

**ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ
Π.Μ.Σ. «ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑ-ΔΙΑΤΡΟΦΗ»**

**ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΩΝ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ**

Τασιοπούλου Σταυρούλα

A.M. 423431

Επιβλέπουσα

Ματάλα Αντωνία Λήδα, Επίκουρη Καθηγήτρια

Μέλη Επιτροπής

Καραθάνος Βάϊος, Αναπληρωτής Καθηγητής

Παπαδόπουλος Απόστολος, Επίκουρος Καθηγητής

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα Καθηγήτρια κ. Αντωνία Ματάλα για την επίβλεψη της παρούσας διπλωματικής εργασίας, τη βοήθεια και τις συμβουλές της, καθώς και για την κατανόηση της καθ' όλη τη διάρκεια της μελέτης.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τα μέλη της Επιτροπής, τους Καθηγητές κ.κ Καραθάνο και Παπαδόπουλο για τις πολύτιμες υποδείξεις τους.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την Γραμματεία του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών του Τμήματος Επιστήμης Διαιτολογίας – Διατροφής, και πιο συγκεκριμένα την κ. Ελένη Σοφού, για τη βοήθεια της σε ότι αφορά τη διαδικασία υποβολής και παρουσίασης της μελέτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα παραδοσιακά προϊόντα διατροφής είναι προϊόντα που συνδέονται με την διατροφική κουλτούρα ενός τόπου, και μέσω αυτής με την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα του. Ο παραδοσιακός χαρακτήρας των προϊόντων αυτών οφείλεται στην ιδιοτυπία των υλικών ή του τρόπου παρασκευής τους (συνταγή ή τεχνολογία), έχει ιστορία δεκαετιών ή και αιώνων και μεταδίδεται από γενιά σε γενιά.

Τα τελευταία χρόνια έχει αναγνωριστεί η πολύπλευρη αξία των παραδοσιακών προϊόντων διατροφής και η σημασία της προστασίας και ανάδειξης τους, τόσο για τη διατήρηση της διατροφικής κληρονομιάς και ιστορικής ταυτότητας μιας περιοχής, αλλά και την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

Σκοπός της μελέτης θα είναι η παρουσίαση του θεσμικού πλαισίου που διέπει την παραγωγή, διακίνηση και πιστοποίηση των παραδοσιακών προϊόντων διατροφής στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως αυτό καθορίζεται από το κοινοτικό δίκαιο, αλλά και τις νομοθεσίες και πρακτικές που εφαρμόζονται στη χώρα μας και στα άλλα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Επίσης θα αναφερθούν μερικές από τις ερευνητικές δραστηριότητες που ασχολήθηκαν τα τελευταία χρόνια με τη μελέτη των παραδοσιακών προϊόντων στην Ελλάδα και την Ευρώπη.

Περαιτέρω θα αναλυθούν τα τυχόν εμπόδια που μπορεί να ευθύνονται για τον περιορισμό της εμπορικής αξιοποίησης των παραδοσιακών προϊόντων, και θα αναζητηθούν ανάλογες εμπειρίες άλλων κρατών και ειδικότερα της γειτονικής Ιταλίας. Τέλος, θα εξεταστούν οι προοπτικές για την ανάπτυξη των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων, τόσο όσον αφορά στα κριτήρια επιλογής των εν δυνάμει προϊόντων, την κατοχύρωση τους στην Ευρωπαϊκή αγορά αλλά και τις δυνατότητες προώθησης τους, λαμβάνοντας υπ' όψιν τις αντιλήψεις και ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Εισαγωγή	6
2. Σημασία της προτεινόμενης μελέτης	7
3. Ορισμός των Παραδοσιακών Προϊόντων	7
4. Θεσμικό πλαίσιο για την κατοχύρωση των Παραδοσιακών Προϊόντων	8
4.1. Ευρωπαϊκή Ένωση	8
4.2. Ελλάδα	15
4.3. Εθνικές Νομοθεσίες και πρακτικές άλλων Ευρωπαϊκών χωρών	16
4.4. Έλεγχος και πιστοποίηση	18
5. Ερευνητικό έργο για τα Παραδοσιακά προϊόντα στην Ελλάδα και την Ε.Ε.	19
5.1. Ερευνητικές δραστηριότητες στην Ελλάδα	19
5.2. Ερευνητικές δραστηριότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση	22
5.3. Ευρωπαϊκές πολιτικές προώθησης των Παραδοσιακών Προϊόντων	23
6. Διερεύνηση και αποτύπωση της κατάστασης που επικρατεί στον τομέα των Παραδοσιακών Προϊόντων	29
6.1. Σκοπός	29
6.2. Μεθοδολογία και πηγές πληροφόρησης	29
7. Αποτελέσματα και συζήτηση	32
7.1. Παρούσα κατάσταση όσον αφορά στην παραγωγή, πιστοποίηση, προώθηση και κατοχύρωση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων διατροφής.	32
7.2. Εν δυνάμει ελληνικά προϊόντα που μπορούν να χαρακτηριστούν παραδοσιακά και πιθανά κριτήρια για την επιλογή τους.	34
7.3. Η Ιταλική εμπειρία στον τομέα των παραδοσιακών προϊόντων – Θεσμικά πλαίσια, οργάνωση και προώθηση των παραδοσιακών προϊόντων.	39
7.4. Παραδείγματα εφαρμογών για την εκβιομηχάνιση των παραδοσιακών προϊόντων.	44

8. Συμπεράσματα και προοπτικές	49
8.1. Θεσμική οργάνωση	49
8.2. Στρατηγικές για την αξιοποίηση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων	50
8.3. Τακτικές προώθησης (marketing)	51
8.4. Προτεινόμενες δράσεις στην Ελλάδα	52
9. Βιβλιογραφία	54
10. Παράρτημα	58

1. Εισαγωγή

Τα παραδοσιακά προϊόντα είναι προϊόντα που συνδέονται με την ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα ενός τόπου. Πρόκειται κυρίως για προϊόντα μεταποίησης που χαρακτηρίζονται από τη σύσταση ή τον τρόπο παρασκευής τους, ο οποίος έχει ιστορία δεκαετιών ή και αιώνων και ενσωματώνει τη λαογραφία και τις παραδόσεις του λαού που τα παράγει.

Τα τελευταία χρόνια έχει αναγνωριστεί η πολύπλευρη αξία των παραδοσιακών προϊόντων. Σε αυτή περιλαμβάνεται η ανάδειξη της λαογραφικής και ιστορικής ταυτότητας των τροφίμων και η διατήρηση στοιχείων της διατροφικής κληρονομιάς κάθε περιοχής, τα οποία κινδυνεύουν να χαθούν λόγω των αλλαγών στον τρόπο ζωής.

Επιπλέον, η προστασία και η ανάδειξη των παραδοσιακών προϊόντων συμβάλλει εκτός από τη διατήρηση της ταυτότητας μιας περιοχής και στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Η παραγωγή, η παρασκευή και η διανομή των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων συχνά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην οικονομία μιας περιοχής, η οποία είναι δυνατόν να ενθαρρυνθεί περαιτέρω μέσω της διαφοροποίησης της γεωργικής παραγωγής. Η προώθηση παραδοσιακών προϊόντων που παρουσιάζουν ιδιότυπα χαρακτηριστικά μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πλεονέκτημα για την αγροτική οικονομία, ιδίως στις μειονεκτικές ή στις απομακρυσμένες περιοχές, αφενός με τη βελτίωση του εισοδήματος των γεωργών και αφετέρου, με τη συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στις εν λόγω περιοχές. Ακόμη, τα προϊόντα αυτά σε συνδυασμό με άλλες ενέργειες ανάδειξης των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων μιας περιοχής, λειτουργούν και ως μέσο προσέλκυσης επισκεπτών και τουριστικής ανάπτυξης.

Στη σημερινή εποχή όπου η ποιότητα της διατροφής είναι θέμα μείζονος σημασίας, οι καταναλωτές δείχνουν συνεχώς όλο και πιο αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα παραδοσιακά τρόφιμα εξαιτίας της αντίληψης ότι τα συστατικά και ο τρόπος παραγωγής τα καθιστούν πιο "αγνά" και ασφαλή σε σχέση με τα βιομηχανοποιημένα.

Εξαιτίας όλων των παραπάνω, γίνονται προσπάθειες τόσο σε εθνικό όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, για την κατοχύρωση, προβολή και προώθηση των παραδοσιακών προϊόντων στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά, αλλά και για την επαναφορά και ενσωμάτωση τους στο καθημερινό διαιτολόγιο.

2. Σημασία της προτεινόμενης μελέτης

Σκοπός της μελέτης θα είναι η παρουσίαση του θεσμικού πλαισίου που διέπει την παραγωγή, διακίνηση και πιστοποίηση των παραδοσιακών προϊόντων διατροφής στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως αυτό καθορίζεται από το κοινοτικό δίκαιο, αλλά και τις νομοθεσίες και πρακτικές που εφαρμόζονται ξεχωριστά στα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην κατάσταση που επικρατεί στη χώρα μας, η οποία παρά το γεγονός ότι διαθέτει πληθώρα παραδοσιακών προϊόντων εξαιρετικής ποιότητας, έχει καθυστερήσει αρκετά στην ανάδειξη, κατοχύρωση και προώθηση τους.

Να σημειωθεί ότι η Ελλάδα έχει πλούσια και ιδιάζουσα κληρονομιά που την καθιστά ξεχωριστή από αυτή της υπόλοιπης Ευρώπης, εξαιτίας και της ξεχωριστής γεωγραφικής της θέσης και ιστορίας, λειτουργώντας ως σταυροδρόμι διαφόρων πληθυσμιακών ομάδων κατά το παρελθόν. Η σημασία της ανάδειξης του τομέα των παραδοσιακών προϊόντων για τη χώρα μας καταδεικνύεται και από το γεγονός ότι πρόσφατες ερευνητικές μελέτες επισημαίνουν τη συμβολή της ελληνικής παραδοσιακής διατροφής στην διατήρηση της ανθρώπινης υγείας. Επιπλέον, είναι γνωστό ότι ακόμη και σήμερα, παρά την περιορισμένη αξιοποίηση και συστηματική προβολή τους, τα παραδοσιακά προϊόντα αποτελούν "εργαλείο" για την τουριστική ανάπτυξη πολλών περιοχών της Ελλάδας.

Περαιτέρω θα αναλυθούν τα τυχόν εμπόδια που μπορεί να ευθύνονται για τον περιορισμό της εμπορικής αξιοποίησης των παραδοσιακών προϊόντων, και θα αναζητηθούν ανάλογες εμπειρίες άλλων κρατών. Τέλος, θα εξεταστούν οι προοπτικές για την ανάπτυξη των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων, τόσο όσον αφορά στα κριτήρια επιλογής των εν δυνάμει προϊόντων, την κατοχύρωση τους στην Ευρωπαϊκή αγορά αλλά και τις δυνατότητες προώθησης τους, λαμβάνοντας υπ' όψιν τις αντιλήψεις και ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή.

3. Ορισμός των Παραδοσιακών Προϊόντων

Ο ορισμός ενός προϊόντος ως παραδοσιακού λαμβάνει υπ' όψιν τις ιδιότητες του τροφίμου οι οποίες αποτελούν συνδετικούς κρίκους με την διατροφική κουλτούρα της συγκεκριμένης περιοχής, η οποία μεταδόθηκε από γενιά σε γενιά και συνεχίζει να διατηρείται είτε διαμέσου του τρόπου παραγωγής (συνταγή ή τεχνολογία) είτε μέσω των υλικών που χρησιμοποιούνται. Γενικότερα θα μπορούσε να ειπωθεί ότι ένα παραδοσιακό προϊόν ορίζεται από τα εξής χαρακτηριστικά:

- Η μέθοδος ή η συνταγή που ακολουθείται για την παρασκευή του τροφίμου έχει μεταδοθεί από γενιά σε γενιά, προφορικά ή γραπτά.
- Η χρήση του ανατρέχει τουλάχιστον στα μέσα του 20^{ου} αιώνα (1950) και συνεχίζει έως σήμερα ή αυτή είχε εγκαταλειφθεί και επανέρχεται.
- Η προσαρμογή της διαδικασίας παραγωγής στους όρους που απορρέουν από τη νομοθεσία και τις σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις δεν έχουν αλλοιώσει τον παραδοσιακό του χαρακτήρα.
- Είναι "χειροποίητο" ή μη βιομηχανοποιημένο, δηλαδή κατά τη διαδικασία παραγωγής ακολουθούνται χειροποίητες μέθοδοι ή τεχνικές. Η χειρωνακτική εργασία είναι συχνά σημαντική παράμετρος.
- Συνήθως παράγεται σε μικρή κλίμακα (βιοτεχνική-τοπική κλίμακα) και όχι σε βιομηχανική. Πολλές φορές τα σκεύη και οι συσκευές που χρησιμοποιούνται είναι μικρής δυναμικότητας για να διευκολύνουν την παραγωγή χωρίς να αλλοιώνουν τον παραδοσιακό χαρακτήρα.
- Η τεχνολογία παραγωγής μπορεί να χαρακτηριστεί ως παραδοσιακή π.χ. αλεύρι που παράγεται από νερόμυλους ή πετρόμυλους, απόσταξη σε χάλκινους παραδοσιακούς αποστακτήρες, χρήση παραδοσιακού φούρνου με ξύλα αντί για σύγχρονους ηλεκτρικούς φούρνους.
- Παράγεται από παραδοσιακές πρώτες ύλες π.χ. χρήση ελαιολάδου ψυχρής πίεσης, κρέας από ζώα ελεύθερης βοσκής, φρούτα ή λαχανικά από ντόπιες ποικιλίες. Αντίθετα, ένα προϊόν που περιέχει, για παράδειγμα, πρώτες ύλες προερχόμενες από γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως παραδοσιακό.
- Δεν χρησιμοποιούνται τεχνητά χημικά συντηρητικά και πρόσθετα, αλλά παραδοσιακές μέθοδοι συντήρησης όπως η προσθήκη ζάχαρης, αλατιού, όξινων ουσιών (π.χ. ξύδι), το κάπνισμα, η φυσική ζύμωση, η φυσική ξήρανση, το αλκοόλ κ.α.

4. Θεσμικό πλαίσιο για την κατοχύρωση των Παραδοσιακών Προϊόντων

4.1. Ευρωπαϊκή Ένωση

Τα "Ειδικά Παραδοσιακά Προϊόντα Εγγυημένα – ΕΠΠΕ" (Traditional Speciality Guaranteed) σύμφωνα με τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελούν ειδική κατηγορία χαρακτηριστικών παραδοσιακών προϊόντων τα οποία βασίζονται στην παράδοση και τη διατροφική κουλτούρα των Ευρωπαίων πολιτών και παρουσιάζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά

τα οποία οφείλονται στις ειδικές συνθήκες παραγωγής και μεταποίησης. Σε αντίθεση με τα Προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ), τα οποία συνδέονται με την προέλευση των προϊόντων (γεωγραφική περιοχή), ο χαρακτηρισμός "ΕΠΠΕ" δε αναφέρεται στην προέλευση αλλά αποσκοπεί στην ανάδειξη της "παραδοσιακότητας" του προϊόντος. Πρόκειται κυρίως για προϊόντα μεταποίησης, η σύσταση των οποίων ή και ο τρόπος παρασκευής τους έχουν ιστορία δεκαετιών ή και αιώνων. Αφορά τα γεωργικά προϊόντα ή τρόφιμα τα οποία παράγονται:

- από παραδοσιακές πρώτες ύλες
- παρουσιάζουν παραδοσιακή σύσταση
- παραδοσιακό τρόπο παραγωγής ή/και μεταποίησης.

Η σχετική νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης στοχεύει στην εύρυθμη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς τροφίμων, θέτοντας στη διάθεση των παραγωγών τα μέσα που θα τους επιτρέψουν να αναδείξουν την αξία των προϊόντων τους, διασφαλίζοντας την προστασία των καταναλωτών από τις καταχρηστικές πρακτικές και εξασφαλίζοντας θεμιτές εμπορικές συναλλαγές.

Α. Κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τα παραδοσιακά προϊόντα

Οι κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης που διέπουν τα παραδοσιακά προϊόντα παρουσιάζονται συνοπτικά, στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 1. Η νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης που διέπει τα παραδοσιακά προϊόντα.

ΑΡ. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ
Καν. 2082/92/ ΕΟΚ	Περί Ιδιοτυπίας
Καν. 1848/93/ ΕΟΚ	Εισαγωγή της ένδειξης «εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν»
Καν. 852/2004/ ΕΚ	Υγιεινή των τροφίμων
Καν. 509/2006/ ΕΚ	Για τα γεωργικά προϊόντα και τα τρόφιμα που χαρακτηρίζονται ως εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα.
Απόφαση αριθ. 93/53/ ΕΟΚ	Περί συστάσεως μιας επιστημονικής επιτροπής για τις ονομασίες προέλευσης, τις γεωγραφικές ενδείξεις και τις βεβαιώσεις ιδιοτυπίας.
Οδηγία 2000/13/ΕΚ	Για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση των τροφίμων.

Πιο αναλυτικά, τα Ειδικά Παραδοσιακά Προϊόντα Εγγυημένα (ΕΠΠΕ) διέπονται από τους εξής Κανονισμούς της Ε.Ε. :

- **Κανονισμός ΕΟΚ με αριθ. 2082/92** του Συμβουλίου της 14ης Ιουλίου 1992, "περί Ιδιοτυπίας", σχετικά με τις βεβαιώσεις ιδιοτυπίας των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων ^[29]. Σύμφωνα με τον Κανονισμό αυτό, για να κατοχυρωθούν τα προϊόντα ως ΕΠΠΕ πρέπει να πληρούν δύο βασικές προϋποθέσεις: α. να είναι ιδιότυπα, και β. να είναι παραδοσιακά.

Ως ιδιοτυπία ορίζεται το χαρακτηριστικό ή το σύνολο των χαρακτηριστικών μέσω των οποίων ένα γεωργικό προϊόν ή ένα προϊόν ή ένα τρόφιμο διακρίνεται σαφώς από άλλα παρεμφερή προϊόντα ή τρόφιμα που ανήκουν στην ίδια κατηγορία. Η αναγνώριση από την Ε.Ε. της ιδιοτυπίας ενός προϊόντος (η οποία καλείται Βεβαίωση Ιδιοτυπίας) γίνεται με την κατοχύρωση του στο "Μητρώο Βεβαιώσεων Ιδιοτυπίας".

- **Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1848/93** της Επιτροπής της 9ης Ιουλίου 1993 περί λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2082/92 του Συμβουλίου για τις βεβαιώσεις ιδιοτυπίας των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων ^[28]. Ο Κανονισμός εισαγάγει την ένδειξη «εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν» και θεσπίζει τους λεπτομερείς κανόνες εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2082/92 και καθορίζει επακριβώς τις προθεσμίες που εφαρμόζονται κατά τη διαδικασία καταχώρησης.
- **Απόφαση αριθ. 93/53 (ΕΟΚ)** της Επιτροπής της 21ης Δεκεμβρίου 1992 περί συστάσεως μιας επιστημονικής επιτροπής για τις ονομασίες προέλευσης, τις γεωγραφικές ενδείξεις και τις βεβαιώσεις ιδιοτυπίας ^[18]. Με την απόφαση αυτή συστήνεται επιστημονική επιτροπή προκειμένου να συνδράμει την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στο έργο της και αποστολή να εξετάζει όλα τα τεχνικά προβλήματα στο πλαίσιο της εφαρμογής του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2081/92 και του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2082/92 του Συμβουλίου ^[29] που αφορούν την καταχώρηση των ονομάτων των γεωργικών προϊόντων, τις περιπτώσεις σύγκρουσης μεταξύ των κρατών μελών, και ιδίως:
 1. Τα στοιχεία καθορισμού της γεωγραφικής ένδειξης και της ονομασίας προέλευσης και τις εξαιρέσεις τους, ειδικότερα δε τον ονομαστό και φημισμένο χαρακτήρα
 2. Τον κοινό χαρακτήρα
 3. Την εκτίμηση του παραδοσιακού χαρακτήρα
 4. Την εκτίμηση των κριτηρίων που αφορούν τη νομιμότητα των εμπορικών πράξεων και τον κίνδυνο σύγχυσης του καταναλωτή για τις περιπτώσεις σύγκρουσης μεταξύ της ονομασίας προέλευσης ή της γεωγραφικής ένδειξης και του σήματος, των ομωνύμων ή των υφισταμένων προϊόντων που τίθενται στο εμπόριο νομίμως.

- **Κανονισμός (ΕΚ) με αριθ. 852/2004** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29ης Απριλίου 2004, για την υγιεινή των τροφίμων ^[27]. Ο παρών κανονισμός έχει σκοπό την διασφάλιση της υγιεινής των τροφίμων σε όλα τα στάδια από την πρωτογενή παραγωγή έως και την προσφορά προς πώληση ή τη διάθεση τροφίμων στον τελικό καταναλωτή. Όλοι οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων πρέπει να εξασφαλίζουν ότι όλα τα στάδια για τα οποία είναι υπεύθυνοι, εκτελούνται με υγιεινό τρόπο, σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό.

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να συμμορφώνονται προς τις γενικές διατάξεις υγιεινής, όπως επίσης και στους κανόνες που αναφέρονται σε συναφείς της παραγωγής δραστηριότητες (όπως η μεταφορά, ο χειρισμός και η αποθήκευση πρωτογενών προϊόντων, η μεταφορά ζώων ζώνων, προϊόντων φυτικής προέλευσης, προϊόντων αλιείας). Εκτός των διατάξεων που διέπουν τα προϊόντα πρωτογενούς παραγωγής (παράρτημα Ι), αναλυτικές διατάξεις υγιεινής τίθενται και σχετικά με τους χώρους τροφίμων, τον εξοπλισμό, τα απορρίμματα τροφών, την παροχή νερού, την προσωπική υγιεινή των προσώπων που έρχονται σε επαφή με τρόφιμα, τα ίδια τα τρόφιμα, τη συσκευασία, την θερμική επεξεργασία, την κατάρτιση των επαγγελματιών του κλάδου (παράρτημα ΙΙ). Οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων εκτός του επιπέδου της πρωτογενούς παραγωγής οφείλουν να εφαρμόζουν τις αρχές του Συστήματος Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP) που θεσπίστηκε από τον Codex Alimentarius.

Πέρα από τις γενικές διατάξεις προβλέπεται και η δυνατότητα παρεκκλίσεων σε ό,τι αφορά τις μικρές εκμεταλλεύσεις, εφόσον αυτό δεν θίγει τους στόχους του κανονισμού. Ο Κανονισμός υιοθετεί την αρχή της ευελιξίας και συστήνει την θέσπιση εθνικών μέτρων για τα τρόφιμα που παράγονται:

- ο σε ειδικές γεωγραφικές περιοχές
- ο με τη χρήση παραδοσιακών μεθόδων

Τα κράτη μέλη μπορούν να προσαρμόζουν τις απαιτήσεις του παραρτήματος ΙΙ με σκοπό να καλύψουν τις ανάγκες επιχειρήσεων τροφίμων, οι οποίες βρίσκονται σε περιοχές που πλήττονται από ειδικές γεωγραφικές δυσχέρειες ή αντιμετωπίζουν δυσκολίες εφοδιασμού και οι οποίες εξυπηρετούν την τοπική αγορά, ή με σκοπό να ληφθούν υπόψη παραδοσιακές μέθοδοι παραγωγής και το μέγεθος των εκμεταλλεύσεων. Σε καμία περίπτωση όμως η επίτευξη των στόχων της υγιεινής των τροφίμων δεν πρέπει να τίθεται σε κίνδυνο.

- **Ο Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 509/2006** του Συμβουλίου, της 20ής Μαρτίου 2006, για τα γεωργικά προϊόντα και τα τρόφιμα που χαρακτηρίζονται ως εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα^[26]. Ο νέος κανονισμός απλουστεύει τις διαδικασίες κατοχύρωσης και διευκρινίζει το ρόλο των κρατών μελών.

Σύμφωνα με αυτόν, ως «παραδοσιακό» μπορεί να χαρακτηριστεί ένα προϊόν το οποίο αποδεδειγμένα χρησιμοποιήθηκε στην κοινοτική αγορά για περίοδο που καταδεικνύει μετάδοση μεταξύ γενεών, η οποία θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 25 χρόνια. Ως «εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν» αναγνωρίζεται το παραδοσιακό γεωργικό προϊόν ή τρόφιμο του οποίου η ιδιοτυπία αναγνωρίζεται από την Κοινότητα μέσω της καταχώρισής του.

Η ιδιοτυπία του προϊόντος μπορεί να αναφέρεται σε εγγενή χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως τα φυσικά, χημικά, μικροβιολογικά ή οργανοληπτικά χαρακτηριστικά, ή στη μέθοδο παραγωγής του προϊόντος ή στις ειδικές συνθήκες οι οποίες επικρατούν κατά την παραγωγή του. Το ιδιότυπο όνομα θα πρέπει να είναι παραδοσιακό και σύμφωνο με εθνικές διατάξεις ή να έχει καθιερωθεί εθνικά. Δεν μπορεί να καταχωρηθεί προϊόν με όνομα που αναφέρεται αποκλειστικά σε γενικούς ισχυρισμούς που χρησιμοποιούνται για ένα σύνολο γεωργικών προϊόντων ή τροφίμων ή είναι παραπλανητικό (π.χ. αναφέρεται σε προφανές χαρακτηριστικό του προϊόντος ή δεν ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές και είναι δυνατόν να παραπλανήσει τον καταναλωτή σχετικά με τα χαρακτηριστικά του προϊόντος).

Ο κανονισμός προβλέπει ότι, προκειμένου να καταστεί αποτελεσματικότερη η διαδικασία κατοχύρωσης και να αποφευχθεί το ενδεχόμενο να εξετάζονται κακόβουλες και αναιτιολόγητες ενστάσεις, θα διευκρινισθούν τα κριτήρια βάσει των οποίων η αρμόδια Επιτροπή αξιολογεί το παραδεκτό των ενστάσεων που της υποβάλλονται. Το δικαίωμα ένστασης θα πρέπει να παρέχεται στους πολίτες τρίτων χωρών που έχουν έννομο συμφέρον, σύμφωνα με τα ίδια κριτήρια με εκείνα που ισχύουν για τους παραγωγούς της Κοινότητας.

Τέλος, για λόγους σαφήνειας και διαφάνειας, προβλέπεται η κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2082/92 και η αντικατάστασή του από τον παρόντα κανονισμό.

- Η επισήμανση των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων υπόκειται στους γενικούς κανόνες που θεσπίζονται με την **Οδηγία 2000/13/ΕΚ** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και

του Συμβουλίου, της 20ής Μαρτίου 2000, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση των τροφίμων ^[30]. Η οδηγία εφαρμόζεται στα προσυσκευασμένα τρόφιμα που προορίζονται να παραδοθούν ως έχουν στον τελικό καταναλωτή ή σε μονάδες ομαδικής εστίασης, δεν εφαρμόζεται όμως στα προϊόντα που προορίζονται για εξαγωγή εκτός της Κοινότητας. Καθορίζονται οι υποχρεωτικές ενδείξεις που πρέπει να φέρουν τα τρόφιμα (ονομασία πώλησης, κατάλογο των συστατικών, την ποσότητα των συστατικών ή των κατηγοριών συστατικών εκφρασμένη ως ποσοστό), άλλες ενδείξεις που είναι απαραίτητες για ορισμένες μόνο κατηγορίες τροφίμων αλλά και τις επιτρεπόμενες παρεκκλίσεις. Σύμφωνα με την οδηγία αυτή, η επισήμανση, η παρουσίαση και η διαφήμιση των τροφίμων δεν πρέπει να είναι τέτοιας φύσεως ώστε να οδηγούν σε πλάνη τον αγοραστή ως προς τα χαρακτηριστικά ή τα αποτελέσματα του τροφίμου.

Ωστόσο, όπως ορίζεται με τον πρόσφατο Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 509/2006 ^[26], λόγω της ιδιότητας τους, στο άμεσο μέλλον θα πρέπει να θεσπισθούν ειδικές συμπληρωματικές διατάξεις για τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα. Προκειμένου να καταστεί ευκολότερη και ταχύτερη η αναγνώριση των εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων που παράγονται εντός της Κοινότητας, θα πρέπει να καταστεί υποχρεωτική η χρήση της ένδειξης «εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν» ή του συσχετιζόμενου κοινοτικού συμβόλου στην επισήμανσή τους. Οι ενδείξεις σχετικά με τα ιδιότυπα χαρακτηριστικά ενός γεωργικού προϊόντος ή ενός τροφίμου θα πρέπει να απολαύουν νομικής προστασίας και να υπόκεινται σε ελέγχους.

B. Διαδικασία κατοχύρωσης των παραδοσιακών προϊόντων στην ευρωπαϊκή αγορά

Το σύστημα κατοχύρωσης των παραδοσιακών προϊόντων στην ευρωπαϊκή αγορά είναι ανοιχτό και εθελοντικό. Οποιοσδήποτε παραγωγός ή επιχείρηση τηρεί τις ειδικές απαιτήσεις, δικαιούται να κυκλοφορήσει στην αγορά προϊόν χρησιμοποιώντας την καταχωρημένη ονομασία.

Προκειμένου μια ευρωπαϊκή χώρα να κατοχυρώσει ένα προϊόν ως παραδοσιακό έτσι ώστε να χαρακτηριστεί ως τέτοιο και στις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. θα πρέπει να ακολουθηθούν οι παρακάτω διαδικασίες ^[29] :

1. Μία ομάδα παραγωγών θα πρέπει να καθορίσει το προϊόν σύμφωνα με συγκεκριμένες προδιαγραφές. Αίτηση κατοχύρωσης μπορεί να υποβάλει κάθε οργάνωση παραγωγών ή/και μεταποιητών, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή ή σύνθεση, τους οποίους αφορά

το ίδιο γεωργικό προϊόν ή τρόφιμο. Η ομάδα αυτή επιλέγει την ονομασία που θέλει να κατοχυρώσει και ορίζει τις ειδικές προδιαγραφές παραγωγής, μεταποίησης, συσκευασίας και επισήμανσης. Σε εξαιρετικές περιπτώσεις, ένα νομικό ή φυσικό πρόσωπο μπορεί να προβεί σε αίτηση κατοχύρωσης μιας ονομασίας, όταν η συγκεκριμένη ονομασία χρησιμοποιείται μόνο από το συγκεκριμένο παραγωγό ή εταιρεία.

Η αίτηση καταχώρισης περιλαμβάνει τουλάχιστον:

α) το όνομα και τη διεύθυνση της αιτούσας ομάδας, β) τις προδιαγραφές του προϊόντος, γ) το όνομα και τα στοιχεία των αρχών ή φορέων που εξακριβώνουν τη συμμόρφωση προς τις διατάξεις των προδιαγραφών, καθώς και τα συγκεκριμένα καθήκοντά τους, και δ) τα έγγραφα που αποδεικνύουν τον ιδιότυπο και παραδοσιακό χαρακτήρα.

2. Η ομάδα στέλνει μία αίτηση μαζί με τις προδιαγραφές στην αρμόδια εθνική υπηρεσία. Στις περισσότερες περιπτώσεις αρμόδια εθνική υπηρεσία είναι το υπουργείο που ασχολείται με τα θέματα Γεωργίας.

Ο φάκελος υποψηφιότητας πρέπει να ανταποκρίνεται στον ορισμό του Παραδοσιακού Προϊόντος σύμφωνα με το άρθρο και στις προδιαγραφές του Καν. (ΕΟΚ) 2081/92. και να περιέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, παραρτήματα με βιβλιογραφικές αναφορές, το καταστατικό της ομάδας καθώς και ένα συνοπτικό δελτίο σύμφωνα με τον Καν. (ΕΚ) 383/2004. Τα κύρια στοιχεία που πρέπει να περιέχονται στην αίτηση είναι αυτά που δικαιολογούν την ιδιαιτερότητα του προϊόντος σε σχέση με τα υπόλοιπα ομοειδή και στοιχειοθετούν ότι αυτή η ιδιαιτερότητα οφείλεται στην ιδιοτυπία του.

Εκτός από την ονομασία, την περιγραφή του προϊόντος και την μέθοδο παραγωγής, (συμπεριλαμβανομένου του διαγράμματος παραγωγής), ο φάκελος υποψηφιότητας πρέπει να παραθέτει στοιχεία σχετικά με την ιχνηλασιμότητα του προϊόντος και να αποδεικνύει τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά του προϊόντος, παραθέτοντας βιβλιογραφικά, ιστορικά, λαογραφικά και εμπορικά δεδομένα καθώς και όποιο άλλο στοιχείο κρίνεται απαραίτητο για ενίσχυση της υποψηφιότητας του φακέλου. Τέλος, αναφέρονται η επισήμανση του προϊόντος, τυχόν εθνικές απαιτήσεις εφόσον αυτές υπάρχουν, και οι Οργανισμοί Επιθεώρησης.

3. Στη συνέχεια πραγματοποιείται μελέτη του προϊόντος σε εθνικό επίπεδο η οποία πρέπει εν συνεχεία να σταλεί στην αρμόδια υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής μαζί με ένα πλήρες

αντίγραφο του φακέλου υποψηφιότητας. Η Επιτροπή, η οποία επικυρείται από τη μόνιμη Επιτροπή Εγγυημένων Παραδοσιακών Ιδιότυπων Προϊόντων, ακολουθεί τις προβλεπόμενες διαδικασίες ελέγχου. Όταν η αίτηση για ένα γεωργικό προϊόν ή ένα τρόφιμο προέρχεται από ομάδα τρίτης χώρας, αποστέλλεται στην Επιτροπή, είτε απ' ευθείας, είτε μέσω των αρμόδιων αρχών της εν λόγω χώρας και περιλαμβάνει τις προβλεπόμενες πληροφορίες.

4. Η αρμόδια υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αφού εξετάσει όλα τα στοιχεία του φακέλου υποψηφιότητας και εφόσον δεν έχει παρατηρήσεις, προβαίνει στη δημοσίευση της αίτησης και του συνοπτικού δελτίου στην επίσημη εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Μία πρώτη δημοσίευση στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Κοινότητας πληροφορεί όλους τους ενδιαφερόμενους στην Ένωση σχετικά με το προϊόν.
5. Εάν εντός διαστήματος 6 μηνών από τη δημοσίευση της αίτησης, δεν υπάρχει ένσταση από άλλο Κράτος – Μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τότε η ονομασία κατοχυρώνεται στο Κοινοτικό μητρώο. Εάν η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ζητήσει περισσότερα στοιχεία ή διευκρινήσεις τότε, μέσω της αρμόδιας εθνικής υπηρεσίας ενημερώνεται η αιτούσα ομάδα και η διαδικασία σταματάει μέχρι να προσκομισθούν τα νέα στοιχεία. Ο φάκελος θεωρείται πλήρης, όταν η Επιτροπή λάβει όλες τις συμπληρωματικές πληροφορίες που κρίθηκαν αναγκαίες.
6. Εάν δεν υπάρξουν αντιρρήσεις, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσιεύει το όνομα του προστατευμένου προϊόντος στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Η καταχώριση ιδιότυπων προϊόντων ξεκίνησε το 1997 και μέχρι σήμερα έχουν αναγνωριστεί ως Ε.Π.Π.Ε. 15 περίπου προϊόντα (κυρίως μπίρες, ζωικής προέλευσης προϊόντα και ορισμένα προϊόντα ζαχαροπλαστικής). Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων προϊόντων αποτελούν το τυρί “mozzarella” από την Ιταλία και το ζαμπόν “Jamón” από την Ισπανία. Το σύνολο των προϊόντων Ε.Π.Π.Ε. που έχουν κατοχυρωθεί από τις διάφορες χώρες της Ε.Ε. παρουσιάζονται στον πίνακα 10.1. του παραρτήματος.

4.2. Ελλάδα

Στην Ελλάδα, αρμόδια εθνική υπηρεσία είναι το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (πρώην Υπουργείο Γεωργίας) και πιο συγκεκριμένα το Τμήμα Ε.Π.Π.Ε. της Δ/σης Βιολογικής Γεωργίας του Υπουργείου.

Προκειμένου να ξεκινήσει η διαδικασία κατοχύρωσης ενός παραδοσιακού προϊόντος, η αιτούσα ομάδα υποβάλλει φάκελο στην οικεία Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης. Εφόσον η Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης θεωρήσει τον φάκελο υποψηφιότητας πλήρη και σύμφωνα με τους Κοινοτικούς κανονισμούς, τον διαβιβάζει στο Τμήμα Ε.Π.Π.Ε. της Δ/σης Βιολογικής Γεωργίας του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, μαζί με την εισήγησή του. Το Τμήμα Ε.Π.Π.Ε., αφού συλλέξει απόψεις από τις Δ/σεις Αγροτικής Ανάπτυξης της χώρας και από τους φορείς που ασχολούνται με το συγκεκριμένο προϊόν και εφόσον θεωρεί ότι ο φάκελος υποψηφιότητας και το συνοπτικό δελτίο είναι σύμφωνα με την Κοινοτική νομοθεσία και περιέχουν όλα τα απαραίτητα στοιχεία που στοιχειοθετούν την κατοχύρωση της ονομασίας, διαβιβάζει ένα πλήρες αντίγραφο του φακέλου στην αρμόδια υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Ο Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (Ο.Π.Ε.ΓΕ.Π), ο οποίος λειτουργεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, συνέστησε το 2001 την Ελληνική Επιστημονική Ομάδα Εργασίας για τα Ε.Π.Π.Ε. η οποία επεξεργάστηκε τις υφιστάμενες εθνικές διατάξεις με σκοπό την αποσαφήνιση της κοινοτικής νομοθεσίας για τα παραδοσιακά τρόφιμα και τον καθορισμό του όρου «παραδοσιακό». Παρ' όλα αυτά, μέχρι σήμερα κανένα από τα «ιδιότυπα προϊόντα» της χώρας μας δεν έχει κατοχυρωθεί στον αντίστοιχο κατάλογο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

4.3. Νομοθεσίες και πρακτικές άλλων Ευρωπαϊκών χωρών

Ιταλία

Στην Ιταλία, παράλληλα με την κοινοτική νομοθεσία που διέπει τα παραδοσιακά προϊόντα, προβλέπεται επιπλέον από την εθνική νομοθεσία η αναγνώριση ως "παραδοσιακών" και ορισμένων άλλων φαγητών και αγροτικών προϊόντων. Η σχετική Υπουργική Απόφαση περιλαμβάνει τα παραδοσιακά προϊόντα που "οι μέθοδοι επεξεργασίας, συντήρησης και παλαίωσης καθιερώθηκαν στο χρόνο μέσω της παράδοσης, σε διάρκεια τουλάχιστον 25 χρόνων κι εφαρμόζονται στα όρια της περιοχής προέλευσης" ^[6]. Τα προϊόντα αυτά καταχωρούνται ανά περιφέρεια στην εθνική λίστα "παραδοσιακών προϊόντων" και κοινοποιούνται μέσω του Υπουργείου Αγροτικής Πολιτικής (Υπουργείο Γεωργίας).

Σκοπός της απόφασης αυτής ήταν να επιτραπούν κάποιες εξαιρέσεις για ορισμένα παραδοσιακά προϊόντα όσον αφορά στους κανόνες υγιεινής, προσφέροντας έτσι μεγαλύτερη ευελιξία στους παραγωγούς, χωρίς όμως να μειώνεται η ασφάλεια των προϊόντων για τον

καταναλωτή. Πράγματι, σε πολλές περιπτώσεις ο παραδοσιακός χαρακτήρας μπορεί να οφείλεται σε πρακτικές που μπορεί να θεωρηθούν ακατάλληλες στα στενά πλαίσια εφαρμογής της κοινοτικής νομοθεσίας, με αποτέλεσμα πολλά χαρακτηριστικά προϊόντα να μην μπορούν να κυκλοφορήσουν στην αγορά και συνεπώς να πάψουν να υφίστανται.

Με τη θεσμοθέτηση της λίστας των "παραδοσιακών προϊόντων" η Ιταλία αποσκοπεί στη διάδοση των προϊόντων αυτών σε εθνικό επίπεδο, διατηρώντας επιπλέον υψηλά την ποιότητα και την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων.

Γαλλία

Στη Γαλλία, το Υπουργείο Γεωργίας και Αλιείας έχει θεσμοθετήσει από το 1960 τις "αγροτικές ετικέτες" (label agricole) οι οποίες δηλώνουν ότι ένα τρόφιμο ή ένα αγροτικό προϊόν (ακόμα και προϊόντα μη διατροφής) έχει ένα σύνολο χαρακτηριστικών που του προσδίδουν ανώτερη ποιότητα (Qualité Supérieure) και το κάνουν να ξεχωρίζει από παρόμοια προϊόντα, κυρίως όσον αφορά στη διαδικασία παραγωγής ή μεταποίησης του ^[2]. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται οι "κόκκινες ετικέτες" (label rouge) και οι "τοπικές ετικέτες" (label régional).

Οι "κόκκινες ετικέτες" θεσμοθετήθηκαν το 1973 και ισχύουν σε εθνικό επίπεδο, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις υπάρχουν και οι αντίστοιχες "τοπικές ετικέτες" τοπικής ισχύος (μέχρι τώρα έχουν κατοχυρωθεί για τις περιοχές Ardennes, Franche-Comté, Lorraine, Nord Pas-de-Calais, Midi-Pyrénées και Savoie). Τα προϊόντα με τις ετικέτες αυτές είναι ανάλογης ποιότητας με τα προϊόντα που φέρουν τις "κόκκινες ετικέτες", αλλά με επιπλέον ιδιότητες που μπορούν να τα χαρακτηρίσουν ως παραδοσιακά ή τοπικά προϊόντα. Έως σήμερα έχουν χορηγηθεί περίπου 450 τέτοιες ετικέτες, το 80% εκ των οποίων αντιπροσωπεύουν προϊόντα κρέατος ^[8].

Βρετανία

Στη Βρετανία, το Υπουργείο Γεωργίας, Αλιείας και Τροφίμων ξεκίνησε το 1983 την πρωτοβουλία "Food from Britain" με σκοπό να διαμορφώσει την εικόνα των Βρετανικών προϊόντων στο εξωτερικό επιτυγχάνοντας την αύξηση των εξαγωγών και την προσέλκυση τουριστικού ενδιαφέροντος ^[1].

Από τις βασικές δραστηριότητες του προγράμματος ήταν ο τομέας των παραδοσιακών προϊόντων "speciality", η οποία περιελάμβανε το συντονισμό και τη χρηματοδότηση ενός

εθνικού δικτύου. Το δίκτυο αυτό αποτελείται από 10 ομάδες οι οποίες αντιπροσωπεύουν γεωγραφικές περιοχές της χώρας (East Midlands Fine Foods, Heart of England Fine Foods, North West Fine Foods, Northumbria Larder, South East Food Group Partnership, Taste of the West, Tastes of Anglia, The Regional Food Group for Yorkshire and Humber, Highlands and Islands Enterprise, Scottish Enterprise) σε συνεργασία με την Διεύθυνση Αγροτικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης (Department of Agriculture and Rural Development - DARD) και την Αναπτυξιακή Αρχή της Ουαλίας (Welsh Development Agency). Κάθε ομάδα στηρίζει τα μέλη-επιχειρήσεις στους τομείς που χρειάζονται ενίσχυση. Πρόκειται κυρίως για επιχειρήσεις μικρό-μεσαίου μεγέθους που βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές. Η υποστήριξη έγκειται κυρίως στην καλύτερη προώθηση των προϊόντων, τη διοργάνωση εμπορικών εκδηλώσεων και στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα διαδικασιών παραγωγής και την προώθηση της χρήσης τοπικών πρώτων υλών μέσω της συνεργασίας με τοπικούς παραγωγούς αγροτικών προϊόντων.

Το 1999 το Υπουργείο Γεωργίας, Αλιείας και Τροφίμων θέλησε να ενισχύσει περαιτέρω την εικόνα των βρετανικών προϊόντων οργανώνοντας εκστρατεία ενημέρωσης με την ονομασία “Safeguarding Britain's Food Heritage“, ενώ παράλληλα προέβλεψε στη δημιουργία ειδικής ετικέτας με σκοπό την εύκολη αναγνώριση των προϊόντων αυτών από τους καταναλωτές. Διοργανώθηκαν επίσης ειδικά σεμινάρια που απευθύνονταν στους παραγωγούς με στόχο την καλύτερη ενημέρωση τους σε σχετικά θέματα.

Επιπλέον, η Βρετανική κυβέρνηση προέβη στην ίδρυση μιας επιτροπής με την ονομασία “Countryside Agency“, η οποία ασχολείται κυρίως με την ορθότερη διαχείριση των φυσικών πόρων, την προστασία της άγριας χλωρίδας και πανίδας και την ανάπτυξης κάθε περιοχής. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται διάφορα τοπικά προγράμματα με σκοπό τη διατήρηση της τοπικής κληρονομιάς και την ανάδειξη των παραδοσιακών και τοπικών προϊόντων (Local Heritage Initiative).

4.4. Έλεγχος και πιστοποίηση

Ο Κανονισμός (ΕΟΚ) 2082/92 προβλέπει τη λειτουργία συστήματος ελέγχου και πιστοποίησης, ώστε αφενός οι καταναλωτές να είναι σίγουροι ότι τα προϊόντα παράγονται με συγκεκριμένες προδιαγραφές και κυκλοφορούν με ενδείξεις που δεν τους παραπλανούν και αφετέρου οι παραγωγοί να προστατεύουν το προϊόν τους από απομιμήσεις και αθέμιτο ανταγωνισμό. Ένα τέτοιο σύστημα, θα επιτρέπει στους εμπορευόμενους να κάνουν γνωστή την ποιότητα ενός τροφίμου ή ιδιότυπου προϊόντος σε ολόκληρη την Κοινότητα και θα πρέπει

να παρέχει όλες τις εγγυήσεις, ώστε να εξασφαλισθεί ότι κάθε αναφορά στην ποιότητα του προϊόντος είναι τεκμηριωμένη.

Σύμφωνα με τον Κανονισμό 509/2006, κατά τη διαδικασία κατοχύρωσης πρέπει να καθορίζονται οι στοιχειώδεις απαιτήσεις που πρέπει να πληροί ένα συγκεκριμένο παραδοσιακό προϊόν και να διευκρινίζονται οι απαιτούμενες διαδικασίες ελέγχου της ιδιοτυπίας. Η εξακρίβωση της συμμόρφωσης προς τις προδιαγραφές πριν από τη διάθεση του προϊόντος στην αγορά, θα πρέπει να εξασφαλίζεται από μία ή περισσότερες αρμόδιες αρχές και/ή από έναν ή περισσότερους από τους φορείς πιστοποίησης προϊόντων. Οι φορείς πιστοποίησης προϊόντων πρέπει να τηρούν, και μάλιστα από την 1^η Μαΐου 2010 πρέπει να είναι διαπιστευμένοι σύμφωνα με, το ευρωπαϊκό πρότυπο EN 45011 ή τον οδηγό 65 ISO/IEC (Γενικές απαιτήσεις για φορείς που λειτουργούν ως συστήματα πιστοποίησης προϊόντων). Εάν οι αναφερόμενες αρχές έχουν επιλέξει να εξακριβώνουν τη συμμόρφωση προς τις προδιαγραφές, πρέπει να παρέχουν επαρκείς εγγυήσεις αντικειμενικότητας και αμεροληψίας, και να διαθέτουν το ειδικευμένο προσωπικό και τους πόρους που απαιτούνται για την εκπλήρωση των καθηκόντων τους.

Επιπλέον, τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα που προστατεύονται από την Κοινότητα υπόκεινται σε ρυθμίσεις οι οποίες βασίζονται στον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 882/2004. Αυτές αφορούν τη διενέργεια επισήμων ελέγχων για τη συμμόρφωση προς τη νομοθεσία περί ζωοτροφών και τροφίμων, τους κανόνες για την υγεία και την καλή διαβίωση των ζώων, καθώς και σε όσες αποσκοπούν στη διασφάλιση της τήρησης, από τους εμπορευόμενους, των προδιαγραφών του προϊόντος πριν από τη διάθεση των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων στην εμπορία.

5. Ερευνητικό έργο για τα παραδοσιακά προϊόντα στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση.

5.1. Ερευνητικές δραστηριότητες στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια μια ομάδα της "Μονάδας Διατροφής στη Δημόσια Υγεία και Διατροφικής Επιδημιολογίας", του Εργαστηρίου Υγιεινής και Επιδημιολογίας της Ιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών πραγματοποίησε με τη συμμετοχή και άλλων φορέων και πανεπιστημίων, μια σειρά από ερευνητικά έργα με αντικείμενο την διαμόρφωση πλαισίου καταγραφής και συστηματικής μελέτης των παραδοσιακών τροφίμων και συνταγών.

Στο πλαίσιο των ερευνητικά έργων, τα οποία συν-χρηματοδοτήθηκαν από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας και την Ευρωπαϊκή Ένωση, έχουν μελετηθεί αρκετά παραδοσιακά τρόφιμα και συνταγές. Κύριος στόχος ήταν η αποσαφήνιση του ρόλου της παραδοσιακής ελληνικής διατροφής στην υγεία, η διαμόρφωση διαιτολογίων που βασίζονται στην παραδοσιακή ελληνική διατροφή, και η μελέτη της ιστορικής και λαογραφικής ταυτότητας των ελληνικών τροφίμων και συνταγών για περαιτέρω χρήση σε περιπτώσεις διεκδίκησης ιδιοτυπίας.

Η μελέτη των παραδοσιακών τροφίμων ήταν πολύπλευρη και περιελάμβανε :

- Μελέτη της λαογραφικής και ιστορικής ταυτότητας των τροφίμων με στόχο την καταγραφή και διατήρηση στοιχείων της Ελληνικής διατροφικής κληρονομιάς, τα οποία κινδυνεύουν να χαθούν λόγω των αλλαγών στον τρόπο ζωής.
 - Καταγραφή της παραδοσιακής παρασκευής των τροφίμων σε οπτικοακουστικό υλικό (βιντεοκασέτες). Με τον τρόπο αυτό αφενός αποτυπώνεται η τεχνολογία παρασκευής, αφετέρου μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προβολή των παραδοσιακών ελληνικών τροφίμων τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.
 - Τεχνολογική μελέτη της παραγωγικής διαδικασίας και νομοθετική κατοχύρωση της βιομηχανικής ή ημιβιομηχανικής παραγωγής του εξεταζόμενου τροφίμου.
 - Προσδιορισμό της θρεπτικής αξίας τόσο των σύνθετων τροφίμων όσο και των πρώτων υλών παρασκευής τους (ενεργειακή αξία, υγρασία, πρωτεΐνες, ολικά λιπίδια, υδατάνθρακες, λιπαρά οξέα, χοληστερόλη, διαιτητικές ίνες, μέταλλα, βιταμίνες, αντιοξειδωτικές ουσίες).
- Τα δεδομένα αυτά είναι χρήσιμα διότι αφενός μπορεί να αποτελέσουν υλικό που θα προβάλλει την θρεπτική αξία των παραδοσιακών προϊόντων και φαγητών, υποβοηθώντας την προώθησή τους ενώ συγχρόνως εμπλουτίζονται οι Πίνακες Συνθέσεως Τροφίμων και Ελληνικών Φαγητών με νέα δεδομένα.
- Διαμόρφωση τεκμηριωμένων φακέλων σχετικά με το παραδοσιακό χαρακτήρα των υπό μελέτη τροφίμων και φαγητών για περαιτέρω χρήση σε περιπτώσεις διεκδίκησης ιδιοτυπίας.

Τα σχετικά ερευνητικά έργα που έχουν χρηματοδοτηθεί έως σήμερα είναι τα εξής:

1. Διατροφική πολιτική για την ανάπτυξη ερευνητικής υποδομής και παροχή υπηρεσιών (1992-1994) ^[19].
2. Διατροφική πολιτική: Ενίσχυση ερευνητικής υποδομής και ανάπτυξη τεχνογνωσίας για την ελληνική δίαιτα" (1997-1998) ^[20].

3. Συμβολή των παραδοσιακών ελληνικών τροφίμων και φαγητών στην υγεία των καταναλωτών" (1999-2001) ^[34].
4. Μελέτη της ποιότητας των Ελληνικών παραδοσιακών τροφίμων και εκβιομηχάνιση της παραγωγής τους (2003-2006) ^[10].

Τα παραδοσιακά τρόφιμα που μελετήθηκαν καθώς και οι συμμετέχοντες ερευνητικοί φορείς αναφέρονται στον επόμενο πίνακα:

Πίνακας 2 . Παραδοσιακά τρόφιμα που μελετήθηκαν στα πλαίσια εθνικών προγραμμάτων από το Εργαστήριο Υγιεινής και Επιδημιολογίας της Ιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών καθώς και οι συμμετέχοντες ερευνητικοί φορείς.

Παραδοσιακά τρόφιμα που μελετήθηκαν	
Γιαούρτι	Παστέλι Σίφνου
Γλυκά του κουταλιού	Ρεβυθοκεφτέδες Σίφνου
Ελιές	Σκορδαλιά
Εφτάζυμο ψωμί Κρήτης	Σύγκλινο (παστό χοιρινό κρέας)
Κολοκυθάκια τηγανητά Λήμνου	Ταραμοσαλάτα
Κρέμα αραβοσίτου	Τζατζίκι
Λουκάνικα Μάνης	Τυρόψωμο
Λουκάνικα Ανατολικής Ρωμυλίας	Φάβα Σαντορίνης
Μελιτζάνα τουρσί	Φασολάδα
Μελιτζάνα τσακωνική	Φέτα
Μελιτζανοσαλάτα	Χαλβάς (από ταχίνι)
Μουσακάς	Χορτόπιτα Ηπείρου
Μουστοκούλουρο	Χορτόπιτα Χαλκιδικής
Μυζήθρα, ανάλατη	Χορτοπιτάκια Κρήτης
Ξινομυζήθρα Σίφνου	
Συμμετέχοντες φορείς	
Αφοι Ασημακόπουλοι Ο.Ε.	
Βάρσος Κηφισιά Α.Ε.	
Γαία Τρόφιμα ΑΒΕΕ	
Γενικό Χημείο του Κράτους	
Γιώτης Α.Ε	
Έδρα Διατροφής και Βιοχημείας, Εθνικής Σχολής Δημόσιας Υγείας	
Ελαιουργική	
Ελαΐς Α.Ε.	
Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ)	
Εργαστήριο Υγιεινής και Επιδημιολογίας, Ιατρικής Σχολής, Πανεπιστημίου Αθηνών	
Εργαστήριο Χημείας και Ανάλυσης Τροφίμων, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών,	
Εταιρία Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Βιομηχανίας Τροφίμων (ΕΤΑΤ Α.Ε.)	
Hellenic Catering Α. Ε	
Μελισσοκομική Εταιρεία Αττική Αλεξ. Πίττας ΑΕΒΕ	
Olympic Catering Α. Ε	
Olympus Foods Α.Ε.	
Παγώνης Κωνσταντίνος	
Πανεπιστήμιο Μακεδονίας-Τμήμα Βαλκανικών, Σλαβικών Ανατολικών Σπουδών	
Π.Γ. Νίκας ΑΒΕΕ	
Σωματείο Γαλακτοπωλών Ζαχαροπλαστών Τ.Δ. Πρωτευούσης	

Επιπλέον, το τμήμα Κλινικής Προληπτικής Ιατρικής και Διατροφής του Πανεπιστημίου Κρήτης έχει πραγματοποιήσει έρευνα για την ανάλυση ενός σημαντικού αριθμού τροφίμων για τον προσδιορισμό ορισμένων θρεπτικών συστατικών. Ο σκοπός του προγράμματος ήταν η κατασκευή αντιπροσωπευτικών και εύχρηστων πινάκων σύνθεσης Ελληνικών τροφίμων. Τα θρεπτικά συστατικά 180 τροφίμων καθορίστηκαν με χημική ανάλυση και προσδιορίστηκαν τα ακόλουθα συστατικά: ενέργεια, συνολικό λίπος, υδατάνθρακες, πρωτεΐνες, υγρασία, τέφρα, διαιτητικές ίνες, ασβέστιο, μαγνήσιο, σίδηρος, φωσφόρος, κάλιο, νάτριο, χρώμιο, σελήνιο και α-τοκοφερόλη. Επιπλέον έγινε λεπτομερής ανάλυση του περιεχομένου σε λιπαρά οξέα. Μεταξύ των τροφίμων που μελετήθηκαν ήταν και ορισμένα παραδοσιακά προϊόντα όπως μελιτζανοσαλάτα, λουκούμι, πίτα με κολοκύθι και τυρί, πίτα με σπανάκι και τυρί, πρασόπιτα και σπανακόπιτα νηστίσιμη, ταραμοσαλάτα, τζατζίκι, τυρόπιτα παραδοσιακή, τυρόπιτα με σφολιάτα και χτυπητή ^[31].

Τα αποτελέσματα των ερευνητικών αυτών δραστηριοτήτων συντελούν στην διατήρηση της πολιτισμικής μας κληρονομιάς και ωφελούν την εθνική οικονομία ενώ παράλληλα δίνοντας έμφαση και στην ευεργετική επίδραση της παραδοσιακής δίαιτας, συμβάλλουν στην διάδοση της Μεσογειακής Διατροφής, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

5.2. Ερευνητικές δραστηριότητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Πρόγραμμα EuroFIR - The European Food Information Resource Network (2005-2009)

Το πρόγραμμα αποτελεί συνεργασία 40 Πανεπιστημίων, ερευνητικών ιδρυμάτων και μικρό-μεσαίων επιχειρήσεων από 21 Ευρωπαϊκές χώρες με σκοπό τη δημιουργία εκτενούς πανευρωπαϊκής πηγής δεδομένων σύνθεσης τροφίμων ^[14].

Με το πρόγραμμα EuroFIR η μεθοδολογία συστηματικής μελέτης παραδοσιακών τροφίμων που αναπτύχθηκε από την ομάδα του Εργαστηρίου Υγιεινής και Επιδημιολογίας του Πανεπιστημίου Αθηνών και εφαρμόζεται πάνω από 10 χρόνια, στην Ελλάδα, επεκτείνεται σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Στη συγκεκριμένη ομάδα εργασίας συμμετέχουν 12 Ευρωπαϊκές χώρες: Αυστρία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Δανία, Γερμανία, Ελλάς, Ισλανδία, Ιταλία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ισπανία και Τουρκία, ενώ η Ελλάδα έχει αναλάβει το συντονισμό του πακέτου εργασίας 2.3.1 με τίτλο «Παραδοσιακά Τρόφιμα».

Το αντικείμενο της μελέτης παραδοσιακών τροφίμων στο πλαίσιο του EuroFIR είναι:

- Καθορισμός του όρου «παραδοσιακό» και καταγραφή των απλών και σύνθετων τροφίμων που ταξινομούνται με αυτόν τον όρο σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Ανάπτυξη κοινής μεθοδολογίας για τη συστηματική μελέτη των παραδοσιακών τροφίμων στην Ευρώπη.
- Μελέτη διατροφικής σύνθεσης των παραδοσιακών τροφίμων και εμπλουτισμός των Εθνικών Πινάκων Συνθέσεως Τροφίμων με στοιχεία για παραδοσιακές πρώτες ύλες και συνταγές.

Πρόγραμμα TYPIC - Typical Food Products in Europe: Consumer Preference and Objective Assessment (2003 – 2005)

Το ερευνητικό αυτό πρόγραμμα είχε σαν σκοπό την καταγραφή της καταναλωτικής συμπεριφοράς και των αντιλήψεων των ευρωπαίων πολιτών και την ανάλυση των χαρακτηριστικών που τις συνδέουν με αντικειμενικά κριτήρια που καθορίζουν την τυπικότητα των προϊόντων ^[15]. Στο πρόγραμμα συμμετείχαν 17 φορείς, μεταξύ των οποίων ερευνητικά ιδρύματα και επιχειρήσεις από 5 ευρωπαϊκές χώρες. Οι στόχοι του προγράμματος μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- Επιλογή των κατάλληλων για μελέτη προϊόντων και εκτίμηση των οργανοληπτικών τους χαρακτηριστικών.
- Εκτίμηση της εμπορικότητας και αποδοχής τους από τους καταναλωτές με έμφαση στην ανάλυση των προτιμήσεων και συμπεριφορών του καταναλωτή.
- Ανάλυση των φυσικό-χημικών χαρακτηριστικών των προϊόντων που θα μπορούσαν να αποτελέσουν βάση των αντικειμενικών κριτηρίων για τα τυπικά προϊόντα.
- Πρόταση οδηγιών για τη παραγωγή, έλεγχο και προώθηση των προϊόντων αυτών και για τη βελτίωση της αξιοπιστίας τους όσον αφορά τη αυθεντικότητα τους.

5.3. Ευρωπαϊκές πολιτικές προώθησης των Παραδοσιακών Προϊόντων.

A. Ευρωπαϊκά Προγράμματα σχετικά με την προώθηση των Παραδοσιακών Προϊόντων.

Στα πλαίσια Ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών που αναπτύχθηκαν τα τελευταία χρόνια με σκοπό την ενίσχυση απομονωμένων περιοχών της Ε.Ε., την ανάπτυξη των περιφερειακών και τοπικών στρατηγικών και την αειφορία, έχουν γίνει σοβαρές προσπάθειες ενίσχυσης και προώθησης παραδοσιακών προϊόντων σε πολλές περιοχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Προγράμματα INTERREG

Στα πλαίσια του προγράμματος INTERREG ενισχύθηκε το ήδη υπάρχον πρόγραμμα Culinary Heritage Network (2003-2005), το οποίο είχε σαν σκοπό τη διατήρηση της τοπικής διατροφικής κληρονομιάς και ταυτότητας, την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης, τη διευκόλυνση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών παραγωγών και κρατικών αρχών, και την πρόταση στρατηγικών για την αξιοποίηση του τοπικού πλούτου. Στο πρόγραμμα συμμετείχαν 20 περιοχές της Ε.Ε. καθώς και επιχειρήσεις τροφίμων. Μέσω της συνεργασίας αυτής έγινε δυνατή η ανταλλαγή απόψεων και εμπειριών μεταξύ των συμμετεχόντων όσον αφορά τις στρατηγικές προώθησης, την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και την ευκαιρία διάδοσης των τοπικών διατροφικών παραδόσεων^[3].

Προγράμματα LEADER

Τα Προγράμματα LEADER συγχρηματοδοτούνται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων - Τμήμα Προσανατολισμού (ΕΓΤΠΕ-ΤΠ)^[17]. Τα κοινοτικά προγράμματα Leader I (1991-1994) και Leader II (1994-1999) λειτούργησαν με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του αγροτικού τομέα και την ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων και πηγών απασχόλησης επιτρέποντας τον καθορισμό και την εφαρμογή καινοτόμων, ολοκληρωμένων και συμμετοχικών προσεγγίσεων.

Βασικοί στόχοι του Leader I ήταν:

- Η ενθάρρυνση των υποδειγματικών τοπικών πρωτοβουλιών αγροτικής ανάπτυξης.
- Η παροχή στήριξης σε δράσεις καινοτόμου, υποδειγματικού και μεταβιβάσιμου χαρακτήρα, οι οποίες παρουσιάζουν τις νέες οδούς που μπορεί να ακολουθήσει η αγροτική ανάπτυξη.
- Η ανταλλαγή εμπειριών και η μεταφορά τεχνογνωσίας.
- Η παροχή στήριξης σε προγράμματα διακρατικής συνεργασίας, τα οποία προέρχονται από τοπικούς φορείς των αγροτικών περιοχών.

Τα μέτρα, τα οποία περιλαμβάνει το πρόγραμμα Leader II, που αποτελεί συνέχεια του Leader I, αφορούν στην επαγγελματική κατάρτιση, στον αγροτουρισμό, στην παροχή στήριξης στις μικρές επιχειρήσεις, στην αξιοποίηση και εμπορία της γεωργικής και δασικής παραγωγής, της τοπικής αλιείας, στη διατήρηση και βελτίωση του περιβάλλοντος. Το Πρόγραμμα υιοθέτησε δυο γενικούς αναπτυξιακούς στόχους, που ήταν η ολοκληρωμένη, υψηλής ποιότητας, αειφόρος ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω πιλοτικών εφαρμογών και η ενίσχυση της προσπάθειας για άρση της απομόνωσης των περιοχών σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής.

Για την περίοδο έχει εγκριθεί 2000-2006 η πρωτοβουλία Leader+, στόχος της οποίας είναι να παροτρύνει τους φορείς των αγροτικών περιοχών να εξετάσουν το δυναμικό ανάπτυξης της περιοχής τους στο πλαίσιο μιας περισσότερο μακροπρόθεσμης προοπτικής. Οι τοπικοί φορείς θέτουν σε εφαρμογή στρατηγικές:

- αξιοποίησης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς,
- ενίσχυσης του οικονομικού πλαισίου για να συμβάλει στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης,
- βελτίωσης της οργανωτικής ικανότητας της κοινότητάς

Οι δράσεις του LEADER+ αφορούν, μεταξύ άλλων, στην ενθάρρυνση επενδύσεων με στόχο την ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού, τη δημιουργία ή εκσυγχρονισμό μικρών βιοτεχνιών, τη μεταποίηση και τυποποίηση προϊόντων φυτικής και ζωικής παραγωγής, την ανάδειξη και προστασία της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, τη χρήση νέων τεχνολογιών κ.α. Πρέπει να σημειωθεί ότι πολλές από τις πρωτοβουλίες ανάπτυξης της υπαίθρου περιλαμβάνουν και την προώθηση των παραδοσιακών προϊόντων. Μέχρι το 2005 ποσοστό 35% της πρωτοβουλίας αυτής στην Ελλάδα αφορούσαν στην ανάπτυξη και προώθηση διαφόρων τοπικών προϊόντων.

Η πρωτοβουλία υλοποιείται μέσω τοπικών προγραμμάτων, που σχεδιάζουν και υλοποιούν Ομάδες Τοπικής Δράσης (Ο.Τ.Δ). Στη χώρα μας, τις Ομάδες Τοπικής Δράσης αποτελούν Αναπτυξιακές Εταιρίες (ΑΝ.ΕΤ.), που είναι οι τοπικοί αναπτυξιακοί μηχανισμοί των παραγωγικών και κοινωνικών φορέων μιας αγροτικής περιοχής. Στρατηγικός στόχος των προγραμμάτων των ΑΝ. ΕΤ. είναι η συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στην ύπαιθρο με παρεμβάσεις που εξασφαλίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξή της, δίνουν τη δυνατότητα συμπληρωματικού εισοδήματος και συμβάλουν στη μείωση της ανεργίας, στη διαφύλαξη των φυσικών πόρων και στην προστασία του περιβάλλοντος. Ενδιάμεσος φορέας διαχείρισης της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας έχει οριστεί το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Η εφαρμογή των προγραμμάτων ολοκληρώνεται μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2008 και η πορεία υλοποίησής τους παρακολουθείται από την Υπηρεσία Διαχείρισης Ε.Π.Κ.Π. LEADER+.

Προγράμματα EQUAL

Τα ευρωπαϊκά Προγράμματα EQUAL δημιουργήθηκαν για να βοηθήσουν στην προώθηση νέων πρακτικών καταπολέμησης όλων των μορφών διακρίσεων και ανισοτήτων στην αγορά

εργασίας. Μεταξύ των άλλων πρωτοβουλιών είναι και η ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος (Άξονας 3) παρέχοντας δυνατότητες:

α) Πρόσβασης σε όλους στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης, με την παροχή των αναγκαίων μέσων για τη σύσταση εταιρείας και για την αναγνώριση νέων ευκαιριών για τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε αστικές και αγροτικές περιφέρειες.

β) Ενίσχυσης της κοινωνικής οικονομίας (τριτογενούς τομέα) και ειδικότερα των υπηρεσιών που εμφανίζουν ενδιαφέρον για την κοινωνία, με έμφαση στη βελτίωση της ποιότητας των θέσεων εργασίας.

Υπό την αιγίδα του Προγράμματος EQUAL λειτούργησε πρόσφατα πρόγραμμα συνεργασίας μεταξύ Ελλάδας και Πορτογαλίας το οποίο οδήγησε στην αποτύπωση και προβολή στο διαδίκτυο (www.agrofolk.com) συνεταιριστικών γυναικείων οργανισμών που ενεργοποιούνται σε 13 περιοχές της Ελλάδας (Έβρος, Σέρρες, Χαλκιδική, Θεσσαλονίκη, Κοζάνη, Φλώρινα, Λάρισα, Μαγνησία, Λέσβος, Εύβοια, Βοιωτία, Σύρος, Λακωνία). Στις ιστοσελίδες που δημιουργήθηκαν αναφέρονται πληροφορίες για τους συνεταιρισμούς κάθε περιοχής, τις μονάδες αγροτουρισμού, τα διάφορα παραδοσιακά προϊόντα, τρόφιμα και μη. Στις κατηγορίες τροφίμων περιλαμβάνονται αλκοολούχα ποτά (π.χ. λικέρ), διάφορα είδη γλυκών (π.χ. γλυκά του κουταλιού), βότανα, προϊόντα αρτοποιίας, μαρμελάδες, τυροκομικά προϊόντα και ζυμαρικά. Τα προϊόντα αυτά είναι δυνατόν να παραγγελθούν και να αγοραστούν από τους ενδιαφερόμενους καταναλωτές και μέσω του διαδικτύου ^[32].

B. Μέτρα προώθησης στην Ευρωπαϊκή αγορά και σε χώρες εκτός της ΕΕ.

Με τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 ^[25] και με την τροποποίηση του εν λόγω Κανονισμού το 2004 ^[23] η Ευρωπαϊκή Ένωση αποφάσισε να συμμετάσχει στη χρηματοδότηση μέτρων για την ενημέρωση και την προώθηση των γεωργικών προϊόντων και των ειδών διατροφής στην εσωτερική αγορά της ΕΕ. Τα μέτρα αυτά περιλαμβάνουν δημόσιες σχέσεις και ενέργειες προώθησης ή διαφήμισης, ειδικά αυτές που προβάλλουν τα πλεονεκτήματα των προϊόντων της ΕΕ όσον αφορά την ποιότητα, την υγιεινή, την ασφάλεια των τροφίμων, τη θρεπτική αξία, τη σήμανση, την καλή μεταχείριση των ζώων και τις φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους παραγωγής των. Περιλαμβάνουν επίσης τη συμμετοχή σε εκδηλώσεις και εκθέσεις, την πραγματοποίηση ενημερωτικών εκστρατειών), την ενημέρωση σχετικά με τα συστήματα ποιότητας και σήμανσης της ΕΕ καθώς και τη βιολογική γεωργία. Η ΕΕ συγχρηματοδοτεί αυτά τα μέτρα μέχρι ποσοστού 50%, ενώ το υπόλοιπο χρηματοδοτείται από τις επαγγελματικές/κλαδικές οργανώσεις που τα προτείνουν και από τα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη.

Οι ετήσιες πιστώσεις του προϋπολογισμού για προγράμματα στην εσωτερική αγορά και στις τρίτες χώρες ανέρχονται περίπου σε 50 εκατομμύρια ευρώ.

Οι δράσεις που αναφέρονται στα παρακάτω:

- α) δράσεις δημοσίων σχέσεων, προώθησης και διαφήμισης, ιδίως για να υπογραμμισθούν τα εγγενή χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα των κοινοτικών προϊόντων, όσον αφορά κυρίως την ποιότητα, την υγιεινή, την διατροφική ασφάλεια, τις μεθόδους ειδικής παραγωγής, την θρεπτική αξία, την επισήμανση, την καλή διαβίωση των ζώων και τον σεβασμό του περιβάλλοντος,
- β) συμμετοχή σε εκδηλώσεις, εμποροπανηγύρεις και εκθέσεις εθνικής ή ευρωπαϊκής σημασίας, κυρίως με την δημιουργία εκθεσιακών περιπτέρων που έχουν σκοπό να αναδείξουν την εικόνα των κοινοτικών προϊόντων,
- γ) δράσεις ενημέρωσης κυρίως για τα κοινοτικά συστήματα των προστατευομένων ονομασιών παραγωγής (ΠΟΠ), των προστατευομένων γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΕ), των εγγυημένων παραδοσιακών προϊόντων (ΕΠΠ), της βιολογικής παραγωγής και της επισήμανσης καθώς και των γραφικών συμβόλων που προβλέπονται στις ρυθμίσεις, ιδίως για τις άκρως απομακρυσμένες περιφέρειες,
- δ) δράσεις ενημέρωσης για το κοινοτικό σύστημα των οίνων ποιότητας που παράγονται σε καθορισμένες περιοχές (VPQRD), των οίνων με γεωγραφική ένδειξη και των αλκοολούχων ποτών με γεωγραφική ένδειξη ή προστατευόμενη παραδοσιακή ένδειξη,
- ε) μελέτες αξιολόγησης των αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης και ενημέρωσης.

Οι τομείς ή τα προϊόντα τα οποία μπορούν να αποτελούν αντικείμενο των δράσεων που καθορίζονται με τα εξής κριτήρια:

- σκοπιμότητα της ανάδειξης της ποιότητας, του ιδιαίτερου χαρακτήρος, των συγκεκριμένων μεθόδων παραγωγής, της θρεπτικής αξίας, της υγιεινής, της διατροφικής ασφάλειας, της καλής διαβίωσης των ζώων, ή του σεβασμού του περιβάλλοντος, των εν λόγω προϊόντων, με θεματικές διαφημιστικές εκστρατείες ή εκστρατείες που απευθύνονται σε ειδικό κοινό,
- εφαρμογή ενός συστήματος επισήμανσης που θα ενημερώνει τους καταναλωτές και συστημάτων ανιχνευσιμότητας και ελέγχου των προϊόντων,
- ανάγκη αντιμετώπισης ειδικών ή συγκυριακών προβλημάτων σε ένα συγκεκριμένο τομέα,
- σκοπιμότητα ενημέρωσης για τη σημασία των κοινοτικών συστημάτων ΠΟΠ/ΠΓΕ/ΕΠΠ και των βιολογικών προϊόντων,

- σκοπιμότητα ενημέρωσης για τη σημασία του κοινοτικού συστήματος VQPRD, των οίνων με γεωγραφική ένδειξη και των αλκοολούχων ποτών με γεωγραφική ένδειξη ή προστατευόμενη παραδοσιακή ένδειξη.

Ο Κανονισμός (Ε.Κ) ν. 1071/2005 ^[21] της Επιτροπής, της 1ης Ιουλίου 2005, περιγράφει τις διαδικασίες υποβολής των προτάσεων και διαχείρισης των προγραμμάτων και απαριθμεί τα θέματα και τα προϊόντα που καλύπτονται από τα μέτρα προώθησης. Μέχρι τις 30 Νοεμβρίου κάθε έτους το αργότερο, οι ενδιαφερόμενες επαγγελματικές οργανώσεις πρέπει να υποβάλουν τις προτάσεις τους στις αρμόδιες αρχές των κρατών μελών μετά από δημοσίευση πρόσκλησης υποβολής προτάσεων. Κατόπιν, οι εν λόγω αρμόδιες αρχές στέλνουν στην Επιτροπή τον κατάλογο με τα προγράμματα που έχουν επιλέξει καθώς και αντίγραφο κάθε προγράμματος. Η Επιτροπή, στη συνέχεια, εξετάζει τις αιτήσεις των προγραμμάτων και αποφασίζει εάν μπορούν να συγχρηματοδοτηθούν ή όχι.

Με βάση τον κανονισμό αριθ. (ΕΚ) 2702/1999 του Συμβουλίου ^[24], και με τις μεταγενέστερες τροποποιήσεις του, η ΕΕ δύναται να χρηματοδοτήσει, εν όλω ή εν μέρει, ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης για τα γεωργικά προϊόντα και τα προϊόντα διατροφής στις εμπονμαζόμενες «τρίτες χώρες» (χώρες μη-μέλη της ΕΕ). Λεπτομερείς κανόνες υλοποίησης των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης θεσπίστηκαν με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1346/2005 της Επιτροπής, της 16ης Αυγούστου 2005 ^[22]. Στο παράρτημα του κανονισμού παρατίθενται κατάλογοι των αγορών τρίτων χωρών, στις οποίες μπορούν σήμερα να υλοποιηθούν ενέργειες προώθησης και των προϊόντων που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο των εν λόγω ενεργειών προώθησης.

6. Διερεύνηση και αποτύπωση της κατάστασης που επικρατεί στον τομέα των Παραδοσιακών Προϊόντων στην Ελλάδα.

6.1. Σκοπός

Σκοπός της ενότητας αυτής θα είναι η διερεύνηση, αποτύπωση και παρουσίαση της παρούσας κατάστασης που αφορά την παραγωγή, πιστοποίηση, προώθηση και κατοχύρωση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων διατροφής στις αγορές της Ελλάδας αλλά και στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Επίσης θα αναλυθούν τα τυχόν εμπόδια που μπορεί να ευθύνονται για τον περιορισμό της εμπορικής αξιοποίησης των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων. Θα αναφερθούν παραδείγματα συγκεκριμένων τροφίμων, κυρίως ζωικής προέλευσης, τα οποία ξεπέρασαν τα επιμέρους εμπόδια που προκύπτουν κατά τη διαδικασία της "βιομηχανοποίησης" και πέτυχαν να κατοχυρωθούν στην αγορά ως παραδοσιακά.

Η έρευνα θα στηριχτεί σε στοιχεία και πληροφορίες που προέρχονται από τις ενδιαφερόμενες ομάδες και αρμόδιους φορείς που ασχολούνται με το τομέα αυτό, όπως παραγωγούς, μεταποιητές και κρατικούς φορείς. Ακόμη, θα βασίζεται σε πληροφορίες που προέρχονται από άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, ειδικότερα την γειτονική Ιταλία, η οποία έχει εκτενή εμπειρία και ανεπτυγμένο σύστημα προώθησης των παραδοσιακών προϊόντων. Με αυτόν τον τρόπο θα διερευνηθούν οι πρακτικές που ακολουθούνται για την επίλυση ανάλογων προβλημάτων και θα επισημανθούν οι προοπτικές και δυνατότητες των ελληνικών προϊόντων.

Με βάση τα στοιχεία αυτά θα εξεταστούν και τα πιθανά κριτήρια επιλογής των εν δυνάμει προϊόντων, οι δυνατότητες κατοχύρωσης τους στην Ευρωπαϊκή αγορά αλλά και οι δυνατότητες προώθησης τους, λαμβάνοντας υπ' όψιν τις αντιλήψεις και ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή.

6.2. Πηγές πληροφόρησης

6.2.1. Τα παραδοσιακά προϊόντα στην Ελλάδα.

Τα στοιχεία σχετικά με την Ελληνική αγορά θα προέλθουν κύρια από τους ακόλουθους αρμόδιους φορείς και ενδιαφερόμενα πρόσωπα:

1. **Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (Ο.Π.Ε.ΓΕ.Π).** Ο Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (Ο.Π.Ε.ΓΕ.Π). που λειτουργεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, συνέστησε το 2001 την Ελληνική Επιστημονική Ομάδα Εργασίας για τα Ε.Π.Π.Ε. η οποία επεξεργάστηκε τις υφιστάμενες εθνικές διατάξεις με σκοπό την αποσαφήνιση της κοινοτικής νομοθεσίας για τα παραδοσιακά τρόφιμα και τον καθορισμό του όρου «παραδοσιακό».
2. **Εταιρία έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης βιομηχανίας τροφίμων Α.Ε. (ΕΤΑΤ).** Η Εταιρεία Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης της Βιομηχανίας Τροφίμων (ΕΤΑΤ Α.Ε.) ιδρύθηκε από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ) και έχει σκοπό την παροχή ερευνητικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών καθώς και υπηρεσιών τεχνικής φύσης στις επιχειρήσεις του κλάδου των τροφίμων και ποτών.
3. **Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Τμήμα Ε.Π.Π.Ε. της Δ/σης Βιολογικής Γεωργίας.**
Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και πιο συγκεκριμένα το Τμήμα Ε.Π.Π.Ε. της Δ/σης Βιολογικής Γεωργίας του Υπουργείου έχει οριστεί ως η αρμόδια εθνική υπηρεσία για την υποβολή των αιτήσεων κατοχύρωσης των εν δυνάμει παραδοσιακών προϊόντων στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την παρακολούθηση της διαδικασίας κατοχύρωσης των Ε.Π.Π.Ε.

6.2.2. Τα παραδοσιακά προϊόντα στην Ιταλία – πηγές πληροφόρησης.

1. **Υπουργείο Αγροτικής Πολιτικής (Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali).**
Το Υπουργείο Αγροτικής Πολιτικής είναι ο αντίστοιχος αρμόδιος φορέας της Ιταλίας για την υποβολή των αιτήσεων κατοχύρωσης των Ε.Π.Π.Ε στην Ευρώπη. Επίσης, παρακολουθεί και ελέγχει τη διαδικασία κατοχύρωσης των παραδοσιακών προϊόντων σε εθνικό επίπεδο.

2. Περιφέρειες (Regioni):

Καθώς η νομοθεσία ορίζει ότι τα παραδοσιακά προϊόντα καταχωρούνται στην εθνική λίστα "παραδοσιακών προϊόντων" ανά περιφέρεια, η εμπειρία και πρακτικές των επιμέρους περιφερειών πολλές φορές διαφοροποιείται.

Οι περιφέρειες της Ιταλίας από τις οποίες θα αντληθούν στοιχεία για τον τομέα των παραδοσιακών τροφίμων και θεωρούνται ως περισσότερο δραστήριες στον τομέα αυτό είναι οι παρακάτω:

- | | |
|---------------------------|---------------------------------|
| ▪ Regione Toscana | ▪ Regione Liguria |
| ▪ Regione Piemonte | ▪ Regione Calabria |
| ▪ Regione Veneto | ▪ Regione Sicilia |
| ▪ Regione Lazio | ▪ Regione Emilia-Romagna |
| ▪ Regione Campania | ▪ Regione Lombardia |

7. Αποτελέσματα και συζήτηση

7.1. Παρούσα κατάσταση όσον αφορά στην παραγωγή, πιστοποίηση, προώθηση και κατοχύρωση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων διατροφής.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχουν συγκεντρωμένα επίσημα στοιχεία σχετικά με τα διάφορα προϊόντα με παραδοσιακό χαρακτήρα, κατά καιρούς όμως έχουν πραγματοποιηθεί και πραγματοποιούνται αποσπασματικές έρευνες. Από τα στοιχεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, το οποίο είναι ο ενδιαμέσος φορέας διαχείρισης του προγράμματος LEADER, φαίνεται ότι εκάστοτε και κατά τόπους λαμβάνονται πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη σχετικών προγραμμάτων. Τέτοια προγράμματα, η υλοποίηση των οποίων εγκρίθηκε για την περίοδο 2000-2006 (Πρόγραμμα Leader+) μέσω των τοπικών Αναπτυξιακών Εταιριών ήταν:

- ο "Διασφάλιση της Ποιότητας, Ανάδειξη της Ταυτότητας, Προβολή και Προώθηση του ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ με Οδηγούς την Παράδοση και τον Πολιτισμό", Αγροτική Ανάπτυξη Κέρκυρας Α.Ε. (ΑΓΡΟΚ Α.Ε.).
- ο "Λημνιά Γη, το Περιβάλλον, τα Αγαθά, οι Άνθρωποι, ο Πολιτισμός". Πρόταση για μια νέα επιχειρηματικότητα βασισμένη στη ζωντανή παράδοση, στην αειφορία και στην ποιότητα. Αναπτυξιακή Εταιρεία Λήμνου Α.Ε. (ΑΝ.Ε.Λ. Α.Ε.).
- ο "Αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και η διευκόλυνση της πρόσβασης στις αγορές, κυρίως για μικρές παραγωγικές μονάδες". Αναπτυξιακή Δωδεκανήσου Α.Ε. (ΑΝ.ΔΩ. Α.Ε.).
- ο "Η ανάδειξη και αξιοποίηση της ταυτότητας των τοπικών προϊόντων και η διευκόλυνση της πρόσβασης τους στις αγορές με την ενδυνάμωση διακλαδικών και διατομεακών σχέσεων και την αειφόρο διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων". Οργανισμός Ανάπτυξης Δυτικής Κρήτης (Ο.Α.ΔΥ.Κ.) Α.Ε.
- ο "Γεύση ζωής, από τα χωριά της Θεσσαλονίκης". Αναπτυξιακή Εταιρία Θεσσαλονίκης Α.Ε. (ΑΝΕΘ Α.Ε.).

Μελέτες και δράσεις προώθησης έχουν επίσης πραγματοποιηθεί σε περιφερειακό επίπεδο με τη συνεργασία Αναπτυξιακών Εταιριών και επιχειρήσεων:

- ο Μελέτη επισήμανσης τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών ονομασίας προέλευσης, γεωγραφικής ένδειξης και ιδιοτυπίας - Διερεύνηση διαδικασιών και δυνατότητας πιστοποίησης και εμπορικής προώθησης των προϊόντων της Πίνδου. Κέντρο Στρατηγικού Σχεδιασμού ΠΙΝΔΟΣ ΑΕ, Ήπειρος (2000-2001).

- ο Πρόγραμμα Εκθεσιακής Προβολής και προώθησης προϊόντων ποιότητας (ΠΟΠ /ΠΓΕ, βιολογικών, παραδοσιακών, οίνοι ΟΠΑΠ, ΟΠΕ). Κ/Ξ ΣΕΒΕ, ΑΝΕΘ, ΑΝΚΟ, ΑΝΞΑ, "PROMAGRO". Κεντρική Μακεδονία (2000-2001).

Η ΕΤΑΤ Α.Ε από το 1992, έχει συμμετάσχει σε μεγάλο αριθμό ερευνών που στοχεύουν στην αναβάθμιση της ποιότητας και στην προώθηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων την Ελληνικών Παραδοσιακών Τροφίμων. Τα έργα αυτά υλοποιούνται σε συνεργασία με ερευνητικούς φορείς (ΕΚΠΑ, ΓΠΑ, ΑΠΘ κλπ.), κρατικούς φορείς (ΕΦΕΤ, ΓΧΚ κλπ.) και επιχειρήσεις του κλάδου.

Όσον αφορά στην πιστοποίηση, ο αρμόδιος οργανισμός που λειτουργεί σήμερα υπό την εποπτεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων για την πιστοποίηση των γεωργικών προϊόντων (Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων - Ο.Π.Ε.ΓΕ.Π), ο οποίος δραστηριοποιείται σε άλλους παραγωγικούς τομείς, δεν έχει ξεκινήσει ακόμα την πιστοποίηση των παραδοσιακών προϊόντων, αλλά προβλέπεται να αναλάβει και τον τομέα αυτόν στο άμεσο μέλλον.

Τέλος, το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή έχει καταγραφεί σε γενικές γραμμές μέσα από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν με τη χρηματοδότηση της ΕΕ και αφορούσαν τους καταναλωτές όλων των κρατών-μελών. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 1996 για λογαριασμό της Γενικής Διεύθυνσης Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αφορούσε πιο συγκεκριμένα την ζήτηση των καταναλωτών για προϊόντα που φέρουν ετικέτες ποιότητας, αποτυπώθηκαν ορισμένες από τις συμπεριφορές των Ελλήνων καταναλωτών ^[23]. Σύμφωνα με αυτή, οι έλληνες γνωρίζουν και καταναλώνουν συχνότερα προϊόντα που θεωρούν παραδοσιακά, χαρακτηριστικό που μοιράζονται και οι υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου (ποσοστά καταναλωτών που απάντησαν θετικά 80-90%), σε αντίθεση με τις χώρες της Βόρειας Ευρώπης. Επιπλέον φάνηκε ότι οι έλληνες συνηθίζουν να αγοράζουν τα προϊόντα αυτά σε εξειδικευμένα μαγαζιά, ενώ σχεδόν ποτέ δεν τα αναζητούν όταν γευματίζουν εκτός σπιτιού.

Στην τελευταία ειδική έρευνα του Ευρωβαρόμετρου ^[22], συμπεραίνεται ότι η πλειοψηφία των ελλήνων καταναλωτών (65%), θεωρεί την ποιότητα ως βασικό κριτήριο επιλογής ως προς την αγορά ενός τροφίμου. Η τιμή του προϊόντος ως παράμετρος αν και έπεται σημαντικά, απασχολεί τους καταναλωτές (45% έναντι 40% του κοινοτικού μέσου όρου). Επιπλέον, οι Έλληνες συγκαταλέγονται μεταξύ των πιο ευαισθητοποιημένων ευρωπαίων πολιτών σχετικά με τις επιπτώσεις της παχυσαρκίας στην υγεία τους (ποσοστό 53%, τέταρτοι στη σχετική λίστα των 25

κρατών), ενδεχομένως χάρις στην συμβολή και προβολή των πλεονεκτημάτων της παραδοσιακής Ελληνικής Μεσογειακής Δίαιτας.

7.2. Εν δυνάμει ελληνικά προϊόντα που μπορούν να χαρακτηριστούν παραδοσιακά και πιθανά κριτήρια για την επιλογή τους.

Παρ' ότι πολλά από τα τρόφιμα που παράγονται στις διάφορες περιοχές της χώρας μας καταγράφονται τη συνείδηση του Έλληνα καταναλωτή ως παραδοσιακά, μια επιτυχή πορεία κατοχύρωσης στις διεθνείς αγορές, απαιτεί την προώθηση των προϊόντων εκείνων που διαθέτουν τα καταλληλότερα χαρακτηριστικά. Ο τρόπος επιλογής των παραδοσιακών προϊόντων στα οποία θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα, απασχολεί τα αρμόδια εθνικά όργανα που επιθυμούν να προχωρήσουν στη χάραξη στρατηγικών στον τομέα αυτό.

Πρωταρχικής σημασίας είναι η διαθεσιμότητα επαρκών ιστορικών στοιχείων που να τεκμηριώνουν τον παραδοσιακό χαρακτήρα π.χ. βιβλιογραφία. Πολλά παραδοσιακά προϊόντα μπορεί να έχουν ιστορία αιώνων, ξεκινώντας από την αρχαιότητα, το Βυζάντιο, τα Μικρασιατικά παράλια, την Κωνσταντινούπολη, τα Ενετικά χρόνια, καθώς και από τις άλλες χώρες της Βαλκανικής χερσονήσου και γενικότερα από την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η χρήση κάποιων τροφίμων επανήλθε στην Ελλάδα, αφού προηγουμένως είχε εξαχθεί σε άλλες χώρες με τη μετακίνηση ελληνικών πληθυσμών. Κατ' επέκταση, θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν η πιθανότητα ένστασης από άλλες χώρες οι οποίες μπορεί να παράγουν τα ίδια ή παρεμφερή προϊόντα. Κάτι τέτοιο είναι δυνατόν να συμβαίνει σε χώρες που γειτονεύουν, καθώς η διατροφική κουλτούρα μπορεί εύκολα να μεταφέρθηκε κατά το παρελθόν με το εμπόριο και τη μετανάστευση των πληθυσμών από τη μια χώρα στην άλλη. Ως τέτοια παραδείγματα για τη χώρα μας μπορούν να αναφερθούν τα λουκούμια, τα διάφορα γλυκά ταψιού όπως κανταΐφι, εκμέκ, μπακλαβάς, ραβανί κτλ., προϊόντα που προέρχονται από την Τουρκία και τις αραβικές χώρες.

Προκειμένου να καταρτιστούν τα κριτήρια τα οποία θα εφαρμοστούν κατά τη διαδικασία επιλογής των προϊόντων στα θα δοθεί προτεραιότητα, θα πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν τόσο οικονομικά και εμπορικά θέματα, όσο και οι παραγωγικές διαδικασίες και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων. Όσον αφορά τα δύο τελευταία σημεία, σε ορισμένες περιπτώσεις αυτά μπορεί να αποτελέσουν τροχοπέδη στην εκβιομηχάνιση της παραγωγής και την εμπορική αξιοποίηση των παραδοσιακών προϊόντων.

7.2.1. Οικονομικά κριτήρια

Ως αντικειμενικά κριτήρια στα οποία μπορεί να βασιστεί η ιεράρχηση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων μπορούν να προταθούν τα κάτωθι:

- Ο όγκος παραγωγής του προϊόντος και ο αριθμός των επιχειρήσεων που το παράγουν, στοιχεία που αποτελούν ένδειξη της σημασίας του προϊόντος στην αγορά (εθνική αλλά και τοπική). Θα πρέπει να υπάρχει ικανός όγκος παραγωγής των προτεινόμενων προϊόντων, ως εκ τούτου θα πρέπει να παράγονται σε ευρύτερες περιοχές της χώρας και όχι σε στενό τοπικό επίπεδο. Ένα σημαντικό τμήμα παραδοσιακών προϊόντων που παράγονται σε μικρή τοπική κλίμακα (π.χ. νησιώτικές, ηπειρωτικές περιοχές) είναι πιθανώς δύσκολο να ενταχθούν στα προϊόντα ΕΠΠΕ.
- Η δυνατότητα παραγωγής των προϊόντων με εγχώριες πρώτες ύλες, ώστε να εξασφαλίζεται η επάρκεια τους χωρίς να χρειάζεται η εισαγωγή πρώτων υλών από χώρες του εξωτερικού π.χ. χρήση εισαγόμενου γάλακτος για την παρασκευή παραδοσιακών ελληνικών τυριών. Ας μην ξεχνάμε άλλωστε ότι η λογική στην οποία βασίστηκε εξ' αρχής η παρασκευή των περισσότερων παραδοσιακών προϊόντων στις τοπικές κοινωνίες ήταν η ανάγκη να αξιοποιηθούν στο μέγιστο τα διαθέσιμα αγροτικά προϊόντα.
- Σε πολλές περιπτώσεις τα παραδοσιακά προϊόντα παράγονται από αγροτικούς συνεταιρισμούς και αποτελούν σημαντικά στοιχεία της λειτουργίας τους και της οικονομικής τους επιβίωσης. Ο αριθμός των συνεταιρισμών που παράγουν το προϊόν μπορεί να αποτελέσει στοιχείο αναγνώρισης της συμβολής του προϊόντος στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, ιδιαίτερα μάλιστα όταν εμπλέκονται ειδικές ομάδες του πληθυσμού, όπως λόγου χάριν οι γυναικείοι συνεταιρισμοί. Η δυνατότητα ενίσχυσης και αξιοποίησης τέτοιων μικρών παραγωγικών μονάδων και συνεταιρισμών θα πρέπει να βαρύνει θετικά ως προς την επιλογή των προϊόντων.

7.2.2. Ποιοτικά κριτήρια

Όπως συμβαίνει και με άλλες κατηγορίες προϊόντων, η ποιότητα αποτελεί κύριο αίτημα των καταναλωτών και για τα προϊόντα διατροφής. Για τη συγκεκριμένη κατηγορία, η έννοια της ποιότητας θα μπορούσε να συνοψισθεί στο σύνολο των ιδιοτήτων που αναφέρονται στη συνέχεια.

A. Υγιεινή και ασφάλεια των παραγόμενων προϊόντων.

Παρά το γεγονός ότι τα παραδοσιακά προϊόντα έχουν εξ' ορισμού μακρά ιστορία κατανάλωσης η οποία θεωρητικά αποτελεί εγγύηση για την ασφάλεια τους, η τυποποίηση και η εκβιομηχάνιση των παραγωγικών μονάδων απαιτεί η παραγωγική διαδικασία να συνάδει με τους σύγχρονους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας. Ως ασφαλή νοούνται τα προϊόντα που δεν αποτελούν απειλή για την υγεία του καταναλωτή, εξαιτίας μικροβιολογικών, φυσικών ή χημικών κινδύνων. Η ασφάλεια προϋποθέτει την τήρηση των γενικών κανόνων περί υγιεινής, τόσο όσον αφορά στις διαδικασίες παραγωγής, όσο και στην ποιότητα των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται.

Επιπλέον, οι σύγχρονες απαιτήσεις επιβάλλουν την εφαρμογή προτύπων που στοχεύουν στην διασφάλιση του προϊόντος, όπως το σύστημα HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points). Τα πρότυπα HACCP είναι τα πρότυπα που αναγνωρίζονται διεθνώς σήμερα και περικλείουν τις δύο πτυχές που αναφέρθηκαν, δηλαδή την διασφάλιση των πρώτων υλών από χημικούς, βιολογικούς και φυσικούς κινδύνους και την ορθή τήρηση των κανόνων ασφάλειας και υγιεινής κατά την παραγωγή. Σε ορισμένες περιπτώσεις η εφαρμογή των κανόνων HACCP είναι πιθανόν να συναντήσει εμπόδια, εξαιτίας των παραδοσιακών μεθόδων παρασκευής. Συνήθως οι περιπτώσεις αυτές αφορούν τρόφιμα που προέρχονται από την επεξεργασία πρώτων υλών ζωικής προέλευσης όπως τα τυριά, αλλαντικά κ.α. η σύνθεση των οποίων τα καθιστά περισσότερο ευαλοίωτα από άλλα προϊόντα και στα οποία ο κίνδυνος ανάπτυξης υψηλού μικροβιακού φορτίου και παθογόνων μικροοργανισμών είναι αυξημένος.

Παρά ταύτα, λίγες μελέτες έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα σχετικά με τις πιθανές διαφορές μεταξύ παραδοσιακών και συμβατικών/βιομηχανοποιημένων προϊόντων όσον αφορά την υγιεινή. Σε ερευνητικό επίπεδο, έλληνες επιστήμονες μελέτησαν την ικανότητα επιβίωσης του παθογόνου βακτηριακού στελέχους *Escherichia coli* O157:H7 σε παραδοσιακό γαλοτύρι και γαλοτύρι βιομηχανικής παραγωγής^[13]. Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν ότι το παθογόνο στέλεχος επιβίωσε για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα στο παραδοσιακό προϊόν. Η διαφορά αυτή φαίνεται ότι οφείλεται στην παρουσία, στο βιομηχανοποιημένο προϊόν, βακτηριακών πληθυσμών που δρουν παρεμποδιστικά στην ανάπτυξη των παθογόνων. Οι πληθυσμοί αυτοί αποτελούν μέρος της μικροβιακού εμβολίου που προστίθεται στο προϊόν ως εκκινητής της μικροβιακής ζύμωσης (starter cultures). Σε αντίστοιχη μελέτη που έγινε από Ιταλούς ερευνητές, διερευνήθηκε κατά πόσον οι διαδικασίες που ακολουθούνται κατά την παραγωγή του παραδοσιακού αλλαντικού salami επαρκούν για την καταστροφή υψηλών φορτίων παθογόνων μικροοργανισμών όπως *Salmonella* και *Listeria monocytogenes*^[16]. Οι συγγραφείς κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι είναι απαραίτητο να ενισχυθούν τα μέτρα που λαμβάνονται για την εξασφάλιση της υγιεινής και

ασφάλειας του προϊόντος με την εισαγωγή πρόσθετων απαιτήσεων (υψηλή ποιότητα των πρώτων υλών, προσθήκη ενός επιπλέον σταδίου θέρμανσης για τη θανάτωση τυχόν παθογόνων μικροοργανισμών). Σε άλλη περίπτωση, όπου μελετήθηκαν δύο διαφορετικοί τύποι ιταλικών αλλαντικών παραδοσιακής και βιομηχανικής μεθόδου παραγωγής, οι ερευνητές δεν βρήκαν σημαντικές διαφορές ως προς τους πληθυσμούς *Escherichia coli*, *Salmonella*, *Staphylococcus* και *Streptococcus* στα παραδοσιακά και συμβατικά προϊόντα, αλλά τονίζουν ότι η επιλογή υψηλής ποιότητας πρώτης ύλης είναι εξαιρετικά σημαντική^[9].

Επίσης, η χρήση παραδοσιακών εργαλείων (π.χ. ξύλινες επιφάνειες, ειδικά δοχεία), οι χώροι παρασκευής (υπόγειοι χώροι, μη ελεγχόμενες θερμοκρασίες κτλ), ο τρόπος επεξεργασίας (συντήρηση, θερμοκρασίες κατά το μαγείρεμα) βρίσκονται σε αντίθεση με όσα ορίζουν οι κανόνες HACCP. Συνήθως όμως τα προβληματικά αυτά σημεία μπορούν να αντιμετωπιστούν με διορθωτικά ή επιπρόσθετα μέτρα χωρίς να αλλοιώνεται ο παραδοσιακός χαρακτήρας του προϊόντος (κεφάλαιο 7.4.).

B. Διασφάλιση σταθερής ποιότητας του προϊόντος.

Πολλά από τα παραδοσιακά προϊόντα οφείλουν την ιδιοτυπία τους στα ιδιαίτερα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά τους (εμφάνιση, γεύση, οσμή, υφή), τα οποία συμβάλλουν στην παραγωγή ποικίλων προϊόντων διαφορετικής ποιότητας. Εξαιτίας της μη τυποποίησης, το τελικό προϊόν είναι αποτέλεσμα πολλών παραγόντων που επηρεάζουν την παραγωγική διαδικασία (π.χ. εναλλαγή θερμοκρασιών) και δεν υπόκειται στον απόλυτο έλεγχο του παραγωγού. Εξ' άλλου, η παραγωγή σε μικρή κλίμακα μπορεί να οδηγήσει εκάστοτε σε μικρές διαφοροποιήσεις των οργανοληπτικών χαρακτηριστικών του τελικού προϊόντος (π.χ. από χρονιά σε χρονιά ή μεταξύ των παρτίδων).

Επομένως, η τυποποίηση είναι απαραίτητη για τη διασφάλιση προϊόντων με σταθερά υψηλή ποιότητα. Κατ' επέκταση, η εφαρμογή συγκεκριμένων προτύπων στην τεχνολογία παραγωγής και ο ορισμός και τήρηση ειδικών προδιαγραφών για το τελικό προϊόν, θα αποτελέσουν εγγύηση ποιότητας και θα ενισχύσουν την εμπιστοσύνη του καταναλωτή.

Γ. Χρόνος ζωής.

Ο χρόνος ζωής ενός προϊόντος διατροφής αποτελεί σημαντικό χαρακτηριστικό, τόσο για τους παραγωγούς, όσο και για τους εμπόρους και τους καταναλωτές. Στις σύγχρονες βιομηχανίες, η επέκταση του χρόνου ζωής των τροφίμων και κατ' επέκταση η αύξηση του χρόνου ασφαλούς

κατανάλωσης, χωρίς αλλοίωση, του τροφίμου, επιτυγχάνεται είτε με μηχανικές διαδικασίες συντήρησης, είτε με διαφόρων ειδών χημικά συντηρητικά. Κλασικές τεχνικές συντήρησης είναι η ξήρανση και η αφυδάτωση, το κάπνισμα, το αλάτισμα, η ψύξη, η κονσερβοποίηση, η προσθήκη χημικών συντηρητικών και η ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία.

Οι κύριες μέθοδοι συντήρησης που απαντώνται στα παραδοσιακά προϊόντα είναι αυτές που χρησιμοποιούνται από αρχαιοτάτων χρόνων, όπως η διατήρηση σε λάδι ή ξύδι, η προσθήκη ζάχαρης (π.χ. διάφορα σιρόπια, γλυκά του κουταλιού), η ξήρανση, το κάπνισμα (αλλαντικά), η κονσερβοποίηση. Μια άλλη μέθοδος συντήρησης είναι η ζύμωση, όπου χάρις στις ουσίες που παράγουν οι μικροοργανισμοί π.χ. γαλακτικό οξύ, επιτυγχάνεται η αναστολή του πολλαπλασιασμού των αλλοιογόνων και παθογόνων μικροβίων.

Επομένως, ένα από τα χαρακτηριστικά των παραδοσιακών προϊόντων είναι η μη χρήση σύγχρονων χημικών συντηρητικών, γεγονός που μπορεί να θεωρηθεί πλεονέκτημα, καθώς τα τελευταία χρόνια έχουν διατυπωθεί ανησυχίες και υπάρχει μία τάση περιορισμού της χρήσης τους. Συγχρόνως όμως παρουσιάζει και μειονεκτήματα, τα κυριότερα από τα οποία είναι: α. τα προϊόντα αλλοιώνονται νωρίτερα απ' ό,τι τα συμβατικά, β. τα συστατικά που χρησιμοποιούνται σε αυξημένες ποσότητες για τη συντήρηση τους π.χ. λάδι, αλάτι, ζάχαρη πιθανόν να τα καθιστούν μη αρεστά στο σύγχρονο καταναλωτή.

7.2.3. Εμπορικά κριτήρια

Τα κριτήρια που αναφέρθηκαν στις προηγούμενες παραγράφους, παίζουν πρωτεύοντα ρόλο για την αποδοχή των παραδοσιακών προϊόντων από τους καταναλωτές. Παρ' όλα αυτά, για την επιτυχή προώθηση τους πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν οι απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή και ο βαθμός στον οποίο ένα συγκεκριμένο προϊόν καταφέρνει να ανταποκριθεί σε αυτές.

Οι σημερινοί καταναλωτές βρίσκονται μπροστά σε μια μεγάλη γκάμα προϊόντων και επομένως μπορούν να επιλέξουν εκείνα που ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες τους. Υπάρχουν όμως κάποια επιπλέον χαρακτηριστικά, τα οποία δύνανται να επηρεάσουν τις επιλογές του αγοραστή και αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων, ακριβώς διότι αντανακλούν τις σύγχρονες τάσεις και ανάγκες. Κάποια από τα χαρακτηριστικά αυτά είναι:

- Η ευκολία χρήσης του προϊόντος (π.χ. πρακτική συσκευασία, μέγεθος κτλ.), ενώ πολλές φορές ο σχεδιασμός της συσκευασίας μπορεί να αποτελέσει στοιχείο ελκυστικότητας και για άλλους λόγους (μοντέρνα ή αντίθετα παραδοσιακή εικόνα, αισθητική).
- Η διατροφική αξία του προϊόντος (αποτελείται ή περιέχει συστατικά που συμβάλλουν στη διατήρηση της υγείας και προωθούν την έννοια της υγιεινής διατροφής π.χ. φρούτα, λαχανικά, παρθένο ελαιόλαδο, αντιοξειδωτικές ουσίες κτλ.).
- Η διαθεσιμότητα και η ευκολία πρόσβασης στα σημεία πώλησης των προϊόντων. Είναι ένα επιπλέον σημαντικό κριτήριο για τον σύγχρονο καταναλωτή, και εξαρτάται από τις στρατηγικές προώθησης που ακολουθούν οι παραγωγοί για τα προϊόντα τους π.χ. διάθεση απ' ευθείας στον καταναλωτή, σε τοπικές αγορές, μικρού μεγέθους συνοικιακά καταστήματα, πολυκαταστήματα κτλ.

Οι δυσκολίες που συναντώνται στην περίπτωση των παραδοσιακών προϊόντων σχετικά την εμπορική τους προώθηση οφείλονται σε διάφορους λόγους:

1. Η παραγωγή τους λαμβάνει χώρα σε απομακρυσμένες σχετικά περιοχές, με περιορισμένες εμπορικές διασυνδέσεις ή με προβλήματα υποδομής π.χ. δρόμοι, πόσιμο νερό.
2. Η διανομή τους βασίζεται στην απ' ευθείας πώληση μέσω εξειδικευμένων σημείων και η παρουσία τους σε μεγάλες αλυσίδες παραγωγής είναι συνήθως μηδενική. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι οι μεγάλες αλυσίδες βασίζονται κύρια στα προϊόντα μαζικής κατανάλωσης με ανταγωνιστικές τιμές.
3. Η έλλειψη συνέργειας μεταξύ των παραγωγών που οδηγεί στην αδυναμία διαπραγμάτευσης και σχεδιασμού στρατηγικών πώλησης και ο ελλιπής επαγγελματισμός των παραγωγών.
4. Η ανεπάρκεια επικοινωνιακής πολιτικής εξαιτίας του αυξημένου κόστους που βαρύνει τους παραγωγούς.

7.3. Η Ιταλική εμπειρία στον τομέα των παραδοσιακών προϊόντων – Θεσμικά πλαίσια, οργάνωση και προώθηση των παραδοσιακών προϊόντων.

Η Ιταλία θεσμοθέτησε το 1999 έναν Εθνικό κατάλογο Ιταλικών Παραδοσιακών Προϊόντων ανά περιφέρεια (19 περιφέρειες και δύο αυτόνομες επαρχίες – Trento και Bolzano) με σκοπό να προστατέψει τη γαστρονομική της κληρονομιά, και να αυξήσει την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της. Με Υπουργική Απόφαση του Υπουργείου Αγροτικής και Δασικής Πολιτικής, (ν.264 της 22/09/1999) οι περιφέρειες και οι αυτόνομες επαρχίες καλούνταν εντός 6 μηνών από

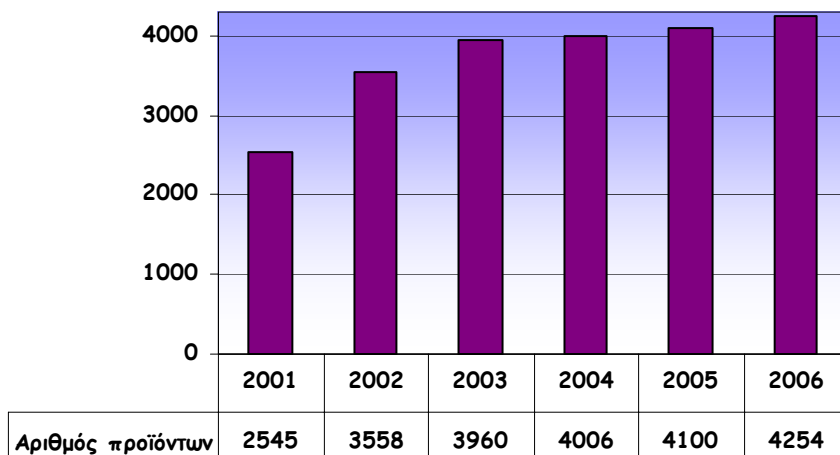
τη δημοσίευση να προεπεξεργαστούν και να υποβάλλουν στο Υπουργείο έναν πίνακα με τα "εν δυνάμει παραδοσιακά προϊόντα" της περιοχής τους.

Εικόνα 1. Οι 19 Ιταλικές περιφέρειες και οι δύο αυτόνομες επαρχίες, Trento και Bolzano.



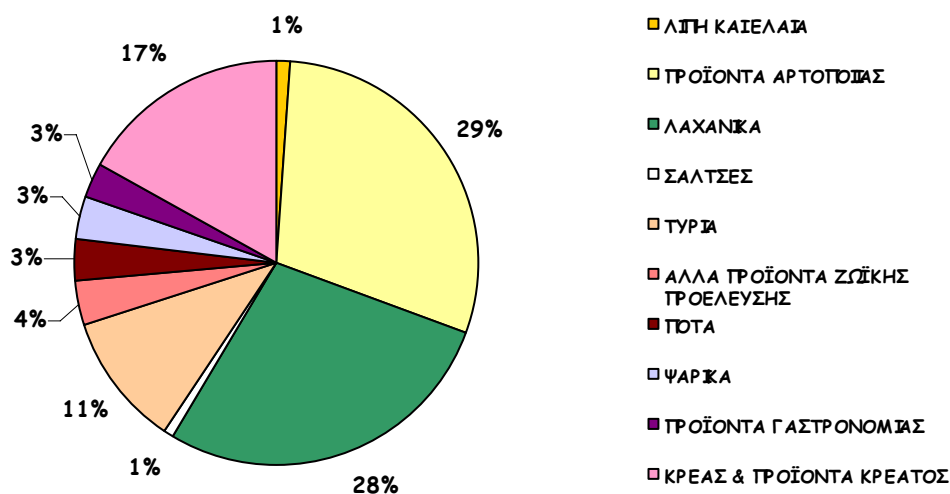
Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία (Ιούλιος 2006), στη λίστα αυτή καταγράφονται περίπου 4.254 προϊόντα ^[25], αριθμός περίπου διπλάσιος σε σχέση με τον αρχικό που είχε καταγραφεί τον Ιούλιο του 2000 (2.171), αυξημένος κατά 3.8% σε σχέση με το 2005.

Εικόνα 2. Αριθμός και κατανομή αναγνωρισμένων ιταλικών παραδοσιακών προϊόντων διατροφής ανά έτος.



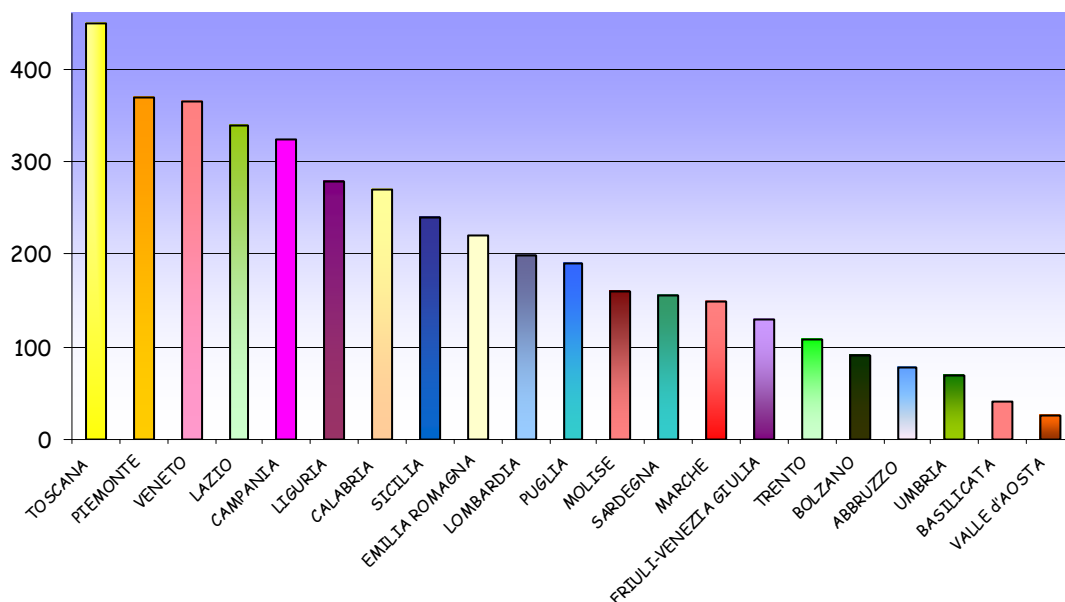
Στον κατάλογο περιλαμβάνονται 1.252 προϊόντων αρτοποιίας, 1.194 τύποι φρέσκων ή επεξεργασμένων προϊόντων λαχανικών, 716 είδη κρέατος και προϊόντων κρέατος (αλλαντικά όπως salami, prosciutto κ.α.), 456 είδη τυριών και 146 είδη ποτών αλκοολούχων και μη.

Εικόνα 3. Τύποι προϊόντων που περιέχονται Εθνικό Κατάλογο Ιταλικών Παραδοσιακών Προϊόντων (2006).



Η περιφέρεια με τον μεγαλύτερο αριθμό αναγνωρισμένων παραδοσιακών προϊόντων είναι η Τοσκάνη (Toscana), και ακολουθούν οι περιφέρειες του Πιεμόντε (Piemonte), Βένετο (Veneto), Λάτσιο (Lazio) και Καμπάνια (Campania).

Εικόνα 4. Κατανομή των προϊόντων που περιέχονται Εθνικό Κατάλογο Ιταλικών Παραδοσιακών Προϊόντων, ανά περιφέρεια (2006).



Θεσμική οργάνωση

Το Ιταλικό Υπουργείο Αγροτικής και Δασικής Πολιτικής είναι η κεντρική αρμόδια αρχή στον τομέα των παραδοσιακών προϊόντων.

Οι κύριες ευθύνες του υπουργείου είναι:

1. Η κατάρτιση του Εθνικού Καταλόγου Ιταλικών Παραδοσιακών Προϊόντων.
2. Ο σχεδιασμός δράσεων για την προώθηση των ιταλικών παραδοσιακών προϊόντων τόσο στο εσωτερικό, όσο και στις χώρες του εξωτερικού.
3. Η επίσημη αναγνώριση και ενίσχυση των ενώσεων και συνεταιρισμών καθώς και των φορέων πιστοποίησης των παραδοσιακών προϊόντων.
4. Η αποτροπή και η πάταξη της εμπορικής απάτης.
5. Η συγκέντρωση, επεξεργασία και παρουσίαση των εθνικών στατιστικών στοιχείων και πληροφοριών που αφορούν τον τομέα αυτό.

Για τα προϊόντα για τα οποία η διαδικασία παραγωγής τους παρουσιάζει αποκλίσεις από τους κανόνες HACCP, απαιτείται η έκδοση ειδικής απόφασης που θα επιτρέπει την εφαρμογή των κανόνων υγιεινής σε απλοποιημένη μορφή ^[26]. Για το σκοπό αυτό, το Υπουργείο Αγροτικής και Δασικής Πολιτικής γνωστοποιεί στο Υπουργείο Υγείας και στο Υπουργείο Βιομηχανίας Εμπορίου και Βιοτεχνίας έκθεση η οποία περιέχει λεπτομερή περιγραφή των μεθόδων που χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγική διαδικασία. Στην έκθεση θα πρέπει να αναφέρονται οι μέθοδοι επεξεργασίας, συντήρησης και παλαίωσης, τα χαρακτηριστικά των χώρων παρασκευής, τα ειδικά εργαλεία και ύλες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή, διατήρηση και συσκευασία.

Οι περιφέρειες είναι υπεύθυνες για την σύνταξη του καταλόγου παραδοσιακών προϊόντων που παράγονται στην επικράτεια τους και την υποβολή τους στο Υπουργείο Αγροτικής και Δασικής Πολιτικής. Κάθε περιφέρεια διαθέτει ειδικό τμήμα ή υπηρεσία που ασχολείται με τα θέματα γεωργίας και προβαίνει στην οργάνωση των σχετικών δράσεων. Συνήθως, τα προγράμματα που είναι αφιερωμένα στην εμπορική προώθηση των προϊόντων διατροφής υψηλής ποιότητας καταρτίζονται στα πλαίσια των πολιτικών περιφερειακής ανάπτυξης και περιλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την προώθηση των παραδοσιακών προϊόντων της περιοχής. Σε αυτά εντάσσονται τα προγράμματα αξιοποίησης και διατήρησης της οινογαστρονομικής κληρονομιάς, η οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, η διάδοση νεωτεριστικών συστημάτων εμπορευματοποίησης π.χ. στο διαδίκτυο.

Οι περισσότερες από τις περιφέρειες έχουν δημιουργήσει σχετικές με τα τρόφιμα ιστοσελίδες που φιλοξενούνται στους ιστοχώρους τους (Πίνακας 10.2, Παράρτημα). Η περιφέρεια του Piemonte φιλοξενεί στις ιστοσελίδες της εικονικό εμπορικό κατάστημα από το οποίο οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να παραγγείλουν τα προϊόντα της αρεσκείας τους. Η περιφέρεια Liguria προχώρησε στη δημιουργία και δημοσίευση ενός άτλαντα ο οποίος περιέχει όλα τα παραδοσιακά

προϊόντα της περιοχής. Πηγές πληροφόρησης και προώθησης αποτελούν και οι ειδικές ιστοσελίδες που έχουν δημιουργήσει οι περισσότερες Νομαρχίες (Province) της Ιταλίας, καθώς και ορισμένοι δήμοι.

Τέλος, διάφοροι συνεταιρισμοί και ενώσεις παραγωγών έχουν δημιουργηθεί με σκοπό την λήψη πρωτοβουλιών, την παροχή συμβουλών και βοήθειας στα μέλη τους και την καλύτερη εκπροσώπηση των συμφερόντων τους (Confcooperative-Fedagri, Legacoop Agroalimentare, Gest-Cooper, Finagro).

Προώθηση

Σύμφωνα με στοιχεία του έτους 2004, ο οινογαστρονομικός τουρισμός της Ιταλίας αφορά συνολικά περίπου 7 εκατομμύρια τουρίστες και ενδιαφέρει ποσοστό 68% των ξένων επισκεπτών και 50% των Ιταλών. Ποσοστό περίπου 30% των χρημάτων που ξοδεύουν οι ξένοι τουρίστες στην Ιταλία προορίζεται για την αγορά ειδών διατροφής. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό εξειδικευμένου περιοδικού, για την επιλογή της τοποθεσίας διακοπών, οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι για την επιλογή του τόπου διακοπών τους μεγαλύτερη σημασία έχουν κατά σειρά: ο οινογαστρονομικός πλούτος της περιοχής, η τέχνη και ο πολιτισμός, το φυσικό τοπίο.

Γίνεται λοιπόν εμφανής η σημασία της εισαγωγής και της διάδοσης των παραδοσιακών προϊόντων στην Ιταλική αγορά. Για το λόγο αυτό αναπτύχθηκαν ή ενισχύθηκαν διάφορες δράσεις προώθησης και διαφήμισης, μερικές από τις οποίες αναφέρονται στη συνέχεια:

- Διάθεση και χρήση των παραδοσιακών προϊόντων σε αγροτουριστικά καταλύματα και σε εστιατόρια.
- Προώθηση της χρήσης τους στους δημόσιους χώρους εστίασης, όπως σχολεία και νοσοκομεία μέσω οδηγιών που εξέδωσαν το Υπουργείο Υγείας και το Υπουργείο Παιδείας.
- Διοργάνωση δράσεων στο εξωτερικό (εμπορικές εκθέσεις) με σκοπό την εισαγωγή τους στις αγορές του εξωτερικού.
- Εκτύπωση σχετικών πληροφοριακών φυλλαδίων σε διάφορες γλώσσες και διάθεση τους στα σημεία πώλησης, για την ενημέρωση των ξένων τουριστών.
- Διάθεση σε πολυκαταστήματα και αλυσίδες πολυκαταστημάτων:

- Ο ειδικά προσαρμοσμένοι χώροι κατασκευασμένοι έτσι ώστε να παραπέμπουν στα παραδοσιακά προϊόντα π.χ. επενδεδυμένα με ξύλο, πέτρα κλπ.
- Ο δωρεάν μαθήματα γευσιγνωσίας και γνωριμίας με τα παραδοσιακά προϊόντα για τους πελάτες που είναι εγγεγραμμένοι στα προγράμματα "πίστης".
- Ο Διαφήμιση στο περιοδικό που εκδίδει το πολυκατάστημα για τους πελάτες του.
- Ο Εξειδικευμένο σημείο πώλησης στο εσωτερικό του καταστήματος π.χ. υποκαταστήματα της αλυσίδας Ipercoop δημιούργησαν ειδικό χώρο όπου έμπειρος παραγωγός παρασκεύαζε επί τόπου τυρί μοτσαρέλα και το διέθετε απ' ευθείας στον καταναλωτή με όγκο πωλήσεων κατά μέσο όρο 200 κιλά καθημερινώς και που άγγιζε τα 500 κιλά το Σάββατο.

7.4. Παραδείγματα εφαρμογών για την εκβιομηχάνιση των παραδοσιακών προϊόντων.

Η εκβιομηχάνιση και τυποποίηση των παραδοσιακών προϊόντων μπορεί να καταστεί δυνατή εφ' όσον η παραγωγή τους ακολουθεί τις σύγχρονες νομοθετικές και καταναλωτικές απαιτήσεις. Σε κάποιες περιπτώσεις ο παραδοσιακός χαρακτήρας μπορεί να οφείλεται σε πρακτικές που μπορεί να θεωρηθούν ακατάλληλες στα στενά πλαίσια εφαρμογής της νομοθεσίας. Σαν αποτέλεσμα να απαιτούνται ορισμένες τροποποιήσεις στη διαδικασία παραγωγής οι οποίες όμως δεν θα πρέπει να αλλοιώνουν τον παραδοσιακό χαρακτήρα.

• Υγιεινή και ασφάλεια

Σαν κυρίαρχο στοιχείο της διαδικασίας εκβιομηχάνισης μπορεί να θεωρηθεί η εφαρμογή πρακτικών που συνάδουν με τις σύγχρονες αντιλήψεις περί ορθών και ασφαλών πρακτικών στην παραγωγή τροφίμων, όπως είναι τα πρότυπα HACCP. Τα πρότυπα αυτά έχουν σαν σκοπό τον εντοπισμό των κρίσιμων σημείων (Critical Control Points) σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, στον έλεγχο των οποίων θα πρέπει να δύνεται ιδιαίτερο βάρος και να γίνονται οι απαραίτητες παρεμβάσεις.

Στον πίνακα που ακολουθεί αναφέρονται ορισμένα παραδείγματα σχετικά με τα προβληματικά σημεία που ενδέχεται να εμφανιστούν κατά την παραγωγική διαδικασία ορισμένων παραδοσιακών προϊόντων (κυρίως ζωικής προέλευσης) και τα διορθωτικά μέτρα με την εφαρμογή των οποίων δύνανται να επιλυθούν τα προβλήματα αυτά. Τα μετρά αυτά είναι απλά και αποτελεσματικά και η εφαρμογή τους δεν εμφανίζει ιδιαίτερες δυσκολίες.

- **Ιχνηλασιμότητα**

Μια από τις απαιτήσεις του συστήματος HACCP είναι η ιχνηλασιμότητα, δηλαδή η δυνατότητα ο παραγωγός να γνωρίζει στο μέγιστο βαθμό:

- την ακριβή προέλευση των εισερχόμενων υλικών σε κάθε παρτίδα παραγωγής.
- το προσωπικό και τον εξοπλισμό που χρησιμοποιήθηκαν για κάθε παρτίδα.
- τα στοιχεία των ενδιάμεσων σταδίων (π.χ. ψυκτικοί θάλαμοι, αποθήκες, έλεγχοι ποιότητας).
- τον προορισμό των παραγόμενων προϊόντων (όταν η διάθεση δε γίνεται απ'ευθείας στον πελάτη αλλά μέσω άλλων σημείων διάθεσης).

Η ιχνηλασιμότητα είναι απαραίτητη προϋπόθεση στις περιπτώσεις όπου είναι αναγκαία η ανάκληση προϊόντων και η απόσυρση τους από την αγορά.

Πίνακας 3. Πρακτικές, προβληματικά σημεία και διορθωτικά μέτρα κατά την εφαρμογή κανόνων υγιεινής και ασφάλειας σε προϊόντα ζωικής προέλευσης που παράγονται με παραδοσιακές μεθόδους.

Πρακτική	Προβληματικό σημείο	Διορθωτικά Μέτρα
Προϊόντα κρέατος και αλλαντικά		
Χρήση παραδοσιακών χώρων για την επεξεργασία, ξήρανση κάπνισμα και συντήρηση των προϊόντων	Επιφάνειες δύσκολα καθοριζόμενες ή χώροι με υψηλά μικροβιακά φορτία (π.χ. κελάρια, ξύλινοι πάγκοι)	• Λείανση επιφανειών, • Έλεγχος μικροβιακού φορτίου • Τήρηση αρχείου καθαρισμών
Κάπνισμα των αλλαντικών με την καύση ξύλων	Παραγωγή αρωματικών ενώσεων με καρκινογόνες ιδιότητες που επικάθονται στο τελικό προϊόν. Παραγωγή τοξικών ενώσεων από την καύση ουσιών με τις οποίες ήταν εμποτισμένα τα ξύλα καύσης, π.χ. βερνίκια, αντιμικροβιακές ουσίες (κίνδυνος για τους εργαζόμενους και τον καταναλωτή).	• Έκθεση των προϊόντων σε χαμηλότερες θερμοκρασίες π.χ. με τη χρήση μεγαλύτερου μήκους σωληνώσεων μέχρι το προϊόν. • Ειδικά φίλτρα • Χρήση ξυλείας που δεν έχει υποστεί χημική επεξεργασία ή άλλους χειρισμούς • Απαγόρευση χρήσης πετρελαίου, χαρτονιών, χαρτιού.
Χρήση εργαλείων με επιφάνειες από ξύλο, ύφασμα και σπάγκος.	Πιθανότητα εισαγωγής τεμαχίων ξύλου, υφάσματος ή σπάγκου στο προϊόν διατροφής	• Λεπτομερείς οδηγίες και κανόνες για τη χρήση κάθε εργαλείου • Χρήση υλικών ειδικών για τα είδη διατροφής

Πρακτική	Προβληματικό σημείο	Διορθωτικά Μέτρα
Προϊόντα γάλακτος		
Ποιότητα γάλακτος που χρησιμοποιείται στην παραγωγή των γαλακτοκομικών.	Χρήση γάλακτος που δεν έχει υποστεί θερμική επεξεργασία. Μικροβιακό φορτίο γάλακτος	- Υποχρεωτική θερμική επεξεργασία (παστερίωση) αν προορίζεται για παρασκευή τυριών τα οποία δεν διέρχονται περίοδο ωρίμανσης. - Έλεγχος για την παρουσία μικροοργανισμών όπως TBC (Tuberculosis) και <i>Brucella</i>, έλεγχος φυσικό-χημικών παραμέτρων ποιότητας.
Χρήση πήλινων δοχείων		Έλεγχος των επιφανειών που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα (ανάπτυξη μικροβιακών πληθυσμών, απουσία ακατάλληλων συστατικών π.χ. βερνίκια)
Προϊόντα αλιείας		
Προϊόντα που ο τρόπος παρασκευής δεν προβλέπει τη θερμική επεξεργασία (μαγείρεμα) π.χ. σαρδέλες.	Άρμη Συντήρηση υπό το ελαιόλαδο	- Έλεγχος της συγκέντρωσης του άλατος - Έλεγχος μικροβιακού φορτίου
Χρήση δοχείων για την τοποθέτηση του προϊόντος μόλις αλιευθεί.	Χρήση ακατάλληλων δοχείων	- Δοχεία που δεν επιτρέπουν την επιμόλυνση - Σωστός καθαρισμός μετά από κάθε επιχείρηση ψαρέματος.

Επιπλέον σημεία που θα πρέπει να προσεχθούν είναι :

- Η τήρηση αρχείου όπου καταγράφονται οι διαδικασίες ελέγχου και συντήρησης του εξοπλισμού που χρησιμοποιείται.
- Η επιβεβαίωση της καταλληλότητας των μεθόδων παρακολούθησης – ελέγχου
- Τα αποτελέσματα των επιθεωρήσεων και οι διορθωτικές ενέργειες.

Θα πρέπει να τονιστεί στο σημείο αυτό και η αναγκαιότητα της σωστής εκπαίδευσης του προσωπικού που ασχολείται στην παραγωγή, και το οποίο επιβάλλεται να γνωρίζει και να ακολουθεί τους κανόνες αυτούς. Θα ήταν περιττό να απαιτηθεί, παραδείγματος χάριν, η τήρηση αρχείου καθαρισμών, όταν οι πόρτες και τα παράθυρα στο χώρο παραγωγής δεν διατηρούνται επαρκώς προστατευμένα και επιτρέπουν την είσοδο σε έντομα ή άλλα ζώα.

8. Συμπεράσματα και προοπτικές

Από το γεγονός ότι η χώρα μας δεν έχει κατοχυρώσει μέχρι σήμερα κανένα παραδοσιακό προϊόν γίνεται φανερό ότι θα πρέπει να αναζητηθούν τα κατάλληλα σημεία παρέμβασης και οι απαραίτητες δράσεις για την επιτυχία μελλοντικών προσπαθειών.

8.1. Θεσμική οργάνωση

Βασικό ζήτημα το οποίο θα πρέπει να τύχει περαιτέρω ανάλυσης είναι το ποιος από τους εμπλεκόμενους στον κλάδο των παραδοσιακών προϊόντων φορείς έχει συμφέρον να προωθήσει τα προϊόντα αυτά και κατ' επέκταση μπορεί να δείξει ενδιαφέρον για την έναρξη διαδικασίας κατοχύρωσης. Στο σημείο αυτό ανακύπτουν ορισμένα συμπεράσματα που αφορούν τον ρόλο των φορέων στην ανάληψη πρωτοβουλιών για τα ελληνικών παραδοσιακά προϊόντα όπως διαμορφώνεται σήμερα και για το πως είναι δυνατόν αυτός να διαμορφωθεί στο μέλλον. Πιο συγκεκριμένα αφορά:

- Το Κράτος, δια μέσω του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και των εποπτευόμενων φορέων του. Εδώ θα πρέπει ίσως να σημειωθεί και ο ρόλος που θα μπορούσαν να παίξουν και άλλα υπουργεία όπως το Υπουργείο Τουρισμού και το Υπουργείο Ανάπτυξης.
- Τους τοπικούς - αγροτικούς συνεταιρισμούς: τέτοιοι συνεταιρισμοί υπάρχουν και λειτουργούν στην Ελλάδα εδώ και αρκετά χρόνια.
- Επιχειρηματίες ιδιώτες που δραστηριοποιούνται ήδη στην αγορά και ωθούν τις πρωτοβουλίες τους κυρίως προς την επιτυχημένη "εκβιομηχάνιση" των παραδοσιακών προϊόντων.

Στην Ελλάδα παρατηρείται το γεγονός οι ανάλογες πρωτοβουλίες να λαμβάνονται ως επί το πλείστον σε τοπικό επίπεδο ή υπό τη μορφή ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Θα πρέπει επομένως να γίνει μια προσπάθεια κεντρικής οργάνωσης και συντονισμού από το κράτος, με τη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων. Με τον τρόπο αυτό θα επιλυθούν διάφορα προβλήματα που εμφανίζονται εξαιτίας του διασκορπισμού των δράσεων π.χ. συντονισμός τοπικών συνεταιρισμών με παρόμοια προϊόντα. Μια ευρύτερη προσέγγιση αναμένεται να ωφελήσει περισσότερο από τις μεμονωμένες προσπάθειες.

Επιπλέον, θα πρέπει να τεθεί και να αναλυθεί το ερώτημα "ποια από τα ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα συμφέρει να κατοχυρώσει η χώρα μας, έτσι ώστε να υπάρξουν όσο το δυνατόν

λιγότερες πιθανότητες ενστάσεων και αντιδικίας με άλλες χώρες, αλλά και να εξασφαλίσουμε μεγαλύτερα οφέλη" ;

8.2. Στρατηγικές για την αξιοποίηση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων.

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια συμπεραίνεται η ανάγκη για χάραξη και εφαρμογή μιας εθνικής στρατηγικής για την διερεύνηση και επίλυση των επί μέρους ζητημάτων που απασχολούν τον κλάδο των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων και περιορίζουν την εμπορική τους αξιοποίηση. Οι εμπλεκόμενοι κρατικοί φορείς, οι οποίοι κατέχουν πρωτεύοντα ρόλο, καλούνται να λάβουν περαιτέρω πρωτοβουλίες για την ενδυνάμωση του τομέα των παραδοσιακών προϊόντων, μερικές από τις οποίες θα μπορούσαν να είναι οι εξής:

- Συστηματική καταγραφή και μελέτη των παραδοσιακών ελληνικών τροφίμων, διερεύνηση της προέλευσης, των υφισταμένων ιστορικών στοιχείων και του τρόπου παρασκευής τους με στόχο την τυποποίηση και εκβιομηχάνιση της παραγωγής τους, σύμφωνα με τις σύγχρονες νομοθετικές και καταναλωτικές απαιτήσεις και την ανάδειξη τους.
- Η τυποποίηση, πιστοποίηση και απονομή αναγνωρισμένων ειδικών σημάνσεων που αυξάνουν την εμπιστοσύνη του καταναλωτή και ενισχύουν τα ήδη υψηλής ποιοτικής αξίας προϊόντα.
- Δράσεις που ευνοούν τη δημιουργία συνεταιρισμών και ενώσεων καθώς και ενίσχυση των υπάρχοντων τοπικών αγροτικών συνεταιρισμών από τους κρατικούς και τοπικούς φορείς.
- Οργάνωση των δράσεων σε επίπεδο νομού – γεωγραφικού διαμερίσματος και όχι σε στενό τοπικό επίπεδο. Το σχήμα που εφαρμόζεται στην Ιταλία με την ενίσχυση των δράσεων σε επίπεδο περιφερειών, θα μπορούσε να αποτελέσει υπόδειγμα και για την Ελλάδα.
- Ενίσχυση απομονωμένων περιοχών (νησιά, ορεινές περιοχές), ή περιοχών που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερες δυσκολίες εξαιτίας έλλειψης υποδομών (π.χ. ανεπαρκές οδικό δίκτυο). Εκτός από τα εμφανή οικονομικά οφέλη δεν πρέπει να παραβλεφθούν τα γενικότερα πλεονεκτήματα που θα προκύψουν όπως η ενδυνάμωση των τοπικών κοινωνιών, ο τουρισμός, κ.α
- Ενίσχυση των επιχειρηματιών /παραγωγών όσον αφορά τις δυνατότητες εμπορικής προώθησης στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Η εύρεση των καταλληλότερων τρόπων επικοινωνίας με τους καταναλωτές και εντοπισμός των μηχανισμών προώθησης (σήμανση, συσχέτιση με τουρισμό, κλπ.) είναι βασικά στοιχεία που θα συμβάλλουν στην επιτυχία ενός προϊόντος στην αγορά.

8.3. Τακτικές προώθησης (marketing)

Οι τακτικές προώθησης (marketing) ενός προϊόντος σκοπεύουν στην ανάδειξη των χαρακτηριστικών εκείνων που συνάδουν με τις απαιτήσεις του καταναλωτή και στη μεγιστοποίηση της ελκυστικότητας του προϊόντος. Η μελλοντική δυναμική ενός προϊόντος εξαρτάται από την "ικανότητα" του να προσαρμόζεται στις αντιλήψεις του καταναλωτή και κατ' επέκταση στις τάσεις της αγοράς, όπως αυτές διαμορφώνονται μέσα από τα διαφημιστικά μηνύματα και τον εμπορικό ανταγωνισμό.

Αντίληψεις των καταναλωτών

Η εντύπωση που αποκομίζουν οι καταναλωτές για ένα συγκεκριμένο προϊόν απορρέει από το σύνολο των χαρακτηριστικών με τα οποία συνδέουν το εν λόγω προϊόν. Τέτοια χαρακτηριστικά αποτελούν η ονομασία, το λογότυπο (logo), ο σχεδιασμός της συσκευασίας (χρώμα, τυπογραφικοί χαρακτήρες) και τα διαφημιστικά μηνύματα (slogan). Η αναγνωρισιμότητα και η ελκυστικότητα ενός προϊόντος βασίζεται όχι μόνο στις πραγματικές και αντικειμενικές ιδιότητες του, αλλά και στη δυνατότητα εκπλήρωσης των προσδοκιών του καταναλωτή π.χ. νεότητα, υγεία κτλ. Τέλος, ένα προϊόν εντυπώνεται στην αντίληψη του καταναλωτή εξαιτίας και άλλων ιδιοτήτων που μπορεί να συμβολίζουν ή να αντιπροσωπεύουν ευρύτερες έννοιες και ιδανικά. Για παράδειγμα, τα προϊόντα σε συσκευασίες κατασκευασμένες από υλικά φιλικά προς το περιβάλλον συνδέονται στην αντίληψη του καταναλωτή με την προστασία του περιβάλλοντος.

Το γεγονός ότι τα ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα είναι στενά συνδεδεμένα με τις τοπικές και θρησκευτικές παραδόσεις μας, αποτελούν μέρος της κουλτούρας και έναν τρόπο για να διατηρούμε τις παραδόσεις μας και τα έθιμα μας, τους προσδίδει μια ιδιαίτερη "προστιθέμενη" αξία. Επιπλέον, συνιστούν συστατικά της μεσογειακής διατροφής, η οποία τα τελευταία χρόνια κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος και στις χώρες του εξωτερικού. Ακόμα, πολύ συχνά επικρατεί η αντίληψη ότι τα υλικά που περιέχονται σε αυτά είναι "αγνότερα" απ' ότι στα συμβατικά, με αποτέλεσμα τα προϊόντα αυτά να χαίρουν μεγαλύτερης εμπιστοσύνης από τους καταναλωτές. Θα πρέπει ως εκ τούτου να δοθεί μεγαλύτερη σημασία στην αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης όσον αφορά τη σύγχρονη αντίληψη για τα παραδοσιακά ελληνικά τρόφιμα και τις συνέπειες της.

Διαφήμιση και εμπορικός ανταγωνισμός

Ένα από τα χαρακτηριστικά των παραδοσιακών προϊόντων είναι η μικρής κλίμακας παραγωγή (βιοτεχνική-τοπική κλίμακα), που έχει συνήθως σαν αποτέλεσμα τον περιορισμό του αριθμού

των σημείων διάθεσης του προϊόντος και της δυνατότητας πρόσβασης στην ευρεία αγορά. Στην Ελλάδα τα παραδοσιακά προϊόντα πωλούνται κυρίως σε μικρά εμπορικά καταστήματα ή σε καταστήματα συνεταιρισμών, ενώ τα τελευταία χρόνια παρατηρείται το φαινόμενο τα προϊόντα αυτά να διατίθενται σε εξειδικευμένα καταστήματα και εστιατόρια πολυτελείας. Άλλα σημεία διάθεσης μπορεί να είναι τοπικές υπαίθριες αγορές ή ειδικά οργανωμένες αγορές σε συνδυασμό με παράλληλες εκδηλώσεις κυρίως τουριστικού χαρακτήρα. Η περαιτέρω διεύρυνση του συστήματος εμπορίας μπορεί να επιτευχθεί με την αξιοποίηση των υπαρχόντων ή και με την δημιουργία νέων σημείων άμεσης διάθεσης των προϊόντων όπως ειδικά προγράμματα οινογαστρονομικού τουρισμού και αγροτουριστικά καταλύματα. Επιπλέον, η οργάνωση ομάδων παραγωγών θα βελτιώσει τις δυνατότητες εισαγωγής των προϊόντων τους στην ευρύτερη αγορά.

Η μηδενική ή πολύ περιορισμένη διαφήμιση είναι ένα άλλο πολύ σημαντικό στοιχείο εξαιτίας του οποίου τα παραδοσιακά προϊόντα μειονεκτούν ως προς στην ανταγωνιστικότητα τους. Ιδιαίτερα όσον αφορά στην προώθηση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων στο εξωτερικό, είναι σημαντική η μελέτη και σχεδιασμός όλων των λεπτομερειών του τελικού προϊόντος ώστε να επιτυγχάνεται διαφοροποίηση από τον τοπικό ανταγωνισμό. Οι Έλληνες παραγωγοί/επιχειρηματίες θα πρέπει να γνωρίζουν και να παρακολουθούν τις εξελίξεις στον κλάδο τους και κεντρική πηγή έμπνευσης και διαμόρφωσης του προϊόντος θα πρέπει να είναι πάντοτε ο τελικός καταναλωτής με τις ιδιαιτερότητές του ανά χώρα.

8.4. Προτεινόμενες δράσεις στην Ελλάδα

Όπως έγινε φανερό, οι δυνατότητες αξιοποίησης των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων είναι πολλές, αρκεί να καταβληθούν συστηματικές και οργανωμένες προσπάθειες. Συμπερασματικά, μερικές από τις προτεινόμενες δράσεις που θα μπορούσαν να ακολουθηθούν για την ανάπτυξη των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων, σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, θα μπορούσαν να είναι οι εξής:

1. Υιοθέτηση συγκεκριμένου θεσμικού πλαισίου.
2. Χάραξη στρατηγικής για την έρευνα όσον αφορά στα ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα.
3. Συντονισμός και συνεργασία των εμπλεκόμενων φορέων.
4. Εντοπισμός των προβλημάτων όσον αφορά την εμπορία και προώθηση των ελληνικών παραδοσιακών προϊόντων.
5. Χάραξη στρατηγικής για τον τρόπο επικοινωνίας με τους καταναλωτές και εντοπισμός των μηχανισμών προώθησης (σήμανση, συσχέτιση με τουρισμό, κλπ.)

Για την προστασία και προβολή των παραδοσιακών τροφίμων είναι απαραίτητη η καρποφόρα συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων: παραγωγών, βιοτεχνιών και βιομηχανιών τροφίμων, των καταναλωτών, των επιστημόνων και των αρμόδιων κρατικών φορέων. Μόνο μία ολοκληρωμένη προσέγγιση και αντιμετώπιση του θέματος μπορεί να επιφέρει στο μέλλον τα επιθυμητά αποτελέσματα.

9. Βιβλιογραφία

1. "Food from Britain", Ministry of Agriculture, Fisheries and Food, www.foodfrombritain.com.
2. Code Rural (Partie Législative), Chapitre III: Les labels et la certification (Articles L643-1 à L643-8). Loi n° 99-574 du 9 juillet 1999 art. 86 III, Journal Officiel du 10 juillet 1999 ; Loi n° 99-574 du 9 juillet 1999 art. 81 I, art. 86 IV Journal Officiel du 10 juillet 1999.
3. Culinary Heritage Network (June 2003 - November 2005), INTERREG IIIC. (<http://www.culinaryeurope.org/>).
4. Decreto Ministeriale 10 luglio 2006. Sesta revisione dell'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali. Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali. Gazzetta Ufficiale n.167 del 20-07-2006.
5. Decreto Ministeriale 25 luglio 2000. Definizione delle deroghe relative ai prodotti tradizionali in attuazione del comma 2 dell'art.8 del Decreto Legislativo 30 Aprile 1998, n.173. Ministero della Sanita.
6. Decreto Ministeriale 8 settembre 1999. Regolamento recante norme per l'individuazione dei prodotti tradizionali di cui all'articolo 8, comma 1, del decreto legislativo 30 aprile 1998, n. 173. Registrato alla Corte dei Conti il 22/09/1999 Registro Politiche Agricole e Forestali n.° 264.
7. Les labels de qualite. Eurobarometre 44.1. Rapport réalisé à la demande de la Commission Europeene, Direction Générale VI.B1.4. : Agriculture par INRA (Europe), Mars 1996.
8. Les signes officiels de la Qualité & de l'Origine. Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (MAP), Février 2005.
9. Microbiological safety of traditional and starter-mediated processes for the manufacture of Italian dry sausage. Holley RA, Lammerding AM, Tittiger F. Int J Food Microbiol. 1988 Aug; 7(1):49-62.
10. Μελέτη της ποιότητας των Ελληνικών παραδοσιακών τροφίμων και εκβιομηχάνιση της παραγωγής τους (2003-2006) στο πλαίσιο των “Επιχειρησιακών Προγραμμάτων Ανταγωνιστικότητας” ΕΠΑΝ - TP13.
11. Protection of geographical indications, designations of origin and certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs. Working document of the Commission Services. Guide to Community Regulations, 2nd Edition, August 2004.
12. Sicurezza alimentare e tracciabilità nei prodotti tipici tradizionali – Analisi generale dei punti critici di controllo. Assessorato all’ Agricoltura – Assessorato alla Sanita. Napoli, Aprile 2002.

13. Survival of *Escherichia coli* O157:H7 in Galotyri cheese stored at 4 and 12 degrees °C. Lekkas C, Kakouri A, Paleologos E, Voutsinas LP, Kontominas MG, and Samelis. J. Food Microbiol. 2006 May; 23(3):268-76.
14. The European Food Information Resource Network (EuroFIR), European Commission's Research Directorate General under the "Food Quality and Safety Priority", 6th Framework Programme for Research and Technological Development (January 2005- December 2009), Contract No: FOOD-CT-2005-513944; (www.eurofir.net).
15. Typical Food Products in Europe: Consumer Preference and Consumer Preference and Objective Assessment (TYPIC), 2003-2005 QLK1- CT-2002-02225. FP5, 1998-2002, Quality of Life and Management of Living Resources, Call Identifier QoL 2001/4.
16. Validation of a traditional Italian-style salami manufacturing process for control of *Salmonella* and *Listeria monocytogenes*. Nightingale KK, Thippareddi H, Phebus RK, Marsden JL, Nutsch AL. J Food Prot. 2006 Apr;69(4):794-800.
17. Ανακοίνωση της Επιτροπής προς τα Κράτη Μέλη, της 14^{ης} Απριλίου 2000, με την οποία καθορίζονται οι γενικές κατευθύνσεις για την κοινοτική πρωτοβουλία Leader+. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. C 139/5 της 18.5.2000.
18. Απόφαση 93/53/EOK: Απόφαση της Επιτροπής της 21ης Δεκεμβρίου 1992 περί συστάσεως μιας επιστημονικής επιτροπής για τις ονομασίες προέλευσης, τις γεωγραφικές ενδείξεις και τις βεβαιώσεις ιδιοτυπίας. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 013 της 21/01/1993 σ. 0016 – 0017.
19. Διατροφική πολιτική για την ανάπτυξη ερευνητικής υποδομής και παροχή υπηρεσιών (1992-1994) στο πλαίσιο των "Επιχειρησιακών Προγραμμάτων STRIDE HELLAS".
20. Διατροφική πολιτική: Ενίσχυση ερευνητικής υποδομής και ανάπτυξη τεχνογνωσίας για την ελληνική δίαιτα" (1997-1998) στο πλαίσιο των "Επιχειρησιακών Προγραμμάτων Έρευνας και Τεχνολογίας" ΕΠΕΤ II-ΑΞΙΑ7.
21. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1071/2005 της Επιτροπής, της 1ης Ιουλίου 2005, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 του Συμβουλίου για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά.
22. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1346/2005 της Επιτροπής, της 16ης Αυγούστου 2005, για τις λεπτομέρειες εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2702/1999 του Συμβουλίου σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων σε τρίτες χώρες. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 212 της 17.8.2005.
23. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2060/2004 του Συμβουλίου, της 22ας Νοεμβρίου 2004, για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2702/1999 σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης για τα γεωργικά προϊόντα στις τρίτες χώρες και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ.

- 2826/2000 για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 357 της 02/12/2004 σ. 0003 – 0008.
24. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2702/1999 του Συμβουλίου, της 14ης Δεκεμβρίου 1999, σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης για τα γεωργικά προϊόντα στις τρίτες χώρες. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 327 της 21.12.1999.
 25. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2826/2000 του Συμβουλίου, της 19ης Δεκεμβρίου 2000, για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 328 της 23/12/2000 σ. 0002 – 0006.
 26. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 509/2006 του Συμβουλίου, της 20ής Μαρτίου 2006, για τα γεωργικά προϊόντα και τα τρόφιμα που χαρακτηρίζονται ως εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 93 της 31.3.2006, σ. 1 έως 11.
 27. Κανονισμός (ΕΚ) με αριθ. 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 29ης Απριλίου 2004, για την υγιεινή των τροφίμων.
 28. Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1848/93 της Επιτροπής της 9ης Ιουλίου 1993 περί λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2082/92 του Συμβουλίου για τις βεβαιώσεις ιδιοτυπίας των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων. Επίσημη Εφημερίδα L 168 της 10.7.1993.
 29. Κανονισμός ΕΟΚ με αριθ. 2082/92 του Συμβουλίου της 14ης Ιουλίου 1992, "περί Ιδιοτυπίας", σχετικά με τις βεβαιώσεις ιδιοτυπίας των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων. Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 208 της 24/07/1992 σ. 0009 – 0014.
 30. Οδηγία 2000/13/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ης Μαρτίου 2000, για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση των τροφίμων. Επίσημη Εφημερίδα L 109, 06.05.2000.
 31. Πίνακες Σύνθεσης Ελληνικών Τροφίμων, Γενική Γραμματεία Έρευνας & Τεχνολογίας, ΕΠΕΤ II, Μέτρο 2.3, Δράση: Τομεακό Πρόγραμμα Διατροφής. URL: <http://nutrition.med.uoc.gr/GreekTables/Main/main.htm>.
 32. Πρόγραμμα Equal, Διακρατική Συνεργασία Ελλάδος – Πορτογαλίας, «Αγρο-αστική Ανάπτυξη». (<http://www.agrofolk.com>).
 33. Πως αντιλαμβάνονται οι Ευρωπαίοι την επικινδυνότητα των τροφίμων. Παρουσίαση βασικών συμπερασμάτων για τον Έλληνα Καταναλωτή. Ευρωβαρόμετρο, Φεβρουάριος 2006. Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, Διεύθυνση Διατροφικής Πολιτικής & Ερευνών, Μάιος 2006.

34. Συμβολή των παραδοσιακών ελληνικών τροφίμων και φαγητών στην υγεία των καταναλωτών" (1999-2001) στο πλαίσιο των "Επιχειρησιακών Προγραμμάτων Έρευνας και Τεχνολογίας" ΕΠΕΤ II -97-ΔΙΑΤΡΟ-30.

10. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

10.1. Πίνακας παραδοσιακών προϊόντων κατοχυρωμένων στην ΕΕ.

Α. Προϊόντα που έχουν κατοχυρωθεί ως ΕΠΠΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

ΟΝΟΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ
ΤΥΡΙΑ		
<i>Mozzarella</i>	Ιταλία	Η μοτσαρέλα με τα παλιά παραδοσιακά τυπολογικά χαρακτηριστικά είναι νωπό τυρί απλωμένου τυροπήγματος, μαλακό, το οποίο έχει υποστεί γαλακτική ζύμωση. Το σχήμα του μπορεί να είναι σφαιροειδές (βάρους 20 έως 250 γραμμαρίων), είτε να έχει σχήμα κεφαλής είτε πλεξίδας (βάρους 125 έως 250 γραμμαρίων).
<i>Hushallsost</i>	Σουηδία	Το Hushallsost κατατάσσεται στα ημίσκληρα, ολόπαχα , κυλινδρικά τυριά. Είναι διάσπαρτο από μικρές τρύπες, λείο, μαλακό και ελαφρώς ξινό. Το σχήμα του είναι κυλινδρικό και οι άκρες του ελαφρώς καμπυλωτές. Συσκευάζεται σε πλαστικές μεμβράνες. Παράγεται από γάλα αγελάδας.
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΚΡΕΑΣ		
<i>Jamon Seranno</i>	Ισπανία	Αλατισμένο χοιρομέρι, που αποξηραίνεται επί 210 ημέρες και παρουσιάζεται ολόκληρο ή χωρίς κόκαλο.
<i>Falukorv</i>	Σουηδία	Παραδοσιακό σουηδικό προϊόν με βάση το κρέας.
ΦΡΕΣΚΟ ΚΡΕΑΣ (ΚΑΙ ΕΝΤΟΣΘΙΑ)		
<i>Traditional Farmfresh Turkey</i>	Ην. Βασίλειο	Κρέας (σφάγια ή τεμάχια) παραδοσιακής χωριάτικης γαλοπούλας.
ΑΛΛΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΖΩΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (αυγά, μέλι, γαλακτοκομικά προϊόντα εκτός από βούτυρο)		
<i>Leche certificada de Granja</i>	Ισπανία	Φρέσκο γάλα
ΨΩΜΙ, ΖΥΜΗ, ΚΕΙΚ, ΓΛΥΚΑ, ΜΠΙΣΚΟΤΑ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ		

<i>Panellets</i>	Ισπανία	Μικρά γλυκίσματα σε διάφορα σχήματα, παρασκευασμένα κυρίως από πάστα αμυγδάλου και συστατικά που προσδίδουν χαρακτηριστική γεύση και άρωμα στο προϊόν. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία <i>panellets</i> που παρασκευάζονται από τρία διαφορετικά είδη πάστας αμυγδάλου: απλή, χοντροκομμένη ή επεξεργασμένη πάστα αμυγδάλου. Απαγορεύεται, σε όλες τις περιπτώσεις, η προσθήκη αμύλου (πατάτας ή γλυκοπατάτας), μήλου, συντηρητικών ή χρωστικών ουσιών.
<i>Kalakukko</i>	Φινλανδία	Μαγειρεμένο προϊόν με βάση το ψωμί και στρογγυλό ή ελλειπτικό σχήμα. Η κρούστα σχηματίζει ένα είδος συσκευασίας και η γέμιση μπορεί να περιέχει ολόκληρα μικρά ψάρια, π.χ. πέρκα. Τα μεγάλα ψάρια, π.χ. σολομός, πρέπει να κόβονται προηγουμένως σε φιλέτα. Η γέμιση πρέπει να σιγοψηθεί παραμένοντας γευστική και μαλακιά.
<i>Karjalanpiirakka</i>		Μικρή ανοικτή και επίπεδη πιρόγα που αποτελείται από λεπτή ζύμη και γέμιση. Η γέμιση μπορεί να αντικατασταθεί με βρασμένα και πολτοποιημένα λαχανικά σε πουρέ (π.χ. κραμβογογγύλη, καρότα, γογγύλια, λάχανο ή τσιγαρισμένα μανιτάρια). Συνήθως έχει μήκος 7 έως 20 cm. Είναι κατά γενικό κανόνα ωοειδές, αλλά μπορεί να είναι και στρογγυλό. Στο πάνω μέρος η ζύμη είναι ανοικτή. Τα άκρα της ζύμης διπλώνονται πάνω στη γέμιση και πτυχώνονται. Η κρούστα είναι τραγανιστή. Γενικά, το προϊόν αποτελείται από ένα τρίτο κρούστας και δύο τρίτα γέμισης.
<i>ΜΠΙΠΕΣ</i>		
<i>Faro</i>	Βέλγιο	Μερικά από τα συστατικά του Faro χρειάζονται πάνω από τρία χρόνια για να ωριμάσουν. Η διαδικασία αυτή τους δίνει την χαρακτηριστική τους γεύση. Επειδή το Faro είναι σχετικά ξινό, το γλυκαίνουν με ζαχαροκάντι.
<i>Lambic, Gueuze Lambic, Gueuze/Lambiek, Geuze-Lambiek, Geuze</i>	Βέλγιο	Το όνομα Lambic προέρχεται από το <i>Brettanomyces lambicus</i> , ένα μικροβιακό είδος που δίνει στο lambic την χαρακτηριστική του γεύση. Το παλαιότερο συστατικό του Gueuze ή του Gueuze lambic πρέπει να μείνει σε ξύλινα βαρέλια πάνω από τρία χρόνια για να ωριμάσει.

<i>Kriek, Kriek-Lambic, Framboise-Lambic, Fruit-Lambic/Kriek, Kriekenlambiek, Frambozenlambiek, Vruchtenlambiek</i>		Όξινη μπίρα, που προέρχεται από την πρόσμιξη διαφόρων lambics. Περιέχει μεταξύ 10 και 25% κεράσι (σε φρούτα, χυμό ή συμπυκνωμένο χυμό), όπως και οι άλλες μπίρες με γεύση φρούτου. Η μπίρα με ροδάκινο αποτελεί εξαίρεση και μπορεί να περιέχει έως 30%.
<i>Vieille Gueuze, Vieille Gueuze-Lambic, Vieux Lambic/Oude Geuze, Oude Geuze-Lambiek, Oude Lambiek</i>	Βέλγιο	Οι μύρες Gueuze και Vieille Gueuze είναι το αποτέλεσμα προσμίξεων διαφορετικών lambic που το πιο παλιό συστατικό τους έχει μείνει για να ωριμάσει το λιγότερο τρία χρόνια μέσα σε ξύλινα βαρέλια. Οι μύρες Gueuze και Vieille Gueuze διαφέρουν στα εξής: για την παραγωγή της μύρας Vieille Gueuze ο μέσος όρος παλαιότητας των μυρών lambic που χρησιμοποιήθηκαν πρέπει να είναι το λιγότερο ένας χρόνος. Επίσης, η μύρα Vieille Gueuze έχει υποστεί εκ νέου ζύμωση και συσκευάζεται με το ίζημα.
<i>Vieille Kriek, Vieille Kriek-Lambic, Vieille Framboise-Lambic, Vieux fruit-Lambic/Oude Kriek, Oude Kriekenlambiek, Oude Frambozenlambiek, Oude Fruit-lambiek</i>	Βέλγιο	Η διαφορά μεταξύ μίας μύρας Kriek και μίας Vieille Kriek ή μεταξύ μίας Fruit lambic και μίας Vieux Fruit lambic, έγκειται, μεταξύ άλλων, στο γεγονός ότι μία μύρα Vieille Kriek/Vieux Fruit lambic ζυμώνεται ξανά και συσκευάζεται με το με το ίζημα.

10.2. Συνοπτικός πίνακας των αρμόδιων, για τα παραδοσιακά προϊόντα αρχών, ανά περιφέρεια.

Περιφέρεια (Regione)	Διεύθυνση ιστοσελίδας (URL)
Toscana - Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione nel settore Agricolo-forestale	http://germoplasma.arsia.toscana.it/pn%5Fprodtrad/
Piemonte - Assessorato all'Agricoltura	http://www.regione.piemonte.it/agri/ita/piemontedoc/index.htm
Veneto - Direzione produzioni agroalimentari	http://www.regione.veneto.it/Economia/Agricoltura+e+Foreste/Agroalimentare/Prodotti+tipici+e+di+qualita/Agroalimentari+tradizionali/
Lazio - Assessorato all'Agricoltura	http://www.arsial.regione.lazio.it/portalearsial/default.htm
Campania Ente Regionale di Sviluppo Agricolo in Campania Assessorato all'Agricoltura	http://www.ersac.it/nuovo/it/home.htm http://www.sito.regione.campania.it/agricoltura/Tipici/prodotti_tradizionali.htm
Liguria - Settore Politiche Agricole - Ufficio Produzioni Agroalimentari	http://www.agriligurianet.it/
Calabria - Assessorato Agricoltura, Foreste e Forestazione	http://qualita.assagric calabria.it/
Sicilia - Assessorato Agricoltura e Foreste	http://www.regione.sicilia.it/Agricolturaeforeste/Assessorato/
Emilia-Romagna Assessorato Agricoltura Ambiente e Sviluppo sostenibile – Servizio Valorizzazione delle Produzioni	http://www.regione.emilia-romagna.it/wcm/ERMES/Canali/alimentazione/prodotti_tradizionali.htm
Lombardia - Direzione Generale Agricoltura	http://www.buonalombardia.it/