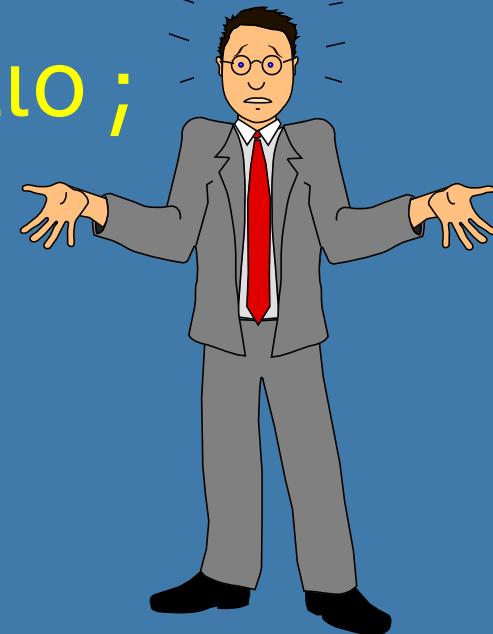


Αγροτικά Προϊόντα Κέρκυρας και πιστοποίησή τους ;

Χρειάζεστε το Ιόνιο
Πανεπιστήμιο ;



Μα φυσικά ...

Όσο δεν φαντάζεστε !



Δεδομένα

- Αγροτικός τομέας μαζικής παραγωγής
 - Ανοιγμα αγορών / οικονομίες κλίμακας
 - Στρατηγική χαμηλού κόστους παραγωγής
- **ΑΛΛΑ** Θύλακες διαφοροποιημένης και εξειδικευμένης αγροτικής παραγωγής
 - Συχνά μικρού μεγέθους / στρατηγική προσωπικής προσέγγισης πελάτη
 - Ποιοτική υπηρεσία και ποιοτικά χαρακτηριστικά
 - Σύνδεση προϊόντων με αναψυχή και επιμόρφωση
 - Δράσεις με υπεραξία πέρα από της καθαρά αγροτικής
 - Χαρακτηριστικά αξιοπιστίας

Χαρακτηριστικά Αξιοπιστίας ;

- Είναι τα «εκτός εντοπισμού» χαρακτηριστικά των προϊόντων που
 - + ΔΕΝ εντοπίζονται από τον έλεγχο του καταναλωτή
 - + αφορούν τεχνικές παραγωγής/επεξεργασίας: χημικά, προέλευση τροφίμων, εργασιακές συνθήκες κλπ.
- Τα τρόφιμα διαφοροποιούνταν παραδοσιακά από:
 - + την εμφάνιση (όψη, αφή, μυρωδιά, κλπ.)
 - + εμπειρία (γεύση, γλυκύτητα, επίγευση, κλπ.)
 - + ποιοτικές εγγυήσεις τρίτων.

Πιστοποίηση από Τρίτους ;

- Εργαλείο που επιτρέπει στους παραγωγούς να έχουν πρόσβαση σε μία αναγνωρισμένη αγορά χρησιμοποιώντας μία καθιερωμένη μέθοδο παραγωγής ή μία αναγνωρίσιμη σήμανση (label)
- Τα πιστοποιημένα προϊόντα παρέχουν στον καταναλωτή τη βεβαιότητα ότι τα προϊόντα συγκεντρώνουν τα «εκτός εντοπισμού» χαρακτηριστικά παραγωγής ή επεξεργασίας
- Υπονοεί και συνεπάγεται ότι ο πιστοποιιών δεν αποκομίζει άμεσα κέρδος από την πώληση του προϊόντος

Branding εναντίον Πιστοποίησης

Σήμα/Branding

“όνομα, όρος, σχέδιο, σύμβολο, ή άλλη σήμανση που ταυτοποιεί το προϊόν ή την υπηρεσία του πωλητή από εκείνα άλλων πωλητών”

Πιστοποίηση/Certification

“Η επίσημη επιβεβαίωση του προϊόντος ως πραγματικού, ακριβούς ή γνήσιου. Η εγγύηση ότι εκπληρεί κάποια/ες προδιαγραφή/ες”

Η Ετικέτα (Label) μπορεί να αφορά και τα δύο

Τάσεις ενίσχυσης της Πιστοποίησης

- Αυξανόμενο εισόδημα νοικοκυριών
- Αύξηση της ανησυχίας για την ασφάλεια τροφίμων
- Διαχωρισμός παραγωγών και καταναλωτών λόγω μεσαζόντων
- Βαρύτητα του “status/πηγής” των τροφίμων που καταναλώνονται



Ιεραρχική πυραμίδα των προτιμήσεων των καταναλωτών
Preferences

5 Κρίσιμα Ερωτήματα Καταναλωτών

1. Βλάπτει το τρόφιμο την υγεία της οικογένειάς μου ;
2. Κατά τη παραγωγή του τροφίμου υπάρχει υπέρμετρα σκληρή αντιμετώπιση ζώων ;
3. Είναι οι μέθοδοι παραγωγής ασφαλείς ή φιλικές προς το περιβάλλον ;
4. Επηρεάζονται αρνητικά άλλοι άνθρωποι κατά την παραγωγή και την επεξεργασία ;
5. Είναι το προϊόν εναρμονισμένο με τις θρησκευτικές μου πεποιθήσεις ;

Ανάλυση Κόστους-Ωφέλους

- Ωφελος
 - Υψηλότερη τιμή προϊόντων ;
 - Μεγαλύτερη προσβασιμότητα στις αγορές ;
 - Σταθερότητα τιμών ;
- Κόστη
 - Τιμή απόκτησης πιστοποίησης ;
 - Αλλαγή μεθόδων παραγωγής ;
 - Record keeping costs?
 - Σχεδιασμός σήματος (Brand) & marketing?
- Συγκριτική ανάλυση μόνο σε βάθος χρόνου

Παραδοσιακά Προϊόντα/Τρόφιμα

- Η ποιότητα των προϊόντων όπως γίνεται τουλάχιστον ευρέως αντιληπτή συνεπάγεται και την ετοιμότητα των καταναλωτών να πληρώσουν υψηλότερες ή σχετικά υψηλότερες τιμές για τα πιστοποιημένα τοπικά και πολλές φορές χαρακτηριζόμενα ως “παραδοσιακά” προϊόντα/τρόφιμα.
- Υπάρχει πράγματι ένα συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για παραδοσιακά τρόφιμα ως μία νέα κατηγοριοποίηση των τροφίμων

Παραδοσιακά Τρόφιμα

Ο ορισμός του παραδοσιακού τρόφιμου αφορά μία προσέγγιση τεσσάρων επιπέδων:

- Τα βασικά στάδια παραγωγής του πρέπει να γίνονται σε τοπικό επίπεδο
- Σύνδεση της αυθεντικότητας του είτε με συνταγές είτε με την προέλευση των πρώτων υλών της μεθόδου παραγωγής του
- Να υπάρχει διαθεσιμότητα του για ικανό χρόνο μέσω του λιανεμπορίου ή των εστιατορίων
- Το προϊόν πρέπει να συνδέεται με την γαστρονομική κληρονομιά και συνδέεται με μια ιστορία/μύθο

Ακολουθώντας τον καταναλωτή

- Οι καταναλωτές είναι συνεχώς περισσότερο συνειδητοποιημένοι ως προς την καταναλωτικές επιλογές τους, επηρεάζοντας έτσι και το μοτίβο της διατροφικής αλυσίδας (παραγωγής>κατανάλωσης)
- Σημαντικό να γίνουν αντιληπτά τα κίνητρα για την απόκτηση προϊόντων που εμπορεύονται/ διατίθενται μέσω εναλλακτικών/μη συμβατικών δικτύων διανομής

Ακολουθώντας τον καταναλωτή

- Το πρώτο κίνητρο του πωλητή ενός προϊόντος που το συνδέει κυρίως με την υψηλή ποιότητα που προσφέρει είναι η ικανοποίηση των απαιτήσεων των καταναλωτών για ετικέτα ποιότητας που καθησυχάζει τις γενικότερες ανησυχίες τους για την ασφάλεια των τροφίμων

ΠΡΟΣΟΧΗ ΟΜΩΣ

- Ο τόπος προέλευση ή/και η Κατοχύρωση της Ονομασίας Προέλευσης δεν αποτελεί τον κρίσιμο παράγοντα κατά τη λήψη της απόφασης του καταναλωτή

Όχι ΤΙ ; αλλά Γιατί ;

- Ο καταναλωτής λοιπόν αποφασίζει με βάση το γιατί πρέπει να διαλέξει ένα προϊόν/τρόφιμο και όχι το τρόφιμο αυτό καθαυτό
- Το ίδιο ισχύει ακόμα και για τις αρχές που αποφασίζουν την πιστοποίησή του

Συνέπεια:

- Η τελική απόφαση λαμβάνεται με βάση την ιστορία που συνοδεύει το προϊόν/τρόφιμο και το πολιτισμικό του υπόβαθρο

Όχι Τι ; αλλά Γιατί ;

- Η ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ Η ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΠΟΣΠΑΣΤΟ ΜΕΡΟΣ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΜΑΣ
- Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥΣ ΕΙΝΑΙ ΑΡΡΗΚΤΑ ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΗ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΜΑΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ
- Η ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ ΑΥΤΗ ΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΛΟΙΠΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ ΟΠΩΣ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ



Σύνδεση Γεωργο-κτηνοτροφίας με

- Ψυχαγωγία
- Χαλάρωση (ψυχική υγεία)
- Φυσική Υγεία
- Ιατρική
- Αισθητική/Κοσμετολογία
- Προστασία περιβάλλοντος

Η ιστορία πίσω από τα προϊόντα: το Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Το Ι.Π. Έχει 3 Σχολές και 6 Τμήματα, όλα μοναδικά στο σύστημα της ελληνικής τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (μοναδικά όπως και η Κέρκυρα):

- Τμήμα Ιστορίας (Σχολή ΙΜΔ)
- Τμήμα Ξένων Γλωσσών Μετάφρασης και Διερμηνείας (Σχολή ΙΜΔ)
- Τμήμα Μουσικών Σπουδών (Σχολή ΜΟΑΜ)
- Τμήμα Ηχου και Εικόνας (Σχολή ΜΟΑΜ)
- Τμήμα Αρχειονομίας, Βιβλιοθηκονομίας και Μουσειολογίας (Σχολή ΠΛΕΠ)
- Τμήμα Πληροφορικής (Σχολή ΠΛΕΠ)

Το Ιόνιο Πανεπιστήμιο

- Ιστορία
- Ξένες Γλώσσες, Πολιτισμός, Μετάφραση και Διερμηνεία
- Μουσική, Κίνηση, Ψυχική Υγεία
- Συμβατική και ηλεκτρονική επεξεργασία ήχου και εικόνας
- Αρχεία, βιβλιοθήκες μουσεία, επεξεργασία πληροφοριών
- Πληροφορική, δεδομένα, στατιστικές, μηχανοργάνωση

ΝΕΑ ΚΑΠ: Πιστοποίηση και ανάδειξη των προϊόντων της Κέρκυρας



Αναρωτιέστε ακόμα για το ρόλο
του Ιόνιου Πανεπιστημίου ;

Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Αν. Καθηγητής Σταύρος Κάτσιος
Αντιπρύτανης Οικονομικού Προγραμματισμού και
Ανάπτυξης
skatsios@ionio.gr

