

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ

# ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ, ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ: ΠΟΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΑΙΘΡΟ;

Απόστολος Γ. Παπαδόπουλος

# Ποια είναι τα ποιοτικά ή εναλλακτικά τρόφιμα;

- Υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία ποιοτικών και τοπικών τροφίμων με τα οποία θα ασχοληθούμε και τα οποία αποτελούν διεξόδους εναλλακτικές διεξόδους σε σχέση με την κατανάλωση συμβατικών τροφίμων.
- Όπως έχουμε δει, τα συμβατικά τρόφιμα συνδέονται με αρκετούς περιορισμούς και προβλήματα που έχουν επιπτώσεις στην οικονομία, στην κοινωνία, στο περιβάλλον, κ.λπ.
- Το βασικό ερώτημα που θα μας απασχολήσει είναι **αν τα εναλλακτικά τρόφιμα αποτελούν πραγματικά μια διέξοδο** προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα αδιέξοδα που παρατηρούνται στην «βιομηχανική γεωργία» και την «εντατική παραγωγή τροφίμων».
- Επίσης, ένα άλλο ερώτημα αφορά το **αν τα ποιοτικά ή/και τα τοπικά τρόφιμα ωθούν σε μια πιο ισόρροπη ανάπτυξη της υπαίθρου**, καθώς ενδεχομένως να επιλύουν σε ένα βαθμό τις ανισότητες που παρατηρούνται στην παραγωγή των συμβατικών τροφίμων.
- Τέλος, μας ενδιαφέρει **αν τα ποιοτικά/ τοπικά τρόφιμα μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες των καταναλωτών** και ειδικότερα ποιων ομάδων καταναλωτών/πολιτών που είναι σε θέση να στηρίξουν την επέκτασή τους.

# Η σημασία και το βάρος των διατροφικών κρίσεων

- Ένας αριθμός **συμβάντων ή/και οξύτατων κρίσεων της βιομηχανικής γεωργίας** όπως: η σαλμονέλα, η σπογκώδης εγκεφαλοπάθεια (BSE), οι γενετικά τροποποιημένοι οργανισμοί (GMOs) και ο αφθώδης πυρετός των ζώων (foot-and-mouth-disease) είχαν σημαντικές επιπτώσεις στις αντιλήψεις του κοινού για την αξία της οργανικής και της βιομηχανικής παραγωγής τροφίμων.
- Η παραγωγή τροφίμων έχει επηρεαστεί σε σημαντικότατο βαθμό από την **ανάγκη εξασφάλισης της εμπιστοσύνης** στην παραγωγή τροφίμων στο πλαίσιο της Ε.Ε.
- Αυτό το αυξανόμενο ενδιαφέρον έχει οδηγήσει στην **πίεση για την αναθεώρηση της ΚΑΠ** που συνδέεται με τη δημιουργία κινήτρων για τη μείωση της παραγωγής και την έμφαση στις ποιοτικές διαστάσεις των προϊόντων αλλά και των μεθόδων παραγωγής.
- Η διατροφική κρίση της «σπογκώδους εγκεφαλοπάθειας των βοοειδών» (ή νόσου των «τρελών αγελάδων») οδήγησε στην **πλήρη ανατροπή των στάσεων των καταναλωτών στην Ε.Ε. σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων.**
- Από την πλευρά των καταναλωτών, αυτή η διατροφική κρίση δεν θεωρήθηκε απλώς ως μια αποτυχία του θεσμικού ή/και ρυθμιστικού συστήματος της Ε.Ε.

# Η σημασία και το βάρος των διατροφικών κρίσεων

- Η κρίση εμπιστοσύνης αφορούσε στην αποτυχία της επιστήμης αφού ο κίνδυνος μετάδοσης της νόσου μεταξύ των ειδών δεν είχε εντοπιστεί έγκαιρα ή μάλλον καλύτερα θα πρέπει να ειπωθεί αποκλείστηκε από τους επιστήμονες.
- Σημειώνεται ότι το **κίνημα των ποιοτικών-εναλλακτικών αγροτικών προϊόντων** ενσωματώνεται στην κρατική στρατηγική για τη διαχείριση του αγροτικού χώρου. Αυτό το γεγονός μπορεί ενδεχομένως να εντείνει τις εσωτερικές αντιφάσεις αυτού του κινήματος.
- Η **ανάπτυξη μιας εμπορευματικής παραγωγής ποιοτικών προϊόντων** αφορά στη δημιουργία ενός συστήματος πιστοποίησης και τη διενέργεια ελέγχων για την επιβεβαίωση του γεγονότος ότι τα τρόφιμα που πωλούνται είναι αυθεντικά προϊόντα.
- Αυτό οδηγεί τις οργανώσεις των παραγωγών στην **ανάληψη αρμοδιοτήτων πιστοποίησης και διενέργειας ελέγχων** που βέβαια χρησιμοποιούνται για τη διασφάλιση των όρων παραγωγής μιας ακόμα κατηγορίας εμπορευμάτων. Αυτό το γεγονός μπορεί ενδεχομένως να εντείνει τις εσωτερικές αντιφάσεις αυτού του κινήματος.
- Αναφερόμενοι στη θεσμοποίηση των διαφορετικών μορφών παραγωγής ποιοτικών προϊόντων υποστηρίζουμε ότι η επικέντρωση των κανονισμών στις τεχνικές πρακτικές διευκολύνει την **ενσωμάτωσή τους στο ευρύτερο οικονομικό σύστημα της αγοράς.**

# Βιολογική (ή οργανική) γεωργία

- Οι κανονισμοί για την ασφάλεια των τροφίμων δίνουν έμφαση στο προϊόν καθώς επίσης στα χαρακτηριστικά της διαδικασίας παραγωγής.
- Οι διαδικασίες παραγωγής αποτελούν πεδίο ελέγχου και παρεμβάσεων προκειμένου να κατοχυρωθεί ότι η ποιότητα και η ασφάλεια των τροφίμων αποτελούν το βασικό στόχο.
- Στην πραγματικότητα μια ετικέτα διαχωρίζει τα οργανικά ή τα γενετικά τροποποιημένα προϊόντα από τα συμβατικά παραγόμενα τρόφιμα.
- Παράλληλα, οι ετικέτες που πιστοποιούν τη «γνησιότητα» ή/και τα χαρακτηριστικά των αποκαλούμενων «οργανικών», «βιολογικών» ή «ποιοτικών τροφίμων» νομιμοποιούν στη συνείδηση των καταναλωτών μια τεχνοκεντρική αντίληψη της ασφάλειας των τροφίμων αφήνοντας χώρο για την διαμόρφωση των «επιλογών των καταναλωτών», στην κυριαρχία του καταναλωτή και της αγοράς αλλά και στο άτομο.



*Το logo της βιολογικής γεωργίας*

# WHAT IS ORGANIC FARMING?

Organic production is an overall system of farm management and food production that combines best environment practices, a high level of biodiversity, the preservation of natural resources and the application of high animal welfare standards

## KEY PRINCIPLES



The use of chemical pesticides and synthetic fertilisers is banned



Antibiotics are severely restricted



GMOs are not allowed



Crops are rotated



The EU's organic logo guarantees EU rules on organic farming have been respected



[europarl.eu](http://europarl.eu)

**Sources:**

EPRS, European Commission

# Τι είναι η βιολογική καλλιέργεια;

- Η βιολογική καλλιέργεια είναι μια γεωργική μέθοδος που αποσκοπεί στην παραγωγή τροφίμων με τη χρήση φυσικών ουσιών και διεργασιών. Αυτό σημαίνει ότι η βιολογική καλλιέργεια έχει περιορισμένες περιβαλλοντικές επιπτώσεις, καθώς ενθαρρύνει:
  - την υπεύθυνη χρήση της ενέργειας και των φυσικών πόρων
  - τη διατήρηση της βιοποικιλότητας
  - τη διατήρηση των περιφερειακών οικολογικών ισορροπιών
  - τη βελτίωση της γονιμότητας του εδάφους
  - τη διατήρηση της ποιότητας του νερού
- Επιπλέον, οι κανόνες για τη βιολογική γεωργία προωθούν υψηλού επιπέδου πρότυπα όσον αφορά τις συνθήκες διαβίωσης των ζώων και απαιτούν από τους γεωργούς να καλύπτουν τις ανάγκες συμπεριφοράς των ζώων ανά είδος.
- Στόχος των σχετικών κανονισμών για την βιολογική γεωργία είναι να ικανοποιηθεί η ζήτηση των καταναλωτών για αξιόπιστα βιολογικά προϊόντα, ενώ παράλληλα θα προσφέρουν μια δίκαιη αγορά για τους παραγωγούς, τους διανομείς και τους εμπόρους.

# Χτίζοντας εμπιστοσύνη στα βιολογικά τρόφιμα

- Η ΕΕ διατηρεί το ακόλουθο αυστηρό σύστημα ελέγχου και επιβολής για τη διασφάλιση της κατάλληλης τήρησης των κανόνων και των διατάξεων για τα βιολογικά προϊόντα. Δεδομένου ότι η βιολογική καλλιέργεια αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης αλυσίδας εφοδιασμού που περιλαμβάνει τους τομείς μεταποίησης, διανομής και λιανικής πώλησης των τροφίμων, οι κλάδοι αυτοί υπόκεινται επίσης σε ελέγχους.
  - Κάθε χώρα της ΕΕ ορίζει «φορείς ή αρχές ελέγχου» για την παρακολούθηση των επιχειρήσεων στην αλυσίδα βιολογικών τροφίμων. Οι παραγωγοί, οι διανομείς και οι έμποροι βιολογικών προϊόντων πρέπει πρώτα να εγγράφονται στον τοπικό φορέα ελέγχου προκειμένου να τους επιτραπεί να διαθέσουν βιολογικά τρόφιμα στην αγορά.
  - Αφού υποβληθούν σε επιθεώρηση και έλεγχο, τους χορηγείται πιστοποιητικό που επιβεβαιώνει ότι τα προϊόντα τους πληρούν τα βιολογικά πρότυπα.
  - Όλοι οι φορείς ελέγχονται τουλάχιστον μία φορά το χρόνο για να βεβαιωθεί ότι συνεχίζουν να ακολουθούν τους κανόνες.
  - Τα εισαγόμενα βιολογικά τρόφιμα υπόκεινται επίσης σε διαδικασίες ελέγχου για να εξασφαλίζεται ότι έχουν επίσης παραχθεί και μεταφερθεί σύμφωνα με τις αρχές της βιολογικής καλλιέργειας.

## ORGANIC AGRICULTURAL LAND\*

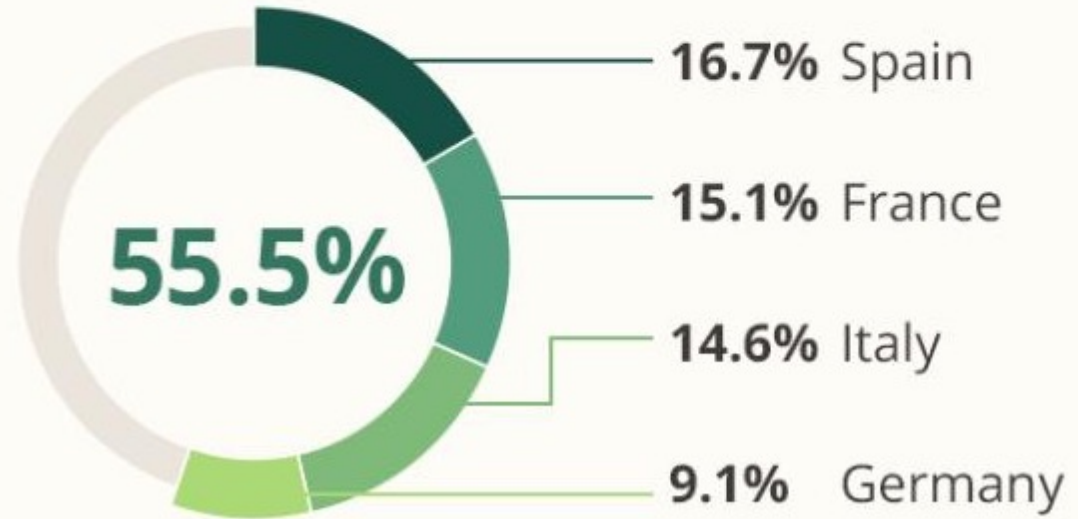
**13.4**

million hectares



of land used for  
agriculture

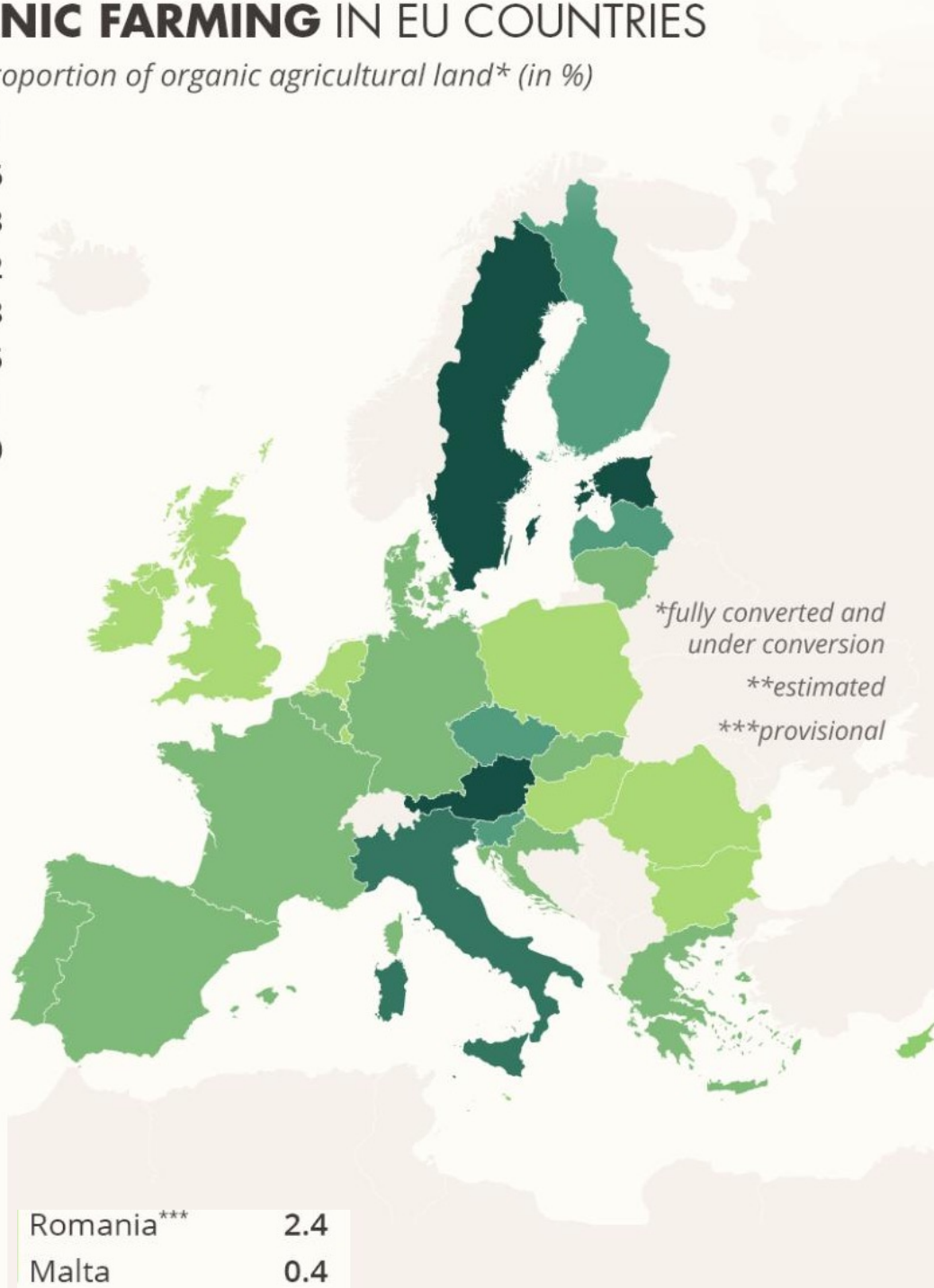
Four countries together account for  
**55.5%** of the EU's total organic area



# ORGANIC FARMING IN EU COUNTRIES

Proportion of organic agricultural land\* (in %)

|                |      |
|----------------|------|
| Austria        | 24.1 |
| Estonia        | 20.6 |
| Sweden         | 20.3 |
| Italy**        | 15.2 |
| Czech Republic | 14.8 |
| Latvia***      | 14.5 |
| Finland        | 13.1 |
| Slovenia       | 10.0 |
| Slovakia       | 9.9  |
| Denmark        | 9.8  |
| Greece         | 9.3  |
| Spain          | 9.3  |
| Lithuania      | 8.1  |
| Germany        | 7.3  |
| France         | 7.0  |
| Croatia        | 6.9  |
| Belgium***     | 6.6  |
| Portugal       | 5.9  |
| Cyprus***      | 4.6  |
| Luxembourg     | 4.4  |
| Hungary        | 3.9  |
| Poland         | 3.3  |
| Netherlands*** | 3.2  |
| United Kingdom | 2.6  |
| Ireland        | 2.6  |
| Bulgaria***    | 2.6  |



## CROP TYPES

% of the EU's total organic crop area



 **45.2%**

Arable land crops (*mainly cereals, fresh vegetables, green fodder and industrial crops*)

 **43.9%**

Permanent grassland (*pastures and meadows, mostly used for grazing organic livestock*)

 **10.8%**

Permanent crops (*fruit trees and berries, olive groves and vineyards*)



[europarl.eu](http://europarl.eu)

**Sources:**  
Eurostat

# WHO CONSUMES THE MOST ORGANIC FOOD?

*Retail sales (€) in 2018*



# DEVELOPMENT OF THE EU-28 ORGANIC FOOD MARKET

Sales  
**+79.8%**

€20.8 billion



2012

€37.4 billion



2018

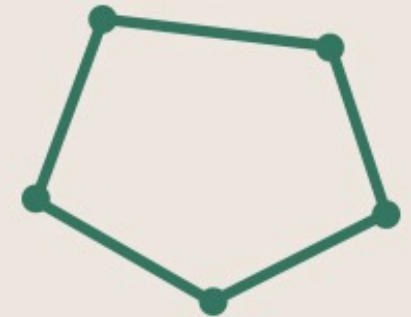
Organic farmland  
**+33.7%**

10,047,896  
hectares



2012

13,438,168  
hectares



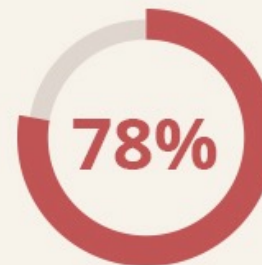
2018

# WHAT DO EUROPEANS THINK ABOUT ORGANIC FOOD?

2017

79%

It is produced with a very restricted use of pesticides, fertilisers or antibiotics



It is produced using better environmental practices

76%

It respects higher animal welfare standards



It is of better quality



70%

It is safer



[europarl.eu](http://europarl.eu)

Sources:

EPRS, Eurostat, Eurobarometer, FiBL

# Διευρύνοντας την αγορά βιολογικών τροφίμων

- Η βιολογική καλλιέργεια αποτελεί ταχέως αναπτυσσόμενο τομέα της γεωργίας της ΕΕ, ως άμεσο αποτέλεσμα του αυξανόμενου ενδιαφέροντος των καταναλωτών για βιολογικά προϊόντα.
- Ανταποκρινόμενη στις προκλήσεις που θέτει αυτή η επέκταση και με σκοπό τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού νομικού πλαισίου για τον τομέα, η ΕΕ θέσπισε νέα νομοθεσία για τον τομέα της βιολογικής παραγωγής (εφαρμόζεται από την 1η Ιανουαρίου 2022).
- Βασικές αλλαγές που περιλαμβάνει η νέα νομοθεσία για τα βιολογικά προϊόντα:
  - ενίσχυση του συστήματος ελέγχου, με σκοπό την αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στο σύστημα βιολογικών προϊόντων της ΕΕ
  - νέοι κανόνες για τους παραγωγούς οι οποίοι θα διευκολύνουν τη στροφή των μικρότερων γεωργών στη βιολογική παραγωγή
  - νέοι κανόνες για τα εισαγόμενα βιολογικά προϊόντα, ώστε να εξασφαλιστεί ότι όλα τα βιολογικά προϊόντα που πωλούνται στην ΕΕ ακολουθούν τα ίδια πρότυπα
  - μεγαλύτερο φάσμα προϊόντων που διατίθενται στην αγορά ως βιολογικά

# Αναλογιζόμενοι τα εναλλακτικά τρόφιμα

- Από το «παραγωγιστικό» αγροδιατροφικό μοντέλο περνάμε σε ένα «μετα-παραγωγιστικό» διαιτητικό μοντέλο που προβάλλει την ποιότητα και την υγιεινή διατροφή στη βάση κοινωνικά δομημένων κριτηρίων.
- Παράλληλα, εναλλακτικά αγροδιατροφικά δίκτυα παραγωγής και εμπορίας (βραχείες αγροδιατροφικές αλυσίδες, απευθείας πώληση στην εκμετάλλευση κ.ά.) προστίθενται στα ήδη υπάρχοντα συμβατικά.
- Οι περιοχές της υπαίθρου βρίσκονται σήμερα στην ανάγκη αναπροσδιορισμού της ταυτότητάς τους, ξανα-ανακαλύπτοντας μια πλούσια πατροπαράδοτη κληρονομιά που συνδέεται με τον πολιτισμό, την ιστορία, τις τέχνες και τις τεχνικές του τόπου τους.
- Είναι αυτή η κληρονομιά που διαφοροποιεί τη μια περιοχή από μια άλλη και που χρησιμεύει, σήμερα, σαν αντίβαρο στις αρνητικές συνέπειες της παγκοσμιοποίησης.
- Η αξιοποίηση αυτής της κληρονομιάς, ως ένας ιδιόμορφος τοπικός πόρος - που δεν είναι αναπαράξιμος αλλού (όπως π.χ. φυλές ζώων, συνταγές και τεχνολογίες μεταποίησης που δημιουργούν συγκεκριμένους τύπους προϊόντων κτλ.) - αποτελεί για ορισμένες περιοχές ένα ισχυρό πλεονέκτημα για την τοπική ανάπτυξη.

# Αναλογιζόμενοι τα εναλλακτικά τρόφιμα

- Η πρόσφατη αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για τα ιδιότυπα αγροτικά προϊόντα, που κατά κανόνα αφορούν σε προϊόντα που παραπέμπουν σε εικόνες και αναπαραστάσεις του «παραδοσιακού», «φυσικού» ή «αυθεντικού», οδηγεί σε μια κοινωνική ανακατασκευή των προϊόντων αυτών και σε μια αναδιατύπωση της τοπικής ταυτότητας.
- Πρόκειται για τη διαχείριση θεσμοθετημένων ονομασιών προέλευσης των τοπικών ιδιότυπων προϊόντων (όπως π.χ., προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ) ή γεωγραφική ένδειξη (ΠΓΕ) για τυριά, κρασιά, λάδια και άλλα τρόφιμα) ή πιστοποιημένα αγροδιατροφικά και βιοτεχνικά προϊόντα μέσα από μηχανισμούς ελέγχου των παραγωγικών διαδικασιών και διασφάλισης της ποιότητας (π.χ. HACCP και ISO)
- Η αξιοποίηση της αγροτικής κληρονομιάς και των τοπικών τεχνογνωσιών αναδεικνύει τρεις βασικές διαστάσεις της διαδικασίας αυτής:
  - η διάσταση του τοπικού, αντιπροσωπεύει ένα σύστημα αξιών, τρόπων σκέψης σχετικά ομοιογενών και μια ηθική της εργασίας, της οικογένειας, της υπευθυνότητας και της αλλαγής
  - η διάσταση του ενδογενούς, που μας παραπέμπει στους ενδογενείς πόρους ενός δεδομένου τόπου (ανθρώπινους, φυσικούς, πολιτισμικούς, κεφαλαιουχικούς)
  - η διάσταση της καινοτομίας, με την έννοια της αναζήτησης νέων λύσεων στις προκλήσεις και τις αυξανόμενες αβεβαιότητες που γεννά ο ανταγωνισμός των διεθνών αγορών

# Δημιουργώντας αγορές τοπικών τροφίμων

- Η πολιτική της ΕΕ για την ποιότητα αποσκοπεί στην προστασία της ονομασίας συγκεκριμένων προϊόντων με σκοπό την προβολή των μοναδικών τους χαρακτηριστικών, τα οποία συνδέονται με τη γεωγραφική τους προέλευση καθώς και με την παραδοσιακή τεχνογνωσία.
- Οι ονομασίες προϊόντων μπορούν να συνοδεύονται από «γεωγραφική ένδειξη» (ΓΕ) (Geographical Indication) εάν έχουν ειδικό δεσμό με τον τόπο στον οποίο παράγονται.
- Η αναγνώριση των ΓΕ δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να εμπιστεύονται και να διακρίνουν τα προϊόντα ποιότητας, ενώ παράλληλα βοηθά τους παραγωγούς στην καλύτερη διάθεση των προϊόντων τους στην αγορά.
- Τα υπό εξέταση προϊόντα ή τα προϊόντα στα οποία έχει χορηγηθεί αναγνώριση ΓΕ περιλαμβάνονται σε μητρώα προϊόντων ποιότητας. Στα ως άνω μητρώα περιλαμβάνονται επίσης πληροφορίες σχετικά με τις γεωγραφικές προδιαγραφές και τις προδιαγραφές προϊόντος για κάθε προϊόν.
- Οι γεωγραφικές ενδείξεις αναγνωρίζονται ως διανοητική ιδιοκτησία και διαδραματίζουν ολοένα σημαντικότερο ρόλο στις εμπορικές διαπραγματεύσεις μεταξύ της ΕΕ και άλλων χωρών.
- Άλλα συστήματα ποιότητας της ΕΕ δίνουν έμφαση στην παραδοσιακή διαδικασία παραγωγής ή σε προϊόντα που παράγονται σε δύσκολες φυσικές περιοχές, όπως τα βουνά ή τα νησιά.

# Δημιουργώντας αγορές τοπικών τροφίμων

- Οι γεωγραφικές ενδείξεις κατοχυρώνουν δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας για συγκεκριμένα προϊόντα, των οποίων οι ιδιότητες συνδέονται ειδικά με την περιοχή παραγωγής.
- Οι γεωγραφικές ενδείξεις περιλαμβάνουν:
  - ΠΟΠ — προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (τρόφιμα και οίνοι)
  - ΠΓΕ — προστατευμένη γεωγραφική ένδειξη (τρόφιμα και οίνοι)
  - ΓΕ — γεωγραφική ένδειξη (αλκοολούχα ποτά και αρωματισμένοι οίνοι).
- Το σύστημα γεωγραφικών ενδείξεων της ΕΕ προστατεύει τις ονομασίες των προϊόντων που προέρχονται από συγκεκριμένες περιοχές και έχουν ειδικές ιδιότητες ή απολαμβάνουν φήμης που συνδέεται με την περιοχή παραγωγής.
- Οι διαφορές μεταξύ των ΠΟΠ και των ΠΓΕ σχετίζονται κυρίως με την ποσότητα πρώτων υλών του προϊόντος που πρέπει να προέρχονται από την περιοχή ή με τον βαθμό στον οποίο η διαδικασία παραγωγής οφείλει να πραγματοποιείται εντός της συγκεκριμένης περιοχής. Οι ΓΕ αφορούν ειδικά τα αλκοολούχα ποτά και τους αρωματισμένους οίνους.

# Δημιουργώντας αγορές τοπικών τροφίμων

- Εδώ δεν προστατεύεται η τοπική προέλευση, αλλά η σύσταση του προϊόντος, την οποία μπορούν να «επιτύχουν» όλοι οι παραγωγοί της Κοινότητας αρκεί να τηρήσουν ορισμένες προδιαγραφές από τις οποίες θα προκύπτουν τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά του ιδιότυπου προϊόντος και έτσι θα διακρίνεται από άλλα προϊόντα ή τρόφιμα που ανήκουν στην ίδια κατηγορία
- Πρόκειται για μια προσπάθεια «επανατοπικοποίησης» της αγοράς και «επανυλοποίησης» των προϊόντων
- Τα αγροτικά προϊόντα μπορούν πλέον να κυκλοφορούν και αυτά συνιστούν και το πλεονέκτημα της πώλησής των:
  - συγκεκριμένος τρόπος παραγωγής και γεωγραφικής σύνδεσης με τις «ρίζες» του προϊόντος αλλά και της ενιαίας πλέον αγοράς,
  - με το παραπάνω σύστημα ενοποιούνται ταυτόχρονα και εξομοιώνονται οι διάσπαρτες και ανόμοιες εθνικές διατάξεις

# Δημιουργώντας αγορές τοπικών τροφίμων

- Οι προϋποθέσεις υπό τις οποίες δίδεται μια ονομασία "ΠΓΕ" ή "ΠΟΠ" που περιλαμβάνεται στις προδιαγραφές είναι:
  - Ονομασία
  - Περιγραφή του προϊόντος
  - Γεωγραφική οριοθέτηση
  - Μέθοδοι παραγωγής
  - Στοιχεία που αφορούν το γεωγραφικό περιβάλλον
  - Οργανισμοί ελέγχου
  - Σήμανση
  - Ενδεχόμενες απαιτήσεις σχετικά με τα πρότυπα οι οποίες θα πρέπει να πληρούνται

# Προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ)

- Οι ονομασίες προϊόντων που έχουν καταχωριστεί ως ΠΟΠ είναι εκείνες που έχουν τους ισχυρότερους δεσμούς με την περιοχή στην οποία παρασκευάζονται αυτά τα προϊόντα.
- Προϊόντα:
  - Τρόφιμα, γεωργικά προϊόντα και οίνοι.
- Προδιαγραφές:
  - Κάθε μέρος της διαδικασίας παραγωγής, μεταποίησης και παρασκευής πρέπει να πραγματοποιείται στη συγκεκριμένη περιοχή.
  - Για τους οίνους, αυτό σημαίνει ότι τα σταφύλια πρέπει να προέρχονται αποκλειστικά από τη γεωγραφική περιοχή όπου παράγεται ο οίνος.
- Παράδειγμα:
  - Το ελαιόλαδο ΠΟΠ Καλαμάτα παράγεται εξ ολοκλήρου στην περιοχή της Καλαμάτας στην Ελλάδα, με ποικιλίες ελιάς της περιοχής αυτής.
- Ετικέτα
  - Υποχρεωτική για τα τρόφιμα και τα γεωργικά προϊόντα
  - Προαιρετική για τους οίνους

# Προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη (ΠΓΕ)

- Η ΠΓΕ δίνει έμφαση στη σχέση μεταξύ της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής και της ονομασίας του προϊόντος, όπου μια συγκεκριμένη ιδιότητα, φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό μπορεί να αποδοθεί κατά κύριο λόγο στη γεωγραφική του καταγωγή.
- Προϊόντα:
  - *Τρόφιμα, γεωργικά προϊόντα και οίνοι.*
- Προδιαγραφές:
  - *Για τα περισσότερα προϊόντα, τουλάχιστον ένα από τα στάδια της παραγωγής, της μεταποίησης ή της παρασκευής πραγματοποιείται στη συγκεκριμένη περιοχή.*
  - *Στην περίπτωση των οίνων, αυτό σημαίνει ότι τουλάχιστον το 80 % των χρησιμοποιούμενων σταφυλιών πρέπει να προέρχονται αποκλειστικά από τη γεωγραφική περιοχή στην οποία παράγεται πραγματικά ο οίνος.*
- Παράδειγμα
  - *Το χοιρομέρι με την ΠΓΕ Westfälischer Knochenschinken παράγεται στη Βεστφαλία με πατροπαράδοτες τεχνικές, αλλά το χρησιμοποιούμενο κρέας δεν προέρχεται αποκλειστικά από ζώα που γεννήθηκαν και εκτράφηκαν στη συγκεκριμένη περιοχή της Γερμανίας.*
- Ετικέτα
  - *Υποχρεωτική για τα τρόφιμα και τα γεωργικά προϊόντα*
  - *Προαιρετική για τους οίνους*

# Εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν

- Το σήμα εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν (ΕΠΙΠ) προβάλλει τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος, όπως τον τρόπο με τον οποίο παράγεται το προϊόν ή τη σύνθεσή του, δίχως να γίνεται σύνδεση με συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Όταν ένα προϊόν καταχωρίζεται ως ΕΠΙΠ, προστατεύεται από την παραποίηση και την κατάχρηση.
- Προϊόντα:
  - *Τρόφιμα και γεωργικά προϊόντα.*
- Παράδειγμα:
  - *Το ΕΠΙΠ Gueuze είναι μια παραδοσιακή μπύρα που παράγεται με αυθόρμητη ζύμωση. Συνήθως παράγεται στην πόλη των Βρυξελλών και στα περίχωρά της, στο Βέλγιο. Ωστόσο, ως ΕΠΙΠ, η μέθοδος παραγωγής της προστατεύεται μεν, αλλά θα μπορούσε να παραχθεί και κάπου αλλού.*
- Ετικέτα
  - *Υποχρεωτική για όλα τα τρόφιμα και τα γεωργικά προϊόντα.*

# Προϊόν ορεινής παραγωγής

## ■ Προϊόν ορεινής παραγωγής

- *Η ένδειξη ποιότητας «προϊόν ορεινής παραγωγής» επισημαίνει τις ιδιαιτερότητες ενός προϊόντος, που παράγεται σε ορεινές περιοχές, με δύσκολες φυσικές συνθήκες.*
- *Η αναγνώριση αυτή αποτελεί πλεονέκτημα τόσο για τους γεωργούς όσο και για τους καταναλωτές. Επιτρέπει την καλύτερη διάθεση του προϊόντος στην αγορά από πλευράς των γεωργών, αλλά επίσης εξασφαλίζει ότι ορισμένα χαρακτηριστικά είναι σαφή στον καταναλωτή.*

## ■ Προϊόντα

- *Γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα.*

## ■ Προδιαγραφές

- *Οι πρώτες ύλες και οι ζωοτροφές προέρχονται από ορεινές περιοχές. Για τα μεταποιημένα προϊόντα, η παραγωγή θα πρέπει να πραγματοποιείται επίσης στις εν λόγω περιοχές.*

# Προϊόν των απομακρυσμένων περιοχών της ΕΕ

- Η γεωργία στις αρκετά απομακρυσμένες περιοχές της ΕΕ αντιμετωπίζει δυσκολίες λόγω του μεθοριακού και του νησιωτικού τους χαρακτήρα, που συνεπάγεται δύσκολες γεωγραφικές και μετεωρολογικές συνθήκες.
- Για τη διασφάλιση μεγαλύτερης ευαισθητοποίησης όσον αφορά τα γεωργικά προϊόντα από τις εξόχως απόκεντρες περιοχές της ΕΕ (τα γαλλικά υπερπόντια διαμερίσματα — Γουαδελούπη, Γαλλική Γουιάνα, Ρεϊνιόν και Μαρτινίκα — καθώς και τις Αζόρες, τη Μαδέρα και τις Κανάριες Νήσους) έχει δημιουργηθεί ειδικό λογότυπο.
- Προϊόντα
  - *Γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα.*
- Προδιαγραφές
  - *Παράγονται σε εξόχως απομακρυσμένες περιοχές*
- Υπάρχουν συγκεκριμένα λογότυπα για γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα που προέρχονται από εξόχως απόκεντρες περιοχές της ΕΕ

**Table 1 – Number of GIs/TSGs covered by the data collection per MS and per sector (ordered by % per MS)**

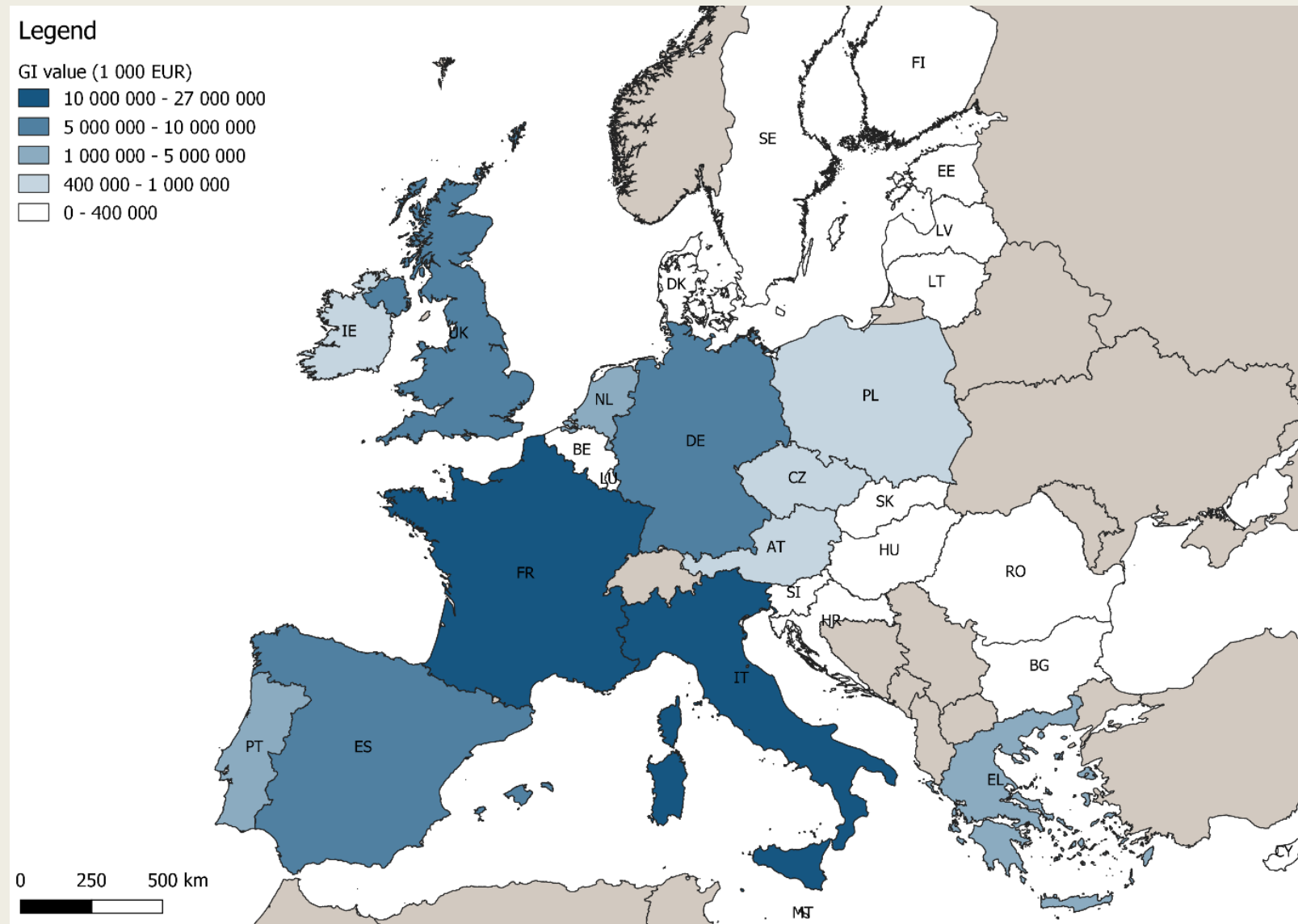
| MS               | Agricultural products and foodstuffs |     | Wines        | Spirits    | Aromatised wines | Total        | % per MS | % Cumulative <sup>7</sup> |
|------------------|--------------------------------------|-----|--------------|------------|------------------|--------------|----------|---------------------------|
|                  | PDO/PGI                              | TSG |              |            |                  |              |          |                           |
| IT               | 289                                  | 2   | 521          | 37         | 1                | 850          | 27%      | 27%                       |
| FR               | 239                                  | 1   | 432          | 52         | 1                | 725          | 23%      | 49%                       |
| ES               | 192                                  | 4   | 131          | 19         |                  | 346          | 11%      | 60%                       |
| EL               | 104                                  | 0   | 147          | 16         |                  | 267          | 8%       | 68%                       |
| PT               | 136                                  | 1   | 40           | 11         |                  | 188          | 6%       | 74%                       |
| DE               | 89                                   | 0   | 39           | 34         | 2                | 164          | 5%       | 79%                       |
| UK               | 60                                   | 3   | 4            | 4          |                  | 71           | 2%       | 81%                       |
| BG               | 2                                    | 4   | 54           | 9          |                  | 69           | 2%       | 84%                       |
| RO               | 3                                    | 0   | 50           | 9          |                  | 62           | 2%       | 86%                       |
| HU               | 13                                   | 1   | 35           | 7          |                  | 56           | 2%       | 87%                       |
| AT               | 16                                   | 1   | 29           | 9          |                  | 55           | 2%       | 89%                       |
| SI               | 20                                   | 3   | 17           | 7          |                  | 47           | 1%       | 90%                       |
| CZ               | 29                                   | 0   | 13           | 1          |                  | 43           | 1%       | 92%                       |
| PL               | 29                                   | 9   |              | 3          |                  | 41           | 1%       | 93%                       |
| HR               | 15                                   | 0   | 16           | 6          | 1                | 38           | 1%       | 94%                       |
| BE               | 13                                   | 5   | 9            | 10         |                  | 37           | 1%       | 95%                       |
| NL               | 11                                   | 3   | 12           | 5          |                  | 31           | 1%       | 96%                       |
| SK               | 11                                   | 7   | 8            | 1          |                  | 27           | 1%       | 97%                       |
| CY               | 5                                    | 0   | 11           | 2          |                  | 18           | 1%       | 98%                       |
| LT               | 7                                    | 0   |              | 8          |                  | 15           | 0%       | 98%                       |
| FI               | 7                                    | 3   |              | 2          |                  | 12           | 0%       | 99%                       |
| SE               | 6                                    | 2   |              | 3          |                  | 11           | 0%       | 99%                       |
| DK               | 6                                    | 0   | 4            |            |                  | 10           | 0%       | 99%                       |
| IE               | 5                                    | 2   |              | 3          |                  | 10           | 0%       | 100%                      |
| LV               | 2                                    | 3   |              |            |                  | 5            | 0%       | 100%                      |
| LU               | 4                                    | 0   | 1            |            |                  | 5            | 0%       | 100%                      |
| MT               | 0                                    | 0   | 3            |            |                  | 3            | 0%       | 100%                      |
| EE               | 0                                    | 0   |              | 1          |                  | 1            | 0%       | 100%                      |
| <b>Sub-total</b> | 1 313                                | 54  | 1 576        | 259        | 5                | 3 207        | 100%     | /                         |
| <b>Total</b>     | <b>1 367</b>                         |     | <b>1 576</b> | <b>259</b> | <b>5</b>         | <b>3 207</b> | 100%     | /                         |
| <b>%</b>         | 43%                                  |     | 49%          | 8%         | 0%               | 100%         | /        | /                         |

**Table 3 – Sales value by scheme in the EU between 2010 and 2017 (million EUR)**

|                                      | <b>2010</b>   | <b>2011</b>   | <b>2012</b>   | <b>2013</b>   | <b>2014</b>   | <b>2015</b>   | <b>2016</b>   | <b>2017</b>   |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Wines                                | 29 630        | 32 099        | 33 934        | 34 976        | 35 741        | 37 586        | 37 889        | 39 418        |
| Agricultural products and foodstuffs | 16 603        | 19 672        | 21 433        | 21 922        | 23 068        | 23 714        | 26 074        | 27 339        |
| Spirit drinks                        | 8 249         | 9 140         | 9 458         | 9 500         | 9 063         | 9 456         | 9 493         | 10 347        |
| Aromatised wine products             | 31            | 36            | 35            | 32            | 37            | 39            | 39            | 43            |
| <b>Total GIs (excluding TSGs)</b>    | <b>54 513</b> | <b>59 357</b> | <b>62 852</b> | <b>64 215</b> | <b>66 151</b> | <b>69 483</b> | <b>71 592</b> | <b>74 759</b> |
| <b>Total (GIs + TSGs)</b>            | <b>54 513</b> | <b>60 946</b> | <b>64 861</b> | <b>66 431</b> | <b>67 909</b> | <b>70 794</b> | <b>73 495</b> | <b>77 148</b> |

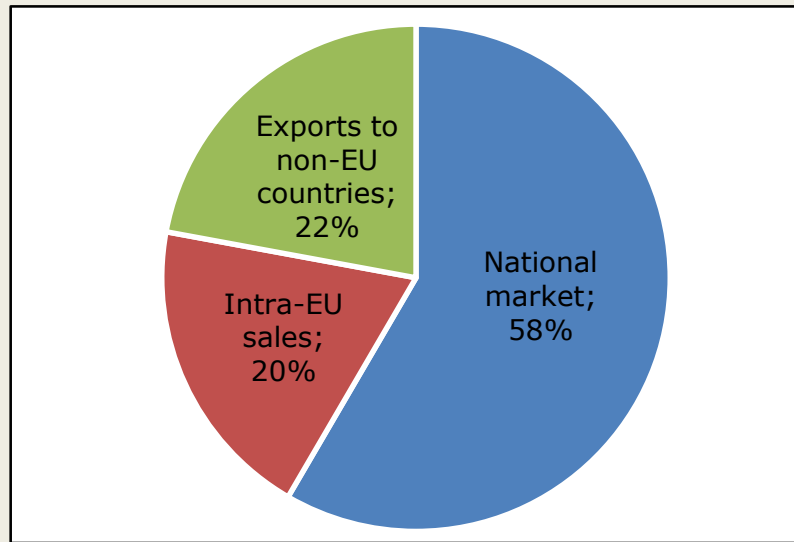
Source: AND International study for DG AGRI

**Figure 2 – Mapping of the EU28 according to the national GIs sales value in 2017 (excluding TSGs)**



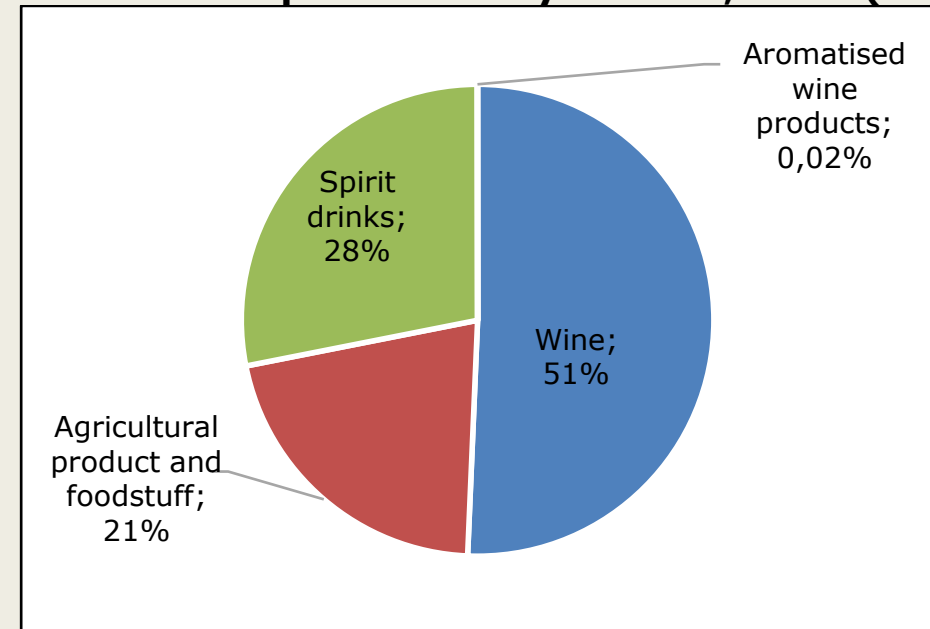
Source: AND International study for DG AGRI / EU Food&Drink Europe

**Figure 4 – Sales value of GI/TSG products by destination, 2017 (%)**



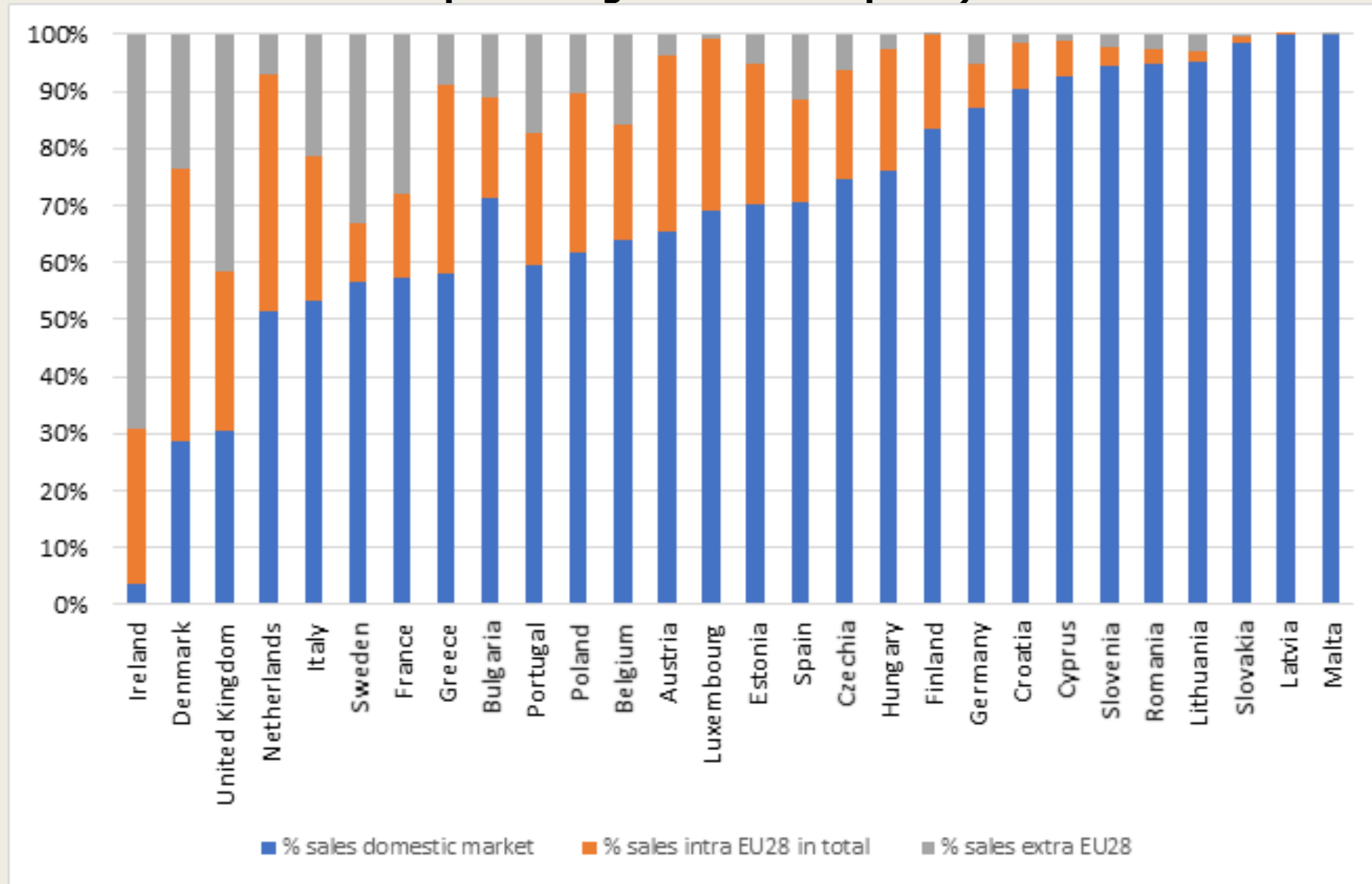
Source: AND-International study for DG AGRI

**Figure 5 – Whole exports sales by scheme, 2017 (%)**



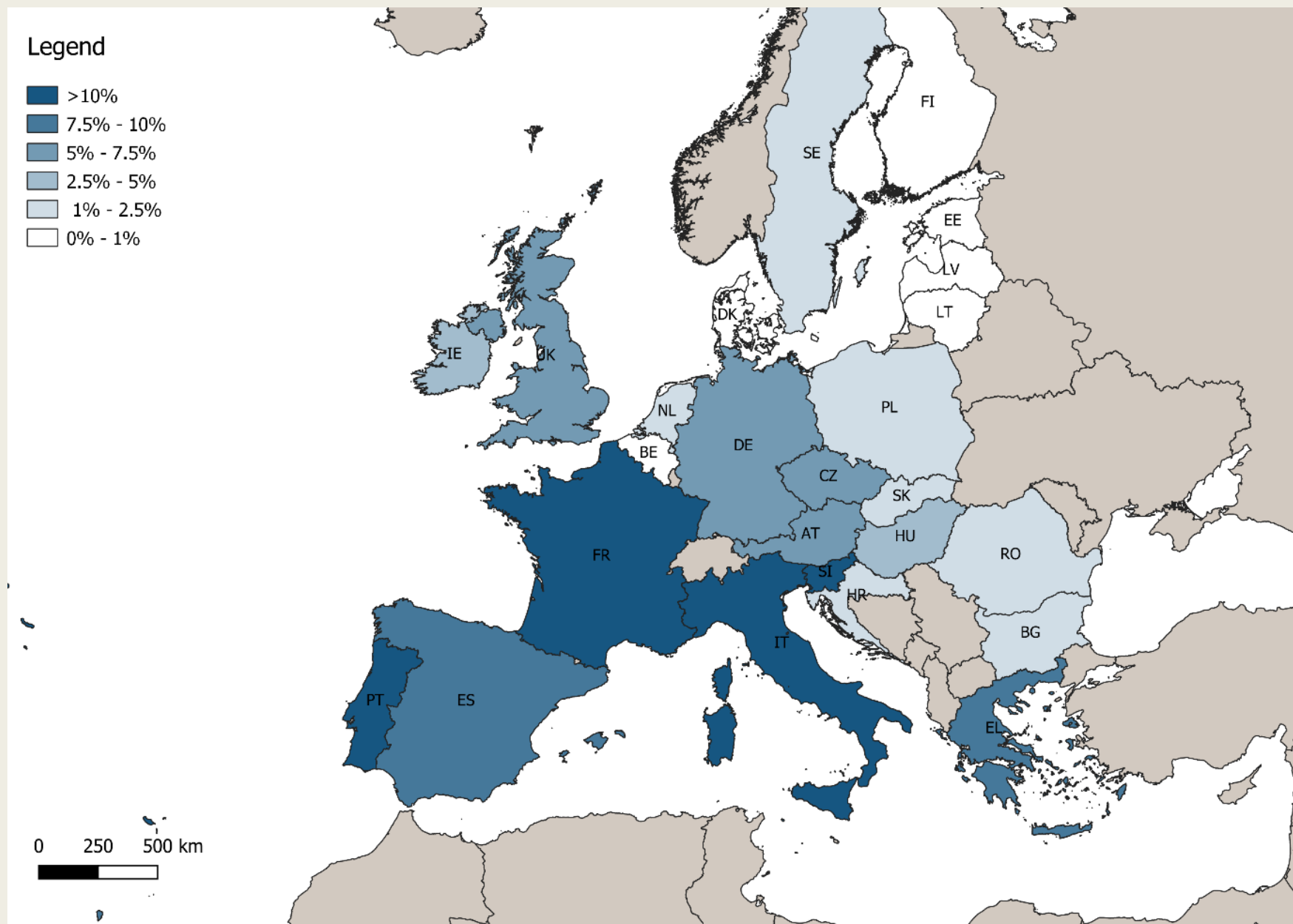
Source: AND-International study for DG AGRI

**Figure 6 – Export profile of the Member States (sales of each market as a percentage of whole exports)**



Source: AND-International study for DG AGRI

**Figure 7 – Share of the GIs/TSGs value in the food and drink sectors in 2017**



Source: AND International study for DG AGRI / FoodDrinkEurope

**Table 7: Sales value of agricultural products and foodstuffs under GI/TSG in the EU (million EUR)**

| AGRI-FOOD             | 2005          | 2010          | 2011          | 2012          | 2013          | 2014          | 2015          | 2016          | 2017          | %            | Evol.<br>2017/2010<br>(TSG evol<br>2017/2011) | % of growth |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|-----------------------------------------------|-------------|
| <b>PDO</b>            | 7 401         | 8 716         | 8 953         | 9 058         | 8 911         | 9 275         | 9 388         | 9 810         | 10 310        | 38%          | 15%                                           | 18%         |
| <b>PGI</b>            | 6 166         | 7 887         | 9 131         | 10 367        | 10 795        | 12 035        | 13 014        | 14 361        | 14 640        | 53,5%        | 60%                                           | 72%         |
| <b>TSG</b>            | 0             | 0             | 1 588         | 2 009         | 2 216         | 1 758         | 1 312         | 1 902         | 2 389         | 8,5%         | 50%                                           | 10%         |
| <b>GI (PDO + PGI)</b> | 13 566        | 16 603        | 18 083        | 19 425        | 19 706        | 21 310        | 22 402        | 24 171        | 24 950        | 91%          | 38%                                           | 90%         |
| <b>Total</b>          | <b>13 566</b> | <b>16 603</b> | <b>19 672</b> | <b>21 433</b> | <b>21 922</b> | <b>23 068</b> | <b>23 714</b> | <b>26 074</b> | <b>27 339</b> | <b>100 %</b> | <b>39%</b>                                    | <b>100%</b> |

Source: AND-International study for DG AGRI

**Table 8: Sales volume of agricultural products and foodstuffs under GI/TSG in the EU (million EUR)<sup>16</sup>**

| AGRI-FOOD    | 2005         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017          | %           | Evol.<br>2017/2010 | % of growth |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|--------------------|-------------|
| <b>PDO</b>   | 1 969        | 3 091        | 1 668        | 1 775        | 1 783        | 1 836        | 1 882        | 1 884        | 1 975         | 20%         | 18%                | 11%         |
| <b>PGI</b>   | 3 414        | 5 233        | 5 398        | 5 685        | 5 843        | 6 235        | 6 719        | 7 207        | 7 149         | 71%         | 32%                | 65%         |
| <b>TSG</b>   | 0            | 0            | 234          | 314          | 344          | 320          | 283          | 391          | 879           | 9%          | 276%               | 24%         |
| <b>Total</b> | <b>5 383</b> | <b>8 324</b> | <b>7 300</b> | <b>7 774</b> | <b>7 970</b> | <b>8 391</b> | <b>8 884</b> | <b>9 482</b> | <b>10 004</b> | <b>100%</b> | <b>37%</b>         | <b>100%</b> |

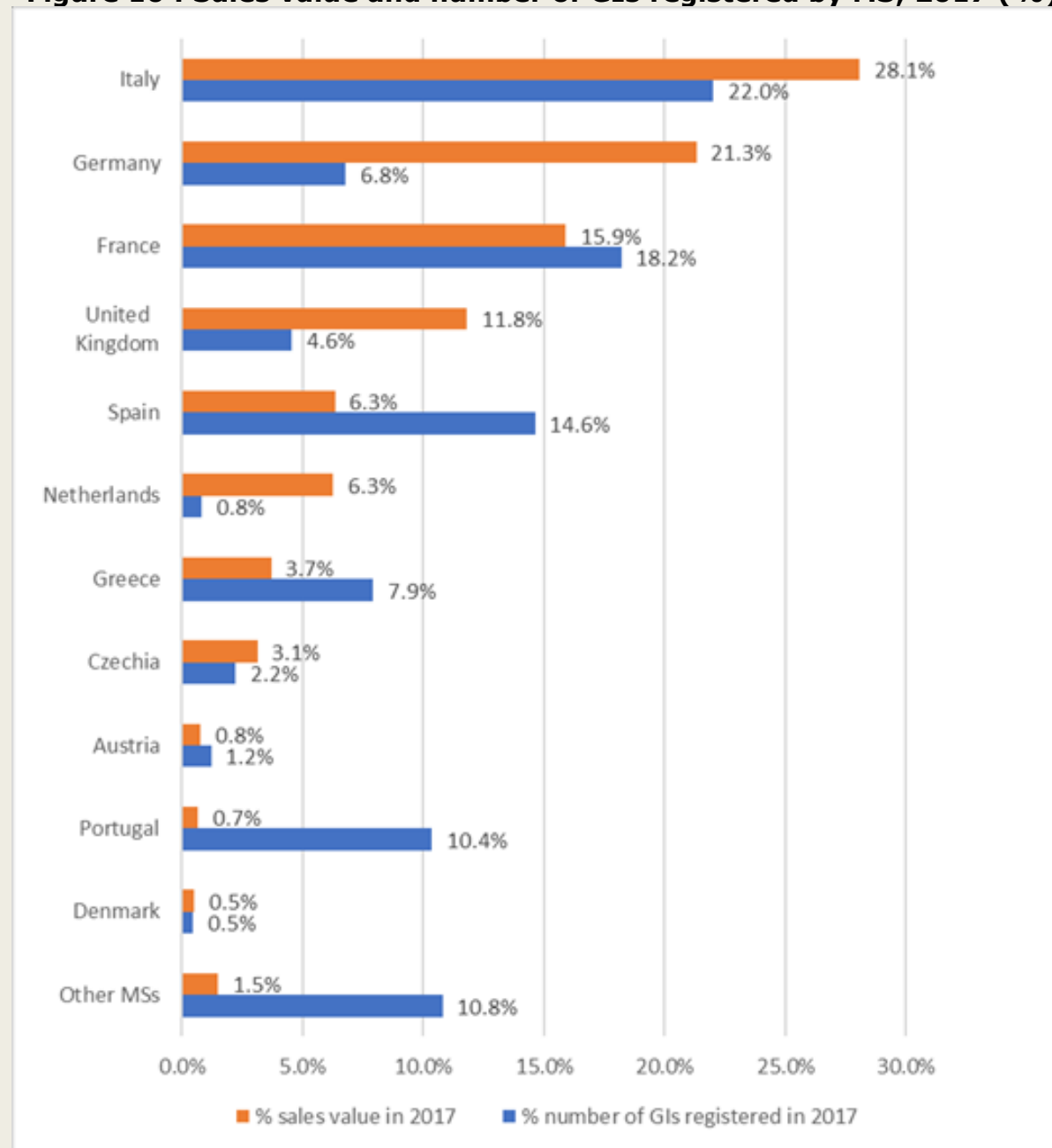
Source: AND-International study for DG AGRI

**Table 9 - Sales value under GIs per category of agri-food products in EU  
(million EUR)**

| Agri-food sales value                        | 2005          | 2010          | 2011          | 2012          | 2013          | 2014          | 2015          | 2016          | 2017          | %           | Evol. 2017/10 | % of growth |
|----------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| <b>Cheeses</b>                               | 5 276         | 6 308         | 6 689         | 7 149         | 7 176         | 7 714         | 8 010         | 8 522         | 8 993         | 36%         | 43%           | 32%         |
| <b>Meat products</b>                         | 2 395         | 3 190         | 3 312         | 3 135         | 3 204         | 3 475         | 3 732         | 4 089         | 3 955         | 16%         | 24%           | 9%          |
| <b>Beers</b>                                 | 2 301         | 2 859         | 2 973         | 3 080         | 3 084         | 3 171         | 2 854         | 3 147         | 3 327         | 13%         | 16%           | 6%          |
| <b>Fresh meat (and offal)</b>                | 1 319         | 1 515         | 1 646         | 2 070         | 2 175         | 2 237         | 2 658         | 2 982         | 2 980         | 12%         | 97%           | 18%         |
| <b>Fruit, vegetables and cereals</b>         | 771           | 986           | 1 075         | 1 343         | 1 389         | 1 603         | 1 658         | 1 907         | 1 940         | 8%          | 97%           | 11%         |
| <b>Fresh fish, molluscs, and crustaceans</b> | 528           | 443           | 637           | 691           | 775           | 881           | 901           | 983           | 1 109         | 4%          | 150%          | 8%          |
| <b>Other products of Annex I</b>             | 107           | 369           | 618           | 741           | 581           | 715           | 717           | 853           | 852           | 3%          | 131%          | 6%          |
| <b>Bread, pastry, cakes etc.</b>             | 291           | 279           | 312           | 377           | 401           | 442           | 742           | 509           | 567           | 2%          | 104%          | 3%          |
| <b>Oils and fats</b>                         | 359           | 348           | 428           | 437           | 417           | 494           | 522           | 537           | 555           | 2%          | 59%           | 2%          |
| <b>Other products<sup>17</sup></b>           | 218           | 306           | 395           | 403           | 503           | 577           | 607           | 643           | 672           | 3%          | 119%          | 4%          |
| <b>Total</b>                                 | <b>13 566</b> | <b>16 603</b> | <b>18 083</b> | <b>19 425</b> | <b>19 706</b> | <b>21 310</b> | <b>22 402</b> | <b>24 171</b> | <b>24 950</b> | <b>100%</b> | <b>50%</b>    | <b>100%</b> |

Source: AND-International study for DG AGRI

**Figure 10 : Sales value and number of GIs registered by MS, 2017 (%)**



Source: AND-International study for DG AGRI

# Συμπερασματικά

- Στο βαθμό που η αγορά τοπικών/ποιοτικών/οργανικών προϊόντων επεκτείνεται τόσο περισσότερο οι μεγάλες αγρο-βιομηχανικές επιχειρήσεις εισέρχονται σε αυτή την αγορά είτε μετατρέποντας τις συμβατικές τους καλλιέργειες σε ποιοτικές/οργανικές είτε μέσα από την υπογραφή συμβολαίων με ή την εξαγορά επιτυχημένων επιχειρήσεων.
- Ιδιαίτερα για το κίνημα της οργανικής γεωργίας, φαίνεται ότι παρά την πολύ σοβαρή κριτική του στη συμβατική γεωργία, ενσωματώνεται όλο και περισσότερο σε ένα σύστημα που επιτρέπει στη συμβατική γεωργία να συνεχίσει να υφίσταται.
- Σήμερα τα τοπικά/ποιοτικά/ οργανικά προϊόντα καταναλώνονται κυρίως από τα «μεσαία στρώματα» που είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν στο αυξημένο κόστος αυτών των προϊόντων.
- Τα τοπικά/ποιοτικά/οργανικά τρόφιμα μπορούν να θεωρηθούν ως μια μορφή «ταξικής διατροφής», όπου τα μεσαία στρώματα διαμορφώνουν μια «πολιτική τροφίμων», επιλέγοντας να «γνωρίζουν» τα τρόφιμα αυτά συχνά αγνοώντας τις απόψεις των αγρεργατών και των φτωχότερων καταναλωτών.
- Ένα βασικό συστατικό του κινήματος της εναλλακτικής-ποιοτικής-οργανικής γεωργίας είναι η αστική καταγωγή των ατόμων και των φορέων που εμπλέκονται σε αυτό με αποτέλεσμα να υιοθετείται ευκολότερα η τάση μαζικοποίησης και εμπορευματοποίησης της παραγωγής των ποιοτικών προϊόντων.