθική επισήμανση των τροφίμων

#### Εισαγωγή

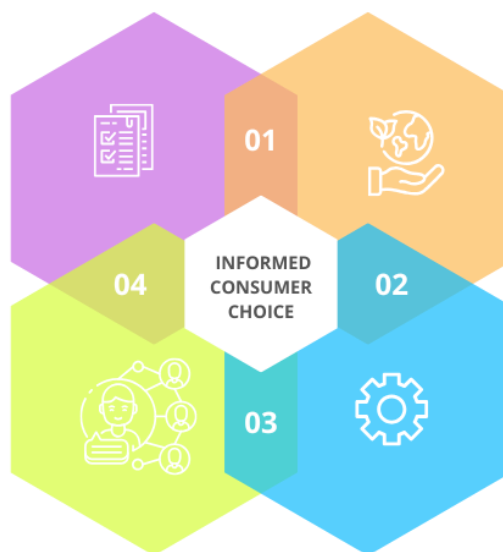
Η ηθική και πράσινη επισήμανση των τροφίμων δεν είναι πλέον μια εξειδικευμένη τάση, αλλά μια θεμελιώδης αλλαγή στο παγκόσμιο σύστημα τροφίμων. Αυτό το κεφάλαιο διερευνά τους ισχυρούς παράγοντες πίσω από αυτό το κίνημα, εξηγώντας γιατί η κατανόηση αυτών των ετικετών είναι ζωτικής σημασίας για τους καταναλωτές, τις επιχειρήσεις και τους εκπαιδευτικούς. Θα προχωρήσουμε πέρα από το «τι» για να αποκαλύψουμε τους επιτακτικούς λόγους -οικονομικούς, περιβαλλοντικούς, κοινωνικούς και στρατηγικούς- που καθιστούν την ηθική επισήμανση των τροφίμων καθοριστικό ζήτημα της εποχής μας.

## The Conscious Consumer

- Key Drivers:
  - Values-Based Purchasing
  - Digital Empowerment & Research
  - Food as Identity & Political Action

## The Social Responsibility Demand

- Key Drivers:
  - Fair Trade & Labour Rights
  - Animal Welfare
  - Support for Rural Communities



## The Environmental Imperative

- Key Drivers:
  - Climate Change & GHG Emissions
  - Biodiversity Loss
  - Resource Depletion (Water, Soil)

## The Strategic Business Case

- Key Drivers:
  - Risk Management & Compliance
  - Market Access & Differentiation
  - Brand Reputation & Talent Attraction

Εικόνα 1: Οι τέσσερις πυλώνες που οδηγούν το κίνημα της ηθικής επισήμανσης των τροφίμων

### 1.1 Η μετατόπιση του καταναλωτή: Από την τιμή στις αξίες

Ο πιο ορατός μοχλός αλλαγής είναι η εξέλιξη του καταναλωτή. Ένας βαθύς μετασχηματισμός βρίσκεται σε εξέλιξη, όπου οι αποφάσεις αγοράς επηρεάζονται όλο και περισσότερο από προσωπικές και συλλογικές αξίες, όχι μόνο από την τιμή και την ποιότητα.

- **Ο ενδυναμωμένος καταναλωτής:** Οπλισμένοι με smartphone και μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι σύγχρονοι καταναλωτές μπορούν να ερευνήσουν άμεσα επωνυμίες, να σαρώσουν γραμμωτούς κώδικες για πληροφορίες και να μοιραστούν τις ανακαλύψεις τους —θετικές και αρνητικές— με ένα παγκόσμιο κοινό. Αυτή η διαφάνεια έχει μετατοπίσει την εξουσία από τις εταιρείες στα άτομα.
- **Αγορές βάσει αξιών:** Ένα αυξανόμενο τμήμα αγοραστών, ιδιαίτερα μεταξύ των νεότερων γενεών (Millennials και Gen Z), αναζητά ενεργά προϊόντα που ευθυγραμμίζονται με τις ηθικές τους πεποιθήσεις. Ρωτούν:
  - «Αυτό παρήχθη με τρόπο που προστατεύει το περιβάλλον;»
  - «Οι εργαζόμενοι που το έκαναν αυτό αντιμετωπίστηκαν δίκαια και πλήρωσαν μισθό διαβίωσης;»
  - «Τα ζώα σε αυτήν την αλυσίδα εφοδιασμού εκτράφηκαν ανθρώπινα;»
- **Το φαγητό ως ταυτότητα και πολιτική δράση:** Η κατανάλωση θεωρείται όλο και περισσότερο ως μια μορφή πολιτικής και κοινωνικής έκφρασης. Η επιλογή ενός προϊόντος

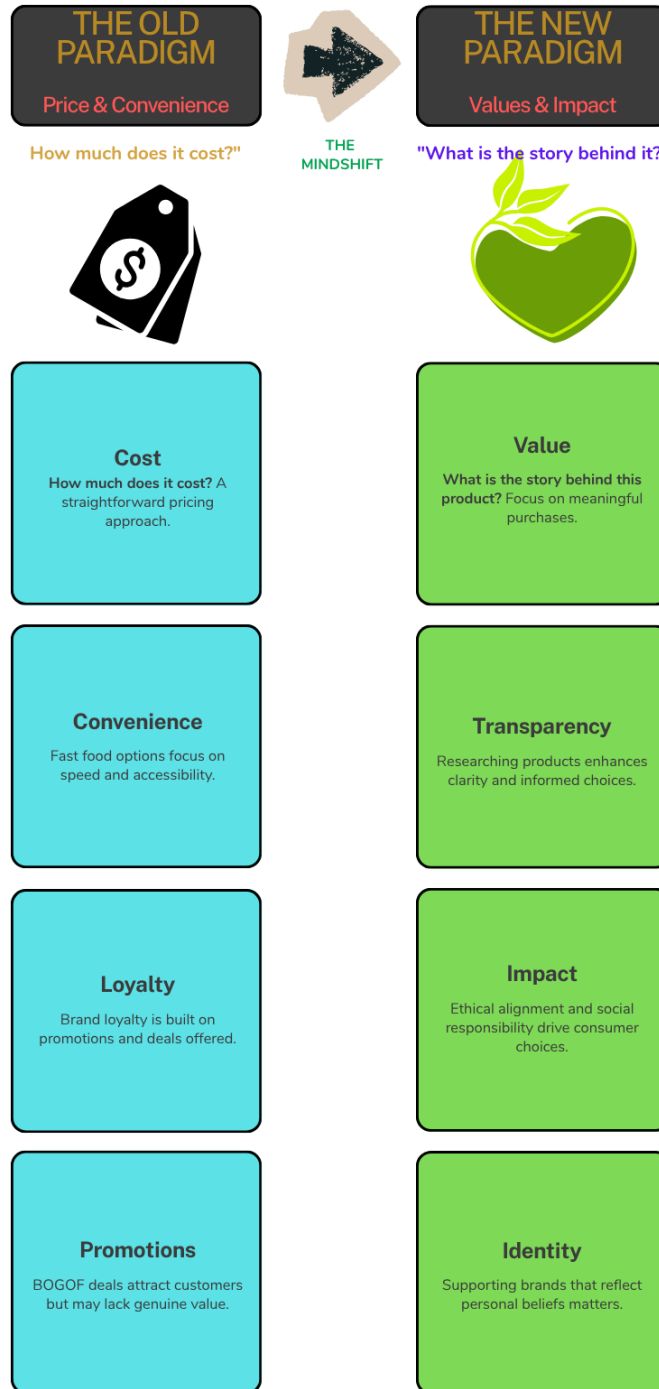


Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

με ετικέτα Fairtrade ή Organic είναι μια συνειδητή πράξη υποστήριξης ενός συγκεκριμένου τύπου γεωργίας και μια ψήφος για έναν πιο βιώσιμο και δίκαιο κόσμο. Αυτή η τάση μετατρέπει τα καθημερινά ψώνια παντοπωλείου σε ένα ισχυρό εργαλείο για συλλογική αλλαγή.



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Εικόνα 2: Η μετατόπιση της αξίας του καταναλωτή: Από την τιμή στις αξίες



## 1.2 Περιβαλλοντικές επιταγές: Κλιματική αλλαγή, βιοποικιλότητα και χρήση πόρων

Το παγκόσμιο σύστημα τροφίμων συμβάλλει πρωτίστως σε πειστικές περιβαλλοντικές κρίσεις. Η ηθική επισήμανση χρησιμεύει ως κρίσιμος μηχανισμός για τον μετριασμό αυτού του αντίκτυπου, καθοδηγώντας τις επιλογές προς πιο βιώσιμες επιλογές.

- **Κλιματική αλλαγή:** Η γεωργία είναι μια σημαντική πηγή εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου (π.χ. μεθάνιο από την κτηνοτροφία, υποξείδιο του αζώτου από λιπάσματα, διοξείδιο του άνθρακα από αλλαγή χρήσης γης και μεταφορές). Ετικέτες όπως **το Carbon Neutral** ή αυτές που προωθούν **φυτικά** και **τοπικά** προϊόντα βοηθούν τους καταναλωτές να μειώσουν το διατροφικό τους αποτύπωμα άνθρακα.
- **Απώλεια βιοποικιλότητας:** Οι εντατικές γεωργικές πρακτικές, η αποψίλωση των δασών για τη γεωργία και η χρήση φυτοφαρμάκων καταστρέφουν την παγκόσμια βιοποικιλότητα. Ετικέτες όπως **EU Organic** (που περιορίζει τη χρήση φυτοφαρμάκων) ή **Rainforest Alliance Certified** (που προωθεί τη διατήρηση των οικοτόπων) βοηθούν τους καταναλωτές να υποστηρίξουν μεθόδους καλλιέργειας που προστατεύουν τα οικοσυστήματα και την άγρια ζωή.
- **Εξάντληση πόρων:** Η γεωργία είναι ο μεγαλύτερος χρήστης γλυκού νερού παγκοσμίως και συμβάλλει στην υποβάθμιση του εδάφους. Οι ηθικές ετικέτες μπορούν να σηματοδοτήσουν πρακτικές που προάγουν τη διατήρηση του **νερού, την υγεία του εδάφους** (π.χ. μέσω της γεωργίας χωρίς άροση, των καλλιεργειών κάλυψης) και τη βιώσιμη διαχείριση των πεπερασμένων πόρων.



# THE JOURNEY OF YOUR FOOD

Understanding the impact of our food  
choices

## AGRICULTURE

Farming practices lead to **deforestation** and water scarcity, affecting biodiversity and freshwater resources.



## PROCESSING

Processing and transport contribute to **GHG emissions** and reliance on fossil fuels, impacting our climate.

## PACKAGING

Packaging waste creates **plastic pollution** and food waste, posing serious environmental challenges.



# RETHINK YOUR CHOICES

Small changes can lead to significant  
impacts.

Σχήμα 3: Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της παραγωγής τροφίμων



### 1.3 Κοινωνική Ευθύνη: Δίκαιο Εμπόριο, Εργασιακά Δικαιώματα και Καλή Διαβίωση των Ζώων

Η ηθική εκτείνεται πέρα από το περιβάλλον και περιλαμβάνει τις κοινωνικές διαστάσεις του διατροφικού μας συστήματος, διασφαλίζοντας αξιοπρέπεια και δικαιοσύνη για όλα τα όντα που εμπλέκονται στην αλυσίδα παραγωγής.

- **Δίκαιο εμπόριο και εργασιακά δικαιώματα:** Σημαντική ποσότητα των τροφίμων μας, όπως ο καφές, το κακάο και οι μπανάνες, καλλιεργείται σε αναπτυσσόμενες χώρες όπου μπορεί να επικρατούν εκμεταλλευτικές εργασιακές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης της παιδικής εργασίας και των μισθών φτώχειας. **Η πιστοποίηση Fairtrade** παρέχει ένα επαληθεύσιμο σύστημα που διασφαλίζει:
  - Εγγυημένη ελάχιστη τιμή για την προστασία των αγροτών από την αστάθεια της αγοράς.
  - Ένα επιπλέον Fairtrade Premium για έργα κοινοτικής ανάπτυξης.
  - Ασφαλείς συνθήκες εργασίας και απαγόρευση της καταναγκαστικής ή παιδικής εργασίας.
- **Καλή διαβίωση των ζώων:** Η ανησυχία του κοινού για τη μεταχείριση των ζώων εκτροφής βρίσκεται στο υψηλότερο επίπεδο όλων των εποχών. Οι ηθικές ετικέτες που αφορούν την καλή διαβίωση των ζώων (**Βοσκότοπος, Ελευθέρας Βοσκής, Πιστοποιημένη Ανθρώπινη**) παρέχουν διαβεβαίωση ότι τα ζώα εκτράφηκαν με πρόσβαση σε ανοιχτούς χώρους, την ικανότητα να συμμετέχουν σε φυσικές συμπεριφορές και αντιμετωπίστηκαν ανθρώπινα καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους, απομακρύνοντας τα περιορισμένα και βιομηχανοποιημένα συστήματα.

### 1.4 Η επιχειρηματική υπόθεση: Διαχείριση κινδύνου, φήμη επωνυμίας και πρόσβαση στην αγορά

Η υιοθέτηση ηθικής επισήμανσης των τροφίμων δεν είναι απλώς μια ηθική επιταγή. Είναι μια υγιής επιχειρηματική στρατηγική που προσφέρει απτά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

- **Διαχείριση κινδύνων:** Σε μια εποχή αυξημένης διαφάνειας, οι εταιρείες που προβαίνουν σε αβάσιμους ισχυρισμούς («greenwashing») αντιμετωπίζουν σημαντική ζημιά στη φήμη τους, αντιδράσεις των καταναλωτών και πιθανές νομικές επιπτώσεις βάσει νέων κανονισμών όπως η οδηγία της ΕΕ για τις πράσινες αξιώσεις. Η ισχυρή, επαληθευμένη από τρίτους δεοντολογική επισήμανση μετριάξει αυτόν τον κίνδυνο παρέχοντας απόδειξη συμμόρφωσης.
- **Φήμη επωνυμίας και εμπιστοσύνη των καταναλωτών:** Μια ισχυρή δέσμευση για βιωσιμότητα και ηθική χτίζει ανεκτίμητη αξία της επωνυμίας και την πίστη των καταναλωτών. Οι εταιρείες που είναι διαφανείς σχετικά με τις πρακτικές τους μπορούν να διαφοροποιηθούν σε μια πολυσύχναστη αγορά, ενισχύοντας τη φήμη ως υπεύθυνου και αξιόπιστου ηγέτη.



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Πρόσβαση στην αγορά και ανταγωνιστικότητα:** Καθώς οι μεγάλοι λιανοπωλητές, τα προγράμματα δημοσίων συμβάσεων και οι εξαγωγικές αγορές απαιτούν όλο και περισσότερο βιώσιμα και ηθικά πιστοποιημένα προϊόντα, η κατοχή αυτών των ετικετών γίνεται «άδεια εμπορίου». Ανοίγει πόρτες σε νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και συμβάσεις προμηθειών που διαφορετικά θα ήταν απρόσιτες.
- **Προσέλκυση και διατήρηση ταλέντων:** Οι εταιρείες με σαφή ηθικό σκοπό είναι πιο ελκυστικές για τα κορυφαία ταλέντα. Οι εργαζόμενοι, ιδιαίτερα οι νεότεροι, παρακινούνται όλο και περισσότερο να εργαστούν σε οργανισμούς που αντικατοπτρίζουν τις αξίες τους, οδηγώντας σε υψηλότερη εργασιακή ικανοποίηση και χαμηλότερο κύκλο εργασιών.

## Κεφάλαιο 2: Πλοήγηση στο κανονιστικό πλαίσιο της ΕΕ

### Εισαγωγή

Ο πολλαπλασιασμός των ηθικών και πράσινων ετικετών στην ευρωπαϊκή αγορά έχει απαιτήσει μια ισχυρή ρυθμιστική απάντηση για τη διασφάλιση της διαφάνειας, την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης και τη δημιουργία ίσων όρων ανταγωνισμού. Αυτό το κεφάλαιο παρέχει μια ολοκληρωμένη ανάλυση των βασικών πρωτοβουλιών πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης που αποτελούν το θεμελιώδες πλαίσιο για την επισήμανση των βιώσιμων τροφίμων. Η κατανόηση αυτής της ρυθμιστικής αρχιτεκτονικής είναι υψίστης σημασίας για τους εκπαιδευτικούς, τους παραγωγούς και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης, την προώθηση της πραγματικής βιωσιμότητας και την ενδυνάμωση της ενημερωμένης κατανάλωσης.

### 2.1 Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία και ο αντίκτυπός της στα τρόφιμα

Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία, που παρουσιάστηκε από την Επιτροπή φον ντερ Λάιεν τον Δεκέμβριο του 2019, αντιπροσωπεύει την πιο ολοκληρωμένη και μετασχηματιστική στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την επίτευξη κλιματικής ουδετερότητας έως το 2050. Επαναπροσδιορίζει το μακροπρόθεσμο αναπτυξιακό μοντέλο της ΕΕ, θεσπίζοντας ένα πλαίσιο που ενσωματώνει την οικονομική πρόοδο, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την κοινωνική ένταξη. Πολύ πέρα από μια παραδοσιακή περιβαλλοντική πολιτική, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία λειτουργεί ως ένα νέο αναπτυξιακό πρότυπο για την Ευρώπη - ένα παράδειγμα που τοποθετεί τη βιωσιμότητα στον πυρήνα όλων των οικονομικών και κοινωνικών πολιτικών.

#### Βασικός Στόχος

Στον πυρήνα της, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία αποσκοπεί στην **αποσύνδεση της οικονομικής ανάπτυξης από την κατανάλωση πόρων και την υποβάθμιση του περιβάλλοντος**. Αυτό σημαίνει προώθηση της οικονομικής ευημερίας με ταυτόχρονη μείωση της εξάρτησης από πεπερασμένους φυσικούς πόρους και ελαχιστοποίηση των οικολογικών αποτυπωμάτων. Η



Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία οραματίζεται μια κυκλική οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα η οποία:

- Δίνει προτεραιότητα στην **αποδοτικότητα των πόρων και τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας,**
- Μειώνει **τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου** σύμφωνα με τη συμφωνία του Παρισιού,
- Προωθεί **την καινοτομία και τις πράσινες τεχνολογίες,** και
- Διασφαλίζει μια **δίκαιη μετάβαση** που στηρίζει τους εργαζομένους, τις βιομηχανίες και τις περιφέρειες που πλήττονται περισσότερο από τη μετάβαση στη βιωσιμότητα.

Με τον τρόπο αυτό, η ΕΕ επιδιώκει να μετατρέψει τις κλιματικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις σε νέες ευκαιρίες για ανταγωνιστικότητα, δημιουργία θέσεων εργασίας και βελτίωση της ποιότητας ζωής σε όλα τα κράτη μέλη.

Συνάφεια με το Σύστημα Τροφίμων

Το σύστημα τροφίμων αναγνωρίζεται στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας ως **κρίσιμο σημείο μόχλευσης για την επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας,** δεδομένων των βαθιών διασυνδέσεών του με τη **βιοποικιλότητα, τη χρήση των πόρων και την κλιματική αλλαγή.** Η γεωργία, η παραγωγή, η μεταποίηση, η διανομή και η κατανάλωση τροφίμων αντιπροσωπεύουν από κοινού σημαντικό μέρος του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της Ευρώπης, επηρεάζοντας:

- **Χρήση γης και νερού,**
- **Εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου,**
- **Υποβάθμιση του εδάφους, και**
- **Απώλεια βιοποικιλότητας.**

Για την αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία εισάγει τη **στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο»** ως έναν από τους κεντρικούς πυλώνες της. Αυτή η στρατηγική περιγράφει ένα όραμα για **ένα δίκαιο, υγιές και φιλικό προς το περιβάλλον σύστημα τροφίμων,** με στόχο:

- Μείωση της χρήσης χημικών φυτοφαρμάκων και λιπασμάτων,
- Ενθάρρυνση βιώσιμων γεωργικών πρακτικών,
- Ελαχιστοποιήστε τη σπατάλη τροφίμων και
- Ενδυνάμωση των καταναλωτών ώστε να κάνουν συνειδητές, βιώσιμες επιλογές τροφίμων.



Με αυτόν τον τρόπο, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία αναγνωρίζει ότι ο μετασχηματισμός του συστήματος τροφίμων της Ευρώπης είναι απαραίτητος όχι μόνο για την προστασία του περιβάλλοντος αλλά και για τη δημόσια υγεία, την επισιτιστική ασφάλεια και την αγροτική ανάπτυξη.

Άμεσος αντίκτυπος στην επισήμανση και τη ρύθμιση των τροφίμων

Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία χρησιμεύει ως πολιτική και νομοθετική ομπρέλα για όλες τις επακόλουθες πολιτικές της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που αφορούν **την επισήμανση των τροφίμων, την εμπορία και τους ισχυρισμούς βιωσιμότητας**. Ορίζει ότι κάθε μελλοντική πρωτοβουλία της ΕΕ πρέπει να ευθυγραμμίζεται με τους πρωταρχικούς στόχους της για κλιματική ουδετερότητα και βιωσιμότητα.

Η οδηγία αυτή έχει **άμεσο κανονιστικό αντίκτυπο** στην εξέλιξη των πρακτικών επισήμανσης των τροφίμων με τους εξής τρόπους:

- Ενθάρρυνση **τυποποιημένων, διαφανών και επιστημονικά τεκμηριωμένων συστημάτων επισήμανσης** που αντικατοπτρίζουν τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις,
- Απομάκρυνση από **εθελοντικές ή κατακερματισμένες εταιρικές πρωτοβουλίες** προς ένα **ενοποιημένο και εκτελεστό πλαίσιο της ΕΕ**, και
- Διασφάλιση ότι οι καταναλωτές λαμβάνουν **αξιόπιστες πληροφορίες** για να κάνουν περιβαλλοντικά υπεύθυνες επιλογές.

Μέσω αυτής της προσέγγισης, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία υπογραμμίζει μια αλλαγή παραδείγματος - από την εταιρική κοινωνική ευθύνη που είναι θέμα καλής θέλησης σε **νομική και κανονιστική απαίτηση**. Ως εκ τούτου, ανοίγει τον δρόμο για την **υποχρεωτική επισήμανση της βιωσιμότητας**, διασφαλίζοντας ότι οι περιβαλλοντικές επιδόσεις καθίστανται μετρήσιμη και συγκρίσιμη πτυχή της εσωτερικής αγοράς της ΕΕ.

**2.2 Η στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο»: Ένα δίκαιο, υγιές και φιλικό προς το περιβάλλον σύστημα τροφίμων**

Η στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο» (F2F), που εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Μάιο του 2020, αποτελεί την **κεντρική συνιστώσα της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας (EGD)** που είναι αφιερωμένη στον μετασχηματισμό του συστήματος τροφίμων της Ευρώπης. Παρέχει έναν **ολοκληρωμένο και μακροπρόθεσμο χάρτη πορείας** για την αναμόρφωση του τρόπου παραγωγής, επεξεργασίας, διανομής και κατανάλωσης των τροφίμων σε ολόκληρη την ΕΕ. Ως εκ τούτου, χρησιμεύει ως ο ακρογωνιαίος λίθος για την επίτευξη του στόχου της ΕΕ για **ένα δίκαιο, υγιές και περιβαλλοντικά βιώσιμο σύστημα τροφίμων** - ένα σύστημα που υποστηρίζει τόσο την ανθρώπινη όσο και την πλανητική υγεία.

Η στρατηγική F2F αναγνωρίζει ότι το τρέχον σύστημα τροφίμων, ενώ παρέχει οικονομικά προσιτά και άφθονα τρόφιμα, είναι **υπεύθυνο για σημαντικό μερίδιο των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, οδηγεί στην απώλεια βιοποικιλότητας και συμβάλλει στην εξάντληση των πόρων και στις προκλήσεις για τη δημόσια υγεία**. Ως απάντηση, η στρατηγική περιγράφει ένα **συνεκτικό σύνολο μέτρων πολιτικής και νομοθετικών δράσεων** για την καθοδήγηση της μετάβασης προς τη βιωσιμότητα σε κάθε στάδιο της αλυσίδας αξίας των τροφίμων.

### Γενικό Όραμα

Το πρωταρχικό όραμα της στρατηγικής «Από το αγρόκτημα στο πιάτο» είναι ο **επανασχεδιασμός του ευρωπαϊκού συστήματος τροφίμων** έτσι ώστε:

- **Μειώνει το περιβαλλοντικό και κλιματικό της αποτύπωμα,**
- **Διασφαλίζει την επισιτιστική ασφάλεια και την ανθεκτικότητα των αλυσίδων εφοδιασμού,**
- **Προστατεύει τη δημόσια υγεία** ενθαρρύνοντας την υγιεινή, βιώσιμη διατροφή και
- **Διασφαλίζει την οικονομική βιωσιμότητα και δικαιοσύνη** των παραγόντων του συστήματος τροφίμων - από τους αγρότες και τους αλιείς έως τους λιανοπωλητές και τους καταναλωτές.

Ουσιαστικά, η στρατηγική F2F επιδιώκει να δημιουργήσει ένα **μοντέλο «win-win-win»** που ευθυγραμμίζει την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, την οικονομική ανταγωνιστικότητα και την κοινωνική ευημερία. Τονίζει ρητά ότι τα βιώσιμα συστήματα τροφίμων πρέπει όχι μόνο να αποφέρουν περιβαλλοντικά οφέλη, αλλά και να παραμένουν **χωρίς αποκλεισμούς και οικονομικά αποδοτικά**, ιδιαίτερα για τους μικρούς και μεσαίους παραγωγούς.

Βασικές νομοθετικές και πολιτικές πρωτοβουλίες σχετικά με την επισήμανση

Η στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο» εισάγει διάφορες **βασικές νομοθετικές και πολιτικές πρωτοβουλίες** που επηρεάζουν άμεσα τον τρόπο με τον οποίο η βιωσιμότητα, η διατροφή και οι ηθικές διαστάσεις των τροφίμων κοινοποιούνται στους καταναλωτές μέσω της επισήμανσης. Οι πρωτοβουλίες αυτές αποσκοπούν στη διασφάλιση **της διαφάνειας, της συγκρισιμότητας και της εμπιστοσύνης** στις πληροφορίες για τα τρόφιμα σε ολόκληρη την ενιαία αγορά της ΕΕ.

- Πλαίσιο επισήμανσης βιώσιμων τροφίμων

Μια εμβληματική δέσμευση στο πλαίσιο της στρατηγικής F2F είναι η ανάπτυξη ενός **πλαισίου επισήμανσης βιώσιμων τροφίμων**. Αυτό το πλαίσιο προορίζεται να ενσωματώσει πολλαπλές διαστάσεις της βιωσιμότητας - **διατροφικούς, περιβαλλοντικούς, κλιματικούς και κοινωνικούς παράγοντες** - σε ένα **συνεκτικό και τυποποιημένο σύστημα επισήμανσης**.



Στόχος είναι να δοθεί η δυνατότητα στους καταναλωτές να κάνουν **συνειδητές και πραγματικά βιώσιμες επιλογές**, γεφυρώνοντας το σημερινό χάσμα μεταξύ ευαισθητοποίησης και δράσης. Το πλαίσιο έχει ως στόχο:

- Εναρμονίστε διαφορετικούς ισχυρισμούς βιωσιμότητας σε ολόκληρη την αγορά,
- Πρόληψη της προβολής ψευδοοικολογικής ταυτότητας μέσω επαληθεύσιμων και επιστημονικά τεκμηριωμένων δεικτών, και
- Παρέχετε στους καταναλωτές σαφείς, συγκρίσιμες και εύκολα ερμηνεύσιμες πληροφορίες στο σημείο αγοράς.

Αυτή η πρωτοβουλία σηματοδοτεί ένα αποφασιστικό βήμα προς **τη σύνδεση της συμπεριφοράς των καταναλωτών με τους στόχους βιωσιμότητας της ΕΕ**, διασφαλίζοντας ότι η βιώσιμη παραγωγή τροφίμων συνδυάζεται με βιώσιμα πρότυπα κατανάλωσης.

- Προφίλ θρεπτικών συστατικών και διατροφική επισήμανση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας

Αν και επικεντρώνεται κυρίως στη **δημόσια υγεία**, η στρατηγική F2F προωθεί επίσης την **υποχρεωτική διατροφική επισήμανση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας (FOP)** ως μέσο βελτίωσης των διατροφικών επιλογών. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συνεχίζει να αξιολογεί διαφορετικά συστήματα FOP —όπως **το Nutri-Score, το Keyhole και το σύστημα πολλαπλών φωτεινών σηματοδοτών**— για να εντοπίσει το πιο αποτελεσματικό και εναρμονισμένο μοντέλο για την ΕΕ.

Αυτή η πρωτοβουλία δημιουργεί ένα **ρυθμιστικό προηγούμενο για τυποποιημένη και απλοποιημένη ενημέρωση των καταναλωτών**. Μόλις τεθεί σε λειτουργία, θα μπορούσε να ανοίξει το δρόμο για την ενσωμάτωση **δεδομένων περιβάλλοντος και βιωσιμότητας** παράλληλα με τις διατροφικές βαθμολογίες, συγχωνεύοντας αποτελεσματικά **τη διαφάνεια για την υγεία και το περιβάλλον** σε μια ενοποιημένη προσέγγιση επισήμανσης.

- Επισήμανση για την καλή διαβίωση των ζώων

Η στρατηγική F2F περιλαμβάνει δέσμευση για την ανάπτυξη ενός **νέου, ολοκληρωμένου συστήματος επισήμανσης για την καλή διαβίωση των ζώων** που εκτείνεται πέρα από τις υπάρχουσες κατηγορίες προϊόντων (π.χ. αυγά) για να συμπεριλάβει **ένα ευρύτερο φάσμα προϊόντων διατροφής**.

Αυτό το μέτρο ανταποκρίνεται στην αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για μεγαλύτερη διαφάνεια σχετικά με **τις συνθήκες εκτροφής των ζώων, την ηθική μεταχείριση και τις πρακτικές παραγωγής**. Αποσκοπεί επίσης:

- Ενίσχυση της θέσης των παραγωγών στην αγορά που τηρούν υψηλότερα πρότυπα καλής μεταχείρισης,



- Ενθάρρυνση της συνεχούς βελτίωσης των κτηνοτροφικών πρακτικών, και
- Υποστηρίξτε τεκμηριωμένες αποφάσεις αγοράς σύμφωνα με ηθικές και περιβαλλοντικές αξίες.

Ευθυγραμμίζοντας τα πρότυπα καλής διαβίωσης με την επισήμανση, η ΕΕ επιδιώκει να μετατρέψει την **καλή διαβίωση των ζώων σε από μήνυμα της αγοράς**, προωθώντας την υψηλότερη καλή διαβίωση ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

- Προώθηση της Βιολογικής Παραγωγής

Ακρογωνιαίος λίθος της στρατηγικής F2F είναι ο **φιλόδοξος στόχος της για βιολογική γεωργία στο 25 % της γεωργικής γης της ΕΕ έως το 2030**. Αυτός ο στόχος ενισχύει άμεσα την **προβολή, την αξιοπιστία και την επιρροή στην αγορά του βιολογικού σήματος της ΕΕ**, το οποίο ήδη χρησιμεύει ως βασική πιστοποίηση για φιλικές προς το περιβάλλον και χωρίς χημικά μεθόδους παραγωγής.

Για να επιτευχθεί αυτό, η ΕΕ έχει ως στόχο:

- Αύξηση της στήριξης των βιοκαλλιεργητών μέσω της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής (ΚΓΠ),
- Τόνωση της ζήτησης των καταναλωτών για βιολογικά προϊόντα μέσω εκστρατειών ευαισθητοποίησης του κοινού και πολιτικών προμηθειών, και
- Διασφάλιση της αυστηρής επιβολής του κανονισμού της ΕΕ για τα βιολογικά προϊόντα για τη διατήρηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών.

Με την κλιμάκωση της βιολογικής γεωργίας και την ενίσχυση του πλαισίου επισήμανσης, η στρατηγική F2F προωθεί **τη στροφή τόσο της παραγωγής όσο και της κατανάλωσης** προς πιο βιώσιμα και διαφανή συστήματα τροφίμων.

Μαζί, αυτές οι πρωτοβουλίες τοποθετούν τη **στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο»** ως μια **μετασχηματιστική ατζέντα πολιτικής** που όχι μόνο ευθυγραμμίζεται με τις περιβαλλοντικές φιλοδοξίες της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας, αλλά και αναδιαμορφώνει άμεσα το **πληροφοριακό τοπίο της αγοράς τροφίμων της ΕΕ**. Μέσω βελτιωμένων και εναρμονισμένων συστημάτων επισήμανσης, επιδιώκει να συνδέσει τις επιλογές των καταναλωτών με τα αποτελέσματα βιωσιμότητας, καθιστώντας έτσι το σύστημα τροφίμων πιο διαφανές, δίκαιο και ανθεκτικό στο μέλλον.

### 2.3 Κατανόηση της πρότασης οδηγίας για τους οικολογικούς ισχυρισμούς (2023)

Η πρόταση οδηγίας για τους οικολογικούς ισχυρισμούς, γνωστή και ως «οδηγία για την τεκμηρίωση και τη γνωστοποίηση ρητών περιβαλλοντικών ισχυρισμών» (Μάρτιος 2023), αποτελεί νομοθετική πρωτοβουλία-ορόσημο που αποσκοπεί στην αντιμετώπιση της προβολής



ψευδοοικολογικής ταυτότητας και στη διασφάλιση της αξιοπιστίας των περιβαλλοντικών ισχυρισμών.

- **Δήλωση προβλήματος:** Η πρόταση αναφέρει ότι το 53% των πράσινων ισχυρισμών στην ΕΕ είναι ασαφείς, παραπλανητικοί ή αβάσιμοι και το 40% είναι εντελώς αβάσιμοι. Αυτό διαβρώνει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και δημιουργεί αθέμιτο ανταγωνισμό για πραγματικά βιώσιμες επιχειρήσεις.
- **Βασικές απαιτήσεις της πρότασης:**
  1. **Τεκμηρίωση:** Όλοι οι ρητοί περιβαλλοντικοί ισχυρισμοί (π.χ. «ουδέτερος άνθρακας», «βιοδιασπώμενος», «κατασκευασμένο από ανακυκλωμένο πλαστικό») πρέπει να τεκμηριώνονται με ισχυρά, επιστημονικά τεκμηριωμένα και επαληθεύσιμα στοιχεία. Αυτό θα απαιτήσει μια ολοκληρωμένη **μεθοδολογία περιβαλλοντικού αποτυπώματος προϊόντος (PEF)** ως προτιμώμενη βάση αξιολόγησης.
  2. **Επαλήθευση:** Πριν χρησιμοποιηθούν στην αγορά, όλοι οι ισχυρισμοί πρέπει να επαληθεύονται ανεξάρτητα από διαπιστευμένο νομικό πρόσωπο τρίτου μέρους.
  3. **Επικοινωνία:** Οι ισχυρισμοί πρέπει να παρουσιάζονται με σαφήνεια, με συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με την περιβαλλοντική πτυχή στην οποία αναφέρονται (π.χ. «συσκευασία κατασκευασμένη από 30% ανακυκλωμένο πλαστικό»). Οι συγκριτικοί ισχυρισμοί (π.χ. «πιο βιώσιμοι») πρέπει να βασίζονται σε ισοδύναμες πληροφορίες και δεδομένα.
  4. **Απαγόρευση γενικών ισχυρισμών:** Αόριστοι ισχυρισμοί όπως «φιλικό προς το περιβάλλον», «πράσινο» ή «οικολογικό» θα απαγορεύονται, εκτός εάν υποστηρίζονται από εξαιρετική, αποδεδειγμένη περιβαλλοντική απόδοση σχετική με τον ισχυρισμό.
- **Επιπτώσεις για την επισήμανση των τροφίμων:** Αυτή η οδηγία θα αλλάξει ριζικά το τοπίο για τις ηθικές ετικέτες τροφίμων. Θα απαιτήσει μια ριζική αύξηση της διαφάνειας και της επιστημονικής αυστηρότητας πίσω από κάθε περιβαλλοντικό ισχυρισμό στις συσκευασίες τροφίμων, μεταβαίνοντας από τους ισχυρισμούς που βασίζονται στο μάρκετινγκ στην επικοινωνία που βασίζεται σε στοιχεία.

#### 2.4 Επισκόπηση των υποχρεωτικών έναντι των εθελοντικών συστημάτων επισήμανσης

Το τοπίο επισήμανσης της ΕΕ είναι ένα διττό σύστημα που περιλαμβάνει υποχρεωτικές πληροφορίες που απαιτούνται από τη νομοθεσία και πληθώρα εθελοντικών συστημάτων. Η κατανόηση αυτής της διάκρισης είναι κρίσιμη για την πλοήγηση στη συμμόρφωση και τη στρατηγική επικοινωνία.



χαρακτηριστικό	Υποχρεωτικά συστήματα επισήμανσης	Εθελοντικά συστήματα επισήμανσης
Ορισμός	Πληροφορίες που πρέπει να αναγράφονται στα τρόφιμα, όπως απαιτείται από τη νομοθεσία της ΕΕ.	Πληροφορίες που επιλέγουν να παρέχουν οι επιχειρήσεις πέραν των νομικών απαιτήσεων, συχνά για να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους.
Νομική βάση	Υποστηρίζεται άμεσα από κανονισμούς και οδηγίες της ΕΕ (π.χ. κανονισμός για την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές (FIC) 1169/2011).	Διέπεται από ιδιωτικά πρότυπα, συλλογικές συμβάσεις ή ειδικούς κανονισμούς της ΕΕ για τα σήματα πιστοποίησης (π.χ. κανονισμός της ΕΕ για τα βιολογικά προϊόντα).
Επιβολή	Επιβάλλεται από τις εθνικές αρμόδιες αρχές (π.χ. υπηρεσίες ασφάλειας τροφίμων). Η μη συμμόρφωση μπορεί να οδηγήσει σε πρόστιμα, ανακλήσεις ή απόσυρση από την αγορά.	Διοικείται από τον ιδιοκτήτη του προγράμματος. Η κακή χρήση μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια πιστοποίησης και νομικές ενέργειες για παραπλανητική διαφήμιση.
Βασικά παραδείγματα	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Κατάλογος συστατικών και αλλεργιογόνων (FIC)</li> <li>- Διατροφική Δήλωση (FIC)</li> <li>- Επισήμανση καταγωγής (για συγκεκριμένα προϊόντα)</li> <li>- Συστήματα ποιότητας της ΕΕ (ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΙΠ — ενώ η χρήση είναι εθελοντική, τα πρότυπα προστατεύονται νομικά)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Λογότυπο βιολογικής παραγωγής της ΕΕ</li> <li>- Διεθνές Δίκαιο Εμπόριο</li> <li>- Συμμαχία Τροπικών Δασών/UTZ</li> <li>- Ετικέτες καλής διαβίωσης των ζώων (π.χ. RSPCA Assured)</li> <li>- Διάφοροι ισχυρισμοί ουδετερότητας άνθρακα</li> </ul>



χαρακτηριστικό	Υποχρεωτικά συστήματα επισήμανσης	Εθελοντικά συστήματα επισήμανσης
Αντίληψη καταναλωτή	Συχνά θεωρείται ως βάση για την ασφάλεια και τις βασικές πληροφορίες.	Εκλαμβάνεται ως ένδειξη υψηλότερων ηθικών ή ποιοτικών προτύπων, αν και υπόκειται σε διαφορετικά επίπεδα εμπιστοσύνης των καταναλωτών.
Μελλοντική τροχιά	Το πεδίο εφαρμογής επεκτείνεται για να συμπεριλάβει περισσότερες διαστάσεις βιωσιμότητας (π.χ. η επικείμενη οδηγία για τους οικολογικούς ισχυρισμούς θα καταστήσει εκ των πραγμάτων υποχρεωτική την τεκμηρίωση των περιβαλλοντικών ισχυρισμών).	Υπό πίεση για εναρμόνιση, αύξηση της διαφάνειας και ευθυγράμμιση με τη μεθοδολογία PEF. Τα συστήματα που αποτυγχάνουν να επιδείξουν αυστηρότητα μπορεί να χάσουν την αξιοπιστία τους.

## Κεφάλαιο 3: Ένας αποκωδικοποιητής για οικολογικά σήματα και ηθικούς ισχυρισμούς

### Εισαγωγή

Το τοπίο των ηθικών και πράσινων ετικετών τροφίμων είναι περίπλοκο και κατακερματισμένο, οδηγώντας συχνά σε σύγχυση και σκεπτικισμό των καταναλωτών. Αυτό το κεφάλαιο χρησιμεύει ως κρίσιμος αποκωδικοποιητής, παρέχοντας μια συστηματική ανάλυση των πιο σημαντικών κατηγοριών ετικετών στην ευρωπαϊκή αγορά. Προχωρά πέρα από τους επιφανειακούς ορισμούς για να εξετάσει τη διακυβέρνηση, τα πρότυπα και τους μηχανισμούς επαλήθευσης πίσω από κάθε ισχυρισμό, δίνοντας τη δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους να διακρίνουν μεταξύ αυστηρών πιστοποιήσεων και δυνητικά παραπλανητικού μάρκετινγκ.

### 3.1 Βιολογική πιστοποίηση (EU Organic Leaf & Others)

Η βιολογική πιστοποίηση αποτελεί ένα από τα πιο καθιερωμένα και ευρέως αναγνωρισμένα συστήματα ηθικής επισήμανσης παγκοσμίως. Θεμελιώδης αρχή του είναι η προώθηση γεωργικών πρακτικών που μιμούνται τα φυσικά συστήματα, δίνοντας έμφαση στις βιολογικές διεργασίες, τη



βιοποικιλότητα και τη διατήρηση των φυσικών πόρων. Αντιπροσωπεύει μια συστημική εναλλακτική λύση στη συμβατική γεωργία έντασης εισροών, δίνοντας προτεραιότητα στην οικολογική ισορροπία και την υγεία του εδάφους.

Το λογότυπο βιολογικής παραγωγής της ΕΕ (το φύλλο): ένα νομοθετημένο πρότυπο

Το βιολογικό λογότυπο της ΕΕ, κοινώς γνωστό ως «το φύλλο», είναι ένα νομικά προστατευμένο και τυποποιημένο σήμα που εγγυάται τη συμμόρφωση με ένα ολοκληρωμένο σύνολο κανόνων παραγωγής σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση.

- **Διακυβέρνηση και νομική βάση:**

Το λογότυπο διέπεται από τον **κανονισμό (ΕΕ) 2018/848**, ο οποίος τέθηκε σε πλήρη εφαρμογή τον Ιανουάριο του 2022. Αυτός ο κανονισμός παρέχει ένα ισχυρό, εναρμονισμένο νομικό πλαίσιο που αντικαθιστά τις εθνικές παραλλαγές, διασφαλίζοντας έναν συνεπή ορισμό του «βιολογικού» και στα 27 κράτη μέλη. Το πεδίο εφαρμογής του είναι ολοκληρωμένο και καλύπτει την παραγωγή, επεξεργασία, διανομή και εισαγωγή βιολογικών προϊόντων, καθώς και τα συστήματα πιστοποίησης και ελέγχου που απαιτούνται για την επιβολή τους.

- **Βασικά πρότυπα και απαγορεύσεις παραγωγής:**

Ο κανονισμός επιβάλλει μια ολιστική προσέγγιση στη γεωργία, με πολλές βασικές απαγορεύσεις και απαιτήσεις:

1. **Απαγόρευση συνθετικών εισροών:**

- **Φυτοφάρμακα & Λιπάσματα:** Απαγορεύεται αυστηρά η χρήση συνθετικών χημικών φυτοφαρμάκων και ευδιάλυτων ορυκτών λιπασμάτων. Αντίθετα, το σύστημα βασίζεται σε:
  - **Αμειψισπορά:** Μια θεμελιώδης πρακτική για τη διατήρηση της γονιμότητας του εδάφους, το σπάσιμο των κύκλων παρασίτων και ασθενειών και τη διαχείριση των ζιζανίων.
  - **Πράσινη λίπανση & κομποστοποίηση:** Η χρήση ψυχανθών και κομπόστ που παράγεται στη φάρμα για τη δέσμευση του αζώτου και τον εμπλουτισμό της οργανικής ύλης του εδάφους.
  - **Βιολογική Καταπολέμηση Παρασίτων:** Η προώθηση ωφέλιμων οργανισμών και η χρήση εγκεκριμένων βιολογικών σκευασμάτων για τη διαχείριση παρασίτων.

2. **Απόλυτη απαγόρευση των γενετικά τροποποιημένων οργανισμών (ΓΤΟ):**



- Οι ΓΤΟ απαγορεύονται σε όλα τα στάδια της αλυσίδας παραγωγής, από τον σπόρο έως το τελικό προϊόν. Αυτό επεκτείνεται και στη διατροφή των βιολογικών ζώων. Για την αποφυγή τυχαίας μόλυνσης, οι φορείς εκμετάλλευσης πρέπει να επιδεικνύουν τη δέουσα επιμέλεια μέσω της προμήθειας από πιστοποιημένους προμηθευτές σπόρων μη ΓΤΟ και της εφαρμογής αυστηρών μέτρων διαχωρισμού κατά την επεξεργασία και τη μεταφορά.

### 3. Αυστηροί κανονισμοί για την καλή διαβίωση των ζώων:

- Η βιολογική κτηνοτροφία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη γη και επιβάλλει υψηλά πρότυπα καλής διαβίωσης:
  - **Κτηνοτροφικές πρακτικές:** Απαγορεύεται η πρόσδεση και η απομονωμένη στέγαση. Τα ζώα πρέπει να διατηρούνται σε ομάδες κατάλληλες για το είδος τους.
  - **Πρόσβαση σε εξωτερικούς χώρους:** Τα ζώα πρέπει να έχουν υποχρεωτική και τακτική πρόσβαση σε υπαίθριους χώρους, κατά προτίμηση βοσκότοπους.
  - **Βιολογικές ζωτροφές:** Τα ζώα πρέπει να τρέφονται με 100% βιολογικές ζωτροφές, με ένα σημαντικό μέρος (τουλάχιστον 60% για τα μηρυκαστικά) να προέρχεται από την ίδια τη φάρμα ή την ίδια περιοχή.
  - **Περιορισμένη χρήση κτηνιατρικών φαρμάκων:** Απαγορεύεται η προληπτική χρήση αντιβιοτικών. Εάν ένα ζώο αρρωστήσει, δίνεται προτεραιότητα σε φυτοθεραπευτικές και ομοιοπαθητικές θεραπείες. Εάν τα αντιβιοτικά είναι απαραίτητα ως έσχατη λύση, ο χρόνος αναμονής διπλασιάζεται και το ζώο ή τα προϊόντα του μπορεί να χάσουν την οργανική τους κατάσταση μετά από πολλαπλές θεραπείες.

### 4. Απαγόρευση ιοντίζουσας ακτινοβολίας:

- Η χρήση ακτινοβολίας για τη συντήρηση ή την απολύμανση τροφίμων απαγορεύεται αυστηρά, ευθυγραμμιζόμενη με την αρχή της ελάχιστης επεξεργασίας.
- **Μηχανισμός επαλήθευσης και ελέγχου:**

Η συμμόρφωση δεν δηλώνεται από τον εαυτό σας. Το σύστημα της ΕΕ επιβάλλει μια αυστηρή, ανεξάρτητη διαδικασία επαλήθευσης:

1. **Πιστοποίηση από διαπιστευμένους φορείς:** Όλες οι επιχειρήσεις (γεωργοί, μεταποιητές, εισαγωγείς, έμποροι) πρέπει να είναι πιστοποιημένες από φορέα ή αρχή ελέγχου που είναι επίσημα διαπιστευμένη από την αρμόδια εθνική αρχή.



2. **Ετήσιοι έλεγχοι:** Η πιστοποίηση περιλαμβάνει μια ολοκληρωμένη ετήσια επιθεώρηση, συμπεριλαμβανομένων επιτόπιων ελέγχων, ανασκόπησης της τήρησης αρχείων (π.χ. αρχεία καταγραφής εισροών, αρχεία πωλήσεων, σχέδια υγείας των ζώων) και πιθανές δοκιμές υπολειμμάτων εδάφους και προϊόντων.
3. **Πλήρης ιχνηλασιμότητα:** Η αρχή «από το αγρόκτημα στο πιρούνι» απαιτεί κάθε βήμα της εφοδιαστικής αλυσίδας να είναι πιστοποιημένο, διασφαλίζοντας τη διατήρηση της ακεραιότητας του βιολογικού προϊόντος από το χωράφι μέχρι τον καταναλωτή.

*Άλλες σημαντικές βιολογικές ετικέτες: Μια συγκριτική προοπτική*

Ενώ το λογότυπο βιολογικής παραγωγής της ΕΕ παρέχει μια ισχυρή βάση, άλλα σημαντικά σήματα λειτουργούν στην παγκόσμια αγορά, ορισμένα με διαφορετικές ή αυστηρότερες απαιτήσεις.

- **USDA Organic (Υπουργείο Γεωργίας των Ηνωμένων Πολιτειών):**

- **Ρόλος:** Αυτό είναι το κύριο πρότυπο για τα βιολογικά προϊόντα στις Ηνωμένες Πολιτείες και αποτελεί βασικό σημείο αναφοράς για τις εισαγωγές στην αγορά των ΗΠΑ. Η ΕΕ και οι ΗΠΑ έχουν μια επίσημη συμφωνία ισοδυναμίας, αναγνωρίζοντας η μία τα πρότυπα της άλλης ως σε μεγάλο βαθμό ισοδύναμα, γεγονός που διευκολύνει το εμπόριο.
- **Βασικές ομοιότητες και διαφορές:** Οι βασικές αρχές ευθυγραμμίζονται με αυτές της ΕΕ, απαγορεύοντας τα περισσότερα συνθετικά λιπάσματα και φυτοφάρμακα, ΓΤΟ και ακτινοβολήση. Οι βασικές διαφορές βρίσκονται στις λεπτομέρειες, που διέπονται από τον «Εθνικό Κατάλογο Επιτρεπόμενων και Απαγορευμένων Ουσιών» του USDA. Αυτός ο κατάλογος μπορεί να επιτρέπει ή να περιορίζει ορισμένες ουσίες (π.χ. ειδικά αντιβιοτικά για ζώα, συνθετικά υλικά) διαφορετικά από τον κανονισμό της ΕΕ, απαιτώντας ιδιαίτερη προσοχή για τους εξαγωγείς.

- **Ιδιωτικές και εθνικές ετικέτες με ενισχυμένα πρότυπα (π.χ. Bioland, Demeter):**

- **Έννοια:** Πρόκειται για ιδιωτικές ενώσεις των οποίων τα πρότυπα συχνά υπερβαίνουν τα νομικά ελάχιστα που ορίζει ο κανονισμός της ΕΕ για τα βιολογικά προϊόντα. Αντιπροσωπεύουν μια δέσμευση για μια πιο βαθιά ερμηνεία των οργανικών αρχών.
- **Bioland (Γερμανία):** Ως μία από τις μεγαλύτερες ενώσεις βιολογικών προϊόντων στην Ευρώπη, τα πρότυπα της Bioland είναι αυστηρότερα από τη βασική γραμμή της ΕΕ. Για παράδειγμα, απαιτεί 100% βιολογικές ζωοτροφές για τα ζώα (χωρίς μεταβατικές εξαιρέσεις), επιβάλλει υψηλότερο ποσοστό ζωοτροφών να παράγεται στο ίδιο το αγρόκτημα και έχει πιο περιοριστικούς κανόνες για τη χρήση ορισμένων φυσικών λιπασμάτων και βοηθημάτων επεξεργασίας.



### ο Δήμητρα:

- **Φιλοσοφία:** Η Δήμητρα αντιπροσωπεύει τη **Βιοδυναμική γεωργία**, μια πρωτοποριακή μορφή βιολογικής γεωργίας που αναπτύχθηκε από τον Rudolf Steiner. Είναι μια ολιστική και πνευματική-ηθική προσέγγιση που βλέπει το αγρόκτημα ως έναν αυτοσυντηρούμενο, ζωντανό οργανισμό.
- **Ενισχυμένα πρότυπα:** Πέρα από τις απαιτήσεις της ΕΕ για τα βιολογικά προϊόντα, η Demeter δίνει εντολές:
  - **Βιοδυναμικά παρασκευάσματα:** Η χρήση συγκεκριμένων φυτικών και μεταλλικών παρασκευασμάτων (π.χ. Preparation 500, που παρασκευάζεται από κοπριά αγελάδας που έχει υποστεί ζύμωση σε κέρατο αγελάδας) για την ενίσχυση της ζωτικότητας του εδάφους και της υγείας των φυτών.
  - **Αυστηρά όρια στις εξωτερικές εισροές:** Ένα σημαντικό υψηλότερο ποσοστό ζωοτροφών πρέπει να παράγεται στην ίδια τη φάρμα.
  - **Αυστηρά πρότυπα επεξεργασίας:** Η χρήση τεχνητών προσθέτων και βοηθημάτων επεξεργασίας είναι πολύ πιο περιορισμένη από ό,τι στον κανονισμό της ΕΕ για τα βιολογικά προϊόντα. Για παράδειγμα, ο αριθμός των επιτρεπόμενων προσθέτων στην επεξεργασία Demeter είναι ένα μικρό κλάσμα αυτών που επιτρέπονται βάσει των γενικών κανόνων της ΕΕ για τα βιολογικά προϊόντα.

### 3.2 Σήματα δίκαιου εμπορίου και κοινωνικής δικαιοσύνης

Αυτές οι ετικέτες επικεντρώνονται στις κοινωνικές και οικονομικές διαστάσεις της βιωσιμότητας, διασφαλίζοντας δίκαιες συνθήκες για τους παραγωγούς και τους εργαζόμενους στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού.

#### • Fairtrade International (Το Μπλε & Πράσινο Σήμα FAIRTRADE):

- ο **Διακυβέρνηση:** Ένα πολυμερές σύστημα που διοικείται από παραγωγούς, εμπόρους και ΜΚΟ.
- ο **Βασικά πρότυπα:**
  - **Εγγυημένη ελάχιστη τιμή:** Λειτουργεί ως δίκτυο ασφαλείας για τους αγρότες έναντι της κατάρρευσης των τιμών της αγοράς.
  - **Πρόσθετη αμοιβή δίκαιου εμπορίου:** Ένα πρόσθετο ποσό που καταβάλλεται σε παραγωγικούς συνεταιρισμούς για επενδύσεις σε επιχειρηματικά ή κοινοτικά έργα (π.χ. σχολεία, υγειονομική περίθαλψη).
  - **Δημοκρατική Οργάνωση:** Ενθαρρύνει τους αγρότες μικρής κλίμακας να οργανωθούν σε συνεταιρισμούς.



### ▪ Ασφαλείς Συνθήκες Εργασίας & Απαγόρευση Παιδικής/Καταναγκαστικής Εργασίας.

- **Πεδίο εφαρμογής:** Επικεντρώνεται κυρίως σε συγκεκριμένες καλλιέργειες εμπορευμάτων από τον Παγκόσμιο Νότο (π.χ. καφές, κακάο, μπανάνες, τσάι).
- **Fair for Life (από τον IMO):**
  - **Διάκριση:** Ένα πιο ευέλικτο πρότυπο που δεν περιορίζεται σε συγκεκριμένα προϊόντα ή χώρες. Μπορεί να εφαρμοστεί στη γεωργική παραγωγή, τη μεταποίηση και το εμπόριο παγκοσμίως, συμπεριλαμβανομένης της Ευρώπης.
  - **Εστίαση:** Κοινωνική λογοδοσία και πρακτικές δίκαιου εμπορίου σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού, ακόμη και για μη βρώσιμα προϊόντα.

### 3.3 Ετικέτες καλής μεταχείρισης των ζώων (εκτρέφόμενα σε βοσκότοπους, ελευθέρως βοσκής κ.λπ.)

Αυτή η κατηγορία είναι εξαιρετικά ποικιλόμορφη, που κυμαίνεται από νομικά καθορισμένους όρους έως ιδιωτικά συστήματα πιστοποίησης με διαφορετικά επίπεδα αυστηρότητας.

- **Ρυθμιστικοί όροι της ΕΕ:**
  - **«Ελευθέρως βοσκής» (πουλερικά):** Ορίζεται στη νομοθεσία της ΕΕ, απαιτώντας συνεχή πρόσβαση κατά τη διάρκεια της ημέρας σε υπαίθριες διαδρομές για τουλάχιστον τη μισή διάρκεια ζωής τους.
  - **«Αχυρώνας» ή «χωρίς κλουβί» (αυγά):** Οι κότες μπορούν να κινούνται ελεύθερα μέσα σε έναν αχυρώνα, αλλά δεν έχουν απαραίτητα πρόσβαση σε εξωτερικούς χώρους.
  - **Περιορισμός:** Πολλοί όροι, όπως «εκτρέφονται σε βοσκότοπους», στερούνται ενιαίου νομικού ορισμού της ΕΕ, οδηγώντας σε πιθανή κατάχρηση.
- **Ιδιωτικά Σχήματα Πιστοποίησης:**
  - **RSPCA Assured (Ηνωμένο Βασίλειο):** Ένα ολοκληρωμένο επιστημονικό πρότυπο που εστιάζει στις «Πέντε Ελευθερίες» της καλής διαβίωσης των ζώων (ελευθερία από πείνα/δίψα, δυσφορία, πόνος/τραυματισμός/ασθένεια, φόβος/αγωνία, ελευθερία έκφρασης φυσιολογικής συμπεριφοράς).
  - **Animal Welfare Approved (AGW):** Μια εξαιρετικά αυστηρή, μη κερδοσκοπική ετικέτα με μερικά από τα υψηλότερα πρότυπα καλής διαβίωσης, που απαιτεί τα ζώα να εκτρέφονται σε βοσκότοπους ή βοσκότοπους για όλη τους τη ζωή.
  - **Λογότυπο βιολογικής παραγωγής της ΕΕ:** Όπως αναφέρεται στο 3.1, περιλαμβάνει σημαντικές απαιτήσεις καλής διαβίωσης των ζώων, καθιστώντας το μια αξιόπιστη βάση για την καλή διαβίωση.

### 3.4 Περιβαλλοντικό αποτύπωμα και ισχυρισμοί ουδέτερου άνθρακα



Αυτοί οι ισχυρισμοί σχετίζονται με τις συνολικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις ενός προϊόντος, ιδιαίτερα τη συμβολή του στην κλιματική αλλαγή. Επί του παρόντος, αποτελούν σημαντικό επίκεντρο ρυθμιστικού ελέγχου λόγω της εκτεταμένης προβολής ψευδοοικολογικής ταυτότητας.

- **Περιβαλλοντικό αποτύπωμα προϊόντος (PEF):**

- **Ορισμός:** Μεθοδολογικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τον ποσοτικό προσδιορισμό των περιβαλλοντικών επιδόσεων ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής του.
- **Σημασία:** Η προτεινόμενη οδηγία για τους οικολογικούς ισχυρισμούς (βλ. κεφάλαιο 2.3) τοποθετεί το PEF ως την προτιμώμενη μέθοδο για την τεκμηρίωση περιβαλλοντικών ισχυρισμών, με στόχο τη δημιουργία ισότιμων όρων ανταγωνισμού.

- **Ισχυρισμοί ουδέτερου άνθρακα/κλιματικά ουδέτερου:**

- **Ορισμός: Ισχυρισμός** ότι οι εκπομπές CO<sub>2</sub> που σχετίζονται με τον κύκλο ζωής ενός προϊόντος έχουν υπολογιστεί, μειωθεί όσο το δυνατόν περισσότερο και τυχόν εναπομένουσες εκπομπές έχουν αντισταθμιστεί με τη χρηματοδότηση ισοδύναμης ποσότητας εξοικονόμησης άνθρακα αλλού (π.χ. μέσω έργων αντιστάθμισης άνθρακα όπως η αναδάσωση).
- **Κρίσιμα σημεία αξιολόγησης:**
  1. **Διαφάνεια:** Είναι δημόσια διαθέσιμη η μεθοδολογία Ανάλυσης Κύκλου Ζωής (LCA);
  2. **Στρατηγική Reduction-First:** Έχει αποδεδειγμένα μειώσει η εταιρεία τις δικές της εκπομπές πριν καταφύγει σε αντισταθμίσεις;
  3. **Ποιότητα αντισταθμίσεων:** Είναι οι πιστώσεις άνθρακα από επαληθευμένα, μόνιμα και πρόσθετα έργα (π.χ. σύμφωνα με το Gold Standard ή το Verified Carbon Standard);

### 3.5 Ετικέτες βιωσιμότητας θαλασσιών (MSC, ASC)

Αυτές οι ετικέτες αντιμετωπίζουν το κρίσιμο ζήτημα της υπεραλίευσης και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της υδατοκαλλιέργειας.

- **Συμβούλιο Θαλάσσιας Επιστασίας (MSC - Blue Fish Label):**

- **Εστίαση:** Πιστοποίηση θαλασσιών που αλιεύονται άγρια.
- **Βασικές αρχές:**
  1. Βιώσιμα ιχθυαποθέματα (πρόληψη της υπεραλίευσης).
  2. Ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων (προστασία του θαλάσσιου οικοσυστήματος).



3. Αποτελεσματική διαχείριση (ανταποκρινόμενη και νόμιμη διαχείριση της αλυσίδας).
  - **Κριτική: Υπάρχουν** ορισμένες συζητήσεις σχετικά με την πιστοποίηση ορισμένων τύπων αλυσίδας μεγάλης κλίμακας.
  - **Συμβούλιο Διαχείρισης Υδατοκαλλιέργειας (ASC - Green Fish Label):**
    - **Εστίαση:** Πιστοποίηση εκτρεφόμενων (υδατοκαλλιεργούμενων) θαλασσινών.
    - **Βασικά πρότυπα:** Αντιμετώπιση των βασικών επιπτώσεων της υδατοκαλλιέργειας, όπως:
      1. Υπεύθυνη προμήθεια ζωοτροφών.
      2. Ελαχιστοποίηση της ρύπανσης και της χρήσης χημικών.
      3. Προστασία της βιοποικιλότητας και των τοπικών οικοσυστημάτων.
      4. Διασφάλιση δίκαιων συνθηκών εργασίας και σχέσεων με την κοινότητα.

### 3.6 Περιφερειακά και βιοτεχνικά συστήματα ποιότητας (ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΠ)

Οι γεωγραφικές ενδείξεις (ΓΕ) και τα συστήματα ποιότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελούν ακρογωνιαίο λίθο της πολιτικής της για τη γεωργία, τα τρόφιμα και την αγροτική ανάπτυξη. Τα προγράμματα αυτά αποσκοπούν στη διαφύλαξη της φήμης των τοπικών προϊόντων, στη διατήρηση των παραδοσιακών μεθόδων παραγωγής και στην προώθηση της πολιτιστικής και οικονομικής αξίας της τοπικής κληρονομιάς. Συνδέοντας τα προϊόντα με τη γεωγραφική προέλευση και τις παραδόσεις παραγωγής τους, η ΕΕ διασφαλίζει ότι οι καταναλωτές λαμβάνουν **αυθεντικά, ανιχνεύσιμα και υψηλής ποιότητας προϊόντα**, ενώ οι παραγωγοί επωφελούνται από **νομική προστασία και προστιθέμενη αξία στην αγορά**.

Η προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων διαδραματίζει επίσης κίριο ρόλο στην πρόληψη του **αθέμιτου ανταγωνισμού και της παραποίησης/απομίμησης**, καθώς μόνο οι παραγωγοί που βρίσκονται στις καθορισμένες περιοχές και τηρούν τις καταχωρισμένες προδιαγραφές μπορούν να χρησιμοποιούν τις προστατευόμενες ονομασίες. Επιπλέον, τα προγράμματα αυτά στηρίζουν τις **αγροτικές οικονομίες**, ενθαρρύνουν τη **βιώσιμη χρήση της γης** και συμβάλλουν στην **ποικιλομορφία της ευρωπαϊκής γεωργίας και γαστρονομίας**.

Τα συστήματα γεωγραφικών ενδείξεων της ΕΕ αποτελούνται από τρεις κύριες κατηγορίες:

1. Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ)
2. Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (ΠΓΕ)
3. Εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν (ΕΠΠ)

Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ)

**Η Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ)** είναι το υψηλότερο και αυστηρότερο επίπεδο γεωγραφικής προστασίας βάσει του δικαίου της ΕΕ. Προσδιορίζει τα προϊόντα που έχουν τον **ισχυρότερο δεσμό μεταξύ των ποιοτήτων τους και της γεωγραφικής περιοχής στην οποία παράγονται.**

- **Απαιτήσεις:**

Κάθε βήμα της παραγωγικής διαδικασίας - **παραγωγή, επεξεργασία και προετοιμασία** - πρέπει να πραγματοποιείται **εξ ολοκλήρου εντός της συγκεκριμένης περιοχής**. Τα μοναδικά χαρακτηριστικά του προϊόντος πρέπει να **οφείλονται κυρίως ή αποκλειστικά στους φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες** του εν λόγω γεωγραφικού περιβάλλοντος, όπως το τοπικό κλίμα, οι εδαφολογικές συνθήκες και η παραδοσιακή τεχνογνωσία. Τα προϊόντα ΠΟΠ πρέπει να συμμορφώνονται με αυστηρές προδιαγραφές που περιγράφουν τις μεθόδους παραγωγής, τις πρώτες ύλες και τα γεωγραφικά όρια.

- **Σκοπός και Οφέλη:**

Το καθεστώς ΠΟΠ διατηρεί **αυθεντικά προϊόντα για συγκεκριμένες τοποθεσίες** που δεν μπορούν να αναπαραχθούν αλλού, ακόμη και με πανομοιότυπες τεχνικές. Ενισχύει την τοπική ταυτότητα και διασφαλίζει ότι οι παραγωγοί της οριοθετημένης περιοχής διατηρούν υψηλή ποιότητα και διαφάνεια.

- **Παραδείγματα:**

- **Parmigiano Reggiano (Ιταλία):** Ένα σκληρό τυρί που παρασκευάζεται σε συγκεκριμένες επαρχίες της βόρειας Ιταλίας, του οποίου η γεύση και η υφή εξαρτώνται από το τοπικό γάλα, τα βοσκοτόπια και την παραδοσιακή διαδικασία ωρίμανσης.
- **Ροκφόρ (Γαλλία):** Ένα μπλε τυρί που παρασκευάζεται αποκλειστικά από πρόβειο γάλα και παλαιώνει στις φυσικές σπηλιές του Roquefort-sur-Soulzon.
- **Ελιές Καλαμών (Ελλάδα):** Ελιές που καλλιεργούνται και επεξεργάζονται στην περιοχή της Πελοποννήσου, γνωστές για τη χαρακτηριστική γεύση και υφή τους που συνδέονται με τα τοπικά εδάφη και το κλίμα.

Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (ΠΓΕ)

**Η Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (ΠΓΕ)** προσφέρει μια πιο ευέλικτη μορφή γεωγραφικής προστασίας, αναγνωρίζοντας προϊόντα που διατηρούν ισχυρή **σύνδεση με την περιοχή προέλευσής τους**, αλλά επιτρέποντας να μην πραγματοποιούνται όλα τα στάδια παραγωγής εκεί.

- **Απαιτήσεις:**

Για να χαρακτηριστεί ένα προϊόν ως ΠΓΕ, **τουλάχιστον ένα από τα στάδια παραγωγής,**



**μεταποίησης ή παρασκευής** πρέπει να πραγματοποιείται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής. Το προϊόν πρέπει να έχει **συγκεκριμένη ποιότητα, φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό** που μπορεί να αποδοθεί άμεσα στην προέλευσή του. Αυτό επιτρέπει την περιφερειακή εξειδίκευση, ενώ αναγνωρίζει τις ευρύτερες πραγματικότητες της εφοδιαστικής αλυσίδας.

- **Σκοπός και Οφέλη:**

Η πιστοποίηση ΠΓΕ υποστηρίζει **την περιφερειακή φήμη και την πολιτιστική κληρονομιά**, προωθεί την **τοπική απασχόληση** και διασφαλίζει την **εμπιστοσύνη των καταναλωτών** συνδέοντας την ταυτότητα του προϊόντος με μια συγκεκριμένη περιοχή. Επιτρέπει επίσης μεγαλύτερη ευελιξία σε σύγκριση με την ΠΟΠ, καθιστώντας την πιο προσιτή στους παραγωγούς που ασχολούνται με την περιφερειακή μεταποίηση.

- **Παραδείγματα:**

- **Prosciutto di Parma (Ιταλία):** Χοιρομέρι ξηρής ωρίμανσης που παράγεται και παλαιώνεται στην περιοχή της Πάρμας, επωφελούμενο από το τοπικό μικροκλίμα.
- **Comté (Γαλλία):** Τυρί που παράγεται στα βουνά Jura, όπου το φυσικό περιβάλλον διαμορφώνει το γευστικό του προφίλ.
- **Lübecker Marzipan (Γερμανία):** Φημισμένο αμυγδαλωτό που παρασκευάζεται στο Lübeck, διάσημο για την παραδοσιακή συνταγή και τη δεξιοτεχνία του.

Εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν (ΕΠΙΠ)

Το καθεστώς **εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων (ΕΠΙΠ)** αναδεικνύει τις **παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής ή συνταγές**, δίνοντας έμφαση στην πολιτιστική και ιστορική αυθεντικότητα και όχι στη γεωγραφική προέλευση. Σε αντίθεση με τις ΠΟΠ και τις ΠΓΕ, τα ΕΠΙΠ **δεν συνδέουν το προϊόν με συγκεκριμένο τόπο**, επιτρέποντας στους παραγωγούς σε ολόκληρη την ΕΕ να παράγουν το προϊόν εφόσον τηρούν τις παραδοσιακές προδιαγραφές.

- **Απαιτήσεις:**

Για να πληροί τις προϋποθέσεις για το καθεστώς ΕΠΙΠ, ένα προϊόν πρέπει να έχει **παραδοσιακή σύνθεση, διαδικασία παραγωγής ή συνταγή που χρησιμοποιείται για τουλάχιστον 30 χρόνια**. Η ονομασία προστατεύει τον **παραδοσιακό χαρακτήρα του προϊόντος** από απομίμηση ή κακή χρήση, διασφαλίζοντας ότι οι καταναλωτές μπορούν να εμπιστευτούν την ετικέτα ως δείκτη κληρονομιάς και ποιότητας.

- **Σκοπός και οφέλη:**

Το πρόγραμμα ΕΠΙΠ διατηρεί τις **γαστρονομικές παραδόσεις**, ενθαρρύνει την **καινοτομία στο πλαίσιο της αυθεντικότητας** και προωθεί την **πολιτιστική συνέχεια**



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA).  
Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

στην ευρωπαϊκή παραγωγή τροφίμων. Επιτρέπει επίσης σε πολλές περιοχές ή χώρες να μοιράζονται και να προστατεύουν τρόφιμα κοινής κληρονομιάς.

### • Παραδείγματα:

- **Μοτσαρέλα (Ιταλία):** Αναγνωρίζεται για την παραδοσιακή διαδικασία παρασκευής τυριού με αγελαδινό ή βουβαλίσιο γάλα, που αντιπροσωπεύει μια ιταλική γαλακτοκομική τέχνη αιώνων.
- **Gueuze (Βέλγιο):** Ένα είδος παραδοσιακής μπίρας lambic που παράγεται μέσω αυθόρμητης ζύμωσης, γνωστό για το μοναδικό μείγμα μικρών και μεγάλων lambics.

Σημασία και ευρύτερος αντίκτυπος

Από κοινού, **τα συστήματα ΠΟΠ, ΠΓΕ και ΕΠΠ** αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της πολιτικής της ΕΕ για την ποιότητα των **τροφίμων**, διασφαλίζοντας ότι η ποικιλομορφία της ευρωπαϊκής γεωργίας και γαστρονομίας προστατεύεται, **προωθείται και κοινοποιείται** αποτελεσματικά στους καταναλωτές. Τα συστήματα αυτά:

- Ενίσχυση της **εμπιστοσύνης των καταναλωτών** μέσω της διαφάνειας και της ιχνηλασιμότητας,
- Στήριξη της **βιώσιμης αγροτικής ανάπτυξης** και των **περιφερειακών οικονομιών**,
- Ενθάρρυνση **περιβαλλοντικά υπεύθυνων και παραδοσιακών πρακτικών**, και
- Ενίσχυση της **παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας** των ευρωπαϊκών αγροδιατροφικών προϊόντων.

Διαδραματίζουν επίσης αυξανόμενο ρόλο στην **εμπορική πολιτική της ΕΕ**, καθώς οι γεωγραφικές ενδείξεις περιλαμβάνονται όλο και περισσότερο στις **διμερείς εμπορικές συμφωνίες** για τη διασφάλιση της διεθνούς αναγνώρισης και προστασίας των περιφερειακών προϊόντων της ΕΕ.

### 3.7 Πώς να επαληθεύσετε την αξιοπιστία μιας ετικέτας

Στη σημερινή αγορά, οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις έρχονται αντιμέτωποι με μια συνεχώς αυξανόμενη σειρά ετικετών βιωσιμότητας, ποιότητας και ηθικής. Ενώ αυτή η ποικιλομορφία αντανακλά την αυξανόμενη ευαισθητοποίηση για κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα, δημιουργεί επίσης σύγχυση και πιθανότητα **«κόπωσης της ετικέτας»**. Ορισμένες ετικέτες υποστηρίζονται από αυστηρά πρότυπα και ανεξάρτητη επαλήθευση, ενώ άλλες είναι κάτι περισσότερο από εργαλεία μάρκετινγκ που έχουν σχεδιαστεί για να κεφαλαιοποιούν την καλή θέληση των καταναλωτών. Ως εκ τούτου, η ανάπτυξη ενός κρίσιμου πλαισίου για την αξιολόγηση

της **αξιοπιστίας και της ακεραιότητας των ετικετών** είναι απαραίτητη για τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων από τους καταναλωτές, τους λιανοπωλητές και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής.

Μια αξιόπιστη ετικέτα ξεκινά με τη **διακυβέρνηση και την ιδιοκτησία** του προτύπου που αντιπροσωπεύει. Οι ετικέτες που αναπτύσσονται και διέπονται από **πολυμερείς πρωτοβουλίες** - οι οποίες περιλαμβάνουν μη κυβερνητικές οργανώσεις, ενώσεις παραγωγών, επιστήμονες και εκπροσώπους καταναλωτών - τείνουν να είναι πιο αξιόπιστες επειδή εξισορροπούν διαφορετικά συμφέροντα και διατηρούν τη δημόσια λογοδοσία. Παραδείγματα όπως **το Fairtrade** ή το **Marine Stewardship Council (MSC)** δείχνουν πώς η διακυβέρνηση χωρίς αποκλεισμούς προάγει τη διαφάνεια και τη συνεχή βελτίωση. Αντίθετα, οι ετικέτες που δημιουργούνται αποκλειστικά από βιομηχανικούς ομίλους ή μεμονωμένες εταιρείες συχνά στερούνται ανεξάρτητης εποπτείας, οδηγώντας σε πιθανές συγκρούσεις συμφερόντων και περιορισμένη αξιοπιστία.

Η διαφάνεια είναι μια άλλη θεμελιώδης αρχή. Για να είναι αξιόπιστη μια ετικέτα, τα **κριτήρια, οι μεθοδολογίες και οι απαιτήσεις απόδοσης** πίσω από αυτήν πρέπει να είναι **προσβάσιμα στο κοινό και σαφώς καθορισμένα**. Τα ενδιαφερόμενα μέρη θα πρέπει να είναι σε θέση να εξετάζουν τι πιστοποιείται, πώς μετράται η συμμόρφωση και ποιο επίπεδο περιβαλλοντικού ή κοινωνικού αντίκτυπου επιτυγχάνεται στην πραγματικότητα. Όταν οι κανόνες πιστοποίησης παραμένουν κρυφοί ή περιγράφονται αόριστα, καθίσταται αδύνατο να διακρίνουμε τις πραγματικές προσπάθειες βιωσιμότητας από τους επιφανειακούς ισχυρισμούς.

Εξίσου κρίσιμη είναι η ίδια η **διαδικασία επαλήθευσης**. Οι πιο αξιόπιστες ετικέτες βασίζονται σε **ανεξάρτητη πιστοποίηση τρίτων**, η οποία συχνά πραγματοποιείται από διαπιστευμένους ελεγκτές που διενεργούν τακτικές —συνήθως ετήσιες— επιθεωρήσεις. Αυτή η μορφή εποπτείας διασφαλίζει ότι οι παραγωγοί και οι εταιρείες συμμορφώνονται με τα καθιερωμένα πρότυπα με συνεπή και επαληθεύσιμο τρόπο. Για παράδειγμα, τόσο **οι πιστοποιήσεις βιολογικών προϊόντων της ΕΕ** όσο και **οι πιστοποιήσεις δίκαιου εμπορίου** απαιτούν συστηματικούς ελέγχους τρίτων. Αντίθετα, **οι αυτοδηλωμένοι ή συγκεκριμένοι ισχυρισμοί για την εταιρεία** —όπως τα σήματα «φιλικά προς το περιβάλλον» ή «πράσινη επιλογή» που έχουν σχεδιαστεί εσωτερικά— έχουν τη μικρότερη αξιοπιστία επειδή στερούνται αμερόληπτης αξιολόγησης.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι η **ιδιαιτερότητα και το νόημα**. Οι αυθεντικές ετικέτες γνωστοποιούν με σαφήνεια ποια πτυχή της βιωσιμότητας ή της ποιότητας αντιμετωπίζουν—είτε πρόκειται για την προστασία του περιβάλλοντος, τις δίκαιες εργασιακές πρακτικές, την καλή διαβίωση των ζώων ή τη θρεπτική αξία. Τα γενικά, αυτοσχεδιασμένα σύμβολα που συνοδεύονται από ασαφείς περιγραφές όπως «φυσικό», «οικολογικό» ή «βιοτεχνικό» συχνά παραπλανούν τους καταναλωτές επειδή δεν είναι αγκυροβολημένα σε ένα επαληθεύσιμο πρότυπο. Αντίθετα, ένα αξιόπιστο σήμα ορίζει με ακρίβεια το πεδίο εφαρμογής του και το υποστηρίζει με μετρήσιμα, δημόσια διαθέσιμα κριτήρια.



Τέλος, η **αλυσίδα φύλαξης** —δηλαδή η ιχνηλασιμότητα πιστοποιημένων συστατικών ή προϊόντων σε κάθε στάδιο της αλυσίδας εφοδιασμού— είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι οι ισχυρισμοί βιωσιμότητας δεν θα χαθούν ή δεν θα τεθούν σε κίνδυνο στην πορεία. Για σύνθετα ή μεταποιημένα προϊόντα, ισχυρά συστήματα πιστοποίησης εντοπίζουν πιστοποιημένα υλικά από το αρχικό αγρόκτημα ή την αλιεία έως το τελικό συσκευασμένο προϊόν, αποτρέποντας έτσι την απάτη και διασφαλίζοντας την ακεραιότητα. Χωρίς τέτοια ιχνηλασιμότητα, ακόμη και οι νόμιμες πιστοποιήσεις κινδυνεύουν να υπονομευθούν από αδιαφανείς αλυσίδες εφοδιασμού.

Η πλοήγηση στον κόσμο των οικολογικών σημάτων απαιτεί τη μετάβαση από την αναγνώριση στην κριτική ανάλυση. Μια αξιόπιστη ετικέτα χαρακτηρίζεται από **διαφανή διακυβέρνηση, ισχυρά και δημόσια διαθέσιμα πρότυπα, ανεξάρτητη επαλήθευση από τρίτους και ιδιαιτερότητα στους ισχυρισμούς της**. Εφαρμόζοντας αυτό το αναλυτικό πλαίσιο, οι καταναλωτές, οι επιχειρήσεις και οι εκπαιδευτικοί μπορούν να περιορίσουν τον θόρυβο του μάρκετινγκ και να υποστηρίξουν πρακτικές που προσφέρουν πραγματικά περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη.

## Μέρος II: Η εργαλειοθήκη – Πόροι και συστάσεις

### Κεφάλαιο 4: Για Εκπαιδευτικούς & Εκπαιδευτές Επαγγελματικής Κατάρτισης

#### Εισαγωγή

Τα ιδρύματα επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης (EEK) χρησιμεύουν ως γέφυρα μεταξύ της γνώσης στην τάξη και της πραγματικής επαγγελματικής πρακτικής. Καθώς τα συστήματα τροφίμων εξελίσσονται υπό την αυξανόμενη ζήτηση για διαφάνεια, βιωσιμότητα και ηθική προμήθεια, τα προγράμματα EEK πρέπει να προετοιμάσουν τους μαθητές να εργαστούν με αυτοπεποίθηση με την ηθική και πράσινη επισήμανση τροφίμων. Αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζει μια δομημένη, ολοκληρωμένη προσέγγιση που ενσωματώνει την ηθική επισήμανση στα προγράμματα σπουδών της EEK - όχι ως μεμονωμένο θέμα αλλά ως οριζόντια επαγγελματική ικανότητα. Ο στόχος είναι να εξοπλιστούν οι μελλοντικοί σεφ, οι αγρότες, οι έμποροι και οι

επαγγελματίες λιανικής με τις γνώσεις και τα πρακτικά εργαλεία που απαιτούνται για την ερμηνεία, την εφαρμογή και την υπεράσπιση αξιόπιστων προτύπων βιωσιμότητας.

Το παρακάτω μοντέλο δείχνει πώς η ηθική επισήμανση των τροφίμων βρίσκεται στο επίκεντρο πολλών επαγγελματικών τομέων. Δείχνει τις κοινές δεξιότητες και γνώσεις που ενοποιούν τη φιλοξενία, τη γεωργία, την παραγωγή, το μάρκετινγκ και το λιανικό εμπόριο γύρω από ένα κοινό πλαίσιο βιωσιμότητας.

Εικόνα 4: Ένα ολιστικό μοντέλο για την ενσωμάτωση της δεοντολογικής επισήμανσης των τροφίμων στην ΕΕΚ

#### 4.1 Συστάσεις για την ενσωμάτωση του προγράμματος σπουδών

Η αποτελεσματική ενσωμάτωση της δεοντολογικής επισήμανσης στην ΕΕΚ απαιτεί ένα συνεκτικό νήμα μάθησης που εμφανίζεται σε πολλές ενότητες. Αντί να αντιμετωπίζει τη βιωσιμότητα ως ένα μεμονωμένο θέμα, αυτό το μοντέλο την ενσωματώνει ως μια επαναλαμβανόμενη, πρακτική ικανότητα που διαμορφώνεται από κάθε επαγγελματικό τομέα.

##### - Φιλοξενία & Μαγειρικές Τέχνες

Για τους μαθητές μαγειρικής και φιλοξενίας, η ηθική επισήμανση είναι τόσο ένα πρακτικό εργαλείο προμηθειών όσο και ένα πλεονέκτημα αφήγησης. Επιτρέπει στους σεφ και τους διευθυντές να σχεδιάζουν βιώσιμα μενού, να δικαιολογούν τις επιλογές συστατικών και να επικοινωνούν αξία στους επισκέπτες.

##### Βασικός μαθησιακός στόχος

Να εφαρμόζει προϊόντα με ηθική σήμανση στη δημιουργία μενού, την επιλογή προμηθευτών και την επικοινωνία με τους επισκέπτες, εξισορροπώντας παράλληλα το κόστος, την ποιότητα και τη βιωσιμότητα.

## Ethical Food Labelling

KEY POINTS

Understanding the structure of **ethical food labelling** is crucial for ensuring transparency and accountability in food industries and enhancing consumer trust in food choices.

EXPLORING SUBTOPICS OF ETHICAL FOOD LABELLING



The hospitality sector prioritizes **menu design** and **supplier management** to ensure ethical sourcing and consumer satisfaction.

Ethical agriculture focuses on **sustainable production** methods and **certifications** to promote responsible farming practices.





In retail, **compliant marketing** and **consumer engagement** strategies are crucial for promoting ethically labelled products and fostering informed purchasing decisions.

Πίνακας 1: Ενσωμάτωση Προγράμματος Σπουδών: Φιλοξενία & Μαγειρικές Τέχνες

Ενότητα ΕΕΚ	Ολοκληρωμένη Μαθησιακή Δραστηριότητα	Βασικές δεξιότητες που αναπτύχθηκαν
Σχεδιασμός & Μηχανική Μενού	<i>Πρόκληση βιώσιμου μενού:</i> Οι μαθητές σχεδιάζουν ένα μενού τριών πιάτων όπου κάθε πιάτο πρέπει να ενσωματώνει και να αιτιολογεί τουλάχιστον δύο αξιόπιστες ετικέτες (π.χ. τυρί ΠΟΠ, βιολογικά χόρτα, ψάρια με πιστοποίηση MSC).	Βιώσιμη προμήθεια. κοστολόγηση μενού? Συγγραφή αφηγηματικού μενού
Προμήθειες & Εφοδιαστική Αλυσίδα	<i>Προσομοίωση ελέγχου προμηθευτή:</i> Οι μαθητές αξιολογούν τις πραγματικές λίστες προμηθευτών, ελέγχοντας την εγκυρότητα της πιστοποίησης, τα ασφάλιστρα τιμών και την ευθυγράμμιση με τη στρατηγική βιωσιμότητας ενός εστιατορίου.	Αξιολόγηση προμηθευτή. επαλήθευση ετικέτας· Διαχείριση προϋπολογισμού
Υπηρεσία Τροφίμων & Ποτών	<i>Ο ενημερωμένος σομελιέ/υπηρέτης:</i> Οι μαθητές παίζουν ρόλους εξηγώντας συγκεκριμένες ετικέτες (π.χ. Demeter για βιοδυναμικό κρασί, Fairtrade, EU Organic) στους πελάτες με εκπαιδευτικό αλλά προσιτό τρόπο.	Επικοινωνία με τον πελάτη; τεχνογνωσία προϊόντων? οικοδόμηση εμπιστοσύνης

#### - Γεωργία & Παραγωγή Τροφίμων

Για τους μαθητές της γεωργίας, η ηθική επισήμανση συνδέεται άμεσα με τη διαχείριση της γης, τις μεθόδους παραγωγής, τις διαδικασίες πιστοποίησης και την ανταγωνιστικότητα της αγοράς.

Βασικός μαθησιακός στόχος

Να ερμηνεύει, να συγκρίνει και να εφαρμόζει πρότυπα πιστοποίησης στις γεωργικές και μεταποιητικές εργασίες, συμπεριλαμβανομένων των τεχνικών προσαρμογών και του οικονομικού σχεδιασμού.



Πίνακας 2: Ένταξη στο Πρόγραμμα Σπουδών: Γεωργία & Παραγωγή Τροφίμων

Ενότητα ΕΕΚ	Ολοκληρωμένη Μαθησιακή Δραστηριότητα	Βασικές δεξιότητες που αναπτύχθηκαν
<b>Φυτική/Ζωική Παραγωγή</b>	<i>Εργαστήριο σύγκρισης πρωτοκόλλων:</i> Οι μαθητές δημιουργούν έναν συγκριτικό πίνακα για ένα προϊόν (π.χ. σιτάρι, αυγά) με συμβατική, βιολογική ΕΕ και πιστοποίηση υψηλού επιπέδου (π.χ. Demeter), εστιάζοντας στις εισροές, τα πρότυπα καλής διαβίωσης και τα πρωτόκολλα εδάφους.	Αγρονομική κατανόηση; αλφαριθμητικός επιπέδου πιστοποίησης· Ανάλυση σε επίπεδο συστήματος
<b>Διαχείριση Αγροτικών Επιχειρήσεων</b>	<i>Μελέτη σκοπιμότητας πιστοποίησης:</i> Οι μαθητές σχεδιάζουν ένα ζετές σχέδιο μετατροπής βιολογικών προϊόντων της ΕΕ για ένα πρότυπο αγρόκτημα, συμπεριλαμβανομένου του κόστους, των αναμενόμενων οφελών, των γεωπονικών βημάτων και του συντονισμού με έναν φορέα ελέγχου.	Οικονομικός σχεδιασμός; διαχείριση έργου· Πιστοποίηση Logistics
<b>Τεχνολογία Τροφίμων</b>	<i>Έργο Αναδιαμόρφωση με καθαρή επισήμανση:</i> Οι μαθητές αναδιαμορφώνουν ένα επεξεργασμένο τρόφιμο (π.χ. γιαούρτι) ώστε να πληροί τους κανόνες βιολογικής επεξεργασίας της ΕΕ, αντικαθιστώντας τα τεχνητά πρόσθετα με επιτρεπόμενες φυσικές εναλλακτικές λύσεις.	Επιστήμη τροφίμων; προμήθεια συστατικών? Κανονιστική συμμόρφωση

- Μάρκετινγκ, Επιχειρήσεις & Λιανικό εμπόριο

Για τους φοιτητές μάρκετινγκ και λιανικής, η ηθική επισήμανση γίνεται στρατηγικό επιχειρηματικό εργαλείο για τη συμμόρφωση, τη διαφοροποίηση της επωνυμίας και τη δέσμευση των καταναλωτών.

Βασικός μαθησιακός στόχος

Να σχεδιάσουμε στρατηγικές μάρκετινγκ, λιανικής και προμηθειών που χρησιμοποιούν αξιόπιστα ηθικά σήματα για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης και τη συμμόρφωση με τους εξελισσόμενους κανονισμούς της ΕΕ.

Πίνακας 3: Ενσωμάτωση Προγράμματος Σπουδών: Μάρκετινγκ, Επιχειρήσεις & Λιανικό εμπόριο

Ενότητα ΕΕΚ	Ολοκληρωμένη Μαθησιακή Δραστηριότητα	Βασικές δεξιότητες που αναπτύχθηκαν
<b>Μάρκετινγκ &amp; Διαχείριση επωνυμίας</b>	<i>Από το Greenwashing στο αξιόπιστο:</i> Οι μαθητές αξιολογούν πραγματικές εκστρατείες προϊόντων για παραπλανητικούς ισχυρισμούς και τις επανασχεδιάζουν χρησιμοποιώντας ισχυρά συστήματα πιστοποίησης (π.χ. ASC, Fairtrade), διασφαλίζοντας τη συμμόρφωση με την Οδηγία για τους Πράσινους Ισχυρισμούς.	Ηθικό μάρκετινγκ; νομική συμμόρφωση· Στρατηγικά μηνύματα
<b>Διαχείριση Λιανικής</b>	<i>Βιώσιμο αναδύμενο κατάστημα:</i> Οι μαθητές σχεδιάζουν ένα τμήμα λιανικής αφιερωμένο σε προϊόντα με ηθική σήμανση, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού διάταξης, της επικοινωνίας ραφιών και των σεναρίων προσωπικού.	Εμπορευματοποίηση; εκπαίδευση των καταναλωτών· επιμέλεια προμηθειών
<b>Πωλήσεις &amp; Προμήθειες</b>	<i>Προσομοίωση του διλήμματος του αγοραστή:</i> Ενεργώντας ως αγοραστές λιανικής, οι μαθητές αξιολογούν τις προσφορές προμηθευτών χρησιμοποιώντας έναν σταθμισμένο πίνακα λαμβάνοντας υπόψη την τιμή, την ποιότητα και την αξιοπιστία της πιστοποίησης.	Διαπραγμάτευση; στρατηγική προμηθειών· Πολυκριτηριακή λήψη αποφάσεων

Αυτό το κεφάλαιο παρέχει στους εκπαιδευτές ΕΕΚ ένα πρακτικό πλαίσιο για την ενσωμάτωση της ηθικής επισήμανσης των τροφίμων στα προγράμματα σπουδών φιλοξενίας, γεωργίας, τεχνολογίας τροφίμων, μάρκετινγκ και λιανικής. Με την ενσωμάτωση εργασιών του πραγματικού κόσμου - προκλήσεις μενού, μελέτες σκοπιμότητας πιστοποίησης, έργα αναδιτύπωσης, προσομοιώσεις αγοραστών - οι εκπαιδευόμενοι αναπτύσσουν όχι μόνο θεωρητική επίγνωση αλλά και εφαρμοσμένη ικανότητα. Οι απόφοιτοι αναδεικνύονται ικανοί να χρησιμοποιούν αξιόπιστες ετικέτες ως στρατηγικά εργαλεία που ενισχύουν τη βιωσιμότητα, τη διαφάνεια και την επαγγελματική ακεραιότητα σε όλο το σύστημα τροφίμων.

#### 4.2 Πρακτικές ασκήσεις στην τάξη: Μια μεθοδολογική εργαλειοθήκη για εκπαιδευτές ΕΕΚ

Αυτή η ενότητα παρέχει ένα ολοκληρωμένο χαρτοφυλάκιο 20 πρακτικών ασκήσεων που έχουν σχεδιαστεί για να ενσωματώσουν τις αρχές της ηθικής και πράσινης επισήμανσης τροφίμων στα προγράμματα σπουδών της ΕΕΚ. Αυτές οι δραστηριότητες έχουν σχεδιαστεί για να είναι αρθρωτές, επεκτάσιμες και άμεσα εφαρμόσιμες, ενισχύοντας την κριτική σκέψη, τη συνεργατική

επίλυση προβλημάτων και την ανάπτυξη πρακτικών δεξιοτήτων σε όλους τους σχετικούς επαγγελματικούς τομείς.

Πίνακας 4: Εργαλειοθήκη πρακτικής άσκησης στην τάξη (20 λεπτομερείς μέθοδοι)

Όχι. & Τίτλος Άσκησης	Μαθησιακός στόχος	Αναλυτική Περιγραφή Δραστηριότητας	Αναμενόμενα Αποτελέσματα (Παραδοτέα Φοιτητών)	Επαγγελματική συνάφεια
4.2.1 Εργαστήριο ντετέκτιβ ετικετών	Ανάπτυξη δεξιοτήτων για την αξιολόγηση της αξιοπιστίας των ετικετών	Οι μαθητές λαμβάνουν 5-7 προϊόντα με ετικέτες μικτής ποιότητας και χρησιμοποιούν μια λίστα ελέγχου (διακυβέρνηση, ιχνηλασιμότητα, επαλήθευση, διαφάνεια) για να κατατάξουν την αξιοπιστία. Οι ομάδες προετοιμάζουν μια τεκμηριωμένη αιτιολόγηση.	Λίστα αξιοπιστίας ετικέτας κατάταξης, σύντομη ερευνητική έκθεση· ομαδική παρουσίαση	Λιανικό εμπόριο, προμήθειες, μάρκετινγκ, ποιοτικός έλεγχος
4.2.2 Παιχνίδι ρόλων: Συνάντηση παρουσίασης βιώσιμων προϊόντων	Κατανοούν τη διεπιστημονική λήψη αποφάσεων	Οι μαθητές υιοθετούν ρόλους (σεφ, υπεύθυνος βιωσιμότητας, διευθυντής μάρκετινγκ, αγοραστής). Σχεδιάζουν από κοινού την κυκλοφορία ενός μπιφτέκι ψαριού με πιστοποίηση ASC, εξισορροπώντας το κόστος, την ανταλλαγή μηνυμάτων, την προμήθεια και την ενσωμάτωση μενού.	Διαλειτουργικό επιχειρηματικό σχέδιο. περίληψη παιχνιδιού ρόλων? Σκεπτικό κόστους	Φιλοξενία, μάρκετινγκ, διοίκηση επιχειρήσεων
4.2.3 Χαρτογράφηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας & Έλεγχος Επισήμανσης	Κατανόηση της ιχνηλασιμότητας και της συνάφειας της πιστοποίησης	Οι μαθητές χαρτογραφούν ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού για ένα προϊόν (π.χ. κακάο). Για κάθε στάδιο, προσδιορίζουν τους δεοντολογικούς κινδύνους και τις ισχύουσες ετικέτες. Το τελικό αποτέλεσμα είναι ένα οπτικό «διαβατήριο» που χαρτογραφεί την παραγωγή στο ράφι.	Χάρτης εφοδιαστικής αλυσίδας; κατάλογος κινδύνων ανά στάδιο· Προτεινόμενες πιστοποιήσεις	Γεωργία, διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας, παραγωγή τροφίμων
4.2.4 Συζήτηση για το Greenwashing (Ανάλυση μελέτης περίπτωσης)	Βελτιώστε την κριτική συλλογιστική και την κανονιστική ευαισθητοποίηση	Χρησιμοποιώντας πραγματικές υποθέσεις, δύο ομάδες διαφωνούν εάν ο ισχυρισμός μιας εταιρείας είναι νόμιμος ή παραπλανητικός σύμφωνα με	Περίληψη συζήτησης; φύλλο ρυθμιστικής ανάλυσης· Ετυμηγορία των ενόρκων	Μάρκετινγκ, επιχειρηματικό δίκαιο, συμμόρφωση

Όχι. & Τίτλος Άσκησης	Μαθησιακός στόχος	Αναλυτική Περιγραφή Δραστηριότητας	Αναμενόμενα Αποτελέσματα (Παραδοτέα Φοιτητών)	Επαγγελματική συνάφεια
		την πρόταση της ΕΕ για τους πράσινους ισχυρισμούς. Ένα ομότιμο σώμα ενόρκων εκδίδει ετυμηγορίες.		
4.2.5 Έργο ηθικής αναμόρφωσης	Εφαρμόστε πρότυπα βελτιώνοντας ένα μη ηθικό προϊόν	Οι μαθητές επιλέγουν ένα μη πιστοποιημένο προϊόν και το επανασχεδιάζουν: ανασύνθεση, προμήθεια πιστοποιημένων συστατικών, επανασχεδιασμός συσκευασίας, προσαρμογές κόστους/τιμολόγησης.	Σχέδιο ηθικής αναδιατύπωσης. μακέτα συσκευασίας? Μοντέλο τιμολόγησης	Τεχνολογία τροφίμων, σχεδιασμός, επιχειρήσεις
4.2.6 Speed-Dating με Ηθικές Ετικέτες	Δημιουργήστε γρήγορη εξοικείωση με πολλές ετικέτες	Η ετικέτα "σταθμοί" τοποθετείται γύρω από το δωμάτιο. Κάθε ομάδα έχει 3-5 λεπτά ανά σταθμό για να εντοπίσει πρότυπα, δομή διακυβέρνησης και αδυναμίες.	Ολοκληρωμένα φύλλα εργασίας εναλλαγής. Συγκριτικό διάγραμμα	Όλοι οι τομείς
4.2.7 Πρόκληση ηθικού μενού με συνείδηση του προϋπολογισμού	Εξισορροπήστε την ηθική προμήθεια με τους περιορισμούς του προϋπολογισμού	Οι ομάδες δημιουργούν ένα εβδομαδιαίο μενού καντίνας χρησιμοποιώντας πραγματικά δεδομένα προμηθευτών και πρέπει να παραμείνουν εντός του προϋπολογισμού ενώ χρησιμοποιούν ηθικά πιστοποιημένα προϊόντα.	Εβδομαδιαίο μενού; υπολογιστικό φύλλο προϋπολογισμού· Αιτιολόγηση προμήθειας	Μαγειρικές τέχνες, τροφοδοσία, προμήθειες
4.2.8 Σχεδιάστε μια ετικέτα χωρίς αποκλεισμούς	Εφαρμόστε σχεδιασμό συσκευασίας χωρίς αποκλεισμούς	Οι μαθητές σχεδιάζουν τη συσκευασία για ένα νέο ηθικό προϊόν χρησιμοποιώντας τρία χαρακτηριστικά προσβασιμότητας (π.χ. ηχητικός οδηγός QR, εύκολη γλώσσα, εικονογράμματα).	Πρωτότυπο συσκευασίας; Λίστα ελέγχου ένταξης	Μάρκετινγκ, σχεδιασμός, κοινωνική ευθύνη
4.2.9 Σύγκριση αποτυπώματος LCA-lite	Κατανοούν τη μεθοδολογία περιβαλλοντικού αποτυπώματος	Χρησιμοποιώντας απλοποιημένα πρότυπα LCA, οι μαθητές συγκρίνουν δύο προϊόντα (τοπικά έναντι εισαγόμενων). Στη συνέχεια δημιουργούν έναν σωστό, μη παραπλανητικό περιβαλλοντικό ισχυρισμό.	Διάγραμμα σύγκρισης LCA. Αξίωση συμβατού αποτυπώματος	Βιωσιμότητα, μάρκετινγκ, παραγωγή

Όχι. & Τίτλος Άσκησης	Μαθησιακός στόχος	Αναλυτική Περιγραφή Δραστηριότητας	Αναμενόμενα Αποτελέσματα (Παραδοτέα Φοιτητών)	Επαγγελματική συνάφεια
<b>4.2.10</b> Προσομοίωση Συμβουλίου Πιστοποίησης	Μάθετε τις διαδικασίες πιστοποίησης και ελέγχου	Οι μαθητές προσομοιώνουν έναν πίνακα πιστοποίησης (EU Organic). Μια δεύτερη ομάδα υποβάλλει μια εικονική αίτηση. Το Διοικητικό Συμβούλιο εξετάζει τα αποδεικτικά στοιχεία και εκδίδει αιτιολογημένη απόφαση.	Έκθεση ελέγχου; απόφαση πιστοποίησης; Σχέδιο διορθωτικών ενεργειών	Γεωργία, διασφάλιση ποιότητας
<b>4.2.11</b> Εργαστήριο Μελλοντικών Σεναρίων	Ανάπτυξη προοπτικών και στρατηγικού σχεδιασμού	Οι ομάδες δημιουργούν σενάρια 2030–2040 (π.χ. υποχρεωτικές ετικέτες άνθρακα) και αναλύουν τις επιπτώσεις στον επαγγελματικό τους τομέα.	Αφίσα σεναρίου; Έκθεση ανάλυσης επιπτώσεων	Όλα τα επαγγέλματα (στρατηγική σκέψη)
<b>4.2.12</b> Podcast/Vlog βιώσιμης προμήθειας	Επικοινωνήστε σύνθετα θέματα απλά	Οι μαθητές δημιουργούν ένα podcast/vlog διάρκειας 5-8 λεπτών που εξηγεί μια ετικέτα ή καταρρίπτει έναν μύθο για το greenwashing.	Ηχογραφημένο podcast/vlog. σενάριο; Λίστα αναφοράς	Μάρκετινγκ, μέσα ενημέρωσης, προσέγγιση της κοινότητας
<b>4.2.13</b> Έλεγχος Λιανικής Mystery Shopper	Αξιολόγηση της εφαρμογής των ετικετών σε πραγματικές συνθήκες	Χρησιμοποιώντας ένα έντυπο ελέγχου, οι μαθητές αξιολογούν τα σούπερ μάρκετ ως προς την τοποθέτηση, τη σαφήνεια και τη γνώση του προσωπικού για προϊόντα με ηθική σήμανση. συντάξτε συστάσεις.	Έκθεση ελέγχου καταστήματος. Προτάσεις βελτίωσης	Λιανικό εμπόριο, merchandising, μάρκετινγκ
<b>4.2.14</b> Ανάπτυξη σύνοψης πολιτικής	Πρακτική και πολιτική γέφυρας	Οι μαθητές ερευνούν μια πολιτική (π.χ. οδηγία για τους πράσινους ισχυρισμούς) και γράφουν μια συνοπτική σύντομη περιγραφή προτείνοντας μέτρα υποστήριξης για τις ΜΜΕ που συνδέονται με την ΕΕΚ.	Σύνοψη πολιτικής 1–2 σελίδων. ΣΥΝΟΨΗ	Πολιτική, συμβουλευτική, διαχείριση
<b>4.2.15</b> Αισθητηριακή Ανάλυση: Συμβατική vs Ηθική	Εξερευνήστε τις αισθητηριακές επιδράσεις της ηθικής παραγωγής	Διεξαγωγή τυφλής γευσιγνωσίας συγκρίνοντας συμβατικά με βιολογικά/βιοδυναμικά προϊόντα. αισθητηριακές διαφορές και να	Φύλλο οργανοληπτικής αξιολόγησης. Έκθεση προβληματισμού	Μαγειρικές τέχνες, ανάπτυξη προϊόντων

Όχι. & Τίτλος Ασκήσης	Μαθησιακός στόχος	Αναλυτική Περιγραφή Δραστηριότητας	Αναμενόμενα Αποτελέσματα (Παραδοτέα Φοιτητών)	Επαγγελματική συνάφεια
		προβληματιστούν σχετικά με τον αντίκτυπο της παραγωγής.		
<b>4.2.16 Δημιουργία Wiki Ετικετών / Βάσης Δεδομένων Πόρων</b>	Ανάπτυξη συνεργατικών ερευνητικών δεξιοτήτων	Οι μαθητές δημιουργούν μια βάση δεδομένων ψηφιακών ετικετών σε διάστημα ενός εξαμήνου. Κάθε ένα δημιουργεί μια καταχώρηση ακολουθώντας ένα αυστηρό πρότυπο: διακυβέρνηση, πρότυπα, έλεγχοι, πλεονεκτήματα/μειονεκτήματα, παραδείγματα.	Διαδικτυακό wiki/βάση δεδομένων; Καταχωρίσεις ελεγμένες ως προς την ποιότητα	Όλα τα πεδία. μακροπρόθεσμο θεσμικό περιουσιακό στοιχείο
<b>4.2.17 Προσομοίωση Διαχείρισης Κρίσεων</b>	Χειριστείτε τον κίνδυνο φήμης υπό πίεση	Οι μαθητές προσομοιώνουν μια κρίση (ψευδείς κατηγορίες για greenwashing). Δημιουργούν ένα σχέδιο επικοινωνίας, Q&A και δελτίο τύπου που διατηρεί τη διαφάνεια.	Στρατηγική κρίσης; δελτίο τύπου· Έγγραφο ερωτήσεων και απαντήσεων	Δημόσιες σχέσεις, μάρκετινγκ, διαχείριση
<b>4.2.18 Παιχνίδι εφοδιαστικής αλυσίδας μεταφοράς και απόθεσης</b>	Μάθετε την αλληλουχία της εφοδιαστικής αλυσίδας διαδραστικά	Οι μαθητές χρησιμοποιούν ένα ψηφιακό εργαλείο για να συναρμολογήσουν μια αλυσίδα εφοδιασμού για ένα προϊόν, να επισυνάψουν σχετικές πιστοποιήσεις και να δικαιολογήσουν την τοποθέτηση.	Ολοκληρωμένη ψηφιακή αλυσίδα. Σημειώσεις αιτιολόγησης	Αρχάριοι στην εφοδιαστική αλυσίδα και την παραγωγή
<b>4.2.19 Συζήτηση στρογγυλής τραπέζης με τα ενδιαφερόμενα μέρη</b>	Εξασκηθείτε στη διαπραγμάτευση και την ενσυναίσθηση	Οι μαθητές εκπροσωπούν τα ενδιαφερόμενα μέρη (αγρότης, λιανοπωλητής, ΜΚΟ, κυβέρνηση) και διαπραγματεύονται μια τιμή συμβολαίου Fairtrade, αποκαλύπτοντας συμβιβασμούς και δυναμική ισχύος.	Μεταγραφή διαπραγμάτευσης. Τελικοί όροι σύμβασης	Επιχειρήσεις, γεωργία, δίκαιο
<b>4.2.20 Το Σχέδιο Κληρονομιάς: Χάρτης Δεοντολογικής Επισήμανσης</b>	Εφαρμόστε τη γνώση στη θεσμική αλλαγή	Οι μαθητές συντάσσουν έναν Ηθικό Χάρτη Τροφίμων για το σχολείο (προμήθειες καντίνας, εκδηλώσεις, παιδαγωγικές οδηγίες), αιτιολογούν τις προτιμώμενες ετικέτες και τον παρουσιάζουν στο προσωπικό.	Έγγραφο χάρτη. παρουσίαση; Οδηγίες προμήθειας	Ηγεσία, διακυβέρνηση βιωσιμότητας



## Κεφάλαιο 5: Για τις ΜΜΕ και τους επιχειρηματίες της βιομηχανίας τροφίμων

### Εισαγωγή

Οι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στη διαμόρφωση ενός διαφανούς, ηθικού και βιώσιμου συστήματος τροφίμων. Ωστόσο, οι ΜΜΕ συχνά λειτουργούν με περιορισμένους πόρους, γεγονός που καθιστά δύσκολη την πλοήγηση σε πολύπλοκα συστήματα πιστοποίησης, την αποφυγή του greenwashing και την επικοινωνία της βιωσιμότητας με τρόπους που είναι αξιόπιστοι και συμβατοί.

Το παρόν κεφάλαιο προσφέρει έναν πρακτικό χάρτη πορείας που έχει σχεδιαστεί ειδικά για τις ΜΜΕ. Περιλαμβάνει δομημένα εργαλεία, διαδικασίες βήμα προς βήμα και σαφή καθοδήγηση σχετικά με τον τρόπο αξιολόγησης, επιλογής και κοινοποίησης της δεοντολογικής και πράσινης επισήμανσης. Κάθε ενότητα ξεκινά με μια επεξήγηση και υποστηρίζεται από πίνακες που συνοψίζουν συγκεκριμένες δράσεις που μπορούν να αναλάβουν οι ΜΜΕ.

### 5.1 Συστάσεις για διαφανή επικοινωνία

Η διαφανής επικοινωνία βοηθά τις ΜΜΕ να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους και να ανταποκριθούν στις αναδυόμενες κανονιστικές απαιτήσεις (όπως η οδηγία της ΕΕ για τους πράσινους ισχυρισμούς). Για να επιτευχθεί αυτό, οι επιχειρήσεις πρέπει πρώτα να κατανοήσουν τι ισχυρίζονται επί του παρόντος, να αξιολογήσουν εάν αυτοί οι ισχυρισμοί είναι βάσιμοι και, στη συνέχεια, να αποφασίσουν πώς να επικοινωνήσουν τη βιωσιμότητα με τρόπους που είναι ειλικρινείς και συναρπαστικοί.

#### 5.1.1 Πώς να πραγματοποιήσετε μια απλή αυτοαξιολόγηση επισήμανσης

Πριν προβούν σε οποιεσδήποτε δηλώσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα —είτε στη συσκευασία είτε στο διαδίκτυο— οι ΜΜΕ πρέπει να είναι σίγουρες ότι αυτά που λένε είναι πραγματικά, συγκεκριμένα και υποστηρίζονται από στοιχεία. Μια δομημένη αυτοαξιολόγηση προστατεύει από ακούσια προβολή ψευδοοικολογικής ταυτότητας και επισημαίνει ευκαιρίες βελτίωσης.

Ο ακόλουθος πίνακας συνοψίζει τα τέσσερα βασικά στάδια ενός εσωτερικού αυτοελέγχου επισήμανσης.

Πίνακας 5: Επισκόπηση του καταλόγου ελέγχου αυτοαξιολόγησης των ΜΜΕ

Βήμα αξιολόγησης	Βασικές Δραστηριότητες	Έξοδος / Αποτέλεσμα
<b>Βήμα 1: Απογραφή τρεχουσών αξιώσεων</b>	Συγκεντρώστε όλες τις ετικέτες, το περιεχόμενο του ιστότοπου και το υλικό μάρκετινγκ. Καταγράψτε κάθε άμεσο ή σιωπηρό ισχυρισμό βιωσιμότητας.	Πλήρης απογραφή αξιώσεων.



Βήμα αξιολόγησης	Βασικές Δραστηριότητες	Έξοδος / Αποτέλεσμα
<b>Βήμα 2: Έλεγχος αποδεικτικών στοιχείων</b>	Προσδιορίστε ποια αποδεικτικά στοιχεία υπάρχουν για κάθε ισχυρισμό (πιστοποιητικά, επιβεβαιώσεις προμηθευτών, φύλλα διατύπωσης).	«Φάκελος αποδεικτικών στοιχείων» με τεκμηρίωση.
<b>Βήμα 3: Δοκιμή ειδικότητας</b>	Επισημάνετε ασαφείς ή γενικούς ισχυρισμούς και ξαναγράψτε τους χρησιμοποιώντας μετρήσιμες λεπτομέρειες.	Κατάλογος ακριβών, επαληθεύσιμων ισχυρισμών.
<b>Βήμα 4: Ανάλυση κενών &amp; Σχέδιο Δράσης</b>	Προσδιορίστε μη υποστηριζόμενες αξιώσεις και εκχωρήστε ενέργειες: κατάργηση, βελτίωση ή πιστοποίηση.	Σχέδιο δράσης για τη μείωση του κινδύνου προβολής ψευδοοικολογικής ταυτότητας.

Για να βοηθήσει τις ΜΜΕ να οπτικοποιήσουν πώς μοιάζει αυτή η διαδικασία, ο παρακάτω πίνακας παρέχει ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο μπορούν να αναλυθούν οι αξιώσεις.

Πίνακας 6: Παράδειγμα φακέλου αποδεικτικών στοιχείων για ΜΜΕ

Αξίωση που εμφανίζεται στο προϊόν/στον ιστότοπο	Διαθέσιμα στοιχεία	Λείπουν αποδεικτικά στοιχεία	Απαιτούμενη δράση
"Κατασκευασμένο με 30% ανακυκλωμένη συσκευασία"	Τα τιμολόγια προμηθευτών δείχνουν ανακυκλωμένο περιεχόμενο.	Καμία.	Διατηρήστε το ως έχει.
"Τοπικά συστατικά"	Τεκμηριωμένες διευθύνσεις προμηθευτών.	Ορισμός του "τοπικού" που λείπει.	Καθορίστε την ακτίνα (π.χ. 150 km).
"Χωρίς συντηρητικά"	Επιβεβαιώθηκε η σύνθεση των συστατικών.	Καμία.	Διατηρήστε το ως έχει.
"Φιλικό προς το περιβάλλον"	Καμία απόδειξη. Ο ισχυρισμός είναι ασαφής.	Χωρίς μετρήσιμα κριτήρια.	Καταργήστε ή αντικαταστήστε με συγκεκριμένο ισχυρισμό.

Αυτή η διαδικασία όχι μόνο αποτρέπει το greenwashing, αλλά επιτρέπει επίσης στις ΜΜΕ να εντοπίσουν τους ισχυρισμούς που είναι αρκετά ισχυροί για να χτίσουν την επωνυμία βιωσιμότητας γύρω τους.

### 5.1.2 Επιλογή του σωστού οικολογικού σήματος

Μόλις οι ΜΜΕ κατανοήσουν τους τρέχοντες ισχυρισμούς και τα αποδεικτικά στοιχεία τους, το επόμενο βήμα είναι να επιλέξουν εάν μια πιστοποίηση τρίτου μέρους θα μπορούσε να ενισχύσει τη θέση τους στην αγορά. Η πιστοποίηση είναι μια επένδυση—επομένως η επιλογή της σωστής ετικέτας απαιτεί προσεκτική ανάλυση των στρατηγικών στόχων, του κόστους και της λειτουργικής σκοπιμότητας.

Ο παρακάτω πίνακας περιγράφει ένα δομημένο πλαίσιο λήψης αποφάσεων.

Πίνακας 7: Πίνακας επιλογής οικολογικού σήματος για ΜΜΕ

Κριτήριο	Κύριες Ερωτήσεις	Πρακτικές επιπτώσεις
<b>Στρατηγική ευθυγράμμιση</b>	Ταιριάζει η ετικέτα με την κατηγορία προϊόντος και την ταυτότητα της επωνυμίας;	Το δίκαιο εμπόριο ταιριάζει στον καφέ/κακάο. Η καλή διαβίωση των ζώων ταιριάζει στους παραγωγούς κρέατος.
<b>Κόστος &amp; Πόροι</b>	Μπορούμε να αντέξουμε οικονομικά την πιστοποίηση και τις απαιτούμενες λειτουργικές αλλαγές;	Η βιολογική πιστοποίηση απαιτεί τήρηση αρχείων και περιοδικούς ελέγχους.
<b>Αναγνώριση αγοράς</b>	Οι πελάτες μας αναγνωρίζουν και εκτιμούν αυτήν την ετικέτα;	Η MSC και το Fairtrade χαίρουν ευρείας εμπιστοσύνης στην ΕΕ.
<b>Αυστηρότητα επαλήθευσης</b>	Το καθεστώς ελέγχεται από ανεξάρτητο φορέα;	Η υψηλότερη αυστηρότητα ελέγχου → υψηλότερη εμπιστοσύνη των καταναλωτών.
<b>Σκοπιμότητα Εφοδιαστικής Αλυσίδας</b>	Μπορούν οι πιστοποιημένες πρώτες ύλες να προέρχονται αξιόπιστα;	Η προμήθεια πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων μπορεί να είναι εποχιακή ή δαπανηρή.

Για την υποστήριξη των ΜΜΕ στη λήψη της τελικής απόφασης, ο παρακάτω πίνακας περιγράφει μια απλή διαδικασία τεσσάρων βημάτων που πρέπει να ακολουθήσετε.

Πίνακας 8: Διαδικασία επιλογής πιστοποίησης τεσσάρων βημάτων

Βήμα	Περιγραφή	Παραγωγή
<b>1. Καθορίστε τον σκοπό («Γιατί»)</b>	Προσδιορίστε τα κίνητρα (ζήτηση αγοράς, premium τιμολόγηση, συμμόρφωση).	Σαφής δήλωση σκοπού.
<b>2. Δημιουργία σύντομης λίστας</b>	Επιλέξτε 2-3 ετικέτες που ευθυγραμμίζονται με το προϊόν και τους στόχους σας.	Σύντομη λίστα βιώσιμων ετικετών.



Βήμα	Περιγραφή	Παραγωγή
3. Έλεγχος μικροσκοπιμότητας	Επικοινωνήστε με τους ιδιοκτήτες συστημάτων. Αξιολογήστε το κόστος, τους ελέγχους και την ετοιμότητα του προμηθευτή.	Περίληψη κόστους & σκοπιμότητας.
4. Πιστοποίηση πιλότου	Εφαρμόστε πιστοποίηση σε μία σειρά προϊόντων πριν από την κλιμάκωση.	Πιλοτικά αποτελέσματα και διδάγματα που αντλήθηκαν.

Αυτή η δομημένη διαδικασία διασφαλίζει ότι οι ΜΜΕ λαμβάνουν τεκμηριωμένες, ρεαλιστικές αποφάσεις αντί να επιδιώκουν πιστοποιήσεις που είναι πολύ δαπανηρές ή λειτουργικά επαχθείς.

#### 5.1.3 Προβολή της βιωσιμότητας χωρίς προβολή ψευδοοικολογικής ταυτότητας

Αφού επιλέξουν έγκυρες αξιώσεις ή/και πιστοποιήσεις, οι ΜΜΕ πρέπει να τις κοινοποιήσουν με τρόπους που να είναι ειλικρινείς, συγκεκριμένοι και ουσιαστικοί. Η κακή επικοινωνία —ακόμη και ακούσια— μπορεί να δημιουργήσει σύγχυση ή δυσπιστία.

Ένα καλό μήνυμα βιωσιμότητας πρέπει να συνδυάζει **ακρίβεια, στοιχεία και αυθεντικότητα**.

Ο ακόλουθος πίνακας συνοψίζει τις πέντε βασικές αρχές επικοινωνίας που πρέπει να ακολουθούν οι ΜΜΕ.

Πίνακας 9: Πλαίσιο βιώσιμης επικοινωνίας για τις ΜΜΕ

Αρχή	εξήγηση	Παράδειγμα (πριν → μετά)
Οδηγήστε με τον ισχυρότερο ισχυρισμό σας	Χρησιμοποιήστε τον ισχυρισμό με τα ισχυρότερα αποδεικτικά στοιχεία ή πιστοποίηση.	«Φιλικό προς το περιβάλλον» → «Πιστοποιημένο βιολογικό από την αρχή X».
Να είστε συγκεκριμένοι και με βάση τα συμφραζόμενα	Οι μετρήσιμοι ισχυρισμοί μειώνουν τη σύγχυση.	«Πράσινη συσκευασία» → «50% ανακυκλωμένο μπουκάλι PET».
Χρησιμοποιήστε Αποδεικτικά στοιχεία και αφήγηση ιστοριών	Συνδέστε τους ισχυρισμούς με αποδεικτικά στοιχεία (κωδικοί QR, ιστορίες προμηθευτών).	Βίντεο αγροτών, PDF πιστοποίησης.
Να Δείχνετε Πρόοδο, Όχι Τελειότητα	Αναγνωρίστε τους στόχους και τις τρέχουσες επιδόσεις.	«75% ανακυκλώσιμο, με στόχο το 100% έως το 2026».



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Αρχή	εξήγηση	Παράδειγμα (πριν → μετά)
<b>Αποφύγετε τις παγίδες του Greenwashing</b>	Βεβαιωθείτε ότι όλοι οι ισχυρισμοί πληρούν τα πρότυπα της Οδηγίας της ΕΕ για τους Πράσινους Ισχυρισμούς.	Αποφύγετε ασαφείς, άσχετους ή παραπλανητικούς ισχυρισμούς.

Οι ΜΜΕ θα πρέπει επίσης να γνωρίζουν τις συνηθέστερες μορφές παραπλανητικής επικοινωνίας σχετικά με τη βιωσιμότητα. Ο παρακάτω πίνακας τα περιγράφει σε μια απλή, εύκολη στην απομνημόνευση μορφή.

Πίνακας 10: Τα επτά αμαρτήματα του Greenwashing (έκδοση για τις ΜΜΕ)

Πράσινο ξέπλυμα της αμαρτίας	Περιγραφή	Παράδειγμα
<b>Κρυφός συμβιβασμός</b>	Δίνοντας έμφαση σε ένα «πράσινο» χαρακτηριστικό αγνοώντας τις επιβλαβείς επιπτώσεις.	Ανακυκλώσιμες συσκευασίες από υλικά έντασης αποψύλωσης των δασών.
<b>Καμία απόδειξη</b>	Ισχυρισμοί που δεν υποστηρίζονται από επαληθεύσιμα στοιχεία.	«Χαμηλές εκπομπές» χωρίς δεδομένα.
<b>Ασάφεια</b>	Απροσδιόριστοι ή γενικοί όροι.	«Εντελώς φυσικό».
<b>Άσχετοσύνη</b>	Ο ισχυρισμός είναι αληθινός αλλά χωρίς νόημα.	«Χωρίς CFC» (οι CFC απαγορεύονται).
<b>Το Μικρότερο από τα Δύο Κακά</b>	Ο ισχυρισμός αποσπά την προσοχή από την επιβλαβή φύση της κατηγορίας.	«Βιολογικά τσιγάρα».
<b>Ψέματα</b>	Κάνοντας ψευδείς ισχυρισμούς.	Ψεύτικες δηλώσεις κομποστοποίησης.
<b>Ψεύτικες ετικέτες</b>	Πλαστά λογότυπα πιστοποίησης ή παραπλανητικά σύμβολα.	Λογότυπα "Green leaf" που μιμούνται το Organic EU.

Η δεοντολογική και πράσινη επισήμανση προσφέρει στις ΜΜΕ μια σημαντική ευκαιρία να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους και να οικοδομήσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Ακολουθώντας τις οδηγίες σε αυτό το κεφάλαιο - διεξαγωγή δομημένης αυτοαξιολόγησης, προσεκτική επιλογή αξιόπιστων ετικετών και διαφανής επικοινωνία της βιωσιμότητας - οι ΜΜΕ μπορούν να αποφύγουν τους κινδύνους greenwashing και να τοποθετηθούν ως ηγέτες στην υπεύθυνη παραγωγή τροφίμων.

Αυτό το κεφάλαιο δίνει τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να μετατρέψουν τη βιωσιμότητα σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, συμβάλλοντας παράλληλα σε ένα πιο διαφανές και αξιόπιστο σύστημα τροφίμων.

## 5.2 Πρακτικές μέθοδοι υλοποίησης (20 μέθοδοι)

Αυτή η ενότητα παρέχει μια ολοκληρωμένη εργαλειοθήκη 20 εφαρμόσιμων μεθόδων που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για τις ΜΜΕ και τους επιχειρηματίες για την αποτελεσματική εφαρμογή πρακτικών δεοντολογικής επισήμανσης. Αυτές οι μέθοδοι είναι δομημένες ώστε να είναι πρακτικές, επεκτάσιμες και άμεσα εφαρμόσιμες στις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Πίνακας 11: Πρακτικές μέθοδοι για την εφαρμογή της δεοντολογικής επισήμανσης (ΜΜΕ & επιχειρηματίες)

Μέθοδος Αρ.	Όνομα μεθόδου	Σκοπός	Βασικές Δραστηριότητες / Βήματα Υλοποίησης	Αναμενόμενη Παραγωγή / Αποτέλεσμα
5.2.1	Λίστα ελέγχου για αξιόπιστους πράσινους ισχυρισμούς	Ταχεία αξιολόγηση περιβαλλοντικών ισχυρισμών	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ελέγξτε την εξειδίκευση της αξίωσης</li> <li>2. Επαληθεύστε τα αποδεικτικά στοιχεία</li> <li>3. Ελέγξτε την ανεξάρτητη επαλήθευση</li> <li>4. Αξιολογήστε τη συνάφεια</li> <li>5. Συγκρίνετε δίκαια με τους ανταγωνιστές</li> <li>6. Εξετάστε τον πλήρη κύκλο ζωής</li> <li>7. Διασφαλίστε τη νομική συμμόρφωση</li> </ol>	Ένα επικυρωμένο, ακίνδυνο σύνολο πράσινων ισχυρισμών έτοιμο για δημοσίευση
5.2.2	Εσωτερικό Πρότυπο Πολιτικής Βιωσιμότητας & Επισήμανσης	Επίσημο πλαίσιο για συνεπή επικοινωνία βιωσιμότητας	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Δήλωση πολιτικής</li> <li>2. Καθορίστε ρόλους και ευθύνες</li> <li>3. Ροή εργασιών έγκρισης αξίωσης</li> <li>4. Απαιτήσεις τεκμηρίωσης δικαιολογητικών</li> <li>5. Πρόγραμμα εκπαίδευσης εργαζομένων</li> <li>6. Μηχανισμός επανεξέτασης πολιτικής</li> <li>7. Πρωτόκολλα μη συμμόρφωσης</li> </ol>	Τυποποιημένη εσωτερική πολιτική που διασφαλίζει συνεπείς, επαληθεύσιμες αξιώσεις
5.2.3	Στην συσκευασία & διαδικτυακά Οδηγός Επικοινωνίας	Βελτιστοποιήστε τα μηνύματα σε όλα τα σημεία επαφής των καταναλωτών	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ιεραρχία στη συσκευασία: πιστοποιημένο λογότυπο → ποσοτικοποιημένος ισχυρισμός → κωδικό QR</li> </ol>	Σαφής, φιλική προς τον καταναλωτή επικοινωνιακή στρατηγική βιωσιμότητας



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Μέθοδος Αρ.	Όνομα μεθόδου	Σκοπός	Βασικές Δραστηριότητες / Βήματα Υλοποίησης	Αναμενόμενη Παραγωγή / Αποτέλεσμα
			2. Ψηφιακή βελτίωση: σελίδες προϊόντων, ταξίδι βιωσιμότητας, ιστορίες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, διαδραστικοί χάρτες	
5.2.4	Ερωτηματολόγιο Αξιολόγησης Βιωσιμότητας Προμηθευτών	Συστηματική αξιολόγηση της βιωσιμότητας των προμηθευτών	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Συλλέξτε έγγραφα πιστοποίησης</li> <li>2. Έλεγχος συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης</li> <li>3. Επαλήθευση κοινωνικής συμμόρφωσης</li> <li>4. Αξιολόγηση ιχνηλασιμότητας</li> <li>5. Δεσμεύσεις συνεχούς βελτίωσης</li> </ol>	Επαληθευμένα προφίλ βιωσιμότητας προμηθευτών και χρήσιμες πληροφορίες
5.2.5	Μητρώο Ισχυρισμών Βιωσιμότητας	Κεντρική τήρηση αρχείων ζημιών	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Τεκμηριώστε τις περιγραφές αξιώσεων</li> <li>2. Εκχώρηση προϊόντος/SKU</li> <li>3. Καταγράψτε τα αποδεικτικά στοιχεία</li> <li>4. Παρακολούθηση της κατάστασης επαλήθευσης</li> <li>5. Ορίστε ημερομηνίες αναθεώρησης</li> <li>6. Αναθέστε υπεύθυνο προσωπικό</li> </ol>	Ολοκληρωμένη, ενημερωμένη βάση δεδομένων όλων των ισχυρισμών βιωσιμότητας
5.2.6	Ενότητα Εκπαίδευσης Προσωπικού Green Claims	Διασφάλιση συνεπούς κατανόησης των ισχυρισμών βιωσιμότητας από το προσωπικό	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Αναγνώριση greenwashing</li> <li>2. Επανεξέταση της τεκμηρίωσης του ισχυρισμού</li> <li>3. Επισκόπηση πολιτικής</li> <li>4. Εκπαίδευση απόκρισης πελατών</li> <li>5. Μελέτες περιπτώσεων και κουίζ</li> </ol>	Εξειδικευμένοι υπάλληλοι ικανοί για ακριβή, συνεπή επικοινωνία βιωσιμότητας



Μέθοδος Αρ.	Όνομα μεθόδου	Σκοπός	Βασικές Δραστηριότητες / Βήματα Υλοποίησης	Αναμενόμενη Παραγωγή / Αποτέλεσμα
5.2.7	Πλαίσιο μέτρησης επιπτώσεων στη βιωσιμότητα	Ποσοτικοποιήστε τις βασικές περιβαλλοντικές μετρήσεις	Παρακολουθήστε το αποτύπωμα άνθρακα, τη χρήση νερού, την εκτροπή απορριμμάτων, τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τις αναλογίες βιώσιμης προμήθειας	Πληροφορίες βάσει δεδομένων για την υποστήριξη αξιόπιστων ισχυρισμών βιωσιμότητας
5.2.8	Πρότυπο ανάλυσης ανταγωνιστικών αξιώσεων	Δείκτης αναφοράς έναντι ανταγωνιστών	Συγκρίνετε την ιδιαιτερότητα της αξίωσης, τις πιστοποιήσεις, τη σαφήνεια επικοινωνίας, τη διαφάνεια των αποδεικτικών στοιχείων και τις ευκαιρίες καινοτομίας	Προσδιορισμός περιοχών βελτίωσης και ευκαιριών ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
5.2.9	Πύλη για την ψηφιακή διαφάνεια	Παροχή λεπτομερών πληροφοριών βιωσιμότητας στους καταναλωτές	1. Διαδραστικοί χάρτες εφοδιαστικής αλυσίδας 2. Αποθετήριο πιστοποίησης 3. Οπτικοποίηση περιβαλλοντικών δεδομένων 4. Τακτικές ενημερώσεις προόδου	Ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και διαφανής επικοινωνία
5.2.10	Πρωτόκολλο Ελέγχου Ισχυρισμών Βιωσιμότητας	Διεξαγωγή τακτικών εσωτερικών ελέγχων	1. Απογραφή ζημιών 2. Επαλήθευση αποδεικτικών στοιχείων 3. Αξιολόγηση της συμμόρφωσης 4. Ανάλυση ελλείψεων 5. Διορθωτικά μέτρα. Επικαιροποίηση τεκμηρίωσης	Μειωμένος κίνδυνος κακής επικοινωνίας, βελτιωμένη ακρίβεια των αξιώσεων
5.2.11	Σύστημα ενσωμάτωσης σχολίων καταναλωτών	Ενσωματώστε τις πληροφορίες των καταναλωτών	1. Δομημένη συλλογή σχολίων 2. Ανάλυση συναισθήματος 3. Δοκιμή κατανόησης ισχυρισμών 4. Εφαρμογή της βελτίωσης	Προσαρμοσμένες στρατηγικές επικοινωνίας ευθυγραμμισμένες με την αντίληψη των καταναλωτών
5.2.12	Πλαίσιο αφήγησης βιωσιμότητας	Δημιουργήστε συναρπαστικές αφηγήσεις για τους καταναλωτές	1. Ιστορίες ανθρώπων 2. Αφηγήσεις περιβαλλοντικών επιπτώσεων 3. Τα κυριότερα σημεία του κοινοτικού οφέλους 4. Μηνύματα μελλοντικής όρασης	Συναρπαστική αφήγηση ιστοριών βιωσιμότητας που έχει απήχηση στους πελάτες

Μέθοδος Αρ.	Όνομα μεθόδου	Σκοπός	Βασικές Δραστηριότητες / Βήματα Υλοποίησης	Αναμενόμενη Παραγωγή / Αποτέλεσμα
5.2.13	Εργαλείο Αξιολόγησης Βιωσιμότητας Συσκευασίας	Αξιολογήστε και βελτιώστε τη συσκευασία	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ελέγξτε το ανακυκλωμένο περιεχόμενο</li> <li>2. Αξιολογήστε τη σαφήνεια της ανακυκλωσιμότητας</li> <li>3. Προσδιορίστε ευκαιρίες μείωσης υλικών</li> <li>4. Αξιολογήστε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις</li> </ol>	Περιβαλλοντικά βελτιστοποιημένη συσκευασία και αξιόπιστοι ισχυρισμοί
5.2.14	Πίνακας αξιολόγησης κινδύνου ισχυρισμών βιωσιμότητας	Εντοπισμός και μετριασμός κινδύνων	Αξιολογήστε τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς, τη φήμη, την αλυσίδα εφοδιασμού και τους κινδύνους αντίληψης	Προληπτική διαχείριση των επικοινωνιακών κινδύνων βιωσιμότητας
5.2.15	Οδηγός Βιωσιμότητας Αναδιαμόρφωσης Προϊόντος	Βελτιώστε τη βιωσιμότητα μέσω αλλαγών προϊόντων	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Βιώσιμη προμήθεια συστατικών</li> <li>2. Βελτιστοποίηση διαδικασίας</li> <li>3. Ευθυγράμμιση πιστοποίησης</li> <li>4. Ανάλυση κόστους-οφέλους</li> </ol>	Αναδιαμορφωμένα προϊόντα που πληρούν τους στόχους και τα πρότυπα βιωσιμότητας
5.2.16	Ημερολόγιο Επικοινωνίας για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη	Σχεδιάστε συνεπή μηνύματα	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Επέτειοι πιστοποίησης</li> <li>2. Δημοσιεύσεις αναφορών</li> <li>3. Ημέρες περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης</li> <li>4. Προγραμματισμός ενημέρωσης προόδου</li> </ol>	Συντονισμένη, έγκαιρη επικοινωνία που ενισχύει τη συμμετοχή των καταναλωτών
5.2.17	Σχέδιο Δέσμευσης Ενδιαφερομένων	Συστηματική δέσμευση βιωσιμότητας	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Συνεργασία προμηθευτών</li> <li>2. Εκπαίδευση πελατών</li> <li>3. Βιομηχανικές συνεργασίες</li> <li>4. Προσέγγιση της κοινότητας</li> </ol>	Ενισχυμένες σχέσεις και αξιοπιστία μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων μερών
5.2.18	Πίνακας ελέγχου επιδόσεων βιωσιμότητας	Παρακολούθηση και κοινοποίηση μετρήσεων	Παρακολουθήστε περιβαλλοντικούς δείκτες, πιστοποιήσεις, απόδοση αξιώσεων και πρόοδο σε σχέση με τους στόχους	Ορατότητα σε πραγματικό χρόνο των επιδόσεων βιωσιμότητας για εσωτερική και εξωτερική χρήση
5.2.19	Πρωτόκολλο Διαχείρισης Κρίσεων για Οικολογικούς Ισχυρισμούς	Διαχειριστείτε πιθανές προκλήσεις	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ρύθμιση ομάδας ταχείας απόκρισης</li> <li>2. Κινητοποίηση αποδεικτικών στοιχείων</li> <li>3. Πρότυπα επικοινωνίας</li> <li>4. Κοινοποιήσεις των ενδιαφερόμενων μερών</li> </ol>	Ελαχιστοποίηση της ζημιάς στη φήμη και ταχύτερη ανταπόκριση σε ζητήματα βιωσιμότητας

Μέθοδος Αρ.	Όνομα μεθόδου	Σκοπός	Βασικές Δραστηριότητες / Βήματα Υλοποίησης	Αναμενόμενη Παραγωγή / Αποτέλεσμα
5.2.20	Πλαίσιο Συνεχούς Βελτίωσης	Συνεχής βελτίωση των πρακτικών	1. Αξιολογήσεις απόδοσης 2. Παρακολούθηση βέλτιστων πρακτικών 3. Υιοθέτηση τεχνολογίας 4. Εφαρμογή καινοτομίας	Συνεχής βελτιστοποίηση της επικοινωνίας και της αξιοπιστίας της βιωσιμότητας

## Κεφάλαιο 6: Για Υπεύθυνους Χάραξης Πολιτικής & Ρυθμιστικούς Φορείς

### Εισαγωγή

Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι ρυθμιστικοί φορείς είναι ζωτικής σημασίας για τη διαμόρφωση ενός συστήματος τροφίμων που είναι διαφανές, ηθικό και βιώσιμο. Πέρα από τον καθορισμό προστατευτικών κιγκλιδωμάτων όπως η οδηγία για τους πράσινους ισχυρισμούς, η αποτελεσματική πολιτική θα πρέπει να επιτρέπει και να δίνει κίνητρα στις ΜΜΕ, να δημιουργεί ζήτηση στην αγορά για ηθικά παραγόμενα τρόφιμα και να δίνει τη δυνατότητα στους πολίτες να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις. Αυτό το κεφάλαιο παρέχει έναν λεπτομερή χάρτη πορείας στρατηγικών δράσεων, εστιάζοντας στη χρηματοδοτική στήριξη, τη ρυθμιστική διευκόλυνση, τις δημόσιες συμβάσεις και την εκπαίδευση.

### 6.1 Συστάσεις για υποστηρικτικά πλαίσια πολιτικής

Η αποτελεσματική πολιτική υπερβαίνει την απαγόρευση. Συνδυάζει τη ρύθμιση, τη διευκόλυνση και την εκπαίδευση για την προώθηση ενός οικοσυστήματος όπου η ηθική επισήμανση μπορεί να ευδοκιμήσει.

#### 6.1.1 Στήριξη των ΜΜΕ στην πράσινη μετάβαση

Οι ΜΜΕ συχνά δεν διαθέτουν πόρους και τεχνογνωσία για την πλοήγηση στα πρότυπα βιωσιμότητας. Η στοχευμένη υποστήριξη αποτρέπει μια αγορά που κυριαρχείται από μεγάλες εταιρείες, ενώ δημιουργεί δίκαιες ευκαιρίες.

Πίνακας 12: Βασικές δράσεις πολιτικής για τη στήριξη των ΜΜΕ

Δράση	Μηχανισμός / Υλοποίηση	Σκεπτικό / Αναμενόμενο αποτέλεσμα	Παράδειγμα / Πρακτική σημείωση
Κουπόνια Βιωσιμότητας / Σχέδια Χορηγιών	Δημόσια χρηματοδότηση για την κάλυψη τελών πιστοποίησης, παροχής συμβουλών, μελετών ΑΚΖ	Μειώνει τους οικονομικούς φραγμούς, επιτρέποντας στις ΜΜΕ να ανταγωνίζονται αξιόπιστα	Ένα μικρό καφεκοπτείο λαμβάνει επιδότηση 50% για πιστοποίηση Fairtrade και μελέτη LCA για το αποτύπωμα άνθρακα



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Δράση	Μηχανισμός / Υλοποίηση	Σκεπτικό / Αναμενόμενο αποτέλεσμα	Παράδειγμα / Πρακτική σημείωση
Εθνικό Δίκτυο Συμβούλων Πράσινων Επιχειρήσεων	Ενσωμάτωση εμπειρογνομόνων βιωσιμότητας στα Εμπορικά Επιμελητήρια. παροχή δωρεάν καθοδήγησης στις ΜΜΕ	Παρέχει τεχνογνωσία που συχνά στερούνται οι ΜΜΕ, μειώνει τον κίνδυνο μη συμμόρφωσης	Οι σύμβουλοι βοηθούν ένα τοπικό τυροκομείο να επιλέξει τις σχετικές ετικέτες και να πλοηγηθεί στη διαδικασία πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων της ΕΕ
Συνεργατική Πιστοποίηση / Ομαδικά Σχήματα	Ενθάρρυνση κοινοπραξιών ή συνεταιρισμών να πιστοποιούν συλλογικά	Αξιοποιεί οικονομίες κλίμακας, μειώνει το κόστος ανά μονάδα, ενισχύει τη θέση του στην αγορά	Μια ομάδα βιοτεχνικών αρτοποιειών πιστοποιείται ως ενιαία οντότητα στο πλαίσιο της EU Organic, επιμερίζοντας το κόστος ελέγχου

### 6.1.2 Σχεδιασμός πολιτικών για τις δημόσιες συμβάσεις για βιώσιμα τρόφιμα

Οι δημόσιες συμβάσεις μπορούν να λειτουργήσουν ως μοχλός από την πλευρά της ζήτησης, τονώνοντας τις επενδύσεις σε βιώσιμες πρακτικές παραγωγής.

Πίνακας 13: Στρατηγικές δράσεις πολιτικής για τις δημόσιες συμβάσεις

Δράση	Μηχανισμός / Υλοποίηση	Σκεπτικό / Αναμενόμενο αποτέλεσμα	Παράδειγμα / Πρακτική σημείωση
Εντολή Ελάχιστα Κριτήρια για Βιώσιμα Τρόφιμα	Απαίτηση οι συμβάσεις να περιλαμβάνουν επαληθεύσιμες πιστοποιήσεις (EU Organic, MSC/ASC, Animal Welfare, Fairtrade)	Δημιουργεί εγγυημένη ζήτηση στην αγορά, δίνει κίνητρα για βιώσιμες πρακτικές	Τα σχολεία υποχρεούνται να προμηθεύονται το 30% του προϋπολογισμού τροφίμων σε πιστοποιημένα προϊόντα. Τα συμβόλαια τροφοδοσίας νοσοκομείων δίνουν προτεραιότητα στα πιστοποιημένα ψάρια και πουλερικά



Δράση	Μηχανισμός / Υλοποίηση	Σκεπτικό / Αναμενόμενο αποτέλεσμα	Παράδειγμα / Πρακτική σημείωση
Εφαρμογή της προσέγγισης MEAT (Πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά)	Οι αξιολογήσεις των προσφορών περιλαμβάνουν σταθμισμένη βαθμολογία για τη βιωσιμότητα παράλληλα με την τιμή και την ποιότητα	Επιβραβεύει τους προμηθευτές που εσωτερικεύουν το περιβαλλοντικό και κοινωνικό κόστος, καθιστώντας τις βιώσιμες προσφορές ανταγωνιστικές	25% της βαθμολογίας προσφοράς με βάση τη βιωσιμότητα, 50% τιμή, 25% ποιότητα
Εργαλειοθήκη Προμηθειών & Εκπαίδευση Αξιοματικών	Τυποποιημένα πρότυπα, οδηγίες και προγράμματα εκπαίδευσης	Διασφαλίζει την αποτελεσματική εφαρμογή των πολιτικών, μειώνει τα λειτουργικά σφάλματα	Αγοραστές εκπαιδευμένοι να ερμηνεύουν τα οικολογικά σήματα και να αξιολογούν αντικειμενικά τις προσφορές. Πρότυπα για βιώσιμα έγγραφα διαγωνισμού

### 6.1.3 Δημιουργία εκστρατειών ευαισθητοποίησης και διατροφικής παιδείας

Οι μορφωμένοι καταναλωτές είναι οι απόλυτοι μοχλοί της ζήτησης για ηθικά τρόφιμα. Οι πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης διασφαλίζουν ότι οι ετικέτες είναι **κατανοητές, αξιόπιστες και εφαρμόσιμες**.

Πίνακας 14: Δράσεις Ευαισθητοποίησης Καταναλωτών & Εκπαιδευτικής Πολιτικής

Δράση	Μηχανισμός / Υλοποίηση	Σκεπτικό / Αναμενόμενο αποτέλεσμα	Παράδειγμα / Πρακτική σημείωση
Εθνική Εκστρατεία «Αποκωδικοποίηση Ετικετών Τροφίμων»	Καμπάνια πολυμέσων με χρήση τηλεόρασης, μέσω κοινωνικής δικτύωσης, δημόσιων οθονών. Πρακτικές συμβουλές για τον εντοπισμό αξιόπιστων ετικετών	Ενδυναμώνει τους καταναλωτές, αυξάνει τη ζήτηση για πραγματική βιωσιμότητα, αποθαρρύνει το greenwashing	Βίντεο της εκστρατείας που εξηγεί τα βιολογικά προϊόντα της ΕΕ, το δίκαιο εμπόριο, το MSC· Μηνύματα "Αόριστη προσοχή, συγκεκριμένη επίγνωση"

Δράση	Μηχανισμός / Υλοποίηση	Σκεπτικό / Αναμενόμενο αποτέλεσμα	Παράδειγμα / Πρακτική σημείωση
Ενσωματώστε τον αλφαριθμητισμό για τις ετικέτες τροφίμων στα σχολεία	Υποχρεωτικές ενότητες προγράμματος σπουδών στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση που καλύπτουν την ανάλυση ετικετών, τη βιώσιμη διατροφή και την προέλευση των τροφίμων	Προωθεί μια γενιά κριτικών, ηθικά συνειδητοποιημένων καταναλωτών	Το μάθημα οικιακής οικονομίας περιλαμβάνει μια άσκηση για τη σύγκριση του αποτυπώματος άνθρακα των προϊόντων χρησιμοποιώντας κωδικούς QR
Κεντρική διαδικτυακή πλατφόρμα	Κυβερνητική πύλη ("FoodFacts.gov") που παρέχει επαληθευμένες πληροφορίες ετικέτας, εργαλεία αναφοράς, εκπαιδευτικούς πόρους	Αντιμετωπίζει την παραπληροφόρηση, χτίζει εμπιστοσύνη, εξυπηρετεί εκπαιδευτικούς και επιχειρήσεις	Βάση δεδομένων ετικετών με δυνατότητα αναζήτησης. οδηγούς για τα δικαιώματα του καταναλωτή· τηλεφορτώσιμα για εκπαιδευτικούς και ΜΜΕ

Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής μπορούν να επιταχύνουν τη μετάβαση σε ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων εφαρμόζοντας μια **τριάδα υποστηρικτικών πολιτικών**:

- 1. Οικονομική και τεχνική υποστήριξη για τις ΜΜΕ:** Οι επιχορηγήσεις, τα συμβουλευτικά δίκτυα και τα συστήματα ομαδικής πιστοποίησης καθιστούν τη βιωσιμότητα προσβάσιμη.
- 2. Στρατηγικές Δημόσιες Συμβάσεις:** Αξιοποίηση της αγοραστικής δύναμης για τη δημιουργία σταθερής, πιστοποιημένης ζήτησης προϊόντων και την επιβράβευση βιώσιμων πρακτικών.
- 3. Ολοκληρωμένη Εκπαίδευση Καταναλωτών:** Οι δημόσιες εκστρατείες, τα σχολικά προγράμματα σπουδών και οι επίσημοι διαδικτυακοί πόροι διασφαλίζουν ότι οι ετικέτες είναι κατανοητές και αξιόπιστες.

Μαζί, αυτά τα μέτρα δημιουργούν έναν **ενάρετο κύκλο** όπου οι ΜΜΕ ενδυναμώνονται, οι καταναλωτές ενημερώνονται και η ζήτηση της αγοράς οδηγεί σε συστημικές αλλαγές. Η ηθική επισήμανση των τροφίμων γίνεται όχι μόνο απαίτηση συμμόρφωσης αλλά και εργαλείο για **την οικονομική ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική ενδυνάμωση**, διασφαλίζοντας μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

## 6.2 Μια καθοδηγούμενη αλληλουχία δράσεων για τα εκπαιδευτικά συστήματα

## Εισαγωγή

Τα συστήματα επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης (ΕΕΚ) αποτελούν την κρίσιμη γέφυρα μεταξύ των στόχων πολιτικής και της πρακτικής εφαρμογής στο εργατικό δυναμικό. Για να εξασφαλιστεί η συστηματική και αποτελεσματική ενσωμάτωση των ικανοτήτων επισήμανσης των πράσινων τροφίμων, είναι απαραίτητη μια δομημένη, σταδιακή προσέγγιση. Αυτή η καθοδηγούμενη ακολουθία παρέχει στα υπουργεία Παιδείας, στις αρχές προσόντων και στα ιδρύματα ΕΕΚ έναν συγκεκριμένο, εφαρμόσιμο οδικό χάρτη για την ενσωμάτωση αυτών των δεξιοτήτων στα εθνικά πρότυπα, τα προγράμματα σπουδών και τις διδακτικές πρακτικές.

Πίνακας 15: Χάρτης πορείας σταδιακής εφαρμογής για την ενσωμάτωση της επισήμανσης πράσινων τροφίμων στα εθνικά πρότυπα ΕΕΚ

Φάση	Χρονοδιάγραμμα	Στόχος	Βασική δράση	Δραστηριότητες	Αναμενόμενη παραγωγή	Υπεύθυνα ενδιαφερόμενα μέρη
<b>Φάση 1: Θεμελίωση &amp; Ανάλυση</b>	Μήνες 1-6	Καθιέρωση κοινής κατανόησης της ανάγκης για αλλαγή. Καθορίστε τις βασικές ικανότητες	1.1 Σύσταση πολυμερούς συντονιστικής επιτροπής	<ul style="list-style-type: none"> <li>Προσκαλέστε εκπροσώπους από το Υπουργείο Παιδείας, τις αρχές ΕΕΚ, τις βιομηχανικές ενώσεις, τα συνδικάτα εκπαιδευτικών, τις ΜΚΟ • Καθορίστε την εντολή, τη διακυβέρνηση και τους εποπτικούς ρόλους της επιτροπής</li> </ul>	Επίσημη συντονιστική επιτροπή με σαφείς όρους εντολής	Υπουργείο Παιδείας, Αρχές Προσόντων, Βιομηχανικές Ενώσεις, ΜΚΟ, Ενώσεις Εκπαιδευτικών ΕΕΚ
			1.2 Διεξαγωγή ανάλυσης κενών ικανοτήτων	<ul style="list-style-type: none"> <li>Χαρτογράφηση των υφιστάμενων προγραμμάτων σπουδών ΕΕΚ σε σχέση με τις ικανότητες-στόχους (αξιολόγηση ετικετών, προμήθεια, μάρκετινγκ, προσβασιμότητα)• Εντοπισμός δεξιοτήτων που λείπουν• Έρευνα εργοδοτών για την επικύρωση κενών και την ιεράρχηση των ικανοτήτων</li> </ul>	Έκθεση ανάλυσης κενών που επισημαίνει κρίσιμες ελλείψεις δεξιοτήτων	Συντονιστική Επιτροπή, Εμπειρογνώμονες Προγραμμάτων Σπουδών, Εργοδότες Βιομηχανίας
			1.3 Σχέδιο Προτύπων	<ul style="list-style-type: none"> <li>Σχεδιάστε τυποποιημένες</li> </ul>	Προσχέδιο συνόλου	Συντονιστική Επιτροπή,



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Φάση	Χρονοδιάγραμμα	Στόχος	Βασική δράση	Δραστηριότητες	Αναμενόμενη παραγωγή	Υπεύθυνα ενδιαφερόμενα μέρη
			Βασικών Ικανοτήτων	μονάδες/ενότητες ικανοτήτων για την ενσωμάτωση της ΕΕΚ • Παραδείγματα ικανοτήτων: αξιολόγηση της αξιοπιστίας της ετικέτας, πηγή πιστοποιημένων συστατικών, ανάπτυξη συμβατών επικοινωνιών μάρκετινγκ, εφαρμογή αρχών σχεδιασμού χωρίς αποκλεισμούς	τυποποιημένων εννοιών ικανοτήτων έτοιμων για ενσωμάτωση στο πρόγραμμα σπουδών	Σχεδιαστές Προγραμμάτων Σπουδών, Ρυθμιστικοί Σύμβουλοι
<b>Φάση 2: Ανάπτυξη &amp; Ενσωμάτωση</b>	Μήνες 7-15	Μεταφράστε τις ικανότητες σε διδακτικά προγράμματα σπουδών. Εξοπλίστε τους εκπαιδευτικούς	2.1 Ανάπτυξη πλαισίων προγραμμάτων σπουδών και διδακτικών πόρων	• Δημιουργήστε οδηγούς προγράμματος σπουδών με μαθησιακούς στόχους, μεθοδολογίες διδασκαλίας (συμπεριλαμβανομένων πρακτικών ασκήσεων από το Κεφάλαιο 4.2) και κριτήρια αξιολόγησης • Δημιουργήστε κεντρικό κόμβο ψηφιακών πόρων (μελέτες περιπτώσεων, βίντεο, διαδραστικές βάσεις δεδομένων) • Προσαρμόστε το Εγχειρίδιο στο βασικό υλικό των μαθητών	Ολοκληρωμένα πακέτα προγραμμάτων σπουδών και κόμβος πόρων για ψηφιακούς εκπαιδευτικούς	Προγραμματιστές προγραμμάτων σπουδών, ιδρύματα ΕΕΚ, ειδικοί ψηφιακής μάθησης
			2.2 Σχεδιασμός & Έναρξη Προγράμματος Εκπαίδευσης Εκπαιδευτών	• Ανάπτυξη πιστοποιημένης κατάρτισης για εκπαιδευτικούς (περιεχόμενο + παιδαγωγική) •	Πιστοποιημένοι εκπαιδευτικοί ικανοί να παραδώσουν νέο πρόγραμμα σπουδών	Υπουργείο Παιδείας, Master Trainers, Ιδρύματα ΕΕΚ



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Φάση	Χρονοδι άγραμμα	Στόχος	Βασική δράση	Δραστηριότητες	Αναμενόμενη παραγωγή	Υπεύθυνα ενδιαφερόμενα μέρη
				Μοντέλο κατάρτισης καταρράκτη: εκπαίδευση κύριων εκπαιδευτών και στη συνέχεια ευρύτερη ομάδα εκπαιδευτικών• Συμπεριλάβετε ενότητες σχετικά με το greenwashing, τα ηθικά διλήμματα και τη διευκόλυνση της συζήτησης		
			2.3 Εφαρμογή & Παρακολούθηση Πιλοτικού Προγράμματος	• Επιλογή αντιπροσωπευτικών ιδρυμάτων ΕΕΚ• Έναρξη πιλοτικού προγράμματος σπουδών και πόρων• Δημιουργία πλαισίου παρακολούθησης (απόκτηση ικανοτήτων, εμπιστοσύνη εκπαιδευτικών, ανατροφοδότηση εργοδοτών)• Συλλογή σχολίων και βελτίωση του προγράμματος σπουδών	Επικυρωμένο, βελτιωμένο πακέτο προγράμματος σπουδών με αποδεικτικά στοιχεία αποτελεσματικ ότητας	Συντονιστική Επιτροπή, Πιλοτικά Ιδρύματα, Ομάδα Παρακολούθη σης & Αξιολόγησης
<b>Φάση 3: Ανάπτυξη &amp; κλιμάκωση</b>	Μήνες 16-24	Θεσμοθέτηση ικανοτήτων και διασφάλιση συνεχούς βελτίωσης	3.1 Επίσημη υιοθέτηση στα εθνικά πρότυπα ΕΕΚ	• Ενσωμάτωση νέων ικανοτήτων στα εθνικά πλαίσια προσόντων για σεφ, αρτοποιούς, κρεοπώλες, λιανοπωλητές • Υποχρεωτικές ικανότητες για την πιστοποίηση	Επικαιροποιημ ένα εθνικά πρότυπα ΕΕΚ που ενσωματώνουν τις ικανότητες επισήμανσης των πράσινων τροφίμων	Αρχές Προσόντων, Υπουργείο Παιδείας
			3.2 Πλήρης εφαρμογή σε εθνικό επίπεδο	• Ανάπτυξη του προγράμματος Train- the-Trainer σε εθνικό επίπεδο • Διανομή οριστικού	Πλήρως λειτουργικό εθνικό σύστημα για την παροχή	Ιδρύματα ΕΕΚ, Εκπαιδευτές, Master Trainers



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Φάση	Χρονοδιάγραμμα	Στόχος	Βασική δράση	Δραστηριότητες	Αναμενόμενη παραγωγή	Υπεύθυνα ενδιαφερόμενα μέρη
				προγράμματος σπουδών και πόρων σε όλα τα ιδρύματα ΕΕΚ• Παροχή συνεχούς τεχνικής υποστήριξης	εκπαίδευσης για την επισήμανση των πράσινων τροφίμων	
			3.3 Καθιέρωση συστήματος συνεχούς αξιολόγησης και ενημέρωσης	• Ενσωματώστε ερωτήσεις βιωσιμότητας στις εξετάσεις πιστοποίησης ΕΕΚ• Διοργανώστε ετήσιο φόρουμ βιομηχανικών εκπαιδευτών για σχόλια• Εντολή περιοδικής αναθεώρησης των προτύπων 3-5 ετών• Ενημέρωση του προγράμματος σπουδών με τους εξελισσόμενους κανονισμούς και τις τάσεις της αγοράς	Δυναμικό, ανταποκρινόμενο σύστημα ΕΕΚ που προσαρμόζεται στις κανονιστικές και βιομηχανικές αλλαγές	Αρχές Επαγγελματικών Προσόντων, Ενδιαφερόμενα Μέρη του Κλάδου, Διευθύνουσα Επιτροπή, Ιδρύματα ΕΕΚ

## Μέρος III: Μαθαίνοντας από την πράξη – Μελέτες περιπτώσεων σε όλη την Ευρώπη

### Περιπτωσιολογική μελέτη 7.1: [DE] Διαφάνεια από το αγρόκτημα στο πιάτο: η ιστορία ενός περιφερειακού σήματος για την καλή διαβίωση των ζώων

**Τομέας:** Κτηνοτροφία & Επεξεργασία Κρέατος

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Καλή Διαβίωση των Ζώων, Περιφερειακότητα, Διαφάνεια, Κοινωνική Ευθύνη

#### Η πρόκληση:

Ένας συνεταιρισμός 47 οικογενειακών εκμεταλλεύσεων μικρής κλίμακας στην Κάτω Σαξονία, που λειτουργεί με την επωνυμία "Niedersachsen Fleisch", αντιμετώπισε σοβαρές πιέσεις στην αγορά από τα βιομηχανοποιημένα συστήματα παραγωγής χοιρινού κρέατος. Ενώ οι χόιροι τους εκτράφηκαν με σημαντικά υψηλότερα πρότυπα καλής διαβίωσης, αγωνίστηκαν να

επικοινωνήσουν αποτελεσματικά αυτήν την πρόταση αξίας σε μια αγορά κορεσμένη με ασαφείς ισχυρισμούς όπως «φιλικό προς τα ζώα» και «φυσική εκτροφή». Ο σκεπτικισμός των καταναλωτών απέναντι στους αυτοδηλωμένους ισχυρισμούς για την καλή διαβίωση των ζώων ήταν υψηλός και η πρωμοδότηση της τιμής που απαιτείται για τη διατήρηση των ηθικών λειτουργιών τους καθιστούσε δύσκολη τη διεύθυνση στην αγορά. Ο συνεταιρισμός χρειαζόταν ένα επαληθεύσιμο, διαφανές σύστημα το οποίο:

1. Παροχή αξιόπιστης διαφοροποίησης από τους βιομηχανικούς παραγωγούς
2. Αιτιολόγηση μιας βιώσιμης πρωμοδότησης τιμής
3. Οικοδομήστε διαρκή εμπιστοσύνη των καταναλωτών μέσω ριζικής διαφάνειας
4. Διατήρηση της οικονομικής βιωσιμότητας της οικογενειακής γεωργίας μικρής κλίμακας

### Η λύση:

Μετά από δύο χρόνια ανάπτυξης και διαβούλευσης με τα ενδιαφερόμενα μέρη, ο συνεταιρισμός ξεκίνησε το [σύστημα πιστοποίησης "TierwohlPlus"](#) (Animal Welfare Plus) - ένα περιφερειακό, ιδιωτικό πρότυπο που υπερβαίνει τόσο τις γερμανικές νομικές απαιτήσεις όσο και τα βιολογικά πρότυπα της ΕΕ για την παραγωγή χοιρινού κρέατος. Η ετικέτα αντιπροσωπεύει μια ολιστική προσέγγιση για την καλή διαβίωση των ζώων που περιλαμβάνει τις συνθήκες διαβίωσης, τη διαχείριση της υγείας και τις πρακτικές διατροφής.

### Εκτέλεση:

#### 1. Ανάπτυξη προτύπων πολλαπλών ενδιαφερομένων: Τα

κριτήρια πιστοποίησης αναπτύχθηκαν μέσω μιας συνεργατικής διαδικασίας που περιλαμβάνει:

- 15 συμμετέχουσες φάρμες που παρέχουν πρακτική κτηνοτροφική εμπειρία
- 3 ανεξάρτητοι κτηνίατροι ειδικοί στην καλή διαβίωση των ζώων
- 2 ΜΚΟ για την καλή διαβίωση των ζώων (συμπεριλαμβανομένων εκπροσώπων από την Provieh και την Tierwohlfund)
- Γεωργικοί οικονομολόγοι από το Πανεπιστήμιο του Göttingen

#### Τα ολοκληρωμένα πρότυπα περιλαμβάνουν:

*Απαιτήσεις χώρου και στέγασης:*

- 40% περισσότερος χώρος ανά ζώο από τις γερμανικές νομικές απαιτήσεις
- Υποχρεωτική πρόσβαση σε εξωτερικούς χώρους με συστήματα εναλλαγής βοσκοτόπων
- Λειτουργικές περιοχές μέσα σε αχυρώνες χωρισμένες για ανάπαυση, σίτιση και δραστηριότητα
- Μονωμένοι, καλά αεριζόμενοι αχυρώνες με παροχή φυσικού φωτός



### Εντολές Εμπλουτισμού Περιβάλλοντος:

- Μόνιμη διαθεσιμότητα άχυρου, σανού ή ξύλου για φυσική συμπεριφορά ριζοβολίας
- Τακτική παροχή νέων αντικειμένων για την τόνωση της νοητικής δραστηριότητας
- Λασπόλυντρα και χώροι βυθίσματος σε υπαίθρια τμήματα

### Πρότυπα υγείας και διατροφής:

- 100% ζωοτροφές χωρίς ΓΤΟ που προέρχονται από ακτίνα 150 χιλιομέτρων
- Απαγορεύεται αυστηρά η προφυλακτική χρήση αντιβιοτικών
- Μεμονωμένες ιατρικές θεραπείες που καταγράφονται στην κεντρική βάση δεδομένων
- Φυτικές εναλλακτικές λύσεις με προτεραιότητα για μικρά προβλήματα υγείας

## 2. Αυστηρό σύστημα επαλήθευσης: Η

εφαρμογή περιλαμβάνει μια προσέγγιση επαλήθευσης τριών επιπέδων:

### Διαδικασία πιστοποίησης:

- Αρχική συνολική αξιολόγηση της εκμετάλλευσης (έλεγχος 3 ημερών)
- Ετήσιοι αιφνιδιαστικοί έλεγχοι από πιστοποιημένους επιθεωρητές DLG
- Τυχαίοι δειγματοληπτικοί έλεγχοι (τουλάχιστον 25% των πιστοποιημένων εκμεταλλεύσεων ετησίως)

### Μεθοδολογία ελέγχου:

- Μέτρα με βάση τα ζώα: Βαθμολόγηση της κατάστασης του σώματος, αξιολόγηση της χωλότητας, τεκμηρίωση δερματικών βλαβών, δείκτες αναπνευστικής υγείας
- Έλεγχοι βάσει πόρων: Μετρήσεις χώρου, αξιολόγηση ποιότητας εμπλουτισμού, ανάλυση σύνθεσης ζωοτροφών
- Ανασκόπηση της διοίκησης: Κτηνιατρικά αρχεία, ποσοστά θνησιμότητας, πρωτόκολλα θεραπείας

## 3. Διαφανής στρατηγική επικοινωνίας:

Το πλαίσιο επικοινωνίας χρησιμοποιεί πολλαπλά σημεία επαφής:

### Φυσική συσκευασία:

- Διακριτικό μπλε και άσπρο λογότυπο με σαφή επωνυμία "TierwohlPlus"
- Μοναδικός 8ψήφιος κωδικός ιχνηλασιμότητας σε όλες τις συσκευασίες
- Σύνδεση κωδικού QR με πύλη ψηφιακής διαφάνειας



### Πύλη ψηφιακής διαφάνειας:

- Διαδραστικοί χάρτες αγροκτημάτων που δείχνουν την ακριβή τοποθεσία παραγωγής
- Προφίλ αγροτών με προσωπικές ιστορίες και φιλοσοφία
- Πρόσφατες περιλήψεις ελέγχου με βαθμολογίες συμμόρφωσης
- Δείκτες καλής μεταχείρισης των ζώων σε πραγματικό χρόνο από τις συμμετέχουσες φάρμες
- Εκπαιδευτικό περιεχόμενο σχετικά με τα πρότυπα καλής διαβίωσης των χοίρων

### Ο αντίκτυπος:

#### Οικονομική βιωσιμότητα:

- Επιτεύχθηκε 15-20% premium τιμής σε όλες τις σειρές προϊόντων
- Εξασφάλισε συμβόλαια με τρεις μεγάλες γερμανικές αλυσίδες σούπερ μάρκετ (Edeka, Rewe, Tegut)
- Αύξηση του εισοδήματος των αγροτών κατά 18% διατηρώντας παράλληλα το κόστος παραγωγής μόλις 12% πάνω από το συμβατικό
- 92% ποσοστό διατήρησης αγροτών στο πρόγραμμα για τρία χρόνια

#### Απάντηση καταναλωτή:

- 67% αύξηση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας στην Κάτω Σαξονία
- Το 89% των καταναλωτών ανέφερε υψηλότερη εμπιστοσύνη στο TierwohlPlus σε σύγκριση με τους γενικούς ισχυρισμούς καλής διαβίωσης
- 45% ποσοστό επαναλαμβανόμενων αγορών μεταξύ των αρχικών αγοραστών
- Βαθμολογία 3,8/5 αστερών στην Πύλη Διαφάνειας με περισσότερες από 5.000 κριτικές καταναλωτών

#### Επιρροή του κλάδου:

- Μοντέλο που υιοθετήθηκε από δύο επιπλέον περιφερειακούς συνεταιρισμούς στη Βαυαρία και το Σλέσβιχ-Χόλσταϊν
- Αναγνώριση από τη Γερμανική Αγροτική Εταιρεία ως «καινοτόμο μοντέλο ευημερίας»
- Αύξηση μεριδίου αγοράς 32% στο τμήμα χοιρινού κρέατος υψηλής ποιότητας στην περιοχή
- Ενέπνευσε παρόμοιες πρωτοβουλίες στους τομείς των γαλακτοκομικών προϊόντων και των πουλερικών

#### Περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη:



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- 28% μείωση στη χρήση αντιβιοτικών σε σύγκριση με τις συμβατικές φάρμες
- 15% βελτίωση της ποιότητας του εδάφους στις συμμετέχουσες εκμεταλλεύσεις λόγω της αμειψισποράς των βοσκοτόπων
- Δημιουργία 23 νέων θέσεων εργασίας στις αγροτικές κοινότητες
- Ενίσχυση της βιοποικιλότητας μέσω διαφοροποιημένων συστημάτων καλλιέργειας για την παραγωγή ζωοτροφών

### Λιδάγματα:

1. Ο συνδυασμός αυστηρών προτύπων, ανεξάρτητης επαλήθευσης και ριζικής διαφάνειας δημιουργεί μια συναρπαστική πρόταση αξίας
2. Η περιφερειακή επισήμανση μπορεί να συνυπάρξει επιτυχώς με τα εθνικά συστήματα πιστοποίησης, προσφέροντας πιο συγκεκριμένη προέλευση
3. Η προθυμία των καταναλωτών να καταβάλουν ασφάλιστα συσχετίζεται άμεσα με το επίπεδο διαφάνειας που παρέχεται
4. Η συμμετοχή πολλών ενδιαφερομένων στον καθορισμό προτύπων αυξάνει την αξιοπιστία και την πρακτική σκοπιμότητα

Το μοντέλο TierwohlPlus δείχνει πώς τα περιφερειακά συστήματα τροφίμων μπορούν να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά τη βιομηχανοποιημένη παραγωγή μέσω αυθεντικής αφήγησης, επαληθεύσιμων προτύπων και γνήσιας δέσμευσης για την καλή διαβίωση και τη διαφάνεια των ζώων.

### Μελέτη περίπτωσης 7.2: [IS] Ενίσχυση της μάρκας: Η ιστορία μιας ισλανδικής εταιρείας για 100% ανανεώσιμες πηγές ενέργειας

**Τομέας:** Επεξεργασία Τροφίμων (Θερμοκηπιακή Κηπουρική), Αγροτουρισμός

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Μείωση Αποτυπώματος Άνθρακα, Ενσωμάτωση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, Βιώσιμη Γεωργία, Φιλική προς το Κλίμα Παραγωγή

### Η πρόκληση:

Το [Friðheimar](#), ένα οικογενειακό αγρόκτημα ντομάτας και συγκρότημα εστιατορίων που βρίσκεται στην πλούσια σε γεωθερμία περιοχή Reykjanes, αντιμετώπισε μια σημαντική πρόκληση μάρκετινγκ. Ενώ λειτουργούσε ένα από τα πιο ενεργειακά αποδοτικά γεωργικά συστήματα στον κόσμο που χρησιμοποιεί 100% γεωθερμική ενέργεια για θέρμανση και ηλεκτρική ενέργεια, αυτό το εξαιρετικό περιβαλλοντικό πλεονέκτημα παρέμεινε ένα ανεκμετάλλευτο γεγονός. Η πρόκληση ήταν ιδιαίτερα έντονη επειδή:

1. Οι διεθνείς τουρίστες (που αποτελούν το 85% των επισκεπτών τους) δεν είχαν πλαίσιο σχετικά με τους μοναδικούς γεωθερμικούς πόρους της Ισλανδίας



2. Οι ανταγωνιστικές εισαγωγές τομάτας από συμβατικά ευρωπαϊκά θερμοκήπια χρησιμοποιούσαν ορυκτά καύσιμα, αλλά κυριάρχησαν στα ράφια λιανικής ως προς τις τιμές
3. Η στρατηγική τιμολόγησης premium απαιτούσε σαφή αιτιολόγηση πέρα από την «τοπική παραγωγή»
4. Το υπάρχον μάρκετινγκ επικεντρώθηκε κυρίως στη γαστρονομική εμπειρία, χάνοντας το αφήγημα της βιωσιμότητας
5. Δεν υπήρχε τυποποιημένη πιστοποίηση ειδικά για τη γεωθερμική γεωργία

### Η λύση:

Το Friðheimar εφάρμοσε μια ολοκληρωμένη στρατηγική «Γεωθερμικής Αφήγησης» που μετέτρεψε την πηγή ενέργειας της από μια λειτουργική λεπτομέρεια στη βασική ταυτότητα της επωνυμίας της. Αυτό περιελάμβανε τη δημιουργία ενός επαληθεύσιμου, εκπαιδευτικού και βιωματικού πλαισίου μάρκετινγκ γύρω από τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

### Εκτέλεση:

#### 1. Τεκμηρίωση και επαλήθευση επιστημονικών ισχυρισμών:

- **Τεκμηρίωση προμήθειας ενέργειας:** Έλαβε πιστοποιημένες δηλώσεις από την Orkuveita Reykjavíkur (Reykjavik Energy) που επαληθεύουν 100% γεωθερμική προμήθεια
- **Ανάλυση αποτυπώματος άνθρακα:** Ανατέθηκε μια Αξιολόγηση Κύκλου Ζωής (LCA) από το Πανεπιστήμιο της Ισλανδίας ποσοτικοποιώντας:
  - 94% μείωση των εκπομπών CO<sub>2</sub> σε σύγκριση με τα ολλανδικά θερμοκήπια που θερμαίνονται με φυσικό αέριο
  - Μείωση 98% σε σύγκριση με τις ισπανικές λειτουργίες θερμοκηπίου που χρησιμοποιούν ηλεκτρική ενέργεια από το δίκτυο
  - Μηδενικές λειτουργικές εκπομπές από θέρμανση και ηλεκτρική ενέργεια
- **Επικύρωση από τρίτους:** Συνεργάζεται με το VAKINN, το επίσημο σύστημα ποιότητας και περιβαλλοντικής πιστοποίησης της Ισλανδίας, για την επαλήθευση και την πιστοποίηση των ισχυρισμών τους για τη «Διαδικασία Καλλιέργειας με ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα»

#### 2. Ολοκληρωμένη στρατηγική επικοινωνίας πολλαπλών καναλιών:

*Οπτική ταυτότητα και συσκευασία:*

- Επανασχεδιασμένη συσκευασία με διακριτικό λογότυπο "Geothermal-Grown" με εικόνες ατμού και ντομάτας



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Εφαρμοσμένο σύστημα επισήμανσης με χρωματική κωδικοποίηση: κόκκινο για γεωθερμικές καλλιέργειες, πράσινο για βιολογικές παραλλαγές
- Ανάπτυξη πολυγλωσσικών (EN, DE, FR) ενημερωτικών γραφημάτων που εξηγούν τη γεωθερμική διαδικασία

#### *Επικοινωνία στην εμπειρία:*

- Μηχανική μενού με το "Geothermal-Grown Tomatoes" ως κεφαλίδα για όλα τα πιάτα με βάση την ντομάτα
- Διαδραστικές ψηφιακές οθόνες στο εστιατόριο που δείχνουν εξοικονόμηση ενέργειας σε πραγματικό χρόνο
- Επιτοίχια εκπαιδευτικά πάνελ κατά μήκος της διαδρομής περιήγησης στο θερμοκήπιο
- Πρόγραμμα εκπαίδευσης προσωπικού με επίκεντρο το γεωθερμικό αφήγημα (πιστοποίηση 15 ωρών)

#### *Βελτίωση ψηφιακής παρουσίας:*

- Αφιερωμένο microsite "Our Geothermal Story" με εικονικές περιηγήσεις θερμοκηπίου 360°
- Πίνακας ελέγχου παρακολούθησης ενέργειας σε πραγματικό χρόνο προσβάσιμος στο διαδίκτυο
- Η καμπάνια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης #PoweredByVolcanoes φτάνει τα 2.3 εκατομμύρια εμφανίσεις

### **3. Ενσωμάτωση βιωματικού μάρκετινγκ:**

#### *Ξεναγήσεις στο θερμοκήπιο:*

- Ειδικά σχεδιασμένες πλατφόρμες θέασης με θέα σε γεωθερμικούς αγωγούς
- Διαδραστικές κάμερες θερμικής απεικόνισης που δείχνουν την κατανομή θερμότητας
- Συνεδρίες «γεωθερμικής γευσιγνωσίας» που συγκρίνουν γευστικά προφίλ ντομάτας διαφορετικής καλλιέργειας
- Παιδικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα με δραστηριότητες «Γεωθερμικός Εξερευνητής»

#### *Σχεδιασμός εμπειρίας εστιατορίου:*

- Τραπέζια τοποθετημένα με άμεση θέα στο θερμοκήπιο
- Μενού γευσιγνωσίας ντομάτας με γεωθερμικές νότες ζευγαρώματος
- Βραδινά «Γεωθερμικά Δείπνα» με εκπαιδευτικές παρουσιάσεις
- Τμήμα λιανικής πώλησης με εμπορεύματα με θέμα τη γεωθερμία



## Ο αντίκτυπος:

### Μετρήσεις επιχειρηματικής απόδοσης:

- **Επίτευγμα Premium τιμής:** Εφαρμόστηκε με επιτυχία 25-30% premium τοποθέτηση έναντι εισαγόμενων ντοματών
- **Αύξηση εσόδων:** Αύξηση 40% στις πωλήσεις απευθείας στον καταναλωτή μέσω του καταστήματος εστιατορίου
- **Αναγνώριση επωνυμίας:** 78% μη υποβοηθούμενη ανάκληση επωνυμίας μεταξύ των τουριστών σε έρευνες μετά την επίσκεψη
- **Επέκταση της αγοράς:** Εξασφάλισε συμβόλαια με 15 premium Ευρωπαίους λιανοπωλητές αναφέροντας τη γεωθερμία ως βασικό παράγοντα διαφοροποίησης

### Αποτελέσματα δέσμευσης καταναλωτών:

- **Εκπαιδευτικός αντίκτυπος:** Το 94% των επισκεπτών ανέφερε αυξημένη κατανόηση της γεωθερμικής γεωργίας
- **Επαναλαμβανόμενη επίσκεψη:** 35% ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών (έναντι 12% του μέσου όρου του κλάδου)
- **Δέσμευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** 450% αύξηση στο περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες με τη γεωθερμική ιστορία
- **Πιστότητα πελατών:** Βαθμολογία 4,9/5 στο TripAdvisor με το 68% των κριτικών να αναφέρουν τη γεωθερμική εμπειρία

### Βιομηχανία και περιβαλλοντικές επιπτώσεις:

- **Μείωση Ανθρακα:** Τεκμηριωμένη ετήσια εξοικονόμηση 1.200 τόνων ισοδύναμου CO<sub>2</sub> σε σύγκριση με τη συμβατική παραγωγή
- **Εξοικονόμηση νερού:** Εφαρμόστηκε σύστημα άρδευσης κλειστού βρόχου με χρήση γεωθερμικού απεσταγμένου νερού
- **Ηγεσία του κλάδου:** Έγινε ιδρυτικό μέλος της ένωσης «Παραγωγών Γεωθερμικών Τροφίμων» της Ισλανδίας
- **Μεταφορά γνώσης:** Φιλοξένησε 45 διεθνείς γεωργικές αποστολές που επιδιώκουν να αναπαράγουν το μοντέλο

### Στρατηγικά αποτελέσματα:

1. **Διαφοροποίηση αγοράς:** Δημιούργησε έναν αδιαμφισβήτητο χώρο αγοράς ως «η μοναδική εμπειρία γεωθερμικής ντομάτας στην Ευρώπη»
2. **Αιτιολόγηση αξίας:** Κοινοποιήθηκε με επιτυχία γιατί οι ισλανδικές ντομάτες δικαιολογούν την premium τιμολόγηση



3. **Αυθεντικότητα επωνυμίας:** Εδραιωμένη αξιοπιστία μέσω επαληθεύσιμων δεδομένων και διαφανών λειτουργιών
4. **Εκπαιδευτική Ηγεσία:** Τοποθετημένοι ως ηγέτες σκέψης στη γεωργία ανανεώσιμων πηγών ενέργειας

### Επεκτασιμότητα και αναπαραγωγή:

- Μοντέλο που υιοθετήθηκε από άλλους 12 Ισλανδούς παραγωγούς σε όλους τους τομείς:
  - Γαλακτοκομικές εργασίες με γεωθερμία
  - Παραγωγή μούρων θερμοκηπίου
  - Εγκαταστάσεις υδατοκαλλιέργειας
  - Λειτουργίες μικροζυθοποιίας
- Ανάπτυξη συλλογικού εμπορικού σήματος "Icelandic Geothermal-Grown"
- Ένταξη στην εθνική στρατηγική εξαγωγών της Ισλανδίας ως μοναδική πρόταση πώλησης

### Διδάγματα:

1. Τα περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα πρέπει να μετατραπούν σε οφέλη που σχετίζονται με τον καταναλωτή
2. Η επαλήθευση από τρίτους είναι ζωτικής σημασίας για την αξιοπιστία, ακόμη και με προφανή πλεονεκτήματα
3. Το βιωματικό μάρκετινγκ μετατρέπει αφηρημένες έννοιες σε αξιομνημόνευτα στοιχεία της επωνυμίας
4. Οι βιώσιμες λειτουργίες μπορούν να γίνουν η κύρια αφήγηση της επωνυμίας όταν κοινοποιούνται σωστά
5. Τα πλεονεκτήματα των εθνικών πόρων μπορούν να αξιοποιηθούν για την ηγεσία της κατηγορίας

Η υπόθεση Friðheimar δείχνει πώς η λειτουργική βιωσιμότητα μπορεί να μετατραπεί σε βασική αξία της επωνυμίας μέσω στρατηγικής επικοινωνίας, βιωματικού μάρκετινγκ και αυστηρής επαλήθευσης. Παρέχει ένα μοντέλο που μπορεί να αναπαραχθεί για επιχειρήσεις σε περιοχές με μοναδικά περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα για τη δημιουργία ξεχωριστών, αξιόπιστων και premium θέσεων στην αγορά.

### Περιπτωσιολογική μελέτη 7.3: [NL] Η κυκλική γεωργία στην πράξη: η βιώσιμη επισήμανση ενός ολλανδικού γαλακτοκομικού συνεταιρισμού

Τομέας: Γαλακτοκομία & Μεταποίηση



**Βασική Ηθική Εστίαση:** Κυκλική Οικονομία, Ενίσχυση της Βιοποικιλότητας, Κλιματικά Ουδέτερη Παραγωγή, Καλή Διαβίωση των Ζώων, Υγεία του Εδάφους

### Η πρόκληση:

Ο [Weerribben Zuivel](#), ένας συνεταιρισμός που εκπροσωπεί 850 γαλακτοκομικές φάρμες σε όλη την Ολλανδία, αντιμετώπισε αυξανόμενη πίεση από πολλά μέτωπα:

1. **Ρυθμιστική πίεση:** Οι ολλανδικοί κανονισμοί για τις εκπομπές αζώτου απείλησαν τα ανώτατα όρια παραγωγής
2. **Απαιτήσεις λιανικής:** Οι μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ άρχισαν να απαιτούν επαληθευμένα διαπιστευτήρια βιωσιμότητας
3. **Μετατόπιση καταναλωτών:** Το 68% των Ολλανδών καταναλωτών εξέφρασε την προτίμησή του για περιβαλλοντικά υπεύθυνα γαλακτοκομικά προϊόντα
4. **Οικονομία των αγροτών:** Απαιτείται για τη διατήρηση της κερδοφορίας με παράλληλη εφαρμογή δαπανηρών περιβαλλοντικών μέτρων
5. **Συστημική πολυπλοκότητα:** Οι υπάρχουσες μονοθεματικές ετικέτες απέτυχαν να αντιμετωπίσουν τη διασυνδεδεμένη φύση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των γαλακτοκομικών προϊόντων

Ο συνεταιρισμός χρειαζόταν μια ολοκληρωμένη πιστοποίηση που θα μπορούσε να επιδείξει γνήσιες πρακτικές κυκλικής γεωργίας διατηρώντας παράλληλα την οικονομική βιωσιμότητα για τα μέλη του.

### Η λύση:

Σε συνεργασία με την SMK (Stichting Milieukeur), ο συνεταιρισμός ανέπτυξε την πιστοποίηση "**KringloopZuivel**" (Κυκλικά Γαλακτοκομικά), βασισμένη στην αυστηρή μεθοδολογία "On the way to PlanetProof". Αυτή η ολιστική προσέγγιση αξιολογεί τα αγροκτήματα σε πολλούς περιβαλλοντικούς τομείς με ένα σύστημα βαθμολόγησης που βασίζεται σε πόντους.

### Εκτέλεση:

#### 1. Ολοκληρωμένη ανάπτυξη προτύπων:

*Πυλώνας Κλίμα & Ενέργεια (Απαιτούνται τουλάχιστον 25 βαθμοί):*

- Μείωση μεθανίου μέσω πρόσθετων υλών ζωοτροφών και συστημάτων χώνευσης κοπριάς
- Παραγωγή ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις (ηλιακή, αιολική, βιομάζα)
- Έλεγχοι ενεργειακής απόδοσης και σχέδια εφαρμογής
- Δέσμευση άνθρακα μέσω της ενσωμάτωσης της αγροδοασοπονίας



*Ενίσχυση της βιοποικιλότητας (απαιτούνται τουλάχιστον 30 βαθμοί):*

- 5-10% των γεωργικών εκτάσεων που προορίζονται για οικολογικές ζώνες
- Εφαρμογή περιθωρίων χωραφίων πλούσιων σε άνθη και περιοχών φωλιάσματος πουλιών
- Απαγόρευση φυτοφαρμάκων σε προστατευόμενες περιοχές
- Ενσωμάτωση ιθαγενών φυτικών ειδών στη διαχείριση των βοσκοτόπων

*Διαχείριση εδάφους και γης (απαιτούνται τουλάχιστον 25 βαθμοί):*

- Διατηρείται τουλάχιστον 3,5% οργανική ουσία του εδάφους
- Εφαρμογή λιπάσματος ακριβείας με χρήση τεχνολογίας χαρτογράφησης εδάφους
- Καλλιέργεια εδαφοκάλυψης κατά τους χειμερινούς μήνες
- Έλεγχος διάβρωσης μέσω της καλλιέργειας περιγράμματος

*Αριστεία για την καλή διαβίωση των ζώων (απαιτούνται τουλάχιστον 20 βαθμοί):*

- Ελάχιστη περίοδος βόσκησης 120 ημερών
- Βελτιωμένα σχέδια πάγκων με δάπεδο από καουτσούκ και βούρτσες αγελάδας
- Απαγορεύεται η προφυλακτική χρήση αντιβιοτικών
- Παρακολούθηση της υγείας της αγέλης με ηλεκτρονικά συστήματα

## **2. Σύστημα επαλήθευσης και βαθμολόγησης:**

*Έλεγχοι τρίτων:*

- Ετήσιοι ανεξάρτητοι έλεγχοι από την Control Union Certifications
- Αιφνιδιαστικοί δειγματοληπτικοί έλεγχοι στο 15% των πιστοποιημένων εκμεταλλεύσεων
- Ψηφιακή παρακολούθηση μέσω δορυφορικών εικόνων και δεδομένων αισθητήρων

*Πιστοποίηση βάσει πόντων:*

- Οι εκμεταλλεύσεις πρέπει να επιτύχουν ελάχιστες βαθμολογίες και στους τέσσερις πυλώνες
- Η συνολική βαθμολογία καθορίζει το επίπεδο πιστοποίησης (Χάλκινο, Ασημένιο, Χρυσό)
- Ο πίνακας ελέγχου δημόσιας βαθμολογίας δείχνει την απόδοση σε όλες τις μετρήσεις
- Ετήσια αναβαθμονόμηση των κατώτατων ορίων βαθμολόγησης με βάση τις επιδόσεις του τομέα

## **3. Ενοποίηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας:**



### Διαχωρισμένα ρεύματα γάλακτος:

- Αποκλειστικές διαδρομές συλλογής για το γάλα KringloopZuivel
- Δομή τιμών Premium με βάση το επίπεδο πιστοποίησης
- Διαφανές μοντέλο τιμολόγησης που εμφανίζει ανάλυση κόστους

### Επικοινωνία με τον καταναλωτή:

- Χαρακτηριστική πράσινη και μπλε συσκευασία με ένδειξη επιπέδου πιστοποίησης
- Κωδικοί QR που συνδέονται με πίνακες εργαλείων βιωσιμότητας για συγκεκριμένες φάρμες
- Εκπαιδευτικό υλικό λιανικής που εξηγεί τις αρχές της κυκλικής γεωργίας

### Ο αντίκτυπος:

#### Μετρήσεις Περιβαλλοντικής Απόδοσης:

- **Βιοποικιλότητα:** 42% αύξηση των πληθυσμών πουλιών σε γεωργικές εκτάσεις σε πιστοποιημένες φάρμες
- **Εκπομπές:** 28% μείωση των εκπομπών αμμωνίας ανά λίτρο γάλακτος
- **Υγεία του εδάφους:** Η μέση οργανική ύλη του εδάφους αυξήθηκε από 3,1% σε 3,8%
- **Ποιότητα νερού:** 35% μείωση της έκπλυσης νιτρικών αλάτων στα υπόγεια ύδατα
- **Ανθρακικό Αποτύπωμα:** 22% μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος ανά κιλό γάλακτος

#### Οικονομικά αποτελέσματα:

- **Πριμοδοτήσεις αγροτών:** 0,08€-0,15€ ανά λίτρο premium βάσει επιπέδου πιστοποίησης
- **Πρόσβαση στην αγορά:** Εξασφάλισε συμβόλαια με την Albert Heijn, την Jumbo και τον γερμανικό λιανοπωλητή Edeka
- **Εξοικονόμηση κόστους:** 12% μείωση του κόστους λιπασμάτων μέσω εφαρμογής ακριβείας
- **Αύξηση εξαγωγών:** 35% αύξηση των εξαγωγών σε αγορές που εστιάζουν στη βιωσιμότητα

#### Δέσμευση και υιοθεσία αγροτών:

- **Ποσοστό Συμμετοχής:** Το 78% των μελών του συνεταιρισμού πέτυχε την πιστοποίηση μέσα σε 3 χρόνια



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Συνεχής βελτίωση:** Η μέση βαθμολογία της εκμετάλλευσης αυξήθηκε κατά 18% από την αρχική πιστοποίηση
- **Ανταλλαγή γνώσεων:** Καθιερωμένα δίκτυα μάθησης από αγρότη σε αγρότη
- **Υιοθέτηση καινοτομίας:** Το 45% των πιστοποιημένων αγροκτημάτων εφάρμοσαν νέες κλιματικά έξυπνες τεχνολογίες

### Ηγεσία στον κλάδο:

- **Τυπική επιρροή:** Μεθοδολογία που υιοθετήθηκε από γαλακτοκομικούς συνεταιρισμούς στο Βέλγιο και τη Γερμανία
- **Αναγνώριση πολιτικής:** Το Υπουργείο Γεωργίας της Ολλανδίας ενέκρινε το πρότυπο ως επίτευξη των στόχων μείωσης του αζώτου
- **Ερευνητικές Συνεργασίες:** Συνεργασία με το Πανεπιστήμιο του Wageningen για τη βελτίωση της μεθοδολογίας
- **Καταναλωτική εμπιστοσύνη:** Το 73% των Ολλανδών καταναλωτών αναγνωρίζει και εμπιστεύεται την ετικέτα KringloopZuivel

### Μηχανισμός Συνεχούς Βελτίωσης:

- **Εξαμηνιαία αναθεώρηση:** Η επιτροπή προτύπων επανεξετάζει και ενημερώνει τα κριτήρια κάθε δύο χρόνια
- **Ενοποίηση τεχνολογίας:** Ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών παρακολούθησης καθώς γίνονται διαθέσιμες
- **Σχόλια ενδιαφερομένων:** Τακτική διαβούλευση με ΜΚΟ, λιανοπωλητές και ομάδες καταναλωτών
- **Προοδευτικοί στόχοι:** 5% ετήσια αύξηση των ελάχιστων απαιτήσεων για επαναπιστοποίηση

### Διδάγματα:

1. **Η ολιστική προσέγγιση έχει σημασία:** Η ταυτόχρονη αντιμετώπιση πολλαπλών περιβαλλοντικών ζητημάτων δημιουργεί συνεργιστικά οφέλη
2. **Τα κίνητρα των αγροτών είναι ζωτικής σημασίας:** Οι σαφείς οικονομικές ανταμοιβές οδηγούν στην ταχεία υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών
3. **Η διαφάνεια χτίζει εμπιστοσύνη:** Η δημόσια βαθμολόγηση και επαλήθευση δημιουργούν αξιοπιστία στους καταναλωτές
4. **Η συνεχής βελτίωση είναι απαραίτητη:** Οι τακτικές ενημερώσεις προτύπων αποτρέπουν τον εφησυχασμό και προωθούν την καινοτομία
5. **Η συνεργασία οδηγεί στην επιτυχία:** Η συνεργασία μεταξύ συνεταιρισμών, ΜΚΟ και κυβέρνησης επιταχύνει την πρόοδο



Το μοντέλο KringloopZuivel δείχνει πώς η γαλακτοκομία μπορεί να μεταβεί σε πραγματικά κυκλικές πρακτικές διατηρώντας παράλληλα την οικονομική βιωσιμότητα. Παρέχει ένα επεκτάσιμο πρότυπο για άλλους γεωργικούς τομείς που επιδιώκουν να εξισορροπήσουν την παραγωγή με την περιβαλλοντική διαχείριση, δείχνοντας ότι η ολοκληρωμένη πιστοποίηση βιωσιμότητας μπορεί να δημιουργήσει αξία για τους αγρότες, τους καταναλωτές και το περιβάλλον ταυτόχρονα.

## Περιπτώσιολογική μελέτη 7.4: [FI] Καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων: Πρωτοβουλία επισήμανσης μενού φινλανδικής αλυσίδας εστιατορίων

**Τομέας:** Φιλοξενία / Εστιατόρια (Αλυσίδα εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης)

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Μείωση Απορριμμάτων Τροφίμων, Βιώσιμη Προμήθεια, Εκπαίδευση Καταναλωτών, Δράση για το Κλίμα, Ηθική Κατανάλωση

### Η πρόκληση:

Η Salaattibar, μια φινλανδική αλυσίδα εστιατορίων με 28 τοποθεσίες που ειδικεύονται σε σαλάτες σε μπουφέ, αντιμετώπιζε σημαντικές λειτουργικές και ηθικές προκλήσεις που σχετίζονται με τη σπατάλη τροφίμων:

1. **Σημαντική σπατάλη πριν από την κατανάλωση:** Περίπου το 18% των φρέσκων συστατικών απορρίπτονταν καθημερινά λόγω αισθητικών προτύπων, υπερβολικής προετοιμασίας και μικρής διάρκειας ζωής
2. **Υψηλό κόστος διάθεσης:** Οι ετήσιες δαπάνες διαχείρισης αποβλήτων ξεπέρασαν τις €240.000 σε όλη την αλυσίδα
3. **Αποσύνδεση καταναλωτών:** Οι πελάτες δεν γνώριζαν το πρόβλημα της σπατάλης τροφίμων, ενώ ταυτόχρονα εξέφρασαν έντονο ενδιαφέρον για βιώσιμες επιλογές εστίασης (72% σε έρευνες αγοράς)
4. **Ηθικό προσωπικό:** Οι ομάδες της κουζίνας ήταν απογοητευμένες από την καθημερινή απόρριψη τέλεια βρώσιμων τροφίμων
5. **Ρυθμιστική πίεση:** Ο επικαιροποιημένος νόμος για τα απόβλητα της Φινλανδίας απαιτούσε σημαντική μείωση των οργανικών αποβλήτων σε χώρους υγειονομικής ταφής

Η αλυσίδα χρειαζόταν μια ολοκληρωμένη λύση που θα μετέτρεπε τη διαχείριση απορριμμάτων από ένα βάρος στο πίσω μέρος του σπιτιού σε ένα περιουσιακό στοιχείο επωνυμίας που προσελκύει τον πελάτη.

### Η λύση:

Η Salaattibar ανέπτυξε την πρωτοβουλία "FoodSave" - ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα που συνδυάζει λειτουργικές αλλαγές, δέσμευση προσωπικού και διαφανή επικοινωνία με τους καταναλωτές μέσω στρατηγικής επισήμανσης μενού. Το επίκεντρο του προγράμματος ήταν η



εισαγωγή ειδικά καθορισμένων στοιχείων μενού που δημιουργήθηκαν αποκλειστικά από πλεονάζοντα συστατικά.

## Εκτέλεση:

### 1. Λειτουργικός Μετασχηματισμός & Επανασχεδιασμός Διαδικασίας Κουζίνας:

*Σύστημα αναγνώρισης αποβλήτων:*

- Χρωματικά κωδικοποιημένοι «κάδοι διάσωσης» για διαφορετικές κατηγορίες συστατικών (προϊόντα, ψωμί, πρωτεΐνες)
- Ψηφιακή παρακολούθηση απορριμμάτων με χρήση του συστήματος παρακολούθησης απορριμμάτων τροφίμων «Winnow»
- Ανακηρύχθηκαν «Πρωταθλητές FoodSave» σε κάθε κουζίνα με εξειδικευμένη εκπαίδευση

*Ανάπτυξη δημιουργικού μενού:*

- Καθημερινές «Προσφορές FoodSave» που αναπτύχθηκαν από εταιρικούς σεφ χρησιμοποιώντας προκαθορισμένα μοτίβα πλεονάσματος
- Τυποποίηση συνταγών για 15 βασικά πιάτα FoodSave σε όλες τις τοποθεσίες
- Παραδείγματα περιλαμβάνουν: "Χθесινά κρουτόν ψωμιού", "Ατελής σούπα λαχανικών", "Πέστο βοτάνων από κομμένα χόρτα", "Τσάνει υπερώριμων φρούτων"

*Πρωτόκολλα Ποιότητας & Ασφάλειας:*

- Αυστηρές οδηγίες ασφάλειας τροφίμων για επαναχρησιμοποιημένα συστατικά
- Σαφείς επεκτάσεις διάρκειας ζωής με βάση τον τύπο του συστατικού και τη μέθοδο επεξεργασίας
- Τακτικές μικροβιολογικές δοκιμές για τη διασφάλιση των προτύπων ασφαλείας

### 2. Στρατηγική επικοινωνίας που αντιμετωπίζει ο καταναλωτής:

*Ανάπτυξη οπτικής ταυτότητας:*

- Διακριτικό πράσινο κυκλικό λογότυπο με συμβολισμό πλάκας και βέλους
- Συνεπής επωνυμία σε όλα τα σημεία επαφής με τους πελάτες
- Πολυγλωσσική υλοποίηση (φινλανδικά, σουηδικά, αγγλικά)

*Ενσωμάτωση μενού:*



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Αφιερωμένο "FoodSave Corner" σε ψηφιακά μενού και τυπωμένους πίνακες
- Ξεκάθαρη στρατηγική τιμολόγησης με έκπτωση 15-20% σε σύγκριση με τα κανονικά στοιχεία μενού
- Εκπαιδευτικές ετικέτες: "Αυτή η νόστιμη σούπα εξοικονομεί 2 κιλά λαχανικών από τα απόβλητα εβδομαδιαίως"

*Καμπάνια ευαισθητοποίησης εντός εστιατορίου:*

- Αυτοκόλλητα παραθύρων και κάρτες μετρητών που εξηγούν την αποστολή FoodSave
- Ψηφιακές οθόνες που εμφανίζουν μετρήσεις μείωσης απορριμμάτων σε πραγματικό χρόνο
- Το προσωπικό φοράει καρφίτσες "FoodSave Hero" για να προτρέπει τις συνομιλίες

### 3. Πρόγραμμα Δέσμευσης & Εκπαίδευσης Προσωπικού:

*Ολοκληρωμένες Εκπαιδευτικές Ενότητες:*

- δωρο πρόγραμμα πιστοποίησης για όλο το προσωπικό της κουζίνας
- Εκπαίδευση εξυπηρέτησης πελατών για θετική πλαισίωση ειδών FoodSave
- Τακτικά εργαστήρια δημιουργικής χρήσης των πλεοναζόντων συστατικών

*Δομή κινήτρων:*

- Μηνιαία «FoodSave Innovation Awards» με χρηματικά έπαθλα
- Πριμοδοτήσεις επιδόσεων που συνδέονται με τους στόχους μείωσης των αποβλήτων
- Ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης για τους πρωταθλητές του FoodSave

**Ο αντίκτυπος:**

**Περιβαλλοντικές & Λειτουργικές Μετρήσεις:**

- **Μείωση αποβλήτων:** 38% μείωση της σπατάλης τροφίμων πριν από την κατανάλωση εντός του πρώτου έτους (υπερβαίνοντας τον αρχικό στόχο του 12%)
- **Εξοικονόμηση κόστους:** 187.000 € ετήσια μείωση του κόστους διάθεσης απορριμμάτων και συστατικών
- **Αποτύπωμα άνθρακα:** 28% μείωση του αποτυπώματος άνθρακα των λειτουργιών της κουζίνας
- **Αποδοτικότητα πόρων:** Αυξημένη συνολική χρήση συστατικών από 82% σε 91%

**Ανταπόκριση καταναλωτή & αντίληψη επωνυμίας:**



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Υιοθέτηση πελατών:** Το 43% των πελατών αγοράζει τακτικά είδη FoodSave
- **Αντίληψη της μάρκας:** 88% θετική συσχέτιση με την πρωτοβουλία FoodSave
- **Πιστότητα πελατών:** 22% αύξηση στις επαναλαμβανόμενες επισκέψεις μεταξύ των αγοραστών του FoodSave
- **Αντίληψη υψηλής ποιότητας:** Το 67% των πελατών εξέφρασε προθυμία να πληρώσει premium τιμές σε εστιατόρια με ισχυρά προγράμματα βιωσιμότητας

### Οικονομική απόδοση:

- **Νέα ροή εσόδων:** Τα είδη FoodSave απέφεραν 420.000 € σε πρόσθετα έσοδα από το πρώτο έτος
- **Αποδοτικότητα κόστους:** 35% υψηλότερα περιθώρια κέρδους στα είδη FoodSave λόγω χαμηλότερου κόστους συστατικών
- **Βελτιστοποίηση εργασίας:** Μειωμένος χρόνος που αφιερώνεται στη διαχείριση απορριμμάτων κατά 2,5 ώρες ημερησίως ανά τοποθεσία

### Αναγνώριση και επέκταση του κλάδου:

- **Βραβεία:** Έλαβε το Φινλανδικό Βραβείο Βιώσιμου Εστιατορίου 2023
- **Επεκτασιμότητα:** Το πρόγραμμα επεκτάθηκε και στις 28 τοποθεσίες εντός 6 μηνών
- **Ανταλλαγή γνώσεων:** Εκπαίδευση που παρέχεται σε 45 άλλους χειριστές εστιατορίων
- **Δέσμευση προμηθευτών:** 12 βασικοί προμηθευτές τροποποίησαν τις πρακτικές παράδοσης για να μειώσουν τα πιθανά απόβλητα

### Συνεχής Βελτίωση & Καινοτομία:

- **Ψηφιακή ενσωμάτωση:** Παρακολούθηση απορριμμάτων σε πραγματικό χρόνο με προγνωστικά αναλυτικά στοιχεία για παραγγελίες
- **Εξέλιξη συνταγών:** Μηνιαία προσθήκη νέων συνταγών FoodSave με βάση τα εποχιακά πλεονάσματα
- **Δέσμευση κοινότητας:** Συνεργασία με τράπεζες τροφίμων για συστατικά που δεν μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν
- **Διαφανής υποβολή εκθέσεων:** Δημόσιες τριμηνιαίες εκθέσεις σχετικά με τα επιτεύγματα μείωσης των αποβλήτων

### Διδάγματα:

1. **Η δέσμευση των καταναλωτών είναι το κλειδί:** Η διαμόρφωση της βιωσιμότητας ως αποστολής χωρίς αποκλεισμούς και όχι ως συμβιβασμού οδηγεί στην υιοθέτηση
2. **Θέματα ιδιοκτησίας προσωπικού:** Η ενδυνάμωση των ομάδων κουζίνας για την επίλυση προβλημάτων απορριμμάτων δημιουργεί καινοτόμες λύσεις



3. **Η διαφάνεια χτίζει εμπιστοσύνη:** Η ανοιχτή επικοινωνία σχετικά με τις προκλήσεις της σπατάλης τροφίμων ενισχύει την αξιοπιστία της επωνυμίας
4. **Η συστηματική προσέγγιση κερδίζει:** Ο συνδυασμός λειτουργικών αλλαγών με μάρκετινγκ και εκπαίδευση δημιουργεί διαρκή αντίκτυπο
5. **Οικονομικά οφέλη Επιτάχυνση της υιοθέτησης:** Η επίδειξη σαφούς εξοικονόμησης κόστους και δημιουργίας εσόδων διασφαλίζει τη βιωσιμότητα του προγράμματος

Η πρωτοβουλία FoodSave καταδεικνύει πώς η στρατηγική επισήμανση μενού και ο λειτουργικός επανασχεδιασμός μπορούν να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Κάνοντας τη μείωση της σπατάλης τροφίμων ορατή, ελκυστική και ανταποδοτική τόσο για τους πελάτες όσο και για το προσωπικό, η Salaattibar δημιούργησε ένα μοντέλο που μπορεί να αναπαραχθεί για τον κλάδο των εστιατορίων που αποδεικνύει ότι η βιωσιμότητα και η κερδοφορία μπορούν να είναι αμοιβαία ενισχυτικοί στόχοι.

### Μελέτη περίπτωσης 7.5: [TR] Ψηφιακή καινοτομία: Χρήση κωδικών QR για την αφήγηση της πλήρους ιστορίας ενός προϊόντος

**Τομέας:** Παραγωγή Ελαιολάδου / Εξαγωγές Αγροδιατροφής (Specialty Food)

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Διαφάνεια Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Αυθεντικότητα Τροφίμων, Μέσα Διαβίωσης Παραγωγών, Επαλήθευση Ποιότητας, Προστασία κατά της Απάτης

#### Η πρόκληση:

Η Zeytindostu, μια οικογενειακή βιοτεχνική εταιρεία παραγωγής ελαιολάδου στην κορυφαία περιοχή του Αϊβαλί της Τουρκίας, αντιμετώπισε κρίσιμα εμπόδια πρόσβασης στην αγορά:

1. **Σκεπτικισμός για την αυθεντικότητα:** Το 65% των διεθνών αγοραστών εξέφρασε δυσπιστία για τους ισχυρισμούς «έξτρα παρθένο» λόγω της εκτεταμένης νοθείας στην αγορά ελαιολάδου
2. **Πίεση τιμών:** Ανταγωνίστηκε τα μεγάλης κλίμακας αναμειγμένα λάδια που θα μπορούσαν να μειώσουν τις τιμές κατά 40-60%
3. **Απόδειξη προέλευσης:** Απαιτείται για την επαλήθευση ισχυρισμών «μοναδικής προέλευσης» και «ψυχρής έκθλιψης» σε απαιτητικούς αγοραστές της ΕΕ και της Βόρειας Αμερικής
4. **Κενό στην αφήγηση:** Δεν είναι σε θέση να επικοινωνήσουν τη δεξιοτεχνία των γενεών πίσω από το προϊόν τους μέσω της παραδοσιακής συσκευασίας
5. **Επαλήθευση ποιότητας:** Δεν υπήρχε άμεση απόδειξη των παραμέτρων χημικής ποιότητας που δικαιολογούν την τοποθέτηση υψηλής ποιότητας

#### Η λύση:

Η Zeytindostu εφάρμοσε ένα ολοκληρωμένο σύστημα «Ψηφιακού Διαβατηρίου Ελαιολάδου»



χρησιμοποιώντας κωδικούς QR με ασφάλεια blockchain που παρέχουν αμετάβλητη διαφάνεια της εφοδιαστικής αλυσίδας σε πραγματικό χρόνο από δέντρο σε τραπέζι.

## Εκτέλεση:

### 1. Ενσωματωμένο σύστημα συλλογής δεδομένων Blockchain:

*Παρακολούθηση αγροτικού σταδίου:*

- Αρχεία συγκομιδής με σήμανση GPS με χρονοσφραγίδες για κάθε ελαιώνα
- Ψηφιακά ημερολόγια συγκομιδής που αποτυπώνουν συγκεκριμένες ποικιλίες ελιάς (Ayvalik, Memecik)
- Τεκμηρίωση των καιρικών συνθηκών κατά την περίοδο της συγκομιδής
- Δεδομένα ανάλυσης εδάφους και κατάσταση βιολογικής πιστοποίησης

*Επαλήθευση διαδικασίας παραγωγής:*

- Έναρξη ψυχρής έκθλιψης εντός 4 ωρών από τη συγκομιδή (επαληθεύεται με χρονοσφραγίδες)
- Επιτήρηση θερμοκρασίας καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας εκχύλισης (διατηρείται μέγιστο 27°C)
- Ενσωμάτωση γραμμής εμφιάλωσης με παρακολούθηση με δυνατότητα NFC
- Τεκμηρίωση έκπλυσης αζώτου για διατήρηση της φρεσκάδας

*Ενσωμάτωση Διασφάλισης Ποιότητας:*

- Εργαστηριακά αποτελέσματα σε πραγματικό χρόνο για τα επίπεδα οξύτητας (<0,8%)
- Επαλήθευση του αριθμού πολυφαινόλων (τουλάχιστον 350 mg/kg)
- Παρακολούθηση τιμής υπεροξειδίου (<20 mEq O<sub>2</sub>/kg)
- Εκθέσεις οργανοληπτικής ανάλυσης από πιστοποιημένους σομελιέ ελαιολάδου

### 2. Σχεδιασμός ψηφιακής διεπαφής και εμπειρίας χρήστη:

*Εφαρμογή κωδικού QR:*

- Μοναδικοί σειριακοί κωδικοί QR τυπωμένοι σε ετικέτες κατά της παραβίασης
- Ενσωμάτωση τσιπ NFC για premium σειρές προϊόντων
- Πολυγλωσσική διεπαφή (Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Κινέζικα)
- Λειτουργία εκτός σύνδεσης για βασική επαλήθευση

*Χαρακτηριστικά ψηφιακού διαβατηρίου:*



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Διαδραστικός χάρτης άλσους που δείχνει την ακριβή τοποθεσία συγκομιδής
- Οικογενειακό προφίλ παραγωγού με αφήγηση γενεών
- Μετρήσεις ποιότητας σε πραγματικό χρόνο με εργαστηριακά πιστοποιητικά
- Χρονολόγιο συγκομιδής σε μπουκάλι με φωτογραφικά στοιχεία
- Προτάσεις συνδυασμού φαγητού και συστάσεις χρήσης

### 3. Ενοποίηση & Επαλήθευση Εφοδιαστικής Αλυσίδας:

#### Αρχιτεκτονική Blockchain:

- Υλοποίηση Hyperledger Fabric για ασφάλεια εταιρικού επιπέδου
- Αμετάβλητα αρχεία συναλλαγών που αποτρέπουν τη χειραγώγηση δεδομένων
- Πρόσβαση πολλών ενδιαφερομένων για ρυθμιστικές αρχές και διανομείς
- Έξυπνη αυτοματοποίηση συμβολαίων για έλεγχο συμμόρφωσης ποιότητας

#### Επαλήθευση τρίτου μέρους:

- Επαλήθευση συμμόρφωσης με τα πρότυπα του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου
- Ενσωμάτωση οργανισμών πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων
- Συνεργάτες εργαστηριακών δοκιμών με άμεση ενσωμάτωση τροφοδοσίας δεδομένων
- Πρόσβαση επαλήθευσης τελωνειακών και συνοριακών ελέγχων

#### Ο αντίκτυπος:

##### Εμπορική απόδοση:

- **Αύξηση εξαγωγών:** 87% αύξηση στις διεθνείς πωλήσεις μέσα σε 18 μήνες
- **Πραγματοποίηση τιμής:** Επιτεύχθηκε 45-60% premium τιμή έναντι των συμβατικών ελαιολάδων premium
- **Πρόσβαση στην αγορά:** Εξασφάλισε συμβόλαια με 23 λιανοπωλητές υψηλών προδιαγραφών, συμπεριλαμβανομένων των Fortnum & Mason (Ηνωμένο Βασίλειο), Eataly (παγκόσμια) και Dean & DeLuca (ΗΠΑ)
- **Μετατροπή πωλήσεων:** 34% υψηλότερο ποσοστό μετατροπών σε πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου που διαθέτουν το ψηφιακό διαβατήριο

##### Μετρήσεις δέσμευσης και εμπιστοσύνης καταναλωτών:

- **Δέσμευση κωδικού QR:** Ποσοστό σάρωσης 68% μεταξύ των αγοραστών (έναντι 5% του μέσου όρου του κλάδου για κωδικούς QR τροφίμων)
- **Πιστότητα επωνυμίας:** 92% ποσοστό επαναλαμβανόμενων αγορών μεταξύ των αποσιωμένων χρηστών



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Ποιότητα κριτικής:** 4.8/5 μέση βαθμολογία με το 73% των κριτικών να αναφέρουν τη διαφάνεια
- **Κοινωνική απόδειξη:** 45% αύξηση στο περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες με το ψηφιακό διαβατήριο

### Λειτουργικές βελτιώσεις:

- **Αποδοτικότητα Εφοδιαστικής Αλυσίδας:** 22% μείωση του διοικητικού κόστους για επαλήθευση και πιστοποίηση
- **Ποιοτικός έλεγχος:** Η παρακολούθηση ποιότητας σε πραγματικό χρόνο μείωσε την απόρριψη παρτίδας κατά 15%
- **Πρόληψη απάτης:** Εξάλειψη πλαστών προϊόντων στα κανάλια διανομής
- **Ενδυνάμωση Παραγωγών:** Αύξηση εισοδήματος 35% για τους συμμετέχοντες μικροκαλλιεργητές

### Αναγνώριση κλάδου & επιρροή προτύπων:

- **Βραβεία:** Παγκόσμιος Διαγωνισμός Ελαιολάδου "Most Transparent Producer" 2023
- **Ηγεσία πιστοποίησης:** Συνέβαλε στα νέα πρότυπα ψηφιακής ιχνηλασιμότητας του τουρκικού Υπουργείου Γεωργίας
- **Μεταφορά γνώσης:** Εκπαίδευση που παρέχεται σε 148 άλλους Τούρκους παραγωγούς ειδικών τροφίμων
- **Αντίκτυπος στις εξαγωγές:** Έγινε σημείο αναφοράς για τις τουρκικές εξαγωγές τροφίμων υψηλής ποιότητας στις αγορές της ΕΕ

### Προηγμένες δυνατότητες και μελλοντική ανάπτυξη:

- **Εποχιακή αφήγηση:** Ετήσιες αναφορές συγκομιδής προσβάσιμες μέσω κωδικού QR
- **Ενσωμάτωση συνταγών:** Συνεργασίες σεφ με προτάσεις συνταγών με βάση τα χαρακτηριστικά του λαδιού
- **Παρακολούθηση βιωσιμότητας:** Ενσωμάτωση υπολογιστή αποτυπώματος άνθρακα
- **Επαυξημένη πραγματικότητα:** Προγραμματισμένες λειτουργίες AR που δείχνουν τις διαδικασίες συγκομιδής και παραγωγής

### Διδάγματα:

1. **Η τεχνολογία επιτρέπει την εμπιστοσύνη:** Η επαλήθευση Blockchain παρέχει την αξιοπιστία που απαιτείται για την τοποθέτηση premium
2. **Η αφήγηση ιστοριών πουλάει:** Η σύνδεση των καταναλωτών με τους παραγωγούς δημιουργεί συναισθηματική δέσμευση που δικαιολογεί τα ασφάλιστρα τιμών



3. **Η διαφάνεια διαφοροποιεί:** Σε πολυσύχναστες αγορές, η ριζική διαφάνεια γίνεται μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
4. **Η ποιότητα χρειάζεται απόδειξη:** Η επιστημονική επαλήθευση των παραμέτρων ποιότητας είναι απαραίτητη για το μάρκετινγκ τροφίμων υψηλής ποιότητας
5. **Ψηφιακή ελκυστικότητα:** Οι λειτουργίες με δυνατότητα τεχνολογίας προσελκύουν νεότερους, περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένους καταναλωτές στα παραδοσιακά προϊόντα

Το μοντέλο ψηφιακού διαβατηρίου Zeytindostu δείχνει πώς οι παραδοσιακοί παραγωγοί μπορούν να αξιοποιήσουν την τεχνολογία για να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά στις παγκόσμιες αγορές. Συνδυάζοντας την αμετάβλητη επαλήθευση με τη συναρπαστική αφήγηση, έχουν δημιουργήσει ένα σχέδιο για το πώς οι παραγωγοί ειδικών τροφίμων μπορούν να προστατεύσουν την αυθεντικότητά τους, να επιτύχουν δίκαιες τιμές και να οικοδομήσουν άμεσες σχέσεις με συνειδητοποιημένους καταναλωτές σε όλο τον κόσμο.

### **Μελέτη περίπτωσης 7.6: [NO] Το πλεονέκτημα του μικρού αγρότη: Οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τοπική, διαφανή επισήμανση**

**Τομέας:** Γεωργία μικρής κλίμακας / Μάρκετινγκ απευθείας στον καταναλωτή

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Τοπικά Συστήματα Τροφίμων, Σχέσεις Παραγωγού-Καταναλωτή, Συντόμευση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Αγροτική Διαφάνεια

#### **Η πρόκληση: Το**

Hagen Gård, ένα διαφοροποιημένο αγρόκτημα 45 εκταρίων στο Trøndelag της Νορβηγίας, αντιμετώπισε υπαρξιακές απειλές από τον βιομηχανοποιημένο γεωργικό ανταγωνισμό:

1. **Μειονέκτημα τιμής:** Δεν μπορούσε να ανταγωνιστεί τις τιμές των σούπερ μάρκετ από εγχώριους και εισαγόμενους παραγωγούς μεγάλης κλίμακας
2. **Κρίση ταυτότητας:** Αδυναμία διαφοροποίησης της ποιότητας σε μια αγορά κορεσμένη με ισχυρισμούς «νορβηγικής καλλιέργειας»
3. **Απόσταση καταναλωτή:** Οι αστικοί πελάτες στο κοντινό Τρόντχαϊμ δεν κατανοούσαν την πραγματικότητα και τις αξίες των μικρών αγροκτημάτων
4. **Εμπόδια διανομής:** Αποκλείεται από μεγάλα κανάλια λιανικής λόγω μικρού όγκου παραγωγής
5. **Αναγνώριση αξίας:** Η ανώτερη ποιότητα των προϊόντων (γεύση, φρεσκάδα, βιωσιμότητα) παρέμεινε αόρατη στους δυνητικούς πελάτες

#### **Η λύση:**

Ο [Hagen Gård](#) ανέπτυξε το σύστημα επισήμανσης "Bondens Ærlighet" (Ειλικρίνεια του Αγρότη) - μια υπερδιαφανή πιστοποίηση ειδικά για το αγρόκτημα που συνδυάζει αυστηρά



πρότυπα παραγωγής με ριζική διαφάνεια της εφοδιαστικής αλυσίδας και άμεσες σχέσεις με τους καταναλωτές.

## Εκτέλεση:

### 1. Ανάπτυξη και επαλήθευση προτύπων παραγωγής:

*Ολοκληρωμένα Πρωτόκολλα Γεωργίας:*

- **Καλή διαβίωση των ζώων:** Ελάχιστη βόσκηση 200 ημερών σε εξωτερικούς χώρους, διατήρηση φυλής κληρονομιάς, διαχείριση χωρίς αντιβιοτικά
- **Υγεία του εδάφους:** Ελάχιστη αμειψισπορά 4 καλλιεργειών, απαίτηση καλλιέργειας, απαγόρευση συνθετικών φυτοφαρμάκων
- **Βιοποικιλότητα:** 15 % της γης προορίζεται για φυσικούς οικοτόπους, εντολές φύτευσης φιλικές προς τους επικονιαστές
- **Δράση για το κλίμα:** Παραγωγή ανανεώσιμης ενέργειας στο αγρόκτημα, συστήματα διαχείρισης κοπριάς, παρακολούθηση δέσμευσης άνθρακα

*Επικύρωση από τρίτους:*

- Ετήσιοι έλεγχοι από την Debio (Νορβηγική βιολογική πιστοποίηση)
- Αιφνιδιαστικές επιθεωρήσεις για την καλή διαβίωση των ζώων από τη Mattilsynet (Νορβηγική Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων)
- Δοκιμές εδάφους και αξιολογήσεις βιοποικιλότητας από το NIBIO (Νορβηγικό Ινστιτούτο Έρευνας Βιοοικονομίας)

### 2. Επαναστατικό σύστημα διαφάνειας:

*Σύστημα κωδικών QR ειδικά για το αγρόκτημα:*

- Μεμονωμένοι κωδικοί QR σε όλα τα προϊόντα που συνδέονται με λεπτομερή δεδομένα αγροκτήματος
- Μετρήσεις καλής μεταχείρισης των ζώων σε πραγματικό χρόνο από αισθητήρες βοσκοτόπων
- Εβδομαδιαίες ενημερώσεις για την υγεία του εδάφους και προγράμματα αμειψισποράς
- Πίνακες εργαλείων παραγωγής και κατανάλωσης ενέργειας

*Χαρτογράφηση ταξιδιού προϊόντος:*

- Ατομική ταυτοποίηση ζώων και ιστορικό ζωής για προϊόντα κρέατος
- Ημερομηνίες συγκομιδής ανά παρτίδα και συνθήκες για τις καλλιέργειες



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Τεκμηρίωση μεθόδου επεξεργασίας με χρονικές σημάνσεις
- Παρακολούθηση χιλιομέτρων μεταφοράς και μεθόδων

### 3. Στρατηγική δέσμευσης απευθείας στον καταναλωτή:

*Φυσική εμπειρία λιανικής:*

- "Transparency Corners" με το σήμα της φάρμας σε 12 τοπικά καταστήματα ειδικών τροφίμων
- Ψηφιακά περίπτερα που δείχνουν τις λειτουργίες του αγροκτήματος σε πραγματικό χρόνο
- Μηνιαίες «Παρασκευές αγροτών» με βιντεοκλήσεις στο αγρόκτημα
- Δειγματοληψία προϊόντων με ενσωμάτωση ιστορίας παραγωγής

*Ανάπτυξη Ψηφιακής Πλατφόρμας:*

- Εικονικές περιηγήσεις στο αγρόκτημα "Meet Your Farmer"
- Εποχιακό ημερολόγιο παραγωγής με εκ των προτέρων παραγγελία
- Ανάπτυξη συνταγών με συγκεκριμένα αγροτικά προϊόντα
- Σχόλια πελατών απευθείας στην ομάδα παραγωγής

### 4. Εκπαιδευτικά & Κοινωνικά Δομικά Στοιχεία:

*Χαρακτηριστικό ετικετών διαφάνειας:*

- Ανάλυση κόστους παραγωγής (συστατικά, εργασία, διανομή, κέρδος)
- Μετρήσεις περιβαλλοντικών επιπτώσεων ανά μονάδα προϊόντος
- Ποσοστό του εισοδήματος των γεωργών επί της τελικής τιμής
- Σύγκριση με συμβατικές εναλλακτικές λύσεις

*Ενσωμάτωση Υποστηριζόμενης Γεωργίας από την Κοινότητα (CSA):*

- Συνδρομητική υπηρεσία "Transparency Box"
- Εβδομαδιαίες ενημερώσεις αγροκτημάτων με προκλήσεις και επιτυχίες
- Συμμετοχή των πελατών στις αποφάσεις σχεδιασμού των καλλιεργειών
- Κοινή δομή κινδύνου και ανταμοιβής

**Ο αντίκτυπος:**

**Μετρήσεις οικονομικής βιωσιμότητας:**



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Επίτευγμα πρωτοδότησης τιμής:** 55-80% πρωτοδότηση τιμής έναντι συμβατικών ισοδυνάμων
- **Αύξηση εσόδων:** 320% αύξηση στις άμεσες πωλήσεις σε διάστημα τριών ετών
- **Εισόδημα αγρότη:** 45% αύξηση καθαρού εισοδήματος ανά εκτάριο
- **Διαφοροποίηση αγοράς:** Ανέπτυξε 12 σταθερές συνεργασίες λιανικής και 240 συνδρομητές CSA

### Ανταπόκριση Καταναλωτών & Οικοδόμηση Εμπιστοσύνης:

- **Brand Trust:** Το 94% των πελατών αξιολογεί τον Hagen Gård ως «εξαιρετικά αξιόπιστο»
- **Πιστότητα πελατών:** Ποσοστό διατήρησης 88% στο πρόγραμμα CSA
- **Μάρκετινγκ από στόμα σε στόμα:** Το 34% των νέων πελατών παραπέμπονται από υπάρχοντες πελάτες
- **Αποδοχή Premium:** Το 76% των πελατών αναγνωρίζει ρητά ότι πληρώνει για διαφάνεια

### Περιβαλλοντικά & Κοινωνικά Αποτελέσματα:

- **Βιοποικιλότητα:** 28% αύξηση των ειδών πτηνών σε γεωργικές εκτάσεις σε διάστημα τεσσάρων ετών
- **Υγεία του εδάφους:** Η οργανική ουσία αυξήθηκε από 3,2% σε 4,1%
- **Αντίκτυπος στην κοινότητα:** Δημιουργήθηκαν 5 νέες θέσεις εργασίας στην αγροτική κοινότητα
- **Ανταλλαγή γνώσεων:** Καθοδήγηση 18 άλλων μικρών αγροκτημάτων σε συστήματα διαφάνειας

### Μετασχηματισμός Εφοδιαστικής Αλυσίδας:

- **Βράχυνση αλυσίδας:** 92% των προϊόντων που πωλούνται σε ακτίνα 100 χιλιομέτρων
- **Αποτύπωση αξίας:** Οι αγρότες λαμβάνουν το 45-60% της τελικής λιανικής τιμής (έναντι 15-25% στα συμβατικά συστήματα)
- **Μείωση απορριμμάτων:** 95% αξιοποίηση προϊόντων μέσω προηγμένου σχεδιασμού
- **Διατήρηση ποιότητας:** Η μέση φρεσκάδα του προϊόντος βελτιώθηκε από 14 σε 3 ημέρες από το αγρόκτημα στον καταναλωτή

### Επιρροή και αναγνώριση του κλάδου:

- **Αντίκτυπος πολιτικής:** Ο Νορβηγικός Οργανισμός Γεωργίας ενσωμάτωσε στοιχεία διαφάνειας στα εθνικά πρότυπα ποιότητας
- **Βραβεία:** Εθνικό Βραβείο Καινοτομίας στη Γεωργία 2023



- **Αναγνώριση μέσων:** Εμφανίζεται σε 23 μεγάλα νορβηγικά μέσα ενημέρωσης ως πρωτοπόρος της διαφάνειας
- **Ενδιαφέρον για εξαγωγές:** Έλαβε ερωτήματα από 7 χώρες σχετικά με την αδειοδότηση του μοντέλου διαφάνειας

### Επεκτασιμότητα & Προσαρμογή:

- **Περιφερειακό δίκτυο:** 14 άλλες νορβηγικές εκμεταλλεύσεις υιοθέτησαν προσαρμοσμένες εκδόσεις του μοντέλου
- **Επέκταση προϊόντος:** Το σύστημα εφαρμόστηκε με επιτυχία σε κρέας, γαλακτοκομικά, λαχανικά και προϊόντα προστιθέμενης αξίας
- **Μεταφορά τεχνολογίας:** Πλατφόρμα διαφάνειας ανοικτού κώδικα που αναπτύχθηκε για άλλους μικρούς παραγωγούς
- **Εκπαιδευτικά Προγράμματα:** Συνεργασία με το Νορβηγικό Πανεπιστήμιο Επιστημών Ζωής για την έρευνα διαφάνειας

### Διδάγματα:

1. **Η διαφάνεια έχει οικονομική αξία:** Οι καταναλωτές πληρώνουν πρόθυμα ασφάλιστρα για ριζική ειλικρίνεια και αποδεδειγμένα πρότυπα παραγωγής
2. **Η μικρή κλίμακα γίνεται πλεονέκτημα:** Οι άμεσες σχέσεις και η ιχνηλασιμότητα είναι ευκολότερες για τους μικρούς παραγωγούς
3. **Η εκπαίδευση οδηγεί στην εκτίμηση:** Η κατανόηση των προκλήσεων παραγωγής αυξάνει την αφοσίωση των πελατών και την ανοχή στις τιμές
4. **Η τεχνολογία επιτρέπει την οικειότητα:** Τα ψηφιακά εργαλεία μπορούν να αναδημιουργήσουν τις παραδοσιακές σχέσεις αγρότη-πελάτη σε κλίμακα
5. **Η κοινότητα δημιουργεί ανθεκτικότητα:** Οι άμεσες σχέσεις με τους καταναλωτές παρέχουν σταθερότητα έναντι των διακυμάνσεων της αγοράς

Το μοντέλο Bondens Ærlighet δείχνει πώς οι μικρές φάρμες μπορούν όχι μόνο να επιβιώσουν αλλά και να ευδοκιμήσουν μετατρέποντας το μέγεθός τους σε πλεονέκτημα. Μέσω της ασυμβίβαστης διαφάνειας, της άμεσης δέσμευσης των καταναλωτών και των ανώτερων προτύπων παραγωγής, η Hagen Gård δημιούργησε μια βιώσιμη εναλλακτική λύση στη βιομηχανοποιημένη γεωργία που ωφελεί ταυτόχρονα τους αγρότες, τους καταναλωτές και το περιβάλλον.

## Μελέτη περίπτωσης 7.7: [IT] Η ετικέτα "Zero-Kilometer": Αναζωογόνηση των τοπικών ιταλικών αλυσίδων εφοδιασμού

**Τομέας:** Περιφερειακά Συστήματα Τροφίμων / Αγροτική Οικονομία



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Τοπική Οικονομική Ανάπτυξη, Ανθεκτικότητα Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Πολιτιστική Διατήρηση, Επισιτιστική Κυριαρχία, Μείωση Άνθρακα

## Η πρόκληση:

Η ιταλική περιοχή του Πιεμόντε αντιμετώπισε μια παράδοξη κατάσταση όπου:

1. **Εγκατάλειψη της γεωργίας:** Το 28% των μικρών εκμεταλλεύσεων διέκοψε τη λειτουργία του μεταξύ 2000-2020 παρά την αυξανόμενη παγκόσμια ζήτηση για ιταλικά προϊόντα
2. **Εξάρτηση από τις εισαγωγές:** Τα τοπικά σούπερ μάρκετ προμηθεύονταν το 65% των προϊόντων εκτός της περιοχής, συμπεριλαμβανομένων των βασικών ιταλικών προϊόντων
3. **Διαφορά τιμών:** Οι αγρότες έλαβαν μόνο το 18-25% της τελικής λιανικής τιμής για τα τοπικά προϊόντα
4. **Πολιτιστική διάβρωση:** Η παραδοσιακή γνώση των τροφίμων και οι ποικιλίες κληρονομιάς εξαφανίζονταν
5. **Περιβαλλοντικό κόστος:** Η μέση απόσταση ταξιδιού για φαγητό αυξήθηκε στα 1.200 χιλιόμετρα παρά την τοπική διαθεσιμότητα

## Η λύση: Η

περιφερειακή κυβέρνηση, σε συνεργασία με την Coldiretti Piemonte, ξεκίνησε την πιστοποίηση «**Kilometro Zero Piemonte**» - ένα ολοκληρωμένο τοπικό σύστημα προμήθειας με αυστηρά γεωγραφικά και ποιοτικά πρότυπα που επανασυνδέει τους παραγωγούς με τις περιφερειακές αγορές.

## Εκτέλεση:

### 1. Ανάπτυξη Πλαισίου Πιστοποίησης:

*Γεωγραφικά όρια:*

- Μέγιστη ακτίνα 70 χιλιομέτρων μεταξύ παραγωγής και σημείου πώλησης
- Οι εγκαταστάσεις μεταποίησης πρέπει να βρίσκονται εντός της οριοθετημένης περιοχής
- Τα συστατικά πρέπει να προέρχονται 100% από συμμετέχουσες τοπικές φάρμες
- Εξαιρέσεις που γίνονται μόνο για μη τοπικά βασικά προϊόντα (καφές, μπαχαρικά) με πλήρη αποκάλυψη

*Πρότυπα ποιότητας και παραγωγής:*

- Τουλάχιστον 70% συστατικά κατά βάρος από ακτίνα
- Ιεράρχηση φυλής και ποικιλίας κληρονομιάς
- Απαιτήσεις βιώσιμης διαχείρισης των υδάτων



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Τα πρότυπα καλής μεταχείρισης των ζώων υπερβαίνουν τις εθνικές απαιτήσεις
- Εντολές προσαρμογής εποχικού μενού για εστιατόρια

## 2. Ανασχεδιασμός Εφοδιαστικής Αλυσίδας:

*Πλατφόρμα ψηφιακής αγοράς:*

- Πλατφόρμα B2B "Piemonte a Km0" που συνδέει 850 αγροκτήματα με 320 αγοραστές
- Διαχείριση αποθεμάτων σε πραγματικό χρόνο και συντονισμός logistics
- Σύστημα συλλογικών μεταφορών που μειώνει το κόστος παράδοσης μεμονωμένων αγροκτημάτων
- Ψηφιακό σύστημα πληρωμών που διασφαλίζει την άμεση αποζημίωση των γεωργών

*Φυσική υποδομή:*

- 12 περιφερειακά κέντρα συλλογής και διανομής «Km0 Hub».
- Κινητές μονάδες επεξεργασίας για μικρής κλίμακας προστιθέμενη αξία
- Πιστοποιημένες «Km0 Markets» στα αστικά κέντρα
- Ειδικές ενότητες σε 45 συμμετέχουσες υπεραγορές

## 3. Στοιχεία προγράμματος που απευθύνονται στους καταναλωτές:

*Σήμα πιστοποίησης:*

- Διακριτικό πράσινο λογότυπο "Km0 Piemonte" με πιστοποίηση απόστασης
- Ανίχνευση κωδικού QR σε μεμονωμένες φάρμες με αριθμομηχανή απόστασης μεταφοράς
- Δείκτες εποχιακής διαθεσιμότητας στις συσκευασίες
- Σύστημα αναγνώρισης ποικιλιών κληρονομιάς

*Εκπαιδευτικά στοιχεία:*

- Το σχολικό πρόγραμμα «Υιοθετήστε έναν Αγρότη» προσεγγίζει 15.000 μαθητές ετησίως
- Εποχιακά φεστιβάλ φαγητού που γιορτάζουν τα τοπικά προϊόντα
- Προγράμματα συνεργασίας σεφ-αγρότη
- Μαθήματα μαγειρικής με επίκεντρο τη χρήση τοπικών συστατικών

## 4. Οικονομικό μοντέλο και κίνητρα:

*Δομή τιμολόγησης:*



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Εγγυημένες ελάχιστες τιμές που εξασφαλίζουν τη βιωσιμότητα των γεωργικών εκμεταλλεύσεων
- Μέγιστη προσαύξηση 35% από το αγρόκτημα στο λιανικό εμπόριο
- Κίνητρα άμεσων πωλήσεων μέσω φορολογικών ελαφρύνσεων
- Συλλογική διαπραγματευτική ισχύς των μικρών παραγωγών

#### Μηχανισμοί υποστήριξης:

- Μικροδάνεια για τη βελτίωση των γεωργικών υποδομών
- Τεχνική βοήθεια για την τυποποίηση της ποιότητας
- Marketing co-op για συλλογική προώθηση της μάρκας
- Κοινοπραξία ασφάλισης για κινδύνους παραγωγής που σχετίζονται με τις καιρικές συνθήκες

#### Ο αντίκτυπος:

##### Μετρήσεις οικονομικής αναζωογόνησης:

- **Βιωσιμότητα της εκμετάλλευσης:** 340 νέες μικρές εκμεταλλεύσεις ιδρύθηκαν τα πρώτα τρία χρόνια
- **Βελτίωση εισοδήματος:** Το μέσο γεωργικό εισόδημα αυξήθηκε κατά 42% μεταξύ των συμμετεχόντων
- **Price Equity:** Οι αγρότες λαμβάνουν πλέον το 45-60% της τελικής λιανικής τιμής
- **Δημιουργία θέσεων εργασίας:** 1.200 νέες θέσεις εργασίας στην παραγωγή, τη μεταποίηση και τη διανομή

##### Μετασχηματισμός Εφοδιαστικής Αλυσίδας:

- **Τοπική προμήθεια:** Τα εστιατόρια που συμμετέχουν προμηθεύονται πλέον το 58% των συστατικών τοπικά (από 22%)
- **Food Miles:** Η μέση απόσταση μεταφοράς μειώθηκε από 1.200 χιλιόμετρα σε 68 χιλιόμετρα
- **Ανθεκτικότητα εφοδιασμού:** Το 85% των συμμετεχόντων διατήρησε τη λειτουργία του κατά τη διάρκεια διαταραχών λόγω COVID-19
- **Μείωση αποβλήτων:** 32% μείωση της σπατάλης τροφίμων μέσω καλύτερου σχεδιασμού και μικρότερων αλυσίδων

##### Περιβαλλοντικά οφέλη:

- **Μείωση άνθρακα:** 18.000 τόνοι ισοδύναμου CO<sub>2</sub> εξοικονομούνται ετησίως μέσω μειωμένων μεταφορών



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Βιοποικιλότητα:** 47 ποικιλίες κληρονομιάς επιστρέφουν στην εμπορική παραγωγή
- **Διατήρηση της γης:** 12.000 εκτάρια γεωργικής γης διατηρούνται από την ανάπτυξη
- **Διαχείριση νερού:** 25% μείωση της χρήσης νερού άρδευσης μέσω προσαρμοσμένης καλλιέργειας

### Κοινωνικός & Πολιτιστικός Αντίκτυπος:

- **Ευαισθητοποίηση των καταναλωτών:** Το 78% των καταναλωτών της περιοχής αναγνωρίζει πλέον το λογότυπο Km0
- **Price Premium:** Οι καταναλωτές πληρώνουν 15-25% premium για πιστοποιημένα τοπικά προϊόντα
- **Πολιτιστική Διατήρηση:** 23 παραδοσιακές μέθοδοι επεξεργασίας τεκμηριώνονται και αναβιώνουν
- **Εμπλοκή της κοινότητας:** 45,000 συμμετέχοντες σε τοπικές εκδηλώσεις τροφίμων ετησίως

### Επεκτασιμότητα & Επιρροή πολιτικής:

- **Εθνική υιοθεσία:** Μοντέλο που υιοθετήθηκε από άλλες 14 ιταλικές περιφέρειες
- **Αναγνώριση από την ΕΕ:** Εμφανίζεται ως βέλτιστη πρακτική στην ευρωπαϊκή στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο»
- **Προσαρμογή εξαγωγής:** Στοιχεία που ενσωματώνονται στα γαλλικά προγράμματα "Circuit Court" και ισπανικά "Km0"
- **Ενοποίηση πολιτικής:** Ενσωματώθηκε στη στρατηγική περιφερειακής ανάπτυξης του Πεμόντε

### Καινοτομία & Τεχνολογική Ανάπτυξη:

- **Ενσωμάτωση Blockchain:** Ανάπτυξη πλατφόρμας διαφάνειας εφοδιαστικής αλυσίδας
- **Εφαρμογές για κινητά:** Εφαρμογή που απευθύνεται στους καταναλωτές με εποχιακές συνταγές και τοποθεσίες παραγωγού
- **Βελτιστοποίηση Logistics:** Σχεδιασμός διαδρομής με τεχνητή νοημοσύνη για συλλογική διανομή
- **Παρακολούθηση ποιότητας:** Αισθητήρες IoT για παρακολούθηση της ποιότητας των προϊόντων σε πραγματικό χρόνο

### Λιδάγματα:

1. **Καταλληλότητα κλίμακας:** Τα περιφερειακά συστήματα εξισορροπούν την αποτελεσματικότητα με τον τοπικό χαρακτήρα καλύτερα από τις εθνικές ή υπερτοπικές προσεγγίσεις



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

2. **Κρίσιμες υποδομές:** Οι υλικές και ψηφιακές υποδομές πρέπει να αναπτυχθούν ταυτόχρονα
3. **Οικονομική βιωσιμότητα:** Τα άμεσα οικονομικά οφέλη οδηγούν τη συμμετοχή πιο αποτελεσματικά από ό,τι μόνο οι περιβαλλοντικές εκκλήσεις
4. **Πολιτιστική σύνδεση:** Η παραδοσιακή διατροφική κουλτούρα παρέχει ισχυρή αφήγηση μάρκετινγκ
5. **Υποστήριξη πολιτικής:** Η κυβερνητική συμμετοχή είναι απαραίτητη για την κλιμάκωση πέρα από την εξειδικευμένη αγορά

Η πρωτοβουλία Kilometro Zero Piemonte δείχνει πώς ο σκόπιμος επανασχεδιασμός της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να αντιστρέψει την παρακμή της υπαίθρου, δημιουργώντας παράλληλα πιο ανθεκτικά, βιώσιμα συστήματα τροφίμων. Δίνοντας προτεραιότητα στη γεωγραφική εγγύτητα, την οικονομική δικαιοσύνη και την πολιτιστική διατήρηση, το πρόγραμμα έχει δημιουργήσει μια βιώσιμη εναλλακτική λύση στις παγκοσμιοποιημένες αλυσίδες τροφίμων που ωφελεί τους παραγωγούς, τους καταναλωτές και το περιφερειακό περιβάλλον.

## Case Study 7.8: Οικοτουρισμός & Αυθεντικότητα: Πράσινη Σήμανση για Εκδηλώσεις Ελληνικού Γαστρονομικού Τουρισμού

**Τομέας:** Τουρισμός & Φιλοξενία / Τουρισμός με βάση την εμπειρία

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Βιώσιμος Τουρισμός, Πολιτιστική Διατήρηση, Τοπική Οικονομική Ανάπτυξη, Αυθεντικές Εμπειρίες, Προστασία του Περιβάλλοντος

### Η πρόκληση:

Ο ελληνικός τουριστικός τομέας, ιδιαίτερα στην περιοχή της Πελοποννήσου, αντιμετώπισε σημαντικές προκλήσεις που απείλησαν τόσο την περιβαλλοντική βιωσιμότητα όσο και την πολιτιστική αυθεντικότητα:

1. **Εποχική Συγκέντρωση:** Το 85% των τουριστικών εσόδων συγκεντρώθηκε σε 4 καλοκαιρινούς μήνες
2. **Πολιτιστική εμπορευματοποίηση:** Οι «παραδοσιακές» διατροφικές εμπειρίες συχνά περιλάμβαναν εισαγόμενα υλικά και σκηνοθετημένες παραστάσεις
3. **Οικονομική διαρροή:** Μόνο το 32% των τουριστικών δαπανών παρέμεινε στις τοπικές κοινωνίες
4. **Περιβαλλοντική πίεση:** Ο υπερτουρισμός κατέστρεψε εύθραυστα οικοσυστήματα και ιστορικούς χώρους
5. **Περιθωριοποίηση αγροτών:** Οι παραγωγοί γεωργικών προϊόντων έλαβαν ελάχιστα οφέλη από την τουριστική ανάπτυξη



## Η λύση:

Το σύστημα πιστοποίησης «**Αυθεντική Πελοπόννησος**» – ένα ολοκληρωμένο σύστημα πράσινης σήμανσης για εκδηλώσεις γαστρονομικού τουρισμού που επαληθεύει την αυθεντικότητα, τη βιωσιμότητα και τον τοπικό οικονομικό αντίκτυπο.

## Εκτέλεση:

### 1. Πλαίσιο πιστοποίησης πολλών ενδιαφερομένων:

*Περιβαλλοντικά πρότυπα:*

- Τουλάχιστον 85% βιολογικά ή τοπικά συστατικά βιώσιμης καλλιέργειας
- Μηδενική απαίτηση για πλαστικά μίας χρήσης
- Λειτουργίες εκδηλώσεων με ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα μέσω τοπικών έργων αντιστάθμισης
- Σχέδιο διαχείρισης αποβλήτων με 75% εκτροπή από τον στόχο υγειονομικής ταφής
- Μέτρα και παρακολούθηση της διατήρησης των υδάτων

*Απαιτήσεις πολιτιστικής αυθεντικότητας:*

- Οι συνταγές πρέπει να τεκμηριώνονται παραδοσιακά παρασκευάσματα
- Τοπικοί γαστρονομικοί πρεσβύτεροι που ασχολούνται με το σχεδιασμό εμπειρίας
- Προτεραιότητα στις μεθόδους και τα εργαλεία μαγειρέματος κληρονομιάς
- Στοιχείο αφήγησης που εξηγεί την πολιτιστική σημασία
- Συμπερίληψη της ελληνικής γλώσσας σε όλο το υλικό

*Κριτήρια Οικονομικής Εντοπισμού:*

- Τουλάχιστον το 70% του προσωπικού και των προμηθευτών σε ακτίνα 50 χιλιομέτρων
- Δίκαιες μισθολογικές απαιτήσεις που υπερβαίνουν τους περιφερειακούς μέσους όρους
- Άμεσες σχέσεις με μικρούς παραγωγούς
- Διαφανής τιμολόγηση που δείχνει το τοπικό οικονομικό όφελος

### 2. Σύστημα επαλήθευσης και παρακολούθησης:

*Ελεγχοί τρίτων:*

- Αιφνιδιαστικοί έλεγχοι από στελέχη του Υπουργείου Τουρισμού
- Αξιολογήσεις μυστικών επισκεπτών με τη χρήση τυποποιημένων εργαλείων αξιολόγησης
- Έλεγχοι τεκμηρίωσης προμηθευτών και επιτόπιοι έλεγχοι
- Έρευνες ικανοποίησης συμμετεχόντων με μετρήσεις γνησιότητας



### Πλατφόρμα ψηφιακής διαφάνειας:

- Δημόσιος πίνακας εργαλείων που δείχνει τη συμμόρφωση με την πιστοποίηση
- Χάρτες προμήθειας συστατικών σε πραγματικό χρόνο
- Υπολογιστής οικονομικού αντίκτυπου για κάθε εκδήλωση
- Παρακολούθηση αποτυπώματος άνθρακα και επαλήθευση αντιστάθμισης

### 3. Πρότυπα σχεδίασης εμπειρίας:

#### Εποχιακός προγραμματισμός:

- Ανοιξιάτικη αναζήτηση τροφής και μαγείρεμα άγριων βοτάνων
- Θερινός τρύγος σταφυλιών και οινοποίηση
- Φθινοπωρινή συγκομιδή και έκθλιψη ελιάς
- Τεχνικές χειμερινής συντήρησης και αποθήκευσης

#### Απαιτήσεις κλίμακας και οικειότητας:

- Μέγιστος αριθμός συμμετεχόντων 20 ανά εμπειρία
- Ελάχιστη διάρκεια 4 ωρών που εξασφαλίζει βάθος
- Προϋποθέσεις πρακτικής συμμετοχής
- Συμμετοχή τοπικών οικοδεσποτών πολλών γενεών

### 4. Στρατηγική μάρκετινγκ και διανομής:

#### Πιστοποιημένο Ημερολόγιο Εκδηλώσεων:

- Κεντρική πλατφόρμα κρατήσεων με επαλήθευση
- Εποχιακά χαρακτηριστικά και διαθεσιμότητα επισήμανσης
- Εμπειρίες πακέτων που συνδυάζουν πολλούς πιστοποιημένους παρόχους
- Σύστημα ψηφιακού διαβατηρίου που ενθαρρύνει τις πολλαπλές συμμετοχές

#### Βιομηχανικές Συνεργασίες:

- Συνεργασία με διεθνείς οργανισμούς slow food
- Ενσωμάτωση με τις βιώσιμες προσφορές των μεγάλων ταξιδιωτικών πρακτόρων
- Πανεπιστημιακές ερευνητικές συνεργασίες που τεκμηριώνουν τις επιπτώσεις
- Περιηγήσεις εξοικείωσης με τα μέσα ενημέρωσης που παρουσιάζουν πιστοποιημένες εμπειρίες

### Ο αντίκτυπος:



## Οικονομικός μετασχηματισμός:

- **Εποχιακή επέκταση:** 42% αύξηση στα έσοδα από τον τουρισμό εκτός εποχής
- **Τοπική διατήρηση:** Το 68% των δαπανών παραμένει πλέον στις τοπικές κοινότητες
- **Εισόδημα αγρότη:** 35% αύξηση στα έσοδα των συμμετεχόντων παραγωγών
- **Δημιουργία θέσεων εργασίας:** 320 νέες ισοδύναμες θέσεις πλήρους απασχόλησης σε αγροτικές περιοχές

## Περιβαλλοντικές επιδόσεις:

- **Μείωση αποβλήτων:** Επιτεύχθηκε ποσοστό εκτροπής 82% από την υγειονομική ταφή
- **Μείωση άνθρακα:** 45% χαμηλότερες εκπομπές ανά τουρίστα σε σύγκριση με τις συμβατικές εκδρομές
- **Βιοποικιλότητα:** 28 γηγενείς ποικιλίες καλλιεργειών επέστρεψαν σε εμπορική χρήση
- **Εξοικονόμηση νερού:** 35% μείωση της χρήσης νερού μέσω αποτελεσματικών πρακτικών

## Πολιτιστικά & Κοινωνικά Αποτελέσματα:

- **Βαθμολογίες αυθεντικότητας:** 4,7/5 μέση βαθμολογία ικανοποίησης συμμετεχόντων
- **Διατήρηση Γνώσης:** 47 παραδοσιακές συνταγές τεκμηριώνονται και αναβιώνουν
- **Συμμετοχή των νέων:** 65% αύξηση των νέων που ακολουθούν γαστρονομική σταδιοδρομία σε τοπικό επίπεδο
- **Κοινωνική υπερηφάνεια:** Το 89% των κατοίκων αναφέρει αυξημένη πολιτιστική εμπιστοσύνη

## Αναγνώριση και ανάπτυξη της αγοράς:

- **Premium Τιμολόγηση:** 25-40% premium τιμή για πιστοποιημένες εμπειρίες
- **Διεθνής Απήχηση:** 75% των συμμετεχόντων από διεθνείς αγορές
- **Επαναλαμβανόμενη επίσκεψη:** Το 38% των συμμετεχόντων επιστρέφει για επιπλέον εμπειρίες
- **Αξία μέσων:** 2,3 εκατ. ευρώ ισοδύναμο σε θετική διεθνή κάλυψη

## Επέκταση πιστοποίησης:

- **Γεωγραφική Ανάπτυξη:** Επέκταση του προγράμματος σε 5 επιπλέον ελληνικές περιφέρειες
- **Επέκταση προϊόντος:** Πιστοποίηση προσαρμοσμένη για καταλύματα και εστιατόρια
- **Διεθνές ενδιαφέρον:** Ερωτήσεις από 12 χώρες για προσαρμογή μοντέλου



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Επιρροή πολιτικής:** Ενσωματώθηκε στην εθνική στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης

## Καινοτομία & Προσαρμογή:

### Ενοποίηση τεχνολογίας:

- Λειτουργίες επαυξημένης πραγματικότητας που δείχνουν ιστορίες διατροφικής κληρονομιάς
- Επιλογές εικονικής συμμετοχής για διεθνές κοινό
- Επαλήθευση blockchain της προέλευσης των συστατικών
- Αντιστοίχιση επισκεπτών με τεχνητή νοημοσύνη με ιδανικές εμπειρίες

### Ερευνα & Ανάπτυξη:

- Συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Πατρών για μετρήσεις βιώσιμου τουρισμού
- Ετήσιο ταμείο καινοτομίας για την ανάπτυξη εμπειρίας
- Στρατηγικές προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή για την αλλαγή των καλλιεργητικών περιόδων
- Ψηφιακά αρχεία γνώσης παραδοσιακών τροφίμων

## Διδάγματα:

1. **Η αυθεντικότητα πουλάει:** Οι γνήσιες πολιτιστικές εμπειρίες έχουν κορυφαίες τιμές και αφοσίωση
2. **Συστημική προσέγγιση:** Η πιστοποίηση πρέπει να αντιμετωπίζει ταυτόχρονα περιβαλλοντικές, οικονομικές και πολιτιστικές διαστάσεις
3. **Τοπική ιδιοκτησία:** Η συμμετοχή της κοινότητας διασφαλίζει μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και αυθεντικότητα
4. **Απαραίτητη επαλήθευση:** Η αυστηρή συντήρηση προτύπων προστατεύει την αξιοπιστία της επωνυμίας
5. **Storytelling Power:** Η σύνδεση του φαγητού με τον τόπο και τους ανθρώπους δημιουργεί αξέχαστες εμπειρίες

Η πιστοποίηση Authentic Peloponnese αποδεικνύει πώς ο γαστρονομικός τουρισμός μπορεί να γίνει ένα ισχυρό εργαλείο για τη βιώσιμη περιφερειακή ανάπτυξη. Δημιουργώντας επαληθευμένες αυθεντικές εμπειρίες που ωφελούν τις τοπικές κοινωνίες, διατηρούν την πολιτιστική κληρονομιά και προστατεύουν το περιβάλλον, αυτό το μοντέλο προσφέρει μια βιώσιμη εναλλακτική λύση στον μαζικό τουρισμό, ενώ δημιουργεί μεγαλύτερη αξία για όλους τους ενδιαφερόμενους.



## Περιπτώσιολογική μελέτη 7.9: [LV] Σχεδιασμός χωρίς αποκλεισμούς: καθιστώντας τις ετικέτες των τροφίμων κατανοητές για τους ηλικιωμένους και τις ευάλωτες ομάδες

**Τομέας:** Λιανικό Εμπόριο Τροφίμων & Σχεδιασμός Συσκευασίας / Κοινωνικές Υπηρεσίες

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Κοινωνική Ένταξη, Προσβασιμότητα, Γνωστική Ποικιλομορφία, Σχεδιασμός Φιλικός προς την Ηλικία, Ψηφιακή Ένταξη

### Η πρόκληση:

Η έρευνα καταναλωτών στη Λετονία αποκάλυψε σημαντικά εμπόδια στην κατανόηση της ετικέτας των τροφίμων μεταξύ των ευάλωτων πληθυσμών:

1. **Προβλήματα όρασης:** Το 34% των ηλικιωμένων άνω των 75 ετών ανέφεραν δυσκολία στην ανάγνωση του τυπικού κειμένου συσκευασίας
2. **Γνωστικά εμπόδια:** Τα άτομα με ήπια άνοια πάλεψαν με πολύπλοκες διατροφικές πληροφορίες
3. **Ψηφιακός αποκλεισμός:** Το 42% των νοικοκυριών χαμηλού εισοδήματος δεν είχε σταθερή πρόσβαση smartphone για κωδικούς QR
4. **Περιορισμοί αλφαριθμητισμού:** Το 18% των ενηλίκων δυσκολεύτηκε να κατανοήσει περίπλοκη ορολογία τροφίμων
5. **Κοινωνική απομόνωση:** Η περιορισμένη πρόσβαση σε ψηφιακές πληροφορίες άφησε τις ευάλωτες ομάδες με ξεπερασμένες γνώσεις για την ασφάλεια των τροφίμων

### Η λύση:

Η πρωτοβουλία «**Saprotams marķējums**» (Κατανοητή ετικέτα) – ένα ολοκληρωμένο πρότυπο προσβασιμότητας που αναπτύχθηκε μέσω συν-σχεδιασμού με ευάλωτες ομάδες χρηστών, ενσωματώνοντας προσεγγίσεις πολυαισθητηριακής επικοινωνίας.

### Εκτέλεση:

#### 1. Ανάπτυξη πρωτοκόλλου καθολικού σχεδιασμού:

*Πρότυπα οπτικής προσβασιμότητας:*

- Ελάχιστο μέγεθος γραμματοσειράς 14pt για όλες τις υποχρεωτικές πληροφορίες
- Χρωματικοί συνδυασμοί υψηλής αντίθεσης (ελάχιστη αναλογία 4,5:1)
- Απλοποιημένα διατροφικά εικονίδια με χρήση συστήματος φωτεινών σηματοδοτών
- Έντονες επικεφαλίδες ενοτήτων με εικονογραφικές ενδείξεις
- Ματ φινιρίσματα για μείωση της αντανάκλασης

*Απτικά και ηχητικά στοιχεία:*



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Μεταφράσεις Braille βασικών πληροφοριών προϊόντος
- Ανάγλυφα εικονίδια για κοινά αλλεργιογόνα
- Ετικέτες ήχου με δυνατότητα NFC αναγνώσιμες από βασικά κινητά τηλέφωνα
- Αυξημένοι δείκτες υφής για κατηγορίες προϊόντων

#### *Χαρακτηριστικά γνωστικής προσβασιμότητας:*

- Απλοποιημένη γλώσσα (μέγιστο επίπεδο ανάγνωσης A2)
- Οδηγίες μαγειρέματος βήμα προς βήμα με εικονογραφικές ακολουθίες
- Σύστημα ημερομηνίας λήξης με χρωματική κωδικοποίηση (πράσινο = μακριά, κίτρινο = κοντά, κόκκινο = επικείμενο)
- Συνεπής διάταξη σε όλα τα προϊόντα

## **2. Διαδικασία συν-σχεδιασμού & επικύρωση:**

#### *Συμμετοχή χρήση:*

- 450+ ώρες δοκιμών με ηλικιωμένους, άτομα με προβλήματα όρασης και νευροδιαφορετικά άτομα
- Μηνιαία εργαστήρια συν-σχεδιασμού με κατοίκους γηροκομείων
- Συνεργασία με τη Λετονική Ένωση Τυφλών για απτική ανατροφοδότηση
- Συνεργασία με ειδικούς στη φροντίδα της άνοιας για γνωστικές εξετάσεις

#### *Επαναληπτική Πρωτοτυποποίηση:*

- 12 επαναλήψεις σχεδίασης με βάση τα σχόλια των χρηστών
- A/B έλεγχος κατανόησης εικονιδίων
- Δοκιμές χρηστικότητας σε πραγματικές συνθήκες σε κέντρα ηλικιωμένων
- Συνεχής κύκλος βελτίωσης με βάση τα δεδομένα των χρηστών

## **3. Πλαίσιο Εφαρμογής:**

#### *Στρατηγική σταδιακής υιοθέτησης:*

- Φάση 1: Βασικά είδη διατροφής και φάρμακα
- Φάση 2: Επέκταση σε όλα τα βασικά προϊόντα διατροφής
- Φάση 3: Εθελοντική υιοθέτηση από premium brands
- Κρατικές επιδοτήσεις για μικρούς παραγωγούς που εφαρμόζουν το πρότυπο

#### *Ενοποίηση λιανικής:*



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- Ειδικά ράφια "Saprotams" στα καταστήματα που συμμετέχουν
- Εκπαίδευση προσωπικού για την παροχή βοήθειας στους πελάτες με ανάγκες προσβασιμότητας
- Διατίθενται μεγεθυντικοί φακοί και ηχητικοί οδηγοί στο κατάστημα
- Καθαρίστε τη σήμανση του καταστήματος χρησιμοποιώντας τις ίδιες αρχές προσβασιμότητας

#### 4. Υποδομή υποστήριξης:

*Ψηφιακά & Αναλογικά Συστήματα Υποστήριξης:*

- Δωρεάν τηλεφωνική γραμμή βοήθειας για ερμηνεία ετικετών
- Κοινοτικά εργαστήρια για την κατανόηση των ετικετών των τροφίμων
- Συνεργασία με ταχυδρομική υπηρεσία για προσβασιμότητα σε απομακρυσμένες περιοχές
- Κέντρα πόρων βιβλιοθήκης με προσβάσιμες πληροφορίες για τα τρόφιμα

#### Ο αντίκτυπος:

##### Μετρήσεις ενδυνάμωσης χρήστη:

- **Βελτίωση κατανόησης:** 78% αύξηση στην κατανόηση της ετικέτας μεταξύ των ηλικιωμένων
- **Ενίσχυση εμπιστοσύνης:** Το 65% των ευάλωτων χρηστών ανέφεραν αυξημένη ανεξαρτησία αγορών
- **Μείωση σφαλμάτων:** 42% μείωση στα λάθη αλληλεπίδρασης φαρμάκων/τροφίμων
- **Κοινωνική ένταξη:** 56% αύξηση των ευάλωτων χρηστών που δοκιμάζουν νέα προϊόντα

##### Επιχειρηματικά & Οικονομικά Αποτελέσματα:

- **Επέκταση αγοράς:** Αύξηση πωλήσεων 23% σε προσβάσιμες σειρές προϊόντων
- **Πιστότητα επωνυμίας:** Το 89% των χρηστών έδειξε προτίμηση επωνυμίας για προσβάσιμη συσκευασία
- **Αποδοτικότητα κόστους:** 15% μείωση στα ερωτήματα εξυπηρέτησης πελατών σχετικά με προϊόντα
- **Ηγεσία στην καινοτομία:** 7 διεθνή βραβεία για συμπεριληπτικό σχεδιασμό

##### Κοινωνικές παροχές και παροχές υγείας:

- **Διατροφική Βελτίωση:** 31% καλύτερη τήρηση των διατροφικών συστάσεων
- **Ασφάλεια Τροφίμων:** 58% μείωση των περιστατικών τροφικής δηλητηρίασης στους ηλικιωμένους



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Εξοικονόμηση υγειονομικής περίθαλψης:** Εκτιμώμενη ετήσια μείωση 3,2 εκατομμυρίων ευρώ στις νοσηλείες που σχετίζονται με τη διατροφή
- **Κοινωνική Συνοχή: Βελτιώσεις** στην κατανόηση μεταξύ των γενεών

### Μετασχηματισμός κλάδου:

- **Τυπική υιοθέτηση:** Το 45% των μεγάλων παραγωγών τροφίμων της Λετονίας εφάρμοσε το πρότυπο
- **Ρυθμιστική επιρροή:** Στοιχεία που ενσωματώνονται στους εθνικούς κανονισμούς επισήμανσης τροφίμων
- **Διεθνές ενδιαφέρον:** Έρευνες υιοθεσίας από 8 ευρωπαϊκές χώρες
- **Ερευνητική Συνεισφορά:** 12 ακαδημαϊκές εργασίες με βάση τα ευρήματα του προγράμματος

### Καινοτομία & Τεχνολογική Ανάπτυξη:

#### Λύσεις χαμηλής τεχνολογίας:

- Μεγεθυντικοί φακοί με κλιπ με χρωματική κωδικοποίηση για υπάρχουσες συσκευασίες
- Τυποποιημένο σύστημα αυτοκόλλητων αφής για προϊόντα παλαιού τύπου
- Οδηγοί μετατροπής με μεγάλα γράμματα για κοινωνικά κέντρα

#### Ψηφιακή ολοκλήρωση:

- Εφαρμογές αγορών με φωνητική βοήθεια με απλές διεπαφές
- Υπηρεσία πληροφοριών προϊόντων βάσει SMS για βασικά τηλέφωνα
- Κοινωνικά προγράμματα ψηφιακού γραμματισμού που επικεντρώνονται στην πρόσβαση σε τρόφιμα

### Επεκτασιμότητα & Προσαρμογή:

- **Αγροτική προσαρμογή:** Κινητές μονάδες προσβασιμότητας που εξυπηρετούν απομακρυσμένες κοινότητες
- **Επέκταση προϊόντος: Εφαρμογή** σε μη εδώδιμα προϊόντα και ενημέρωση του κοινού
- **Εξαγωγικό δυναμικό:** Μοντέλο αδειοδότησης που αναπτύχθηκε για διεθνή υιοθέτηση

### Διδάγματα:

1. **Ο συν-σχεδιασμός είναι απαραίτητος:** Οι ευάλωτοι χρήστες παρέχουν πληροφορίες που οι επαγγελματίες παραβλέπουν
2. **Κλίμακες απλότητας:** Οι πιο αποτελεσματικές λύσεις ήταν συχνά οι απλούστερες



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

3. **Απαιτούνται πολλαπλές μορφές:** Καμία λύση δεν λειτουργεί για όλους τους χρήστες
4. **Τα οικονομικά κίνητρα οδηγούν στην υιοθέτηση:** Τα επιχειρηματικά οφέλη επιταχύνουν την εφαρμογή
5. **Απαιτείται συστημική προσέγγιση:** Η επισήμανση από μόνη της είναι ανεπαρκής χωρίς συστήματα υποστήριξης

Η πρωτοβουλία «Saprotams markējums» καταδεικνύει πώς ο σχεδιασμός χωρίς αποκλεισμούς στην επισήμανση των τροφίμων μπορεί να μετατραπεί από ένα εξειδικευμένο κατάλυμα σε ένα βασικό πρότυπο που ωφελεί τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τους ευάλωτους καταναλωτές. Δίνοντας προτεραιότητα στην προσβασιμότητα ως βασική αρχή σχεδιασμού και όχι ως εκ των υστέρων, το πρόγραμμα έχει δημιουργήσει ένα πιο δίκαιο οικοσύστημα τροφίμων, παρέχοντας παράλληλα μετρήσιμα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη.

### **Μελέτη περίπτωσης 7.10: [IS] Από το μαλλί στον πλούτο: Αναζωογόνηση του ισλανδικού μαλλιού μέσω ηθικής επισήμανσης**

**Τομέας:** Κλωστοϋφαντουργία / Αγροτικά Προϊόντα

**Βασική Ηθική Εστίαση:** Βιώσιμη Χρήση Πόρων, Καλή Διαβίωση των Ζώων, Πολιτιστική Διατήρηση, Αγροτική Οικονομική Ανάπτυξη

#### **Η πρόκληση:**

Η μοναδική βιομηχανία μαλλιού της Ισλανδίας αντιμετώπισε πολλαπλές κρίσεις που απείλησαν την επιβίωσή της:

1. **Κατάρρευση της αγοράς:** Μείωση 80% στις τιμές του μαλλιού από το 1990 λόγω του παγκόσμιου ανταγωνισμού
2. **Αγώνες αγροτών:** Το 45% των εκτροφέων προβάτων σκέφτονται να εγκαταλείψουν τον κλάδο
3. **Πρόβλημα αποβλήτων:** Το 60% του ισλανδικού μαλλιού απορρίπτεται ή χρησιμοποιείται ως μόνωση
4. **Γήρανση του εργατικού δυναμικού:** Μέση ηλικία μεταποιητών μαλλιού: 62 έτη
5. **Πολιτιστική απώλεια:** Οι παραδοσιακές δεξιότητες πλεξίματος και ύφανσης εξαφανίζονται

#### **Η λύση:**

Το πρόγραμμα πιστοποίησης «Íslensk Ull» (Ισλανδικό μαλλί) – ένα ολοκληρωμένο σύστημα επισήμανσης που επαληθεύει την ηθική παραγωγή, τη βιώσιμη επεξεργασία και την αυθεντική ισλανδική δεξιοτεχνία, δημιουργώντας παράλληλα νέες ευκαιρίες στην αγορά.

#### **Εκτέλεση:**



## 1. Ηθικά πρότυπα παραγωγής:

*Απαιτήσεις για την καλή διαβίωση των ζώων:*

- Βόσκηση ελεύθερης βοσκής σε φυσικούς βοσκοτόπους
- Απαγόρευση του mulesing και άλλων επιβλαβών πρακτικών
- Πρωτόκολλα διάτμησης χωρίς άγχος
- Ιχνηλασιμότητα σε μεμονωμένες εκμεταλλεύσεις
- Ανεξάρτητος κτηνιατρικός έλεγχος

*Περιβαλλοντικά πρότυπα:*

- Διαχείριση βοσκοτόπων χωρίς χημικά
- Βιώσιμα συστήματα αμειψισποράς βόσκησης
- Προστασία φυσικών πηγών νερού
- Παρακολούθηση αποτυπώματος άνθρακα
- Ανανεώσιμες πηγές ενέργειας σε εγκαταστάσεις επεξεργασίας

## 2. Επαλήθευση ποιότητας και γνησιότητας:

*Διαβάθμιση ποιότητας μαλλιού:*

- Επαλήθευση 100% καθαρού ισλανδικού μαλλιού
- Πρότυπα διαμέτρου και μήκους ινών
- Διατήρηση φυσικού χρώματος
- Παραδοσιακές μέθοδοι επεξεργασίας
- Καθαρισμός και επεξεργασία χωρίς χημικά

*Πολιτιστική αυθεντικότητα:*

- Πιστοποίηση αρχιτεχνίτη
- Τεκμηρίωση παραδοσιακών μοτίβων
- Τυποποίηση φυσικής βαφής
- Διατήρηση τεχνικής κληρονομιάς

## 3. Μετασχηματισμός Εφοδιαστικής Αλυσίδας:

*Συλλογή και επεξεργασία:*

- Περιφερειακά κέντρα συλλογής που μειώνουν τις μεταφορές
- Οικολογικό πλύσιμο με χρήση γεωθερμικής ενέργειας



- Εγκαταστάσεις κλώσης με ηλιακή ενέργεια
- Συστήματα ανακύκλωσης νερού
- Πρόγραμμα αξιοποίησης απορριμμάτων μαλλιού

#### Ανάπτυξη της αγοράς:

- Διαδικτυακή πλατφόρμα απευθείας στον καταναλωτή
- Διεθνής αναγνώριση πιστοποίησης
- Συνεργασίες με μάρκες πολυτελείας
- Προγράμματα ένταξης στον τουρισμό

#### Ο αντίκτυπος:

##### Οικονομική αναζωογόνηση:

- **Price Premium:** 400% αύξηση τιμής για πιστοποιημένο μαλλί
- **Υποστήριξη αγροτών:** 230 προβατοτροφικές μονάδες επιτυγχάνουν οικονομική βιωσιμότητα
- **Δημιουργία θέσεων εργασίας:** 125 νέες εργασίες επεξεργασίας και χειροτεχνίας
- **Αύξηση εξαγωγών:** 35% ετήσια αύξηση εξαγωγών σε premium αγορές

##### Περιβαλλοντικά οφέλη:

- **Μείωση απορριμμάτων:** 85% μείωση στα απόβλητα μαλλιού
- **Αποτύπωμα άνθρακα:** 60% χαμηλότερο από τα συνθετικά εναλλακτικά
- **Εξοικονόμηση νερού:** Συστήματα νερού κλειστού βρόχου στην επεξεργασία
- **Βιοποικιλότητα:** Βιώσιμη βόσκηση που υποστηρίζει τα οικοσυστήματα λειμώνων

##### Πολιτιστική Διατήρηση:

- **Αναβίωση δεξιοτήτων:** 45 νέοι τεχνίτες εκπαιδευμένοι σε παραδοσιακές τεχνικές
- **Τεκμηρίωση μοτίβων:** 78 παραδοσιακά μοτίβα που διατηρούνται ψηφιακά
- **Δέσμευση κοινότητας:** Φεστιβάλ μαλλιού που προσελκύουν 15,000+ επισκέπτες ετησίως
- **Εκπαιδευτικά Προγράμματα:** Σχολικές συμπράξεις διδασκαλίας μάλλινων χειροτεχνιών

##### Κοινωνικός αντίκτυπος:

- **Αγροτική Αναγέννηση:** 12 κοινότητες βλέπουν σταθεροποίηση πληθυσμού
- **Ισότητα των φύλων:** Το 75% των νέων επιχειρηματιών μαλλιού είναι γυναίκες



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA).  
Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

- **Τουριστική ένταξη:** Εμπειρίες μαλλιού που παράγουν 2,3 εκατομμύρια ευρώ ετησίως
- **Διεθνής Αναγνώριση:** Παρουσιάστηκε σε 28 διεθνείς εκδόσεις σχεδιασμού

## Πιστοποίηση και επαλήθευση:

*Έλεγχος τρίτων:*

- Ετήσιες επιθεωρήσεις εκμετάλλευσης
- Περιβαλλοντικοί έλεγχοι εγκαταστάσεων επεξεργασίας
- Δοκιμή ποιότητας προϊόντος
- Επαλήθευση διαφάνειας εφοδιαστικής αλυσίδας

*Διασφάλιση Καταναλωτή:*

- Μοναδική παρακολούθηση κωδικού QR
- Ιστορίες προέλευσης αγροκτήματος
- Επεξεργασία εγγράφων ταξιδιού
- Υπολογιστής αποτυπώματος άνθρακα

## Καινοτομία και προσαρμογή:

*Τεχνικές καινοτομίες:*

- Σύστημα ιχνηλασιμότητας blockchain
- Αξιολόγηση ποιότητας διάτμησης για κινητά
- Ερευνητικό εργαστήριο οικολογικής βαφής
- Ψηφιακή βιβλιοθήκη μοτίβων

*Ανάπτυξη προϊόντων:*

- Βιοδιασπώμενα σύνθετα υλικά μαλλιού
- Προϊόντα από μαλλί ιατρικής ποιότητας
- Τεχνικά ενδύματα εξωτερικού χώρου
- Βιώσιμα οικιακά υφάσματα

## Τοποθέτηση στην αγορά:

- **Luxury Segment:** Συνεργασία με high-end fashion brands
- **Βιώσιμη μόδα:** Εμφανίζεται σε εβδομάδες ηθικής μόδας
- **Functional Apparel:** Μάρκετινγκ τεχνικών ιδιοτήτων
- **Storytelling Retail:** Άμεση δέσμευση των καταναλωτών



## Επεκτασιμότητα και αναπαραγωγή:

- **Περιφερειακή επέκταση:** Μοντέλο που υιοθετήθηκε στις Νήσους Φερόε και τη Νορβηγία
- **Επιρροή πολιτικής:** Πρόγραμμα υποστήριξης της ισλανδικής κυβέρνησης
- **Διεθνή Πρότυπα:** Συμβολή στα παγκόσμια ηθικά πρότυπα μαλλιού
- **Εξαγωγή Γνώσης:** Εκπαιδευτικά προγράμματα για άλλες περιοχές παραγωγής μαλλιού

## Διδάγματα:

1. **Η πιστοποίηση δημιουργεί αξία:** Η επαληθευμένη ηθική παραγωγή απαιτεί κορυφαίες τιμές
2. **Η παραδοσιακή γνώση είναι πολύτιμη:** Οι τεχνικές κληρονομιάς διαφοροποιούν τα προϊόντα
3. **Ο έλεγχος της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι απαραίτητος:** Η κάθετη ολοκλήρωση διασφαλίζει την ποιότητα και την ηθική
4. **Η αφήγηση ιστοριών πουλάει:** Η σύνδεση των καταναλωτών με τους παραγωγούς δημιουργεί αφοσίωση
5. **Η βιωσιμότητα πουλάει:** Τα περιβαλλοντικά διαπιστευτήρια ανοίγουν νέες αγορές

Το πρόγραμμα πιστοποίησης Íslensk Ull δείχνει πώς η ηθική επισήμανση μπορεί να μετατρέψει μια αγωνιζόμενη παραδοσιακή βιομηχανία σε έναν βιώσιμο, κερδοφόρο τομέα, διατηρώντας παράλληλα την πολιτιστική κληρονομιά και υποστηρίζοντας τις αγροτικές κοινότητες. Με την επαληθευση και την επικοινωνία των μοναδικών ιδιοτήτων του ισλανδικού μαλλιού μέσω ενός ολοκληρωμένου συστήματος πιστοποίησης, αυτή η πρωτοβουλία έχει δημιουργήσει νέες οικονομικές ευκαιρίες, διατηρώντας παράλληλα τα υψηλότερα πρότυπα καλής διαβίωσης των ζώων και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

## Μέρος IV: Διασφάλιση της ένταξης – Καθιστώντας τα σήματα προσβάσιμα σε όλους

### Κεφάλαιο 8: Πρακτικές χωρίς αποκλεισμούς για προσβάσιμη επισήμανση τροφίμων (50 πρακτικές)

#### Εισαγωγή

Η πραγματική συμπερίληψη στην επισήμανση των τροφίμων απαιτεί μια πολύπλευρη προσέγγιση που καλύπτει όλο το φάσμα της ανθρώπινης ποικιλομορφίας. Αυτό το κεφάλαιο παρέχει μια ολοκληρωμένη εργαλειοθήκη 50 πρακτικών που βασίζονται σε στοιχεία, σχεδιασμένες να καταργούν τα εμπόδια που σχετίζονται με τον γραμματισμό, τη γνωστική λειτουργία, την αισθητηριακή αντίληψη και την τεχνολογική πρόσβαση. Αυτές οι πρακτικές

είναι δομημένες έτσι ώστε να μπορούν να εφαρμοστούν άμεσα από τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, τους κατασκευαστές και τους σχεδιαστές για να δημιουργήσουν ένα οικοσύστημα τροφίμων όπου ο καθένας μπορεί να κάνει συνειδητές επιλογές.

Πίνακας 16: Λεπτομερείς πρακτικές χωρίς αποκλεισμούς για την προσβάσιμη επισήμανση τροφίμων (50 πρακτικές)

#	Κώδικας Πρακτικής	Περιγραφή	Εμπόδιο στόχου / Κοινό	Παράδειγμα υλοποίησης	Αναμενόμενος αντίκτυπος / όφελος
1	8.1.1	Καθολικά εικονογράμματα/εικονίδια για βασικές έννοιες	Χαμηλός αλφαριθμητικός, γλωσσική ποικιλομορφία	Τυποποιημένο φύλλο για βιολογικά, χειραψία για δίκαιο εμπόριο, αγελάδα στο χωράφι για την καλή διαβίωση των ζώων. χρησιμοποιείται με συνέπεια σε όλα τα προϊόντα	Άμεση αναγνώριση, μειώνει την παρερμηνεία
2	8.1.2	Σύστημα φωτεινών σηματοδοτών για θρεπτικά συστατικά	Χαμηλός αλφαριθμητικός, διατροφική κατανόηση	Μπροστινό μέρος της συσκευασίας Κόκκινο/Πορτοκαλί/Πράσινο για ζάχαρη, λίπος, αλάτι, κορεσμένα λιπαρά. με βάση τα κατώτατα όρια της ΕΕ	Γρήγορη σύγκριση, υποστηρίζει πιο υγιεινές επιλογές
3	8.1.3	Κλιμακωτές πληροφορίες (3 επίπεδα: βασικό, λεπτομερές, πλήρες μέσω QR)	Χαμηλός αλφαριθμητικός, γνωστικό φορτίο	Εμπρός: εικονίδια + κύριες αξιώσεις. πλευρά: απλό κείμενο. QR: πλήρες συστατικό, πιστοποιήσεις	Μειώνει την υπερφόρτωση, επιτρέπει την προοδευτική πρόσβαση στις πληροφορίες
4	8.1.4	Πρωτόκολλο απλής γλώσσας (επίπεδο A2 CEFR)	Χαμηλός αλφαριθμητικός, περιορισμοί στην εκπαίδευση	Αντικαταστήστε την ορολογία με απλούς όρους: «Βιώσιμες πηγές → αλιεύονται χωρίς να βλάπτονται τα ψάρια»	Ευκολότερη κατανόηση, περιεκτική ανάγνωση
5	8.1.5	Οπτικά γραφικά σύγκρισης θρεπτικών συστατικών	Χαμηλός αλφαριθμητικός, αριθμητική	Εικόνες με κύβους ζάχαρης ή κουταλάκια του γλυκού που δείχνουν την ποσότητα ανά μερίδα	Κάνει απτά τα ποσοτικά δεδομένα
6	8.1.6	Πρόσβαση στην ετικέτα ήχου μέσω QR/NFC	Χαμηλός αλφαριθμητικός, πολύγλωσσος, με προβλήματα όρασης	Σύνδεσμοι κωδικών QR για ηχητική αφήγηση της ετικέτας σε πολλές γλώσσες	Διευρύνει την προσβασιμότητα, τη μάθηση χωρίς αποκλεισμούς

#	Κώδικας Πρακτικής	Περιγραφή	Εμπόδιο στόχου / Κοινό	Παράδειγμα υλοποίησης	Αναμενόμενος αντίκτυπος / όφελος
7	8.1.7	Λίστες ελέγχου Γικ/Ναι-Όχι για βασικές πληροφορίες	Γνωστική απλότητα, χαμηλός αλφαριθμητισμός	Λίστα ελέγχου μπροστά/πίσω: <input type="checkbox"/> Βιολογικές, <input type="checkbox"/> Τεχνητές γεύσεις ✓ X	Απλοποιεί τη λήψη αποφάσεων, μειώνει την ανάγνωση
8	8.1.8	Πολύγλωσσες περιλήψεις βασικών σημείων	Γλωσσική ποικιλομορφία	3-5 Βασικοί ισχυρισμοί στις κύριες τοπικές γλώσσες	Ευρύτερη κατανόηση, μειώνει τα λάθη
9	8.1.9	Τυποποιημένη θέση πλαισίου πληροφοριών	Γνωστική ευκολία	Οι ηθικές πληροφορίες είναι πάντα πάνω δεξιά στην πίσω ετικέτα	Γρήγορη πρόσβαση, μειώνει τον χρόνο αναζήτησης
10	8.1.10	Μορφή ερωτήσεων και απαντήσεων	Γνωστική ευκολία, χαμηλός αλφαριθμητισμός	Ε: «Είναι βιολογικό;» Α: "Ναι"	Αντικατοπτρίζει τη διαδικασία σκέψης των καταναλωτών, διαισθητικό
11	8.1.11	Δωρεάν πλαστικοποιημένοι οδηγοί τσέπης	Κοινωνική εκπαίδευση, υποστήριξη αλφαριθμητισμού	Διανέμεται σε βιβλιοθήκες, σούπερ μάρκετ. περιλαμβάνει εικονογράμματα	Προωθεί τη μάθηση, αναφορά εκτός σύνδεσης
12	8.1.12	Ετικέτες ραφιών στο κατάστημα με εικονίδια	Ευκολία σύγκρισης, χαμηλός αλφαριθμητισμός	Εικονίδια που ταιριάζουν με τη συσκευασία εμφανίζονται στις άκρες των ραφιών	Οπτική στοίχιση, ταχύτερη επιλογή
13	8.1.13	Παιχνιδοποιημένες εφαρμογές σούπερ μάρκετ	Δέσμευση, γραμματισμός, ψηφιακή αλληλεπίδραση	Σαρώστε προϊόντα για να κερδίσετε πόντους για τον εντοπισμό ηθικών χαρακτηριστικών	Παρακινεί τη μάθηση, την επαναλαμβανόμενη δέσμευση
14	8.1.14	Επισήμανση με βάση την ιστορία	Γνωστική δέσμευση, συναισθηματική σύνδεση	Μικρή αφήγηση + φωτογραφία: "Η αγρότισσα Μαρία καλλιεργεί ελιές χωρίς χημικά"	Χτίζει ενσυναίσθηση, ενισχύει την ηθική κατανόηση
15	8.1.15	Κοινωνικά εργαστήρια για την ανάγνωση ετικετών	Εκπαίδευση, αλφαριθμητισμός, κοινωνική ένταξη	Πρακτικά εργαστήρια με πραγματικά προϊόντα και απλοποιημένους οδηγούς	Βελτιώνει τις πρακτικές δεξιότητες, την ευαισθητοποίηση της κοινότητας
16	8.2.1	Υψηλή αντίθεση, μεγάλες γραμματοσειρές	Γνωστική εξασθένιση, οπτική ευκολία	Γραμματοσειρά $\geq 14pt$ , αντίθεση 7:1, Arial	Ευκολότερη αναγνωσιμότητα, μειώνει την



#	Κώδικας Πρακτικής	Περιγραφή	Εμπόδιο στόχου / Κοινό	Παράδειγμα υλοποίησης	Αναμενόμενος αντίκτυπος / όφελος
					καταπόνηση των ματιών
17	8.2.2	Στοιχεία αφής	Γνωστική εξασθένηση, αισθητηριακή υποστήριξη	Ανάγλυφος κύκλος = ευπαθές, γραμμές = αλλεργιογόνο	Υποστηρίζει μη οπτική αναγνώριση
18	8.2.3	Σύντομα, επαναλαμβανόμενα, απλά βασικά μηνύματα	Γνωστική εξασθένηση, υποστηρίξι μηνίμης	Βασικά μηνύματα ≤5 λέξεις, ίδιες Διατύπωση σε όλα τα προϊόντα	Ευκολότερη συγκράτηση, συνέπεια
19	8.2.4	Φωτογραφία από την πραγματική ζωή	Γνωστική εξασθένηση, οπτική αναγνώριση	Φωτογραφία αγρότη για δίκαιο εμπόριο και όχι εικονίδιο	Βελτιώνει την κατανόηση, τη σχετικότητα
20	8.2.5	Ενιαίο σύμβολο "Καλή επιλογή"	Γνωστική εξασθένηση, απλοποιημένη απόφαση	Παγκόσμιο σύμβολο που υποδεικνύει υψηλά ηθικά πρότυπα	Μειώνει την πολυπλοκότητα, καθοδηγεί την ηθική επιλογή
21	8.2.6	Συγκεκριμένη και οικεία γλώσσα	Γνωστική εξασθένηση, σαφήνεια	«Αλιεύονται με τρόπο που κρατά τα ψάρια στον ωκεανό» αντί για αφηρημένο όρο	Σαφής κατανόηση, πρακτική κατανόηση
22	8.2.7	Οπτική σύγκριση «Τώρα εναντίον Τότε».	Γνωστική κατανόηση	Εικόνα δύο πλαισίων που δείχνει αρνητικό έναντι θετικού σεναρίου	Δείχνει αντίκτυπο, υποστηρίζει τη λήψη ηθικών αποφάσεων
23	8.2.8	Συνεπής σχεδιασμός συσκευασίας	Γνωστική εξοικείωση, αναγνώριση	Ίδια διάταξη και τοποθέτηση συμβόλων σε όλα τα επώνυμα προϊόντα	Δημιουργεί προβλεψιμότητα, μειώνει τη σύγχυση
24	8.2.9	Πρώτα-Μετά οπτικοί πίνακες	Συμπεριφορική υποστήριξη	Ακολουθία εικόνων "Πρώτα: Μάγειρας" → "Μετά: Φάε"	Σταδιακή κατανόηση, ενίσχυση δράσης
25	8.2.10	Αποφύγετε την ακαταστασία, διατηρήστε την ιεραρχία	Γνωστική εστίαση	Καθαρή διάταξη, άφθονος λευκός χώρος, περιορισμένα στοιχεία	Εστιάζει την προσοχή, μειώνει την υπερφόρτωση
26	8.2.11	Ένα κυρίαρχο χρώμα για πρωταρχικό όφελος	Γνωστική αναγνώριση	Έντονο περίγραμμα για κύριο ηθικό όφελος	Γρήγορη αναγνώριση σε γεμάτα ράφια

#	Κώδικας Πρακτικής	Περιγραφή	Εμπόδιο στόχου / Κοινό	Παράδειγμα υλοποίησης	Αναμενόμενος αντίκτυπος / όφελος
27	8.2.12	Κινούμενα σχέδια AR που βασίζονται σε σύμβολα	Γνωστική εμπλοκή, ψηφιακός γραμματισμός	Σύμβολο σάρωσης → 3D animation που δείχνει ηθική ιστορία	Συναρπαστική, αξέχαστη μάθηση
28	8.2.13	Συν-σχεδιασμός με οργανώσεις ατόμων με αναπηρία	Συμμετοχικότητα	Εργαστήρια με ομάδες νοητικής αναπηρίας για τον έλεγχο ετικετών	Εξασφαλίζει χρηστικότητα, σχεδιασμό χωρίς αποκλεισμούς
29	8.2.14	Μεγέθη δειγμάτων με καθοδήγηση	Μαθησιακή υποστήριξη	Μικρά οικονομικά δείγματα για διδασκαλία	Ασφαλής, πρακτική εμπειρία
30	8.2.15	Εκπαίδευση προσωπικού λιανικής	Υποστήριξη πελατών, γνωστική προσβασιμότητα	Το προσωπικό μαθαίνει να εξηγεί τις ετικέτες σε απλή γλώσσα	Βελτιώνει τη βοήθεια πελατών, την προσβασιμότητα
31	8.3.1	Πλήρης ενσωμάτωση Braille	Τυφλός/χαμηλή όραση	Braille για την ταυτότητα του βασικού προϊόντος και τα αλλεργιογόνα	Άμεση προσβασιμότητα για τυφλούς καταναλωτές
32	8.3.2	Ετικέτες ήχου που ενεργοποιούνται με NFC	Τυφλή/χαμηλή όραση, πρόσβαση στην τεχνολογία	Πατήστε τηλέφωνο → ηχητική επεξήγηση	Άμεση πρόσβαση στον ήχο, ανεξάρτητη ανάγνωση
33	8.3.3	Ηχητικές εκδόσεις υλικών	Τυφλός/χαμηλή όραση	Ηχητικό βιβλίο εγχειριδίου & φύλλων προϊόντων	Εκπαίδευση χωρίς αποκλεισμούς, πολυαισθητηριακή μάθηση
34	8.3.4	Προσβάσιμος σχεδιασμός με αχρωματοψία	Προβλήματα όρασης	Μοτίβα + σύμβολα μαζί με χρωματικούς κωδικούς	Αποτρέπει την παρερμηνεία, την καθολική κατανόηση
35	8.3.5	Κρατημένες θέσεις & περιγραφόμενα υλικά	Τυφλός/χαμηλή όραση	Καθίσματα στην πρώτη σειρά + λεκτική περιγραφή σε εκδηλώσεις	Συμμετοχή χωρίς αποκλεισμούς, ισότιμη πρόσβαση
36	8.3.6	Άκρα ραφιού υψηλής αντίθεσης, με μεγάλη εκτύπωση	Προβλήματα όρασης	Ετικέτες άκρων ραφιού ύψους 1-2 cm, υψηλής αντίθεσης	Ευκολότερη πλοήγηση στο κατάστημα
37	8.3.7	Υπότιτλοι & ηχητική περιγραφή για βίντεο	Προβλήματα όρασης	Όλα τα βίντεο περιλαμβάνουν υπότιτλους + περιγραφικό ήχο	Προσβασιμότητα για άτομα με προβλήματα όρασης

#	Κώδικας Πρακτικής	Περιγραφή	Εμπόδιο στόχου / Κοινό	Παράδειγμα υλοποίησης	Αναμενόμενος αντίκτυπος / όφελος
38	8.3.8	Εφαρμογές απτικής ανάδρασης	Προβλήματα όρασης, πρόσβαση στην τεχνολογία	Το τηλέφωνο δονείται όταν το προϊόν είναι πιστοποιημένο βιολογικά	Μη οπτική επιβεβαίωση
39	8.3.9	Αναγνώριση αντικειμένων AI	Τυφλή/χαμηλή όραση, πρόσβαση στην τεχνολογία	Η εφαρμογή κάμερας διαβάζει δυνατά την ετικέτα σε πραγματικό χρόνο	Ανεξάρτητη ανάγνωση ετικετών
40	8.3.10	Συνεργαστείτε με οργανισμούς σκύλων-οδηγών/τύφλωσης	Επικύρωση προσβασιμότητας	Συνεργαστείτε για να δοκιμάσετε/επαναλάβετε τις δυνατότητες προσβασιμότητας	Εξασφαλίζει λειτουργική χρηστικότητα
41	8.4.1	Συσκευασία που ανοίγει εύκολα	Περιορισμοί σωματικής επιδεξιότητας	Γλωττίδες, αποσπώμενες σφραγίδες, απαιτείται ελάχιστη δύναμη	Μειώνει την απογοήτευση, βελτιώνει τη χρηστικότητα
42	8.4.2	Μέθοδος μικτής εκδήλωσης	Φυσική κινητικότητα, απομακρυσμένη πρόσβαση	Επιλογές ζωντανής + διαδικτυακής παρακολούθησης	Μεγαλύτερη ένταξη, γεωγραφική πρόσβαση
43	8.4.3	Τηλεφωνική γραμμή υποστήριξης ψηφιακών τηλεφώνων	Ψηφιακός γραμματισμός	Γραμμή χωρίς χρέωση με χειριστές ασθενών που εξηγούν ετικέτες/πλατφόρμες	Μειώνει τα ψηφιακά εμπόδια, την καθοδήγηση των χρηστών
44	8.4.4	Ψηφιακές πλατφόρμες συμβατές με WCAG	Ψηφιακή προσβασιμότητα	Οι ιστότοποι και οι εφαρμογές πληρούν τα πρότυπα WCAG 2.1 AA	Πρόσβαση χωρίς αποκλεισμούς για προγράμματα ανάγνωσης οθόνης και τεχνολογία υποβοήθησης
45	8.4.5	Ψηφιακή διάδοση	Προσβασιμότητα, ανθεκτικότητα	PDF και διαδικτυακό περιεχόμενο. Εκτύπωση κατ' απαίτηση	Ευρεία πρόσβαση, μειώνει τα απόβλητα
46	8.4.6	Χώροι χωρίς εμπόδια	Φυσική πρόσβαση	Ράμπες για αναπηρικά αμαξίδια, προσβάσιμες τουαλέτες, καθαρά μονοπάτια	Εκδηλώσεις χωρίς αποκλεισμούς, φιλικές προς την κινητικότητα
47	8.4.7	Απλή πλοήγηση στον ιστότοπο	Ψηφιακός γραμματισμός	Καθαρά μενού, γραμμές αναζήτησης, καθαρές επικεφαλίδες	Εύκολη ανάκτηση πληροφοριών,



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

#	Κώδικας Πρακτικής	Περιγραφή	Εμπόδιο στόχου / Κοινό	Παράδειγμα υλοποίησης	Αναμενόμενος αντίκτυπος / όφελος
					μειώνει την απογοήτευση
48	8.4.8	Πολλαπλές ψηφιακές μορφές	Συμβατότητα με πρόγραμμα ανάγνωσης οθόνης	PDF, Word, εκδόσεις απλού κειμένου βασικών εγγράφων	Προσβασιμότητα για όλα τα λογισμικά/προγράμματα ανάγνωσης οθόνης
49	8.4.9	Λειτουργία εκτός σύνδεσης για εφαρμογές	Ψηφιακή ισότητα, απομακρυσμένοι χρήστες	Η εφαρμογή αποκωδικοποιητή ετικετών λειτουργεί χωρίς internet	Εξασφαλίζει χρηστικότητα σε περιοχές χαμηλής συνδεσιμότητας
50	8.4.10	Ευέλικτα κανάλια επικοινωνίας	Πρόσβαση στην ποικιλομορφία	Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενημερωτικά δελτία, κοινοτικό ραδιόφωνο, ταχυδρομικές πληροφορίες	Προσεγγίζει διαφορετικά δημογραφικά στοιχεία, ευρεία συμπερίληψη