«ΓΕΥΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΚΛΕΚΤΕΣ»

Παρουσίαση υποστηρικτικών μελετών

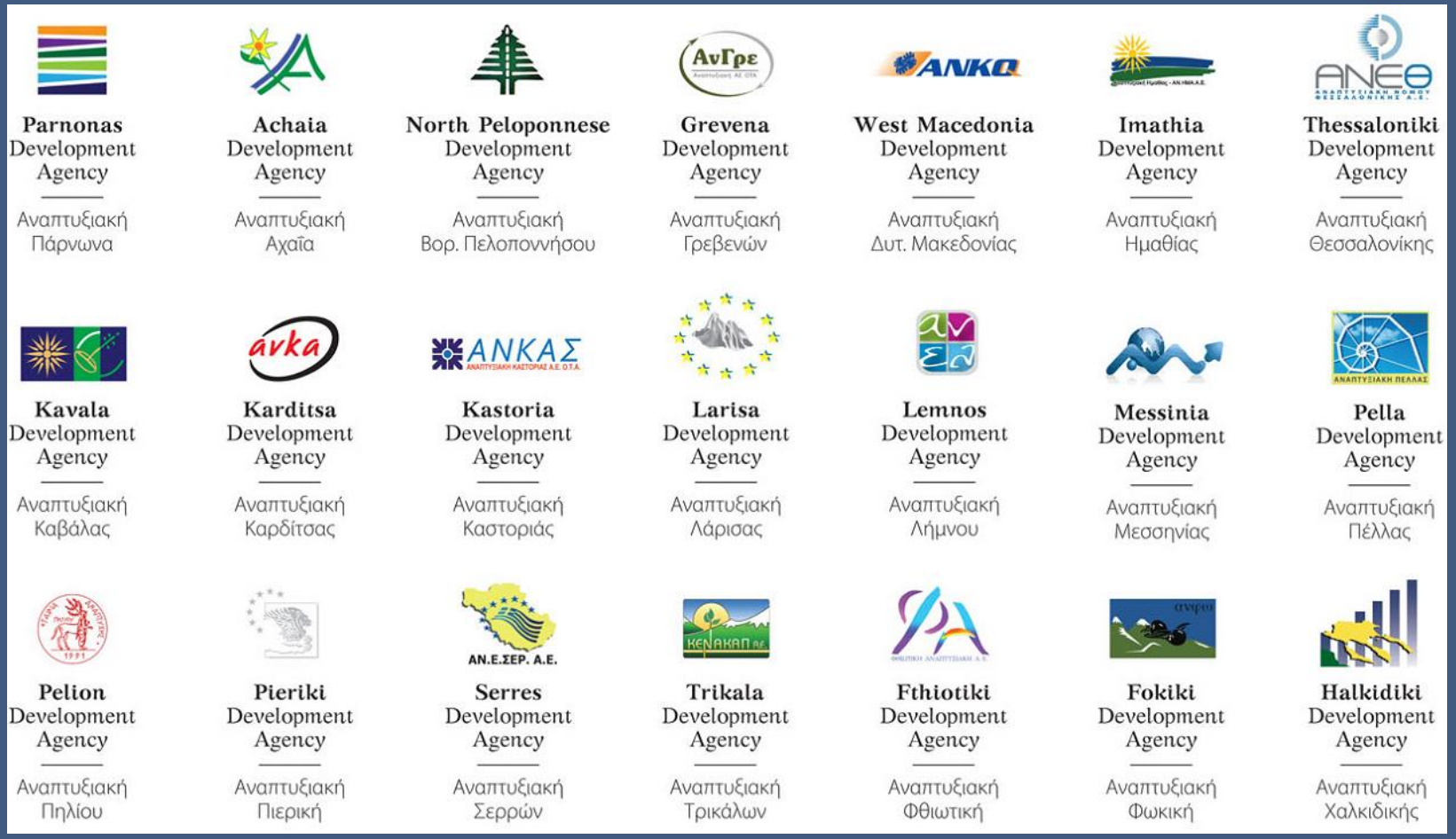
Πάρνωνας α.ε.
Αναπτυξιακή Πελοποννήσου

Η κυρίως φάση του Διατοπικού Σχεδίου περιελάμβανε τις ακόλουθες ενέργειες:

1. **Το ποιοτικό απόθεμα της ελληνικής παραγωγής και γαστρονομίας**.
2. Προβολή και εξωστρέφεια των εκλεκτών ελληνικών γεύσεων με τα πιο εκλεκτά προϊόντα.
3. Το Δίκτυο «Γεύσεις Ελλήνων Εκλεκτές».
4. Οργάνωση – Συντονισμός Σχεδίου.
5. Συναντήσεις και Τεχνική υποστήριξη.

1.Το απόθεμα της ελληνικής παραγωγής και γαστρονομίας

Αναπτυξιακές Εταιρείες που πήραν μέρος στις μελέτες:



1. Επιστημονική παρουσίαση της Διατροφικής αξίας της ελληνικής κουζίνας και των ελληνικών προϊόντων

1. **Για κάθε Αναπτυξιακή χωριστά και επί συνόλου 21 Αναπτυξιακών δόθηκαν:**

   - **Γενικά στοιχεία περιοχής παρέμβασης**
   - **Τοπικά προϊόντα και Γευστικές Συνήθειες της περιοχής**
   - **Έγινε αναλυτική καταγραφή των ΠΟΠ ΠΓΕ προϊόντων με βάση τις προδιαγραφές πιστοποίησης βάση των αντίστοιχων ΦΕΚ**
   - **Αναζητήθηκαν και περιγράφηκαν συνταγές που πέρασαν στον ντόπιο πληθυσμό από γενεά σε γενεά και που χρησιμοποιούμε εμείς σήμερα**

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΑΡΝΩΝΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

ΠΟΠ

- Τυρί Φέτα
- Τυρί Σφέλα
- Τυρί Κεφαλοτύρι
- Τυρί Ανθότυρος
- Τυρί Μυζήθρα
- Τυρί Τελεμές
- Τσακώνικη Μελιτζάνα Λεωνιδίου
- Μήλα Ντελίσιους Πιλάφα Τριπόλεως

ΠΟΠ

- Οίνος Μονεμβασιά - Malvasia
- Ελαιόλαδο Βλαχιώτη Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Γεράκι Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Κροκεές Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Μονεμβασιά Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Πάκια Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Πέτρινα Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Σπάρτη Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Φοινίκι Λακωνίας
- Ελαιόλαδο Απιδιά Λακωνίας

ΠΓΕ

- Οίνος Λακωνία
- Οίνος Τεγέα
- Οίνος Αργολίδα
- Ελαιόλαδο Λακωνία

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΑΡΝΩΝΑ

- Αρνάκι με κάστανα
- Λαγωτό Τριπόλεως
- Χοιρινοκαγιανάς με ντομάτα
- Πηχτή
- Τσακώνικες μελιτζάνες στο φούρνο
- Γλυκό του κουταλιού κάστανο

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

ΠΟΠ

- Τυρί Φέτα
- Τυρί Σφέλα
- Τυρί Κεφαλοτύρι
- Τυρί Ανθότυρος
- Τυρί Μυζήθρα
- Τυρί Τελεμές

ΠΟΠ

- Ελαιόλαδο Καλαμάτα
- Ελαιόλαδο Τριφυλία
- Ελαιόλαδο Μεσσήνη
- Ελαιόλαδο Πυλία
- Ελιά Καλαμάτας

ΠΓΕ

- Ελαιόλαδο Μεσσηνία
- Οίνος Τριφυλία
- Οίνος Πυλία
- Οίνοι Μεσσηνία

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

- Χοιρομέρι ψητό με κόκκινο κρασί
- Ρεγάλι Μάνης
- Μαυρομάτικα φασόλια με χόρτα
- Μπακαλιάρος τσιλαδιά με Κορινθιακή σταφίδα
- Λαλάγγια
- Καλαματιανό παστέλι

2. Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας.

Στην εν λόγω μελέτη καταγράφηκαν:

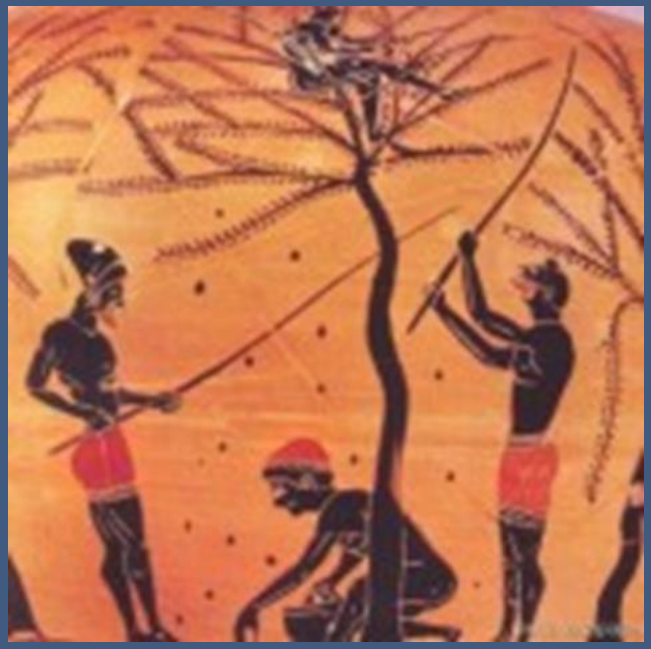
A. **Οι διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων και**

B. **Αναπτύχθηκε ένας οδηγός για την ανάπτυξη τοπικών συστημάτων τροφίμων.**

2. Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας.

Α.

Αρχαίοι χρόνοι



Ελαιόλαδο - Ψάρια – Κρέας – Όσπρια – Δημητριακά – Τυροκομικά – Λαχανικά – Φρούτα - Ξηροί καρποί – Μέλι - Κρασί

2. Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας.

Α.

Βυζαντινοί χρόνοι

Ψωμί - Λάδι - Ελιές – Τυρί - Κρέας – Όσπρια – Δημητριακά – Λαχανικά – Φρούτα

2. Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας.

Ελληνική παραδοσιακή διατροφή (νεότεροι χρόνοι)

Λαχανικά, Χόρτα, Όσπρια, Ψάρια, Θαλασσινά, Φρούτα, Κρέας, Τυριά, Γιαούρτι, Μέλι, Κρασί κ.α.
Κύριο χαρακτηριστικό της: μικρά πιάτα - πολύχρωμα τραπέζια από διαφορετικά τρόφιμα

2. Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας.

η σύγχρονη διατροφή σε σχέση με τη Μεσογειακή Διατροφή

Κατηγορία τροφών	Συνιστώμενη κατανάλωση εβδομαδιαίως (φορές την εβδομάδα)	Διατροφικές συνήθειες (φορές την εμβδομάδα)	Απόκλιση
Αλκοολούχα ποτά πλην κρασιού	0	0,9	**0,9**
Αυγά	3	1,1	**-1,9**
Πουλερικά	4	1,4	**-2,6**
Ψάρια	5	1,4	**-3,6**
Όσπρια	4	1,6	**-2,4**
Κόκκινο κρέας	1	1,8	**0,8**
Γλυκά	3	2	**-1**
Ζυμαρικά- ρύζι	7	2	**-5**
Πατάτες	3	2,1	**-0,9**
Κρασί	7	2,1	**-4,9**
Γαλακτοκομικά	7	5,2	**-1,8**
Λαχανικά	7	5,4	**-1,6**
Τυρί	7	5,7	**-1,3**
Φρούτα	7	5,7	**-1,3**
Ψωμί	7	5,9	**-1,1**
Ελαιόλαδο	7	6,8	**-0,2**

2. Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας.

Β. **Ανάπτυξη Τοπικών Συστημάτων Τροφίμων**

στόχος:

ανάδειξη των τοπικών προϊόντων και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, την τυποποίηση εν συνεχεία της παραγωγής τους αλλά και την διάθεσή τους με τον πιο πρόσφορο τρόπο σε μακροπρόθεσμη βάση

2. Ερευνητικές εργασίες αύξησης προστιθέμενης αξίας στην ελληνική διατροφή και στα προϊόντα ποιότητας.

β. Σχεδιασμός περιλαμβάνει τρεις φάσεις:

Φάση Πρώτη:

- **Τον εντοπισμό αρχικά του συνόλου των υποψηφίων προϊόντων**

Φάση Δεύτερη:

- **Την επιλογή των λίγων προκρινόμενων ανάμεσα σε αυτά**

Φάση Τρίτη:

- **Τη διερεύνηση της δυνατότητας παραγωγής τους σε κρίσιμο όγκο**

3. Μελέτη-Έρευνα αγοράς διείσδυσης πιστοποιήσεων κατά ΠΟΠ, ΠΓΕ

Ζητούμενα

Καταναλωτές:

1. **Τη γνώση ή όχι της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ,**
2. **Το βαθμό αντίληψης της αξίας της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ,**
3. **Την επίδραση της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ στην τελική επιλογή του καταναλωτή μεταξύ ομοειδών προϊόντων (βαθμός εμπιστοσύνης), με και χωρίς πιστοποίηση,**
4. **Την αντίληψη εκ μέρους του καταναλωτή της διατροφικής αξίας των προϊόντων ΠΟΠ ή ΠΓΕ,**
5. **Τη διάθεση του τελικού καταναλωτή να πληρώσει παραπάνω για την επιλογή ενός προϊόντος ΠΟΠ ή ΠΓΕ, μεταξύ ομοειδών προϊόντων με και χωρίς πιστοποίηση.**

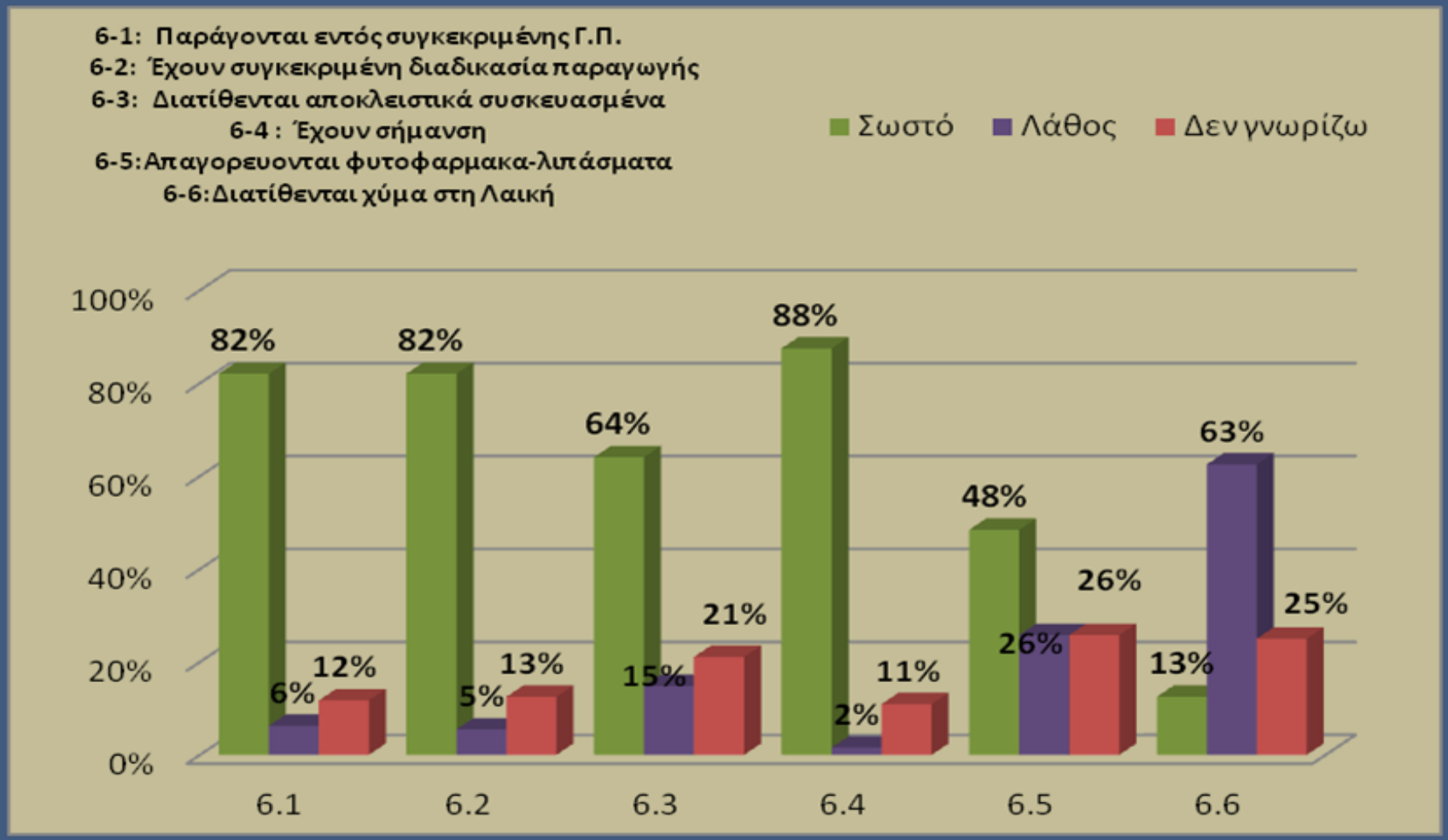
καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 1:

Τη γνώση ή όχι της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ

- **Οι καταναλωτές έχουν μια ικανοποιητική άποψη για το τι είναι η πιστοποίηση κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ με βάση τις βασικές τους τεχνικές προδιαγραφές.**
- **Ανιχνεύεται μία σύγχυση με την πιστοποίηση κατά βιολογική γεωργία.**
- **Οι καταναλωτές δεν κατάφεραν να αντιπαραβάλουν ικανοποιητικά τα σήματα που είδαν με τις αντίστοιχες πιστοποιήσεις.**
- **Παρατηρείται σύγχυση μεταξύ, ενός προϊόντος που φέρει απλά ένα γεωγραφικό προσδιορισμό στην ετικέτα του και ενός πραγματικού ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ προϊόντος με σήμανση.**

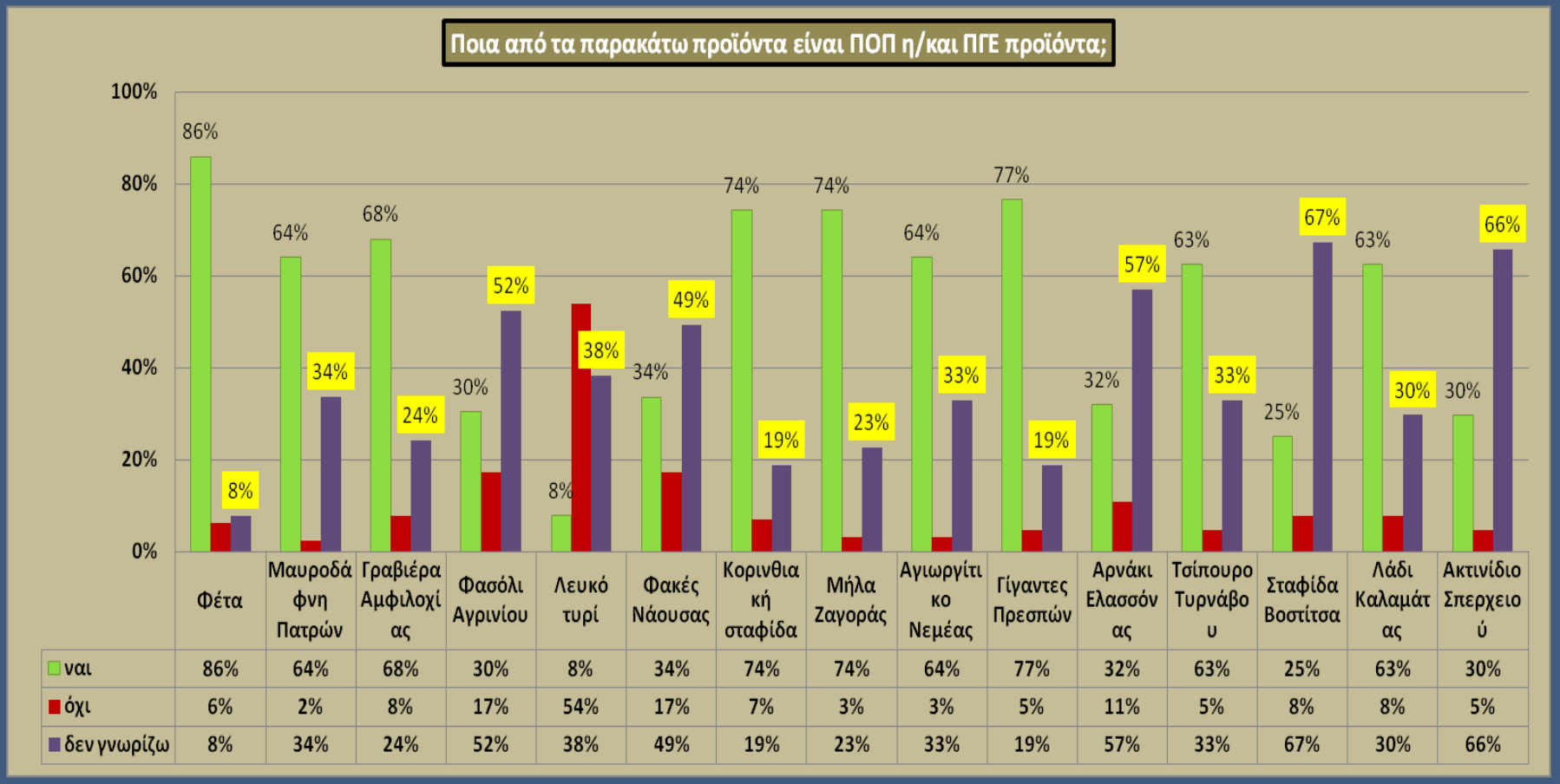
καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 1:

Τη γνώση ή όχι της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ



καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 1:

Τη γνώση ή όχι της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ



	Φέτα	Μαυροδάφνη Πατρών	Γραβιέρα Αμφιλοχίας	Φασόλι Αγρινίου	Λευκό τυρί	Φακές Νάουσας	Κορινθιακή σταφίδα	Μήλα Ζαγοράς	Αγιωργίτικο Νεμέας	Γίγαντες Πρεσπών	Αρνάκι Ελασσόνας	Τσίπουρο Τυρνάβου	Σταφίδα Βοστίτσα	Λάδι Καλαμάτας	Ακτινίδιο Σπερχειού
ναι	86%	64%	68%	30%	8%	34%	74%	74%	64%	77%	32%	63%	25%	63%	30%
όχι	6%	2%	8%	17%	54%	17%	7%	3%	3%	5%	11%	5%	8%	8%	5%
δεν γνωρίζω	8%	34%	24%	52%	38%	49%	19%	23%	33%	19%	57%	33%	67%	30%	66%

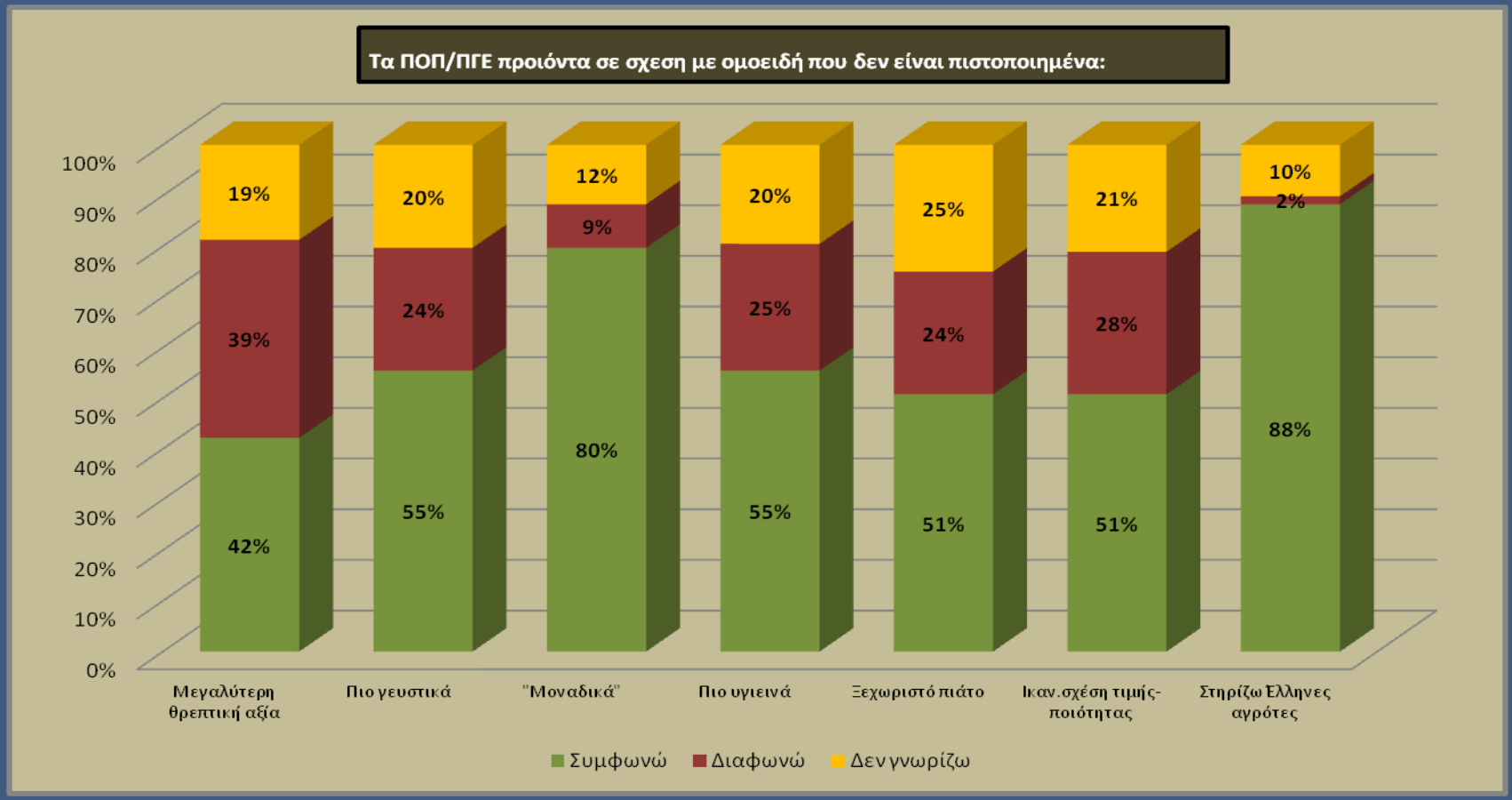
καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 2:
Ο βαθμός αντίληψης της αξίας της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ

Η αντίληψη που έχουν οι καταναλωτές για την αξία της πιστοποίησης των ΠΟΠ η/και ΠΓΕ προϊόντων σε σχέση με ομοειδή προϊόντα που δεν είναι ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ, έγκειται:

- **στην Ελληνικότητα των προϊόντων - αγοράζοντάς τα ο καταναλωτής γνωρίζει ότι στηρίζει Έλληνες παραγωγούς και επιχειρήσεις,**
- **στην μοναδικότητα τους (τόπος παραγωγής, τρόπος παραγωγής, γενετικό υλικό) και**
- **ότι τους δίνει την δυνατότητα να δημιουργήσουν ένα γευστικό και ξεχωριστό πιάτο.**

καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 2:

Ο βαθμός αντίληψης της αξίας της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ



καταναλωτές - ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 3:

Επίδραση της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ στην τελική επιλογή του καταναλωτή μεταξύ ομοειδών προϊόντων (βαθμός εμπιστοσύνης), με και χωρίς πιστοποίηση.

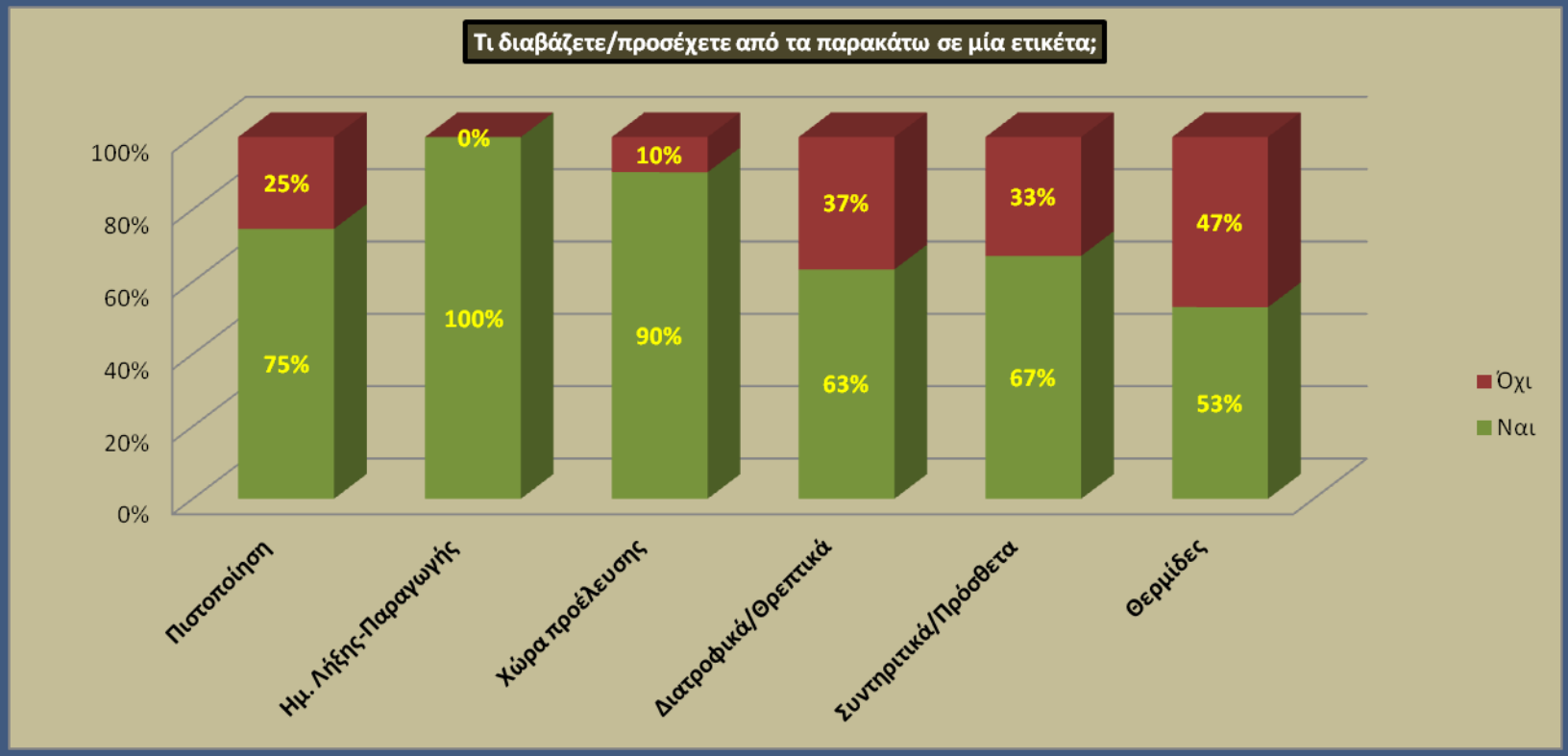
Οι καταναλωτές:

- **προσέχουν και διαβάζουν τις πιστοποιήσεις στην ετικέτα.**
- **προτιμούν τα προϊόντα που έχουν πιστοποίηση κατά ΠΟΠ η/και ΠΓΕ στην ετικέτα τους έναντι των ομοειδών τους που δεν έχουν πιστοποίηση.**

Όμως η εμπιστοσύνη των καταναλωτών είναι κλονισμένη, σε ότι αφορά τους μηχανισμούς πιστοποίησης και τα αναγραφόμενα στην ετικέτα.

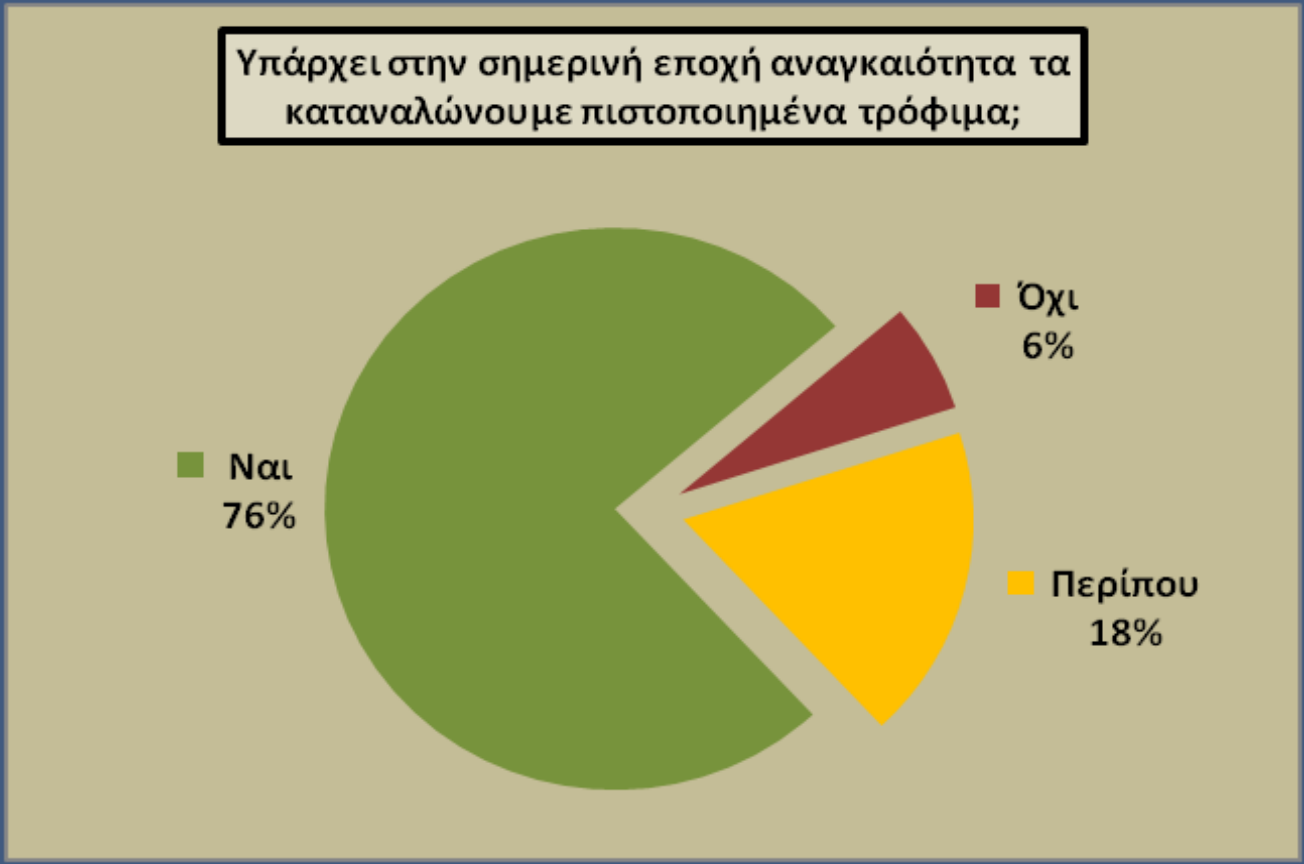
καταναλωτές - ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 3:

Επίδραση της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ στην τελική επιλογή του καταναλωτή μεταξύ ομοειδών προϊόντων (βαθμός εμπιστοσύνης), με και χωρίς πιστοποίηση.



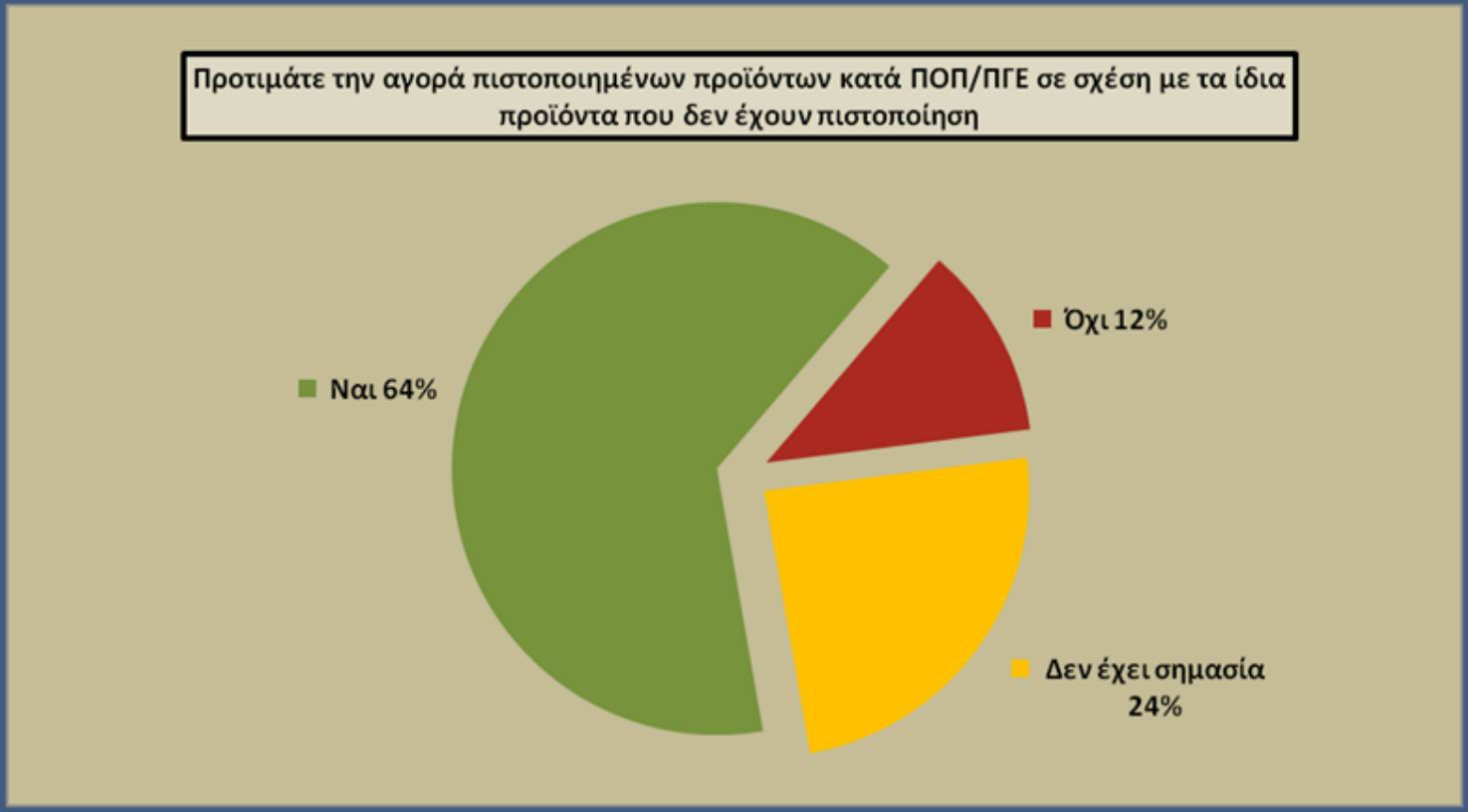
καταναλωτές - ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 3:

Επίδραση της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ στην τελική επιλογή του καταναλωτή μεταξύ ομοειδών προϊόντων (βαθμός εμπιστοσύνης), με και χωρίς πιστοποίηση.



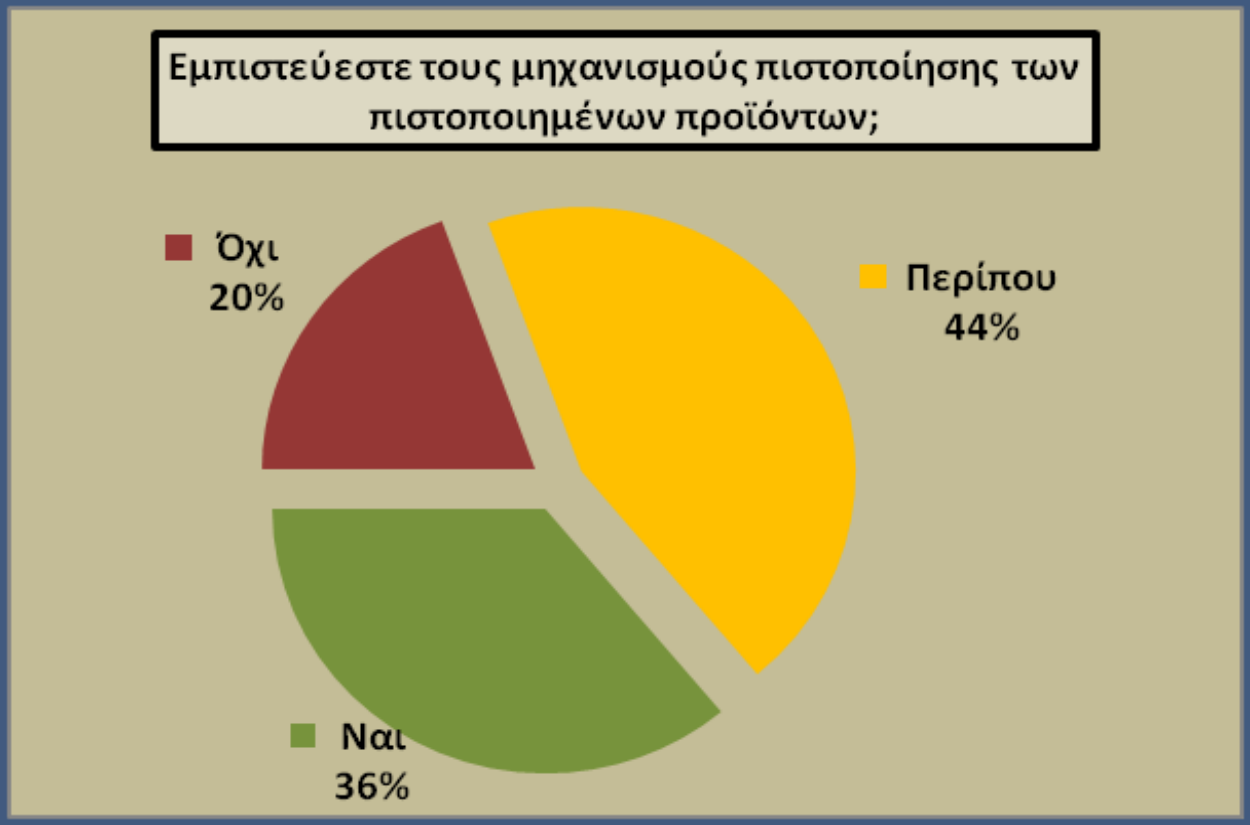
καταναλωτές - ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 3:

Επίδραση της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ στην τελική επιλογή του καταναλωτή μεταξύ ομοειδών προϊόντων (βαθμός εμπιστοσύνης), με και χωρίς πιστοποίηση.



καταναλωτές - ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 3:

Επίδραση της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ στην τελική επιλογή του καταναλωτή μεταξύ ομοειδών προϊόντων (βαθμός εμπιστοσύνης), με και χωρίς πιστοποίηση.



καταναλωτές - ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 3:

Επίδραση της πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή ΠΓΕ στην τελική επιλογή του καταναλωτή μεταξύ ομοειδών προϊόντων (βαθμός εμπιστοσύνης), με και χωρίς πιστοποίηση.

καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 4*:*

Την αντίληψη εκ μέρους του καταναλωτή της διατροφικής αξίας των προϊόντων ΠΟΠ ή ΠΓΕ.

Οι καταναλωτές προσδίδουν μια ιδιαίτερη διατροφική αξία στα προϊόντα ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ σε σχέση με τα ομοειδή τους.

- **Η διατροφική αξία περιγράφεται περισσότερο με υποκειμενικά χαρακτηριστικά παρά με αντικειμενικά**
- **Κυριαρχούν οι έννοιες:**
  - **«πιο υγιεινά»**
  - **«πιο μοναδικά»**
  - **«πιο γευστικά»**

Η έννοια «πιο θρεπτικά», αποτελεί αντικείμενο περαιτέρω διερεύνησης.

Καταγράφεται και πάλι σύγχυση με τα βιολογικά προϊόντα.

καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 5:
Τη διάθεση του τελικού καταναλωτή να πληρώσει παραπάνω για την επιλογή ενός προϊόντος ΠΟΠ ή ΠΓΕ, μεταξύ ομοειδών προϊόντων με και χωρίς πιστοποίηση

- **Οι περισσότεροι καταναλωτές άλλαξαν τις γενικές καταναλωτικές τους συνήθειες λόγω κρίσης.**

- **Τουλάχιστον οι μισοί καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν πιο ακριβά τα ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ προϊόντα προκειμένου να τα αγοράσουν.**

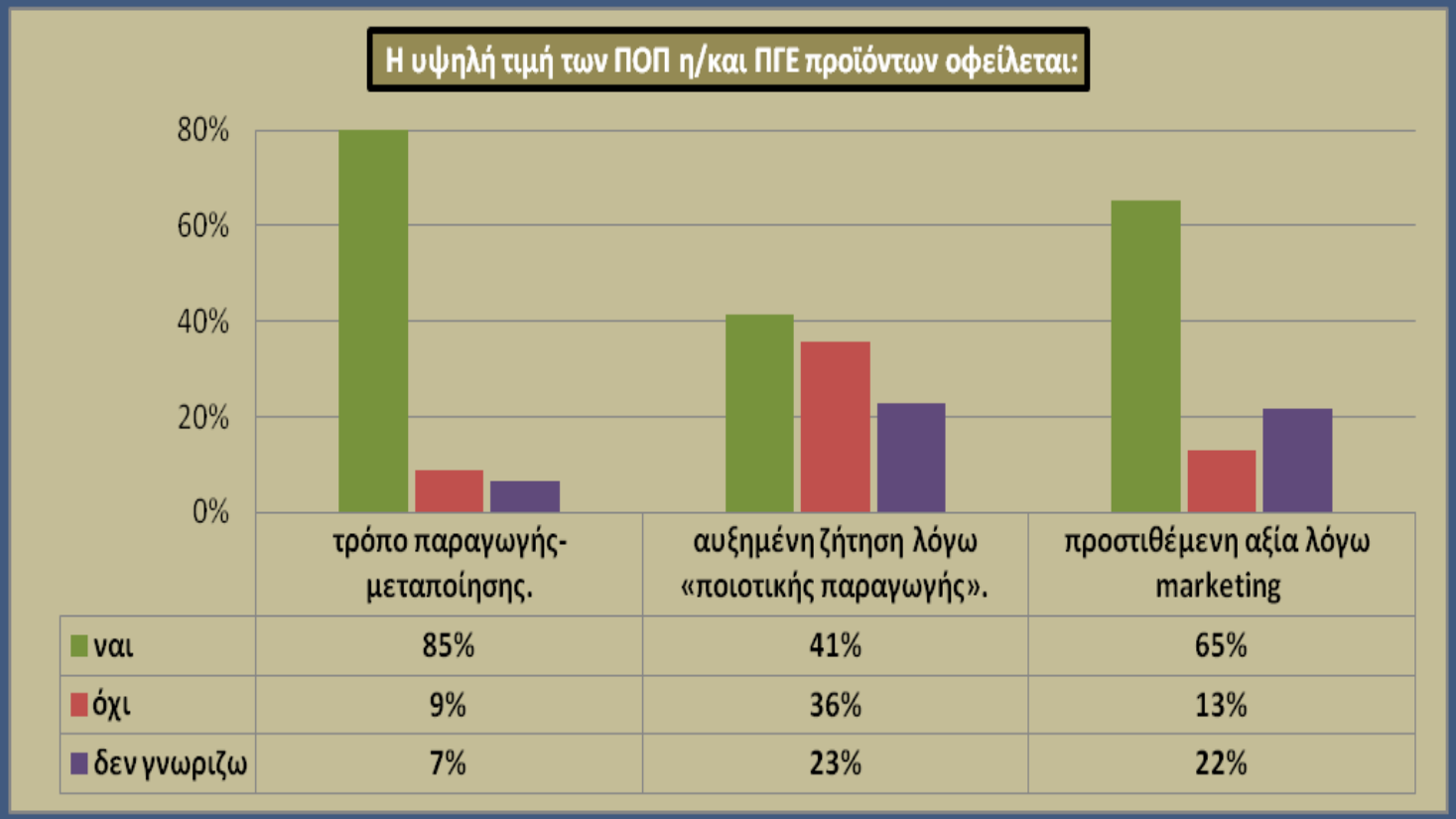
- **Η κρίση αποτελεί για τους καταναλωτές ένα επιπλέον κίνητρο στο να αγοράσουν Ελληνικά προϊόντα.**

καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 5:

Τη διάθεση του τελικού καταναλωτή να πληρώσει παραπάνω για την επιλογή ενός προϊόντος ΠΟΠ ή ΠΓΕ, μεταξύ ομοειδών προϊόντων με και χωρίς πιστοποίηση

καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 5:

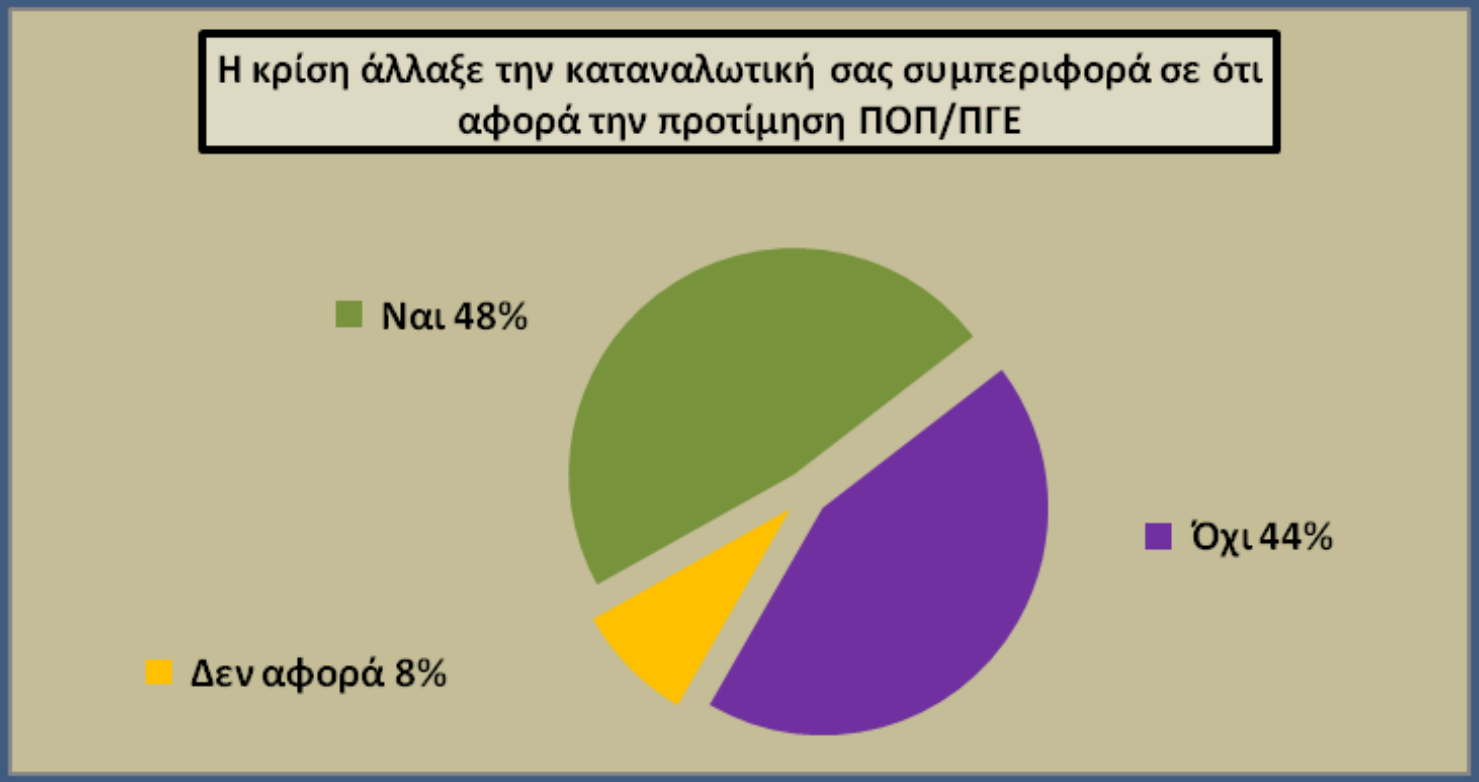
Τη διάθεση του τελικού καταναλωτή να πληρώσει παραπάνω για την επιλογή ενός προϊόντος ΠΟΠ ή ΠΓΕ, μεταξύ ομοειδών προϊόντων με και χωρίς πιστοποίηση



	τρόπο παραγωγής-μεταποίησης.	αυξημένη ζήτηση λόγω «ποιοτικής παραγωγής».	προστιθέμενη αξία λόγω marketing
ναι	85%	41%	65%
όχι	9%	36%	13%
δεν γνωριζω	7%	23%	22%

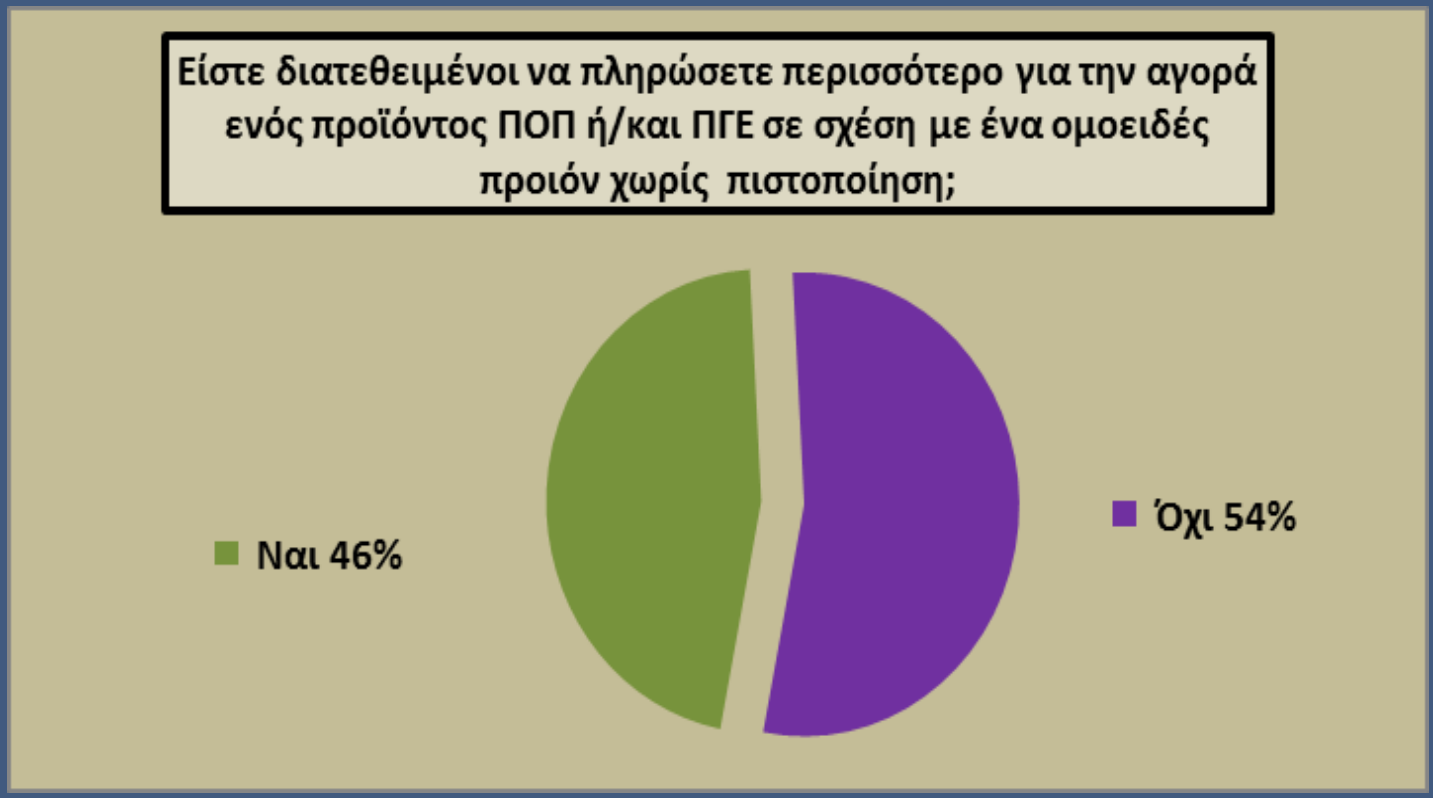
καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 5:

Τη διάθεση του τελικού καταναλωτή να πληρώσει παραπάνω για την επιλογή ενός προϊόντος ΠΟΠ ή ΠΓΕ, μεταξύ ομοειδών προϊόντων με και χωρίς πιστοποίηση



καταναλωτές ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 5:

Τη διάθεση του τελικού καταναλωτή να πληρώσει παραπάνω για την επιλογή ενός προϊόντος ΠΟΠ ή ΠΓΕ, μεταξύ ομοειδών προϊόντων με και χωρίς πιστοποίηση



Ανάλυση του προφίλ των καταναλωτών σε σχέση με τα ζητούμενα ανά ερώτηση:

Ύπαρξη οικογένειας, διαχειριστής νοικοκυριού, απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ηλικιακή κατηγορία 30-44 ετών και δευτερευόντως η κατηγορία 45-64 ετών, οικονομική κατάσταση έως 12.000 χιλ. ευρώ και δευτερευόντως έως 24.000 χιλ. ευρώ,

- **είναι περισσότερο ενημερωμένοι και**
- **αν και επλήγησαν από την κρίση είναι έτοιμοι να πληρώσουν περισσότερο προκειμένου να αγοράσουν πιστοποιημένα προϊόντα.**

Ζητούμενα

Παραγωγοί:

1. **Την υφιστάμενη γνώση τους ή πληροφόρηση τους για τα προϊόντα ΠΟΠ ή ΠΓΕ,**
2. **Τη διαθεσιμότητά τους για την εμπλοκή τους σε διαδικασία πιστοποιήσεων,**
3. **Το κατά πόσο η διαδικασία αυτή τους αποφέρει μεγαλύτερο οικονομικό όφελος ή όχι (συνυπολογίζοντας αυξημένα καλλιεργητικά ή πάσης φύσης κόστη και αντίστοιχα αυξημένη τιμή παραγωγού),**
4. **Το βαθμό δυσκολίας τήρησης των διαδικασιών πιστοποίησης από κάθε άποψη,**
5. **Το κατά πόσο είναι εφικτή η εύρεση πωλητών για τα προϊόντα τους.**

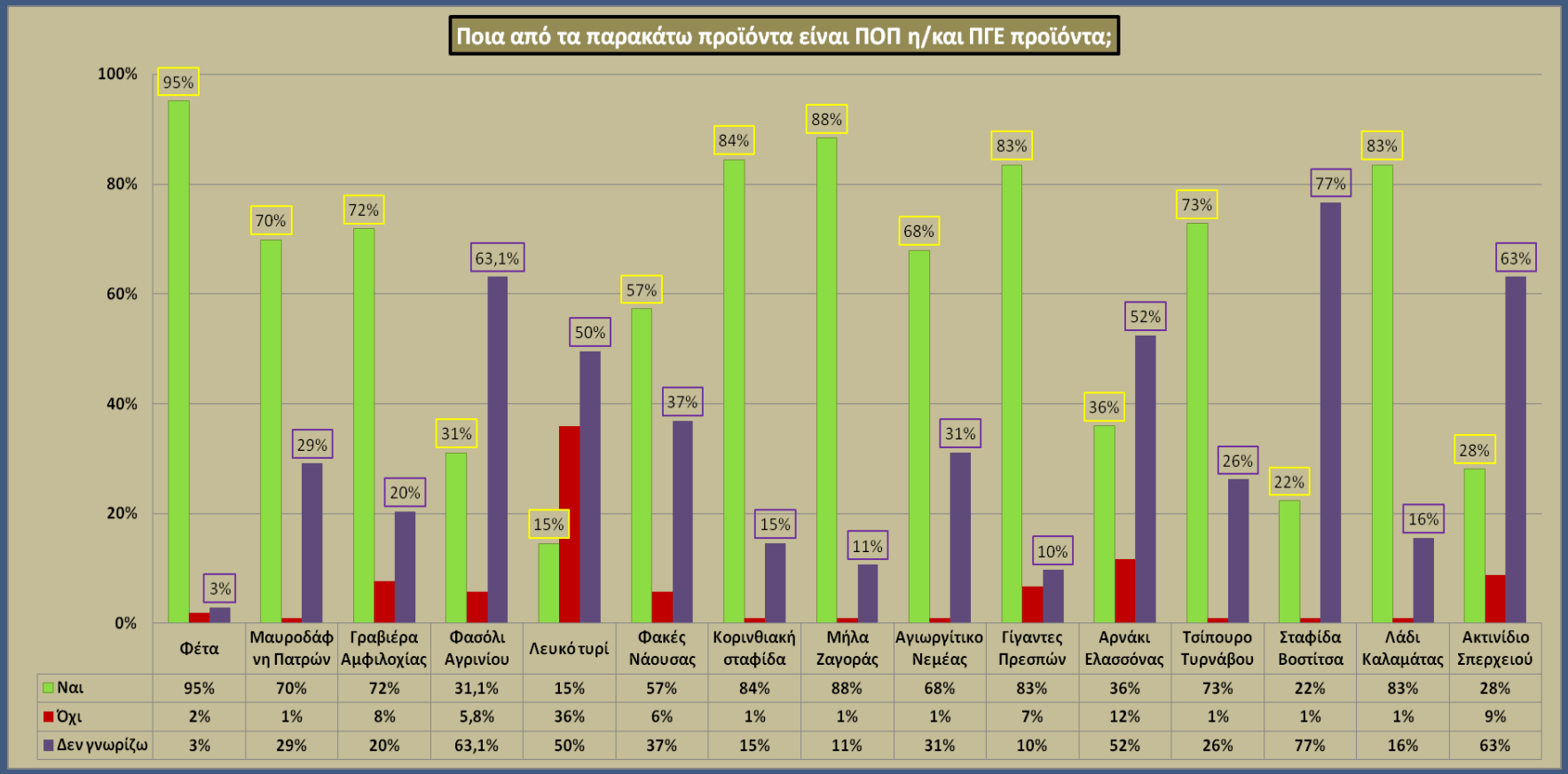
ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 1:
Την υφιστάμενη γνώση τους ή πληροφόρηση τους για τα προϊόντα ΠΟΠ ή ΠΓΕ

- **Οι παραγωγοί που εμπλέκονται άμεσα με την παραγωγή των ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ προϊόντων από την έρευνα φάνηκε να έχουν μια ικανοποιητική πληροφόρηση γύρω από τα προϊόντα αυτά.**

- **Η γνώση όμως των υπολοίπων παραγωγών για τα ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ προϊόντα, παρόλο που είναι επαγγελματίες του πρωτογενή τομέα, δεν κρίνεται ικανοποιητική.**

ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 1:

Την υφιστάμενη γνώση τους ή πληροφόρηση τους για τα προϊόντα ΠΟΠ ή ΠΓΕ



	Φέτα	Μαυροδάφνη Πατρών	Γραβιέρα Αμφιλοχίας	Φασόλι Αγρινίου	Λευκό τυρί	Φακές Νάουσας	Κορινθιακή σταφίδα	Μήλα Ζαγοράς	Αγιωργίτικο Νεμέας	Γίγαντες Πρεσπών	Αρνάκι Ελασσόνας	Τσίπουρο Τυρνάβου	Σταφίδα Βοστίτσα	Λάδι Καλαμάτας	Ακτινίδιο Σπερχειού
Ναι	95%	70%	72%	31,1%	15%	57%	84%	88%	68%	83%	36%	73%	22%	83%	28%
Όχι	2%	1%	8%	5,8%	36%	6%	1%	1%	1%	7%	12%	1%	1%	1%	9%
Δεν γνωρίζω	3%	29%	20%	63,1%	50%	37%	15%	11%	31%	10%	52%	26%	77%	16%	63%

ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 2:
Τη διαθεσιμότητά τους για την εμπλοκή τους σε διαδικασία πιστοποιήσεων

- **Οι παραγωγοί, οι οποίοι είναι ήδη παραγωγοί ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ, είναι ήδη προσαρμοσμένοι στις απαιτήσεις του συστήματος πιστοποίησης.**

- **Οι υπόλοιποι παραγωγοί σε πολύ μεγάλο ποσοστό δηλώνουν τη θέλησή τους να τηρήσουν τις προδιαγραφές πιστοποίησης κατά ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ, αλλάζοντας τις καλλιεργητικές τους πρακτικές.**

Επίσης οι παραγωγοί οποίοι δεν παράγουν ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ προϊόντα, επιθυμούν να συμμετάσχουν σε συλλογικές διαδικασίες προκειμένου να πιστοποιηθούν.

ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 3:
Το κατά πόσο η διαδικασία αυτή τους αποφέρει μεγαλύτερο οικονομικό όφελος ή όχι (συνυπολογίζοντας αυξημένα καλλιεργητικά ή πάσης φύσης κόστη και αντίστοιχα αυξημένη τιμή παραγωγού).

- **Οι ερωτηθέντες παραγωγοί που παράγουν ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ προϊόντα, πιστεύουν ότι έχουν μεγαλύτερο οικονομικό όφελος επειδή παράγουν ένα πιστοποιημένο προϊόν.**

- **Επιπρόσθετα πιστεύουν ότι υπάρχει και άλλο περιθώριο κέρδους για τους ίδιους, εξασφαλίζοντας καλύτερη τιμή από τους μεταποιητές/συσκευαστές αλλά και πληρώνοντας οι καταναλωτές, σε υψηλότερη τιμή, τα εν λόγω προϊόντα.**

ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 4:
Το βαθμό δυσκολίας τήρησης των διαδικασιών πιστοποίησης από κάθε άποψη

- **Οι παραγωγοί που παράγουν ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ, γνωρίζουν τις προδιαγραφές πιστοποίησης κατά ΠΟΠ η/και ΠΓΕ.**

- **Οι παραγωγοί που παράγουν ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ, δεν έχουν καμία δυσκολία στο να τηρήσουν τις προδιαγραφές πιστοποίησης.**

- **Οι παραγωγοί που παράγουν ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ είναι διατεθειμένοι να δεχτούν αυστηροποίηση του κανονιστικού πλαισίου πιστοποίησης προκειμένου να διαφυλάξουν την αξιοπιστία του προϊόντος τους.**

ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ 5:
Το κατά πόσο είναι εφικτή η εύρεση πωλητών για τα προϊόντα τους

- **Οι παραγωγοί που πωλούν την πρώτη ύλη τους για τη δημιουργία ενός προϊόντος ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ, βρίσκουν αγορές για τα προϊόντα τους.**

- **Οι ίδιοι οι παραγωγοί επιθυμούν να βελτιωθούν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της αγοράς στην οποία κινούνται, παρόλο που αυτό μπορεί να αποβεί εις βάρος του μεγέθους της παραγωγής τους σε πρώτη ύλη ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ.**

Προτάσεις καταναλωτές:

1. **Ο σχεδιασμός ενός καινούργιου, διακριτικότερου και ευκολότερα αναγνωρίσιμου σήματος όπως:**

είμαι πιστοποιημένο

είμαι ΠΟΠ/ΠΓΕ

πέρασα τον έλεγχο, είμαι ΠΟΠ/ΠΓΕ

Προτάσεις καταναλωτές:

2.Προτείνεται μία εκστρατεία ενημέρωσης με θεματολογία:

- **τι είναι το ΠΟΠ/ΠΓΕ προϊόν,**
- **με ποιες διαδικασίες παράγετε,**
- **ποια η διαφορά τους από τα βιολογικά προϊόντα**
- **παρουσίαση των ιδιαιτεροτήτων τους όπως οι ίδιοι οι καταναλωτές τις σκιαγράφησαν από τις επιλογές τους στην ανάλυση των αντικειμενικών και υποκειμενικών χαρακτηριστικών**

Προτάσεις καταναλωτές:

Συνέχεια:

- **Η ενημέρωση θα πρέπει να στοχεύσει πρωτίστως στον πληθυσμό της τοπικής κοινωνίας, της περιοχής παρέμβασης και ιδιαίτερα στις μικρές ηλικίες (μαθητές).**

- **Ευρύτερη ενέργεια προβολής. Η ενέργεια αυτή προβολής, θα μπορούσε να αναπτυχθεί στις Ελληνικές, κατά προτίμηση αλυσίδες σούπερ μάρκετ, όλης της Ελλάδας, αφού όπως φάνηκε από την έρευνα, τα σούπερ μάρκετ αποτελούν το πιο δημοφιλές σημείο πώλησης τροφίμων για τους καταναλωτές.**

Προτάσεις καταναλωτές:

3. Δημιουργία ιστοσελίδας όπου θα προβάλλεται το «Δίκτυο Γεύσεων Ελλήνων Εκλεκτών».

4. Ανάρτηση στις ιστοσελίδες των Αναπτυξιακών Εταιρειών, πλήρη καταλόγου ΠΟΠ/ΠΓΕ προϊόντων της περιοχής παρέμβασης με πληροφορίες για τα προϊόντα αυτά, με τους παραγωγούς που τα παράγουν, τους μεταποιητές, και τα σημεία πώλησης που μπορούν να τα βρουν

Προτάσεις καταναλωτές:

5. Διοργάνωση από τους ντόπιους παραγωγούς “Open Sunday” προκειμένου να επισκέπτεται το κοινό τους χώρους παραγωγής, να ενημερώνεται, να προτείνονται συνταγές, να δίδεται ενημερωτικό υλικό, να γίνεται γευσιγνωσία, κ.ά

6. Διοργάνωση από το Δήμο εκδηλώσεων με τοπικά εδέσματα φτιαγμένα από τους κατοίκους, για τους επισκέπτες και όχι μόνο, σε συνδυασμό με μια τοπική εορτή.

Προτάσεις καταναλωτές:

7. **Δημιουργία τοπικών ή περιφερειακών δικτύων με την ονομασία:**

- **«Οι δρόμοι των ΠΟΠ/ΠΓΕ»** ή
- **«Τα μονοπάτια των ΠΟΠ/ΠΓΕ»** ή
- **«Τα μονοπάτια των Δικών μας Προϊόντων»** ή
- **«Διαδρομές Ελληνικών Γεύσεων»** ή
- **«Οι Δρόμοι που Γευτήκαμε»**.

Προτάσεις καταναλωτές:

8. Για κάθε περιοχή παρέμβασης προτείνεται η δημιουργία ενός πιλοτικού εμπορικού καταστήματος αναλόγου αισθητικής, με τις ίδιες προδιαγραφές για όλες τις περιοχές με την μέθοδο του franchise, για την αποκλειστική πώληση ΠΟΠ/ΠΓΕ προϊόντων της περιοχής παρέμβασης και σε δεύτερο χρόνο, άλλων περιοχών.

Προτάσεις καταναλωτές:

Σε βάθος χρόνου, το συγκεκριμένο εμπορικό κατάστημα θα μπορούσε να λειτουργεί εν ήδη πολυκαταστήματος ΠΟΠ/ΠΓΕ σε όλες τις περιοχές της Ελλάδος αλλά και στο Εξωτερικό. Προτείνονται σημεία δημιουργίας του εν λόγω καταστήματος πολυσύχναστες τουριστικές και εμπορικές περιοχές όπως duty free αεροδρομίων, mall, σταθμοί ΚΤΕΛ, σταθμοί τρένων και λιμάνια.

Προτάσεις παραγωγοί:

1. Ενημέρωση των παραγωγών που δεν παράγουν ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ προϊόντα, και οι οποίοι εδρεύουν σε περιοχές ΠΟΠ η/και ΠΓΕ, για τα οφέλη της πιστοποίησης προκειμένου να ενταχθούν.

<u>Ιδιαίτερα θα πρέπει να δοθεί προσοχή στους νέους αγρότες.</u>

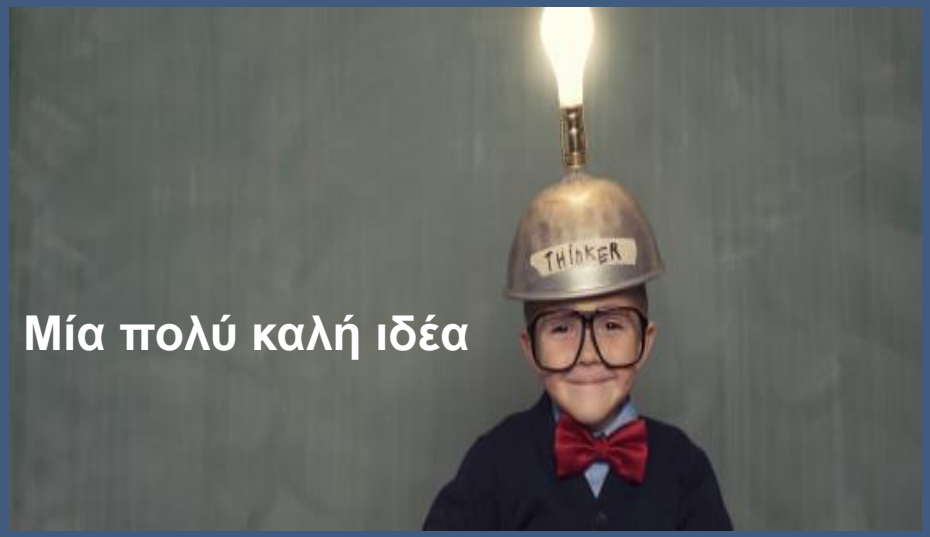
Στην διαδικασία αυτή πρέπει να εμπλακούν οι κατά τόπους Διευθύνσεις Αγροτικής Ανάπτυξης των Περιφερειακών Ενοτήτων και οι Ενώσεις Αγροτικών Συνεταιρισμών των αντίστοιχων περιοχών.

Προτάσεις παραγωγοί:

2. Εντατικοποίηση των ελέγχων που αφορούν την παραγωγή και χρήση της πρώτης ύλης που προορίζεται για την παραγωγή τελικού προϊόντος ΠΟΠ ή/και ΠΓΕ

3. Εντατικοποίηση της διαδικασίας ιχνηλασιμότητας στους μεταποιητές/συσκευαστές

«Γεύσεις Ελλήνων Εκλεκτές»



Μία πολύ καλή ιδέα

Συνεργιστική δράση

Σας ευχαριστώ

Πάρνωνας α.ε.
Αναπτυξιακή Πελοποννήσου