

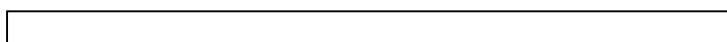


ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΣΧΟΛΗ
ΓΕΩΠΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΜΗΜΑ
ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ

**Διερεύνηση των
στάσεων και
απόψεων
καταναλωτών στη
Μακεδονία και
Θράκη για
πιστοποιημένα
προϊόντα**

Ιωαννίδης Χρήστος

Φλώρινα 2024





Δηλώνω ότι είμαι ο συγγραφέας της παρούσας εργασίας με
τίτλο

.....

που

συντάχθηκε στο πλαίσιο της διπλωματικής μου εργασίας και παραδόθηκε το
μήνα

..... του 20..... Η αναφερόμενη εργασία δεν αποτελεί αντιγραφή ούτε
προέρχεται

από ανάθεση σε τρίτους. Οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν αναφέρονται σαφώς
στη

βιβλιογραφία και στο κείμενο ενώ κάθε εξωτερική βοήθεια, αν υπήρξε,
αναγνωρίζεται ρητά.

Όνομα (κεφαλαία)

ΑΜ

Υπογραφή:

.....

.....

.....

Ημερομηνία:

.....

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	4
1. ΠΡΟΛΟΓΟΣ	5
1.1 Εισαγωγή	7
1.2 Σκοπός της Πτυχιακής Εργασίας.....	9
2.ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ.....	10
2.1 Ορισμοί ΠΟΠ,ΠΓΕ και ΕΠΠ.....	10
2.2 Ιχνηλασιμότητα, Σύστημα HACCP και πρότυπο ISO 22000.....	13
2.2.1 Ιχνηλασιμότητα	13
2.2.2 Σύστημα HACCP	14
2.2.3 Πρότυπο ISO 22000	15
3.ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-ΘΡΑΚΗΣ.....	17
3.1 Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας	17
3.1.1 Γαλακτοκομικά.....	18
3.1.2 Κρόκος Κοζάνης.....	23
3.1.3 Μήλα	25
3.1.4 Φασόλια.....	27
3.1.5 Κρασί Αμυνταίου	29
3.1.6 Ροδάκινα Βελβεντού Κοζάνης.....	30
3.2 Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	31
3.2.1 Ροδάκινα Νάουσας	32
3.2.2 Κεράσια Τραγανά Ροδοχωρίου Ημαθίας.....	33
3.2.3 Ακτινίδιο Πιερίας	34
3.2.4 Πράσινες Ελιές Χαλκιδικής-Αγουρέλαιο Χαλκιδικής.....	35
3.3 Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.....	37
3.3.1 Φασόλια Κάτω Νευροκοπίου	38
3.3.2 Πατάτα Κάτω Νευροκοπίου	38
3.3.3 Ελιά Θρούμπα Θάσου	39
4.Στάσεις των καταναλωτών απέναντι στα πιστοποιημένα προϊόντα	41
4.1 Εμπιστοσύνη στις ετικέτες πιστοποίησης	41
4.2 Επιρροή της πιστοποίησης στις αποφάσεις αγοράς	42
4.3 Αντιλαμβανόμενη ποιότητα των πιστοποιημένων προϊόντων	43
4.4 Μεθοδολογία	44
5. Αποτελέσματα	46
6. Συζήτηση -Συμπεράσματα.....	85

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 89

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ρυθμίζει τις γεωγραφικές ενδείξεις και τις ονομασίες προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων για την προστασία των τοπικών ποικιλιών, την προώθηση της αγροτικής αναγέννησης και τη στήριξη της γεωργικής ποικιλομορφίας. Η Ελλάδα έχει κατοχυρώσει 61 προϊόντα ΠΟΠ και 23 ΠΓΕ, εστιάζοντας κυρίως στα τυριά, το ελαιόλαδο, τις επιτραπέζιες ελιές, τα φρούτα, τα λαχανικά, τα δημητριακά, το ψωμί, τα ζωικά προϊόντα, τα μη βρώσιμα προϊόντα και τα κρασιά. Ο Κώδικας Τροφίμων (CODEXALIMENTARIUS) του FAO-WHO παίζει καθοριστικό ρόλο στην πιστοποίηση τροφίμων, συμπεριλαμβανομένης της ιχνηλασιμότητας και του HACCP. Το πρότυπο ISO 22000 συμπληρώνει το σύστημα HACCP, καλύπτοντας ολόκληρη την αλυσίδα τροφίμων από τους παραγωγούς έως τους καταναλωτές. Η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, μια ορεινή περιοχή στην Ελλάδα, δραστηριοποιείται στον πρωτογενή τομέα, παράγοντας πιστοποιημένα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ, ενισχύοντας την οικονομία της. Η Καστοριά, μια περιοχή γνωστή για τα μήλα ΠΓΕ και τα φασόλια ΠΓΕ, έχει αρνητικό ισοζύγιο παραγωγής λόγω ανεπαρκούς παραγωγής για την κάλυψη των ετήσιων αναγκών. Η Κεντρική Μακεδονία, η μεγαλύτερη και η δεύτερη μεγαλύτερη περιφέρεια της Ελλάδας, είναι πλούσια σε γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά και έχει ποικίλο κλίμα. Μια μελέτη που διεξήχθη σε τρεις βόρειες περιοχές της Ελλάδας αποκάλυψε ότι μόνο έξι ερωτηθέντες καταναλώνουν πάντα ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα. Η μελέτη υπογραμμίζει την ανάγκη πιστοποίησης των προϊόντων που αγοράζουν από τους καταναλωτές, καθώς η πιστοποίηση λειτουργεί ως παράγοντας ασφάλειας και δημιουργεί μια σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών.

ABSTRACT

The European Union regulates geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs in order to protect local varieties, protect promote rural regeneration and support agricultural diversity. Greece has registered 61 PDO and 23 PGI products, focusing mainly on cheeses, olive oil, table olives, fruit, vegetables, fruit and vegetables, fruit and vegetables, fruit and vegetables, and fruit and vegetables. The FAO-WHO Food Codex (CODEXALIMENTARIUS) plays a key role in food certification, including traceability and HACCP. ISO 22000 complements the HACCP system, covering the entire food chain from producers to consumers. The Region Western Macedonia, a mountainous region in Greece, is active in the primary sector, producing certified PDO and PGI products, strengthening the supporting its economy. Kastoria, a region known for its PGI apples and beans PGI beans, has a negative production balance due to insufficient production to meet the needs of the region to meet annual requirements. Central Macedonia, the largest and the second largest in terms of production, has a very low production capacity. The second largest region of Greece is rich in geomorphological and features and has a varied climate. A study carried out in three northern regions of the country regions of Greece revealed that only six respondents always consume traditional Greek products. The study underlines the need to certify the products purchased from consumers, as certification acts as a safety factor and creates a relationship of mutual trust between producers and consumers.

1. ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η αξιολόγηση των στάσεων και των αντιλήψεων των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα προϊόντα στη Μακεδονία και τη Θράκη είναι ο κύριος στόχος αυτού του ερευνητικού έργου. Σκοπός της μελέτης είναι να εξετάσει τις μεταβλητές που επηρεάζουν τις στάσεις των πελατών, τις αγοραστικές συνήθειες και την ικανοποίηση από τα τοπικά πιστοποιημένα προϊόντα. Επιπλέον, στόχος της έρευνας αυτής είναι η καλύτερη κατανόηση των απόψεων των καταναλωτών, ώστε να δοθούν στους υπεύθυνους μάρκετινγκ και χάραξης πολιτικής χρήσιμες πληροφορίες που θα βοηθήσουν στην αύξηση της υιοθέτησης και αποδοχής των πιστοποιημένων προϊόντων από την αγορά. Το υπόβαθρο της έρευνας είναι η αυξανόμενη σημασία των πιστοποιημένων ειδών στη σύγχρονη οικονομία. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές αναζητούν αγαθά που ικανοποιούν τις απαιτήσεις ποιότητας και ωφελούν την κοινωνία και το περιβάλλον. Οι ετικέτες πιστοποίησης παρέχουν στους καταναλωτές ηρεμία και εμπιστοσύνη, καθώς χρησιμεύουν ως δείκτες συμμόρφωσης ενός προϊόντος με συγκεκριμένα πρότυπα. Προκειμένου να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στις ανάγκες των καταναλωτών, οι εταιρείες και οι πολιτικοί πρέπει να κατανοήσουν σε βάθος το υπόβαθρο των πιστοποιημένων προϊόντων καθώς και τα στοιχεία που επηρεάζουν τη στάση και τις αντιλήψεις των πελατών. Συγκεκριμένα, η μελέτη επιχειρεί να διαπιστώσει πόσα γνωρίζουν και κατανοούν οι πελάτες για τα πιστοποιημένα προϊόντα, ποια πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα πιστεύουν ότι έχουν αυτά τα προϊόντα, πόση εμπιστοσύνη έχουν στις ετικέτες πιστοποίησης και πώς η πιστοποίηση επηρεάζει την αγοραστική τους επιλογή. Επιπλέον, η μελέτη επιδιώκει να προσδιορίσει τις μεταβλητές που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα είδη και τις αγοραστικές τους αποφάσεις. Προκειμένου να βελτιωθεί η αποδοχή και η κατανάλωση πιστοποιημένων προϊόντων στην περιοχή, οι έμποροι και οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα επωφεληθούν σημαντικά από την επίτευξη των στόχων αυτών της μελέτης. Συμπερασματικά, η παρούσα μελέτη επικεντρώνεται στις στάσεις και τις αντιλήψεις των καταναλωτών στη Μακεδονία και τη Θράκη σχετικά με τα πιστοποιημένα προϊόντα. Η μελέτη καλύπτει ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, όπως η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα προϊόντα, οι πηγές πληροφόρησης που εμπιστεύονται, τα αντιλαμβανόμενα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των πιστοποιημένων προϊόντων, ο βαθμός εμπιστοσύνης που δείχνουν οι καταναλωτές στις ετικέτες πιστοποίησης, ο αντίκτυπος της πιστοποίησης στις

αγοραστικές αποφάσεις, η αντιλαμβανόμενη ποιότητα των πιστοποιημένων προϊόντων, οι παράγοντες που διαμορφώνουν τις απόψεις των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα προϊόντα, η αγοραστική τους συμπεριφορά, τα επίπεδα ικανοποίησής τους και η τάση τους να προτείνουν πιστοποιημένα προϊόντα. Αν και τα συμπεράσματα της έρευνας θα περιοριστούν στην επιλεγμένη τοποθεσία, ενδέχεται να προσφέρουν ιδέες που αφορούν και άλλες περιοχές.

1.1 Εισαγωγή

Η σημερινή εποχή χαρακτηρίζεται από την ευρεία διαθεσιμότητα πολλών διαφορετικών προϊόντων από όλους τους τομείς. Ορισμένα από αυτά φέρουν ονόματα που προέρχονται από τον τόπο προέλευσής τους και από διαφορές στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Ο έλεγχος αυτών των ονομασιών πραγματοποιείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, με στόχο την προστασία αυτών των προϊόντων, τη διατήρηση των τοπικών ποικιλιών, την προώθηση της μοναδικότητάς τους στην αναγέννηση της υπαίθρου και τη στήριξη της γεωργικής ποικιλότητας.

Σύμφωνα με τους Herrera και Blanco (2011), οι καταναλωτές δίνουν μεγάλη αξία στην αξιολόγηση της ποιότητας και της αυθεντικότητας των αγαθών, καθώς και στο ενδιαφέρον τους για τη χώρα προέλευσης και τη διαδικασία παραγωγής. "Οι γεωγραφικές ενδείξεις παρέχουν δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας για συγκεκριμένα προϊόντα των οποίων οι ιδιότητες συνδέονται ειδικά με την περιοχή παραγωγής¹, αναφέρει το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (2021). Οι ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης), οι ΠΓΕ (Προστατευόμενες Γεωγραφικές Ενδείξεις) και οι ΓΕ (Γεωγραφικές Ενδείξεις) είναι παραδείγματα γεωγραφικών ενδείξεων. Η περιοχή προέλευσης, η διαδικασία παραγωγής, καθώς και η ποσότητα και η ποιότητα των πρώτων υλών είναι οι κύριοι τομείς στους οποίους τα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ διαφέρουν μεταξύ τους¹. Η ετικέτα ΠΟΠ δίνεται κυρίως σε αλκοολούχα ποτά και κρασιά που έχουν αρωματιστεί. Τα προϊόντα που είναι πιστοποιημένα με ΠΟΠ πρέπει να πληρούν συγκεκριμένες απαιτήσεις και να διαθέτουν συγκεκριμένες ιδιότητες. Πιο συγκεκριμένα:

- Πρέπει να προέρχονται από μια συγκεκριμένη τοποθεσία, περιοχή ή ακόμη και έθνος.
- Τόσο οι φυσικοί όσο και οι ανθρώπινοι παράγοντες, καθώς και η γεωγραφική τοποθεσία στην οποία παράγονται, πρέπει να συμβάλλουν στις ιδιότητες ή τα χαρακτηριστικά τους.
- Τα στάδια της παραγωγής τους πραγματοποιούνται εντός της καθορισμένης γεωγραφικής περιοχής (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2021).

Επιπλέον, ο Ανυφαντάκης (2006) αναφέρει ότι έχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Δηλαδή:

- Αναφέρεται η ακριβής ονομασία του προϊόντος και ο προσδιορισμός της προέλευσης
- Τα στοιχεία που υποστηρίζουν την προέλευση του αγαθού
- Η παραγωγή του αγαθού ορίζεται γεωγραφικά
- Οι πρώτες ύλες και οι πρωταρχικές τους ιδιότητες (χημικές, φυσικές και μικροβιολογικές) πρέπει να περιγράφονται
- Η ακριβής μέθοδος παραγωγής αναφέρεται
- Όλοι οι εθνικοί, διεθνείς και τοπικοί κανονισμοί ακολουθούνται
- Τα συγκεκριμένα σήματα ΠΟΠ υπάρχουν
- Εγγυημένη παραδοσιακή ειδικότητα (ΠΟΠ-ΠΓΕ)

Πλαίσιο

Η Ευρωπαϊκή Ένωση θέσπισε για πρώτη φορά το σύστημα προστασίας των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων το 1992 με τον κανονισμό 2081/92. Δύο χρόνια αργότερα, με τον κανονισμό 2082/92, θεσπίστηκε το σύστημα πιστοποιητικών ιδιοτυπίας για τα γεωργικά προϊόντα και τα τρόφιμα. Χωρίς να αλλάξουν το πεδίο εφαρμογής ή τους στόχους τους, οι κανονισμοί αυτοί αντικαταστάθηκαν το 2006 με τους 510/06 και 509/06, αντίστοιχα, σε μια προσπάθεια βελτίωσης του συστήματος.

Οι προαναφερόμενοι κανονισμοί (κανονισμός (ΕΚ) 509/2006 και 510/2006) έχουν συνδυαστεί σε ένα ενιαίο νομικό πλαίσιο με τον κανονισμό (ΕΕ) 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 21ης Νοεμβρίου 2012 "σχετικά με τα συστήματα ποιότητας των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων". Επιπλέον, ο εν λόγω κανονισμός περιλαμβάνει πλέον πρόσθετα συστήματα ποιότητας, όπως οι προαιρετικές ενδείξεις "ορεινό προϊόν" και "νησιωτικό προϊόν".

Υπό το πρίσμα των προαναφερθέντων κανονισμών και του αναπροσανατολισμού της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ), οι γεωργοί μπορούν να επιλέξουν να διαφοροποιήσουν τη γεωργική τους παραγωγή προκειμένου να ακολουθήσουν ολοκληρωμένα μοντέλα αγροτικής ανάπτυξης². Επιπλέον, οι παραγωγοί -ιδιαιτέρως εκείνοι σε μη προνομιούχες και απομονωμένες περιοχές- μπορούν να προωθήσουν ευκολότερα τα προϊόντα τους με στοχευμένα χαρακτηριστικά, εξασφαλίζοντας υψηλότερες τιμές αγοράς και ενισχύοντας τα κέρδη τους, ενώ οι καταναλωτές μπορούν

να αγοράζουν προϊόντα υψηλής ποιότητας με διαβεβαιώσεις σχετικά με την προέλευση, την παραγωγή και τη μεταποίησή τους³.

Πηγή: ΥΠΑΑΤ

1.2 Σκοπός της Πτυχιακής Εργασίας

Στην παρούσα διατριβή προσπαθήσαμε να παρακολουθήσουμε και να αναλύσουμε τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα. Με τη βοήθεια της καθηγήτριάς μου, κ. Μέλφου Αικατερίνης, δημιουργήσαμε ένα ημερολόγιο προκειμένου να ολοκληρώσουμε την έρευνά μας. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε όλες τις τρεις βόρειες περιοχές του έθνους μας, τις περιοχές της Θράκης, της Ανατολικής Μακεδονίας, της Κεντρικής Μακεδονίας και της Δυτικής Μακεδονίας. Αφού λάβαμε συνολικά 298 απαντήσεις, στη βάση δεδομένων τέθηκαν οι ακόλουθοι στόχοι:

- Να καταγραφεί η συχνότητα και οι συνθήκες κατανάλωσης των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων - Να διαπιστωθεί ο βαθμός εξοικείωσης των Ελλήνων με τα "Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα", τους όρους ΠΟΠ και ΠΓΕ και πώς τα βλέπουν.
- Να μάθουν περισσότερα για τις διατροφικές τους συνήθειες σε σχέση με τα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα της Θράκης, της Ανατολικής, Κεντρικής και Δυτικής Μακεδονίας.
- Με βάση τη σχετική νομοθεσία και τις επιστημονικές μελέτες που έχουν διεξαχθεί για τα ίδια προϊόντα, τα προϊόντα που αποτέλεσαν αντικείμενο έρευνας περιγράφονται διεξοδικά στα προηγούμενα κεφάλαια.

Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε τυχαίο δείγμα κατοίκων στις περιοχές ενδιαφέροντος καθώς και σε όλη την περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας. Για την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό SPSS Statistics της εταιρείας IBM.

2. ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

2.1 Ορισμοί ΠΟΠ, ΠΓΕ και ΕΠΠ

Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης



Εικόνα 1.1 : Σύμβολα ΠΟΠ (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, 2013)⁴

- Η "ονομασία προέλευσης" είναι μια ονομασία, η οποία μπορεί να είναι μια ονομασία που έχει χρησιμοποιηθεί ιστορικά, η οποία προσδιορίζει ένα προϊόν που: (α) προέρχεται από συγκεκριμένη τοποθεσία, περιοχή ή, σε σπάνιες περιπτώσεις, χώρα- β) έχει ιδιότητες ή χαρακτηριστικά που οφείλονται κυρίως ή αποκλειστικά στο συγκεκριμένο γεωγραφικό περιβάλλον με τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες- και γ) παράγεται εντός της καθορισμένης γεωγραφικής περιοχής σε όλα τα στάδια².
- **Γεωγραφική Ένδειξη**



Εικόνα 1.2: Σύμβολα ΠΓΕ (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, 2013)⁴

- Η "γεωγραφική ένδειξη" αναφέρεται σε μια ονομασία, συμπεριλαμβανομένης μιας ονομασίας που χρησιμοποιείται ιστορικά, η οποία προσδιορίζει ένα προϊόν που: (α) προέρχεται από συγκεκριμένη τοποθεσία, περιοχή ή έθνος- β) έχει συγκεκριμένη ποιότητα, φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό που μπορεί να αποδοθεί κυρίως στη γεωγραφική του προέλευση- και γ) ότι τουλάχιστον ένα στάδιο της παραγωγής πραγματοποιείται εντός της καθορισμένης γεωγραφικής περιοχής².
- **Εγγυημένα Παραδοσιακά Ιδιότυπα Προϊόντα**



Εικόνα 1.3: Σύμβολα ΠΓΕ (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, 2013)⁴

Ο όρος "παραδοσιακό ειδικό εγγυημένο προϊόν" αναφέρεται σε ένα ειδικό αγαθό ή τρόφιμο που είτε α) παρασκευάζεται με παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής,

επεξεργασίας ή σύνθεσης, είτε β) παρασκευάζεται με συμβατικές πρώτες ύλες ή συστατικά⁵.

Μια ονομασία πρέπει είτε (α) να χρησιμοποιείται παραδοσιακά για την περιγραφή του τυπικού προϊόντος είτε (β) να προσδιορίζει τον παραδοσιακό χαρακτήρα ή την ιδιαιτερότητα του προϊόντος προκειμένου να καταχωρηθεί ως ονομασία παραδοσιακού εγγυημένου ειδικού προϊόντος.

Ο Bertozzi (1998) όρισε ένα ΤΠ (παραδοσιακό προϊόν) ως "αναπαράσταση" μιας ομάδας που αποτελεί μέρος μιας καθορισμένης περιοχής και μιας κουλτούρας που περιλαμβάνει τη συνεργασία μεταξύ των ατόμων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή αυτή. Μπορεί να συναχθεί ότι για να είναι παραδοσιακό, ένα προϊόν πρέπει να συνδέεται με μια περιοχή και πρέπει επίσης να είναι μέρος ενός συνόλου παραδόσεων, οι οποίες θα διασφαλίζουν αναγκαστικά τη συνέχεια του χρόνου. Στην Ελλάδα έχουν καταχωριστεί συνολικά 61 προϊόντα ΠΟΠ και 23 ΠΓΕ, που αφορούν κυρίως τυριά, ελαιόλαδο, επιτραπέζιες ελιές, φρούτα, λαχανικά, δημητριακά, ψωμί και μη βρώσιμα είδη. Η πλειονότητα των προαναφερθέντων προϊόντων που έχουν πιστοποιηθεί παράγεται σε ελαιόλαδο και επιτραπέζιες ελιές, κρασί, τυριά, φρούτα και λαχανικά. Στη Δυτική Μακεδονία, την περιοχή στην οποία διεξήχθη η έρευνά μας, ως πιστοποιημένα προϊόντα ΠΟΠ θεωρούνται τα εξής Κρασί Αμυνταίου, Ροδάκινα Βελβεντού, Μήλα Βερμίου Κοζάνης, Κρόκος Κοζάνης, Μήλα Καστοριάς, Φασόλια Πρεσπών Φλώρινας, Κασέρι, Μανούρι, Τυρί Μπάτζος Κεφαλογραβιέρα, Τυρί Ανεβάτο.

Καστοριάς, Πατάτα Κάτω Νευροκοπίου, Φασόλια Κάτω Νευροκοπίου, Ελια Θρούμπα Θάσου, Πράσινες Ελιές Χαλκιδικής, Αγουρέλαιο Χαλκιδικής, Κεράσια Τραγανά Ροδοχωρίου, Ροδάκινα Νάουσας, Ακτινίδιο Πιερίας

Η ανάπτυξή τους θα πραγματοποιηθεί σε επόμενα κεφάλαια.

2.2 Ιχνηλασιμότητα, Σύστημα HACCP και πρότυπο ISO 22000

Η ιχνηλασιμότητα και το HACCP είναι κρίσιμα για την πιστοποίησή τους, σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων FAO-WHO ή CODEXALIMENTARIUS, ο οποίος περιέχει όλα τα πρότυπα, τα πρωτόκολλα και τις κατευθυντήριες γραμμές που πρέπει να ακολουθούνται κατά τη διαδικασία παραγωγής τροφίμων⁶. Εκτός από τις κατευθυντήριες γραμμές, τους κώδικες πρακτικής και τις συστάσεις που αφορούν την υγιεινή, ο CODEXALIMENTARIUS περιέχει πρότυπα που αφορούν τα τρόφιμα. Περιλαμβάνονται επίσης η επισήμανση των εν λόγω προϊόντων, οι διάφορες επιμολύνσεις που ενδέχεται να προκύψουν, οι διαδικασίες ελέγχου ποιότητας από τη δειγματοληψία έως την αίτηση πιστοποίησης και τα μέγιστα επιτρεπτά όρια πρόσθετων υλών που ενδέχεται να είναι επιβλαβείς σε συγκεντρώσεις πάνω από τα όρια⁷.

2.2.1 Ιχνηλασιμότητα

Η προσέγγιση αυτή καταγράφει τις πιο κρίσιμες λεπτομέρειες σχετικά με την ταυτότητα του τροφίμου, το χειρισμό και την άφιξή του στα ράφια των σημείων πώλησης, δημιουργώντας ένα ολοκληρωμένο αρχείο του "ταξιδιού" του προϊόντος που επιτρέπει τον εντοπισμό των ποιοτικών χαρακτηριστικών και τον έλεγχο του προϊόντος καθ' όλη τη διάρκεια της διαδρομής του. Αυτά τα ενδεικτικά δεδομένα περιλαμβάνουν τα στοιχεία του προμηθευτή, την ημερομηνία παράδοσης, τον κωδικό παρτίδας, τα αποτελέσματα του ποιοτικού ελέγχου, τον κατάλογο πελατών και, φυσικά, την ονομασία του προϊόντος. Η ιχνηλασιμότητα μπορεί να εφαρμοστεί τόσο σε έντυπα έγγραφα όσο και σε ηλεκτρονικά συστήματα.. Διαχωρίζεται σε δύο κατηγορίες: upstream και downstream. Ενώ η δεύτερη προσδιορίζει τις πρώτες ύλες και τις συνθήκες υπό τις οποίες παράγονται τα προϊόντα, η πρώτη επιτρέπει τον προσδιορισμό των τελικών προϊόντων από μια παρτίδα πρώτων υλών. Η εφαρμογή γραμμωτών κωδικών στις ετικέτες τροφίμων, οι οποίοι διευκολύνουν την πλήρη ταυτοποίηση κάθε προϊόντος, είναι ζωτικής σημασίας για τη διαδικασία αυτή⁸.



Εικόνα 1.4: Ο γραμμωτός κώδικας INTERLEAVED 2 of 5.

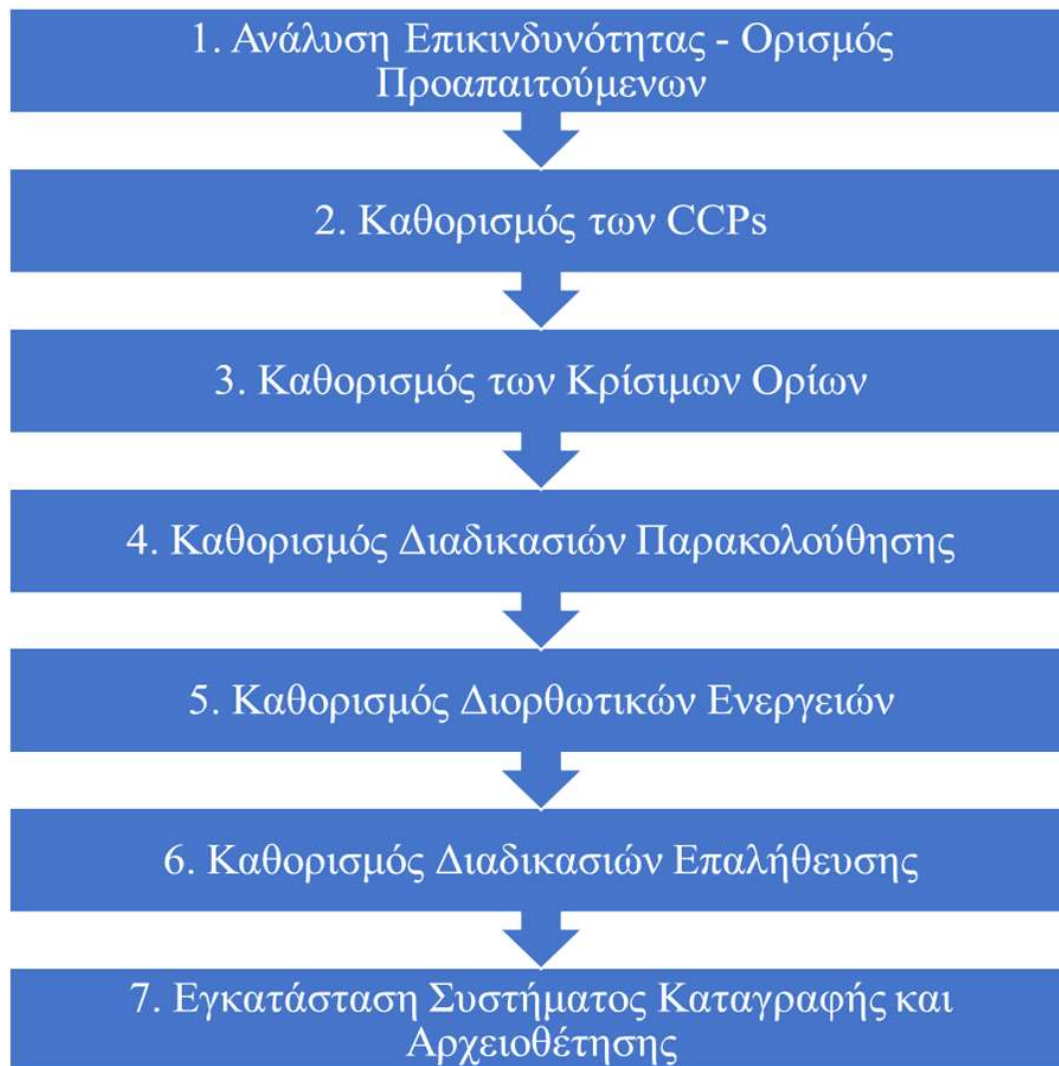
2.2.2 Σύστημα HACCP

Ο πρωταρχικός στόχος του συστήματος HACCP, το οποίο σημαίνει Ανάλυση Κινδύνων και Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου, ήταν ο έλεγχος των μικροβιολογικών κινδύνων που προκύπτουν κατά τα στάδια επεξεργασίας των τροφίμων. Πρόκειται για ένα ουσιαστικό σύστημα για τη διασφάλιση της ασφάλειας και της υγιεινής των τροφίμων, ιδίως όταν συνδυάζεται με ένα ευρύτερο σύστημα διασφάλισης ποιότητας. Το σύστημα αυτό αποσκοπεί στην πρόληψη των κινδύνων για την υγεία που σχετίζονται με την παραγωγή, τη διανομή και την κατανάλωση τροφίμων.

Για την πρόβλεψη αυτών των κινδύνων έχουν θεσπιστεί επτά θεμελιώδεις κατευθυντήριες γραμμές. Οι αρχές αυτές απαριθμούν τα κρίσιμα σημεία ελέγχου (CCP-CCP) και τους πιθανούς κινδύνους που σχετίζονται με τη διαδικασία παραγωγής. Η εντεταλμένη ομάδα HACCP περιγράφει τα CCPs με απόλυτη ακρίβεια και συνέπεια, και όπου απαιτείται παρέμβαση, προτείνονται διορθωτικές ενέργειες⁹.

Δεν θα μπορούσαμε, ωστόσο, να παραλείψουμε να κάνουμε μερικές παρατηρήσεις σχετικά με το σύστημα HACCP, όπως αυτό ορίζεται και από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΚ αριθ. 852/2004). Κατ' αρχάς, η εφαρμογή του HACCP στην πρωτογενή παραγωγή είναι ανέφικτη. Δεύτερον, είναι προφανές ότι για να διατηρήσουν τις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής τους, τα προϊόντα που φέρουν Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ) πρέπει να είναι εφικτά. Η προαναφερθείσα απαίτηση είναι κρίσιμη ειδικά για την Ελλάδα, καθώς η πλειοψηφία των παραδοσιακών κτηνοτροφικών περιοχών παράγει γάλα από αιγοπρόβατα και χρησιμοποιεί θεσμοθετημένες συνταγές. Τρίτον, αναφέρεται ότι τα κρίσιμα όρια ελέγχου δεν απαιτούν αριθμητικούς περιορισμούς. Εν κατακλείδι, οι μικρές επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να επωμίζονται το πρόσθετο βάρος της καταγραφής και τήρησης εγγράφων.

Η πλειονότητα των βιομηχανιών στη χώρα μας έχει εφαρμόσει το σύστημα HACCP σε συνδυασμό με το ISO 22000 για την ασφάλεια και το ISO 9001:2008 για τη διαχείριση της ποιότητας. Στις μέρες μας, γίνονται προσπάθειες να ενσωματωθεί στο σύστημα η ποσοτική ανάλυση, γνωστή και ως αξιολόγηση κινδύνου, και μαθηματικά μοντέλα για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου πλαισίου αξιολόγησης του επιπέδου ασφάλειας των παραγόμενων προϊόντων.



Σχήμα 1.1: Σχηματική αναπαράσταση των Αρχών του Συστήματος HACCP.



Εικόνα 1.5: Σύμβολο Πιστοποίησης HACCP¹².

2.2.3 Πρότυπο ISO 22000

Μια προσθήκη στο πρότυπο ISO 22000 είναι το σύστημα HACCP. Πρόκειται για ένα παγκόσμιο πρότυπο για την ασφάλεια των τροφίμων που καλύπτει ολόκληρη την τροφική αλυσίδα. Η εφαρμογή του ISO 22000 ξεκινά από τους παραγωγούς των

πρώτων υλών και καταλήγει στο κατάστημα, όπου δίνεται στον καταναλωτή το τελικό προϊόν, σε αντίθεση με το HACCP, το οποίο περιορίζεται στην παραγωγική διαδικασία της βιομηχανίας. Ως αποτέλεσμα, καλύπτονται όλες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τα τρόφιμα, συμπεριλαμβανομένης της συγκομιδής, της επεξεργασίας, της μεταφοράς και της πώλησης. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι το ISO 22000 συμμορφώνεται πλήρως με τις κατευθυντήριες γραμμές που παρέχονται στο σύστημα HACCP του Codex Alimentarius.

Το προαναφερθέν πρόγραμμα δημιουργήθηκε χρησιμοποιώντας όλες τις επιστημονικές και τεχνολογικές γνώσεις που έχουν συσσωρευτεί με την πάροδο του χρόνου. Μοιράζεται κάποιες ομοιότητες με το HACCP, καθώς εντοπίζει, εξηγεί και αξιολογεί τους πιθανούς κινδύνους, καθώς και αναλαμβάνει αποφασιστική δράση για την αντιμετώπισή τους. Ωστόσο, δεν λειτουργεί ως συστατικό στοιχείο του συστήματος HACCP. Η κύρια διάκριση είναι ότι λαμβάνονται υπόψη όλοι οι πιθανοί κίνδυνοι σε όλη την αλυσίδα παραγωγής, και τελικά, είναι σαφές γιατί η συμμετοχή αυτού του φορέα είναι ή δεν είναι απαραίτητη¹⁰.

Οι πρωταρχικοί στόχοι του ISO 22000 είναι η καθιέρωση ενός διαπιστευμένου συστήματος που μπορεί να αξιολογηθεί από άλλον εξειδικευμένο φορέα, μέσω της αυτοπιστοποίησης, των εσωτερικών ελέγχων και της παγκόσμιας κοινής επικοινωνίας με το σύστημα HACCP. Επιπλέον, έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός οργανισμού που αλλάζει συνεχώς και διαθέτει βελτιωμένες διαδικασίες επικοινωνίας, οργάνωσης, τεκμηρίωσης και διόρθωσης. Είναι προφανές ότι σε αυτή την κατάσταση, η συνύπαρξη στο χώρο εργασίας είναι και ιδανική και ασφαλέστερη¹¹.



Εικόνα 1.6: Λογότυπο Πρότυπο ISO 22000.

3.ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ-ΘΡΑΚΗΣ

3.1 Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας

Περιλαμβάνοντας το γεωγραφικό τμήμα της Δυτικής Μακεδονίας, η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας είναι ένας διοικητικός οργανισμός δευτεροβάθμιας τοπικής αυτοδιοίκησης. Με βάση την απογραφή της ΕΛ.ΣΤΑΤ. του 2021, η εκτιμώμενη έκτασή της είναι 9.451 τετραγωνικά χιλιόμετρα, με 283.689 κατοίκους να ζουν μόνιμα σε αυτήν. Πρωτεύουσα και μεγαλύτερη πόλη της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας είναι η Κοζάνη. Δεδομένου ότι παράγει περίπου τα δύο τρίτα της ενέργειας που χρειάζεται ολόκληρη η χώρα, αναφέρεται συχνά ως η ενεργειακή καρδιά της Ελλάδας¹⁴.

Οι Περιφερειακές Ενότητες Γρεβενών, Καστοριάς, Κοζάνης και Φλώρινας αποτελούν την περιοχή αυτή. Το ανάγλυφό της είναι κυρίως ορεινό και είναι το μοναδικό τμήμα της Ελλάδας χωρίς θαλάσσια σύνορα. Τα βουνά του Γράμμου, του Σμόλικα και της Τύμφης σχηματίζουν τα "φυσικά της σύνορα" με την Ήπειρο όταν τα βλέπει κανείς από τα δυτικά. Στο κέντρο της περιοχής βρίσκεται το ορεινό συγκρότημα του Βαρνούντα, το οποίο αποτελείται από τα βουνά Βέρνο, Άσκιο και Βουρνιό. Μοιράζεται ένα φυσικό σύνορο με την Κεντρική Μακεδονία στα δυτικά, όπου τα βουνά Βόρα και Βέρμιο χρησιμεύουν ως φράγμα. Η Θεσσαλία, τα σύνορα της οποίας καθορίζονται από τα φυσικά όρια των βουνών Χασιά και Πιέρια, συνορεύει με την Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας στη νότια πλευρά της¹⁵.

Στα ορεινά, οι λεκάνες σχηματίζονται μεταξύ των οροσειρών. Η λεκάνη της Βεβγίδας (ή Πρεσπών), όπου βρίσκονται οι λίμνες των Πρεσπών, σχηματίζεται ξεκινώντας από τα δυτικά μεταξύ των οροσειρών Πίνδου και Βαρνούντος. Στα νότια βρίσκεται η λεκάνη της Ορεστίδας, όπου βρίσκεται η λίμνη της Καστοριάς, και η λεκάνη του Άνω Αλιάκμονα, η οποία περιέχει την τεχνητή λίμνη του Ιλαρίωνα. Στη δεύτερη σειρά φαίνονται οι λεκάνες της Εορδαίας (ή Πτολεμαΐδας) με τις λίμνες Βεγορίτιδα και Χειμαδίτιδα, η λεκάνη της Κοζάνης με την τεχνητή λίμνη Πολυφύτου και η λεκάνη της Πελαγονίας (ή Μοναστηρίου), το μεγαλύτερο μέρος της οποίας ανήκει στην ομώνυμη επαρχία των Σκοπίων. Ο Αλιάκμονας, μαζί με τους παραποτάμους του, είναι ο κύριος ποταμός της περιοχής. Η πορεία του έχει αλλάξει κατά τη διάρκεια χιλιάδων ετών¹⁵.

Το εύκρατο κλίμα της περιοχής, το οποίο έρχεται σε έντονη αντίθεση με το μεσογειακό κλίμα των παράκτιων περιοχών της Ελλάδας, χαρακτηρίζεται από σκληρούς χειμώνες

και ήπια καλοκαίρια. Οι συχνές χιονοπτώσεις που σημειώνονται το χειμώνα είναι αποτέλεσμα των ανέμων που αναπτύσσονται σε συνδυασμό με τον νοτιοανατολικό προσανατολισμό των οροπεδίων. Παρά το γεγονός ότι βρίσκεται στην ανατολική ηπειρωτική περιοχή της χώρας, η οποία δέχεται λιγότερες βροχοπτώσεις από τη δυτική, η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας έχει πιο υγρό κλίμα ως αποτέλεσμα του ορεινού εδάφους και των λιμνών της.

Η Δυτική Μακεδονία ασχολείται σε μεγάλο βαθμό με τον πρωτογενή τομέα, παράγοντας πιστοποιημένα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ, ενισχύοντας την οικονομία της, εκτός από το σημαντικό έργο της παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας. Αρκετά από αυτά θα παρουσιαστούν στην παρούσα παράγραφο.

3.1.1 Γαλακτοκομικά

Κασέρι

Το πιο γνωστό τυρί της Ελλάδας ονομάζεται κασέρι και είναι προϊόν ΠΟΠ από το 1996. Παρασκευάζεται μόνο με πρόβειο γάλα ή έως 20% κατσικίσιο γάλα σε συνδυασμό με πρόβειο γάλα¹⁶. Τα τυριά από κατσικίσιο γάλα έχουν συνήθως πιο σφιχτή υφή. Το κύριο πλεονέκτημα της παραγωγής του είναι η χρήση γάλακτος υψηλής οξύτητας. Η ετήσια παραγωγή στη χώρα μας ανέρχεται σε 21.000 τόνους¹⁷.

Ένας τυπικός σχηματισμός θήκης είναι επίπεδος και κυλινδρικός, με διάμετρο 25-30 cm και ύψος 7-10 cm. Αυτός ο τύπος "κεφαλής" ζυγίζει περίπου 7 κιλά. Περιγράφεται ως συμπαγής, με ορισμένες οπές που είναι άνισα διαχωρισμένες σε διάφορες περιοχές της θήκης. Ο χρωματισμός του είναι ανοιχτό κίτρινο χρώμα και στο εξωτερικό του είναι ορατή μια φλούδα του ίδιου χρώματος. Η διαδικασία ωρίμανσης διαρκεί τουλάχιστον τρεις μήνες. Συσκευάζεται τρεις εβδομάδες μετά την προετοιμασία σε πλαστικές σακούλες cryovac. Το τυρί καταναλώνεται ως επιτραπέζιο τυρί ή χρησιμοποιείται για την παρασκευή πίτσας, όπως η μοτσαρέλα, και διακρίνεται για την ευχάριστη γεύση και το άρωμά του¹⁸. Το κασέρι μπορεί να παρέχει 360-375 kcal/100g, και να είναι ημι-σκλήρο τυρί με μέγιστη υγρασία 40% και ελάχιστο λίπος σε ξηρή ύλη 40%, για το πρώτης ποιότητας τυρί¹⁴.



Εικόνα 2.1: Παραδοσιακό Κασέρι ΜΕΒΓΑΛ (ΠΟΠ)¹⁹.

Μανούρι

Το Μανούρι είναι ένα από τα πιο γνωστά τυριά γάλακτος που παρασκευάζονται στη Μακεδονία, η οποία βρίσκεται στη Βόρεια Ελλάδα. Ο ορός γάλακτος, ο οποίος λαμβάνεται από πλήρες κατσικίσιο γάλα ή από μείγμα κατσικίσιου και πρόβειου γάλακτος όταν παρασκευάζονται σκληρά τυριά, είναι το κύριο συστατικό του. Μπορεί επίσης να προστεθεί γάλα ή κρέμα γάλακτος. Το μανούρι είναι ένα λευκό τυρί με σταθερή υφή. Έχει σχήμα χωρίς τρύπες και κυλινδρικό σχήμα. Θεωρείται ως ένα τυρί ορού γάλακτος υψηλής ποιότητας. Η περιεκτικότητά του σε λίπος, υγρασία και αλάτι είναι 48%, 37% και 8% αντίστοιχα. Η υψηλή περιεκτικότητά του σε πρωτεΐνες βιολογικής αξίας συμβάλλει επίσης στην υψηλή διατροφική του αξία. Ακόμα και οι καζεΐνες, που είναι το κύριο συστατικό των περισσότερων τυριών, είναι λιγότερο βιολογικά πολύτιμες από αυτές. Η σύνθεση των τυριών ορού γάλακτος ποικίλλει σε μεγάλο βαθμό, επομένως είναι σημαντικό να διατηρείται η γραμμή παραγωγής καθαρή και οι συνθήκες υγιεινής υπό έλεγχο, ώστε να αποφεύγεται η ανεξέλεγκτη ανάπτυξη της μικροχλωρίδας²⁰.

Οι πιθανοί κίνδυνοι περιλαμβάνουν τα συστατικά που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή του, τα οποία περιλαμβάνουν ορό γάλακτος, γάλα, κρέμα γάλακτος και αλάτι. Ως εκ τούτου, η ποιότητα πρέπει να παρακολουθείται και να χρησιμοποιούνται μόνο αξιόπιστοι προμηθευτές. Δεδομένου ότι υπάρχει κίνδυνος εμφάνισης του *C. botulinum* σε τιμές pH > 6,0, η οξίνιση του ορού γάλακτος πρέπει να γίνεται σε pH =

5,8. Οξέα όπως το κιτρικό, το γαλακτικό και το οξικό οξύ προστίθενται για να διατηρηθεί το pH εντός προκαθορισμένων ορίων. η διατήρηση του ελέγχου του ρυθμού θέρμανσης είναι ζωτικής σημασίας προκειμένου να επιτευχθεί θερμοκρασία 88-90 βαθμών Κελσίου σε 40-45 λεπτά²¹.



Εικόνα 2.2:Μανούρι ΠΟΠ²².

Τυρί Μπάτζος

Το τυρί Μπάτζος είναι ένα παραδοσιακό ημίσκληρο τυρί που παρασκευάζεται από γάλα αιγοπροβάτων. Δεδομένου ότι ο πρωταρχικός σκοπός του είναι η παραγωγή τυριού μανούρι, στην πραγματικότητα αποτελεί υποπροϊόν αυτής της διαδικασίας. Γι' αυτό κατά τη διαδικασία πήξης, το τυρί σφυρηλατείται σκληρά για να αφαιρεθεί όσο το δυνατόν περισσότερο λίπος από τον ορό γάλακτος. Σε ξηρή ύλη, η ελάχιστη περιεκτικότητα σε λίπος είναι 25% και η μέγιστη περιεκτικότητα σε υγρασία 45%. μπορεί να αποθηκευτεί έως και 18 μήνες σε θερμοκρασία +2-+4 βαθμούς Κελσίου μετά την ημέρα παραγωγής²³. Λόγω της χαμηλής περιεκτικότητάς του σε λιπαρά, είναι επίσης ζωτικής σημασίας η αποθήκευσή του σε άλμη για να διατηρηθεί η περιεκτικότητά του σε υγρασία.



Εικόνα 2.3 :Τυρί Μπάτζος Π.Ο.Π²⁴.

Κεφαλογραβιέρα

Στη χώρα μας, ένα από τα πιο γνωστά τυριά είναι η κεφαλογραβιέρα. Παρασκευάστηκε αρχικά από την ηπειρώτικη γαλακτοβιομηχανία "ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε.". Παράγεται ακόμα και σήμερα και είναι πολύ δημοφιλής και σε άλλα μέρη της Ελλάδας, όπως στη Δυτική Μακεδονία, στις περιφερειακές ενότητες Αιτωλοακαρνανίας και Ευρυτανίας. Λόγω των εξαιρετικών οργανοληπτικών ιδιοτήτων του, το τυρί αυτό είναι ιδιαίτερα αγαπητό και έχει μια σημαντική αγορά τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό. Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης αναφέρει ότι ετησίως παράγονται 3000 τόνοι κεφαλογραβιέρα²⁵.

Η Κεφαλογραβιέρα είναι ένα σκληρό ελληνικό τυρί, όπως υποδηλώνει και το όνομά της, είναι μείγμα Κεφαλοτύρι και Γραβιέρα. Μακροσκοπικά φαίνεται ότι η Κεφαλογραβιέρα έχει διατηρήσει την ευχάριστη γεύση της Γραβιέρας και τη σκληρή υφή του Κεφαλοτύρι. Αποτελείται από ένα σταθερό, ελαστικό σώμα με λίγες ακανόνιστες, διάσπαρτες τρύπες στη μάζα. Σύμφωνα με τους ντόπιους, μπορεί να περιγραφεί ως ένα βελτιωμένο Κεφαλοτύρι, με ορισμένα τεχνολογικά στοιχεία που προέρχονται από την τεχνολογία της γραβιέρας²⁶.

Για την παραγωγή του χρησιμοποιούνται κυλινδρικές κεφαλές 4-6, 8 και 10-12 κιλών, αλλά συνήθως προσφέρονται προς πώληση μικρότερα κομμάτια. Η φλούδα έχει κιτρινωπό ή ανοιχτό γκρι χρώμα και είναι σκληρή και λεπτή. Το κύριο σώμα του τυριού είναι σκληρό, ελαφρώς ελαστικό, ανοιχτοκίτρινου χρώματος με πολλές τρύπες. Το χαμηλότερο επιτρεπόμενο ποσοστό λίπους σε ξηρή ύλη είναι 40%, η μέγιστη επιτρεπόμενη περιεκτικότητα σε υγρασία είναι 40% κατά βάρος και η μέγιστη επιτρεπόμενη περιεκτικότητα σε αλάτι είναι περίπου 2,5%.



Εικόνα 2.4: Κεφαλογραβιέρα Π.Ο.Π²⁷.

Τυρί Ανεβατό

Το Ανεβατό είναι ένα παραδοσιακό τυρί που παρασκευάζεται σε ορισμένες περιοχές της βόρειας Ελλάδας. Το κατσικίσιο γάλα ή ένα μείγμα κατσικίσιου και πρόβειου γάλακτος είναι το κύριο συστατικό του. Βρίσκεται στον κατάλογο των προϊόντων με "προστατευόμενη ονομασία προέλευσης" στην ΕΕ από το 1996. Πρόκειται για μαλακό

τυρί με ελάχιστη περιεκτικότητα σε λιπαρά 45% επί ξηρού και μέγιστη περιεκτικότητα σε υγρασία 60%. Ωστόσο, τα ελληνικά τυριά όπως το γαλότυρο και η κοπανιστή είναι παραδοσιακά²⁸.

Η ελληνική λέξη "ανέβα" (που σημαίνει "σηκώνομαι") φέρεται να είναι η πηγή της ονομασίας του τυριού, ενώ αυτό παρασκευαζόταν. Τα θραύσματα τυροπήγματος εμφανίζονται στην επιφάνεια του πηκτώματος μετά το στάδιο της κοπής. Τα κύρια χαρακτηριστικά του τελικού προϊόντος είναι η κοκκώδης μορφή του, η απαλότητα και η ελαφρώς όξινη γεύση του. Μπορεί να διατηρηθεί στο ψυγείο σε θερμοκρασία μικρότερη των 5°C και να καταναλωθεί φρέσκο. Μόνο μικροσκοπικές βιοτεχνικές μονάδες που χρησιμοποιούν παραδοσιακή τεχνολογία παράγουν το τυρί²⁹.



Εικόνα 2.5: Τυρί Ανεβατό Π.Ο.Π³⁰.

3.1.2 Κρόκος Κοζάνης

Ο κρόκος, επίσης γνωστός ως *Crocus* της Κοζάνης ή *Crocus sativus* L., καλλιεργείται σε πολλές χώρες, όπως η Ελλάδα, η Ιταλία, η Ισπανία, το Ιράν και η Ινδία. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για οτιδήποτε, από χρωστικές ουσίες τροφίμων μέχρι καλλυντικά και αρώματα. Επιπλέον, έχει χρησιμοποιηθεί στην παραδοσιακή ιατρική ως αποχρεμπτικό, αντισπασμωδικό, αφροδισιακό και ως τρόπος ανακούφισης από τον πόνο στο στομάχι. Επιπλέον, μπορεί να καταπολεμήσει την κατάθλιψη και την αϋπνία. Αντιμετωπίζει τον καταρράκτη, τη νυχτερινή τύφλωση και τη χαμηλή όραση, ενώ έχει επίσης αντίκτυπο στην καρδιά και το νευρικό σύστημα. Οι αντιμικροβιακές, αντισηπτικές και αντιμυκητιασικές του ιδιότητες έχουν επισημανθεί πολλές φορές. Τα κύρια δραστικά

συστατικά του κρόκου είναι η πικροκίνη, η σαρκαράλη, οι κροκίνες και η κροκετίνη³¹. Τα οφέλη για την υγεία και τα διατροφικά του πλεονεκτήματα είναι γνωστά από την αρχαιότητα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η μινωική τοιχογραφία της Μινωικής περιόδου (1600 π.Χ.), η οποία απεικονίζει μια γυναίκα να συλλέγει σαφράν.

Ο ελληνικός κρόκος παρασκευάζεται μόνο στην Κοζάνη και λέγεται ότι προέρχεται από εκεί τον 17ο αιώνα. Η εν λόγω περιοχή διαθέτει το κατάλληλο έδαφος και κλίμα, με κυρίως μέτρια γόνιμο έδαφος, καλή αποστράγγιση και μέτρια ζεστή θερμοκρασία - όλα αυτά είναι ιδανικά για την παραγωγή ενός προϊόντος υψηλής ποιότητας. Τον Οκτώβριο ξεκινά συνήθως η συγκομιδή και τελειώνει τον Νοέμβριο. Λόγω της ευαισθησίας του φυτού, η συγκομιδή γίνεται με το χέρι και με μεγάλη προσοχή. Μετά από αυτό, στεγνώνει. Η περιεκτικότητα του τελικού προϊόντος σε υγρασία δεν μπορεί να είναι υψηλότερη από 8,5-11,5 τοις εκατό. Τέλος, προσφέρεται προς πώληση ως σκόνη και ως καρύκευμα σε ποσότητες έως 28g³².



Εικόνες 2.6: Οι συλλέκτριες κρόκου στην Αρχαία Ελλάδα³³



Εικόνα 2.7: Κρόκος Κοζάνης Π.Ο.Π³⁰.

3.1.3 Μήλα

Μήλα Βερμίου Κοζάνης

Η οικογένεια Rosaceae περιλαμβάνει τη μηλιά (*Malus pumila* Millifolium), η οποία έχει τις ρίζες της στην Κεντρική Ασία πριν από χιλιάδες χρόνια. Εδώ και χιλιάδες χρόνια, οι μηλιές καλλιεργούνται τόσο στην Ασία όσο και στην Ευρώπη. Η καλλιέργεια εισήχθη για πρώτη φορά στην Ευρώπη από τους Έλληνες και τους Ρωμαίους, οι οποίοι αιώνες αργότερα έφεραν τα μήλα στον Νέο Κόσμο. Τα μήλα καλλιεργούνται πλέον σε πολλές διαφορετικές ποικιλίες σε όλο τον κόσμο και θεωρούνται ένα από τα σημαντικότερα προϊόντα διατροφής. Οι πιο δημοφιλείς ποικιλίες μήλων είναι οι εξής: Gala, Mutsu, Firiki, GalaSchniga, Odysseus, Super Red Chief, Fujikikiu, Jonagold, Granny Smith, Starking Delicious, Red Delicious, Red Chief, Starkrimson, GoldenDelicious και Pink Lady (ή Cripps Pink). Εκτός από αυτές τις κύριες ποικιλίες, υπάρχουν πολυάριθμες επιπρόσθετες υπο-ποικιλίες. Μπορούν να σχηματιστούν ομάδες από τις ποικιλίες με βάση το χρώμα και την εποχή συγκομιδής³⁴.

Μελέτες έχουν δείξει ότι διαφέρουν ως προς τις μακροσκοπικές τους ιδιότητες, όπως το χρώμα, η γεύση και η σκληρότητα. Αν και η Καστοριά έχει χαρακτηριστεί ως ΠΓΕ για την παραγωγή μήλων, το Βέρμιο έχει την υψηλότερη συγκέντρωση μηλιών στην Ελλάδα. Το Βέρμιο και τα μήλα του αναμένουν ακόμη την πιστοποίηση ΠΟΠ ή ΠΓΕ. Λόγω του υψομέτρου και του μικροκλίματος, το Βέρμιο βρίσκεται σε ιδανική τοποθεσία για την παραγωγή μήλων υψηλού επιπέδου. Αυτά τα δύο στοιχεία είναι επαρκή για να εγγωθηθούν ότι το Βέρμιο παράγει το 10% της ετήσιας παραγωγής του, ακόμη και σε περίπτωση ετήσιων καταστροφών που προκαλούνται από ακραία καιρικά φαινόμενα (όπως χαλαζοπτώσεις)³⁵.

Μήλα Καστοριάς

Οι τρεις κύριες βιομηχανίες στην Περιφερειακή Ενότητα Καστοριάς είναι η γεωργία, ο χειμερινός τουρισμός και η παραγωγή και επεξεργασία γουναρικών. Η Καστοριά είναι γνωστή στον αγροτικό κόσμο για τα φασόλια ΠΓΕ Γίγαντες και τα μήλα Καστοριάς. Από την παραγωγή μήλων παράγονται σταθερά προϊόντα υψηλής ποιότητας με ξεχωριστή γεύση, λόγω των εξαιρετικών εδαφικών συνθηκών και του ξεχωριστού κλίματος. Ωστόσο, το μοναδικό κλίμα της περιοχής καθιστά τη γεωργική παραγωγή ασταθή, γεγονός που έχει αντίκτυπο στην τοπική οικονομία και το εισόδημα των αγροτών. Η κλιματική αλλαγή μπορεί να έχει αντίκτυπο στα μήλα, καθώς το εξαιρετικά ευμετάβλητο κλίμα της περιοχής μπορεί να επηρεάσει τόσο την ποσότητα όσο και την ποιότητα των παραγόμενων μήλων. Κατά τη διάρκεια κρίσιμων σταδίων του βιολογικού τους κύκλου, όπως η εαρινή περίοδος ανθοφορίας, η οποία είναι μια ιδιαίτερα κρίσιμη περίοδος που καθορίζει τόσο την ποσότητα όσο και την ποιότητα της παραγωγής, οι εξαιρετικά ψυχροί χειμερινοί μήνες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη συνολική παραγωγή των μήλων³².

Τα μήλα Καστοριάς έλαβαν την πιστοποίηση ΠΓΕ το 2002. Όταν η συγκέντρωση της διαλυτής ουσίας φτάσει τα 12,5 Brix για τα κόκκινα μήλα και τα 14,5 Brix για τα κίτρινα μήλα, είναι η ώρα της συγκομιδής τους. Η εκτιμώμενη εσωτερική συγκέντρωση

αιθυλενίου είναι 1ppm και η σκληρότητα 7-8kg³².



Εικόνα 2.8: Μήλα Καστοριάς ΠΓΕ.

3.1.4 Φασόλια

Φασόλια Γίγαντες ή Ελέφαντες Καστοριάς

Τα φασόλια γίγαντες ή ελέφαντες είναι ένα άλλο δημοφιλές προϊόν ΠΓΕ που διατίθεται στην Καστοριά. Η παραπάνω ποικιλία είναι γνωστή επιστημονικά ως *Phaseolus coccineus* και είναι αναρριχώμενο φυτό. Άλλες ποικιλίες φασολιών που καλλιεργούνται παγκοσμίως είναι οι *P. acutifolius* A. Gray var. *acutifolius*, *P. lunatus* L. var. *lunatus*, *P. coccineus* L. subsp. *coccineus* και *P. vulgaris* L. Var. *Vulgaris*, με πιο συνηθισμένη την *P. vulgaris*, γνωστή και ως κοινό φασόλι. Για τον άνθρωπο, τα όσπρια έχουν γενικά υψηλή διατροφική αξία- μια μερίδα 100 γραμμαρίων εκτιμάται ότι περιέχει 350 θερμίδες. Η πρωτεΐνη, τα αμινοξέα, οι υδατάνθρακες, οι φυτικές ίνες, οι βιταμίνες Β, C και Ε, καθώς και τα ιχνοστοιχεία, είναι άφθονα σε αυτά. Η σχεδόν ανύπαρκτη περιεκτικότητά τους σε λιπαρά και ζάχαρη είναι ένα άλλο αξιοσημείωτο στοιχείο³⁶.

Μετά την ίδρυση της εταιρείας "Αγροτική Καστοριά Α.Ε." το 2003, η Καστοριά καταχωρήθηκε ως περιοχή Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) για την καλλιέργεια των χαρακτηριστικών φασολιών, σύμφωνα με τον κανονισμό 1428/11,8,2003 της ΕΕ. Όμως στα χρόνια που ακολούθησαν, ήταν βέβαιο ότι θα

συνέβαινε κάποιο ατύχημα που θα έβλαπτε τις αγνές καλλιέργειες της Καστοριάς. Η γενετική καθαρότητα των γνήσιων φασολιών της Καστοριάς έπαθε ζημιά από την ανάμειξη διαφόρων τύπων φασολιών Giant και Elephant από την Ευρώπη και άλλες περιοχές. Για την αντιμετώπιση του ζητήματος αυτού, ιδρύθηκαν το Εθνικό Ίδρυμα Γεωργικής Έρευνας (ΕΘΓΕ) και το Ινστιτούτο Κτηνοτροφικών Φυτών και Βοσκοτόπων, δύο οργανισμοί που συνδέονται στενά με τον πρωτογενή τομέα. Καθαρές ποικιλίες έχουν καταχωριστεί στον Εθνικό και Κοινοτικό Κατάλογο Ποικιλιών ως αποτέλεσμα της συνεργασίας μεταξύ αυτών των δύο οργανισμών. Η "Ορεστίδα" για τους γίγαντες και το "Κελτέρο" για τους ελέφαντες είναι οι νέες ποικιλίες³⁷.

Φασόλια Πρεσπών Φλώρινας

Μια άλλη σημαντική περιοχή παραγωγής φασολιών στην Ελλάδα είναι η Φλώρινα. Το πότε ξεκίνησε η παραγωγή στην περιοχή είναι άγνωστο με κάποιο βαθμό βεβαιότητας. Το *P. vulgare*, το κοινό φασόλι, είναι η κύρια ποικιλία που καλλιεργείται. Στην περιοχή φαίνεται ότι τα πλατύ φασόλια καλλιεργούνται συστηματικά εδώ και περίπου έναν αιώνα. Λόγω της αρδευόμενης γης στην περιοχή, η γεωργική αυτή δραστηριότητα αποτελεί μια από τις κύριες οικονομικές δραστηριότητες από το 1980³⁸.

Ο FAO εκτιμά ότι καλλιεργούνται 270 εκατομμύρια εκτάρια, αλλά η παγκόσμια παραγωγή φασολιών ήταν μόνο 20 εκατομμύρια τόνοι το 2012. Σύμφωνα με στατιστικές μελέτες, οι χώρες της Ινδίας, της Μιανμάρ, της Κίνας, των Ηνωμένων Πολιτειών, του Μεξικού και της Βραζιλίας παράγουν περισσότερο από το 60% των ξηρών φασολιών παγκοσμίως- η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν περιλαμβάνεται σε αυτή την ομάδα των μεγάλων παραγωγών³⁹.

Το ισοζύγιο παραγωγής της χώρας μας είναι αρνητικό, καθώς δεν μπορεί να καλύψει τις ετήσιες ανάγκες μας. Ενενήντα τρεις χιλιάδες εκτάρια γόνιμης, αρδευόμενης γης αποδίδουν δεκαοκτώ χιλιάδες τόνους φασόλια ετησίως. Οι ανάγκες κατανάλωσης είναι περίπου 33 χιλιάδες τόνοι, γεγονός που υποδηλώνει έλλειμμα στο ισοζύγιο παραγωγής. Αυτό δείχνει ότι απαιτούνται εισαγωγές 15 χιλιάδων τόνων. Η Ελλάδα εισάγει φασόλια από γειτονικά κράτη, όπως η Αλβανία, καθώς και από την αμερικανική ήπειρο (Καναδάς, ΗΠΑ, Αργεντινή). Κάθε χρόνο αποστέλλονται μόνο 750 ελληνικά φασόλια. Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής της χώρας παράγεται στη Δυτική Μακεδονία, την Ανατολική Μακεδονία-Θράκη και τη Δυτική Ελλάδα⁴⁰.



Εικόνα 2.9: Φασόλια Πρεσπών Φλώρινας⁴¹

3.1.5 Κρασί Αμυνταίου

Η Ελλάδα έχει μακρά ιστορία στην παραγωγή κρασιού που χρονολογείται χιλιάδες χρόνια πίσω. Η ελληνική μυθολογία δίνει μεγάλη έμφαση στον θεό Διόνυσο, τον προστάτη του κρασιού και της γιορτής. Μεγάλες εκτάσεις αμπελώνων καλλιεργούνται στη Βόρεια Ελλάδα, επειδή το κλίμα εκεί ευνοεί την παραγωγή κρασιού. Καλύπτοντας μια έκταση σχεδόν 100.000 στρεμμάτων, οι αμπελώνες που δίνουν τα πιο γνωστά κρασιά βρίσκονται στο Αμύνταιο, τη Νάουσα, τη Δράμα, την Καβάλα, το Μέτσοβο και τη Ζίτσα. Οι ελληνικές ποικιλίες Sauvignon Blanc, Chardonnay και Syrah είναι οι πιο γνωστές ποικιλίες σταφυλιών που καλλιεργούνται για εκλεκτά κρασιά- ωστόσο, καλλιεργούνται και γηγενείς ποικιλίες, ιδιαίτερα το Ξινόμαυρο, η ευγενέστερη ερυθρή ποικιλία που συναντάται στους αμπελώνες της Βόρειας Ελλάδας. Η κύρια διαφορά μεταξύ των αμπελώνων της Μακεδονίας και της υπόλοιπης Ελλάδας είναι το ηπειρωτικό κλίμα⁴².

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Ομάδας Αμπελουργών και Οινοπαραγωγών ΑΣΕΠΑ εποπτεύει το Οινοποιείο Αμυνταίου, το οποίο αποτελεί μέρος του Αγροτικού Συνεταιρισμού της ευρύτερης περιοχής του Αμυνταίου. Τόσο η παραγωγή των στεμφύλων όσο και η παραγωγή των προϊόντων ακολουθούν τις συνήθειες μεθόδους.

Τα προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας παράγονται ως αποτέλεσμα όλων όσων αναφέρθηκαν παραπάνω⁴³.

3.1.6 Ροδάκινα Βελβεντού Κοζάνης

Prunus persical L. Batsch είναι η επιστημονική ονομασία της ροδακινιάς, η οποία ανήκει στην οικογένεια Rosaceae. Οι επιστήμονες πιστεύουν ότι το θερμό κλίμα της Κίνας είναι ο λόγος που πρωτοεμφανίστηκε εκεί. Η καλλιέργειά της στη συνέχεια εξαπλώθηκε σε όλη την περιοχή της Μεσογείου, την Αμερική και την Αυστραλία. Η ετήσια παραγωγή ροδάκινων ανέρχεται σε ένα εκατομμύριο τόνους παγκοσμίως.

Η κύρια ποικιλία του Βελβεντού Κοζάνης, Royal Glory, έχει χαρακτηριστεί ως ΠΟΠ. Αυτός ο συγκεκριμένος τύπος επιτραπέζιου ροδάκινου έχει κίτρινη, σταθερή σάρκα που δεν μαλακώνει καθώς ωριμάζει (nonmelting, NMF). Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της ποικιλίας είναι η έλλειψη δραστηριότητας του ενζύμου endo-PG. Σπάζοντας την αλυσίδα γαλακτουρονικού οξέος στο εσωτερικό της αλυσίδας, συμβάλλει στη διάσπαση του κυτταρικού τοιχώματος⁴⁵.

Ο ΑΣΕΠΟΠ και η Δήμητρα είναι οι δύο κύριοι συνεταιρισμοί με έδρα το Βελβεντό. Περίπου 250 χιλιάδες τόνοι ροδάκινων παράγονται από τον ΑΣΕΠΟΠ, έχοντας σημαντικό αντίκτυπο στην εργασία της Ελλάδας, η οποία κατατάσσεται στην πέμπτη θέση παγκοσμίως. Το κλίμα του Βελβεντού είναι ιδανικό για τις ροδακινιές, καθώς συνήθως παραμένει κάτω από 7 βαθμούς Κελσίου.

Ανάλογα με την ποικιλία, η απόδοση ανά εκτάριο μπορεί να κυμαίνεται από 2.500 έως 3.500 κιλά. Η τιμή ποικίλλει επίσης ανάλογα με τα παγκόσμια επίπεδα παραγωγής και την κατάσταση της διεθνούς αγοράς. Το κόστος ανά κιλό κυμαίνεται μεταξύ 0,22 και 0,44 λεπτών. Η ποιότητα του προϊόντος κάνει επίσης μεγάλη διαφορά. Οι ακραίες καιρικές συνθήκες (όπως η χαλαζόπτωση), οι ασθένειες, η ακατάλληλη φροντίδα και λίπανση της καλλιέργειας και άλλοι παράγοντες μπορούν να μειώσουν την ποιότητα του προϊόντος, γεγονός που αντανακλάται στο τελικό κόστος. Υπολογίζεται ότι περίπου 100.000 οικογένειες στην Ελλάδα ασχολούνται με τη βιομηχανία ροδάκινων⁴⁶.



3.2 Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

Η μεγαλύτερη περιφέρεια της Ελλάδας σε έκταση και η δεύτερη μεγαλύτερη σε πληθυσμό είναι η Κεντρική Μακεδονία. Γεωγραφικά, περιλαμβάνει την κεντρική περιοχή της Μακεδονίας, με εξαίρεση τη χερσόνησο του Αγίου Όρους, η οποία υπάγεται στη δικαιοδοσία ξεχωριστής κυβέρνησης. Διοικητικά, είναι δευτεροβάθμιος φορέας τοπικής αυτοδιοίκησης. Αποτελεί τμήμα της Μακεδονίας, της μεγαλύτερης και βορειότερης περιφέρειας της Ελλάδας. Σύμφωνα με την απογραφή της ΕΛ.ΣΤΑΤ. του 2021, η περιφέρεια έχει συνολική έκταση 14.811 τετραγωνικά χιλιόμετρα και πληθυσμό 1.795.669 άτομα¹⁴.

Συνορεύει με τα Σκόπια και τη Βουλγαρία στα βόρεια. Συνορεύει με τις περιφέρειες της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης στα ανατολικά, της Δυτικής Μακεδονίας στα δυτικά και της Θεσσαλίας στα νότια. Ο Θερμαϊκός, ο Τορωναίος, ο Σηγιτικός Κόλπος στο Αιγαίο Πέλαγος και ο Στρυμονικός Κόλπος στο Θρακικό Πέλαγος περικλείουν την Κεντρική Μακεδονία⁴⁷.

Τη Θεσσαλονίκη, πρωτεύουσα και μεγαλύτερη πόλη της Κεντρικής Μακεδονίας, ακολουθούν τα Γιαννιτσά, οι Σέρρες, η Κατερίνη και η Βέροια. Η περιφέρεια αποτελείται από τις ακόλουθες περιφερειακές ενότητες: Χαλκιδική, Πέλλα, Πιερία, Κιλκίς, Ημαθία και Θεσσαλονίκη. Στις Περιφερειακές Ενότητες αντιστοιχούν ακριβώς οι αντίστοιχοι νομοί του πρώην Χαλιφάτου νόμου της τυπικής αυτοδιοίκησης⁴².

Υπάρχουν πολλά ενδιαφέροντα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Στα ψηλά βουνά περιλαμβάνονται ο Άθως (2.033 μ.), το Βέρμιο (2.065 μ.), ο Όλυμπος (2.918 μ.), ο Βόρας (2.524 μ.) και τα Πιέρια Όρη (2.913 μ.). Οι ποταμοί Αλιάκμων, Αξιός, Λουδίας και Γαλλικός (ή Εχέδωρος) είναι οι σημαντικότεροι που τη διασχίζουν και εκβάλλουν στον Θερμαϊκό κόλπο. Επιπλέον, οι λίμνες Κορώνεια, Βόλβη, Δοϊράνη και Κερκίνη συμπληρώνουν το υγρό στοιχείο της Κεντρικής Μακεδονίας⁴².

Το κλίμα της Κεντρικής και της Δυτικής Μακεδονίας μοιράζεται αρκετά χαρακτηριστικά μεταξύ τους. Το θερμοκρασιακό εύρος είναι, ωστόσο, σημαντικά μεγαλύτερο από τη μέση διακύμανση της ελληνικής περιφέρειας. Οι θερμότεροι μήνες είναι ο Ιούλιος και ο Αύγουστος, ενώ οι ψυχρότεροι μήνες είναι ο Φεβρουάριος και ο Ιανουάριος. Το φθινόπωρο, οι αρχές της άνοιξης και ο χειμώνας είναι οι εποχές με τις σημαντικότερες βροχοπτώσεις. Οι βόρειοι και βορειοδυτικοί άνεμοι που πνέουν κατά τη διάρκεια του χειμώνα συμβάλλουν στον χαρακτηριστικό συχνό παγετό του κλίματος. Τα ορεινά έχουν διαφορετικό κλίμα. Ο χειμώνας φέρνει εξαιρετικά χαμηλές θερμοκρασίες. Ενώ η χιονόπτωση είναι σημαντικά υψηλότερη και λιώνει στα μέσα της άνοιξης, η ποσότητα των βροχοπτώσεων στα βουνά είναι επίσης διπλάσια από ό,τι στα πεδινά και σημαντικά μεγαλύτερη από εκείνη της Ελλάδας. Το κλίμα στις παράκτιες περιοχές, ιδίως στη Χαλκιδική, είναι σημαντικά ηπιότερο και έχει μεσογειακά χαρακτηριστικά⁴².

Οι δραστηριότητες του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της περιοχής αυτής αποτελούν τους κύριους μοχλούς της οικονομικής της δύναμης.

3.2.1 Ροδάκινα Νάουσας

Η Κίνα ήταν η γενέτειρα της καλλιέργειας του ροδάκινου και στη συνέχεια ο υπόλοιπος κόσμος. Πιστεύεται ότι υπάρχουν περίπου 200 ποικιλίες ροδάκινων και περισσότερες από 175 ποικιλίες νεκταρινιών. Ο άνθρωπος μπορεί να ωφεληθεί διατροφικά από την κατανάλωση ροδάκινων επειδή είναι μια εξαιρετική πηγή φυτικών ινών, πρωτεϊνών, υδατανθράκων και βιταμινών Α και C. Είναι καλό για τις γυναίκες που περνούν την εμμηνόπαυση επειδή περιέχουν βόριο (B), το οποίο αυξάνει τα επίπεδα των οιστρογόνων. Τα ροδάκινα φαίνεται επίσης να βοηθούν στην πρόληψη της οστεοπόρωσης και της ανάπτυξης καρκίνου, καθώς και στη μείωση της αρτηριακής

πίεσης. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πολλοί επιστήμονες θεωρούν τα ροδάκινα λειτουργικά τρόφιμα⁴⁹.

Έλαβαν πιστοποίηση ΠΟΠ το 1996 και χάρη στη βοήθεια του Αγροτικού Συνεταιρισμού Νάουσας, άνοιξε η αγορά ροδάκινων στην Ανατολική Ευρώπη⁵⁰.



Εικόνα 2.14: Ροδάκινο Νάουσας ΠΟΠ⁵¹.

3.2.2 Κεράσια Τραγανά Ροδοχωρίου Ημαθίας

Τα γλυκά κεράσια *Prunusavium* ανήκουν στην οικογένεια *Rosaceae*. Καλλιεργούνται κυρίως σε εύκρατες χώρες και είναι μη κλιμακτηριακοί καρποί. Με ετήσια παραγωγή 45.000-60.000 τόνων, αποτελεί μια από τις σημαντικότερες καλλιέργειες στην Ελλάδα και συνεισφέρει το 7%-8% της συνολικής παραγωγής της ΕΕ. Η παραγωγή της Ελλάδας κατατάσσεται στη 12η θέση παγκοσμίως. Ενώ οι γλυκοκερασιές καλλιεργούνται σε όλη την Ελλάδα, ιδιαίτερα στις επαρχίες Πέλλας και Ημαθίας, εκεί παράγεται το 65%-70% της συνολικής παραγωγής κερασιών της χώρας⁵².

Η φλούδα των ώριμων καρπών κερασιού είναι συνήθως λεπτή και το χρώμα τους μπορεί να κυμαίνεται από ζωνρό χλωμό έως βαθύ κόκκινο, και σε ορισμένες περιπτώσεις, ακόμη και μωβ⁵³. Τα κεράσια κερδίζουν ολοένα και μεγαλύτερη δημοτικότητα μεταξύ των καταναλωτών σε όλο τον κόσμο για την ευχάριστη γεύση τους, το ελκυστικό χρώμα και άρωμα και τις υγιεινές αντιοξειδωτικές τους ιδιότητες. Η ποικιλία *Ferrogia*, η οποία αποδίδει μεγάλες, κόκκινες, με λαμπερή επιδερμίδα, καρδιάσχημες, σταθερής υφής καρδιές που προορίζονται για νωπή κατανάλωση, είναι ο κύριος λόγος για τον οποίο οι κλασικές ποικιλίες καλλιεργούνται στην Ελλάδα. Παρά την καταγωγή της από το Μπάρι της Ιταλίας, η ποικιλιακή έχει προσαρμοστεί με επιτυχία σε πολλά διαφορετικά μέρη της Ελλάδας. Στις αρχές Ιουνίου ωριμάζουν αυτοί οι καρποί, αν και μπορεί να υπάρξουν μερικές μικρές εξαιρέσεις λόγω των καιρικών

συνθηκών. Η σάρκα του καρπού είναι ροζ, χυμώδης και σταθερά συνδεδεμένη με τον πυρήνα. Έχει μέτρια γλυκύτητα και πολύ ωραία γεύση⁵⁴.

Τα "Κεράσια Τραγανά Ροδοχωρίου" είναι προϊόν με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης από τη δημοσίευσή της στο ΦΕΚ το 1994. Τα τραγανά κεράσια Έδεσσας, τα οποία επικονιάζονται από την ποικιλία Ναπολέων, είναι η πιο βασική ποικιλία. Η ποικιλία αυτή είναι ιδιαίτερα άφθονη στην περιοχή του Ροδοχωρίου, η οποία βρίσκεται στις βόρειες πλαγιές του Βερμίου. Ένα προϊόν υψηλής ποιότητας μπορεί να προκύψει εκμεταλλευόμενοι το κατάλληλο υψόμετρο και το έδαφος, το οποίο είναι πλούσιο σε οργανική ουσία και άργιλο⁵⁵.

Ένας άλλος κρίσιμος παράγοντας είναι η επεξεργασία των κερασιών που πραγματοποιείται σύμφωνα με τις συνήθειες πρακτικές. Κατά τη συγκομιδή, ο καρπός είναι ζουμερός και τραγανός και μπορεί να μεταφερθεί με ευκολία. Αυτά τα κεράσια είναι πολύ υγιεινά, διότι, όπως όλα τα κεράσια, έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες, βιταμίνες Α, Β και C και μέταλλα⁵⁵.



3.2.3 Ακτινίδιο Πιερίας

Η νοτιοδυτική Κίνα είναι η γενέτειρα του ακτινιδίου. Η κοινή ονομασία "ακτινίδιο" χρησιμοποιήθηκε πολύ αργότερα, κατά την αρχική καλλιέργειά του στη Νέα Ζηλανδία, προς τιμήν του διάσημου πγκουίνου. Η καλλιέργειά του ξεκίνησε στην περιοχή της Πιερίας στην Ελλάδα το 1973. Το μικροκλίμα της περιοχής παρέχει το ιδανικό

περιβάλλον για την ανάπτυξη του ακτινιδίου. Τα κύρια συστατικά του παραπάνω μικροκλίματος είναι οι οροσειρές του Ολύμπου και της Πιερίας Όρας, η θάλασσα, η τακτική ηλιοφάνεια και το νερό με ουδέτερο pH που διηθείται στην περιοχή. Ονομάζεται "φρούτο του Ολύμπου" επειδή καλλιεργείται κοντά στα Πιέρια Όρη⁵⁷.

Σύμφωνα με την επιστήμη, ανήκει στην οικογένεια Actinidiaceae, με το Hayward να είναι η πιο διαδεδομένη ποικιλία που καλλιεργείται στην πεδιάδα της Πιερίας. Η ποικιλία αυτή διακρίνεται για το ξεχωριστό πράσινο χρώμα της, το ήπιο άρωμα και την ισορροπημένη γλυκόξινη γεύση της. Επιπλέον, περιέχει την υψηλότερη συγκέντρωση ασκορβικού οξέος ή βιταμίνης C και πληθώρα ανόργανων συστατικών, όπως ασβέστιο, μαγνήσιο, σίδηρο, κάλιο, φώσφορο και κάλιο. Όταν η περιεκτικότητα του καρπού σε σάκχαρα φτάσει τα 6,5 έως 7,0 Brix, στα μέσα Νοεμβρίου, γίνεται η συγκομιδή των ακτινιδίων. Η συγκομιδή αρχίζει συνήθως στα τέλη Οκτωβρίου⁵⁶.

Το ακτινίδιο Πιερίας έχει αναγνωριστεί ως ΠΓΕ από το 2002, οπότε και δημοσιεύθηκε στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων⁵⁷.



Εικόνα 2.16: Ακτινίδια Πιερίας ΠΓΕ.

3.2.4 Πράσινες Ελιές Χαλκιδικής-Αγουρέλαιο Χαλκιδικής

Η τεράστια ποικιλομορφία των ευρωπαϊκών ελιών - περίπου 130 ποικιλίες πιστεύεται ότι υπάρχουν, εκ των οποίων οι 50 είναι γνωστές - είναι ένα από τα πιο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Μόνο οι ποικιλίες "Χαλκιδική" και "Χονδροελιά Χαλκιδικής" του είδους *Olea europaea* χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των "Πράσινων Ελιών Χαλκιδικής". Πρόκειται κυρίως για επιτραπέζιες ποικιλίες και καλλιεργούνται σχεδόν

αποκλειστικά στη Χαλκιδική. Οι ποικιλίες "Χονδροελιά Χαλκιδικής" και "Χαλκιδική" παρουσιάζουν διαφορές σε συγκεκριμένα μορφολογικά και φυσιολογικά χαρακτηριστικά, ωστόσο παρουσιάζουν και αξιοσημείωτη ομοιογένεια προϊόντων λόγω του οικολογικού περιβάλλοντος της Χαλκιδικής, της χημικής και μηχανικής σύστασης του εδάφους, των μεθόδων καλλιέργειας των ελαιόδεντρων και των εθίμων που περιβάλλουν τη συγκομιδή του καρπού, την εκκόκκιση και τη γέμιση⁵⁷.

Επειδή υπάρχει μικρή διαφορά μεταξύ των δύο ποικιλιών, οι παραγωγοί τις καλλιεργούν μαζί χωρίς να μπορούν να τις ξεχωρίσουν. Ο μεγάλος, λαμπερός πράσινος καρπός έχει την τάση να γίνεται αχυροκίτρινος κατά την επεξεργασία. Η διπλή χρήση της Θρούμπας Θάσου είναι ένα κοινό χαρακτηριστικό. Είναι εξαιρετικής ποιότητας ως επιτραπέζια ελιά και αποδίδει 20% όταν χρησιμοποιείται ως ελαιόλαδο. Το ελαιόλαδο που παράγεται είναι γνωστό ως Αγουρέλαιο Χαλκιδικής⁵⁸.

Σημαντικό χαρακτηριστικό αυτής της ελιάς είναι το μεγάλο μέγεθος και το έντονο χρώμα της, που την κάνει να ξεχωρίζει από τις άλλες ποικιλίες της αγοράς. Η αναλογία σάρκας προς πυρήνα είναι 10:1.

Η παραγωγή είναι πολύ σημαντική στην Ελλάδα. Θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι είναι το σήμα κατατεθέν του έθνους και της Αθήνας από την αρχαιότητα. Περίπου 2,7 εκατομμύρια τόνοι επιτραπέζιων ελιών παράγονται ετησίως στην Ευρώπη. Μόλις το 31% της παγκόσμιας παραγωγής, ή το 68% αυτού του ελαιολάδου, παράγεται στα κράτη μέλη της ΕΕ. Μεταξύ αυτών, η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάδα αντιπροσωπεύουν την πλειονότητα της παραγωγής της ΕΕ. Όσον αφορά την τρέχουσα παραγωγική τους ικανότητα, τα τρία αυτά κράτη διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους. Η Ελλάδα και η Ιταλία παράγουν πολύ λιγότερο από την Ισπανία, η οποία ηγείται της ΕΕ με το 68% της παραγωγής, με μόλις 23% και 6%, αντίστοιχα. Το 35% των επιτραπέζιων ελιών που παράγονται στην Ελλάδα και την Ισπανία εξάγεται⁵⁹.

Το έδαφος της Χαλκιδικής διακρίνεται για την αξιοσημείωτη ποικιλομορφία του, που ποικίλλει από αλλουβιακά, ασβεστολιθικά και γόνιμα εδάφη στις πεδινές περιοχές μέχρι φτωχά ασβεστολιθικά πετρώδη στα βουνά. Το έδαφος είναι καλό για την καλλιέργεια της ελιάς, ακόμη και από γεωπονική άποψη. Λόγω του βαθιά ριζωμένου ριζικού του συστήματος, το φυτό αυτό μπορεί να αναπτυχθεί εύκολα ακόμη και σε πετρώδη, άγονα εδάφη. Τα αμμώδη εδάφη με επαρκή περιεκτικότητα σε υγρασία και αποτελεσματική αποστράγγιση είναι ιδανικά για την απόδοσή της. Αν και η

ανθεκτικότητα παρατηρείται και σε εδάφη με ελαφρώς όξινο pH, το ιδανικό pH του εδάφους φαίνεται να είναι ουδέτερο ή ελαφρώς αλκαλικό. Η πράσινη ελιά της Χαλκιδικής ευδοκίμει επίσης στο τέλειο κλίμα. Λόγω του υψομέτρου της, η περιοχή βιώνει ήπιους έως κρύους χειμώνες, ήπια έως ζεστά καλοκαίρια και ενδιάμεσες εποχές με άφθονη ηλιοφάνεια.

Αυτή η ποικιλία δίνει εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο και ο καρπός της ελιάς συλλέγεται και πιέζεται πριν φτάσει στην πλήρη ωριμότητά του. Σε αυτό το σημείο, ο καρπός είναι μικρός και άγουρος, με πράσινο χρώμα. Τα χαρακτηριστικά της ποικιλίας "Aureoleo Halkidiki" παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα σύμφωνα με τα κριτήρια αναγνώρισης της ΠΟΠ.

Οι ιδιαίτερες φυσικοχημικές και οργανοληπτικές ιδιότητες του ελαιολάδου της Χαλκιδικής περιλαμβάνουν χαμηλή οξύτητα, λαμπερό πράσινο χρώμα (λόγω των χλωροφυλλών των άγουρων ελιών), μηδενική τιμή ελαττώματος, πράσινο φρουτώδες άρωμα με υποψία αρωμάτων εξωτικών φρούτων (μπανάνα) και φρεσκοκομμένων χόρτων, πικρή και πικάντικη γεύση με διακριτή ήπια πικρή επίγευση, υψηλή περιεκτικότητα σε ελαϊκό οξύ και υψηλή αναλογία μονοακόρεστων προς πολυακόρεστα λιπαρά οξέα, που προσδίδουν σταθερότητα στο προϊόν. Υπό τις κατάλληλες συνθήκες συντήρησης, το αγουρέλαιο Χαλκιδικής μπορεί να διατηρήσει αυτές τις ιδιότητες έως και 12 μήνες μετά την παραγωγή (ελαιοποίηση) και για τουλάχιστον 8 μήνες μετά.

Η συγκομιδή του καρπού γίνεται σύμφωνα με τις τοπικές παραδόσεις και στη συνέχεια γίνεται επεξεργασία για την παραγωγή επιτραπέζιων ελιών και ελαιολάδου. Ως εκ τούτου, τους χορηγήθηκε η πιστοποίηση ΠΟΠ για την πράσινη ελιά Χαλκιδικής και την αγριελιά Χαλκιδικής σύμφωνα με το άρθρο 5, παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) 510/2006 και του κανονισμού (ΕΚ) 581/2013, αντίστοιχα.

3.3 Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης

Η Ανατολική Μακεδονία, η τρίτη γεωγραφικά περιφέρεια, ενώθηκε με τη Θράκη για να σχηματίσει μια ενιαία περιφέρεια. Για τη βορειοανατολική περιφέρεια του έθνους, η οποία περιλαμβάνει όλη τη Θράκη και το ανατολικό τμήμα της Μακεδονίας, λειτουργεί ως δευτεροβάθμιο όργανο τοπικής αυτοδιοίκησης. Περιλαμβάνει επίσης τη Σαμοθράκη και τη Θάσο, δύο ευμεγέθη νησιά του Θρακικού Πελάγους. Με έκταση

14.157 τετραγωνικά χιλιόμετρα, ο πληθυσμός της ανέρχεται σε 562.201 κατοίκους, σύμφωνα με την απογραφή της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας του 2021¹⁴. Λόγω της γειννιάσής της με την Τουρκία, η περιοχή αυτή έχει έντονη στρατιωτική παρουσία, η οποία αποτελεί ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της. Η αναγνωρισμένη Μουσουλμανική Μειονότητα της Ελλάδας αποτελείται επίσης από κοινότητες Τουρκομάνων, Πομάκων και Μουσουλμάνων Ρομά, οι οποίοι βρίσκονται κυρίως στις ορεινές περιοχές των περιφερειακών ενοτήτων Ξάνθης, Ροδόπης και του δυτικού τμήματος του Έβρου. Οι ακόλουθες υποπεριφερειακές ενότητες αποτελούν την περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης: Δράμα, Καβάλα, Θάσος, Ξάνθη, Ροδόπη και Έβρος⁶⁰.

Η περιφέρεια εκτείνεται στο νότιο όγκο της οροσειράς της Ροδόπης, διαθέτοντας πεδιάδες κοντά στην ακτή, τις εκβολές των κύριων ποταμών της, του Νέστου, του Έβρου και του Άρδα, που εκβάλλουν στη Βουλγαρία, και λοφώδεις εξάρσεις σε ορισμένα σημεία ή μεμονωμένα βουνά όπως το Παγγαίο. Η πλειονότητα των δύο νησιών είναι ορεινή. Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας έχει λιγότερες λίμνες από τις άλλες περιφέρειες της Βόρειας Ελλάδας. Οι κυριότερες είναι οι τεχνητές λίμνες των ποταμών Νέστου, Θίσαβρου και Πλατανόβρυσης, καθώς και η λιμνοθάλασσα της Βιστωνίδας και οι γειτονικοί υγρότοποι και λιμνοθάλασσες του δέλτα του Έβρου⁶¹.

Παρακάτω παρατίθενται ορισμένα από τα σημαντικότερα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ της περιοχής αυτής.

3.3.1 Φασόλια Κάτω Νευροκοπίου

Έχουμε ήδη καλύψει πολλά από τα οφέλη και την παραγωγή των φασολιών. Παρ' όλα αυτά, η περιοχή Κάτω Νευροκόπι Δράμας είναι ένα ακόμη μέρος στην Ελλάδα με λογικό ενδιαφέρον για την παραγωγή φασολιών, παρά το γεγονός ότι είναι σχετικά μικρό.

Εκτός από την ποικιλία, χρησιμοποιούνται επίσης παραδοσιακές μέθοδοι για τον καθαρισμό και τη συγκομιδή του προϊόντος. Τα φυτά φτάνουν σε ύψος 2,5-3 μέτρα και η απόδοση των ξηρών φασολιών θεωρείται ότι είναι 300-600 κιλά ανά εκτάριο⁶².

3.3.2 Πατάτα Κάτω Νευροκοπίου

Με την καλλιέργεια αυτή να καταλαμβάνει σχεδόν το 90% της καλλιεργούμενης έκτασης στο Κάτω Νευροκόπι, είναι πρακτικά ο μοναδικός τύπος καλλιέργειας που

εφαρμόζεται εκεί. Μετά την απελευθέρωση της Ελλάδας από την τουρκική κυριαρχία το 1828, είναι γνωστό ότι ο Ιωάννης Καποδίστριας έφερε την πατάτα στη χώρα και αρχικά φυτεύτηκε στην Αίγινα. Η παραγωγή πατάτας ξεκίνησε στο Κάτω Νευροκόπι το 1920⁶³. Η μέση ποσότητα πατάτας που παράγεται στην Ελλάδα στις μέρες μας θεωρείται ότι είναι 466 χιλιάδες τόνοι⁶⁶. Η καλλιέργεια πατάτας λέγεται ότι είναι οικονομικά ασύμφορη από πολλούς παραγωγούς λόγω του υψηλού κόστους παραγωγής και της χαμηλής τιμής πώλησης⁶⁴.

Η επιστημονική του ονομασία είναι *solanumtuberosum*L και ανήκει στην οικογένεια Solanaceae. Δεδομένου του πόσο εύκολα η πατάτα μπορεί να προσαρμοστεί σε διάφορα περιβάλλοντα, η καλλιέργεια της πατάτας δεν θεωρείται ιδιαίτερα απαιτητική. Η μέγιστη απόδοση της παραγωγής, ωστόσο, συμβαίνει σε δροσερό κλίμα (15-22 °C), με συνεφιασμένο ουρανό και σταθερή παροχή νερού. Για τους λόγους αυτούς φαίνεται να ευδοκίμει στην περιοχή της Κάτω Νευκοπής⁴⁰.

Επιπλέον, οι πατάτες είναι πολύ θρεπτικές. Υπάρχει υψηλή συγκέντρωση βιταμινών B1, B2, B5, B6 και C και χαμηλή συγκέντρωση βιταμινών A. Ωφελούν επίσης όσους πάσχουν από αρθρίτιδα και διαβήτη⁶⁵.

3.3.3 Ελιά Θρούμπα Θάσου

Επειδή η ποικιλία Θρούμπα της Θάσου δεν μοιάζει με καμία άλλη του είδους της, είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με το νησί που αναφέρθηκε παραπάνω. Θρουμπολιά είναι το όνομα του ορθόδοξου δέντρου που δίνει την προαναφερθείσα ποικιλία. Μπορεί να φτάσει σε ύψος από πέντε έως δέκα μέτρα. Τα φύλλα του έχουν συνήθως πράσινο χρώμα και έχουν μήκος περίπου 5,69 εκατοστά και πλάτος 1,24 εκατοστά. Ο καρπός έχει κυλινδρικό σχήμα και ζυγίζει κατά μέσο όρο 3,3 g. Η αναλογία σάρκας προς πυρήνα είναι 5,2:1. Η ελιά *Thrumba* χρησιμοποιείται για την παρασκευή ελαιολάδου εκτός από την επιτραπέζια χρήση. Ο καρπός περιέχει τριάντα τοις εκατό λάδι. Η *Thruboelia* χρειάζεται δροσερά, υγρά εδάφη για να διαφοροποιηθούν οι οφθαλμοί της, κάτι που είναι απαραίτητο για την ευδοκίμηση του φυτού⁶⁶.

Το ελαιόλαδο παράγεται κυρίως από την *Thassitika Thruboba*, η οποία καλλιεργείται για επιτραπέζια χρήση. Ο καρπός της ελιάς έχει κυλινδροκωνικό σχήμα, που στενεύει ελαφρά από τη μία πλευρά προς μια θηλή. Το βάρος του κυμαίνεται μεταξύ 1,5 και 5 g, με τη σάρκα να αποτελεί το 79-84% του όγκου του καρπού, τον πυρήνα 13-18% και το φλοιό 3-5%. Η ποσότητα ανά κιλό κυμαίνεται μεταξύ 290 και 320 τεμαχίων. Ο

καρπός αποτελεί εξαιρετική αφετηρία για τις παραδοσιακές μεθόδους επεξεργασίας που χρησιμοποιούνται στην περιοχή για την παραγωγή αποξηραμένων ελιών⁶⁷.

Η παραγωγή και η μεταποίηση της θρούμπας έχουν αναληφθεί από τους συνεταιριστικούς φορείς του νησιού. Η παραγωγή κυμαίνεται μεταξύ 800 και 1000 τόνων ετησίως. Το 75% της παραγωγής επεξεργάζεται από την Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών στο δικό της εργοστάσιο- το υπόλοιπο μέρος προμηθεύεται σε μικρούς βιοτέχνες του νησιού²³.

Λόγω της σημασίας του στη μεσογειακή διατροφή, το προϊόν αυτό έχει υψηλή διατροφική αξία και έχει δοθεί έμφαση εδώ και αιώνες. Φαίνεται ότι σε πολλές περιπτώσεις προλαμβάνει τις καρδιακές παθήσεις και τον καρκίνο. Η ελιά αναγνωρίζεται για αυτές τις ιδιότητες κυρίως λόγω της υψηλής συγκέντρωσης φαινολικών ενώσεων και μονοακόρεστων λιπαρών που περιέχει. Η θρούμπα βρέθηκε να έχει υψηλότερη αντιοξειδωτική δράση από άλλες επιτραπέζιες ελιές σε μια μελέτη του Draco το 2011⁶⁸.

Σύμφωνα με την υπουργική απόφαση με αριθμό 315781/14-1-1994 (ΦΕΚ Β/1368/2-9-2010), η ελιά Θρούμπα Θάσου πιστοποιήθηκε ως ΠΟΠ.



Εικόνα 2.20: Ελιά Θρούμπα Θάσου ΠΟΠ⁶⁹.

4.Στάσεις των καταναλωτών απέναντι στα πιστοποιημένα προϊόντα

4.1 Εμπιστοσύνη στις ετικέτες πιστοποίησης

Ένα σημαντικό ζήτημα που επηρεάζει τις αποφάσεις των καταναλωτών να αγοράσουν είναι το επίπεδο εμπιστοσύνης τους στις ετικέτες πιστοποίησης. Αρκετοί που πιστεύουν στις ετικέτες πιστοποίησης είναι πιο πρόθυμοι να αγοράσουν πιστοποιημένα αγαθά, επειδή πιστεύουν ότι αυτά τα αγαθά τηρούν καλύτερα πρότυπα βιωσιμότητας, ασφάλειας, ποιότητας και άλλων παραγόντων. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις ετικέτες πιστοποίησης είναι συνήθως ισχυρή, σύμφωνα με τη μελέτη. Το 75 % των πελατών σε μια μελέτη του 2022 που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα δήλωσαν ότι εμπιστεύονται τις ετικέτες πιστοποίησης⁷⁸. Ορισμένες κατηγορίες προϊόντων, όπως τα τρόφιμα, τα ποτά και τα είδη ένδυσης, έχουν μεγαλύτερα επίπεδα εμπιστοσύνης.

Η εμπιστοσύνη των πελατών στα σήματα πιστοποίησης επηρεάζεται από διάφορες μεταβλητές. Η αξιοπιστία της αρχής πιστοποίησης είναι ένα κρίσιμο στοιχείο. Τα σήματα πιστοποίησης από οργανισμούς που θεωρούνται αξιόπιστοι, όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ή διεθνείς οργανισμοί, είναι πιθανότερο να τύχουν εμπιστοσύνης από τους καταναλωτές⁷⁸.

Τέλος, η εμπιστοσύνη των καταναλωτών μπορεί να επηρεαστεί από τις αλληλεπιδράσεις τους με πιστοποιημένα προϊόντα. Οι θετικές εμπειρίες με πιστοποιημένα είδη αυξάνουν την πιθανότητα οι καταναλωτές να εμπιστεύονται τις ετικέτες πιστοποίησης στο μέλλον.

Η ανάπτυξη της αγοράς πιστοποιημένων προϊόντων εξαρτάται από την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στα σήματα πιστοποίησης. Οι εταιρείες που θέλουν να δουν αύξηση των πωλήσεων των πιστοποιημένων προϊόντων τους πρέπει να είναι σίγουρες ότι καλλιεργούν την εμπιστοσύνη των πελατών. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της συνεργασίας με αξιόπιστους οργανισμούς πιστοποίησης, της διασφάλισης διαφάνειας στη διαδικασία πιστοποίησης και της παροχής ικανοποιητικών εμπειριών στους πελάτες με τη χρήση πιστοποιημένων προϊόντων⁷⁶.

Η πιστοποίηση προϊόντων είναι ακόμη σχετικά νέα στην Ελλάδα και η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις ετικέτες πιστοποίησης αναπτύσσεται σταδιακά. Οι θετικοί δείκτες υποδηλώνουν, ωστόσο, ότι η εμπιστοσύνη των καταναλωτών αυξάνεται⁷³. Αυτό μπορεί να αποδοθεί σε διάφορες αιτίες, όπως η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση

των καταναλωτών για τις ανησυχίες που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα, την ασφάλεια και την ποιότητα, καθώς και η αυξημένη διαφάνεια στη διαδικασία πιστοποίησης.

4.2 Επιρροή της πιστοποίησης στις αποφάσεις αγοράς

Η πιστοποίηση ενός προϊόντος μπορεί να έχει μεγάλη επίδραση στο τι θα αποφασίσουν να αγοράσουν οι άνθρωποι. Οι καταναλωτές που πιστεύουν στις ετικέτες πιστοποίησης είναι πιο πρόθυμοι να αγοράσουν πιστοποιημένα προϊόντα, επειδή πιστεύουν ότι τα προϊόντα αυτά τηρούν καλύτερα πρότυπα βιωσιμότητας, ασφάλειας, ποιότητας και άλλους παράγοντες. Μελέτες δείχνουν ότι η πιστοποίηση μπορεί να αυξήσει τις πιθανότητες πώλησης ενός προϊόντος κατά 20% έως 50%⁷⁵. Η πιστοποίηση έχει ισχυρότερη επίδραση σε ορισμένες κατηγορίες προϊόντων, όπως τα τρόφιμα, τα ποτά και τα είδη ένδυσης. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους η πιστοποίηση μπορεί να επηρεάσει τις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών. Συγκεκριμένα:

- Ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών στο εμπόρευμα. Οι καταναλωτές είναι πιο πρόθυμοι να αγοράσουν ένα προϊόν που εμπιστεύονται. Ενημερώνοντας τους καταναλωτές για τη βιωσιμότητα, την ασφάλεια και την ποιότητα του προϊόντος, η πιστοποίηση συμβάλλει στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης τους⁷⁵.
- Μείωση των κινδύνων για τους καταναλωτές. Όσοι αγοράζουν πιστοποιημένα προϊόντα είναι λιγότερο πιθανό να αγοράσουν υποβαθμισμένα, επικίνδυνα ή μη βιώσιμα προϊόντα⁷⁶.
- Ενθαρρύνουν τους καταναλωτές να μάθουν για ορισμένα θέματα. Οι καταναλωτές μπορούν να αποκτήσουν περισσότερες γνώσεις σχετικά με θέματα όπως η κοινωνική ευθύνη, η βιωσιμότητα, η ασφάλεια και η ποιότητα με την πιστοποίηση⁷⁷.

Μια πληθώρα παραγόντων, συμπεριλαμβανομένης της κατηγορίας του προϊόντος, της ηλικίας και του εισοδήματος των πελατών και της κατανόησης των συγκεκριμένων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η πιστοποίηση, επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο η πιστοποίηση επηρεάζει τις αποφάσεις αγοράς τους.

Η πιστοποίηση προϊόντων βρίσκεται ακόμη σε πρώιμο στάδιο στην Ελλάδα και η επιρροή της στις επιλογές των καταναλωτών είναι ακόμη αισθητή. Τα θετικά σημάδια υποδηλώνουν ωστόσο ότι η επιρροή αυτή αυξάνεται. Αυτό μπορεί να αποδοθεί σε διάφορες αιτίες, όπως η αυξημένη συνείδηση των καταναλωτών σε θέματα ποιότητας,

ασφάλειας και βιωσιμότητας, καθώς και η μεγαλύτερη διαφάνεια στη διαδικασία πιστοποίησης.

4.3 Αντιλαμβανόμενη ποιότητα των πιστοποιημένων προϊόντων

Σε γενικές γραμμές, οι καταναλωτές πιστεύουν ότι τα πράγματα με πιστοποιήσεις είναι υψηλότερου διαμετρήματος από εκείνα χωρίς πιστοποιήσεις. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η πιστοποίηση ενημερώνει τους καταναλωτές σχετικά με τη βιωσιμότητα, την ασφάλεια και την ποιότητα του προϊόντος⁷⁷. Οι δημοσκοπήσεις των καταναλωτών δείχνουν ότι οι πελάτες πιστεύουν ότι τα πιστοποιημένα αντικείμενα είναι πιο δίκαια κατασκευασμένα, ασφαλέστερα, πιο υγιεινά και πιο φιλικά προς το περιβάλλον από τα μη πιστοποιημένα⁷⁵.

Πολλοί παράγοντες, όπως η κατηγορία του προϊόντος, η ηλικία και ο πλούτος των πελατών και η κατανόηση των συγκεκριμένων προβλημάτων που καλύπτονται από την πιστοποίηση, επηρεάζουν το πόσο καλά θεωρούνται τα πιστοποιημένα προϊόντα. Η αντίληψη της ποιότητας των πιστοποιημένων προϊόντων είναι συνήθως θετική στην Ελλάδα⁷⁸. Αυτό οφείλεται σε διάφορα πράγματα, όπως η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών για τα προβλήματα που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα, την ασφάλεια και την ποιότητα, καθώς και το μεγαλύτερο άνοιγμα της διαδικασίας πιστοποίησης⁷⁸.

Παρ' όλα αυτά, η αντιλαμβανόμενη ποιότητα των πιστοποιημένων ειδών είναι χαμηλότερη σε αρκετές κατηγορίες προϊόντων. Αυτό είναι αποτέλεσμα της μη εξοικείωσης των καταναλωτών με τους οργανισμούς πιστοποίησης και τα συγκεκριμένα πρότυπα βάσει των οποίων πιστοποιούνται τα είδη⁷⁸. Οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί πιστοποίησης θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι οι πελάτες λαμβάνουν σαφείς και κατανοητές πληροφορίες σχετικά με τα πλεονεκτήματα της πιστοποίησης, προκειμένου να αυξηθεί η αντιληπτή ποιότητα των πιστοποιημένων ειδών.

Σύμφωνα με μια εμπειρική έρευνα, οι πελάτες σε σούπερ μάρκετ αποδέχθηκαν καλά τις πιστοποιήσεις ποιότητας των προϊόντων, με μέτριους κινδύνους⁷⁴. Μια διαφορετική έρευνα εξέτασε τον τρόπο με τον οποίο οι απόψεις των πελατών για την ποιότητα, η προτίμηση της μάρκας, η εικόνα της μάρκας και η στάση της μάρκας επηρέαζαν την πρόθεσή τους να αγοράσουν και τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι παράγοντες αυτοί λειτούργησαν ως μεσολαβητές για την πιστοποίηση ISO⁸⁰.

Επιπλέον, μια έρευνα σχετικά με την αντιλαμβανόμενη ποιότητα της πιστοποίησης τροφίμων μεταξύ των Κινέζων καταναλωτών προσέθεσε μια νέα έννοια στη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς, την αντιλαμβανόμενη ποιότητα⁷⁹. Επιπλέον, μελέτες που διεξήχθησαν στον τομέα των ζωοτροφών για κοτόπουλα έδειξαν ότι η πιστοποίηση των ζωοτροφών έχει σημαντικό αντίκτυπο στην αντίληψη των καταναλωτών για την ποιότητα των προϊόντων, λειτουργώντας ως σύνθημα για να εκφράσουν τις απόψεις τους⁷⁶. Όλες αυτές οι έρευνες υποδεικνύουν την πιθανότητα ότι οι απόψεις των πελατών σχετικά με την ποιότητα των πιστοποιημένων ειδών μπορεί να επηρεάζονται από τη διαδικασία πιστοποίησης της ποιότητας των προϊόντων.

4.4 Μεθοδολογία

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 130 ερωτήσεις κλειστού τύπου, εκ των οποίων 125 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και 125 ερωτήσεις ευρείας κλίμακας.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 28 ενότητες. Οκτώ (8) ερωτήσεις κλειστού τύπου βρίσκονται στην πρώτη ενότητα, με στόχο να προσδιοριστεί ο τρόπος με τον οποίο οι πελάτες σχετίζονται με την πιστοποίηση του πιστοποιημένου παραδοσιακού προϊόντος. Οι ερωτήσεις αφορούν συγκεκριμένα το πόσο συχνά οι άνθρωποι καταναλώνουν Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα, πόσο γνωστές τους είναι οι ΠΟΠ και ΠΓΕ και πώς βλέπουν την πιστοποίησή τους.

Οι είκοσι δύο (22) ερωτήσεις του δεύτερου μέρους αφορούν τα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα της Μακεδονίας και πόσο συχνά καταναλώνονται. Για να είναι δυνατή η έκφραση διαφόρων προτιμήσεων, έχει προστεθεί και μια ερώτηση πολλαπλής επιλογής για επιπλέον Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα της υπόλοιπης Ελλάδας.

Στην τρίτη ενότητα, οι ερωτώμενοι απαντούν σε επτά (7) ερωτήσεις ανοικτού τύπου και μία (1) ερώτηση πολλαπλής επιλογής σχετικά με την προέλευση των προαναφερθέντων Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων.

Η ποιότητα και η διαδικασία παρασκευής των Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων, όπως τα βλέπει ο πελάτης, καλύπτονται στην τέταρτη ενότητα. Είκοσι δύο (22) ερωτήσεις ευρείας κλίμακας, που κυμαίνονται από "Διαφωνώ απόλυτα" έως "Συμφωνώ απόλυτα", συνθέτουν την αξιολόγηση αυτή.

Η πέμπτη ενότητα περιλαμβάνει τέσσερις (4) ερωτήσεις. Το κατά πόσο αρέσουν στους πελάτες και αν είναι σίγουροι για την απόφασή τους είναι το κεντρικό θέμα των ερωτήσεων. Στην έκτη ενότητα υπάρχουν επίσης τέσσερις ερωτήσεις, οι οποίες αφορούν το κατά πόσο οι αντιλήψεις των καταναλωτών για τον κοινωνικό τους περίγυρο επηρεάζονται από τη χρήση Παραδοσιακών Πιστοποιημένων Προϊόντων.

Οι πέντε (5) ερωτήσεις του έβδομου μέρους επικεντρώνονται στην ηθική ικανοποίηση των καταναλωτών και στο κατά πόσον υποστηρίζουν ή όχι τους τοπικούς παραγωγούς και την κοινότητά τους. Τρεις (3) ερωτήσεις στο όγδοο μέρος αφορούν τον τρόπο με τον οποίο η αγορά Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων επηρεάζει την ψυχολογία των καταναλωτών. Με άλλα λόγια, αν του φτιάχνουν τη διάθεση, αν τον γοητεύουν ή αν του κεντρίζουν την περιέργεια.

Τέσσερις (4) ερωτήσεις σχετικά με την τιμή των Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων - κατά πόσο είναι λογικές, κατά πόσο προσφέρουν καλή σχέση ποιότητας-τιμής και κατά πόσο είναι οικονομικές - περιλαμβάνονται στο κεφάλαιο εννέα. Πέντε (5) ερωτήσεις στο κεφάλαιο δέκα αφορούν τη διαθεσιμότητα των προαναφερθέντων προϊόντων. Πόσο απλό είναι να τα εντοπίσετε στα καταστήματα και αν υπάρχουν αρκετά από αυτά διαθέσιμα.

Η κατανόηση από το κοινό του όρου "πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα" και η προθυμία και ο χρόνος που διαθέτουν οι καταναλωτές για να συλλέξουν πληροφορίες σχετικά με αυτά είναι τα θέματα της ενδέκατης ενότητας του ερωτηματολογίου μας. Το θέμα της δωδέκατης ενότητας, η οποία εξετάζεται μέσω πέντε (5) ερωτήσεων, είναι το πόσο εύγευστα είναι αυτά τα προϊόντα.

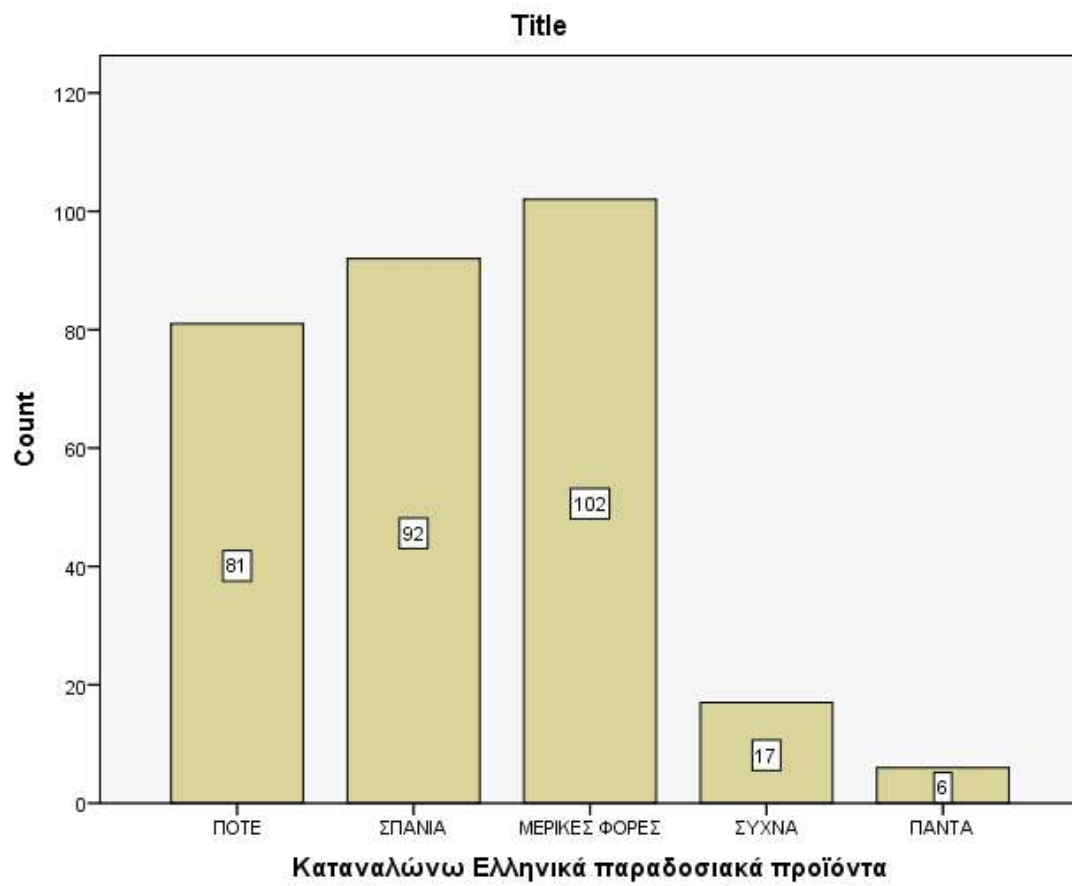
Στο δέκατο τρίτο τμήμα της έρευνας, οι συμμετέχοντες ερωτώνται σχετικά με την ασφάλεια των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων και αν αξίζει τον κόπο να τα αγοράσουν. Στη δέκατη τέταρτη ενότητα ερωτώνται οι πελάτες αν γνωρίζουν τι σημαίνει Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα και αν χρειάζονται περισσότερες πληροφορίες. Στη δέκατη πέμπτη ενότητα διερευνούμε τη σχέση μεταξύ των τιμών και των ιδιοτήτων αυτών των προϊόντων μέσω τεσσάρων (4) ερωτήσεων. Η δέκατη έκτη ενότητα, η οποία ρωτά αν πιστεύουν ότι η αγορά Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων είναι η σωστή απόφαση, συνεχίζει στο ίδιο πνεύμα.

Η εμπιστοσύνη που υπάρχει μεταξύ των πελατών και των Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων καλύπτεται στη δέκατη έβδομη ενότητα. Διερευνάται η εγκυρότητα της πιστοποίησης και η ειλικρίνεια των προθέσεων των εταιρειών ή συνεταιρισμών και των φορέων πιστοποίησης μέσω μιας σειράς πέντε (5) ερωτήσεων. Η δέκατη όγδοη ενότητα ασχολείται με το αν οι πελάτες θα συνεχίσουν να αγοράζουν αυτά τα προϊόντα, αν αισθάνονται υποχρεωμένοι να το κάνουν και αν θα αναζητήσουν στην αγορά εναλλακτικές λύσεις. Η δέκατη ένατη ενότητα εξετάζει αν οι αγοραστές των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων τείνουν να αγοράζουν περισσότερα από αυτά και να προσπαθούν να αντικαταστήσουν όσο το δυνατόν περισσότερα από τα μη πιστοποιημένα προϊόντα τους με πιστοποιημένα. Επιπλέον, διερευνάται μέσω τεσσάρων (4) ερωτήσεων αν μιλούν με τα καλύτερα λόγια για τα προαναφερθέντα προϊόντα και αν συμβουλεύουν φίλους και γνωστούς να τα αγοράσουν.

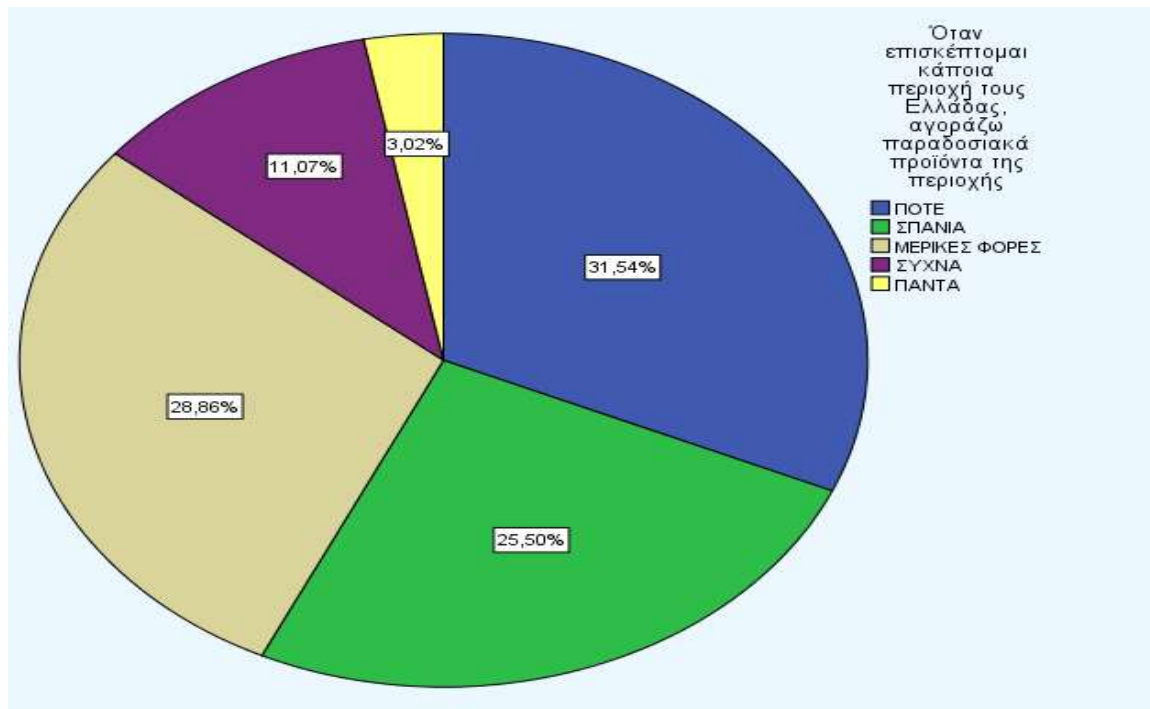
Τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων -συμπεριλαμβανομένων της ηλικίας, του φύλου, του τόπου κατοικίας, του μορφωτικού επιπέδου, της οικογενειακής κατάστασης και της απασχόλησης- εξετάζονται στις υπόλοιπες ενότητες (20-28).

5. Αποτελέσματα

Στο σύνολο του δείγματος υπάρχουν 298 ερωτηθέντες. Μόλις έξι ερωτηθέντες απάντησαν "ΠΑΝΤΑ" στην ερώτηση πόσο συχνά καταναλώνουν ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε "ΠΟΤΕ", "ΣΠΑΝΙΑ" και "ΚΑΠΟΙΕΣ ΦΟΡΕΣ". Υπάρχει μέγιστη απόκλιση 10% μεταξύ των απαντήσεων που δόθηκαν παραπάνω (Σχήμα 1). Επιπλέον, πολύ λίγοι άνθρωποι που επισκέπτονται μια συγκεκριμένη περιοχή δοκιμάζουν τα παραδοσιακά της προϊόντα. Μόλις το 3,02% των ατόμων δοκιμάζει κάθε φορά και το 31,54% δεν δοκιμάζει ποτέ (Σχήμα 2).

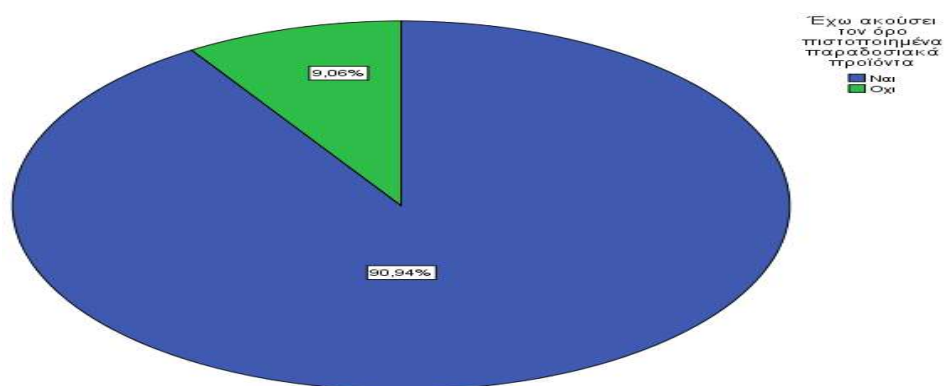


Διάγραμμα 1: Συχνότητα κατανάλωσης Ελληνικών Παραδοσιακών Προϊόντων.



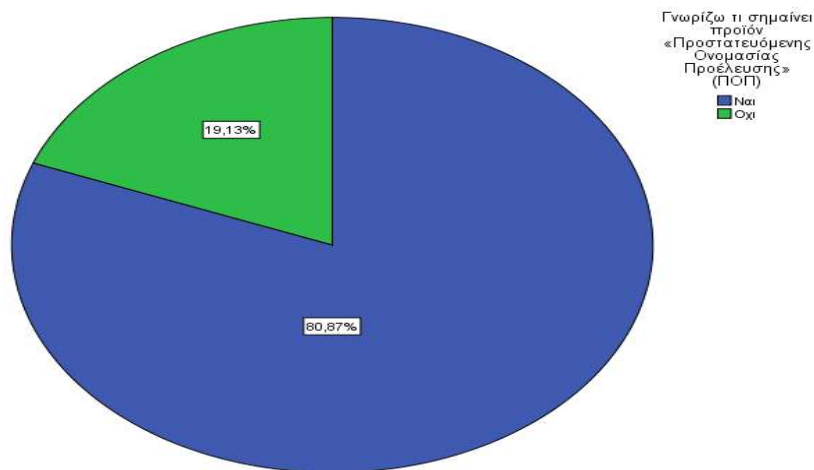
Διάγραμμα 2: Συχνότητα κατανάλωσης Ελληνικών Παραδοσιακών Προϊόντων, στις περιοχές παραγωγής τους.

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα, η μεγάλη πλειοψηφία των ανθρώπων γνωρίζει ακόμη και τον όρο "πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα". Πάνω από το 90% των ανθρώπων γνωρίζουν τον όρο (διάγραμμα 3).

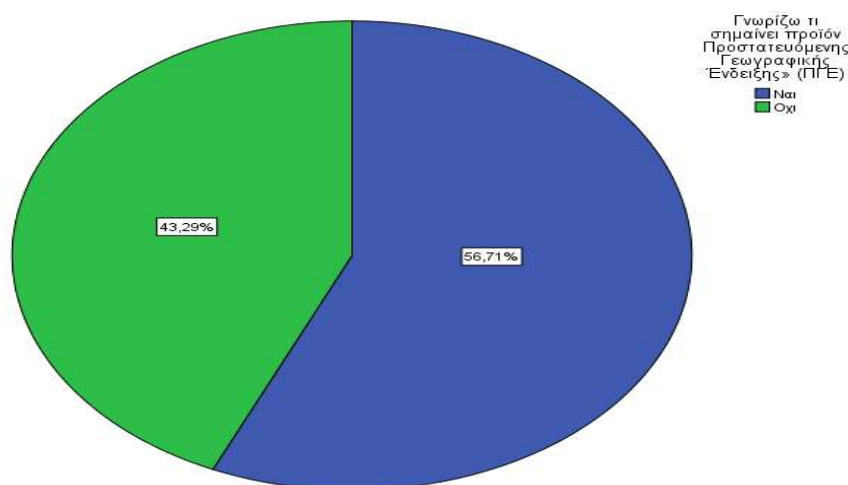


Διάγραμμα 3: Ποσοστό των ερωτηθέντων που έχει ακούσει ή όχι τον όρο Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα.

Η συντριπτική πλειοψηφία φαίνεται να γνωρίζει τον ορισμό της ΠΟΠ. Πάνω από το 80% των ερωτηθέντων γνωρίζει την έννοιά του (διάγραμμα 4). Αν και με πολύ χαμηλότερο ποσοστό, 85,42%, η πλειοψηφία γνωρίζει επίσης την έννοια του όρου ΠΓΕ (διάγραμμα 5).



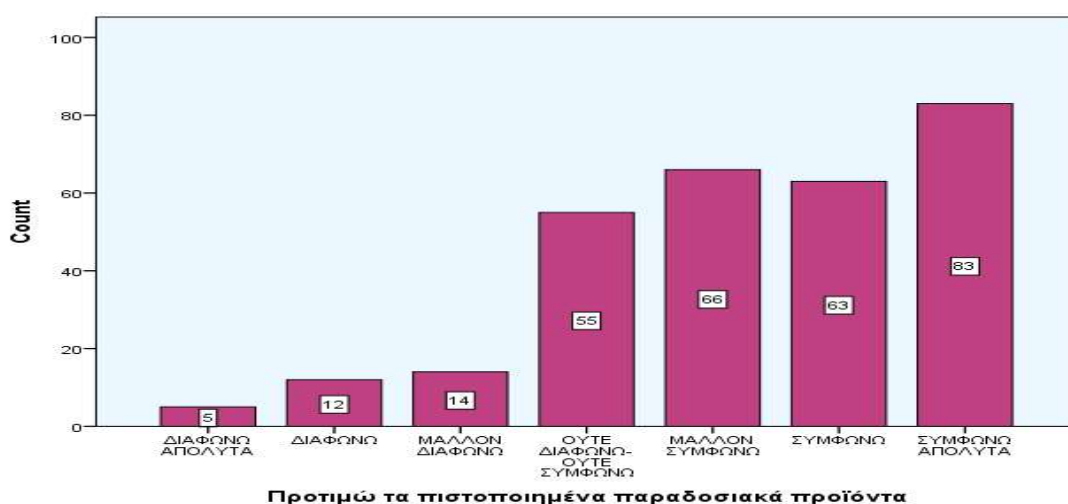
Διάγραμμα 4: Ποσοστό των ερωτηθέντων που γνωρίζει ή όχι τι σημαίνει ΠΟΠ.



Διάγραμμα 5: Ποσοστό των ερωτηθέντων που γνωρίζει ή όχι τι σημαίνει ΠΓΕ.

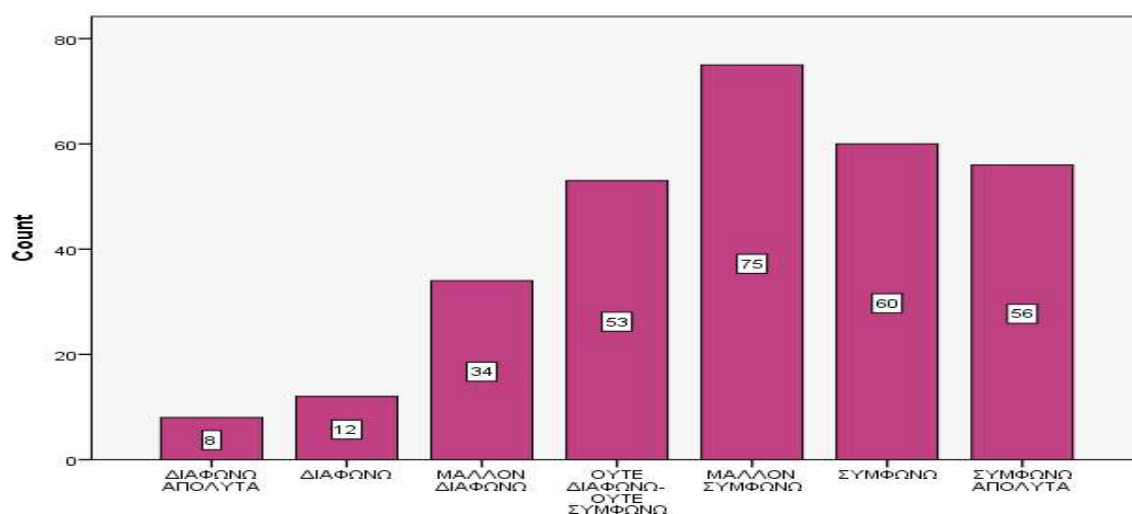
Η έρευνά μας αποκάλυψε ότι οι ερωτηθέντες συμφωνούν απόλυτα ότι προτιμώνται τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα και γενικά συμφωνούν ότι τα προϊόντα αυτά έχουν καλύτερη εικόνα, παρά το γεγονός ότι σπάνια χρησιμοποιούν ελληνικά

παραδοσιακά προϊόντα. Είναι επίσης κρίσιμο να υποστηρίζουν και να έχουν εμπιστοσύνη στις διαδικασίες που χρησιμοποιούνται για την πιστοποίηση των παραδοσιακών προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα, στην έρευνα 212 από τους 298 ερωτηθέντες εξέφρασαν την προτίμησή τους στα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα, ενώ 55 είχαν αδιάφορη άποψη. Φάνηκε ότι μόνο 31 ήταν αρνητικοί. Η κατάσταση είναι ουσιαστικά η ίδια όσον αφορά την αντίληψη για τα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα- η μόνη διαφοροποίηση είναι ότι υπάρχουν περισσότερες απαντήσεις που δηλώνουν "ΣΥΜΦΩΝΩ ΠΑΝΤΑ" παρά "ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΩΣ", γεγονός που υποδηλώνει κάποια ασάφεια. Τέλος, μόλις 37 από τους 298 ερωτηθέντες εκφράζουν δυσπιστία απέναντι στις διαδικασίες πιστοποίησης των παραδοσιακών προϊόντων. 46 είναι ουδέτεροι και 215 είναι θετικοί.



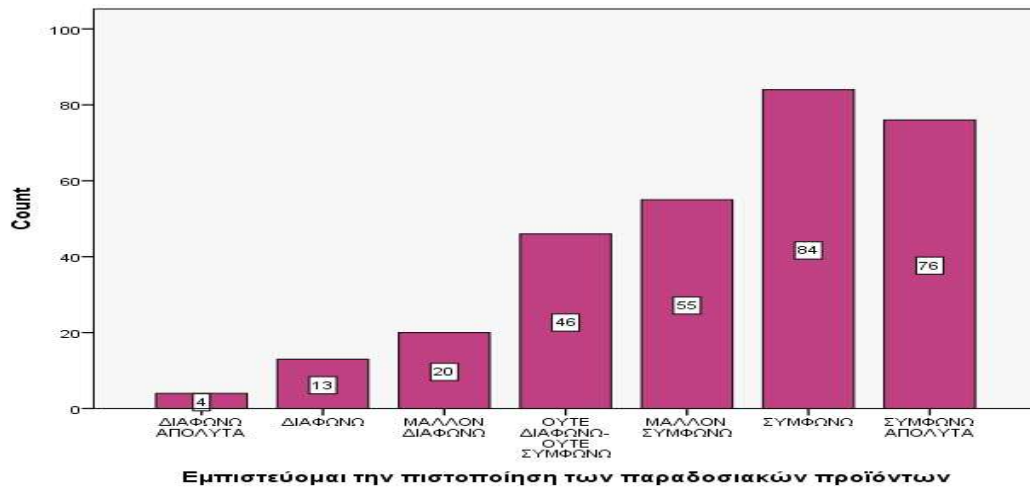
Προτίμω τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα

Διάγραμμα 6: Προτίμηση στα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα



Τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα έχουν καλύτερη εικόνα

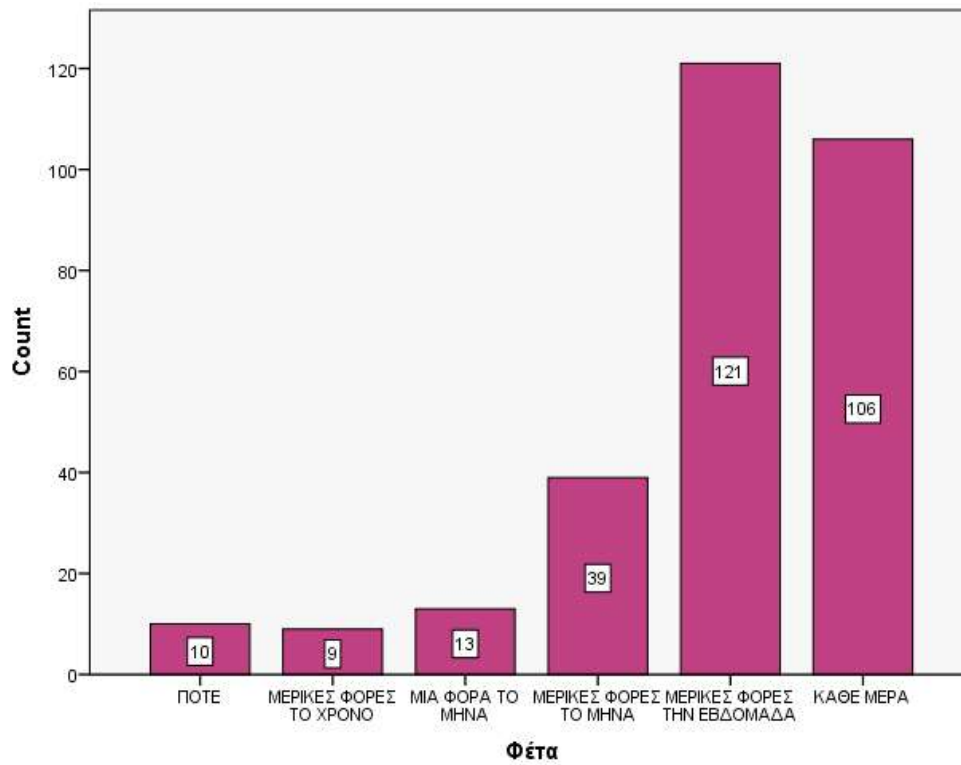
Διάγραμμα 7: Προτίμηση στην εικόνα των Παραδοσιακών Προϊόντων



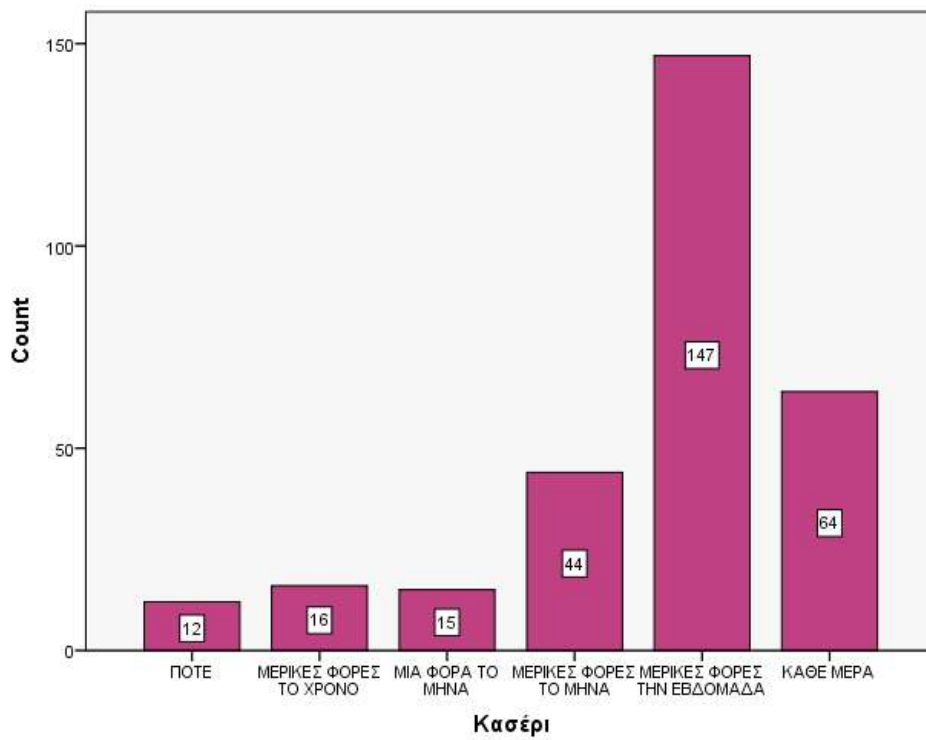
Διάγραμμα 8: Εμπιστοσύνη στο σύστημα πιστοποίησης των Παραδοσιακών Προϊόντων

Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου ρωτά για τις διατροφικές συνήθειες των ερωτηθέντων, διατηρώντας ως σημείο αναφοράς τα εγκεκριμένα παραδοσιακά προϊόντα από τη Θράκη, τη Δυτική Μακεδονία, την Κεντρική Μακεδονία και την Ανατολική Μακεδονία, τα οποία περιγράφηκαν διεξοδικά σε προηγούμενο κεφάλαιο.

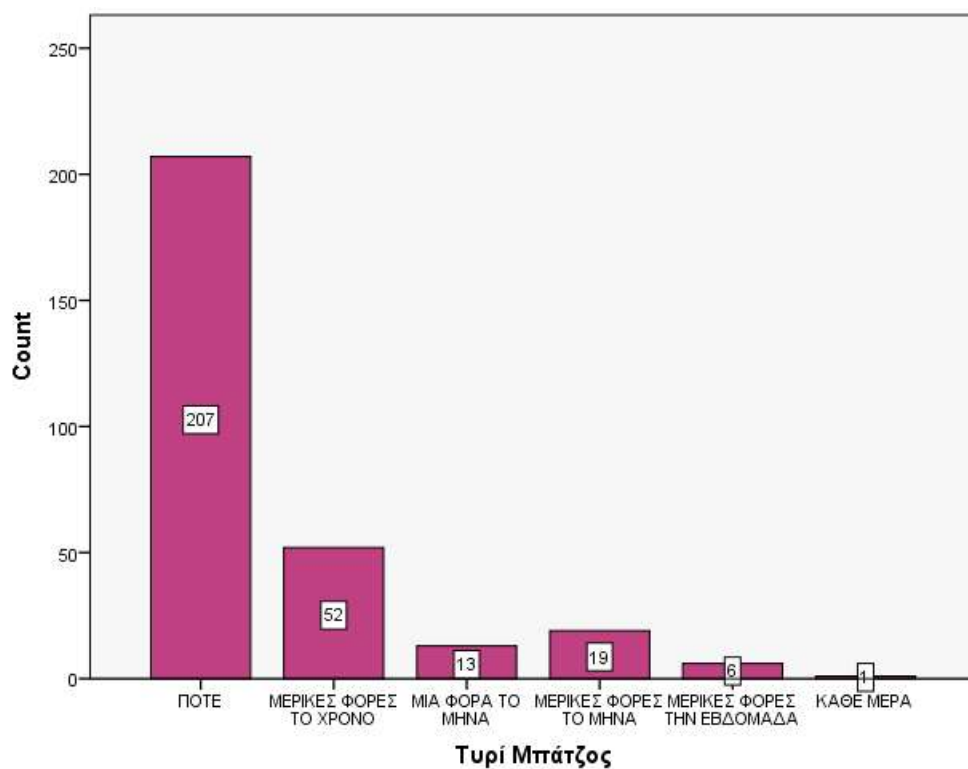
Όσον αφορά τα τυροκομικά προϊόντα, η Φέτα ΠΟΠ είναι η πιο αγαπητή. 227 από τους 298 συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ότι θα προτιμούσαν να την έχουν στο τραπέζι τους είτε κάποιες φορές την εβδομάδα είτε και κάθε μέρα. Ακολουθεί το ΠΟΠ Κασέρι, το οποίο προτιμούν σε καθημερινή ή εβδομαδιαία βάση 211 συμμετέχοντες στην έρευνα. Το τυρί Μανούρι ΠΟΠ καταναλώνεται καθημερινά από έξι (6) άτομα, ενώ το τυρί Μπάτζος ΠΟΠ καταναλώνεται καθημερινά από ένα άτομο, κατά φθίνουσα σειρά. Αξίζει να σημειωθεί ότι 229 ερωτηθέντες δήλωσαν ότι δεν τρώνε ποτέ τυρί ΠΟΠ Μανούρι, 207 δήλωσαν ότι δεν τρώνε ποτέ τυρί Μπάτζος και 102 δήλωσαν ότι δεν τρώνε ποτέ τυρί Ανεβάτο. Η κατάσταση της ΠΟΠ Κεφαλογραβιέρα είναι μέτρια. Από τους 191 ερωτηθέντες, η πλειοψηφία την καταναλώνει από μερικές φορές το χρόνο έως μερικές φορές το μήνα. 48 δεν τη δοκιμάζουν ποτέ και 5 την επιλέγουν καθημερινά ή μερικές φορές την εβδομάδα. Επιπλέον, τα ευρήματα παρουσιάζονται στα γραφήματα που ακολουθούν (Εικόνα 9-14).



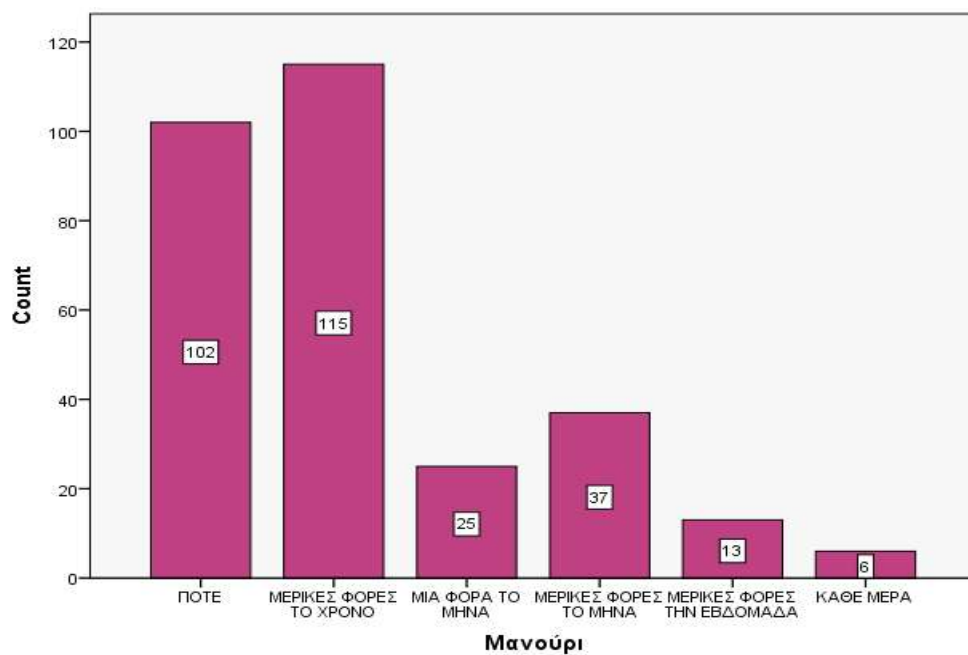
Διάγραμμα 9: Συχνότητα κατανάλωσης για την Φέτα ΠΟΠ.



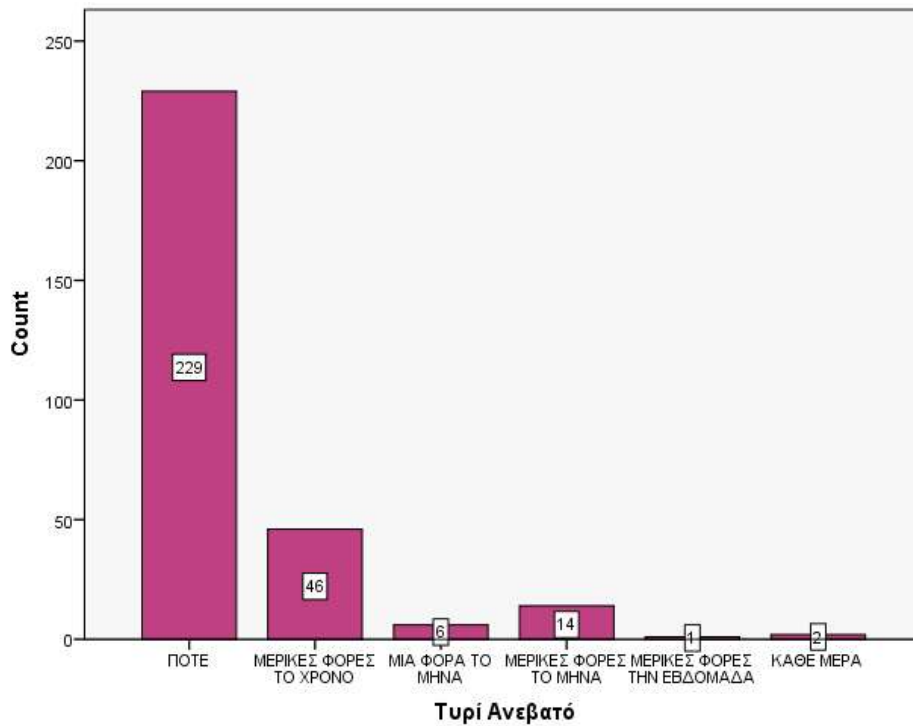
Διάγραμμα 10: Συχνότητα κατανάλωσης για το Κασέρι ΠΟΠ.



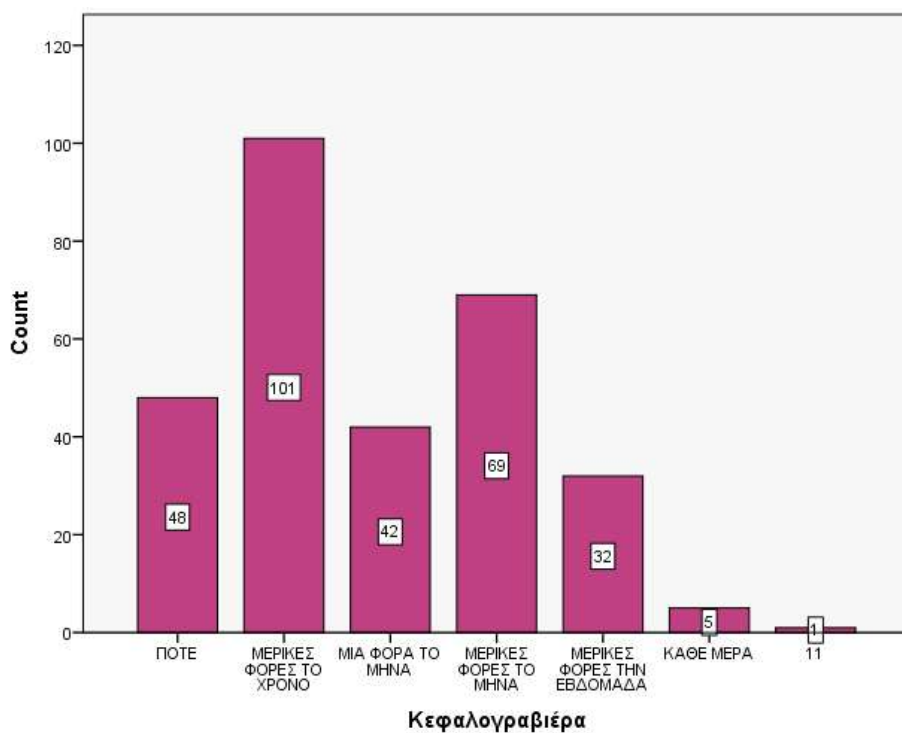
Διάγραμμα 11: Συχνότητα κατανάλωσης για το τυρί Μπάτζος ΠΟΠ



Διάγραμμα 12: Συχνότητα κατανάλωσης για το Μανούρι ΠΟΠ.



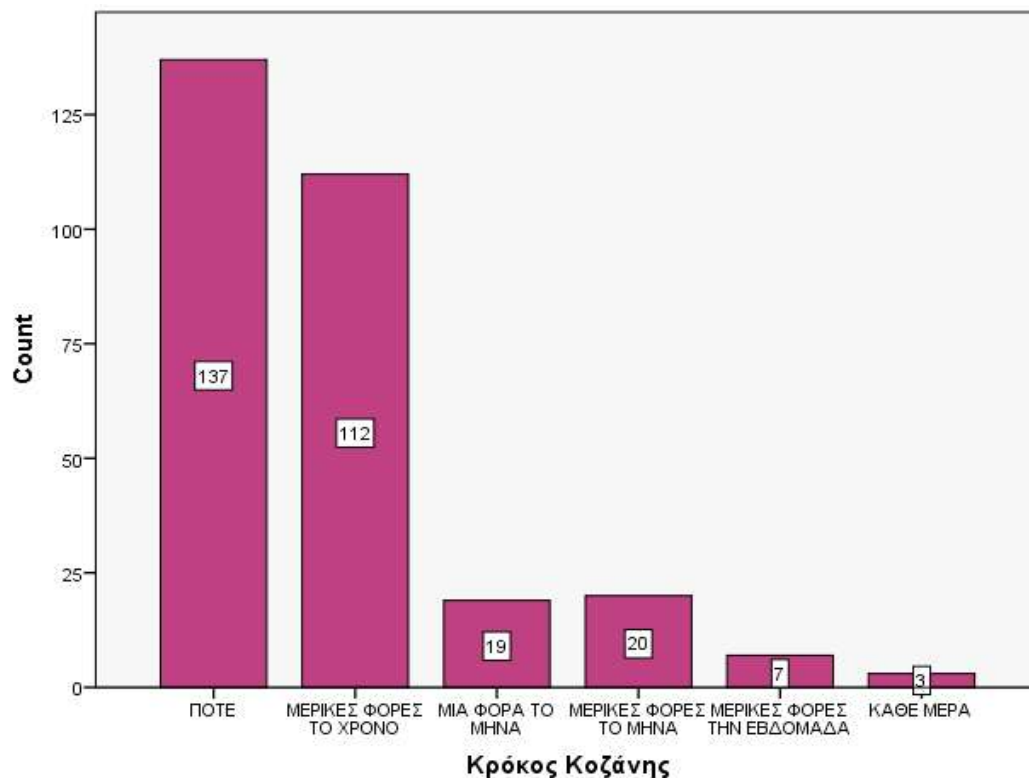
Διάγραμμα 13: Συχνότητα κατανάλωσης για το Τυρί Ανεβατό ΠΟΠ.



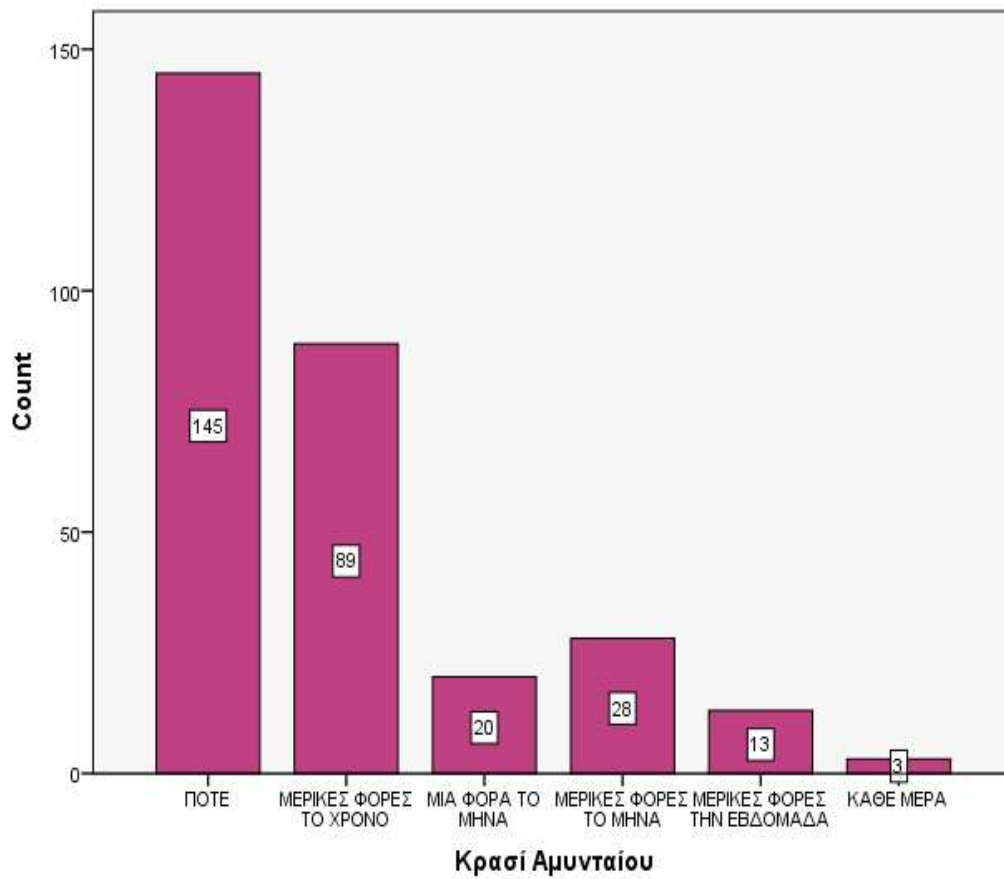
Διάγραμμα 14: Συχνότητα κατανάλωσης για την Κεφαλογραβιέρα ΠΟΠ.

Έπειτα, διερευνήθηκαν τα προϊόντα που προέρχονται από φυτά, συμπεριλαμβανομένων των φρούτων, των λαχανικών και των οσπρίων. Η έρευνα κάλυψε επίσης το Αγουρέλαιο Χαλκιδικής ΠΟΠ, ένα υποπροϊόν της επεξεργασίας της Πράσινης Ελιάς Χαλκιδικής ΠΟΠ, και τον Κρόκο Κοζάνης ΠΟΠ, ένα άλλο προϊόν ζύμωσης, το κρασί Αμύνταιο ΠΟΠ.

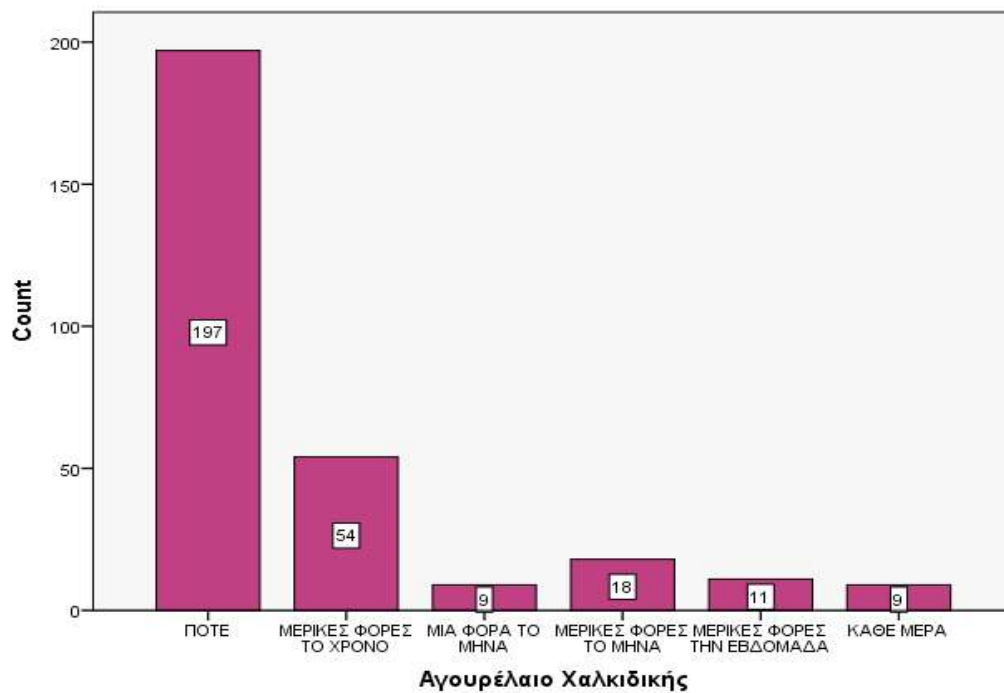
Για να ξεκινήσουμε με το τελευταίο, τον Κρόκο Κοζάνης, μόνο 46 από τους ερωτηθέντες τον καταναλώνουν περιστασιακά, παρά το γεγονός ότι έχει εξαιρετικά οφέλη για την υγεία. Δέκα το έχουν κάνει εβδομαδιαία επιλογή στη διατροφή τους, ενώ 137 δεν έχουν έρθει ποτέ σε επαφή μαζί του (Εικόνα 15). Την ίδια μοίρα φαίνεται να έχει και το γνωστό κρασί Αμύνταιο, καθώς 89 άτομα το επιλέγουν περιστασιακά, ενώ 145 άτομα δεν το επιλέγουν ποτέ. Μόλις τρία άτομα το καταναλώνουν καθημερινά (εικόνα 16). Για το αγουρέλαιο ΠΟΠ Χαλκιδικής, όπου 197 άτομα δεν το χρησιμοποιούν ποτέ, τα πράγματα γίνονται ακόμη χειρότερα. 54 άτομα το επιλέγουν μερικές φορές το χρόνο και εννέα άτομα το επιλέγουν καθημερινά. Όπως φαίνεται στην εικόνα 17, οι υπόλοιποι 92 βρίσκονται σε μια ενδιάμεση κατάσταση.



Διάγραμμα 15: Συχνότητα κατανάλωσης για τον Κρόκο Κοζάνης ΠΟΠ.

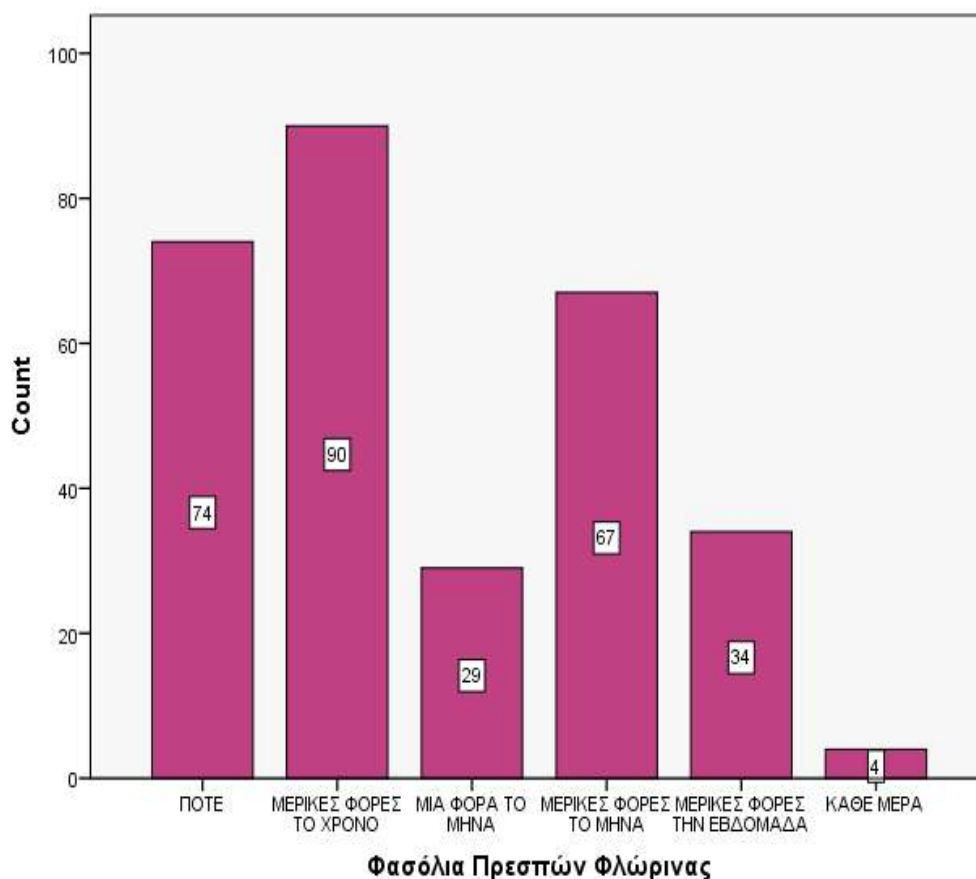


Διάγραμμα 16: Συχνότητα κατανάλωσης για το Κρασί Αμυνταίου ΠΟΠ.

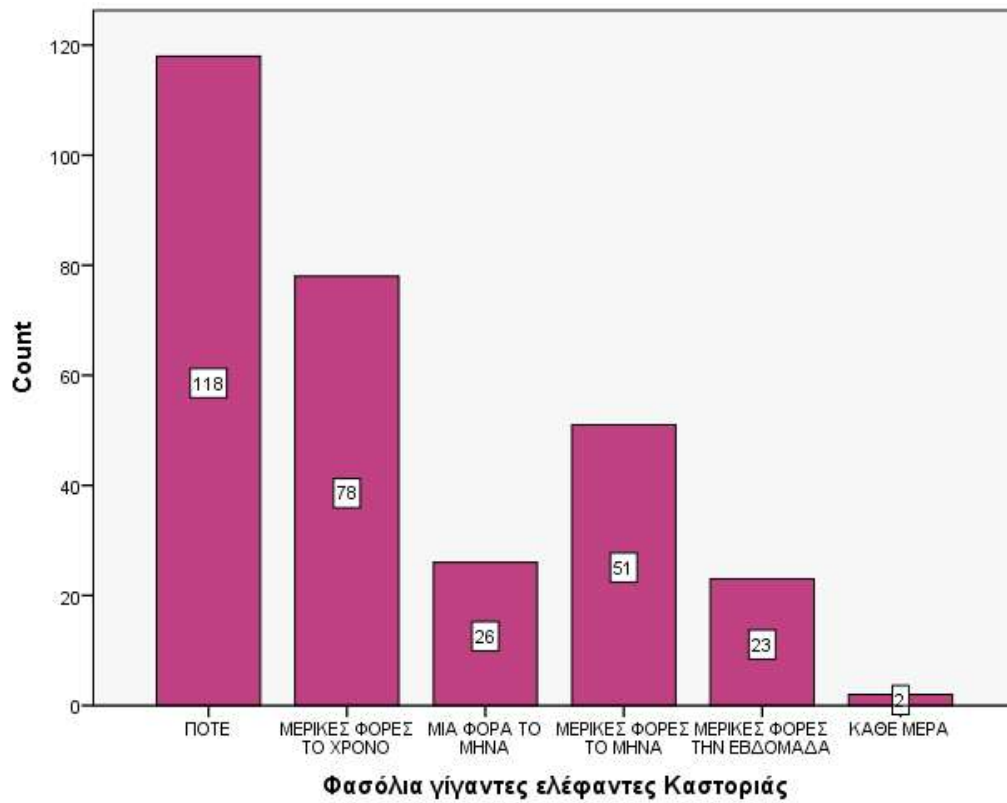


Διάγραμμα 17: Συχνότητα κατανάλωσης για το Αγουρέλαιο Χαλκιδικής ΠΟΠ.

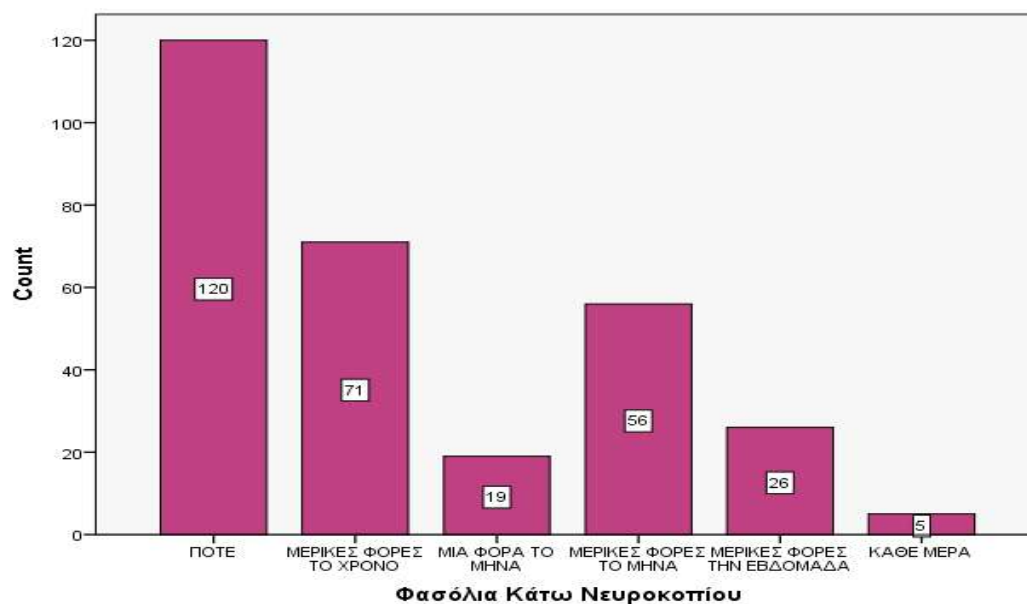
Όσον αφορά τα όσπρια, έρευνα έγινε για τα φασόλια Πρέσπες Φλώρινας ΠΟΠ, τους Γίγαντες και τους Ελέφαντες Καστοριάς ΠΟΠ και τα φασόλια Κάτω Νευροκοπίου ΠΟΠ. Τα φασόλια Πρέσπες Φλώρινας και τα φασόλια Γίγαντες και Ελέφαντες Καστοριάς φαίνεται να είναι τα πιο αγαπητά μεταξύ τους, με τα δεύτερα να υπερτερούν ελαφρώς των πρώτων. Το 90% των ερωτηθέντων τρώνε φασόλια Πρεσπών μερικές φορές το χρόνο, έναντι 78 που τρώνε φασόλια γίγαντες και ελέφαντες Καστοριάς και 71 που τρώνε φασόλια Κάτω Νευροκοπίου την ίδια χρονική περίοδο. Η επιλογή "ΠΟΤΕ" του ερωτηματολογίου αναδεικνύει την κύρια διάκριση μεταξύ των τριών ομάδων. Την επιλογή αυτή επέλεξαν 43 ερωτηθέντες για τα φασόλια Γίγαντας και Ελέφαντας Καστοριάς, 31 για τα φασόλια Πρεσπών Φλώρινας και διπλάσιοι για τα φασόλια Κάτω Νευροκοπίου. Επιπλέον, κάποιοι επιλέγουν αυτά τα όσπρια μερικές φορές το μήνα και κάποιοι τα τρώνε καθημερινά (Εικόνα 18-20).



Διάγραμμα 18: Συχνότητα κατανάλωσης Φασόλια Πρεσπών Φλώρινας ΠΟΠ.

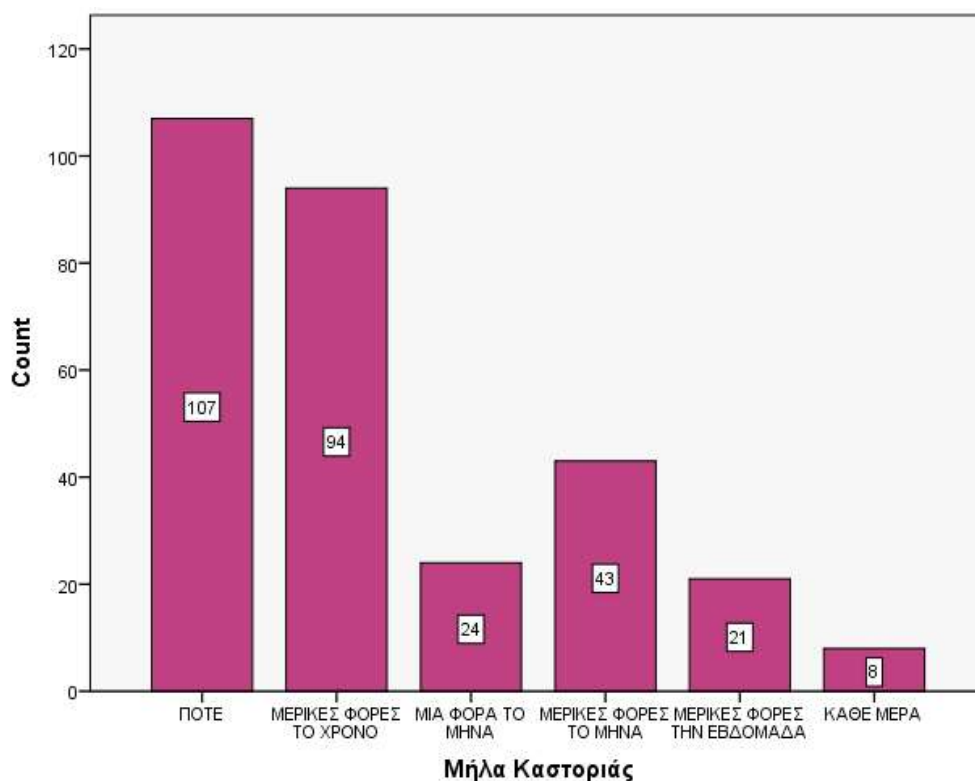


Διάγραμμα 19: Συχνότητα κατανάλωσης για τα Φασόλια Ελέφαντες Γίγαντες Καστοριά; ΠΟΠ.

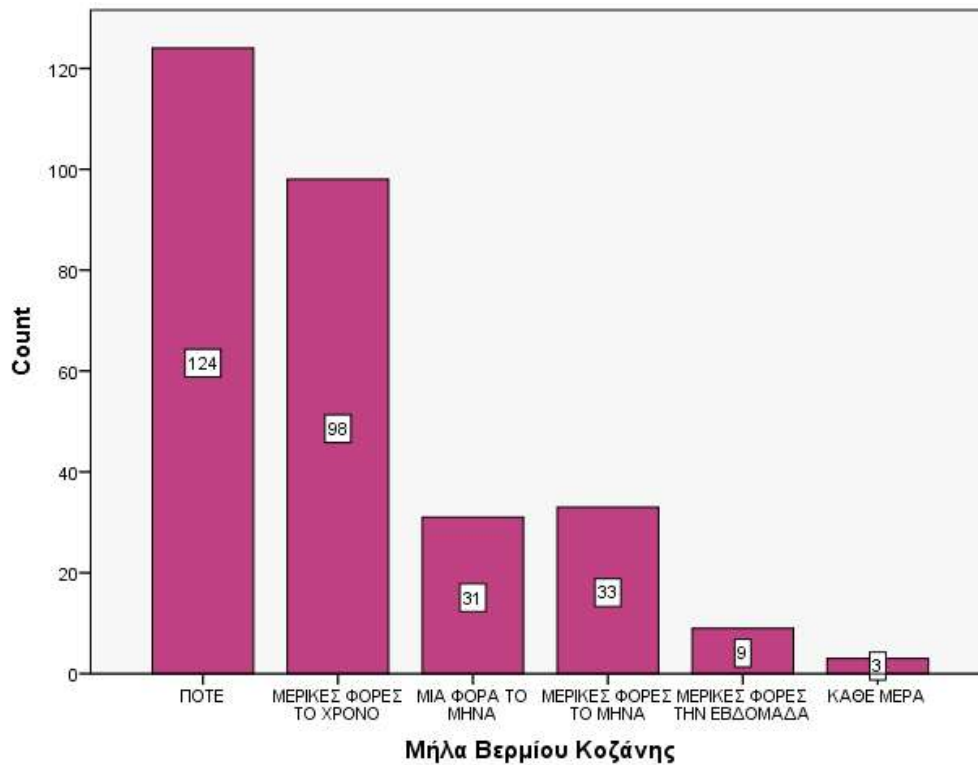


Διάγραμμα 20: Συχνότητα κατανάλωσης για τα Φασόλια Κάτω Νευροκοπίου ΠΟΠ.

Όσον αφορά τα φρούτα, θα ξεκινήσουμε με τα μήλα Βερμίου Κοζάνης και τα μήλα Καστοριάς ΠΓΕ. Αν και η πιστοποίηση ΠΟΠ ή ΠΓΕ δεν έχει ακόμη χορηγηθεί στα τελευταία, αναμένεται να γίνει σύντομα. Οι αντίστοιχες προτιμήσεις του κοινού των δύο προϊόντων δεν διαφέρουν πολύ. Η πλειονότητα των απαντήσεων, 107 για τα μήλα Καστοριάς και 124 για τα μήλα Βερμίου Κοζάνης, συγκεντρώνεται στην επιλογή "ΠΟΤΕ", όπως φαίνεται στα διαγράμματα 21-22. Ακολουθεί η επιλογή "ΚΑΠΟΙΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ", η οποία έλαβε 94 και 98 απαντήσεις, αντίστοιχα. Από την άλλη πλευρά, εννέα άτομα επιλέγουν τα μήλα Βερμίου Κοζάνης και εικοσιένα τα μήλα Καστοριάς κάθε εβδομάδα. Αυτή φαίνεται να είναι η κύρια διάκρισή μεταξύ τους.



Διάγραμμα 21: Συχνότητα κατανάλωσης για τα Μήλα Καστοριάς ΠΓΕ.

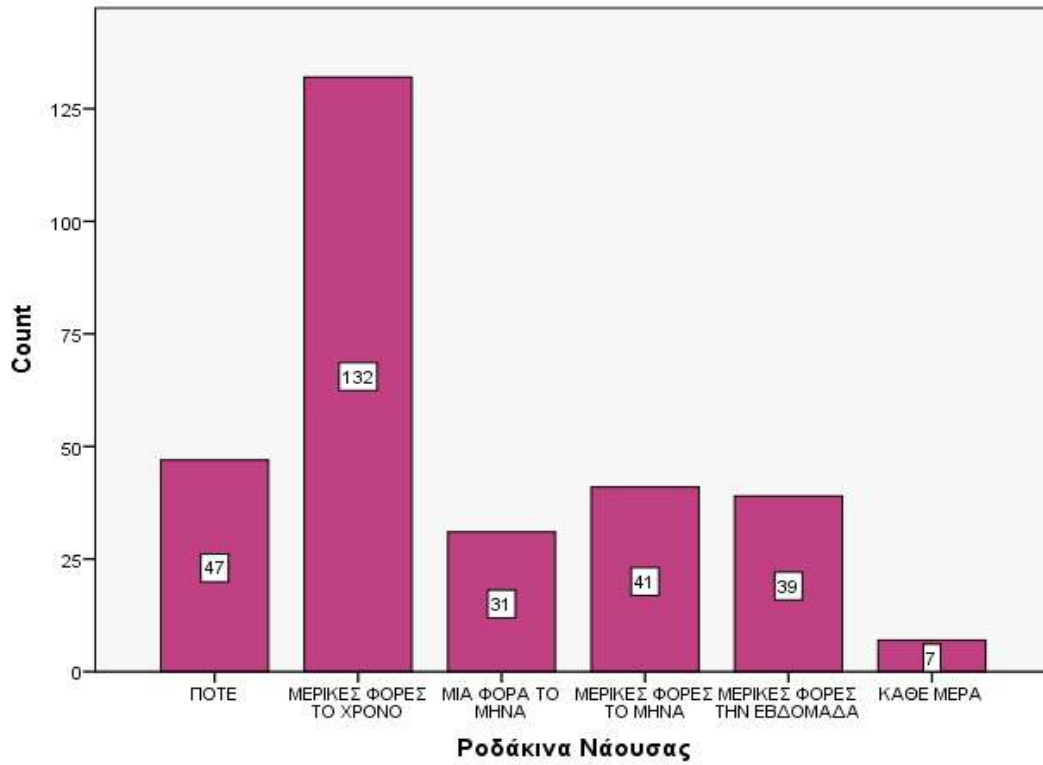


Διάγραμμα 22: Συχνότητα κατανάλωσης για τα Μήλα Βερμίου Κοζάνης.

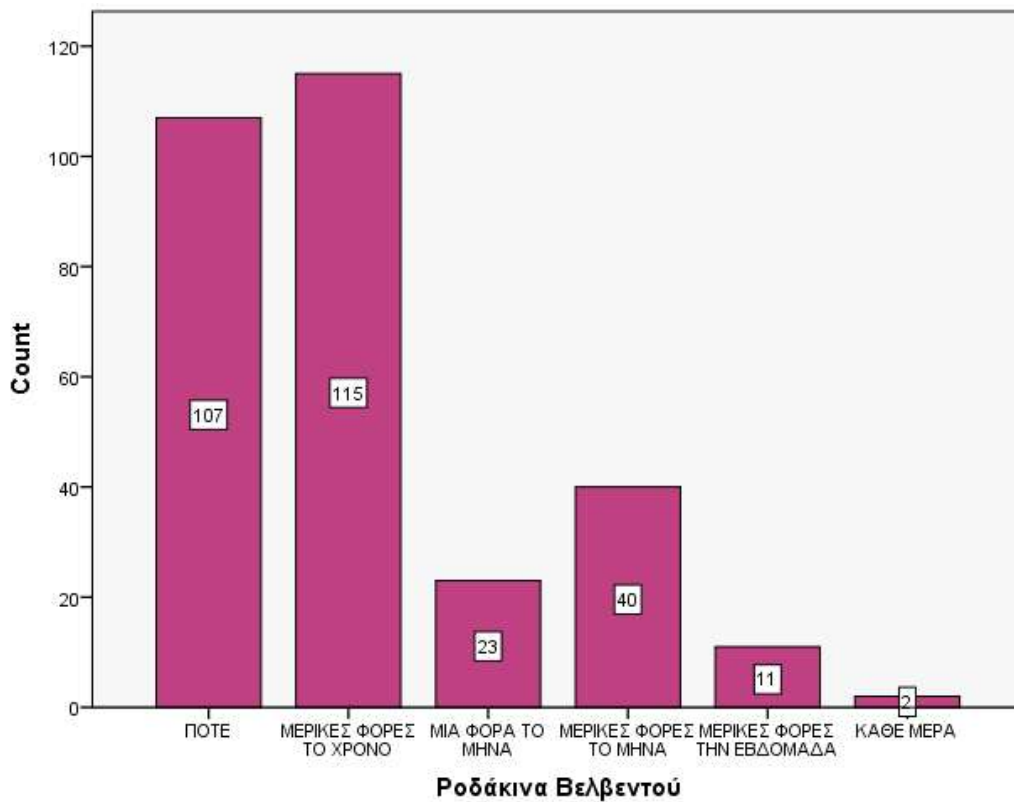
Τα ροδάκινα ΠΟΠ Βελβεντού και τα ροδάκινα ΠΟΠ Νάουσα μπορούν να συγκριθούν και πάλι το ένα με το άλλο. Με μόλις 47 αρνητικά σχόλια, τα ροδάκινα ΠΟΠ Νάουσα έχουν λάβει τα λιγότερα αρνητικά σχόλια "ΠΟΤΕ" σε σύγκριση με τα ροδάκινα Βελβεντού, τα οποία έχουν λάβει υπερδιπλάσια σχόλια-107. Σε 132 άτομα αρέσουν περιστασιακά και σε 7 άτομα αρέσουν καθημερινά- οι υπόλοιποι μοιράζονται περίπου ισομερώς μεταξύ τους. Συγκριτικά, 115 άτομα επιλέγουν περιστασιακά τα ροδάκινα Βελβεντού έναντι των ροδάκινων Νάουσας, αλλά οι μηνιαίες και εβδομαδιαίες αποδόσεις τους είναι χαμηλότερες (Εικόνα 23-24).

Επιπλέον, το ακτινίδιο ΠΓΕ Πιερίας δεν είναι ιδιαίτερα αγαπητό, όπως προκύπτει από το γεγονός ότι 142 ερωτηθέντες δεν το καταναλώνουν ποτέ. Από αυτούς, 68 τα επιλέγουν από λίγες φορές την εβδομάδα έως μία φορά το μήνα και 81 τα δοκιμάζουν λίγες φορές το χρόνο, έξι (6) κάθε μέρα (Εικόνα 25). Συμπερασματικά, το κεράσι τραγανό Ροδοχώρι ΠΟΠ είναι το λιγότερο δημοφιλές φρούτο στην έρευνά μας, με την πλειοψηφία των ερωτηθέντων (151) να δηλώνει ότι δεν το τρώει ποτέ. Από αυτούς,

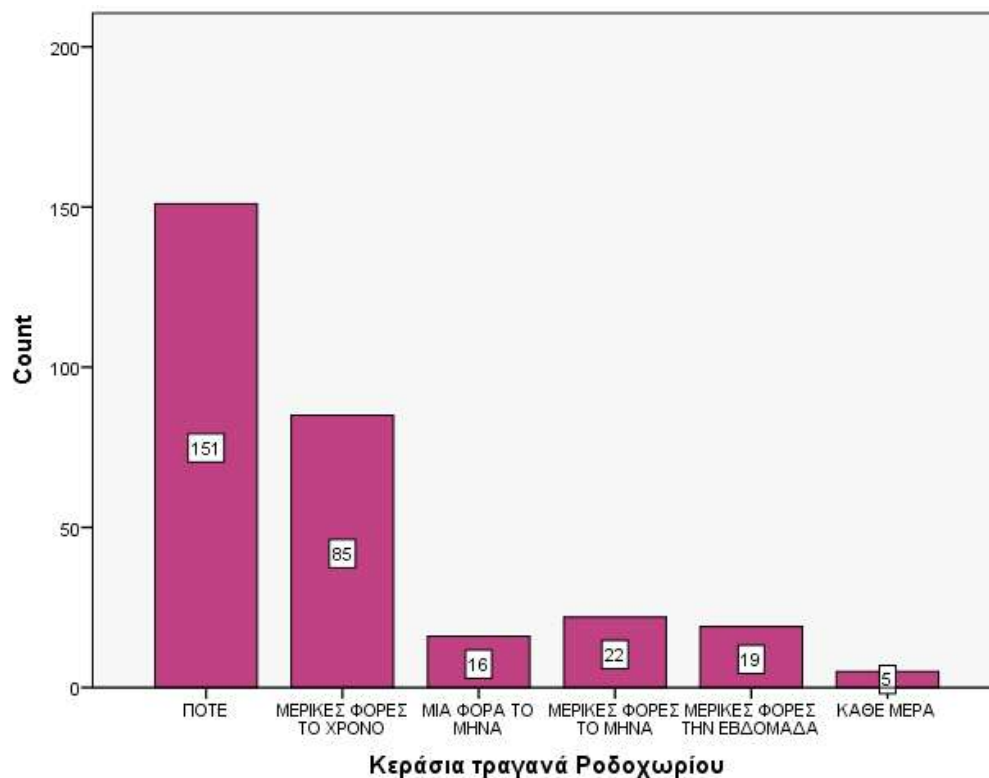
μόνο 5 τα τρώνε κάθε μέρα, 85 περιστασιακά και οι υπόλοιποι μία φορά την εβδομάδα ή μία φορά το μήνα (Εικόνα 26).



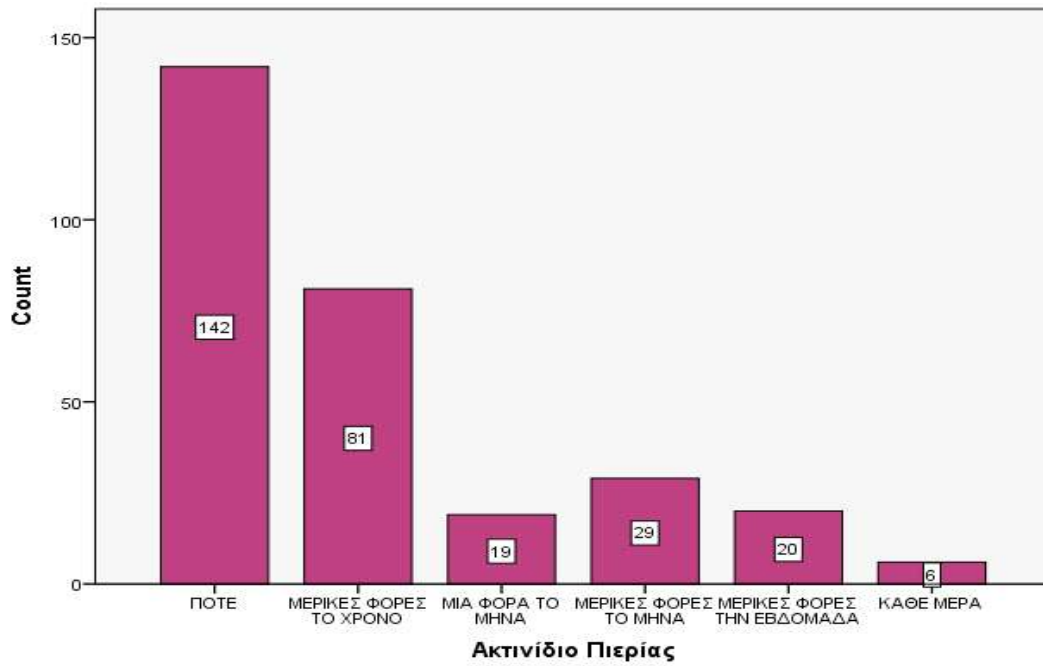
Διάγραμμα 23: Συχνότητα κατανάλωσης για τα ροδάκινα Νάουσας.



Διάγραμμα 24: Συχνότητα κατανάλωσης για τα Ροδάκινα Βελβεντού.

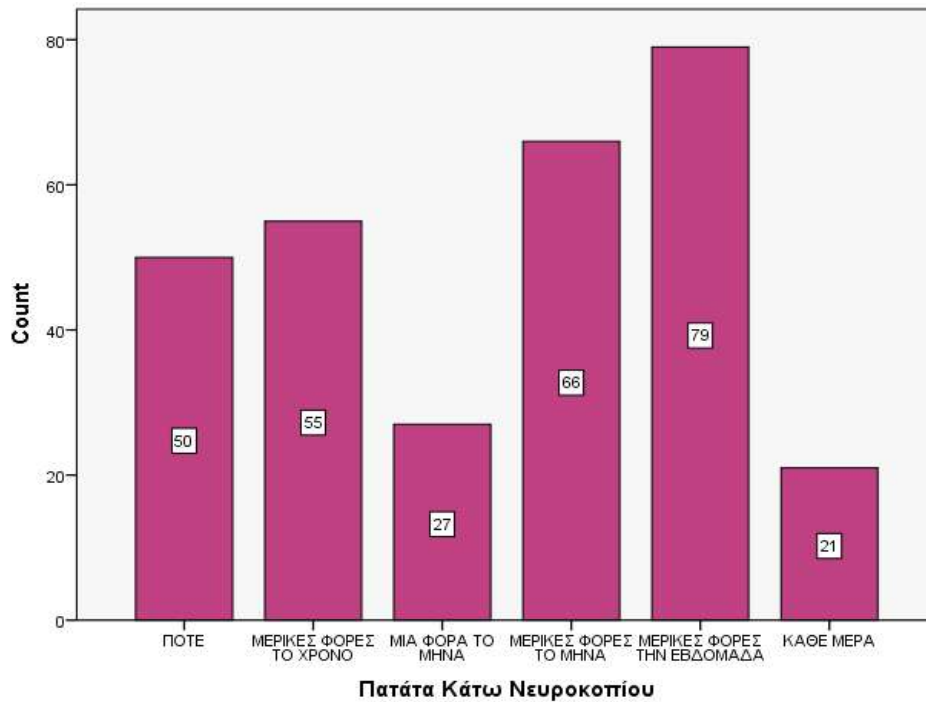


Διάγραμμα 25: Συχνότητα κατανάλωσης για τα Κεράσια τραγανά Ροδοχωρίου



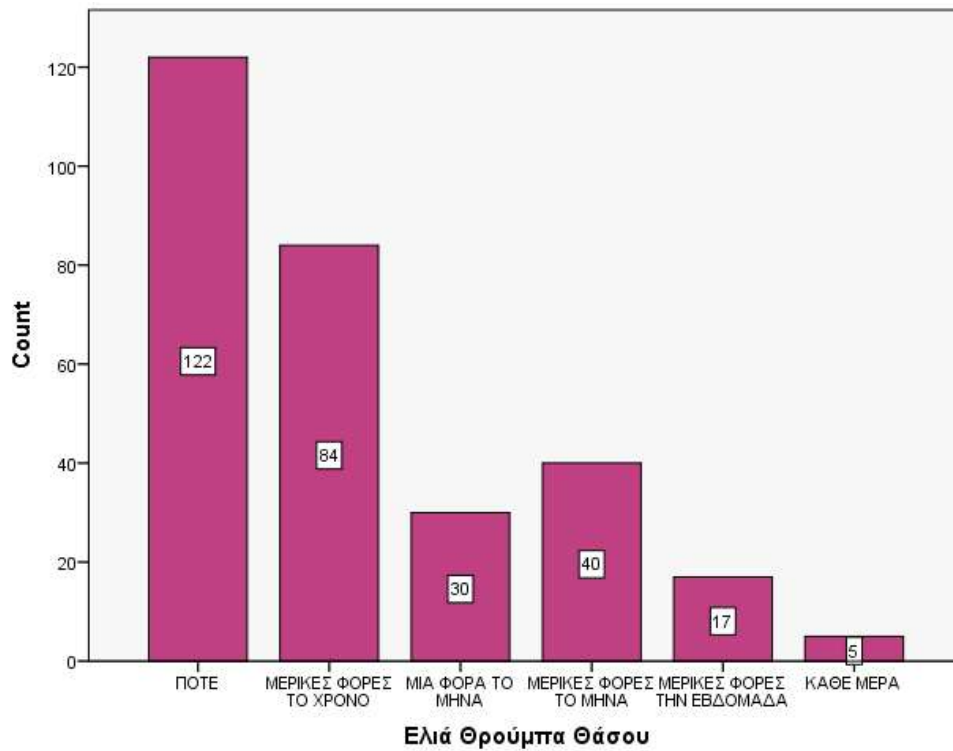
Διάγραμμα 26: Συχνότητα προέλευσης για τα Ακτινίδια ΠΓΕ.

Η δημοτικότητα των πατατών ΠΓΕ Κάτω Νευροκόπι επιλέχθηκε ως το λαχανικό που θα μελετηθεί. Αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή προϊόντα στην έρευνά μας, όπως ήταν αναμενόμενο, με την πλειοψηφία των απαντήσεων να εμπίπτει στις επιλογές "ΜΕΡΙΚΑ ΑΝΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ" και "ΜΕΡΙΚΑ ΑΝΑ ΜΗΝΑ", με 79 και 66 αντίστοιχα. Σύμφωνα με το Σχήμα 27, 55 άτομα τρώνε Πατάτες Νευροκοπίου περιστασιακά, 50 ποτέ, 27 μία φορά το μήνα και 21 κάθε μέρα.

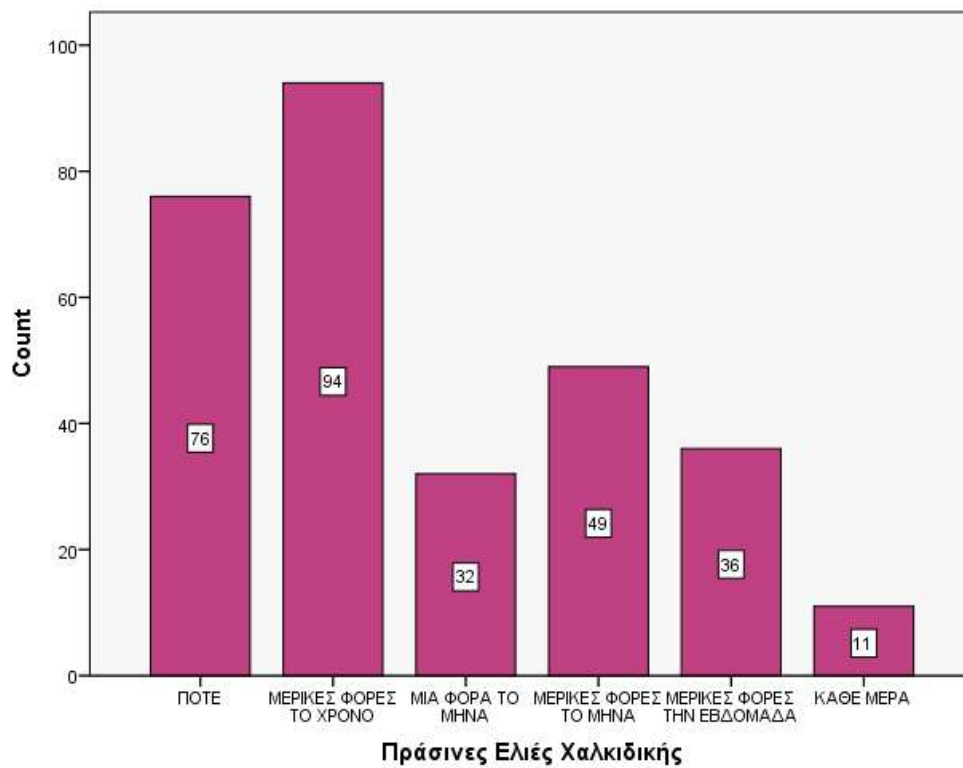


Διάγραμμα 27: Συχνότητα κατανάλωσης για την Πατάτα Κάτω Νευροκοπίου ΠΓΕ.

Εν κατακλείδι, εξετάσαμε δύο είδη ελιών: τις πράσινες ελιές Χαλκιδικής ΠΟΠ και την ελιά Θρούμπα Θάσου ΠΟΠ. Δεδομένου ότι οι 122 από τους 298 ερωτηθέντες δεν επιλέγουν ποτέ να φάνε την Ελιά Θρούμπας Θάσου, λαμβάνει τις περισσότερες αρνητικές απαντήσεις υποστήριξης. Μόλις πέντε άτομα (5) την τρώνε καθημερινά, 70 λίγες φορές το χρόνο και οι υπόλοιποι την τρώνε σε ενδιάμεση βάση (Εικόνα 28). Αντίθετα, καθώς μόνο 76 άτομα δεν τις τρώνε ποτέ, οι πράσινες ελιές Χαλκιδικής βρίσκονται πιο συχνά στα ελληνικά τραπέζια. Όπως φαίνεται στο Σχήμα 29, 94 άτομα τις τρώνε περιστασιακά, 32 άτομα μία φορά το μήνα, 49 άτομα μία φορά το μήνα, 36 άτομα μία φορά την εβδομάδα και 4 άτομα 4 φορές την ημέρα.



Διάγραμμα 28: Συχνότητα κατανάλωσης για την Ελιά Θρούμπα Θάσου ΠΟΠ.



Διάγραμμα 29: Συχνότητα κατανάλωσης για τις Πράσινες Ελιές Χαλκιδικής ΠΟΠ.

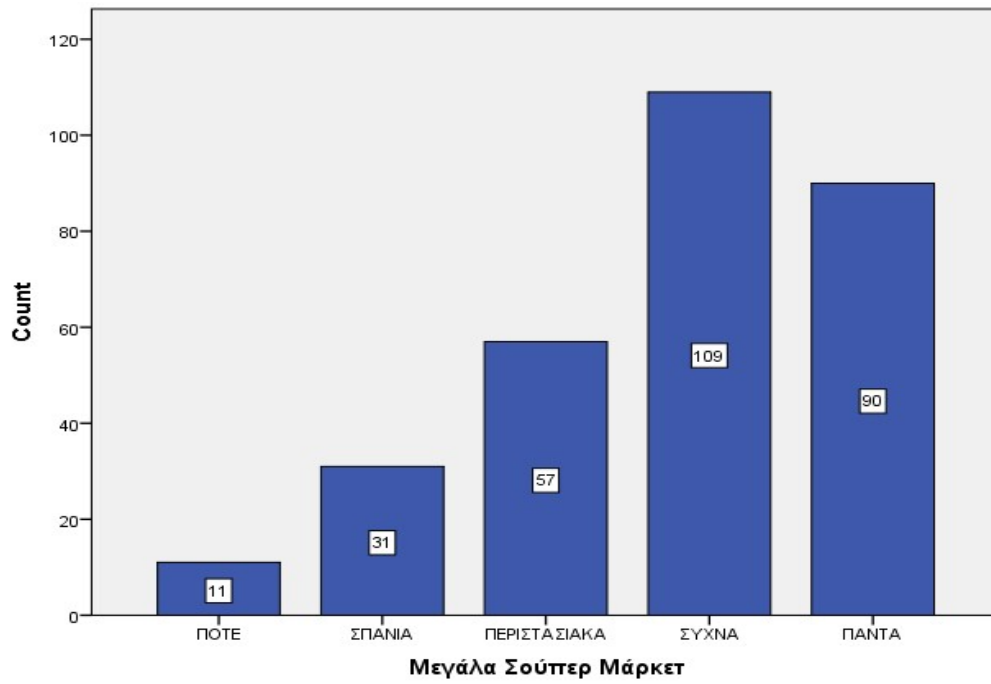
Τοποθεσίες όπου πωλούνται τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα:

Επιπλέον, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες στην έρευνα να δηλώσουν ποια από τα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα -το επίκεντρο της έρευνάς μας- προτιμούσαν να πωλούνται σε συγκεκριμένα σημεία.

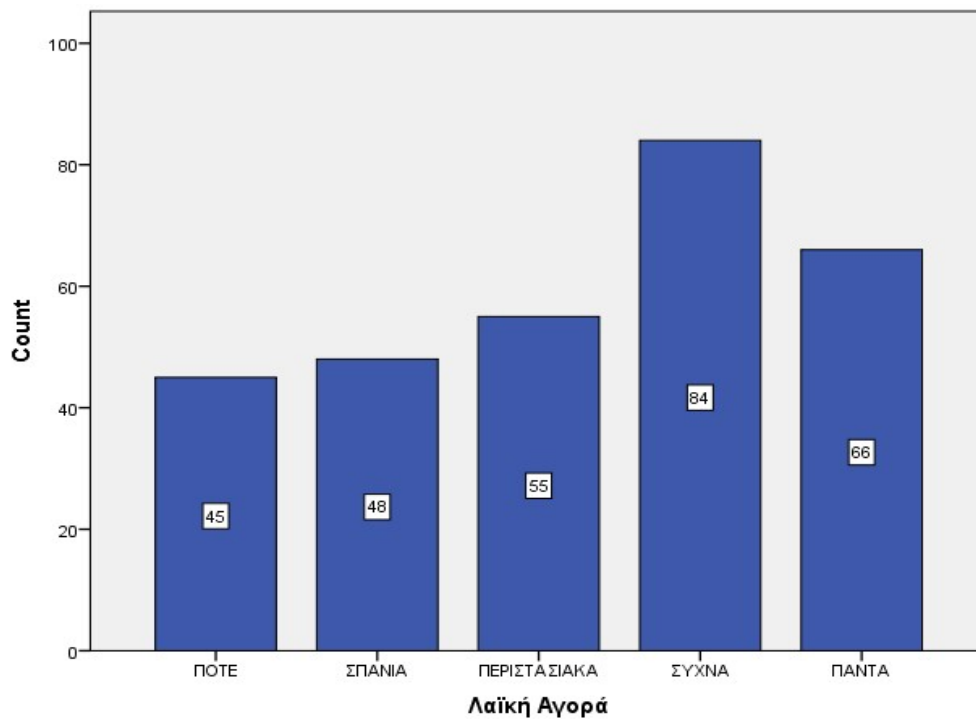
Η αγορά αυτών των αγαθών γίνεται συνήθως σε μεγάλα σούπερ μάρκετ, όπως δείχνει το Σχήμα 30 παρακάτω. Από τους 298 ερωτηθέντες, οι 109 επέλεξαν ως απάντηση "Συχνά", ενώ 43 επέλεξαν "ΠΑΝΤΑ". Από τους ερωτηθέντες, 88 δήλωσαν ότι δεν τα αγοράζουν ποτέ από εκεί, και οι άλλοι 88 δήλωσαν ότι τα αγοράζουν μερικές φορές ή σπάνια. Η λαϊκή αγορά είναι η αμέσως επόμενη πλησιέστερη τοποθεσία. Το Σχήμα 31 δείχνει ότι 66 άτομα την επιλέγουν πάντα, 84 φορές, 55 φορές, 48 φορές και 45 φορές ποτέ.

Τα γειτονικά παντοπωλεία βρίσκονται κοντά στα αποτελέσματα των λαϊκών αγορών. Οι απαντήσεις "ΣΥΧΝΑ", "ΠΟΤΕ" και "ΤΟΠΙΚΑ" φαίνεται να είναι σχεδόν πανομοιότυπες, με πολύ μικρή διακύμανση. Η κύρια διαφοροποίηση εντοπίζεται στην επιλογή "ΠΑΝΤΑ"- από αυτούς, μόνο 14 αγοράζουν σταθερά πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα από τα τοπικά τους παντοπωλεία (Εικόνα 32).

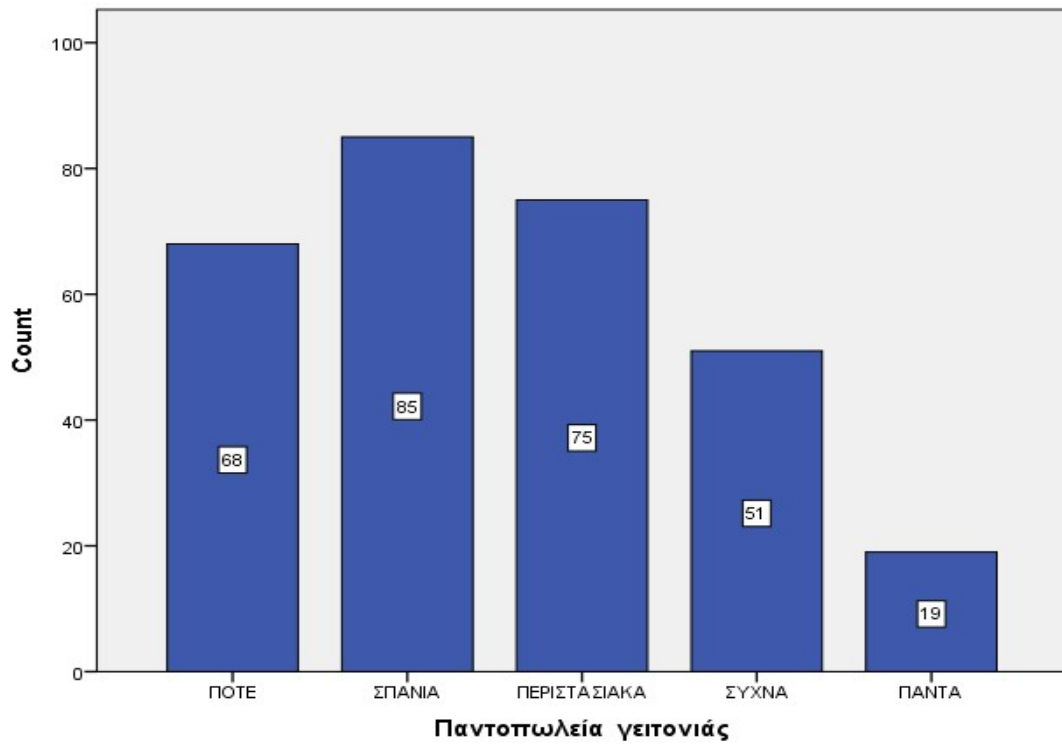
Η προτίμηση των καταναλωτών για τα Εξειδικευμένα Καταστήματα Πώλησης Παραδοσιακών Προϊόντων εκφράζεται είτε σπάνια είτε σποραδικά (108 και 79 ερωτηθέντες, αντίστοιχα). 22 άτομα τα επιλέγουν πάντα, 36 συχνά και 52 σπάνια (Σχήμα 33). Επιπλέον, αρκετοί προτιμούν την αγορά συμβατικών προϊόντων από τα μίνι μάρκετ της γειτονιάς τους. 87 και 88, με αυτή τη σειρά, τα προμηθεύονται σπάνια και σπάνια, 55 συχνά, 45 ποτέ και 22 σταθερά (Σχήμα 34). Τελικά, δεν υπάρχει κάποιο διακριτό μοτίβο στα ενδιαφέροντα των πελατών όσον αφορά τα Γυναικεία Συνεταιριστικά Καταστήματα. Οι 130 από τους ερωτηθέντες, δηλαδή η μεγάλη πλειοψηφία, δεν τα επιλέγουν ποτέ. Από αυτούς, 90 τείνουν να τα επισκέπτονται σπάνια, 16 συχνά και 51 σποραδικά (Σχήμα 35).



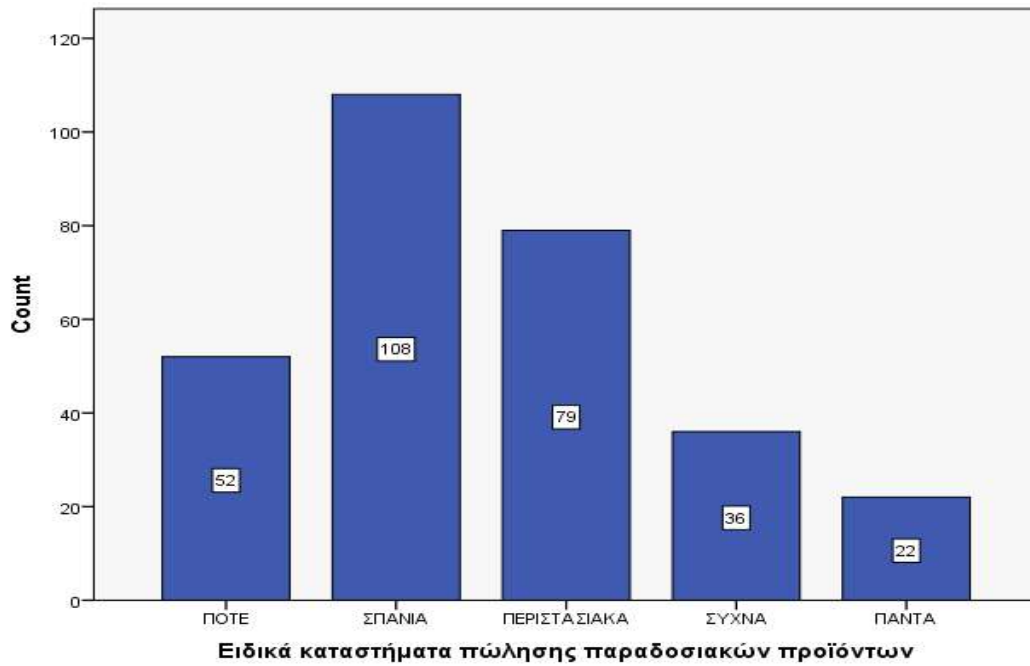
Διάγραμμα 30: Συχνότητα αγοράς Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων από Μεγάλα Σούπερ Μάρκετ.



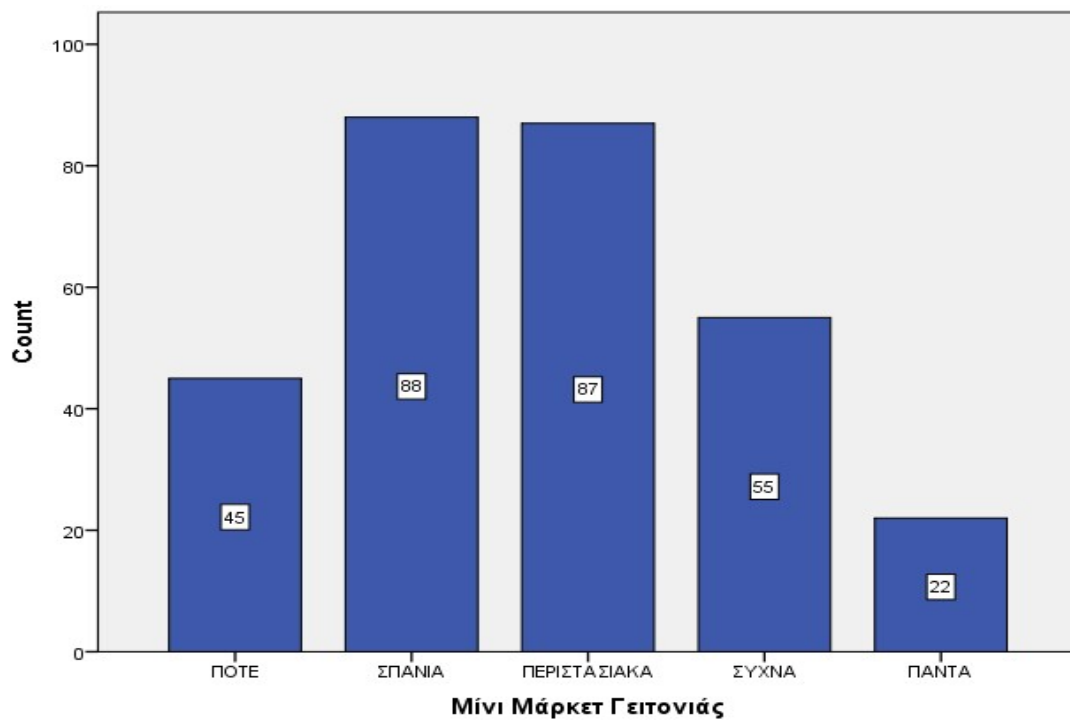
Διάγραμμα 31: Συχνότητα αγοράς Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων από την Λαϊκή Αγορά



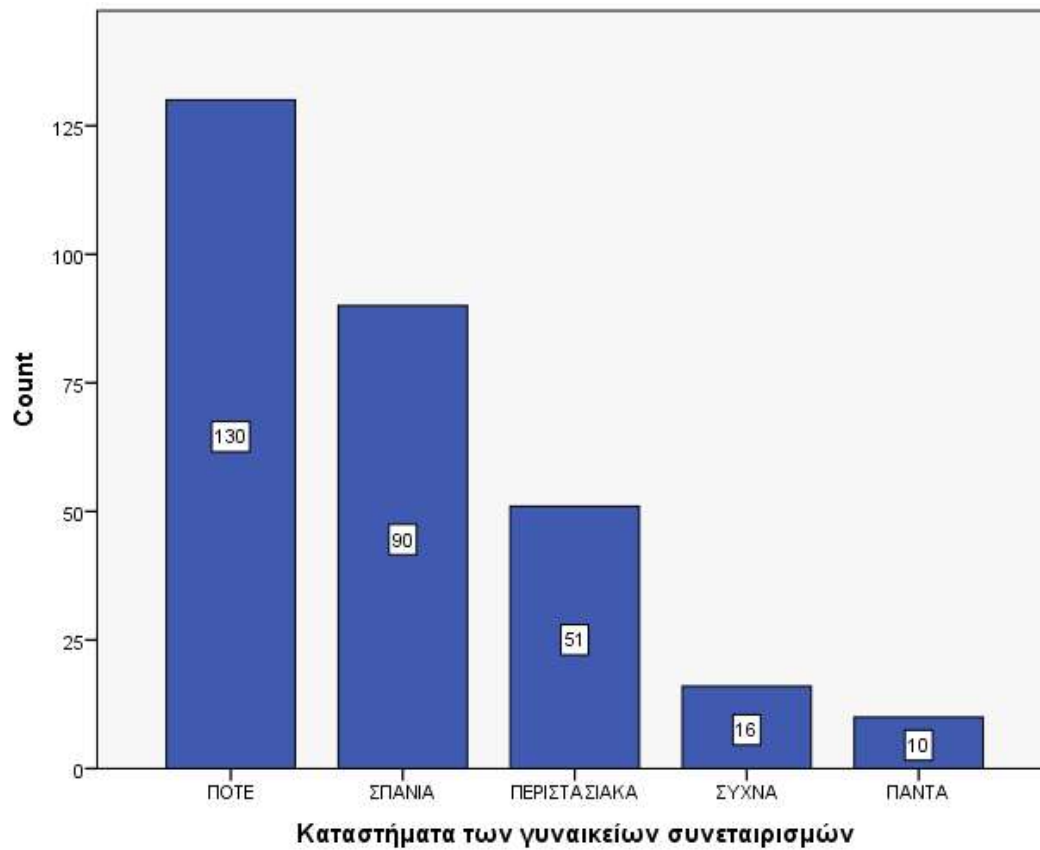
Διάγραμμα 32: Συχνότητα αγοράς Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων από Παντοπωλεία Γειτονιάς.



Διάγραμμα 33: Συχνότητα αγοράς Πιστοποιημένων Προϊόντων από Ειδικά Καταστήματα Πώλησης τους.

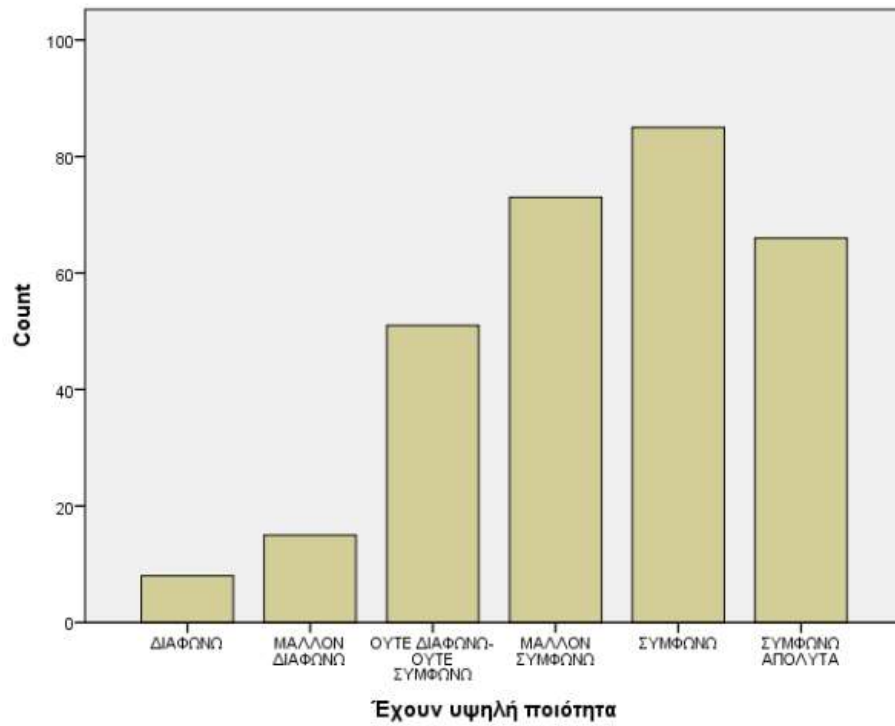


Διάγραμμα 34: Συχνότητα αγοράς Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων από Μίνι Μάρκετ Γειτονιάς.

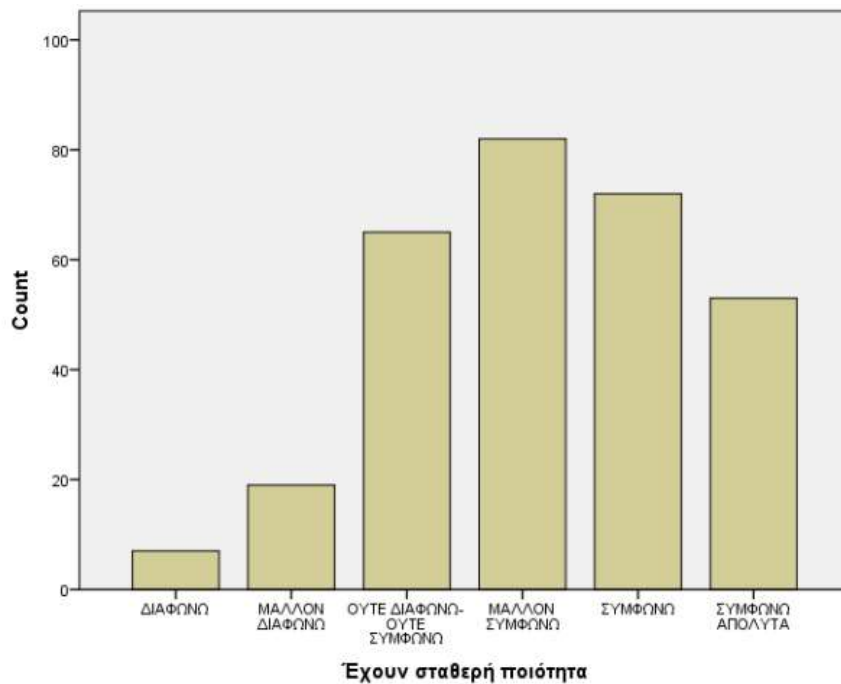


Διάγραμμα 35: Συχνότητα αγοράς Πιστοποιημένων Παραδοσιακών Προϊόντων από Καταστήματα των Γυναικείων Συνεταιρισμών

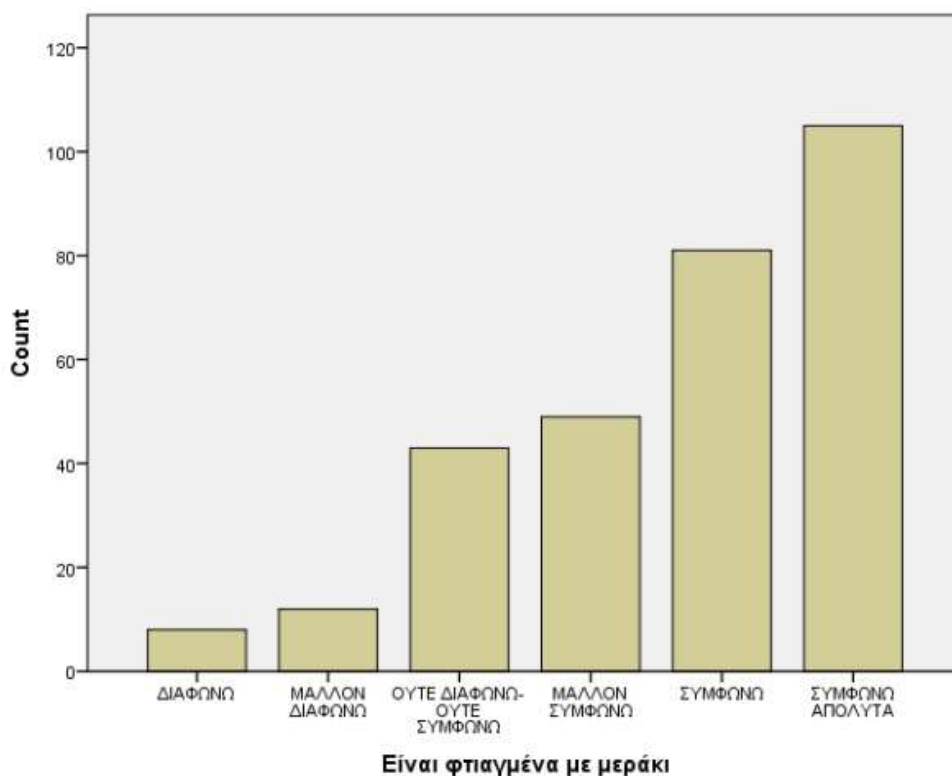
Από τις ερωτήσεις όπου αναφέρονται στα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα, κάποια από τα οποία δήλωσαν ότι αγόραζαν παραπάνω, απάντησαν σε κλίμακα 1-7, ‘όπου 1= “Διαφωνώ απόλυτα” έως 7= “Συμφωνώ απόλυτα” τα ακόλουθα:



Διάγραμμα 35: Ποιότητα των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων



Διάγραμμα 36: Ποιότητα των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων



Διάγραμμα 37: Ποιότητα των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων

Σύμφωνα με τα Διαγράμματα 35,36 και 37 υπάρχει γενικά θετική στάση των ερωτηθέντων προς τη ποιότητα των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων συμφωνούν ή μάλλον συμφωνούν με τις τρεις δηλώσεις. Ωστόσο, υπάρχουν και ορισμένες διαφορές στις απαντήσεις. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων συμφωνεί ή συμφωνεί εν μέρει με τους ισχυρισμούς σε κάθε μία από τις τρεις αυτές ερωτήσεις. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των συμμετεχόντων που εκφράζουν συμφωνία ή μερικό βαθμό συμφωνίας με τις τρεις προτάσεις είναι:

"Έχουν υψηλή ποιότητα": 77.9%

"Έχουν σταθερή ποιότητα": 82.2%

Το 72,2% δήλωσε: "Είναι φτιαγμένα με μεράκι"

Ωστόσο, η πλειονότητα των ερωτηθέντων - 72,2% - συμφωνεί ή συμφωνεί μάλλον με τη δήλωση "Είναι φτιαγμένα με μεράκι" σε σύγκριση με τις άλλες δύο ερωτήσεις. Αυτό σημαίνει ότι οι ερωτηθέντες είναι ιδιαίτερα πιθανό να πιστεύουν ότι για την κατασκευή των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων έχει δοθεί προσοχή και φροντίδα. Το γεγονός ότι το "Είναι φτιαγμένο με μεράκι" είναι μια πιο συναισθηματική παρατήρηση από τις άλλες δύο, ίσως είναι ένας λόγος για αυτή την ασυμφωνία. Αν και είναι πιο

δύσκολο να περιγραφεί, το "γούστο" συνδέεται συχνά με συναισθήματα όπως η υπερηφάνεια, η αγάπη και η αφοσίωση. Είναι πιθανό ότι οι ανταποκριτές θα αντιδράσουν πιο ευνοϊκά σε αυτά τα συναισθήματα.

Η στάση των ερωτηθέντων σχετικά με την αγορά αυθεντικών παραδοσιακών προϊόντων είναι σε μεγάλο βαθμό ευνοϊκή. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων συμφωνεί, ή μάλλον συμφωνεί, ότι είναι ηθικά σωστό να αγοράζουν πιστοποιημένα παραδοσιακά είδη και ότι η απόφασή τους επηρεάζεται από τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τους.

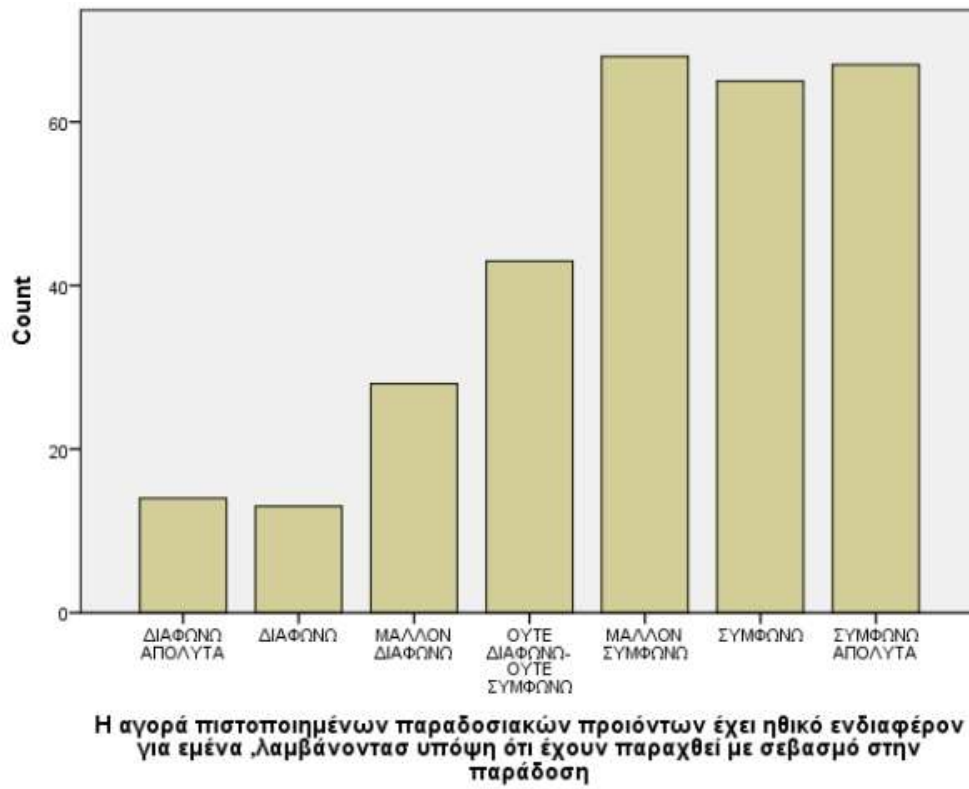
Παρόλα αυτά, υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις στις απαντήσεις. Πιο συγκεκριμένα, το 77,5% των ερωτηθέντων συμφωνεί ή μάλλον συμφωνεί με την πρώτη δήλωση, ενώ το 81,2% των ερωτηθέντων συμφωνεί ή μάλλον συμφωνεί με τη δεύτερη. Αυτό δείχνει ότι η πιθανότητα των ερωτηθέντων να πιστεύουν ότι η διαδικασία παραγωγής ενός προϊόντος έχει μεγαλύτερη σημασία από την αφηρημένη έννοια του "παραδοσιακού". Ένας λόγος για αυτή την ασυμφωνία μπορεί να είναι ότι οι ερωτηθέντες έδωσαν μεγαλύτερη βαρύτητα στις ηθικές πτυχές της ανάπτυξης προϊόντων. Για παράδειγμα, θα μπορούσαν να είναι πιο διατεθειμένοι να ενθαρρύνουν την αγορά προϊόντων που κατασκευάζονται με σεβασμό στους εργαζόμενους ή με βιώσιμες μεθόδους παραγωγής.

Η σύγκριση των απαντήσεων στις ερωτήσεις "Η προστασία της παράδοσης μέσω της διαδικασίας παραγωγής πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων είναι σύμφωνη με τις ηθικές μου αξίες" καθώς και "Η στήριξη της τοπικής κοινότητας μέσω της αγοράς πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων είναι σύμφωνη με τις ηθικές μου αξίες"

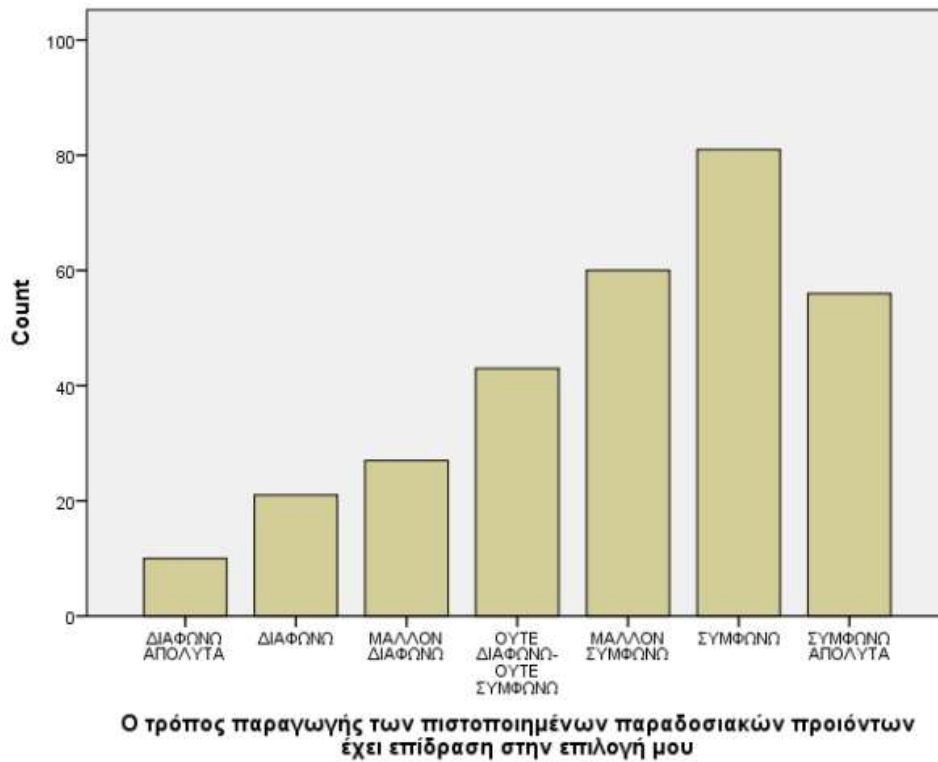
Η πλειονότητα των ερωτηθέντων συμφωνεί, ή μάλλον συμφωνεί, ότι η διατήρηση των τοπικών εθίμων και η βοήθεια προς την κοινότητα είναι ηθικά ορθές, με βάση τις δύο αναλύσεις συχνότητας που παραδώσατε. Ωστόσο, υπάρχουν κάποιες διαφοροποιήσεις στις απαντήσεις.

Πιο συγκεκριμένα, το 63,4% των ερωτηθέντων συμφώνησε ή συμφώνησε μάλλον με τη δεύτερη δήλωση, σε σύγκριση με το 80,5% των ερωτηθέντων που συμφώνησε ή συμφώνησε μάλλον με την πρώτη. Αυτό δείχνει ότι οι ερωτηθέντες δίνουν προτεραιότητα στη διατήρηση της παράδοσης έναντι της βοήθειας προς τη γειτονιά.

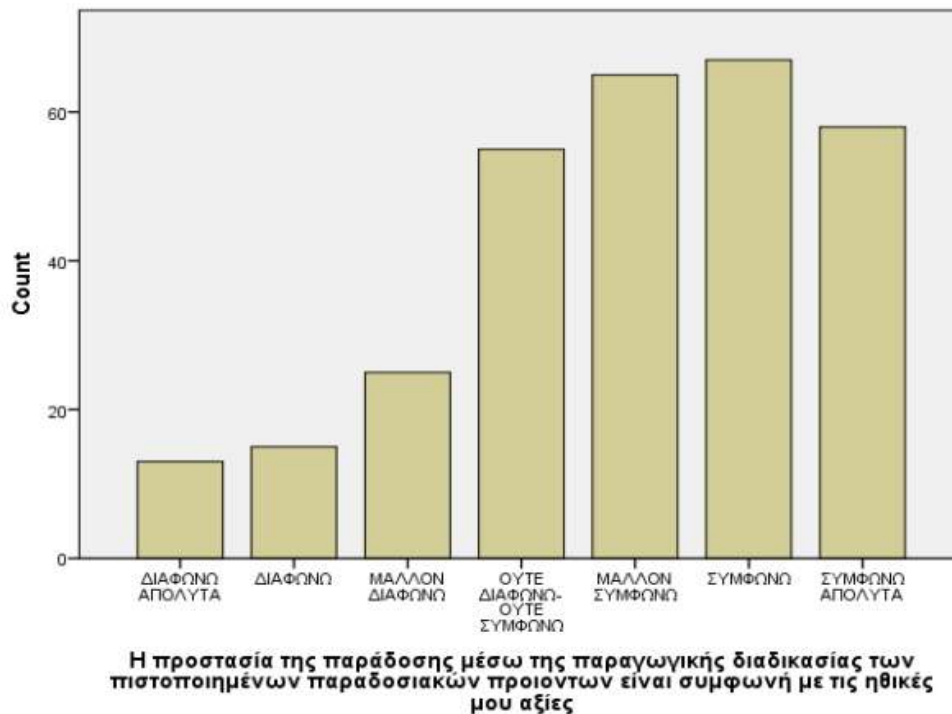
Η αντίληψη των ερωτηθέντων ότι η παράδοση είναι πιο σημαντική από την οικονομία μπορεί να εξηγεί αυτή την ασυμφωνία. Για παράδειγμα, μπορεί να θεωρούν ότι είναι κρίσιμο να διατηρούνται τα έθιμα στο σχεδιασμό προϊόντων και στις διαδικασίες κατασκευής, ακόμη και αν αυτό σημαίνει ότι πρέπει να πληρώνουν λίγο παραπάνω για τα αγαθά.



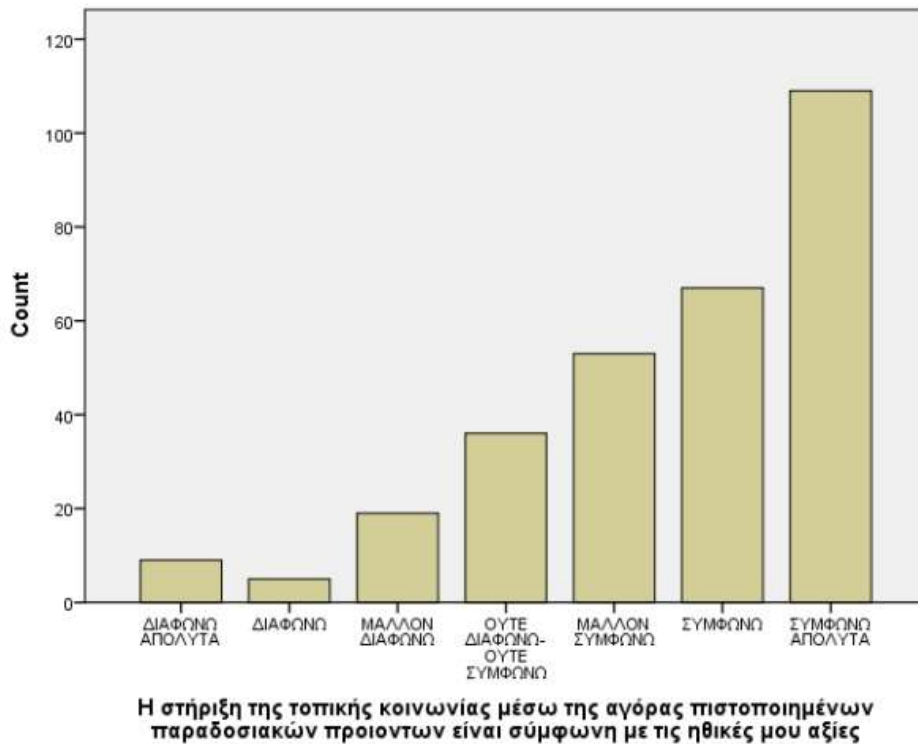
Διάγραμμα 38: Προσωπική άποψη σχετικά με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα



Διάγραμμα 39: Προσωπική άποψη σχετικά με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα



Διάγραμμα 40: Προσωπική άποψη σχετικά με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα



Διάγραμμα 41: Προσωπική άποψη σχετικά με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα

Σύμφωνα με τα διαγράμματα 42, 43, 44, 45, οι ερωτηθέντες βρίσκουν δύσκολο να κατανοήσουν και να αξιολογήσουν τα συμβατικά στοιχεία που έχουν εγκριθεί. Συγκεκριμένα, οι ακόλουθες τέσσερις δηλώσεις είχαν το υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων που συμφωνούσαν ή συμφωνούσαν εν μέρει με αυτές:

"Είναι δύσκολο να κατανοήσω τον όρο "πιστοποιημένο παραδοσιακό" προϊόν": 44,4%

"Δεν έχω το χρόνο να συλλέξω τις πληροφορίες που απαιτούνται για την αξιολόγηση πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων": 46,3%

"Η σύγκριση των πλεονεκτημάτων των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων με τα κοινά μη παραδοσιακά αντίστοιχα προϊόντα είναι χρονοβόρα και επίπονη": 46,3%

"Για να αλλάξω τα συνήθη μη παραδοσιακά προϊόντα που καταναλώνω, πρέπει να ψάξω πολύ για να βρω τα αντίστοιχα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα" : 43,3%

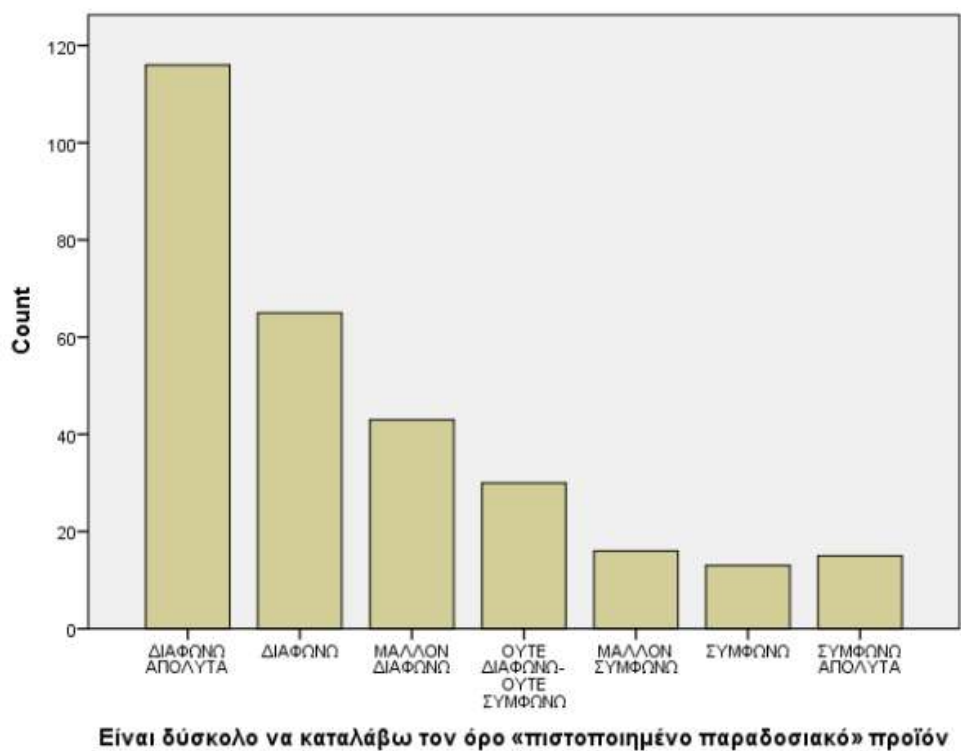
Αυτές οι προκλήσεις μπορεί να οφείλονται σε διάφορα πράγματα, όπως:

Την απουσία τυποποιημένης ονοματολογίας και σαφήνειας για τα εγκεκριμένα συμβατικά είδη.

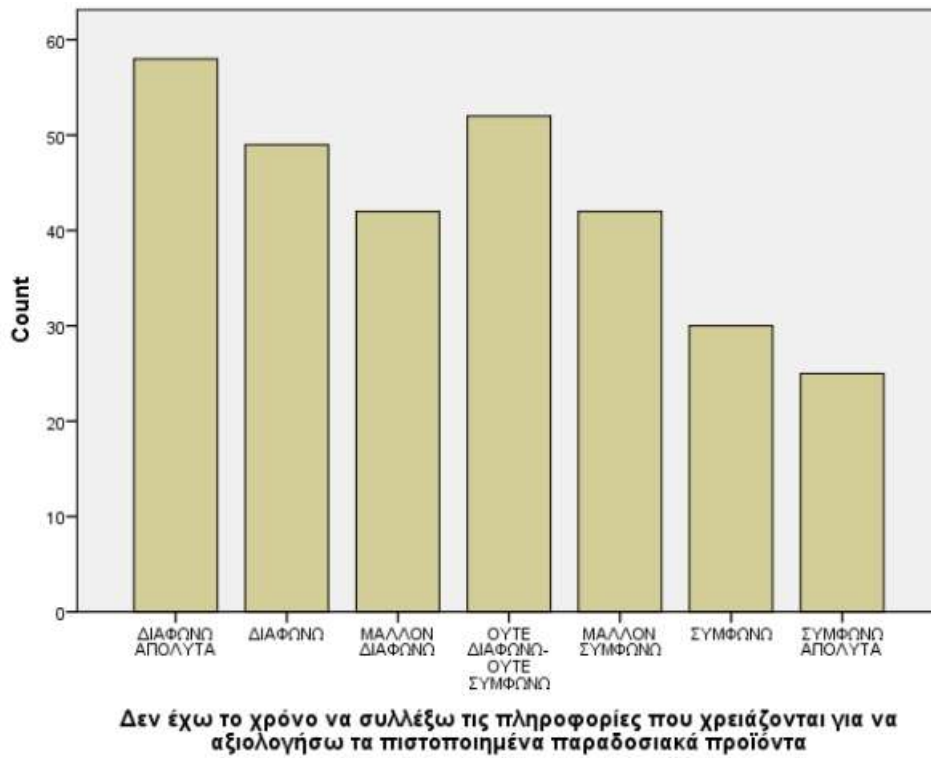
Η πολυπλοκότητα των προϋποθέσεων που απαιτούνται για την πιστοποίηση ενός προϊόντος ως παραδοσιακού.

Η έλλειψη πληροφοριών σχετικά με τη γεύση, την ποιότητα και το κόστος των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων.

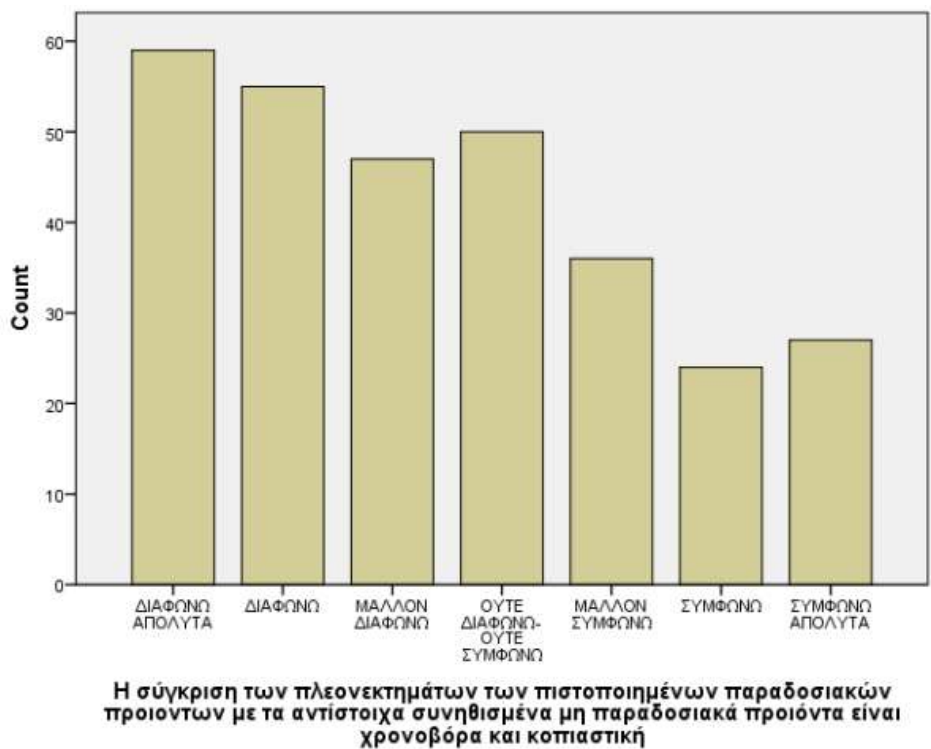
Είναι ζωτικής σημασίας για τους πελάτες να κατανοούν και να αξιολογούν τα πιστοποιημένα συμβατικά είδη, διότι αυτό τους δίνει τη δυνατότητα να λαμβάνουν συνετές αποφάσεις. Η διαφάνεια και η πληροφόρηση σχετικά με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά είδη θα πρέπει να αυξηθεί, προκειμένου να διευκολυνθεί η επιλογή των πελατών.



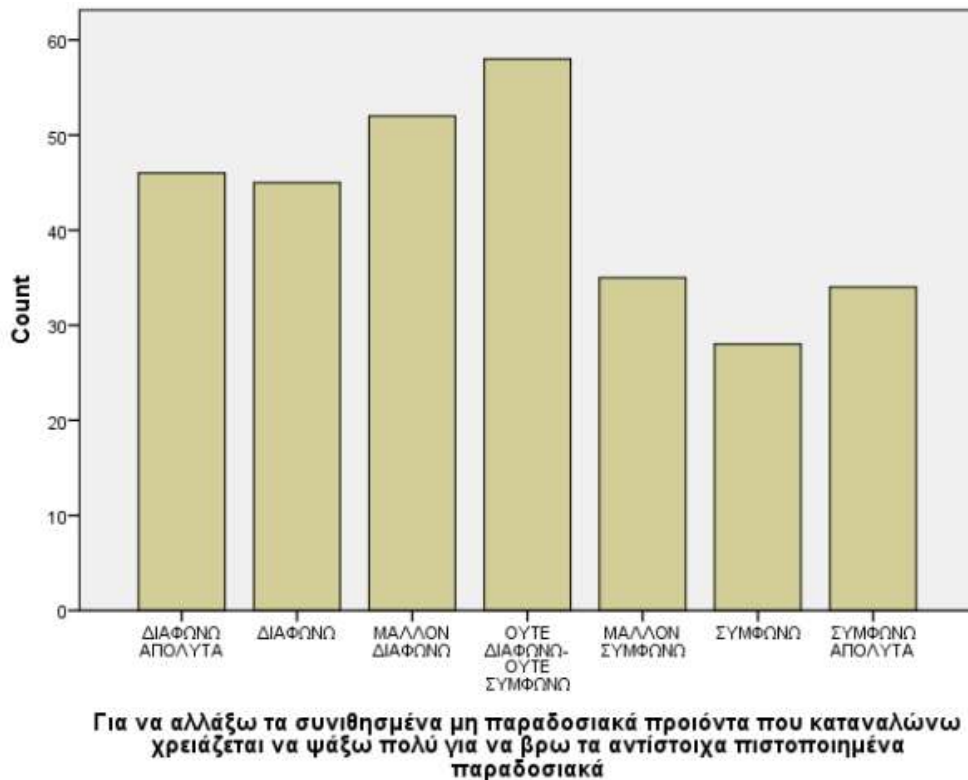
Διάγραμμα 42: Επιλογή πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων



Διάγραμμα 43: Επιλογή πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων



Διάγραμμα 44: Επιλογή πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων



Διάγραμμα 45: Επιλογή πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων

Αναλύοντας τα διαγράμματα 46,47,48 και 49, οι ερωτηθέντες θέλουν να μάθουν περισσότερα για τα παραδοσιακά είδη που είναι πιστοποιημένα. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των συμμετεχόντων που εκφράζουν συμφωνία ή κάποιο βαθμό συμφωνίας με τις τέσσερις προτάσεις είναι:

"Θέλω να καταλαβαίνω καλύτερα τι σημαίνει πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα": 76,7%.

"Θέλω να έχω περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα" : 75%

"Θέλω να γνωρίζω περισσότερα για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα" : 75%

"Θέλω να είμαι περισσότερο εξοικειωμένος με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα" : 69,8% των ερωτηθέντων

Αυτές οι τάσεις μπορεί να είναι αποτέλεσμα διαφόρων πραγμάτων, όπως:

Η επιθυμία των πελατών να λαμβάνουν ενημερωμένες αποφάσεις σχετικά με τα αγαθά που αγοράζουν.

Η αύξηση της γνώσης των πελατών σχετικά με την αξία των συμβατικών αγαθών.

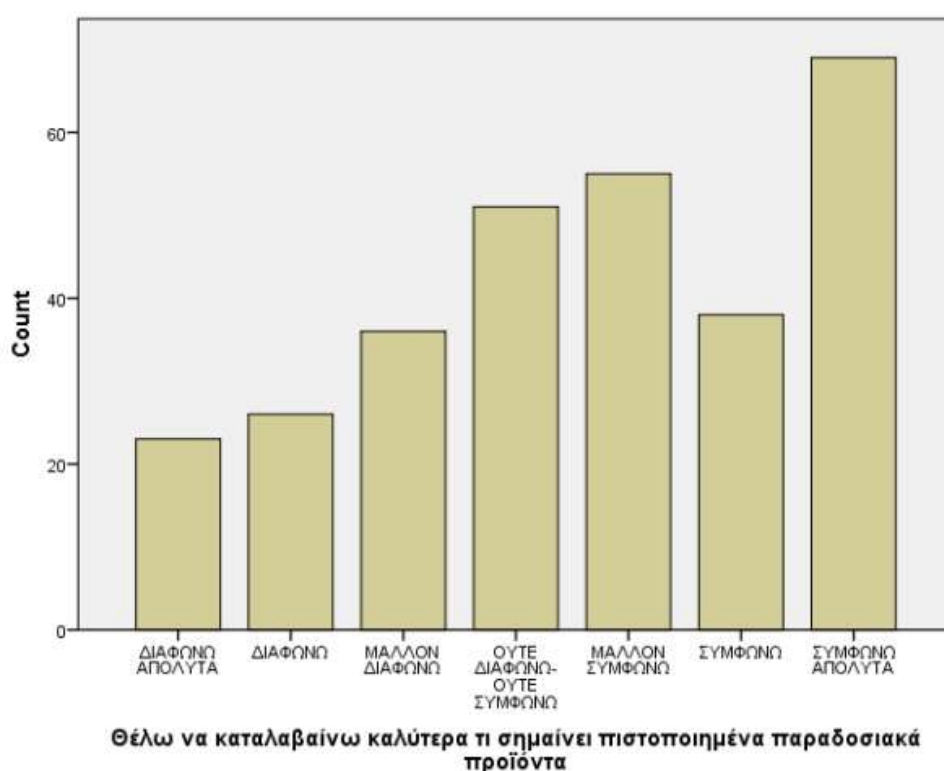
Η έλλειψη γνώσεων σχετικά με τα παραδοσιακά είδη που έχουν πιστοποιηθεί.

Η αύξηση του ανοίγματος και η διάδοση πληροφοριών σχετικά με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά είδη είναι ζωτικής σημασίας για την ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με διάφορους τρόπους, μεταξύ άλλων:

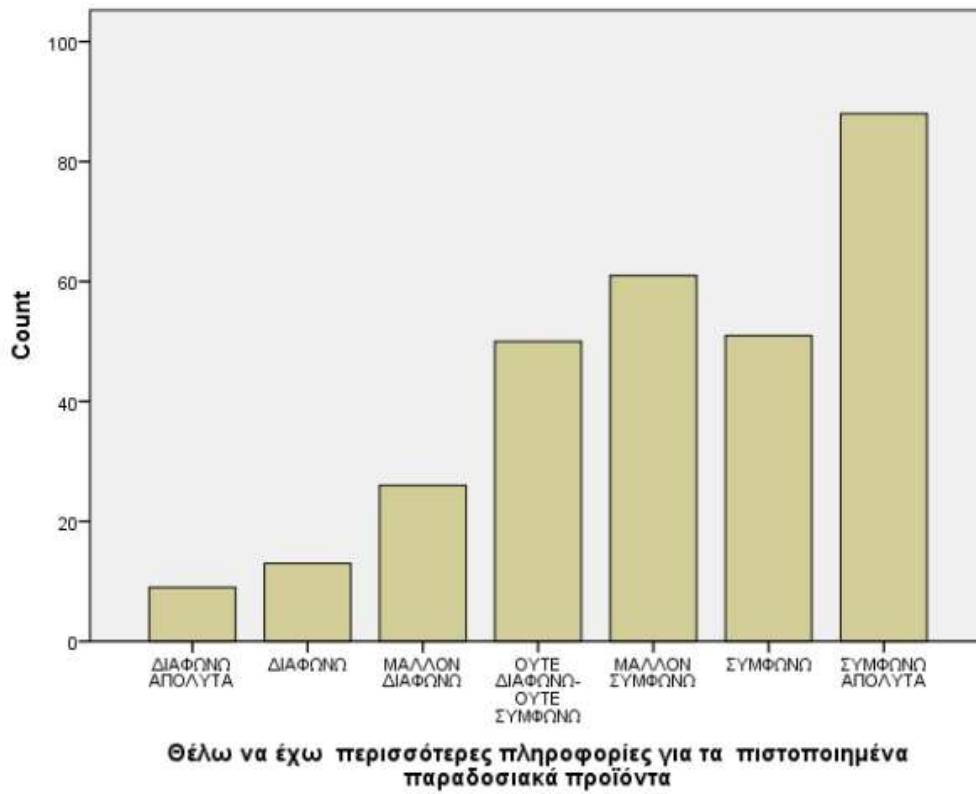
τη δημιουργία ενός ενιαίου σημείου επαφής για τα δεδομένα σχετικά με τα παραδοσιακά είδη που έχουν πιστοποιηθεί.

Παροχή περισσότερου περιεχομένου στα μέσα ενημέρωσης και στο διαδίκτυο σχετικά με τα εγκεκριμένα παραδοσιακά είδη

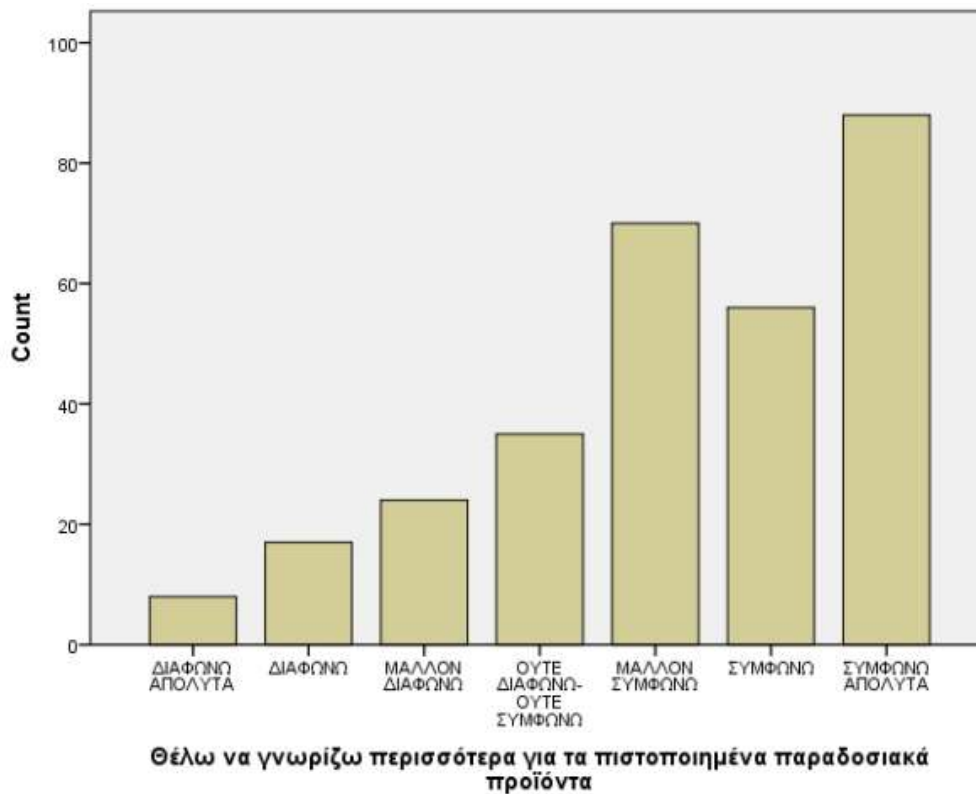
ενημέρωση των πελατών για τα πλεονεκτήματα των συμβατικών ειδών.



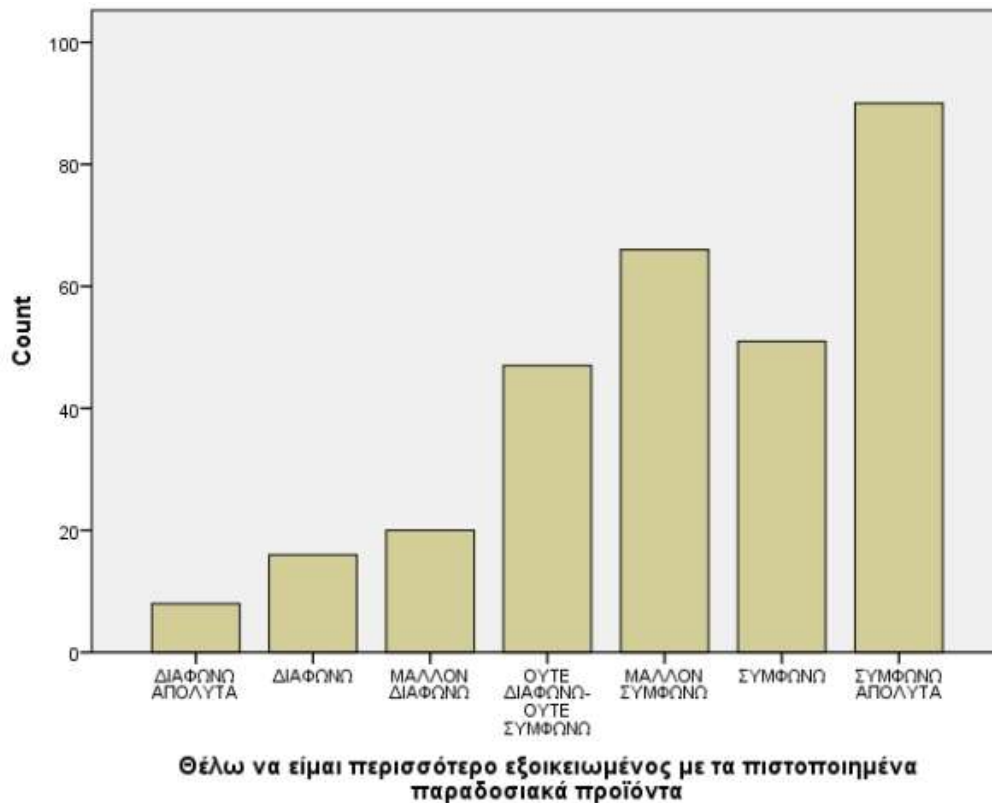
Διάγραμμα 46: Επιθυμίες ερωτηθέντων για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα



Διάγραμμα 47: Επιθυμίες ερωτηθέντων για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα



Διάγραμμα 48: Επιθυμίες ερωτηθέντων για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα



Διάγραμμα 49: Επιθυμίες ερωτηθέντων για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα

Αναφορικά με τα τελευταία δύο διαγράμματα, οι ερωτηθέντες είχαν συντριπτικά θετική γνώμη για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά στοιχεία. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των συμμετεχόντων που εκφράζουν συμφωνία ή κάποιο βαθμό συμφωνίας με τις δύο προτάσεις είναι:

"Η αξία των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων για μένα υψηλή": 80,8%.

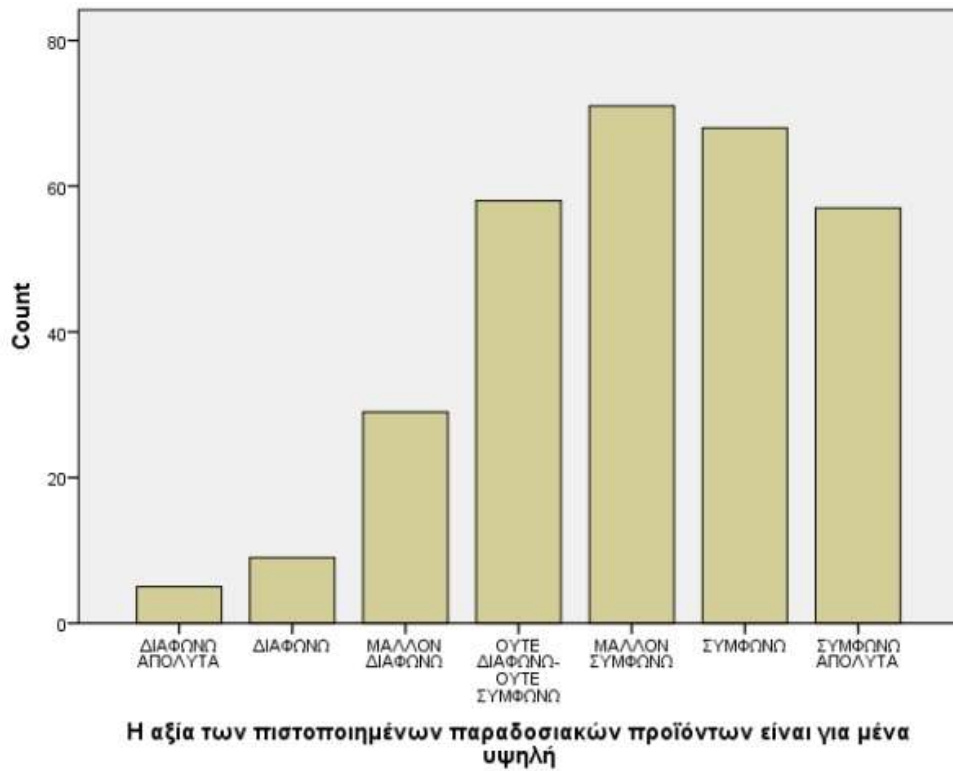
"Σε σχέση με το κόστος τους, η ικανότητα των πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων να ικανοποιήσουν τις ανάγκες μου είναι μεγάλη ": 87%.

Αυτές οι ευνοϊκές απόψεις μπορεί να προκύπτουν από τα ακόλουθα:

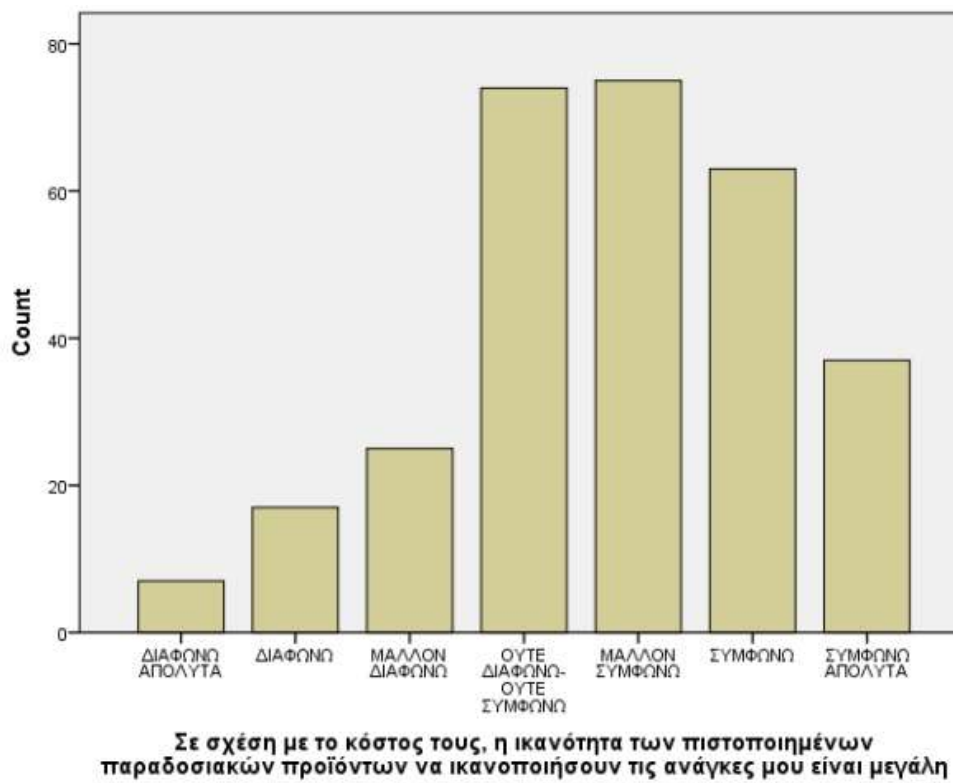
Το επίπεδο των συμβατικών προϊόντων.

Τα έθιμα και τη σημασία των παραδοσιακών αγαθών στον πολιτισμό.

Την ανθεκτικότητα των παραδοσιακών ειδών όσον αφορά το περιβάλλον.



Διάγραμμα 50: Συσχέτιση του κόστους με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα



Διάγραμμα 51: Συσχέτιση του κόστους με τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα

6. Συζήτηση -Συμπεράσματα

Στην παρούσα διατριβή έγινε προσπάθεια να εντοπιστούν και να αναλυθούν οι αντιλήψεις των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα. Η κατανάλωση είναι εξ ορισμού μια οικονομική δραστηριότητα που επηρεάζεται από τις κοινωνικές και ψυχολογικές διεργασίες του καταναλωτή. Οι καταναλωτές αγοράζουν προϊόντα για να ικανοποιήσουν τις βιολογικές τους ανάγκες. Παρ' όλα αυτά, είναι σύνηθες να παρατηρείται το φαινόμενο της κατανάλωσης για την ικανοποίηση φανταστικών αναγκών, γεγονός που οδηγεί σε απρόσεκτη κατανάλωση⁷⁰.

Φαίνεται ότι οι σύγχρονοι καταναλωτές επιθυμούν -και συχνά απαιτούν- βελτίωση του διαμετρήματος των αγαθών που αγοράζουν. Τα ηδονικά μοντέλα έχουν χρησιμοποιηθεί εκτενώς στα οικονομικά των καταναλωτών για την αξιολόγηση των χαρακτηριστικών συγκεκριμένων τροφίμων κατά περίπτωση. Τα μοντέλα αυτά εξάγουν πληροφορίες σχετικά με την προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν επιπλέον για προϊόντα που είναι πιστοποιημένα⁷¹. Ο Berndt σημείωσε, ωστόσο, ότι αυτές οι ηδονικές τιμές μπορούν να κατανοηθούν ως αντιπροσωπευτικές της αξιολόγησης των καταναλωτών μόνο σε έναν περιορισμένο αριθμό συγκεκριμένων περιστάσεων⁷². Οι ηδονικές τιμές, ειδικότερα, αντικατοπτρίζουν τις αποτιμήσεις του όταν η προσφορά των χαρακτηριστικών είναι σταθερή, δηλαδή όταν η προσφορά είναι εντελώς ανελαστική και όταν όλοι οι καταναλωτές είναι ίδιοι.

Οι ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης), οι ΠΓΕ (Προστατευόμενες Γεωγραφικές Ενδείξεις), οι ΠΓΕ (Εγγυημένα Παραδοσιακά Προϊόντα) και άλλες νόμιμες μέθοδοι πιστοποίησης τροφίμων, όπως τα συστήματα ιχνηλασιμότητας, το σύστημα HACCP και το πρότυπο ISO 22000, δημιουργήθηκαν με απώτερο στόχο την εγγύηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών και της ασφάλειας των τροφίμων, τα οποία καλύφθηκαν λεπτομερώς σε προηγούμενο κεφάλαιο.

Με τη βοήθεια ενός ερωτηματολογίου που δημιουργήθηκε ειδικά για την παρούσα μελέτη, διεξήχθη έρευνα στο πλαίσιο αυτό. Αυτό μας επιτρέπει να αντλήσουμε πληροφορίες σχετικά με τη γνώση και την προτίμηση των ερωτηθέντων για τα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα της Θράκης, της Δυτικής Μακεδονίας, της Κεντρικής Μακεδονίας και της Ανατολικής Μακεδονίας, καθώς και για το είδος των καταστημάτων από τα οποία επιλέγουν να τα αγοράσουν.

Τα ευρήματά μας δείχνουν ότι, αν και ένα σημαντικό μέρος των ερωτηθέντων γνωρίζει τα πιστοποιημένα παραδοσιακά προϊόντα και είναι σε θέση να προσδιορίσει την ΠΟΠ και την ΠΓΕ (85,42% και 62,50%, αντίστοιχα), πολύ λίγοι από αυτούς χρησιμοποιούν τακτικά ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα. 42 από τους 298 ερωτηθέντες δήλωσαν ότι δεν τρώνε ποτέ ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα, είτε όταν ζουν εκεί είτε όταν σκέφτονται να επισκεφθούν την περιοχή όπου παρασκευάζονται τα προϊόντα. 41 άτομα, ωστόσο, τάσσονται σταθερά υπέρ των παραδοσιακών προϊόντων που είναι πιστοποιημένα. Επιπλέον, αρκετοί από αυτούς εκφράζουν βεβαιότητα για τη διαδικασία πιστοποίησης και συμφωνούν ότι βελτιώνεται η φήμη τους.

Σε μια προσπάθεια να κατανοήσουμε τα προαναφερθέντα ευρήματα, θα μπορούσαμε να τονίσουμε πόσο σημαντικό είναι για τους πελάτες να επαληθεύουν τα αγαθά που αγοράζουν. Ελλείψει πιστοποίησης, η "παραδοσιακή" ετικέτα σε ένα τρόφιμο δεν φαίνεται να αρκεί. Τα προϊόντα που φέρουν πιστοποίηση προτιμώνται από εκείνα που δεν φέρουν, καθώς χρησιμεύει ως παράγοντας ασφάλειας. Επιπλέον, είναι κρίσιμο οι καταναλωτές να εμπιστεύονται τα προγράμματα πιστοποίησης. Οι παραγωγοί και οι καταναλωτές αναπτύσσουν μια αμοιβαία σχέση εμπιστοσύνης ως αποτέλεσμα.

Στη συνέχεια, διαπιστώθηκε ότι η Φέτα ΠΟΠ είναι το πιο δημοφιλές πιστοποιημένο παραδοσιακό προϊόν σε όλες τις περιοχές της Μακεδονίας. Η συντριπτική πλειοψηφία (227 από τους 298) την επιλέγει σε καθημερινή και εβδομαδιαία βάση, υποστηρίζοντας την ευρεία ζήτηση του προϊόντος. Το τυρί είναι και πάλι το πιο δημοφιλές τρόφιμο. Από τους ερωτηθέντες, οι μισοί (147 από τους 298) προτιμούν το κασέρι ΠΟΠ περιστασιακά και 64 δήλωσαν ότι το προτιμούν καθημερινά. Δεδομένου ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες αναγνωρίζουν ότι καταναλώνουν την πατάτα Κάτω Νευροκοπίου ΠΓΕ σε μηνιαία, εβδομαδιαία ή και καθημερινή βάση, έρχεται στην τρίτη θέση της κατάταξης.

Οι ελιές ΠΟΠ Θρούμπα Θάσου-122 ερωτηθέντες δήλωσαν ότι δεν τις επιλέγουν ποτέ στο τραπέζι τους-Τα κεράσια Πιερίας ΠΟΠ-142 ερωτηθέντες δήλωσαν ότι δεν τα επιλέγουν ποτέ-Τα κεράσια τραγανά Ροδοχωρίου ΠΟΠ-151 ερωτηθέντες δήλωσαν ότι δεν τα καταναλώνουν ποτέ, και 22 δήλωσαν ότι το κάνουν μόνο μερικές φορές το χρόνο-και το κρασί Αμύνταιο ΠΟΠ-του οποίου το πρότυπο κατανάλωσης είναι παρόμοιο με αυτό των κερασιών-είναι τα λιγότερο δημοφιλή προϊόντα. Το αγουρέλαιο Χαλκιδικής ΠΟΠ, όπου 197 από τους 298 δεν το επιλέγουν ποτέ, αποτελεί το υψηλότερο σημείο της κατάταξης. Η κατανομή των άλλων προϊόντων στο

ερωτηματολόγιο είναι μέση. Τα φρούτα και τα όσπρια, καθώς και ο Κρόκος Κοζάνης ΠΟΠ και άλλα τυροκομικά προϊόντα που δεν συναντώνται συχνά στις αγορές, γενικά δεν επιλέγονται τακτικά.

Θα μπορούσαμε να απαριθμήσουμε πολλές εξηγήσεις για τις καταναλωτικές συμπεριφορές που αναφέρθηκαν παραπάνω. Η πλειονότητα των τροφίμων που αναφέρονται στο ερωτηματολόγιο είναι, κατ' αρχάς, εποχιακά. Ως εκ τούτου, θεωρείται πολύ δύσκολο να τα καταναλώνουμε συχνά εκτός των μηνών κατά τους οποίους παράγονται. Θα μπορούσαν να καταψυχθούν ή να χρησιμοποιηθούν ως προϊόντα κομποστοποίησης, αλλά η έρευνά μας δεν παρείχε αυτές τις πληροφορίες. Η προώθηση αυτών των προϊόντων είναι ένα άλλο κρίσιμο στοιχείο. Η διαφήμιση που επιτρέπεται στο παράδειγμα της Φέτας ΠΟΠ είναι εκτεταμένη και γεωγραφικά απεριόριστη. Ως αποτέλεσμα, οι πελάτες είναι πιο ενημερωμένοι για το προϊόν και αποφασίζουν να το εντάξουν στη διατροφή τους. Επιπλέον, το κόστος του εν λόγω προϊόντος είναι πολύ σημαντικό. Το κόστος κατασκευής ενός προϊόντος καθορίζει την τιμή του. Ακόμα και αν το τρόφιμο πληρεί τις ελληνικές και ευρωπαϊκές προδιαγραφές και είναι πιστοποιημένο, οι καταναλωτές δεν θα το αγοράσουν αν η τιμή του δεν συμβαδίζει με την ποιότητα, την ποσότητα ή τα χαρακτηριστικά του τροφίμου. Τελικά, οι διατροφικές απαιτήσεις και συνήθειες διαφέρουν σημαντικά από άτομο σε άτομο. Ορισμένα τρόφιμα, όπως τα φρούτα και το τυρί, θεωρούνται κατάλληλα και ασφαλή για τακτική κατανάλωση. Συνήθως, τα όσπρια δεν αποτελούν μέρος της καθημερινής διατροφής. Επιπλέον, σπάνια είναι κατάλληλα για κατανάλωση σε εστιατόρια γρήγορου φαγητού - σε αντίθεση, ας πούμε, με το τυρί και τις πατάτες.

Υπάρχει επίσης το πρόβλημα της εξαγωγής αγαθών σε αγορές άλλων εθνών και περιοχών. Όπως θα δούμε παρακάτω, τα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα πωλούνται σε πολλές τοποθεσίες. Σε γενικές γραμμές, οι καταναλωτές φαίνεται να προμηθεύονται τα προϊόντα που επιθυμούν από τα μεγάλα καταστήματα και στη συνέχεια από τις λαϊκές αγορές. Συγκεκριμένα, 66 καταναλωτές αγοράζουν πάντα προϊόντα από τη λαϊκή αγορά και 90 καταναλωτές αγοράζουν πάντα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα από μεγάλα σούπερ μάρκετ. Τα πρώτα καταστήματα ξεχωρίζουν για τη μεγάλη ποικιλία προϊόντων σε διάφορες τιμές. Ωστόσο, στις λαϊκές αγορές, οι πελάτες μπορούν να μιλήσουν με τον παραγωγό πρόσωπο με πρόσωπο, να μάθουν περισσότερα για τα προϊόντα και τις διαδικασίες παραγωγής τους και ακόμη και να τα δοκιμάσουν πριν αγοράσουν. Επιπλέον, παρόλο που οι γυναικείοι

συνεταιρισμοί αποτελούν σήμα κατατεθέν για την αγορά αυτών των αγαθών, οι ερωτηθέντες δεν τους σέβονται καθόλου. Επιπλέον, τα παντοπωλεία της γειτονιάς δείχνουν να είναι πιο ελκυστικά από τα μίνι μάρκετ της γειτονιάς, τα εξειδικευμένα καταστήματα για την πώληση πιστοποιημένων παραδοσιακών προϊόντων και τα καταστήματα ή τους πάγκους στον τόπο παραγωγής. Ακολουθούν τα μίνι μάρκετ της γειτονιάς, τα εξειδικευμένα καταστήματα και τα καταστήματα ή πάγκοι στον τόπο παραγωγής.

Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι οι πελάτες υποστηρίζουν τις τοπικές επιχειρήσεις και, κατά συνέπεια, την οικονομία της γειτονιάς. Οι κάτοικοι μπορούν να εξοικονομήσουν χρόνο κατά τις αγορές τους προμηθεύοντας αγαθά από τη γειτονιά τους, πόσο μάλλον πιστοποιημένα και υψηλής ποιότητας αγαθά. Θα πρέπει να τονιστεί, ωστόσο, ότι ένα πολύ μικρό ποσοστό των ερωτηθέντων επέλεξε αυτά τα καταστήματα.

Είναι ζωτικής σημασίας η υποστήριξη των τοπικών αγορών από την κυβέρνηση, τους παραγωγούς και το κράτος, προκειμένου να προωθηθεί η ανάπτυξη μιας ισχυρής εγχώριας οικονομίας. Θεωρείται ότι θα πρέπει να υπάρξει μεγαλύτερη υποστήριξη και προώθηση της σημασίας αυτών των αγορών. Μέσω αυτών των μεθόδων, το κοινό μπορεί να μάθει περισσότερα για τα Πιστοποιημένα Παραδοσιακά Προϊόντα, να τα αγαπήσει και στη συνέχεια να δημιουργήσει τις δικές του προτιμήσεις.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Jordana, J. (2000) Traditional Foods Challenges Facing the European Food Industry. Food Research International, 33, 147-152. - References - Scientific Research Publishing [Internet]. Available from: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2327380>
2. ΠΟΠ-ΠΓΕ -Εγγυημένα Παραδοσιακά Ιδιότυπα Προϊόντα (ΕΠΙΠ) [Internet]. 2012. Available from: <https://www.minagric.gr/for-farmer-2/2012-02-02-07-52-07>
3. Resources [Internet]. Available from: <https://www.icmsf.org/>
4. Επισήμανση προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ - GAIAPedia [Internet]. Available from: http://www.gaiapedia.gr/gaiapedia/index.php/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CF%83%CE%B7_%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%8A%CF%8C%CE%BD%CF%84%CF%89%CE%BD_%CE%A0%CE%9F%CE%A0_%CE%A0%CE%93%CE%95
5. Home | CODEXALIMENTARIUS FAO-WHO [Internet]. Available from: <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>
6. Burlingame B, Piñeiro M. The essential balance: Risks and benefits in food safety and quality. Journal of Food Composition and Analysis [Internet]. 2007 May 1;20(3–4):139–46. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jfca.2006.12.005>
7. Saak A. Traceability and reputation in supply chains [Internet]. 2016. Available from: https://econpapers.repec.org/article/eeeproeco/v_3a177_3ay_3a2016_3ai_3ac_3ap_3a149-162.htm
8. Saak A. Traceability and reputation in supply chains [Internet]. 2016. Available from: https://econpapers.repec.org/article/eeeproeco/v_3a177_3ay_3a2016_3ai_3ac_3ap_3a149-162.htm
9. Εισαγωγή στην Επιστήμη και την Τεχνολογία Τροφίμων (2η έκδοση) - Σφλώμος Κωνσταντίνος, Βαρζάκας Θεόδωρος [Internet]. Available from: <https://www.bookstation.gr/Product.asp?ID=51641>

10. Τσατσαρώνης Δ. Διπλωματική εργασία. Διερεύνηση Της Εφαρμογής Του Προτύπου ISO 22000:2005 Σε Ήδη Πιστοποιημένες Επιχειρήσεις Κρέατος Κατά ISO9001:2000 Και HACCP. 2006;
11. Arvanitoyannis IS. HACCP and ISO 22000. In: Wiley eBooks [Internet]. 2009. Available from: <https://doi.org/10.1002/9781444320923>
12. Hacplab. ISO 22000 - Hacplab.gr [Internet]. Available from: <https://www.hacplab.gr/%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B7%CF%83%CE%B7-iso-22000>
13. Κανονισμός Ελέγχου και Πιστοποίησης – AGROCET. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. (http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/POP-PGE/_03-12-2010_kanonismos_pop_pge.pdf)
14. Circulars T. Αριθμ. 11247/28.12.2012 Αποτελέσματα της Απογραφής Πληθυσμού [Internet]. 2013. Available from: <https://www.taxheaven.gr/circulars/15313/ariom-11247-28-12-2012>
15. Γεώργιος Α. Μέγας, Γεωγραφία της Ελλάδας, Γ' Γυμνασίου Αρχιεοθετήθηκε 2012-03-08 στο WaybackMachine., εκδ. Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα 1967, σσ. 104-105
16. Greek Codex of Foods and Drinks (1998). Milk, eggs and their products. Ministry of Economics, Athens (Greece)
17. Zefiridis, G. K. (1994). Animal Health and Development, 16, 89-97. Consumption of Milk and Milk Products; Effects on Human Nutrition and on the Economy of Greece.
18. Rudan MA, Barbano DM. A Model of Mozzarella Cheese Melting and Browning During Pizza Baking. Journal of Dairy Science [Internet]. 1998 Aug 1;81(8):2312–9. Available from: [https://doi.org/10.3168/jds.s0022-0302\(98\)75812-6](https://doi.org/10.3168/jds.s0022-0302(98)75812-6)
19. ΜΕΒΓΑΛ. ΜΕΒΓΑΛ, το γάλα είναι η ζωή μας - ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε. [Internet]. ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε. 2023. Available from: <https://mevgal.gr/>
20. Mauropoulos AA, Arvanitoyannis IS. Implementation of hazard analysis critical control point to Feta and Manouri cheese production lines. Food Control [Internet]. 1999 Jun 1;10(3):213–9. Available from: [https://doi.org/10.1016/s0956-7135\(99\)00021-3](https://doi.org/10.1016/s0956-7135(99)00021-3)

21. Kalantzopoulos GC. Cheese from ewes' and goats. Chapman and Hall Ltd. 1993;
22. Olivemagazine.gr [Internet]. www.olivemagazine.gr. 2023. Available from: <https://www.olivemagazine.gr/>
23. Psoni L, Tzanetakis N, Litopoulou-Tzanetaki E. Microbiological characteristics of Batzos, a traditional Greek cheese from raw goat's milk. Food Microbiology [Internet]. 2003 Oct 1;20(5):575–82. Available from: [https://doi.org/10.1016/s0740-0020\(02\)00153-3](https://doi.org/10.1016/s0740-0020(02)00153-3)
24. Admin. Μπάτζος–ΦΕΚ [Internet]. Athan Kouris. 2023. Available from: <https://www.dairy-services.com/%cf%84%cf%85%cf%81%ce%af-%ce%bc%cf%80%ce%ac%cf%84%ce%b6%ce%bf%cf%82-%cf%86%ce%b5%ce%ba/>
25. Greek Ministry of Agriculture (1990). Department of Statistics. Personal communication
26. Katsiari MC, Voutsinas LP. Manufacture of low-fat Kefalograviera cheese. International Dairy Journal [Internet]. 1994 Jan 1;4(6):533–53. Available from: [https://doi.org/10.1016/0958-6946\(94\)90024-8](https://doi.org/10.1016/0958-6946(94)90024-8)
27. Cheese Lovers. Όλα όσα θα Θέλατε να Ξέρετε για το Τυρί | Cheeselovers [Internet]. Cheese Lovers. 2023. Available from: <https://cheeselovers.gr/>
28. Anifantakis, E. M. (1996). To establish a special trademark for dairy products from goats' and sheep's milk. Foods and Drinks (Trofima and Pota), Special issue on dairy products, Triaina, Athens, 46 - 50.
29. Arvanitoyannis IS, Mavropoulos A. Implementation of the hazard analysis critical control point (HACCP) system to Kasseri/Kefalotiri and Anevato cheese production lines. Food Control [Internet]. 2000 Feb 1;11(1):31–40. Available from: [https://doi.org/10.1016/s0956-7135\(99\)00061-4](https://doi.org/10.1016/s0956-7135(99)00061-4)
30. ΤυρίΑνεβατό. <https://www.cheeselovers.gr/>
31. Hosseinzadeh H, Nassiri-Asl M. Avicenna's (Ibn Sina) the Canon of Medicine and Saffron (Crocus sativus): A Review. Phytotherapy Research [Internet]. 2012 Jul 20;27(4):475–83. Available from: <https://doi.org/10.1002/ptr.4784>
32. ΚρόκοςΚοζάνηςΠΟΠ. (https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/eu-quality-food-and-drink/krokos-kozanis-pdo_el)

33. File:Yann.jpg - Wikimedia Commons [Internet]. 2007. Available from: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Yann.jpg>
34. Mattas K, Tsakiridou E, Karelakis C, Nikolaou K, Gatsikos A, Papadopoulos I. PDO Zagora and PGI Kastoria Apples in Greece. In: Springer eBooks [Internet]. 2019. p. 231–64. Available from: https://doi.org/10.1007/978-3-030-27508-2_13
35. Συνεταιρισμός – Messi Coop [Internet]. Available from: <https://messi-coop.com/o-synetairismos/>
36. Davis DA, Arnold CR, McCallum IM. Nutritional value of feed peas (*Pisum sativum*) in practical diet formulations for *Litopenaeus vannamei*. *Aquaculture Nutrition* [Internet]. 2002 May 28;8(2):87–94. Available from: <https://doi.org/10.1046/j.1365-2095.2002.00194.x>
37. Ηλιάδης, Κ., Επαναφορά της γενετικής καθαρότητας και βελτίωση των ντόπιων πληθυσμών φασολιών “γιγάντων” και “ελεφάντων” περιοχής Καστοριάς. ΕΘΙΑΓΕ.
38. Catsadorakis G, Malakou M. Conservation and management issues of Prespa National Park. In: Springer eBooks [Internet]. 1997. p. 175–96. Available from: https://doi.org/10.1007/978-94-011-5180-1_13
39. FAOSTAT [Internet]. Available from: <https://www.fao.org/faostat/en/%3F%23data/QC>
40. Αρχική | ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (ΠΑΑ) 2014 - 2020 [Internet]. Available from: <http://www.agrotikianaptixi.gr/el>
41. Συνεισφέροντες στα εγχειρήματα Wikimedia. Φασόλι [Internet]. 2023. Available from: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A6%CE%B1%CF%83%CF%8C%CE%B%CE%B9#/media/%CE%91%CF%81%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%BF:Phaseolus_vulgaris_white_beans_witte_boon.jpg
42. Petit Larousse des Vins. (2005). Εγκυκλοπαίδεια του Κρασιού, Αθήνα: οξύ.
43. Επισκέψεις - Οινοποιείο ΑΣΕΠΙΑ [Internet]. Available from: <http://www.amyntaswines.gr/episkepseis>
44. Homepage - Alpha [Internet]. Alpha. 2023. Available from: <https://alpha-estate.com/>

45. Lavilla T, Recasens I, López ML, Puy J. Multivariate analysis of maturity stages, including quality and aroma, in ‘Royal Glory’ peaches and ‘Big Top’ nectarines. *Journal of the Science of Food and Agriculture* [Internet]. 2002 Oct 28;82(15):1842–9. Available from: <https://doi.org/10.1002/jsfa.1268>
46. Βηµα Τ. Τα… επώνυµα ροδάκινα κρατούν ζωντανό το Βελβεντό. TOBHMA [Internet]. 2018 Apr 28; Available from: <https://www.tovima.gr/2018/04/28/finance/ta-epwnyma-rodakina-kratoyn-zwntano-to-belbento/>
47. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας - Επίσηµος διαδικτυακός κόµβος [Internet]. Available from: <https://www.pkm.gov.gr/>
48. HEALTH BENEFITS OF PEACH, NECTARINE AND PLUMS [Internet]. Available from: https://www.actahort.org/books/841/841_32.htm
49. Cevallos-Casals BA, Byrne D, Okie WR, Cisneros-Zevallos L. Selecting new peach and plum genotypes rich in phenolic compounds and enhanced functional properties. *Food Chemistry* [Internet]. 2006 May 1;96(2):273–80. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2005.02.032>
50. ΑΣΕΠΟΠ Νάουσα. (<https://www.asepopn.gr/el/>)
51. Αγροτικός Συνεταιρισµός Νάουσα. (<https://acn.com.gr/>)
52. Kazantzis, K.A., Chatzicharisis, J.A. (2011). Monograph on Cherry Tree Cultivation; NAGREF, Institute of Deciduous Trees: Naoussa, Greece, pp. 3–6
53. Serradilla MJ, MartíN A, Ruíz-Moyano S, Hernández A, López-Corrales M, De Guía Córdoba M. Physicochemical and sensorial characterisation of four sweet cherry cultivars grown in Jerte Valley (Spain). *Food Chemistry* [Internet]. 2012 Aug 1;133(4):1551–9. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2012.02.048>
54. Vavoura MV, Badeka AV, Kontakos S, Kontominas MG. Characterization of Four Popular Sweet Cherry Cultivars Grown in Greece by Volatile Compound and Physicochemical Data Analysis and Sensory Evaluation. *Molecules* [Internet]. 2015 Jan 26;20(2):1922–40. Available from: <https://doi.org/10.3390/molecules20021922>
55. Εφηµερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας. Τεύχος Δεύτερο. Αρ. Φύλλου 23. 18 Ιανουαρίου 1994.

66. Ποντίκης, Κ.Π. 2000. Ειδική δενδροκομία, ελαιοκομία. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, Τόμος 3.
67. ΦΕΚ Β15, 14-01-1994
68. Δράκου Μ., (2011). «Μέτρηση αντιοξειδωτικής ικανότητας, περιεκτικότητας σε φαινολικά συστατικά και προβλεπόμενης βιοδιαθεσιμότητας σιδήρου και ψευδαργύρου ποικιλιών επιτραπέζιας ελιάς και οσπρίων συμβατικής και βιολογικής καλλιέργειας». Μεταπτυχιακή Εργασία. Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών Τμήμα Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων. Εργαστήριο Χημείας και Ανάλυσης Τροφίμων
69. Velouitinos. ΕλιέςΘρούμπεςΒιολογικήςΓεωργίας - Velouitinos [Internet]. Velouitinos. 2023. Available from: <https://www.velouitinos.gr/>
70. Καραποστόλης, Β. (2002). Η Καταναλωτική συμπεριφορά στην Ελληνική Κοινωνία, 1960-1975», ΕΚΚΕ, Αθήνα, 1983, Γ.Ι. ΣΙΩΜΚΟΣ, Συμπεριφορά καταναλωτή & στρατηγική μάρκετινγκ, Αθήνα, Σταμούλη
71. Loureiro ML. Assessing consumer response to protected geographical identification labeling. Wiley Online Library [Internet]. 2000 Jun 1; Available from: [https://doi.org/10.1002/1520-6297\(200022\)16:3](https://doi.org/10.1002/1520-6297(200022)16:3)
72. Berndt, E.R. (1991) The Practice of Econometrics, Classic and Contemporary. Addison-Wesley Publishing Company, Reading. - References - Scientific Research Publishing [Internet]. Available from: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1666371>
73. Catherine. Certification with the Greek trademark by the Ministry of Development and Investment [Internet]. CRETAN OLIVE OILS. 2023. Available from: <https://www.elasion.gr/en/certification-of-our-products-with-the-greek-trademark-by-the-greek-ministry-of-development-and-investment/>
74. Ku H, Wang PJ, Kuo C. Effects of product quality certification on quality perceptions of stores' own brands. Service Industries Journal [Internet]. 2012 Apr 1;32(5):807–20. Available from: <https://doi.org/10.1080/02642069.2010.531119>
75. Lee EJ, Bae J, Kim KH. The effect of sustainable certification reputation on consumer behavior in the fashion industry: Focusing on the mechanism of congruence. Journal of Global Fashion Marketing [Internet]. 2020 Feb

- 27;11(2):137–53. Available from:
<https://doi.org/10.1080/20932685.2020.1726198>
76. Pandanwangi K, Putra ARS, Haryadi FT, Astuti A, Syahlani SP. Does product certification matter? A review of mechanism to influence customer loyalty in the poultry feed industry. *Open Agriculture* [Internet]. 2023 Jan 1;8(1). Available from: <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0160>
77. Schaefer C. Sustainability, certifications and claims: What resonates with consumers? [Internet]. 2023. Available from: <https://www.foodbeverageinsider.com/certification/sustainability-certifications-and-claims-what-resonates-with-consumers->
78. Stewart B. How Product Certification Can Help Consumers Make More Sustainable Choices during Tough Economic Times - GlobeScan | Know your world. Lead the future. [Internet]. GlobeScan | Know Your World. Lead the Future. 2023. Available from: <https://globescan.com/2023/06/29/how-product-certification-can-help-consumers-make-more-sustainable-choices-during-tough-economic-times/>
79. Wang J, Tao J, Chu M. Behind the label: Chinese consumers' trust in food certification and the effect of perceived quality on purchase intention. *Food Control* [Internet]. 2020 Feb 1;108:106825. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.106825>
80. Wu SI, Jang JY. The impact of ISO certification on consumers' purchase intention. *Total Quality Management & Business Excellence* [Internet]. 2013 Apr 29;25(3–4):412–26. Available from: <https://doi.org/10.1080/14783363.2013.776770>