

Γνωρίστε τα τοπικά σας τρόφιμα



agr. 
BRIDGES

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα.....	2
Εισαγωγή.....	4
Συντομογραφίες.....	5
Συστήματα SFSC & τοπικά προϊόντα διατροφής στην Ευρώπη.....	6
Κατανόηση των συστημάτων SFSC.....	7
Κατανόηση των τοπικών προϊόντων διατροφής.....	12
Προσφορά προϊόντων υψηλής ποιότητας, φρέσκων και υγιεινών.....	14
Γνώση για τα προϊόντα, διαφάνεια και ιχνηλασιμότητα.....	16
Ευκολία/αποτελεσματικότητα/εύκολη πρόσβαση.....	18
Αλληλεπιδράσεις παραγωγών-καταναλωτών (κοινωνικά οφέλη).....	20
Εύρεση τοπικών προϊόντων διατροφής βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων (SFSC).....	23
Κοινοτικά Υποστηριζόμενη Γεωργία (CSA).....	24
Πρόσωπο με πρόσωπο.....	25
Τοπικό εμπόριο τροφίμων.....	26
Εμπόριο τροφίμων μέσω διαδικτύου.....	27
Βελτιωμένες εφοδιαστικές αλυσίδες.....	29
Ταοφέλητηςυγιεινήςδιατροφής.....	30



Περιεχόμενα

Αλλαγήσυνθηθειών.....	37
Εκπαίδευση & κατάρτιση.....	40
Γενικές πληροφορίες & συμβουλές.....	42
Μέσα και τεχνικές για τη δημιουργία έμπνευσης και την εκπαίδευση των άλλων.....	42
Πώς να είσαι καλός εκπαιδευτής.....	46
Εκπαίδευση παιδιών, νεαρών μαθητών και ενηλίκων.....	47
Οργάνωση δραστηριοτήτων μεταφοράς γνώσης –Το Διαδικτυακό Σεμινάριο ως επιτυχημένη περίπτωση.....	50
Βασικέζέννοιες.....	53
Χρήσιμες πηγές & υλικό.....	62
Υποθέσεις επιτυχίας για τους καταναλωτές.....	62
Υλικό για παιδιά – Έννοιες.....	68
Χρήσιμοι σύνδεσμοι.....	72
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	80
Παράρτημα.....	87
Παράρτημα Ι –Ενημερωτικά φυλλάδια –Υπάρχοντα συστήματα SFSC σε διάφορες χώρες.....	87



Εισαγωγή

Το έργο agroBRIDGES προτείνει την ανάπτυξη ενός πλαισίου αγρο-διατροφής πολλαπλών ενδιαφερομένων και ενός συνόλου πρακτικών εργαλείων υποστήριξης για τη σύνδεση παραγωγών και καταναλωτών μέσω νέων επιχειρηματικών μοντέλων και μοντέλων μάρκετινγκ Βραχέων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC), καθώς αυτά αποτελούν έναν άμεσο τρόπο βελτίωσης της θέσης των τοπικών παραγωγών στην αγορά και μείωσης του περιθωρίου κέρδους των διαμεσολαβητών.

Αν και εξακολουθούν να υπάρχουν μη δίκαιες συνθήκες συναλλαγών, ασθενή κίνητρα και περίπλοκες σχέσεις με τους καταναλωτές, το agroBRIDGES θα επιτρέψει στους παραγωγούς να εκμεταλλευτούν πλήρως τις δυνατότητές τους, ενισχύοντάς τους με γνώσεις που θα τους υποστηρίξουν στη λήψη αποφάσεων, στη βελτίωση των σχέσεων με τις αναθέτουσες αρχές και τους καταναλωτές, και στη δημιουργία στρατηγικών συμμαχιών για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των αγροτών.

Το εγχειρίδιο αυτό απευθύνεται σε εκπαιδευτικά ιδρύματα και καταναλωτές, με στόχο την ευαισθητοποίηση της κοινωνίας μας για τη σημασία των Βραχέων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής και των τοπικών προϊόντων διατροφής. Είναι χωρισμένο σε δύο βασικές ενότητες:

1 Βασικές έννοιες: αυτή η ενότητα σας παρέχει όλες τις σχετικές πληροφορίες που χρειάζεστε σχετικά με τα τοπικά προϊόντα διατροφής, τις βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής και την υγιεινή διατροφή.

2 Ευαισθητοποίηση και έμπνευση: αυτή η ενότητα έχει σχεδιαστεί για να σας παρέχει τις δεξιότητες που χρειάζεστε όταν εκπαιδεύετε άλλους, συμπεριλαμβανομένων συμβουλών για την υλοποίηση δραστηριοτήτων μεταφοράς γνώσης.

Εκτός από αυτές τις ενότητες, θα βρείτε υλικό επικοινωνίας που μπορεί να προσαρμοστεί και να χρησιμοποιηθεί σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες τόσο για παιδιά όσο και για ενήλικες, καθώς και σχετικές πληροφορίες ανάλογα με τη χώρα.

Συντομογραφίες

- B2B** Επιχείρηση προς Επιχείρηση
- B2C** Επιχείρηση προς Καταναλωτή
- ΕΕ** Ευρωπαϊκή Ένωση
- ΚΑΠ** Κοινή Αγροτική Πολιτική
- ΠΑΑ** Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης
- SFSC** Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες Προϊόντων Διατροφής



Συστήματα SFSC & τοπικά προϊόντα διατροφής στην Ευρώπη



Συστήματα SFSC & τοπικά προϊόντα διατροφής στην Ευρώπη

Κατανόηση των συστημάτων SFSC

Οι Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες Προϊόντων Διατροφής (SFSC) στην ΕΕ αποτελούν μέρος της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) και προωθούνται μέσω κινήτρων νομοθετικών και πολιτικής που εφαρμόζονται από το 2014, στο πλαίσιο των Εθνικών Προγραμμάτων Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ).

Ο ορισμός του τι συνιστά μια Βραχεία Εφοδιαστική Αλυσίδα Προϊόντων Διατροφής παραμένει ασαφής μεταξύ ακαδημαϊκών και υπευθύνων χάραξης πολιτικής, αλλά είναι ευρέως κατανοητό ότι αποτελεί “μια εφοδιαστική αλυσίδα με περιορισμένο αριθμό οικονομικών παραγόντων, οι οποίοι δεσμεύονται για συνεργασία, τοπική οικονομική ανάπτυξη και στενές γεωγραφικές και κοινωνικές σχέσεις μεταξύ παραγωγών, μεταποιητών και καταναλωτών” (ΕΕ, 2013).

Τοπικά προϊόντα διατροφής

“Παράγονται σε μικρή απόσταση από το σημείο που καταναλώνονται, και συχνά συνοδεύονται από μια κοινωνική δομή και εφοδιαστική αλυσίδα διαφορετική από το μεγάλης-κλίμακας σύστημα των σούπερ μάρκετ”. (Waltz, 2011)

Βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC)

Για τους σκοπούς του έργου agroBRIDGES αναπτύχθηκε και συμφωνήθηκε ένας ορισμός που είναι σαφής και κατανοητός: οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής έχουν όσο το δυνατόν λιγότερους ενδιάμεσους συνδέσμους μεταξύ του παραγωγού τροφίμων και του καταναλωτή/πολίτη που καταναλώνει τα τρόφιμα.

Καταναλωτής

“Ένα άτομο που αγοράζει αγαθά ή υπηρεσίες για ίδια χρήση”. (Cambridge University Press, 2018)

Εφοδιαστική αλυσίδα

Μπορεί να οριστεί ως “το συνολικό σύστημα παραγωγής και παράδοσης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, από το αρχικό στάδιο της προμήθειας των πρώτων υλών έως την τελική παράδοση του προϊόντος ή της υπηρεσίας στους τελικούς χρήστες”. (CFI Education, 2021)





Όπως εξηγείται στην ενότητα των βασικών εννοιών, για το έργο aggro-BRIDGES αναπτύχθηκε και συμφωνήθηκε ένας ορισμός που είναι σαφής και κατανοητός: οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής έχουν όσο το δυνατόν λιγότερους ενδιάμεσους συνδέσμους μεταξύ του παραγωγού τροφίμων και του καταναλωτή/πολίτη που καταναλώνει τα τρόφιμα. Βελτιώνει τη θέση των τοπικών παραγωγών στην αγορά και μειώνει το περιθώριο κέρδους των διαμεσολαβητών, καθιστά δυνατή την απόκτηση πιο φρέσκων προϊόντων, με χαμηλότερο κόστος διανομής και δικαιότερη αμοιβή για τον παραγωγό.

Παραγωγός τροφίμων

Το “άτομο που καλλιεργεί, εκτρέφει, επεξεργάζεται, προετοιμάζει, παρασκευάζει ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο προσθέτει αξία στο προϊόν διατροφής που πουλάει”. (Law Insider, 2017)



Φρέσκα

Όταν αναφέρεται σε φρούτα και λαχανικά, σημαίνει ότι δεν έχουν υποστεί επεξεργασία (π.χ. κονσέρβες, τουρσί, συντηρημένα ή κατεψυγμένα). (Loades, 2017)



Οι Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες Προϊόντων Διατροφής (SFSC) αναγνωρίζονται ως ένας πιο βιώσιμος τρόπος παραγωγής, επεξεργασίας ή/και πώλησης τροφίμων που δείχνει μια “στροφή στην ποιότητα” τόσο στη γεωργία όσο και στην κατανάλωση. Μπορούν να γίνουν αντιληπτές ως εφοδιαστικές αλυσίδες που σχετίζονται με “πωλήσεις σε κοντινή απόσταση” με την έννοια ότι τοπικά καλλιεργούμενα ή παραγόμενα προϊόντα διατροφής διατίθενται σε τοπικούς καταναλωτές, όπου ο αριθμός των διαμεσολαβητών ελαχιστοποιείται, ενώ το ιδανικό είναι η άμεση επαφή μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή. Επιπλέον, είναι ένας τρόπος αύξησης των εσόδων/ εισοδημάτων για τους αγρότες/παραγωγούς.

Μπορούμε να βρούμε διαφορετικούς τύπους Βραχών Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC): πωλήσεις εντός αγροκτήματος, λαϊκές αγορές αγροτικών προϊόντων, πωλήσεις μέσω διαδικτύου, διανομή σε κουτί (box delivery), σύστημα “διάλεξε τα δικά σου” (pick your own) και κοινωνικά υποστηριζόμενη γεωργία (CSA), μεταξύ άλλων.

Η σημασία αυτού του μοντέλου βασίζεται στη συμβολή του «σε μια πιο θετική, δίκαιη, υγιή και βιώσιμη αναπτυξιακή πορεία» και στην ικανότητά του να αποφέρει οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη.



Πωλήσεις σε κοντινή απόσταση

Αυτό το μοντέλο περιλαμβάνει τόσο τις «face-to-face» πωλήσεις (όπου οι καταναλωτές αγοράζουν απευθείας, με εμπιστοσύνη στην προσωπική αλληλεπίδραση) όσο και τις κοντινές πωλήσεις (όπου παράγονται και πωλούνται τρόφιμα σε μια δεδομένη περιοχή παραγωγής)

Αγορά αγροτών

Μια φυσική αγορά λιανικής όπου οι αγρότες μπορούν να πουλήσουν τα εγχώρια προϊόντα τους, καθώς και άλλα μεταποιημένα προϊόντα, απευθείας στους καταναλωτές.



Συστήματα SFSC & τοπικά προϊόντα διατροφής στην Ευρώπη

Οι Kumrulainen et al. (2018) τονίζουν τον ρόλο που διαδραματίζουν οι Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες Προϊόντων Διατροφής (SFSC) στην αγροτική ανάπτυξη σε επίπεδο κοινότητας, τόσο κοινωνικά όσο και οικονομικά. Οι αξίες και τα νοήματα που αποδίδονται στις Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες Προϊόντων Διατροφής (SFSC) και η προέλευσή τους μπορούν να δημιουργήσουν αίσθηση υπερηφάνειας, κοινωνικής συνοχής και την αίσθηση του ανήκειν (Peters, 2012). Επιπλέον, τα συστήματα SFSC μπορούν να ζωντανέψουν την τοπική κοινωνική ζωή όπου οι αγορές μπορούν ακόμη και να γίνουν τόπος συνάντησης για τους ντόπιους.

Από κοινωνική άποψη, τα συστήματα SFSC αυξάνουν ή βοηθούν στην ανακυκλοφορία του κοινοτικού εισοδήματος και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (Peters, 2012, Wittman, Beckie και Hergesheimer, 2012).

Τα έργα SMARTCHAIN και STRENGTH2FOOD έχουν συνοψίσει τα διάφορα οφέλη των Βραχένων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC) στα ακόλουθα σχήματα:

Οικονομικά οφέλη των βραχένων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής



Σχήμα 2. Οικονομικά οφέλη των Βραχένων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC)

Περιβαλλοντικά οφέλη των βραχένων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής



Σχήμα 4. Περιβαλλοντικά οφέλη των Βραχένων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC)

Κοινωνικά οφέλη των βραχένων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής



Σχήμα 3. Κοινωνικά οφέλη των Βραχένων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC)

Όλα τα παραπάνω αποτελούν μια συλλογή από γενικά οφέλη που μπορούμε να βρούμε σε πολλές βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC), αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι κάθε σύστημα SFSC μπορεί να τα προσφέρει.

Επιπλέον, τα οφέλη των συστημάτων SFSC συμβάλλουν σε διαφορετικούς Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDG) όπως φαίνεται στο παρακάτω σχήμα.

Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDG) που συνδέονται με Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες Προϊόντων Διατροφής (SFSC)

1 Όχι Φτώχεια



2 Μηδέν Πείνα



5 Ισότητα των Φύλων



8 Αξιοπρεπής Εργασία και Οικονομική Ανάπτυξη



9 Βιομηχανία, Καινοτομία και Υποδομές



11 Βιώσιμες Πόλεις και Κοινότητες



12 Υπεύθυνη Κατανάλωση και Παραγωγή



13 Δράση για το Κλίμα



Κατανόηση των τοπικών προϊόντων διατροφής

Τοπικά προϊόντα διατροφής είναι αυτά που “παράγονται σε μικρή απόσταση από τα σημεία κατανάλωσης, και συνήθως συνδυάζονται με κοινωνικές δομές και εφοδιαστικές αλυσίδες διαφορετικές από τα μεγάλα εύρους συστήματα των υπεραγορών (σούπερ μάρκετ)”. Αυτός ο ορισμός είναι σύμφωνος με τον ορισμό των Βραχέων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC) καθώς υπονοεί ότι υπάρχουν λίγοι ενδιάμεσοι σύνδεσμοι μεταξύ του παραγωγού τροφίμων και του τελικού καταναλωτή.

Σε μια ανασκόπηση μελετών για τα συστήματα SFSC, οι Feldmann και Hamm (2015) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η εμπιστοσύνη στην εφοδιαστική αλυσίδα προϊόντων διατροφής και η πεποίθηση ότι τα τοπικά τρόφιμα είναι πιο υγιεινά είναι σημαντικοί παράγοντες που υποστηρίζουν τα συστήματα SFSC. Η φρεσκότητα και η υγιεινή διατροφή είναι από τα πιο σχετικά χαρακτηριστικά για τους καταναλωτές (Kvam and Bjørkhaug, 2015).

Το έργο agroBRIDGES διεξήγαγε έρευνα σε διάφορες περιοχές και τα ευρήματα υποδηλώνουν ότι το κύριο κίνητρο για τους καταναλωτές που αγοράζουν προϊόντα από συστήματα SFSC είναι “τα χαρακτηριστικά ποιότητας του προϊόντος σε σχέση με γεύση, φρεσκότητα και υγιεινή”.



Οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC) συνδέονται με διάφορους τρόπους με την τοπική γεωργία και τα τοπικά προϊόντα διατροφής. Θα πρέπει να τονιστεί ότι τα συστήματα SFSC δεν αφορούν μόνο τοπικά προϊόντα διατροφής, καθώς η έννοια αυτή εστιάζει στη «διασφάλιση της παραγωγής, επεξεργασίας, εμπορίου και κατανάλωσης εντός ενός καθορισμένου γεωγραφικού ορίου, χωρίς να περιορίζονται τα στάδια ή να εξετάζεται οτιδήποτε πέρα από την τοποθεσία των εμπλεκόμενων φορέων». Αυτό σημαίνει ότι ακόμα κι αν πολλές φορές οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC) είναι τοπικές αγορές τροφίμων, δεν αφορούν μόνο τοπικά προϊόντα διατροφής.

Τα τοπικά προϊόντα διατροφής θεωρούνται υγιεινά καθώς συνήθως χρησιμοποιούν “λιγότερες εισροές όπως φυτοφάρμακα, συνθετικά λιπάσματα, ζωοτροφές, νερό και ενέργεια”. Αυτά τα χαρακτηριστικά δεν συνεπάγονται μόνο όφελος για την υγεία αλλά και περιβαλλοντικό όφελος, καθώς τα τοπικά προϊόντα διατροφής χρειάζονται συνήθως λιγότερη συσκευασία και λιγότερη ενέργεια για αποθήκευση σε σύγκριση με αυτά που πωλούνται στα σούπερ μάρκετ.

Σε σύνδεση με τα οφέλη των συστημάτων SFSC, μπορούν να αναφερθούν τα ακόλουθα πλεονεκτήματα των τοπικών προϊόντων διατροφής:



Μπορούμε να μιλήσουμε για καθένα από αυτά τα πλεονεκτήματα λεπτομερώς, ώστε να δείξουμε πόσο σημαντικές είναι οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC) για την κοινωνία μας και γιατί πρέπει να συνεχίζουμε να τις υποστηρίζουμε. Συμπεριλαμβάνονται συγκεκριμένα παραδείγματα από διαφορετικές χώρες, που προέρχονται από μελέτη που υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του έργου agroBRIDGES, ώστε να κατανοήσετε καλύτερα πώς θα μπορούσατε να επωφεληθείτε από την αγορά τοπικών προϊόντων διατροφής από συστήματα SFSC.

Προσφορά προϊόντων υψηλής ποιότητας, φρέσκων και υγιεινών

Για πολλούς καταναλωτές, οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC) αντιπροσωπεύουν ένα μέσο πρόσβασης σε υψηλής ποιότητας, φρέσκα, τοπικά προέλευσης προϊόντα και είναι πρόθυμοι να υιοθετήσουν αυτές τις εφοδιαστικές αλυσίδες στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων για τις αγορές τους [15]. Τα συστήματα SFSC διαθέτουν συνήθως ακατέργαστα προϊόντα, με πιο συνηθισμένα τα λαχανικά, φρούτα και βιολογικά τρόφιμα, τα οποία, όπως θα εξηγηθεί στην επόμενη ενότητα, είναι βασικά προϊόντα για μια υγιεινή διατροφή.

Υπάρχουν ήδη ισχυρές ενδείξεις ότι οι καταναλωτές συνδέουν τα τοπικά προϊόντα διατροφής με την ωραία γεύση, τη φρεσκότητα, την αγνότητα και τη θετική περιβαλλοντική αξία (Pelto-Huikko, 2013). Αυτό είναι ένα επιχείρημα που κυριαρχεί σε μεσογειακές χώρες όπως η Ελλάδα, όπου τα τοπικά προϊόντα διατροφής συχνά θεωρούνται μια ασφαλής και φιλική προς το περιβάλλον επιλογή.



Οι διατροφικές πτυχές που συνδέονται με περισσότερο φρέσκα προϊόντα, την προσοχή που δίνουν οι παραγωγοί στην επικοινωνία της υγιεινής χρήσης των πρώτων υλών και τις κοινωνικές τάσεις ενός υγιεινού τρόπου διαβίωσης προωθούν επίσης την κατανάλωση τοπικών προϊόντων διατροφής από συστήματα SFSC σε χώρες όπως η Ιταλία, η Λιθουανία ή η Πολωνία.

Επιπλέον, στη Γαλλία, οι διαδοχικές κρίσεις υγείας (νόσος των τρελών αγελάδων, γρίπη των πτηνών και των χοίρων, COVID) αυξάνουν την ελκυστικότητα των συστημάτων SFSC και τη ζήτηση για τοπικές και βιολογικές προμήθειες.

Πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι οι παγκοσμιοποιημένες αλυσίδες προϊόντων διατροφής αλλοιώνουν την έννοια της εποχικότητας, η οποία αναγνωρίζεται σε μεγάλο βαθμό ως βασικό συστατικό μιας βιώσιμης και υγιεινής διατροφής. Σε γενικές γραμμές, η “εντοπιότητα” των τροφίμων συνδέεται με την “υγιεινή διατροφή” λόγω φρεσκότητας, εποχικότητας και οικονομικής τιμής. [19]



Υγιεινή διατροφή

“Η υγιεινή διατροφή έχει βέλτιστη θερμιδική πρόσληψη και αποτελείται σε μεγάλο βαθμό από ποικιλία τροφών φυτικής προέλευσης, μικρές ποσότητες τροφών ζωικής προέλευσης, περιέχει ακόρεστα και όχι κορεσμένα λιπαρά και περιορισμένες ποσότητες επεξεργασμένων δημητριακών, εξαιρετικά επεξεργασμένων τροφίμων και πρόσθετων σακχάρων”. (EAT-Επιτροπή Lancet, 2019)

Γνώση για τα προϊόντα, διαφάνεια και ιχνηλασιμότητα

Οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται τα δεδομένα σχετικά με τις μεθόδους παραγωγής, τις πληροφορίες για τους αγρότες και τις κοινωνικές αξίες των παραγωγών ως προστιθέμενη αξία που ενισχύει τις καταναλωτικές προτιμήσεις τους [16].

Μια φινλανδική μελέτη έδειξε ότι όλο και περισσότεροι καταναλωτές κάνουν συνειδητές επιλογές για ηθική και υπεύθυνη παραγωγή τροφίμων (VNS, 2017). Η βέλτιστη επιλογή για τους καταναλωτές που ανησυχούν για την προστασία του περιβάλλοντος θα ήταν να αγοράσουν τοπικά προϊόντα, στην εποχή τους, από παραγωγούς που χρησιμοποιούν οικολογικά ορθές μεθόδους παραγωγής ή είναι πιστοποιημένοι παραγωγοί βιολογικών προϊόντων.

Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι τα τρόφιμα, ειδικά τα φρούτα και τα λαχανικά, αρχίζουν να χάνουν τα θρεπτικά συστατικά τους τις πρώτες 24 ώρες από τη συγκομιδή τους και γι' αυτό τα τοπικά τρόφιμα που διατίθενται από βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής είναι πολλές φορές πιο φρέσκα, με άφθονα θρεπτικά συστατικά. Επιπλέον, οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής διαθέτουν τρόφιμα που συνήθως δεν εκτίθενται σε χημικά προϊόντα ή άλλες τεχνητές συνθήκες, καθώς δεν προορίζονται για μεταφορά σε μεγάλες αποστάσεις.





Η απόφαση πολλών καταναλωτών να αγοράσουν τοπικά προϊόντα διατροφής από συστήματα SFSC υποστηρίζεται από το γεγονός ότι μπορεί κανείς να εμπιστευτεί τους τοπικούς παραγωγούς και να εκτιμήσει την ιχνηλασιμότητα της προέλευσης του προϊόντος. Οι καταναλωτές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε πιο ακριβείς πληροφορίες όταν συναντούν τους ανθρώπους που παράγουν τα τρόφιμα, ενώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι “οι ντόπιοι αγρότες εστιάζουν συνήθως στην υγεία του εδάφους και στις ασφαλείς πρακτικές καλλιέργειας, ειδικά εάν καλλιεργούν βιολογικά, και αυτές οι πρακτικές συνήθως σημαίνουν καλύτερη γεύση και πιο θρεπτικά προϊόντα”.

Στην Ιταλία, χάρη στα μοντέλα SFSC, οι καταναλωτές μπορούν να γνωρίζουν άμεσα τις τεχνικές παραγωγής και να έχουν άμεση αντίληψη των στοιχείων που εκτιμούν περισσότερο, με το να επισκέπτονται τα αγροκτήματα ή να μιλάνε απευθείας με τους παραγωγούς.



Γεωργία και κτηνοτροφία

“Η δραστηριότητα καλλιέργειας της γης ή εκτροφής ζώων σε αγρόκτημα” (Collins, 2017)



Ευκολία/αποτελεσματικότητα/εύκολη πρόσβαση

Όπως θα εξηγηθεί αργότερα, οι καταναλωτές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε τοπικά προϊόντα διατροφής μέσω διαφορετικών καναλιών ώστε να επιλέξουν το καταλληλότερο ανάλογα με τις περιστάσεις και τις προτιμήσεις τους.

Για παράδειγμα, στην Ολλανδία, σύμφωνα με τους Tacke et al. (2021), τα σούπερ μάρκετ είναι το κύριο κανάλι πωλήσεων για τα προϊόντα SFSC ενώ άλλα κανάλια είναι τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια και τα καφέ (HoReCa) καθώς και τα καταστήματα μέσα στα αγροκτήματα.

Στη Δανία, τα παραδοσιακά κανάλια όπως οι υπαίθριες αγορές στις πόλεις και τα καταστήματα των αγροκτημάτων γνωρίζουν νέα άνθηση ενώ συμπληρώνονται και από πιο σύγχρονα επιχειρηματικά μοντέλα, όπως το σύστημα διανομών σε κουτί και οι διαδικτυακές πωλήσεις. Στην Ιταλία, κυριαρχεί το σύστημα διανομών σε κουτί που λειτουργεί με τη χρήση ποδηλάτων.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ένα παράδειγμα αυξανόμενης τάσης στη διάθεση προϊόντων SFSC σε χώρες όπως η Φινλανδία ή η Δανία. Αυτή η τάση επιταχύνθηκε κατά τη διάρκεια της κρίσης του COVID-19 λόγω νέων πελατών που προσπάθησαν για πρώτη φορά να αγοράσουν τρόφιμα μέσω διαδικτύου (Συμβούλιο Γεωργίας και Τροφίμων της Δανίας).



Αγροτικό κατάστημα

“Κατάστημα λιανικής που πουλά προϊόντα απευθείας από το αγρόκτημα”. (Strength2food project, 2020)

Σύστημα διανομής σε κουτί (box scheme)

“Μια ρύθμιση όπου οι καταναλωτές πληρώνουν ένα σταθερό ποσό για μια συμφωνημένη ποσότητα λαχανικών, φρούτων ή άλλων προϊόντων, τα οποία παραδίδονται κατόικον σε τακτική βάση”. (Strength2food project, 2020)





Μια διαφορετική προοπτική βρίσκουμε στη Λετονία, όπου ορισμένα συστήματα SFSC αποτελούν μέρος του παραδοσιακού τρόπου διαβίωσης στις αγροτικές κοινότητες και επίσης εν μέρει στις πόλεις. Οι λαϊκές αγορές αγροτικών προϊόντων είναι το περισσότερο αναγνωρίσιμο μοντέλο. Τα μοντέλα αυτό-παραγωγής και αυτο-κατανάλωσης είναι κανόνας σε πολλά νοικοκυριά, ειδικά σε αγροτικές κοινότητες και η περίσσεια παραγωγής πωλείται απευθείας σε πελάτες, που είναι συνήθως φίλοι, γείτονες και συγγενείς, δημιουργώντας έτσι μικρο-συστήματα SFSC.

Στην Τουρκία, τα προϊόντα πωλούνται σε τοπικούς εμπόρους, μανάβηδες, επιχειρήσεις τροφίμων/ποτών σε αγορές χονδρικής και τελικά φτάνουν στους καταναλωτές μέσω αυτών των επιχειρήσεων.

Για παράδειγμα, σε κάθε χώρα, υπάρχουν διαφορετικές επιλογές που είναι διαθέσιμες στους καταναλωτές όταν θέλουν να έχουν πρόσβαση σε τοπικά προϊόντα διατροφής μέσω SFSC και κάθε μια από τις επιλογές έχει ορισμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, όπως εξηγείται στην ενότητα “Εύρεση τοπικών προϊόντων διατροφής βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων (SFSC)”.

Εμπόριο χονδρικής

“Η πώληση αγαθών σε μεγάλες ποσότητες και χαμηλές τιμές, που συνήθως μεταπωλούνται από εμπόρους λιανικής με κέρδος”.
(Lexico, 2021)





Αλληλεπιδράσεις παραγωγών-καταναλωτών (κοινωνικά οφέλη)

Όταν οι καταναλωτές αγοράζουν τοπικά προϊόντα διατροφής που προέρχονται από βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες (SFSC) δημιουργούνται κοινωνικές αλληλεπιδράσεις με οφέλη για την κοινωνία στο σύνολό της .

Τα συστήματα SFSC επιτρέπουν τη δημιουργία μεγαλύτερης εμπιστοσύνης μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών και την ενίσχυση της αίσθησης της κοινότητας και της συμμετοχής. Υπάρχουν ενδείξεις ότι τα συστήματα SFSC διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις τοπικές κοινωνίες της περιοχής ευνοώντας την αλληλεπίδραση και τη σύνδεση μεταξύ αγροτών και καταναλωτών, προωθώντας έτσι την ανάπτυξη εμπιστοσύνης.

Μοντέλα όπως οι Ομάδες Αγορών Αλληλεγγύης (Solidarity Purchasing Groups) υποδηλώνουν την ενεργό συμμετοχή των καταναλωτών, συγκεντρώνοντας τους γύρω από έναν κοινό στόχο. Μοντέλα όπως οι λαϊκές αγορές αγροτικών προϊόντων (farmers markets), από την άλλη πλευρά, επιτρέπουν την ανταλλαγή και τη σύγκλιση στόχων μεταξύ διαφορετικών παραγωγών που ενδιαφέρονται να προσελκύσουν καταναλωτές.

Ομάδα αγοράς αλληλεγγύης (Solidarity purchasing group)

“Μία ομάδα ατόμων, π.χ. νοικοκυριών, που συνεργάζονται για την αγορά τροφίμων και άλλων προϊόντων απ’ ευθείας από τους παραγωγούς”.
(Strength2food project, 2020)



Επιπλέον, αυτή η αλληλεπίδραση και σύνδεση σχετίζεται με κοινωνικές αξίες, κυρίως με το να διατίθενται προϊόντα καλής ποιότητας στους καταναλωτές σε δίκαιες τιμές. Για παράδειγμα, στην Ελλάδα οι καταναλωτές θέλουν να στηρίξουν την τοπική παραγωγή για περιβαλλοντικούς και ηθικούς λόγους (δίκαιο εμπόριο ή στήριξη της τοπικής οικονομίας).

Στη Φινλανδία και τη Γαλλία, η παραγωγή τοπικών προϊόντων διατροφής δημιουργεί κοινωνικό κεφάλαιο μέσω της συνεργασίας και της δημιουργίας εμπιστοσύνης μεταξύ διαφορετικών παραγόντων, που με τη σειρά του αυξάνει τη ζήτηση για τοπικά προϊόντα και βελτιώνει τις ευκαιρίες μάρκετινγκ (Głowacki-Dudka et al., 2012). Παράγοντες που επισημαίνονται από πελάτες που καταναλώνουν τοπικά προϊόντα διατροφής, όπως δικαιοσύνη, αλληλεπίδραση, κοινοτικό πνεύμα και εμπιστοσύνη, μπορούν να θεωρηθούν ως κοινωνικό κεφάλαιο για τις τοπικές εταιρείες τροφίμων (LähiSos, 2017).

Για τους καταναλωτές, τα τοπικά προϊόντα διατροφής συνδέονται επίσης με την αλληλεπίδραση με τον παραγωγό των προϊόντων, συνήθως έναν μικρό τοπικό παραγωγό. Οι καταναλωτές εκτιμούν την ιστορία του που συχνά τη συνδέουν εμπειρικά με το τοπικά προϊόντα. Η αφήγηση συνδέεται συχνά με τις διατροφικές παραδόσεις και τον πολιτισμό της περιοχής, για τις οποίες οι καταναλωτές είναι περήφανοι και θέλουν να διατηρήσουν (Pelto-Huikko, 2013).



Στην Ιταλία, η παρουσία ενός καλού επιπέδου συνεταιριστικών σχημάτων (ενώσεις, κοινοπραξίες, συνεταιρισμοί, συλλογικά λογότυπα κ.λπ.) βοηθά επίσης την ανάπτυξη των συστημάτων SFSC και βελτιώνει την πρόσβαση σε τοπικά προϊόντα διατροφής. Η ομαλότερη και καλύτερη σύνδεση μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών επιτρέπει την ενίσχυση της σύνδεσης συμβόλων, πληροφόρησης και αντιλήψεων μεταξύ πόλης και υπαίθρου.

Στη Δανία, στις μεγαλύτερες πόλεις, οι κοινότητες προϊόντων διατροφής γίνονται αντιληπτές ως μια εντελώς νέα πρόσβαση σε τοπικά προϊόντα που δημιουργεί μια πολύ στενή σχέση μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή.

Τα συστήματα SFSC έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη μείωση των ανισοτήτων μεταξύ των περιφερειών, όπου οι προμηθευτές προϊόντων (αγρότες) συνήθως δραστηριοποιούνται σε αγροτικές περιοχές, ενώ οι καταναλωτές δραστηριοποιούνται σε μεγάλες πόλεις. Ως αποτέλεσμα, οι ταμειακές ροές των συστημάτων SFSC μετατοπίζονται από τις πλούσιες στις φτωχές περιοχές, συμβάλλοντας στην τόνωση της κατανάλωσης και στη δημιουργία θέσεων εργασίας σε φτωχότερες περιοχές, με σημαντική θετική επίδραση στη μείωση της εσωτερικής μετανάστευσης από τα χωριά και τις μικρές πόλεις προς τις μεγάλες πόλεις.

Για παράδειγμα, στη Δανία, η παραγωγή από δίκτυο τροφίμων (food cluster), άμεσα και έμμεσα, δημιουργεί απασχόληση 189.000 ατόμων, που αντιστοιχεί στο 6,3 % της συνολικής απασχόλησης στη Δανία. Στους αγροτικούς δήμους, το 12,8 % των θέσεων εργασίας σχετίζεται με την παραγωγή από δίκτυο τροφίμων (food cluster).



Εύρεση τοπικών προϊόντων διατροφής βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων (SFSC)

Ως μέρος του έργου agroBRIDGES, έχουν εντοπιστεί διαφορετικά επιχειρηματικά και μάρκετινγκ μοντέλα SFSC, που δίνουν μια επισκόπηση του τρόπου με τον οποίο οι καταναλωτές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε τοπικά προϊόντα διατροφής μέσω των συστημάτων SFSC.

Η αλυσίδα των διαφόρων δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα στη διάρκεια όλης της διαδικασίας από την παραγωγή του προϊόντος έως την παράδοση του στους τελικούς καταναλωτές διαμορφώνει την εφοδιαστική αλυσίδα των προϊόντων διατροφής. Σε διάφορα στάδια της αλυσίδας, διαφορετικοί εμπλεκόμενοι φορείς αναλαμβάνουν, εκτελούν και τελειοποιούν το αποτέλεσμα, παρέχοντας και προσθέτοντας αξία σε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα των προϊόντων διατροφής (δηλαδή αγρότες, μεταποιητές, διανομείς και έμποροι λιανικής).

Αυτή η ενότητα στοχεύει να απεικονίσει τα επιχειρηματικά μοντέλα που προσδιορίστηκαν στο πλαίσιο του έργου agroBRIDGES και να τονίσει τα διαφορετικά κανάλια πρόσβασης που είναι διαθέσιμα σε καθένα από αυτά, καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους. Με αυτόν τον τρόπο, οι καταναλωτές έχουν την ευκαιρία να αναλύσουν και να αποφασίσουν πώς θα έχουν πρόσβαση σε τοπικά προϊόντα διατροφής.

Έμπορος λιανικής

“Άτομο ή επιχείρηση που πουλά αγαθά στο κοινό σε σχετικά μικρές ποσότητες για χρήση ή κατανάλωση και όχι για μεταπώληση”.
(Lexico, 2021)



Κοινοτικά Υποστηριζόμενη Γεωργία (CSA)

Στην περίπτωση αυτή, οι τοπικοί καταναλωτές ενεργούν ως συνιδιοκτήτες και συνήθως υπάρχει συνεταιρισμός με τοπικά σούπερ μάρκετ και αγροτικά καταστήματα. Οι παραγωγοί και οι καταναλωτές έχουν μια προϋπάρχουσα συμφωνία όπου οι καταναλωτές πληρώνουν μια συμφωνημένη συνδρομή μέλους ή προσφέρουν εργασία (ή και τα δύο), με αντάλλαγμα την παραγωγή.

Γιατί να επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Τρόφιμα υψηλής ποιότητας για τοπική κοινότητα με τη χρήση βιώσιμων μεθόδων καλλιέργειας
- Διατίθενται συστάσεις απεύθείας πωλήσεων για μια πιο προσωπική προσέγγιση
- Διάθεση φρέσκων και υγιεινών τροφίμων με παράλληλη αύξηση της κοινοτικής ταυτότητας
- Μεγάλη ποικιλία προϊόντων αντί για μεγάλη ποσότητα
- Εμπειρία από πρώτο χέρι, γνώση προϊόντων και ιχνηλασιμότητα
- Αλληλεπίδραση παραγωγού – καταναλωτή
- Διαθέσιμα τρόφιμα υψηλής ποιότητας, φρέσκα και υγιεινά

Οι εβδομαδιαίες παραδόσεις είναι επίσης ένα από τα χαρακτηριστικά αυτού του επιχειρηματικού μοντέλου που χρησιμοποιεί τα ακόλουθα κανάλια για να προσεγγίσει τους καταναλωτές:

- Παραλαβή στο αγρόκτημα
- Κεντρικός χώρος διανομής
- Διανομή μέσω αγροτικών αγορών
- Διανομή κατ' οίκον
- Μαζική διανομή

Γιατί να μην επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Οι καταναλωτές μπορεί να κατακλύζονται από ένα μεγάλο αριθμό ποικίλων τροφίμων που μπορούν να λάβουν
- Υψηλότερες τιμές σε σύγκριση με τις τυπικές αγορές



Κοινοτικά Υποστηριζόμενη Γεωργία (CSA)

Ένα μοντέλο συνεργασίας μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών “όπου μοιράζονται μέρος των κινδύνων, των αποφάσεων και των ανταμοιβών της παραγωγής”. (Short Food Supply Chain Network, 2019). Και οι δύο πλευρές αποκομίζουν οφέλη όπως σταθερό και ασφαλές εισόδημα για τους παραγωγούς και πρόσβαση σε φρέσκα τρόφιμα για τους καταναλωτές.

Τοπική κοινότητα

Ομάδα ατόμων σε μια τοπική γεωγραφική περιοχή. (Stands4 LLC, 2021)



Πρόσωπο με πρόσωπο

Οι παραγωγοί πωλούν τα προϊόντα τους απευθείας στους πελάτες, βελτιώνοντας τη διαφάνεια και την εμπιστοσύνη και ελαχιστοποιώντας τη σπατάλη τροφίμων. Αν και το συνδρομητικό μοντέλο είναι επίσης διαθέσιμο, τα κύρια κανάλια πρόσβασης περιλαμβάνουν:

- απευθείας πωλήσεις επί τόπου ή κοντά σε τοποθεσίες παραγωγής
- ειδικές εκδηλώσεις και εκθέσεις, εκδηλώσεις εντός αγροκτημάτων
- υπαίθριες αγορές, τοπικές αγορές

Γιατί να επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Ευρύ φάσμα τοπικών προϊόντων
- Άμεσα διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με την προέλευση των προϊόντων και τις συνθήκες καλλιέργειας
- Υψηλή ποιότητα προϊόντων, δίκαιες τιμές και εύκολη πρόσβαση
- Εμπειρία από πρώτο χέρι, γνώση προϊόντων και ιχνηλασιμότητα
- Αλληλεπίδραση παραγωγού - καταναλωτή
- Διαθέσιμα τρόφιμα υψηλής ποιότητας, φρέσκα και υγιεινά

Γιατί να μην επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Μη σταθερή διάθεση
- Υψηλές τιμές
- Ανάγκη αντιστοίχισης προκαθορισμένων χρονοδιαγραμμάτων με την προσωπική διαθεσιμότητα χρόνου

Σπατάλη τροφίμων

“Αναφέρεται σε τρόφιμα καλής ποιότητας κατάλληλα για κατανάλωση που απορρίπτονται συνειδητά στα στάδια εμπορίου και κατανάλωσης”. (EAT-Lancet Commission , 2019)



Τοπικό εμπόριο τροφίμων

Σε αυτό το μοντέλο, τοπικά προϊόντα είναι διαθέσιμα στους πελάτες σε βολικές τοποθεσίες αγοράς υγιεινών και βιολογικών προϊόντων. Διαφορετικά κανάλια αποτελούν μέρος αυτού του μοντέλου:

- Εξειδικευμένα καταστήματα και αγορές
- Αγορές μέσω διαμεσολαβητών
- Συλλογικά καταστήματα τοπικών αγροτών
- Μικρά εξειδικευμένα τοπικά καταστήματα
- Ειδικά σημεία στα σούπερ μάρκετ

Γιατί να επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν όλα τα τοπικά προϊόντα από ένα μέρος
- Άμεσα διαθέσιμες πληροφορίες για την πηγή των τροφίμων
- Πρόσβαση σε προϊόντα ποιότητας με δίκαιες και λογικές τιμές
- Εμπειρία από πρώτο χέρι, γνώση προϊόντων και ιχνηλασιμότητα
- Αλληλεπίδραση παραγωγού -καταναλωτή
- Διαθέσιμα προϊόντα υψηλής ποιότητας και υγιεινά

Γιατί να μην επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Μη σταθερή παραγγελιοληψία
- Μικρή ευελιξία καθώς τα παραγγελθέντα προϊόντα διατίθενται σε συγκεκριμένες τοποθεσίες και συγκεκριμένες ώρες



Διαμεσολαβητής

Άτομο ή οργανισμός που μεταφέρει μηνύματα και λειτουργεί ως σύνδεσμος μεταξύ δύο ατόμων ή ομάδων. (Collins, 2021)

Τοπικό κατάστημα

“Ανεξάρτητη τοπική επιχείρηση που πουλά προϊόντα σε μια τοπική κοινότητα”. (Strength2food project, 2020)

Εμπόριο τροφίμων μέσω διαδικτύου

Σε αυτήν την περίπτωση, μιλάμε για δικτυακές πλατφόρμες που εμπορεύονται και παραδίδουν αγροτικά προϊόντα διασφαλίζοντας την πρόσβαση των πολιτών σε τοπικά και φυσικά αγαθά από βιώσιμες και κοινωνικά προσανατολισμένες πηγές. Υπάρχουν επίσης μέθοδοι συνδρομής που ενισχύουν τη συμμετοχή.

Γιατί να επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Η ευελιξία στο χρόνο, τα διαδικτυακά εργαλεία και οι πλατφόρμες καθιστούν εύκολη την παραγγελία τοπικών βιολογικών τροφίμων
- Παράδοση στο σπίτι ή σε επαγγελματικούς χώρους (ευκολία στην κατανάλωση)
- Γρήγορη, αξιόπιστη εξυπηρέτηση παραγγελιών
- Οι πολίτες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε τοπικά και φυσικά αγαθά από βιώσιμες και κοινωνικά προσανατολισμένες πηγές
- Διαθέσιμα προϊόντα υψηλής ποιότητας και υγιεινά

Μέσω των διαφορετικών αυτών καναλιών, το μοντέλο αυτό ωφελεί επίσης τις μεσαίες και μεγάλες πόλεις, καθώς επιτρέπει τη σύνδεση των τοπικών αγορών και των αγροτών με την κατανάλωση από τους τελικούς χρήστες:

- Πλατφόρμα και δικτυακός τόπος ηλεκτρονικού εμπορίου
- Παραλαβή κουτιών παράδοσης
- Οχήματα διανομής για παράδοση σε αστικές περιοχές
- Δίκτυο Αντιπροσώπων Συνεργασίας και Διανομής

Γιατί να μην επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Μη άμεσα διαθέσιμες πληροφορίες για την πηγή των τροφίμων
- Εμπειρία καταναλωτή χωρίς άμεση επαφή με τον παραγωγό





Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα συστήματα SFSC στις διάφορες γεωγραφικές περιοχές έχουν συνοψιστεί σε 12 ενημερωτικά φυλλάδια που βρίσκονται στο Παράρτημα I.

Επιπλέον, έχουν συγκεντρωθεί 51 επιτυχημένες περιπτώσεις από διαφορετικές χώρες σε όλη την Ευρώπη με προσεγγίσεις που έχουν αποδειχθεί αποτελεσματικές, ώστε οι τελικοί χρήστες να μπορούν να προσδιορίσουν ποιές είναι κατάλληλες για τις δικές τους συνθήκες και ικανότητες. Αυτές οι περιπτώσεις είναι ένας καλός τρόπος για να κατανοήσετε πώς αλληλεπιδρούν οι καταναλωτές με τα συστήματα SFSC και τα οφέλη που αποκομίζουν. Μπορείτε να ρίξετε μια ματιά σε αυτές στο δικτυακό τόπο του έργου **agroBRIDGES**.



Βελτιωμένες εφοδιαστικές αλυσίδες

Το τελευταίο επιχειρηματικό μοντέλο που εντοπίστηκε από το έργο agroBRIDGES σχετίζεται με βελτιωμένες εφοδιαστικές αλυσίδες (logistics) και βασίζεται στην ενοποίηση της συσκευασίας, για τη μείωση του κόστους μεταφοράς και της συμμετοχής διαμεσολαβητών, όπως εταιρείες μεταφορών ή υπηρεσίες διανομής δεμάτων.

Τα προαναφερθέντα επιχειρηματικά μοντέλα αφορούσαν διάφορες κατηγορίες πελατών, με τα περισσότερα να στοχεύουν σε μεμονωμένους καταναλωτές, μικρά καταστήματα ή ομάδες. Το μοντέλο αυτό στοχεύει σε κατηγορίες πελατών B2B και B2C. Υπό αυτή την έννοια, οι καταναλωτές δεν είναι μόνο μεμονωμένοι χρήστες, αλλά και παντοπωλεία και καταστήματα υγιεινών προϊόντων διατροφής, καντίνες σε χώρους εργασίας, εταιρείες, σχολεία ή πανεπιστήμια.

Υπάρχει συνεργασία μεταξύ των παραγωγών για τη δημιουργία κοινής οντότητας με στόχο τη βελτίωση των διαδικασιών συσκευασίας και μεταφοράς.

Γιατί να επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Τα υψηλά πρότυπα ποιότητας εγγυώνται τη φρεσκότητα των προϊόντων
- Η μεταφορά των τροφίμων γίνεται από εξειδικευμένη εταιρεία βιολογικών τροφίμων και προϊόντων με μικρή διάρκεια ζωής
- Ανταγωνιστικές τιμές
- Ιχνηλασιμότητα της ποιότητας και της προέλευσης των τροφίμων

Γιατί να μην επιλέξετε αυτά τα κανάλια

- Τρόφιμα που διανέμονται σε συγκεκριμένα κέντρα και τοποθεσίες
- Δεν υπάρχουν διαθέσιμες συστάσεις απεύθείας πωλήσεων



Τα οφέλη της υγιεινής διατροφής



Τα οφέλη της υγιεινής διατροφής

Αφού ρίξαμε μια ματιά στα συστήματα SFSC και τη σύνδεσή τους με τα τοπικά προϊόντα διατροφής, μπορούμε τώρα να επικεντρωθούμε στα οφέλη της υγιεινής διατροφής.

Όπως εξηγείται στην ενότητα των βασικών εννοιών, μια υγιεινή διατροφή έχει “βέλτιστη θερμιδική πρόσληψη και αποτελείται σε μεγάλο βαθμό από ποικιλία τροφών φυτικής προέλευσης, μικρές ποσότητες τροφών ζωικής προέλευσης, περιέχει ακόρεστα και όχι κορεσμένα λιπαρά και περιορισμένες ποσότητες επεξεργασμένων δημητριακών, εξαιρετικά επεξεργασμένων τροφίμων και πρόσθετων σακχάρων”.

Μια υγιεινή διατροφή δεν πρέπει να νοείται ως κάτι γενικό και άμεσα εφαρμόσιμο σε όλα τα άτομα, καθώς ορισμένα στοιχεία θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη όπως ηλικία, ατομικά χαρακτηριστικά, γεωγραφικές και δημογραφικές συνθήκες, κλπ. Επιπλέον, τα οφέλη μιας υγιεινής διατροφής μπορεί επίσης να είναι διαφορετικά μεταξύ ενηλίκων και παιδιών.

Στο Σχήμα 1, τα Κέντρα Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων (2021) συνόψισαν τα κύρια οφέλη που προσφέρει μια υγιεινή διατροφή σε ενήλικες και παιδιά. Τα περισσότερα από τα οφέλη είναι ακριβώς τα ίδια ενώ άλλα σχετίζονται με συγκεκριμένες καταστάσεις ανάλογα με την ηλικία.

Τρόφιμα φυτικής προέλευσης
Περιλαμβάνουν φρούτα, λαχανικά, ξηρούς καρπούς, σπόρους και δημητριακά ολικής.



ΟΦΕΛΗ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ για τους Ενήλικες

31

Μπορεί να σας βοηθήσει να ζήσετε περισσότερο



Μειώνει τον κίνδυνο καρδιακών παθήσεων, διαβήτη τύπου 2 και ορισμένων μορφών καρκίνου



Διατηρεί το δέρμα, τα δόντια και τα μάτια υγιή



Στηρίζει τους μύες



Ενισχύει το ανοσοποιητικό σύστημα



Δυναμώνει τα οστά



Στηρίζει τις υγιείς εγκυμοσύνες και τον θηλασμό



Βοηθά στη λειτουργία του πεπτικού συστήματος



Βοηθά στην επίτευξη και διατήρηση υγιούς βάρους

ΟΦΕΛΗ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ για τα Παιδιά



Διατηρεί το
δέρμα, τα
δόντια και τα
μάτια υγιή



Στηρίζει την
ανάπτυξη του
εγκεφάλου



Στηρίζει τους
μύες



Στηρίζει την
υγιή ανάπτυξη



Βοηθά στην επίτευξη
και διατήρηση
υγιούς βάρους



Ενισχύει το
ανοσοποιητικό
σύστημα



Δυναμώνει τα
οστά



Βοηθά στη
λειτουργία
του πεπτικού
συστήματος

Μπορούμε τώρα να ομαδοποιήσουμε ορισμένα από τα οφέλη για τους ενήλικες, με δύο τρόπους, καθώς ορισμένα επικεντρώνονται στην πρόληψη ασθενειών ενώ άλλα σκοπεύουν να βελτιώσουν την υγεία, κάτι που μακροπρόθεσμα αποτρέπει επίσης ορισμένες καταστάσεις:

1

Πρόληψη ασθενειών: Πρέπει να επισημανθεί ότι η υγιεινή διατροφή σας βοηθά να διατηρήσετε επαρκές βάρος, το οποίο σε πολλές περιπτώσεις αποτελεί παράγοντα κινδύνου για ορισμένες ασθένειες. Μια υγιεινή διατροφή θα μπορούσε να έχει πολλαπλά οφέλη προστατεύοντας το σώμα σας από ορισμένες ασθένειες όπως “παχυσαρκία, διαβήτης, καρδιαγγειακές παθήσεις, ορισμένες μορφές καρκίνου και μυοσκελετικές παθήσεις».

Καρδιακές παθήσεις: το είδος της τροφής που καταναλώνουμε θα μπορούσε να έχει άμεσο αντίκτυπο στην αρτηριακή μας πίεση, η οποία θα μπορούσε να οδηγήσει σε καρδιακή προσβολή ή άλλα είδη καρδιακών παθήσεων. Διαφορετικές μελέτες δείχνουν ότι είναι δυνατό “να αποτραπεί έως και το 80% των διαγνώσεων πρόωρης καρδιακής νόσου και εγκεφαλικού με αλλαγές στον τρόπο ζωής, όπως η αύξηση της σωματικής δραστηριότητας και η υγιεινή διατροφή”.

Κίνδυνος καρκίνου: μπορεί επίσης να μειωθεί με δύο τρόπους. Αφενός, τα αντιοξειδωτικά που περιέχονται σε συγκεκριμένα τρόφιμα θα μπορούσαν να προστατεύσουν τα κύτταρα από βλάβες. Αφετέρου, εάν μειώσετε την κατανάλωση κορεσμένων λιπαρών ή τροφίμων με υψηλές ποσότητες πρόσθετης ζάχαρης, μπορείτε επίσης να αποτρέψετε ορισμένες μορφές καρκίνου όπως καρκίνους του γαστρεντερικού σωλήνα.

Προβλήματα με τα οστά: τα τρόφιμα με υψηλές ποσότητες ασβεστίου και μαγνησίου σας βοηθούν να έχετε γερά οστά, ελαχιστοποιώντας τους κινδύνους ορισμένων ασθενειών όπως η οστεοπόρωση.



2

Βελτιώστε τη γενική σας υγεία: η υγιεινή διατροφή επηρεάζει άλλες πτυχές της προσωπικής σας ζωής εκτός από την πρόληψη ασθενειών.

Προσωπική διάθεση: Μερικές μελέτες έχουν βρει ότι το είδος του φαγητού που τρώτε μπορεί να έχει αντίκτυπο στα συμπτώματα της κατάθλιψης και της κόπωσης. Για παράδειγμα, μια διαίτα με υψηλό γλυκαιμικό φορτίο θα μπορούσε να αυξήσει αυτά τα συμπτώματα.

Υγεία του εγκεφάλου: ο εγκέφαλός σας θα μπορούσε επίσης να ωφεληθεί καθώς μια υγιεινή διατροφή βελτιώνει τη μνήμη σας και διατηρεί τη γνωστική λειτουργία.

Ύπνος: η μείωση της πρόσληψης κορεσμένων λιπαρών, αλκοόλ ή καφεΐνης θα σας βοηθήσει να έχετε έναν ξεκούραστο ύπνο

Υγεία: η τροφή που τρώτε θα μπορούσε να βοηθήσει τα καλά βακτήρια να ευδοκιμήσουν στο παχύ έντερο, διευκολύνοντας την εκτέλεση του ρόλου τους στο μεταβολισμό και την πέψη.





Όλα αυτά καθιστούν εύκολο να κατανοήσουμε γιατί διάφοροι διεθνείς θεσμοί, δημόσιες αρχές και εθνικές κυβερνήσεις καταβάλλουν πολλές προσπάθειες για την ευαισθητοποίηση στην υιοθέτηση υγιεινών συνηθειών, ειδικά όταν σχετίζονται με την κατανάλωση τροφίμων. Αυτές οι προσπάθειες συνήθως μεταφράζονται σε εθνικές πολιτικές, διατροφικά σχέδια, και δημιουργία ευκαιριών χρηματοδότησης, μεταξύ άλλων.

Καθώς το έργο agroBRIDGES εστιάζει σε 12 περιοχές/χώρες, θεωρήσαμε σημαντικό να συμπεριλάβουμε τα διάφορα εθνικά διατροφικά σχέδια, ώστε να έχετε μια ιδέα για το τι κάνουν αυτές οι χώρες όσον αφορά την προώθηση της υγιεινής διατροφής:

- Δανία
- Γαλλία
- Φιλανδία
- Ελλάδα
- Ιρλανδία
- Ιταλία
- Λετονία
- Λιθουανία
- Ολλανδία
- Πολωνία
- Ισπανία
- Τουρκία



Αλλαγή συνηθειών

Υπάρχει ανησυχία γι' αυτό το θέμα καθώς ορισμένες μελέτες έδειξαν ότι γίνεται “υπερβολική κατανάλωση ενέργειας, κορεσμένων λιπαρών, τρανς λιπαρών, ζάχαρης και άλατος καθώς και χαμηλή κατανάλωση λαχανικών, φρούτων και δημητριακών ολικής άλεσης ενώ αυξάνεται ο αριθμός ατόμων με παχυσαρκία – όλα αυτά όχι μόνο μειώνουν το προσδόκιμο ζωής αλλά βλάπτουν και την ποιότητα ζωής”.

Οι περισσότεροι βρίσκουν δυσκολία στο να αντικαταστήσουν μια μη υγιεινή διατροφή με μια υγιεινή. Οι καλές συνήθειες μαθαίνονται και με λίγη προσπάθεια ο καθένας θα μπορούσε να στραφεί σε έναν υγιεινότερο τρόπο διαβίωσης. Γι' αυτό και έχουμε συνοψίσει ορισμένες συμβουλές και σημαντικές πτυχές μιας υγιεινής διατροφής που μπορούν να σας βοηθήσουν να υιοθετήσετε αυτόν τον τρόπο διαβίωσης. Αυτό δεν σημαίνει ότι είναι το μόνο που θα πρέπει να κάνετε, καθώς θα ήταν εξαιρετικό αν μπορούσατε να συνδιάσετε μια υγιεινή διατροφή με φυσική άσκηση.



Ο δεκάλογος της υγιεινής διατροφής:

1 Αποφύγετε τα αναψυκτικά και πίνετε περισσότερο νερό.

2 Αποφύγετε τα επεξεργασμένα κρέατα και προσπαθήστε να μην τρώτε κρέας τουλάχιστον 1 μέρα/ εβδομάδα.

3 Συμπεριλάβετε τουλάχιστον 50% φρέσκα προϊόντα στα γεύματά σας.

4 Φάτε λαχανικά και φρούτα, γεμίστε το μισό σας πιάτο σε κάθε γεύμα ή σνακ. Θυμηθείτε να μην αντικαθιστάτε τα φρούτα με 100% φυσικούς χυμούς καθώς περιέχουν λιγότερες φυτικές ίνες.

5 Επιλέξτε τρόφιμα ολικής άλεσης αντί για επεξεργασμένα δημητριακά, γεμίστε ένα τέταρτο του πιάτου σας με τρόφιμα ολικής άλεσης.

6 Καταναλώστε καθημερινά τρόφιμα που περιέχουν πρωτεΐνες, γεμίστε ένα τέταρτο του πιάτου σας.

7 Αποφύγετε τα υπερ-επεξεργασμένα τρόφιμα.

8 Αγοράστε τοπικά προϊόντα και ετοιμάστε τα περισσότερα γεύματά σας στο σπίτι, εμπνευστείτε επίσης από εποχιακά προϊόντα που θα μπορούσατε να αγοράσετε τοπικά.

9 Αναζητήστε νέες και ενδιαφέρουσες υγιεινές συνταγές στο διαδίκτυο και κάντε ένα πρόγραμμα που να περιλαμβάνει τι θα τρώτε κάθε μέρα, ώστε να γίνει ευκολότερη η ισορροπία στη διατροφή σας.

10 Εάν αγοράζετε συσκευασμένα τρόφιμα, να διαβάζετε τον διατροφικό πίνακα, ώστε να γνωρίζετε τι τρώτε.

Φρέσκα προϊόντα

Τα προϊόντα αυτά έχουν άμεσο αντίκτυπο στην επιτυχία των βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής, καθώς ορισμένοι καταναλωτές τείνουν να αγοράζουν τοπικά προϊόντα διατροφής με κίνητρο να βρουν πιο φρέσκα προϊόντα από αυτά που μπορούν να αγοράσουν σε σούπερ μάρκετ ή άλλα καταστήματα (Short Food Supply Chain Network, 2019).



Μπορείτε να ζητήσετε από έναν γιατρό ή έναν διατροφολόγο να σας βοηθήσει να βρείτε την κατάλληλη υγιεινή διατροφή για την δική σας ειδική περίπτωση. Να θυμάστε πάντα ότι “η πρόσληψη ενέργειας (θερμίδες) πρέπει να είναι σε ισορροπία με την δαπάνη ενέργειας”.

Όπως έχουμε ήδη εξηγήσει, ένα από τα σημαντικά θέματα που πρέπει να λάβετε υπόψη είναι από πού αγοράζετε τα τρόφιμα. Πρέπει να λάβετε υπόψη ότι τα τοπικά προϊόντα διατροφής μπορεί να είναι πιο φρέσκα από τα προϊόντα που μπορείτε να αγοράσετε σε παντοπωλεία και σούπερ μάρκετ. Σας ενθαρρύνουμε να προετοιμάσετε εκ των προτέρων τον κατάλογο με τα πράγματα που θέλετε να αγοράσετε και να προσδιορίσετε πού θα μπορούσατε να τα βρείτε. Εάν αγοράσετε τοπικά, μπορείτε να προμηθευτείτε υγιεινά φρέσκα τρόφιμα και να βοηθήσετε τις ντόπιες οικογένειες. Τα οφέλη από την τοπική αγορά και τις βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC) έχουν ήδη αναφερθεί στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Φρέσκα τρόφιμα

Τρόφιμα που “δεν συντηρούνται με κονσερβοποίηση ή αφυδάτωση ή κατάψυξη ή κάπνισμα”. (IXL Learning, nd)



Εκπαίδευση & κατάρτιση





Εκπαίδευση & κατάρτιση

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, ένα από τα σχετικά θέματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη όταν μιλάμε για Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες Προϊόντων Διατροφής (SFSC) και τοπικά προϊόντα διατροφής είναι η ευαισθητοποίηση και η εκπαίδευση των πολιτών σχετικά με υγιεινές συνήθειες. Για τη διάδοσή τους, είναι απαραίτητο να έχετε γνώση των θεμάτων, και για το λόγο αυτό το πρώτο μέρος του εγχειριδίου αυτού περιλαμβάνει μια σειρά από έννοιες και σχετικές πληροφορίες για τα τοπικά προϊόντα διατροφής, τα μοντέλα SFSC και τις υγιεινές συνήθειες.



Γενικές πληροφορίες & συμβουλές

Αρχικά, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε σε τι αναφερόμαστε όταν μιλάμε για εκπαίδευση άλλων. Για τους σκοπούς αυτής της ενότητας, εκπαίδευση είναι η πράξη ή η διαδικασία μετάδοσης ή απόκτησης γενικών γνώσεων ή δεξιοτήτων. Υπονοεί ότι κάποιος είναι ειδικός ή έχει γνώσεις για ένα συγκεκριμένο θέμα (εκπαιδευτής, συντονιστής, δάσκαλος ή καθηγητής) και ότι υπάρχει κάποιος άλλος που θέλει ή χρειάζεται να μάθει (εκπαιδευόμενος ή μαθητής).

Η ιδέα είναι να έχετε αρκετές πληροφορίες ώστε να μπορείτε να ενεργείτε ως εκπαιδευτής ή συντονιστής και να πραγματοποιείτε δραστηριότητες μεταφοράς γνώσης με τη χρήση διαφόρων μέσων και τεχνικών.

Μέσα και τεχνικές για τη δημιουργία έμπνευσης και την εκπαίδευση των άλλων

Η διδασκαλία και η μάθηση μπορεί να είναι περίπλοκες, καθώς κάθε άτομο αποκτά γνώσεις με διαφορετικούς τρόπους. Για να διασφαλιστεί ότι όλοι οι εκπαιδευόμενοι κατανοούν ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο, οι εκπαιδευτές πρέπει να χρησιμοποιούν στρατηγικές ή μεθόδους διδασκαλίας για να βελτιώσουν την απόδοσή τους, να προσαρμόσουν το περιεχόμενο, να παρακινήσουν τους εκπαιδευόμενους και να διαμορφώσουν τη γνώση.

Οι εκπαιδευτικές μεθοδολογίες είναι ένα σύνολο εργαλείων, τεχνικών, στρατηγικών και μεθόδων διδασκαλίας που χρησιμοποιούν οι δάσκαλοι για να αυξήσουν τη συμμετοχή των μαθητών και να εξασφαλίσουν μια ενεργή και ουσιαστική εμπειρία στη μαθησιακή διαδικασία.



Οι εκπαιδευτικές μεθοδολογίες είναι ένα σύνολο εργαλείων, τεχνικών, στρατηγικών και μεθόδων διδασκαλίας που χρησιμοποιούν οι εκπαιδευτές για να αυξήσουν τη συμμετοχή των εκπαιδευόμενων και να εξασφαλίσουν μια ενεργή και ουσιαστική εμπειρία στη μαθησιακή διαδικασία.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει κάποια ενιαία, πιο αποτελεσματική μεθοδολογία. Όλες εξαρτώνται, κυρίως, από το πλαίσιο στο οποίο εφαρμόζονται και από τα χαρακτηριστικά της ομάδας. Το πιο σημαντικό είναι να παρακινήσουμε τον εκπαιδευόμενο, με στόχο να διεγείρουμε την περιέργεια του και στη συνέχεια την επιθυμία του για μάθηση.

Υπάρχουν πολλές διαφορετικές τεχνικές που χρησιμοποιούνται στις δραστηριότητες μεταφοράς γνώσης, αλλά σε αυτό το εγχειρίδιο, θα επικεντρωθούμε σε μοντέρνες τεχνικές διδασκαλίας που εμπλέκουν ενεργά τον συμμετέχοντα στη μαθησιακή διαδικασία:

Ανεστραμμένη αίθουσα διδασκαλίας: Αυτή η τεχνική περιλαμβάνει μαθητές που μελετούν και προετοιμάζουν το μάθημα που θα συζητηθεί, πριν να μπουν στην αίθουσα διδασκαλίας. Με αυτόν τον τρόπο, οι μαθητές έρχονται από το σπίτι με τις βασικές έννοιες αφομοιωμένες και στην αίθουσα διδασκαλίας μπορούν να επικεντρωθούν στην επίλυση τυχόν αμφιβολιών που έχουν σχετικά με το θέμα ή σε ότι έχει δημιουργήσει τη μεγαλύτερη περιέργεια.

Παιχνιδοποίηση - gamification (παιχνίδια): είναι ίσως η πιο διασκεδαστική τεχνική αφού βασίζεται στη μάθηση μέσω του παιχνιδιού. Μέσω της παιχνιδοποίησης (gamification) ο μαθητής μαθαίνει χωρίς να το καταλαβαίνει. Ο κύριος στόχος της παιχνιδοποίησης (gamification) είναι να ενισχύσει τα κίνητρα και τη συμπεριφορά των μαθητών έτσι ώστε να μπορούν να λύσουν προβλήματα δυναμικά.

Συζήτηση: Αυτή η τεχνική υποδηλώνει ότι το κοινό συμμετέχει στη μαθησιακή διαδικασία. Οι μαθητές θα μπορούσαν είτε να προετοιμαστούν εκ των προτέρων με συλλογή σχετικών πληροφοριών για το θέμα είτε να σκεφτούν το θέμα για πρώτη φορά στην τάξη. Η επιλογή εξαρτάται από τους στόχους και τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα.

Αλληλεπίδραση με χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης: Σε μια εποχή όπου η τεχνολογία επικοινωνίας είναι παντού γύρω μας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) μπορεί να είναι ισχυροί σύμμαχοι των εκπαιδευτών. Με αυτόν τον τρόπο, οι μαθητές που αλληλεπιδρούν με τη χρήση μέσων κοινωνικών δικτύωσης θα έχουν επιπλέον κίνητρα για μάθηση. Αυτή η τεχνική θα μπορούσε να συμβαδίσει με μια συζήτηση μέσω διαδικτύου ή με μια εκστρατεία επικοινωνίας με στόχο την ευαισθητοποίηση.

Μέθοδος μάθησης με βάση το πρόβλημα ή μελέτη περίπτωσης: Είναι μια ενεργή τεχνική εργασίας που εστιάζει στην έρευνα, στη μάθηση και στον προβληματισμό που οδηγεί στην επίλυση και το συμπέρασμα του προβλήματος που τίθεται. Η λύση του προβλήματος γεννά περιέργεια και προάγει τη δημιουργικότητα, παρακινώντας τη μάθηση, τη λήψη αποφάσεων και την επιχειρηματολογία. Κάθε εκπαιδευτής, με παιδαγωγικό τρόπο, πρέπει να σχεδιάζει εργασίες που να είναι κατάλληλες για τους μαθητές του και για αυτό πρέπει να λαμβάνονται υπόψη η ηλικία και το επίπεδο γνώσεων.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στις τεχνικές ηλεκτρονικής μάθησης, καθώς ακόμα και αν οι παραπάνω τεχνικές μπορούν να εφαρμοστούν διαδικτυακά, η διαδικασία μάθησης είναι διαφορετική. Ο όρος e-learning, που επινοήθηκε από τον ειδικό σε θέματα εκπαίδευσης Elliott Masie σε ένα συνέδριο που έγινε το 1999, αναφέρεται στη χρήση της τεχνολογίας δικτύου για το σχεδιασμό, τη διανομή, την επιλογή, τη διαχείριση και την ανταλλαγή της μάθησης (Cinema8, 2021).

Αυτός ο τρόπος μπορεί να περιλαμβάνει από απλό εκπαιδευτικό υλικό, όπως βίντεο, άρθρα, podcast ή οποιοδήποτε άλλο υλικό από το Διαδίκτυο, έως καλά δομημένα μαθήματα και εκπαιδευτικά προγράμματα, που τον κάνουν να έχει μεγαλύτερο εύρος. Στην ενότητα «Χρήσιμες πηγές και υλικό», μπορείτε να βρείτε υλικό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε προγράμματα ηλεκτρονικής μάθησης.



Πώς να είσαι καλός εκπαιδευτής

Εκτός από τις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τη διάδοση της γνώσης, μπορείτε επίσης να ασχοληθείτε με τις δεξιότητες και τις μεθόδους σας για να κεντρίσετε το ενδιαφέρον.

1

Χρησιμοποιήστε τεχνολογία

Υπάρχουν πολλά διαθέσιμα ψηφιακά εργαλεία.

2

Πείτε μια ιστορία

Οι άνθρωποι κατανοούν και θυμούνται τις ιστορίες καλύτερα από τα μεμονωμένα δεδομένα, επομένως η παρουσίαση των πληροφοριών μέσω ιστοριών μπορεί να είναι μια πολύ χρήσιμη τεχνική για να κάνετε την επεξήγηση πιο ξεκάθαρη.

3

Προσαρμόστε τον τρόπο που επικοινωνείτε

Φροντίστε να χρησιμοποιείτε σαφή και προσβάσιμη γλώσσα που είναι κατάλληλη για το κοινό σας. Όσον αφορά τη διδασκαλία, η ηλικία είναι κρίσιμη. Οι ενήλικες και τα παιδιά δεν μαθαίνουν με τον ίδιο τρόπο ή με τον ίδιο ρυθμό και ως δάσκαλοι πρέπει να ξέρουμε πώς να προσαρμοζόμαστε σε κάθε τύπο μαθητή.

4

Σκεφτείτε το κοινό σας

Μην εστιάζετε σε αυτά που θα θέλατε να μάθετε, αλλά σε αυτά που μπορεί να ενδιαφέρονται να μάθουν οι μαθητές σας.

5

Κάντε το δυναμικά

Η διδασκαλία μπορεί να γίνει δυναμική όχι μόνο με τον τρόπο που παρουσιάζεται το περιεχόμενο, αλλά και με την ενθάρρυνση της ενεργού συμμετοχής.



Εκπαίδευση παιδιών, νεαρών μαθητών και ενηλίκων

Υπάρχει διαφορά στον τρόπο που εκπαιδεύουμε τους νέους και τους ενήλικες, καθώς δεν μαθαίνουν με τον ίδιο ρυθμό όπως ένα παιδί. Ο εγκέφαλός τους είναι συνηθισμένος στην ενοποιημένη μάθηση και είναι σε θέση να κατανοούν πληροφορίες που είναι πιο σύνθετες. Τα προαναφερθέντα μέσα και τεχνικές μπορούν να οδηγήσουν σε δραστηριότητες σημαντικής μεταφοράς γνώσης εάν προσαρμοστούν στο συγκεκριμένο κοινό.

Όταν επιχειρείτε να προσεγγίσετε ενήλικες και νεαρούς μαθητές, θα πρέπει να λάβετε υπόψη ότι έχουν λιγότερο ελεύθερο χρόνο από τα παιδιά. Επομένως, είναι καλύτερο να μοιράζεστε το περιεχόμενο που τους ενδιαφέρει περισσότερο και που θα τους κεντρίσει το ενδιαφέρον.

Ως καταναλωτές, πιθανότατα θα τους ενδιέφερε περισσότερο να μάθουν τα οφέλη που θα αποκομίσουν εάν επιλέξουν να αγοράσουν τοπικά προϊόντα διατροφής από βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες (SFSC). Για το σκοπό αυτό, σας συνιστούμε να χρησιμοποιείτε την ακόλουθη δομή κατά την ανταλλαγή γνώσεων:

1. Χρησιμοποιώντας την ενότητα "Συστήματα SFSC & τοπικά προϊόντα διατροφής στην Ευρώπη", μπορείτε να ξεκινήσετε εξηγώντας τους βασικούς ορισμούς που περιλαμβάνονται ήδη στο κείμενο. Πρέπει να τονίσετε τα διαφορετικά οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη των SFSC.

2. Μπορείτε να συνεχίσετε εξηγώντας τι είναι τα τοπικά προϊόντα διατροφής και πού μπορείτε να τα βρείτε μέσω των SFSC. Στο εγχειρίδιο αυτό, έχουμε συμπεριλάβει ορισμένα παραδείγματα που σχετίζονται με συγκεκριμένες χώρες, επομένως εάν έχετε κοινό από αυτές τις περιοχές, μπορείτε να συμπεριλάβετε αυτές τις πληροφορίες, καθώς θα τους διευκολύνει να κατανοήσουν αυτό που τους εξηγείτε.

Εάν επιλέξετε να αναφέρετε τα διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα που κάνουν τα τοπικά προϊόντα διατροφής προσβάσιμα μέσω βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων (SFSC), σας συνιστούμε να ανατρέξετε σε συγκεκριμένα παραδείγματα και όχι στα μοντέλα, καθώς θα ήταν ευκολότερο για το κοινό να τα θυμάται. Αυτό αφορά την παραλαβή από το αγρόκτημα, τις τοπικές αγορές, τις πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου κ.λπ.

3. Ένα από τα πλεονεκτήματα των τοπικών προϊόντων διατροφής είναι ότι σχετίζονται με την πρόσβαση σε υγιεινά τρόφιμα, και για το θέμα αυτό μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις πληροφορίες που περιλαμβάνονται στην ειδική ενότητα αυτού του εγχειριδίου.



Αυτή είναι μια βασική δομή καθώς παρουσιάζει τις πληροφορίες με συνοπτικό τρόπο. Ωστόσο, θα μπορούσε να οργανωθεί μια εκπαιδευτική συνεδρία πλήρως αφιερωμένη σε κάθε ένα από τα αναφερόμενα σημεία. Η απόφαση σχετικά με τις πληροφορίες στις οποίες θα εστιάσετε θα εξαρτηθεί από το κοινό.

Τα παιδιά βιώνουν δύο θεμελιώδη στάδια ανάπτυξης και κοινωνικοποίησης στη διάρκεια των οποίων μαθαίνουν καταναλωτικά πρότυπα και πώς να συμπεριφέρονται. Το πρώτο από αυτά είναι η οικογένεια, όπου μαθαίνονται βασικές λειτουργίες, όπως η ομιλία και το φαγητό, εκτός από την εκμάθηση των αξιών και των κοινωνικών κανόνων που θα καθοδηγήσουν το μέλλον τους. Το δεύτερο είναι το σχολείο, μετά από το οποίο αναδύονται στον κόσμο όπου ζουν ανάμεσα στους συνομηλίκους τους και τους ενήλικες, αφομοιώνοντας τη νέα γνώση.

Τα παιδιά μαθαίνουν πιο γρήγορα και πιο εύκολα όταν αυτά τα δύο στάδια λειτουργούν παράλληλα. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει μια μακρά διαδικασία που πρέπει να συμβεί στα σχολεία και στο σπίτι με την οικογένεια, ώστε τα παιδιά να γίνουν ενήλικες καταναλωτές τοπικών προϊόντων διατροφής από βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες (SFSC).

Εάν τα παιδιά δείχνουν ενδιαφέρον να μοιραστούν τις αμφιβολίες και τις ιδέες τους στο σπίτι, είναι σε θέση να μάθουν πιο εύκολα και ενθαρρύνονται περισσότερο στο να συμμετέχουν σε μαθήματα και εξωσχολικές δραστηριότητες. Επιπλέον, όταν οι γονείς δείχνουν περιέργεια για τα θέματα που μαθαίνουν τα παιδιά τους, οι μαθητές μπορούν να επιβεβαιώσουν τις γνώσεις τους ακόμα περισσότερο. Τα σχολεία και οι οικογένειες μοιράζονται το καθήκον της εκπαίδευσης. Για το λόγο αυτό, οι ενήλικες πρέπει να μάθουν για αυτά τα θέματα, τόσο για δικό τους όφελος, αλλά και για να μπορούν να διδάξουν τα παιδιά.



Παρόλο που τόσο η οικογένεια όσο και το σχολείο είναι οι κύριοι παράγοντες για την εκπαίδευση των παιδιών, η προσέγγιση που πρέπει να ακολουθήσει ο καθένας είναι διαφορετική. Στο σχολείο, τα παιδιά θα πρέπει να έχουν όλα τα σχετικά με τα τρόφιμα θέματα που αναφέρονται στην προηγούμενη ενότητα ως μέρος του προγράμματος σπουδών τους. Για παράδειγμα, οι δάσκαλοι θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τεχνικές παιχνιδιοποίησης και να προσκαλέσουν τα παιδιά να συμμετάσχουν ενεργά στον εντοπισμό των πλεονεκτημάτων των τοπικών προϊόντων διατροφής ή της υγιεινής διατροφής. Εάν εστιάσουμε στην οικογένεια, θα ήταν πιο σημαντικό τα παιδιά να εξοικειωθούν με πρότυπα κατανάλωσης που περιλαμβάνουν υγιεινά προϊόντα διατροφής από βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες

Στην ενότητα «Χρήσιμες πηγές», θα βρείτε προσαρμόσιμες εικόνες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη διαδικασία εκμάθησης. Μπορείτε να τις κατεβάσετε από [εδώ](#).



Οργάνωση δραστηριοτήτων μεταφοράς γνώσης – Το Διαδικτυακό Σεμινάριο ως επιτυχημένη περίπτωση

Υπάρχουν πολλές δυνατότητες για να διδάξετε και να εμπνεύσετε άλλους. Εάν είστε σχολείο, μπορείτε να επωφεληθείτε από τα γραφήματα, την αναζήτηση λέξεων και τις επεξεργασμένες εικόνες που έχουμε συμπεριλάβει στην ενότητα «Χρήσιμες πηγές».

Εάν θέλετε να εκπαιδεύσετε νέους ή ενήλικες, σας συνιστούμε να παρακολουθήσετε τα διαδικτυακά σεμινάρια μας σχετικά με την **Υγιεινή Διατροφή** και τα Οφέλη της Τοπικών Τροφίμων ως παράδειγμα του είδους του περιεχομένου που θα μπορούσατε να μοιραστείτε και του πώς να το κάνετε.

Τα τελευταία χρόνια, τα διαδικτυακά σεμινάρια έχουν γίνει ένας από τους πιο επιτυχημένους τρόπους προσέγγισης μεγαλύτερου αριθμού κοινού με ευρεία γεωγραφική εξάπλωση. Επομένως, συμπεριλαμβάνουμε μερικές συμβουλές για το πώς να οργανώνετε διαδικτυακά σεμινάρια ως έναν από τους πιο επιτυχημένους τρόπους για να διδάξετε άλλους σχετικά με τα τοπικά προϊόντα διατροφής και τις βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες (SFSC):

Το πρώτο βήμα είναι να προσδιοριστεί ο καταλληλότερος τύπος συνεδρίας. Μπορούμε να επιλέξουμε διαφορετικές δομές, όπως το στυλ “Κυρίως Σκηής” (Mainstage) το οποίο αποτελείται από ένα καλωσόρισμα ή μια εισαγωγή, που ακολουθείται από μια βασική παρουσίαση και τελειώνει με μια περίληψη και ευχαριστίες ή παρατηρήσεις για διαδικαστικά θέματα.

1. ΠΟΙΟ ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣ ΘΕΛΟΥΜΕ

Κ – ΚΑΛΩΣΟΡΙΣΜΑ
ΕΠ – ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΜΕΛΩΝ ΠΑΝΕΛ
Π – ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ
ΕΣ – ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΠΡΟΣ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΠΑΝΕΛ
Ε&Α – ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΠΡΟΣ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΠΑΝΕΛ
Σ – ΣΥΝΟΨΗ
Ε – ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ/ ΔΙΑΔΙΚΑΣΤΙΚΑ



Εάν είναι επιθυμητή η αλληλεπίδραση, τότε υπάρχει η επιλογή για ένα στυλ “Ερωτήσεων & Απαντήσεων” (Q&A), το οποίο δίνει χρόνο για περίπου 10 ερωτήσεις. Το παραπάνω γράφημα δείχνει ότι υπάρχουν πολλές διαθέσιμες επιλογές. Ορισμένες είναι χρήσιμες σε περιπτώσεις με διαφορετικούς συμμετέχοντες στο πάνελ, ενώ άλλες είναι χρήσιμες όταν υπάρχει συντονιστής που καθοδηγεί τη συνομιλία μεταξύ του συμμετεχόντων στο πάνελ και του κοινού.

Συνιστάται να προσκαλείτε εξωτερικούς ομιλητές, καθώς βοηθά στην προσέλκυση ευρύτερου κοινού, ενώ παράλληλα κάνει το διαδικτυακό σεμινάριο πιο ενδιαφέρον καθώς περιλαμβάνονται διαφορετικές οπτικές γωνίες.

Αφού σχεδιάσετε την αρχική δομή, μπορείτε να εξετάσετε τον τύπο αλληλεπίδρασης που θα θέλατε να έχετε με το κοινό σας. Μπορείτε να επιλέξετε ένα στυλ εργαστηρίου όπου το κοινό συμμετέχει ενεργά ή να χρησιμοποιηθεί ένα λογισμικό ή εργαλείο για να απαντηθούν ερωτήσεις.

Για παράδειγμα, το εργαλείο Mentimeter είναι μια δημοφιλής επιλογή επειδή είναι αρκετά απλό και έχει μια έκδοση freemium. Εκτός από τη δημιουργία διαδραστικών παρουσιάσεων, το λογισμικό αυτό διευκολύνει στο να συμπεριληφθούν ερωτήσεις, δημοσκοπήσεις και κοιζ. Δημιουργεί μεγάλη προσέλκυση και συμμετοχή, είναι εύκολο στη χρήση και μπορεί να χρησιμοποιηθεί ανεξάρτητα από οποιοδήποτε λογισμικό διαδικτυακού σεμιναρίου.

Εάν θέλετε να προχωρήσετε ένα βήμα παραπέρα, μπορείτε να σχεδιάσετε κάποιες ασκήσεις ή να επιτρέψετε στο κοινό να εργαστεί σε ομάδες, καθώς αυτές παρέχουν πιο λεπτομερείς πληροφορίες που μπορούν να αξιοποιηθούν για τη δημιουργία και την ταξινόμηση δυνητικών χρηστών και συνήθως έχουν αρκετά υψηλά ποσοστά συμμετοχής και ικανοποίησης των συμμετεχόντων.

Αυτό το βήμα έχει υψηλότερο κόστος, καθώς τέτοιου είδους δραστηριότητες απαιτούν σημαντική προετοιμασία και τη χρήση εργαλείων λογισμικού επί πληρωμή, όπως το GoToTraining .



Μια πιο καινοτόμος μέθοδος για διαδικτυακές εκδηλώσεις είναι η χρήση ασκήσεων συν-δημιουργίας. Παρέχουν παρόμοια πλεονεκτήματα με την εργασία σε ομάδες, αλλά απαιτούν έναν επιδέξιο συντονιστή, σταθερό σχεδιασμό και τη χρήση εξωτερικών εργαλείων όπως το Miro.

Σε αυτό το σημείο, μπορείτε να επιλέξετε το βασικό λογισμικό που θα χρησιμοποιηθεί στη συνεδρία. Υπάρχουν πολλές διαθέσιμες επιλογές, συμπεριλαμβανομένων των Teams, Zoom, GoToMeeting και άλλων.

Μπορείτε να βιντεοσκοπήσετε το διαδικτυακό σεμινάριο και να το ανεβάσετε στο Youtube για να προσεγγίσετε ευρύτερο κοινό και να το καταστήσετε διαθέσιμο σε άτομα που δεν μπόρεσαν να το παρακολουθήσουν εκείνη τη στιγμή. Εάν σκοπεύετε να το κάνετε αυτό, είναι σημαντικό για λόγους προστασίας προσωπικών δεδομένων (GDPR) να ενημερώσετε τους συμμετέχοντες ότι η συνεδρία καταγράφεται.

Μόλις ολοκληρωθεί το διαδικτυακό σεμινάριο, συνιστάται να στείλετε σε όλους τους συμμετέχοντες ένα επακόλουθο ηλεκτρονικό μήνυμα με τη βιντεοσκοπημένη συνεδρία, τις παρουσιάσεις του PowerPoint ή τα αρχεία PDF και το έγγραφο που συγκεντρώνει όλες τις ερωτήσεις και τις απαντήσεις από τη συνεδρία.

Εν κατακλείδι, ακολουθούν μερικές ιδέες για την προβολή και προώθηση της διαδικτυακής εκδήλωσης ή του διαδικτυακού σας σεμιναρίου:

- Χρησιμοποιήστε ένα αναδυόμενο παράθυρο ή ένα ρυθμιστικό στον δικτυακό σας τόπο για να προωθήσετε την εκδήλωσή σας όταν εμφανίζονται σχετικές πληροφορίες
- Δημοσιεύστε σχετικό περιεχόμενο σε μια ανάρτηση ιστολογίου ή στην ενότητα ειδήσεων στον δικτυακό σας τόπο
- Μοιραστείτε το στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Στείλτε ηλεκτρονικά μηνύματα σε ιδρύματα που μπορούν να βοηθήσουν στη διάδοση
- Στείλτε ηλεκτρονικά μηνύματα σε πιθανούς ενδιαφερόμενους στο να συμμετάσχουν στο διαδικτυακό σεμινάριο
- Στείλτε ένα δελτίο τύπου στα ΜΜΕ



Βασικές έννοιες



Βασικές έννοιες

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει διαφορετικούς ορισμούς και έννοιες που σχετίζονται με τοπικά προϊόντα διατροφής και θα βοηθήσουν στην κατανόηση των μοντέλων Βραχέων Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προϊόντων Διατροφής (SFSC). Περιλαμβάνονται επίσης επεξηγήσεις εννοιών που σχετίζονται με τρόπους αλληλεπίδρασης με τους αγρότες και την αγορά τοπικών προϊόντων διατροφής.

Αγορά αγροτικών προϊόντων (λαϊκή αγορά)

“Αγορά λιανικής όπου οι αγρότες μπορούν να πουλήσουν τα ντόπια προϊόντα τους, καθώς και άλλα μεταποιημένα αγαθά, απευθείας στους καταναλωτές”. (Strength2food project, 2020)

Αγορές εντός αγροκτήματος

“Μια επιλογή λιανικού εμπορίου όπου οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν προϊόντα απευθείας από το αγρόκτημα”. (Strength2food project, 2020)

Αγροοικολογία

Η προσέγγιση αυτή “εφαρμόζει ταυτόχρονα οικολογικές και κοινωνικές έννοιες και αρχές στο σχεδιασμό και τη διαχείριση τροφίμων και γεωργικών συστημάτων. Επιδιώκει να βελτιστοποιήσει τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ φυτών, ζώων, ανθρώπων και περιβάλλοντος, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη τις κοινωνικές πτυχές που πρέπει να αντιμετωπιστούν για ένα βιώσιμο και δίκαιο σύστημα τροφίμων”. (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2018)

Αγροοικολογική γεωργία

Στοχεύει να “δημιουργήσει σταθερά συστήματα παραγωγής τροφίμων που είναι ανθεκτικά σε περιβαλλοντικές διαταραχές όπως η κλιματική αλλαγή και οι ασθένειες”. (Shulman, 2020)

Αγροτικό κατάστημα

“Κατάστημα λιανικής που πουλά προϊόντα απευθείας από το αγρόκτημα”. (Strength2food project, 2020)



Αγροτικός συνεταιρισμός

“Ομάδα αγροτών που συνεργάζονται σε ορισμένους τομείς δραστηριοτήτων και συγκεντρώνουν πόρους, π.χ. για την παραγωγή, το μάρκετινγκ και το εμπόριο”. (Strength2food project, 2020)

Απώλεια τροφίμων

“Συμβαίνει πριν το τρόφιμο φτάσει στον καταναλωτή ως ακούσιο αποτέλεσμα γεωργικών διεργασιών ή τεχνικών περιορισμών στις φάσεις παραγωγής, αποθήκευσης, επεξεργασίας και διανομής”. (EAT-Lancet Commission, 2019)

Αυτόματο μηχάνημα πώλησης

“Μια επιλογή διανομής τροφίμων όπου οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν φρέσκα προϊόντα που διατίθενται από κοντινούς τοπικούς παραγωγούς, γεμίζοντας τα δικά τους ή παρεχόμενα δοχεία”. (Strength2food project, 2020)

Βιολογική γεωργία

Είναι “μια γεωργική μέθοδος που στοχεύει στην παραγωγή τροφίμων με τη χρήση φυσικών ουσιών και διαδικασιών», έχοντας έτσι λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. (European Commission, 2021)

Βιώσιμο σύστημα διατροφής

“Παρέχει ασφάλεια σίτισης και διατροφή για όλους με τέτοιο τρόπο ώστε να μην διακυβεύονται οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές βάσεις για τη δημιουργία ασφάλειας σίτισης και διατροφής για τις μελλοντικές γενιές”. (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2018)

Βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (SFSC)

Για τους σκοπούς του έργου agroBRIDGES αναπτύχθηκε και συμφωνήθηκε ένας ορισμός που είναι σαφής και κατανοητός: οι βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής έχουν όσο το δυνατόν λιγότερους ενδιάμεσους συνδέσμους μεταξύ του παραγωγού τροφίμων και του καταναλωτή/πολίτη που καταναλώνει τα τρόφιμα.

Γεωγραφικές ενδείξεις

“Σήμανση που χρησιμοποιείται σε προϊόντα που έχουν συγκεκριμένη γεωγραφική προέλευση και διαθέτουν ιδιότητες ή φήμη που οφείλονται σε αυτήν την προέλευση”. (World Intellectual Property Organization, 2018)

Γεωργία και κτηνοτροφία

“Η δραστηριότητα καλλιέργειας της γης ή εκτροφής ζώων σε αγρόκτημα”. (Collins, 2017)

Δημόσιες προμήθειες

Αναφέρονται στη “διαδικασία με την οποία οι δημόσιες αρχές, όπως κυβερνητικές υπηρεσίες ή τοπικές αρχές, προμηθεύονται εργασίες, αγαθά ή υπηρεσίες από εταιρείες”. (European Commission, 2018)

Διαμεσολαβητής

Άτομο ή οργανισμός που μεταφέρει μηνύματα και λειτουργεί ως σύνδεσμος μεταξύ δύο ατόμων ή ομάδων. (Collins, 2021)

“Διάλεξε τα δικά σου” (Pick-your-own)

“Μια ρύθμιση όπου οι καταναλωτές μπορούν να συλλέξουν απευθείας φρούτα και λαχανικά από ένα αγρόκτημα, πληρώνοντας ένα συμφωνημένο ποσό με βάση το βάρος / την αξία του καλαθιού”. (Strength2food project, 2020)

Διανομή από το αγρόκτημα

“Επιλογή εμπορίου λιανικής όπου οι καταναλωτές λαμβάνουν αγροτικά προϊόντα που παραδίδονται κατόικον”. (Strength2food project, 2020)

Εκπαίδευση

Η πράξη ή η διαδικασία μετάδοσης ή απόκτησης γνώσης (Random House, 2016)

Εκπαιδευτικές τεχνικές

Ένα σύνολο εργαλείων, τεχνικών, στρατηγικών και μεθόδων διδασκαλίας που χρησιμοποιούν οι εκπαιδευτές για να αυξήσουν τη συμμετοχή των εκπαιδευόμενων και να εξασφαλίσουν μια ενεργή και ουσιαστική εμπειρία στη μαθησιακή διαδικασία (Collins, 2017).

Εμπόριο χονδρικής

“Η πώληση αγαθών σε μεγάλες ποσότητες και χαμηλές τιμές, που συνήθως μεταπωλούνται από εμπόρους λιανικής με κέρδος”. (Lexico, 2021)

Έμπορος λιανικής

“Άτομο ή επιχείρηση που πουλά αγαθά στο κοινό σε σχετικά μικρές ποσότητες για χρήση ή κατανάλωση και όχι για μεταπώληση”. (Lexico, 2021)

Εφοδιαστική αλυσίδα

Μπορεί να οριστεί ως “το συνολικό σύστημα παραγωγής και παράδοσης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, από το αρχικό στάδιο της προμήθειας των πρώτων υλών έως την τελική παράδοση του προϊόντος ή της υπηρεσίας στους τελικούς χρήστες”. (CFI Education, 2021)

Ηλεκτρονική μάθηση

“Η χρήση της τεχνολογίας δικτύου για το σχεδιασμό, τη διανομή, την επιλογή, τη διαχείριση και την ανταλλαγή της μάθησης” (Cinema8, 2021).

“Καθαρή ετικέτα” (Clean label)

Περιλαμβάνει τον κατάλογο συστατικών, τη διαφήμιση στη συσκευασία και τις επιπτώσεις του προϊόντος στο περιβάλλον και τους ανθρώπους. . (Lascom, 2018)

Καταναλωτής

“Ένα άτομο που αγοράζει αγαθά ή υπηρεσίες για ίδια χρήση”. (Cambridge University Press, 2018)

Κοινοτικά Υποστηριζόμενη Γεωργία (CSA)

Ένα μοντέλο συνεργασίας μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών “όπου μοιράζονται μέρος των κινδύνων, των αποφάσεων και των ανταμοιβών της παραγωγής”. (Short Food Supply Chain Network, 2019). Και οι δύο πλευρές αποκομίζουν οφέλη όπως σταθερό και ασφαλές εισόδημα για τους παραγωγούς και πρόσβαση σε φρέσκα τρόφιμα για τους καταναλωτές.

Κόμβος τροφίμων

“Κεντρική εγκατάσταση που διευκολύνει τη συγκέντρωση, αποθήκευση, επεξεργασία, εμπορία και διανομή τροφίμων τοπικής παραγωγής.” (Strength2food project, 2020)

“Μίλια τροφίμων” (Food miles)

Είναι η “απόσταση μεταξύ του τόπου όπου καλλιεργείται ή παρασκευάζεται το τρόφιμο και του τόπου όπου καταναλώνεται”. (Cambridge University Press, 2019)

Οδηγίες για πράσινες δημόσιες προμήθειες (GPP)

Οι πράσινες δημόσιες προμήθειες (GPP) ορίζονται στην ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής “Δημόσιες προμήθειες για ένα καλύτερο περιβάλλον” ως μια διαδικασία κατά την οποία οι δημόσιες αρχές επιδιώκουν να προμηθευτούν αγαθά, υπηρεσίες και εργασίες με μειωμένο περιβαλλοντικό αντίκτυπο καθ’ όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους σε σύγκριση με αγαθά, υπηρεσίες και εργασίες με την ίδια πρωταρχική λειτουργία που θα προμηθευόνταν σε άλλη περίπτωση. Ένας από τους τομείς προτεραιότητας που προσδιορίζονται από την Επιτροπή είναι τα τρόφιμα και η εστίαση (agroBRIDGES Consortium, 2021).

Ομάδα αγοράς αλληλεγγύης (Solidarity purchasing group)

“Μία ομάδα ατόμων, π.χ. νοικοκυριών, που συνεργάζονται για την αγορά τροφίμων και άλλων προϊόντων απ’ ευθείας από τους παραγωγούς”. (Strength2food project, 2020)

Παραγωγός τροφίμων

Το “άτομο που καλλιεργεί, εκτρέφει, επεξεργάζεται, προετοιμάζει, παρασκευάζει ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο προσθέτει αξία στο προϊόν διατροφής που πουλάει”. (Law Insider, 2017)

“Προϊόν ευκολίας” (convenience good)

Προϊόν “που είναι ευρέως διαθέσιμο και αγοράζεται συχνά με ελάχιστη προσπάθεια” ενώ συνήθως αγοράζεται από συνήθεια. Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται τα ήδη κομμένα λαχανικά ή το γρήγορο φαγητό (fast food).

Πωλήσεις από απόσταση

Το μοντέλο αυτό αναφέρεται σε συστήματα βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής όπου τα τρόφιμα πωλούνται και παραδίδονται εκτός της περιοχής παραγωγής, αλλά οι πληροφορίες είναι δεόντως επισημασμένες και ενσωματωμένες ώστε να μεταφέρονται στους καταναλωτές με τις πιο ακριβείς λεπτομέρειες. Οι άμεσες παραδόσεις από το αγρόκτημα μέσω διαφορετικών σχημάτων διανομής, οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου ή οι ειδικόί έμποροι λιανικής συμμετέχουν σε αυτόν τον τύπο βραχείας εφοδιαστικής αλυσίδας προϊόντων διατροφής. (agroBRIDGES Consortium, 2021).



Πωλήσεις εκτός αγροκτήματος

Αυτά τα συστήματα βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής του εμπορικού τομέα βασίζονται στο ότι τα προϊόντα δεν πωλούνται στην τοποθεσία των αγροτών, αλλά σε σχετικά και κοντινά μέρη με σαφή ταυτοποίηση των προϊόντων (π.χ. αγορές αγροτικών προϊόντων, φεστιβάλ τροφίμων, συνεταιρισμούς, αξιόπιστες επιχειρήσεις του κλάδου φιλοξενίας, εστίασης και τροφοδοσίας και εμπόρους λιανικής). (agroBRIDGES Consortium, 2021)

Πωλήσεις εντός αγροκτήματος

Τοπικά προϊόντα διατροφής πωλούνται απευθείας στις εγκαταστάσεις του αγρότη ή του παραγωγού (π.χ. αγροτικό κατάστημα, φιλοξενία εντός του αγροκτήματος, πωλήσεις στο δρόμο ή “διάλεξε τα δικά σου”). (agroBRIDGES Consortium, 2021).

Πωλήσεις σε κοντινή απόσταση

Αυτό το μοντέλο περιλαμβάνει τόσο τις μεθόδους πώλησης πρόσωπο-με-πρόσωπο (ο καταναλωτής αγοράζει απ' ευθείας από τον παραγωγό εμπιστευόμενος την προσωπική αλληλεπίδραση) όσο και τις κοντινές βραχείες εφοδιαστικές αλυσίδες προϊόντων διατροφής (τα προϊόντα διατροφής παράγονται και πωλούνται σε μια δεδομένη περιοχή παραγωγής). (agroBRIDGES Consortium, 2021).

Σπατάλη τροφίμων

“Αναφέρεται σε τρόφιμα καλής ποιότητας κατάλληλα για κατανάλωση που απορρίπτονται συνειδητά στα στάδια εμπορίου και κατανάλωσης”. (EAT-Lancet Commission, 2019)

Σύστημα διανομής σε κουτί (box scheme)

“Μια ρύθμιση όπου οι καταναλωτές πληρώνουν ένα σταθερό ποσό για μια συμφωνημένη ποσότητα λαχανικών, φρούτων ή άλλων προϊόντων, τα οποία παραδίδονται κατόικον σε τακτική βάση”. (Strength2food project, 2020)

Σύστημα διατροφής

Περιλαμβάνει “όλα τα στοιχεία και τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την παραγωγή, την επεξεργασία, τη διανομή, την προετοιμασία και την κατανάλωση τροφίμων”. (EAT-Lancet Commission, 2019)

Συστήματα γνώσης και καινοτομίας στη γεωργία

Ο όρος αναφέρεται στους “τρόπους αλληλεπίδρασης ανθρώπων και οργανισμών σε μια χώρα ή περιοχή, συμπεριλαμβανομένων των γεωργικών εκμεταλλεύσεων, των επιχειρήσεων, των αρχών, της έρευνας κλπ.” (EIP-AGRI Support Facility, 2018)



Τοπικά προϊόντα διατροφής

“Παράγονται σε μικρή απόσταση από το σημείο που καταναλώνονται, και συχνά συνοδεύονται από μια κοινωνική δομή και εφοδιαστική αλυσίδα διαφορετική από το μεγάλης-κλίμακας σύστημα των σούπερ μάρκετ”. (Waltz, 2011)

Τοπική κοινότητα

Ομάδα ατόμων σε μια τοπική γεωγραφική περιοχή. (Stand4 LLC, 2021)

Τοπικό κατάστημα

“Ανεξάρτητη τοπική επιχείρηση που πουλά προϊόντα σε μια τοπική κοινότητα”. (Strength2food project, 2020)

Τρόφιμα φυτικής προέλευσης

Περιλαμβάνει φρούτα, λαχανικά, ξηρούς καρπούς, σπόρους και δημητριακά ολικής άλεσης.

Υγιεινή διατροφή

“Η υγιεινή διατροφή έχει βέλτιστη θερμιδική πρόσληψη και αποτελείται σε μεγάλο βαθμό από ποικιλία τροφών φυτικής προέλευσης, μικρές ποσότητες τροφών ζωικής προέλευσης, περιέχει ακόρεστα και όχι κορεσμένα λιπαρά και περιορισμένες ποσότητες επεξεργασμένων δημητριακών, εξαιρετικά επεξεργασμένων τροφίμων και πρόσθετων σακχάρων”. (EAT-Lancet Commission, 2019)

Φρέσκα

Όταν αναφέρεται σε φρούτα και λαχανικά, σημαίνει ότι δεν έχουν υποστεί επεξεργασία (π.χ. κονσέρβες, τουρσί, συντηρημένα ή κατεψυγμένα). (Loades, 2017)

Φρέσκα προϊόντα

Τα προϊόντα αυτά έχουν άμεσο αντίκτυπο στην επιτυχία των βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής, καθώς ορισμένοι καταναλωτές τείνουν να αγοράζουν τοπικά προϊόντα διατροφής με κίνητρο να βρουν πιο φρέσκα προϊόντα από αυτά που μπορούν να αγοράσουν σε σούπερ μάρκετ ή άλλα καταστήματα. (Short Food Supply Chain Network, 2019).

Φρέσκα τρόφιμα

Τρόφιμα που “δεν συντηρούνται με κονσερβοποίηση ή αφυδάτωση ή κατάψυξη ή κάπνισμα”. (IXL Learning, n.d.)



Χρήσιμες πηγές & υλικό



Χρήσιμες πηγές & υλικό

Στην ενότητα αυτή θα βρείτε επιπλέον πληροφορίες που μπορεί να σας φανούν χρήσιμες σε περίπτωση που θα θέλατε να μάθετε περισσότερα για τα τοπικά προϊόντα διατροφής και τις υγιεινές συνήθειες. Θα βρείτε επίσης υλικό επικοινωνίας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

Υποθέσεις επιτυχίας για τους καταναλωτές

Επισκεφθείτε τον κατάλογο μας για τις Καλές Πρακτικές που διατίθεται στον ιστότοπο του έργου μας. Βρείτε αυτό που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες σας μέσα από τα φίλτρα στα δεξιά και χρησιμοποιώντας τη μηχανή αναζήτησης. Θα βρείτε επίσης μέσα σε κάθε άρθρο, έναν σύνδεσμο μέσω του οποίου μπορείτε να δείτε το πλήρες περιεχόμενο κάθε καλής πρακτικής. Επιπλέον, μπορείτε να παρακολουθήσετε το βίντεό μας που περιλαμβάνει 12 περιπτώσεις επιτυχίας.

Κατάλογος Καλών Πρακτικών:



Βίντεο:



ΤΡΟΦΗ ΥΨΗΛΗ ΣΕ ΑΝΤΙΟΞΕΙΔΩΤΙΚΑ



Μούρα όπως βατόμουρα
και σμέουρα

Σκούρα φυλλώδη
πράσινα



Κολοκύθα
και καρότα

Ξηροί καρποί
και σπόροι



ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΛΟΥΣΙΑ ΣΕ ΑΣΒΕΣΤΙΟ



Γαλακτοκομικά προϊόντα με
χαμηλά λιπαρά

Μπρόκολο



Κουνουπίδι

Λάχανο



Κονσερβοποιημένα
ψάρια με κόκαλα

Τόφου



Όσπρια

ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΥΨΗΛΟΥ ΓΛΥΚΑΙΜΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ

ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΕΝΟΙ
ΥΔΑΤΑΝΘΡΑΚΕΣ



ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ



ΚΕΙΚ - ΤΟΥΡΤΕΣ



ΑΣΠΡΟ ΨΩΜΙ



ΜΠΙΣΚΟΤΑ



Η ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΤΟΥ ΕΓΚΕΦΑΛΟΥ ΠΕΡΙΕΧΕΙ



ΒΙΤΑΜΙΝΗ D, ΒΙΤΑΜΙΝΗ C
ΚΑΙ ΒΙΤΑΜΙΝΗ E

ΩΜΕΓΑ-3
ΛΙΠΑΡΑ ΟΞΕΑ



ΦΛΑΒΟΝΟΕΙΔΗ ΚΑΙ
ΠΟΛΥΦΑΙΝΟΛΕΣ



ΨΑΡΙΑ



ΚΑΛΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΤΟΥ ΕΝΤΕΡΟΥ

ΛΑΧΑΝΙΚΑ



ΦΡΟΥΤΑ



ΟΣΠΡΙΑ



ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ
ΟΛΙΚΗΣ



ΓΙΑΟΥΡΤΙ



ΚΙΜΤΣΙ



ΕΥΝΟΛΑΧΑΝΟ



ΜΙΣΟ



ΚΕΦΙΡ



Υλικό για παιδιά – Έννοιες

Καταναλωτής

Ένα άτομο που αγοράζει αγαθά ή υπηρεσίες για δική του χρήση



Φρέσκα τρόφιμα

Είναι αυτά που τα έχουν συλλέξει ή παράγει πρόσφατα, και δεν έχουν συντηρηθεί, για παράδειγμα με κατάψυξη ή με την τοποθέτηση σε κονσέρβα.



Υγιεινή διατροφή

Συνεπάγεται την κατανάλωση ποικιλίας ειδών διατροφής, έτσι ώστε να μπορείτε να λαμβάνετε όλα τα θρεπτικά συστατικά που χρειάζεστε για κανονική ανάπτυξη.



Τοπικά προϊόντα διατροφής

Είναι αυτά που παράγονται κοντά στο μέρος που τα καταναλώνετε, για παράδειγμα, από ένα αγρόκτημα κοντά στο σπίτι σας.

Συστήματα βραχέων εφοδιαστικών αλυσίδων προϊόντων διατροφής (SFSC).

Τα συστήματα SFSC μειώνουν τον αριθμό των διαμεσολαβητών, όπως είναι οι χονδρέμποροι ή οι μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, μεταξύ του αγρότη και των καταναλωτών. Για παράδειγμα, τα τρόφιμα μπορούν να πωληθούν απευθείας από τον αγρότη στο αγρόκτημα, στη λαϊκή αγορά ή μέσω διαδικτύου ή από μικρά τοπικά καταστήματα.



Υγιεινό Πιάτο

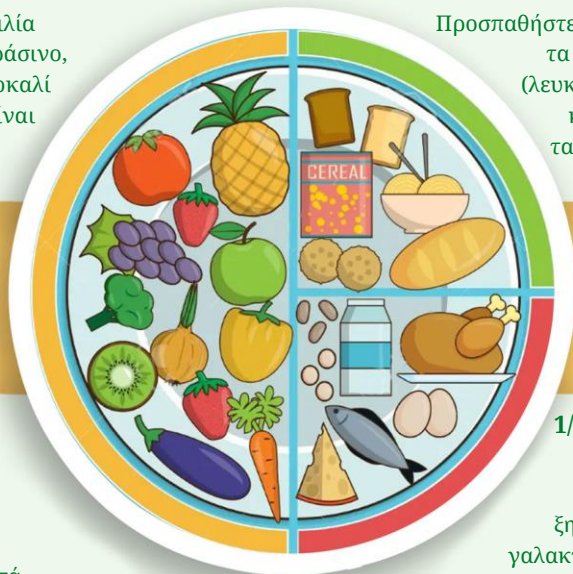
1/2 ΛΑΧΑΝΙΚΑ & ΦΡΟΥΤΑ

Επιλέξτε ποικιλία χρωμάτων. Πράσινο, κίτρινο, πορτοκαλί και κόκκινο είναι οι καλύτερες επιλογές.



ΝΕΡΟ

Αποφύγετε τα ζαχαρούχα ποτά.



1/4 ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ

Προσπαθήστε να αποφύγετε τα εξυγενισμένα (λευκά) δημητριακά και προτιμήστε τα ολικής (καφέ).

1/4 ΠΡΩΤΕΪΝΗ

Τα ψάρια, τα πουλερικά, οι ξηροί καρποί, τα γαλακτοκομικά είναι ιδανικές πηγές πρωτεΐνης.



Αναζήτηση λέξεων

G J I E Q Z T P N R A T
U Q G U B Z W R H I S P
M D H Φ O P T A I Δ Q O
Φ P E Σ K A H A Z R N Φ
A X A T A N I E I Γ Y I
T Π A P A Γ Ω Γ O Σ R M
I K A T A Σ T H M A J A
G G Z H A K I N A X A Δ
Y Q T O Π I K O H G U M
K A T A N A Δ Ω T H Σ M

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
ΤΡΟΦΙΜΑ
ΥΓΙΕΙΝΑ
ΦΡΕΣΚΑ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ
ΔΙΑΤΡΟΦΗ
ΛΑΧΑΝΙΚΑ
ΤΟΠΙΚΟ



Χρήσιμοι σύνδεσμοι

Η τροφική αλυσίδα εξηγείται στα παιδιά (Αγγλικά)



Έλεγχος υγιεινής διατροφής (Αγγλικά)



Έκθεση σχετικά με την Υγιεινή και Βιώσιμη Διατροφή για τις Ευρωπαϊκές Χώρες, από την Ευρωπαϊκή Ένωση Δημόσιας Υγείας (Αγγλικά)






Προγραμματισμός υγιεινών γευμάτων (Αγγλικά)










Διατροφόμετρο για παιδιά (Αγγλικά)



Φινλανδία

- Τοπικό Επισιτιστικό Πρόγραμμα - Υπουργείο Γεωργίας και Δασών 
- Εθνική πηγή πληροφοριών για τοπικά προϊόντα διατροφής 
- Πληροφορίες σχετικά με τα τρόφιμα 

Γαλλία

- Καταναλώστε φρέσκα και τοπικά - Υπουργείο Γεωργίας και Τροφίμων 
- Accueil - Ici C Local (δεν μεταφράζεται) 
- OAD - Εργαλείο υποστήριξης αποφάσεων : Πλατφόρμες 
- Για μία υγιεινή και βιώσιμη διατροφή - Έκθεση 
- Φρέσκα και τοπικά, η πλατφόρμα για υγιεινή και βιώσιμη διατροφή 
- Αναπτύξτε έργα για να φέρετε πιο κοντά την τοπική παραγωγή με την τοπική κατανάλωση. 
- Ανάδειξη εδαφικής κληρονομιάς 




Ελλάδα

- Εθνικό σχέδιο δράσης για την ανασύνθεση των προϊόντων διατροφής 
- Διατροφικοί οδηγοί 


Ιρλανδία


- Οδηγίες Υγιεινής Διατροφής 
- Τρώτε καλά 
- Υγιεινή διατροφή 
- Ιρλανδική Επιτροπή Τροφίμων 


Ιταλία

- Κατευθυντήριες γραμμές για υγιεινή διατροφή 


Λετονία


- Κατάλογος συστάσεων του Υπουργείου Υγείας (ΥΥ) για την υγιεινή διατροφή για διάφορες κοινωνικές ομάδες 


- Κανονισμοί Διατροφικών Κανόνων για Σπουδαστές Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, Πελάτες Ιδρυμάτων Κοινωνικής Φροντίδας και Κοινωνικής Αποκατάστασης και Ασθενείς Ιατρικών Ιδρυμάτων 

- Κανονισμοί για τη μέγιστη επιτρεπόμενη ποσότητα τρανς-λιπαρών οξέων σε προϊόντα διατροφής 

- Νόμος για την κυκλοφορία των ενεργειακών ποτών 


- Έκθεση για τη βιώσιμη αμοιβαία συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για την προώθηση ενός υγιεινού τρόπου διαβίωσης για τα παιδιά 


- Μέτρα που εφαρμόζονται στο πλαίσιο του Έργου Προαγωγής Υγείας του ΕΚΤ 

- Επί ειδικού φόρου κατανάλωσης 

- Δείγματα μενού για εκπαιδευτικά ιδρύματα 

Λιθουανία


- Περιγραφή Διαδικασίας Οργάνωσης Επισιτισμού στα Σχολεία Προσχολικής Αγωγής, Σχολεία Γενικής Εκπαίδευσης και Ιδρύματα Κοινωνικής Φροντίδας Παιδιών 


- Υποχρεώσεις των επιχειρήσεων τροφίμων στο πλαίσιο της συμφωνίας συνεργασίας για τη βελτίωση των ειδών διατροφής 

- Εθνικό Πρόγραμμα Ανάπτυξης Δημόσιας Υγείας 

- Εθνική Στρατηγική Υγείας 2014-2025 




- Εντολή για την επισήμανση των τροφίμων 

- Κανονισμός για την προσχολική και σχολική διατροφή 

- Εντολή για τα μέγιστα επίπεδα τρανς λιπαρών οξέων στα τρόφιμα 





Πολωνία


- Ποιότητα και επισήμανση τροφίμων 
- Γνωρίστε το καλό φαγητό 
- Ο κανόνας της πολωνικής κουζίνας 
- Η Πολωνία έχει ωραία γεύση 
- Πολωνικό προϊόν 
- Εθνικά συστήματα ποιότητας τροφίμων 
- Στρατηγική προώθησης τροφίμων 
- "Κρατηθείτε σε φόρμα!" - εκπαιδευτικό πρόγραμμα για ισορροπημένη διατροφή και δραστηριότητα 
- Υγιεινή διατροφή στα σχολεία 



Ισπανία


- Στρατηγική για διατροφή, σωματική δραστηριότητα και πρόληψη παχυσαρκίας (NAOS) 


- Διατροφικοί οδηγοί 


- Πολιτική - Πληροφορίες για το μοντέλο Nutri-Score | Παγκόσμια βάση δεδομένων για την Υλοποίηση της Διατροφικής Δράσης (GINA) 





Ολλανδία


- Προγράμματα και συμφωνίες που στοχεύουν σε πιο υγιεινή διατροφή 

- Μέτρα για την προώθηση της υγιεινής διατροφής για τη μείωση της παχυσαρκίας και του υπερβολικού βάρους 

- Μείωση την ποσότητας άλατος, κορεσμένων λιπαρών και θερμίδων (ζάχαρη) στα προϊόντα 

- Αντικειμενικές πληροφορίες για την υγιεινή διατροφή 

- Συμβουλές για έναν πιο υγιεινό τρόπο διαβίωσης 

- Η πιο υγιεινή διατροφή ως τρόπος πρόληψης ασθενειών / προστασίας της ανθρώπινης υγείας 

- Εθνικό Ινστιτούτο Δημόσιας Υγείας και Περιβάλλοντος 

Βιβλιογραφικές αναφορές

agroBRIDGES Consortium. (2021). D1.2: Report on European and Regional analysis of produce and consumer needs and barriers.

agroBRIDGES Consortium. (2021). D1.5: Review on Policy aspects related to SFSCs.

agroBRIDGES Consortium. (2021). D2.1: SFSCs business and marketing models categorisation.

Amisson, L. (2022, 26 Απριλίου). Is eating locally grown food healthier for you? Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Virtua Health: <https://www.virtua.org/articles/is-eating-locally-grown-food-healthier-for-you#:~:text=The%20main%20health%20benefit%20of,it's%20most%20dense%20with%20nutrients.>

Augère-Granier, M.-L. (2016). Briefing European Parliamentary Research Service. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από European Parliamentary Research Service: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI\(2016\)586650_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf)

Belletti, G. (2020). Short food supply chains for promoting local food on local markets United Nations Industrial Development Organization

Cambridge University Press. (2018). Consumer. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/es-LA/dictionary/english/consumer>

Cambridge University Press. (2019). Food miles.

Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/food-miles>

Centres for Disease Control and Prevention. (2021, 16 Μαΐου).

Benefits of Healthy Eating. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Centres for Disease Control and Prevention: <https://www.cdc.gov/nutrition/resources-publications/benefits-of-healthy-eating.html>

CFI Education. (2021, 1 Νοεμβρίου). Supply Chain. Ανακτήθηκε

τον Δεκέμβριο 2021, από CFI Education: <https://corporate-financeinstitute.com/resources/knowledge/strategy/supply-chain/>

Cinema8. (2021, 5 Οκτωβρίου). The History and Methods Of

Online Education. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Cinema 8: <https://cinema8.com/blog/the-history-and-methods-of-online-education>

Collins. (2017). Educational methods. Ανακτήθηκε τον Απρίλιο

2022, από Collins Dictionary: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/educational-methods>

Collins. (2017). Farming. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Collins dictionary: <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/farming>

Collins. (2021). Intermediary. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021,

από Collins dictionary: <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/intermediary>

Crichton-Stuart, C. (2020, 10 Δεκεμβρίου). What are the benefits

of eating healthy? Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Medical News Today: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/322268>

EAT-Lancet Commission . (2019, Ιανουάριος). EAT-Lancet Commission Summary Report Food Planet Health. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από EAT Forum: https://eatforum.org/content/uploads/2019/01/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

EIP-AGRI Support Facility. (2018). EIP-AGRI Brochure Agricultural Knowledge and Innovation Systems. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από EIP-AGRI Agriculture and Innovation: <https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/publications/eip-agri-brochure-agricultural-knowledge-and>



Elghannam et al. (2019). Consumers' Perspectives on Alternative Short Food Supply Chains Based on Social Media: A Focus Group Study in Spain

European Union (2013) Regulation ,EU. No 1305/2013 of the European Parliament and of the Council of 17 December 2013 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development ,EAFRD. and repealing Council Regulation ,EC. No 1698/2005. Brussels, Belgium: European Commission.

European Commission. (2018). Public procurement. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από European Commission: https://ec.europa.eu/growth/single-market/public-procurement_en

European Commission. (2021). Organics at a glance. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από European Commission: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance_en

Feldmann, C. and Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review', Food Quality and Preference, 40, pp. 152–164. doi: 10.1016/j.foodqual.2014.09.014.



Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2018). Sustainable food systems. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Food and Agriculture Organization of the United Nations: <https://www.fao.org/3/ca2079en/CA2079EN.pdf>

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2018). The 10 elements of agroecology. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations: <https://www.fao.org/3/i9037en/i9037en.pdf>

Galli et al. (2013). Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development.

Glowacki-Dudka, M., Murray, J. and Isaacs, K.P. (2012). Examining social capital within a local food system. *Community Development Journal*, Volume 48, Issue 1, January 2013, pp. 75–88, <https://doi.org/10.1093/cdj/bss007>

IXL Learning. (n.d.). Fresh food. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Vocabulary: <https://www.vocabulary.com/dictionary/fresh%20food>

Kenton, W. (2021, 22 Απριλίου). Convenience Good. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/c/convenience-good.asp>



Kumpulainen, T. et al. (2018). The effect of gender, age and product type on the origin induced food product experience among young consumers in Finland, *Appetite*, 123, pp. 101–107. doi:10.1016/j.appet.2017.

Kvam, G. T. and Bjørkhaug, H. (2015) State of the art review (WP2) On healthy growth initiatives in the mid-scale values-based chain of organic food. Trondheim, Norway.

Lascom. (2018, 19 Ιουνίου). Making Sense Of The Clean Label Concept. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Food Manufacturing: <https://www.foodmanufacturing.com/labeling/blog /13166825/making-sense-of-the-clean-label-concept>

Law Insider. (2017). Food Producer definition. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Law Insider: <https://www.lawinsider.com/dictionary/food-producer>

Lexico. (2021). Retailer. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Lexico by Oxford: <https://www.lexico.com/definition/retailer>

Lexico. (2021). Wholesale. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Lexico by Oxford: <https://www.lexico.com/definition/wholesale>

Loades, M. (2017, 30 Ιουνίου). Food Claims: What does fresh mean in food? Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Froghop: <https://www.froghop.co.uk/food-claims-what-does-fresh-mean-in-food/>

LähiSos (2017). Lyhyet läheiset ketjut – lähiruoka ja sosiaalinen pääoma, (LähiSos)-hanke, Loppuraportti. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2020 από <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018 /07/Lyhyet-1%C3%A4heiset-ketjut-1%C3%A4hiruoka-ja-sosiaalinen-p%C3%A4C3%A4oma-L%C3%A4hiSos-Loppuraportti.pdf>

Pelto-Huikko, A. (2013). Pellolta pöytään. Kuluttajien näkemyksiä lähiruosta arvontuottajana. Markkinoinnin pro gradu -tutkielma. Turku.

Peters, R. (2012) EU Rural Review: Local Food and Short Supply Chains. Brussels.

Random House. (2016). Education. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Random House unabridged dictionary: <https://www.dictionary.com/browse/education>

Short Food Supply Chain Network. (2019, 5 Νοεμβρίου). Glossary. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Short Food Supply Chain Network - Youtube Channel: <https://www.youtube.com/watch?v=NXSoC1MkgVs&list=PL3KSlp7vnOeewyNTypCnKuQd6NZ74srzy>

Shulman, R. (2020, 1 Οκτωβρίου). Agroecological Farming vs. Organic Farming: What's the difference? Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Insteading: <https://insteading.com/blog/sustainable-farming-organic-vs-agroecology/>

SMARTCHAIN project. (2021). Short Food Supply Chains. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από SMARTCHAIN project: <https://www.smartchain-h2020.eu/short-food-supply-chains/>

Stands4 LLC. (2021). Definitions for local community. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Definitions.net: <https://www.definitions.net/definition/local+community>

Strength2food project. (2020). MOOC Strength2food. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από Strength2food project: <https://www.strength2food.eu/MOOC/content/index.php?page=300>

Tacken, G., Galama, J., Jaspers, P., Immink, V., Aramyan, L. (2021). Korteketenproducten in Nederland; Zijn horeca, catering en supermarkten geïnteresseerd in producten uit de regio. Wageningen, Wageningen Economic Research, Rapport 2021-013. 48 blz. Διαθέσιμο στο διαδίκτυο: <https://doi.org/10.18174/541251>

United Nations Industrial Development Organization. (2020). Short Food Supply Chains for Promoting Local Food on Local Markets. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από UNIDO Knowledge Hub: <https://hub.unido.org/node/2879>

Waltz, C. L. (2011). Local food systems: background and issues. Nova Science Publishers.

Wittman, H., Beckie, M. and Hergesheimer, C. (2012) Linking Local Food Systems and the Social Economy? Future Roles for Farmers' Markets in Alberta and British Columbia, Rural Sociology, 77(1), pp. 36–61. doi: 10.1111/j.1549-0831.2011.00068.x.

World Health Organization. (2020, 29 Απριλίου). Healthy diet. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από World Health Organization: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

World Health Organization. (2021). Benefits of a balanced diet. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από World Health Organization - Regional Office for Europe: <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/a-healthy-lifestyle/benefits-of-a-balanced-diet#>

World Health Organization. (2021). Nutrition. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από World Health Organization - Regional Office for Europe: <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition>

World Intellectual Property Organization. (2018). Geographical Indications. Ανακτήθηκε τον Δεκέμβριο 2021, από WIPO: https://www.wipo.int/geo_indications/en/

Παράρτημα

Παράρτημα Ι – Ενημερωτικά φυλλάδια – Υπάρχοντα συστήματα SFSC σε διάφορες χώρες

Συμπεριλαμβάνονται 12 ενημερωτικά φυλλάδια.



- POPULATION: **8,427 MILLION** (2019)

- REPRESENTING **36,9%** OF THE OVERALL SPANISH GROSS ADDED VALUE IN THE AGRICULTURE SECTOR.

FRUITS AND VEGETABLES:

• 21,872 OF PRODUCERS

• IT HAS 4,400 MILLION OF HECTARE

• 124,921 HECTARES (FRUIT'S LAND)

• 2,66 MILLION OF TONNES
(FRUIT'S PRODUCTION VOLUME (2019))

• 3,013 MILLION
(36,4% OF THE TOTAL SPANISH PRODUCTION VALUE)

• 122,072 HECTARES
(VEGETABLE LAND 2019)

• 6,50 MILLION OF TONNES
(VEGETABLE PRODUCTION VOLUME 2019)

• 3,319 MILLION
(49,8 % OF TOTAL SPANISH PRODUCTION VALUE)

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



ECOLOGIC AND CERTIFIED VEGETABLE LOCAL PRODUCTION

- Offer local clients seasonal vegetables, ecologically produced, with low and respectful impact on the environment.
- A tailored system for order placement is usually established. In this case, the clients have the option to order a basket full of ecologic products, having the option to choose the kind of products for the basket or a premade one.

ICT BIDIRECTIONAL PLATFORM AS COMMERCIALISATION CHANNEL

- A platform which issues and control labeled agri-food products, the company identifies Short Food Supply Chain agri-food products and acts as a channel for producers and consumers.
- Producers can publish their products on the platform, add the NATURCODE's QR tag to their products and the customer can look for them on the platform.

FRUITS AND VEGETABLES

TURNOVER OF THE FOOD INDUSTRY:
PROCESSING AND PRESERVING OF FRUIT AND
VEGETABLES (2020)

- 435,437,000 € (2017)
- 504,684,000 € (2019)

PERCENTAGE OF ORGANICALLY FARMED AREA OF
THE TOTAL AREA OF PRODUCTION 13,5% (2019)

- OUTDOOR CULTIVATION AREA (2020):
- 19,861 HECTARES
 - GREENHOUSE AREA 386 HECTARES.

DAIRY

MANUFACTURE OF DAIRY PRODUCTS (2020)

- 2,23,102,000 € (2017)
- 2,299,744,000 € (2019)

MILK PRODUCTION IN 2019: 2,305 MIL. LITERS

- BUTTER PRODUCTION 51 MIL. KG
- CHEESE 84 MIL. KG

MILK IS MAINLY SOLD TO DAIRIES, WITH
ABOUT 4% OF DAIRY FARMS SELLING
DIRECTLY TO CONSUMERS (2020).

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



SELF-PICKING

Self-picking is very valuable model for berry farmers to sell their products. Self-picking is cheaper than buying ready-picked products from the farm or stores as well as higher quality.

Farmer's market sales is an important channel for individual companies, part of the local culture and local food culture.

The local food collectives (incl. REKO) offers consumers a way of ordering products directly from the producer, without the need for middlemen. The REKO collectives operate via Facebook as closed groups in which orders and deliveries are agreed on.

DIRECT SALES

Milk is mainly sold to dairies, with about 4% of dairy farms selling directly to consumers. Some small cheese factories sell their products directly for consumers or HoReCa sector.

-FRANCE

-POPULATION: **67,407,241**

-1ST INDUSTRIAL SECTOR IN FRANCE

-LARGEST PRODUCER OF THE EU (AGRICULTURE)

FRUITS & VEGETABLES

PRODUCERS IN 2019:

- 30,900 (HORTICULTURE FARMS) • 27,600 (FRUITS FARMIN)
- 21% OF FRENCH FARMS ARE SELLING IN SHORT FOOD SUPPLY CHAIN.
- 2,44 MILLION TONNES OF FRESH FRUIT PER YEAR; 5,3 MILLION TONS OF FRESH VEGETABLES/YEAR.
- THE WHOLE PRODUCTION IS ESTIMATED TO BE 44,7 BILLION WORTH IN SALES REVENUE AND 14,3% COME FROM FRUITS AND VEGETABLE PRODUCTION.
- 2019: 4TH BIGGEST PRODUCER OF FRUITS IN EU
- 2018: 3RD BIGGEST PRODUCER OF VEGETABLES IN EU

CEREALS

- 300,000 FARMS OF CEREALS CROPS (2019)
- STATISTICS CONCERNING THE NUMBER OF SHORT FOOD SUPPLY CHAIN FOR CEREALS AREN'T AVAILABLE FOR THE MOMENT.
- 66 MILLION TONNES OF CEREALS PRODUCED. (2019)
- CEREAL PRODUCTION MAKES UP FOR 24,2% OF THE SALES REVENUE OF THE AGRICULTURAL SECTOR.
- FRANCE IS THE BIGGEST PRODUCER OF CEREALS IN THE EU, THE 3RD PRODUCER IN THE WORLD BEHIND CHINA AND THE USA.

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



OPEN-AIR MARKETS

Open-air markets are the traditional type of Short Food Supply Chain in France.

- Historical marketplaces, mainly located in the heart of cities, a showcase of a great range of products, well accessible for consumers, pre-existing infrastructures...
- A stable marketplace that facilitates the exchange between the consumer and the producer.
- It's a mature, well-established model that requires a few subtle changes (logistics, price for the rent of a marketplace, timeslot accessibility for families) in order to stimulate more effectively the Short Food Supply Chains.

DIRECT SALES ON FARMS

Direct sales on farms, helped by digital platforms that identify the closest farms to the consumer.

- Easier for producers as they can sell directly where they produce goods, empowerment of producers, the consumer feels more engaged as it provides a better understanding of the origins of the product.
- The key value is the absence of an intermediary.
- A mature model that struggled with the geographical distance between the producer and the consumer but improved thanks to digital platforms making connexions.

-POPULATION: **1,882 MILLION** (2011)

-PRODUCES 25% OF THE NATIONAL PRIMARY AGRICULTURAL SECTOR, **THE HIGHEST IN THE COUNTRY.**

FRUITS & VEGETABLES

- **68,811** (HOLDINGS 2016)
- **1,061,226 TONNES**
(FRUIT PRODUCTION VOLUME 2018)
- **201,600 TONNES** (VEGETABLE PRODUCTION 2018)
- **€ 1,094,9 MILLION** (INCOME 2018)
- **46%** (SHARE IN AGRICULTURAL OUTPUT OF THE REGION 2018)

SHEEP SECTOR

- **4,798** (HOLDINGS 2016)
- **123,784 TONNES**
(SHEEP MILK PRODUCTION VOLUME 2018)
- **€ 34,63 MILLION** (INCOME 2018)
- **7%** (SHARE IN ANIMAL OUTPUT OF THE REGION 2018)

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



OPEN-AIR ORGANIC FARMERS MARKET

- Consumer purchases a product directly from the local producer or wholesaler on a face-to-face basis.
- Based on the traditional and well-established model of open-air markets.
- Contributing to and satisfying the consumers quest for healthy and safe products at fair prices.
- Establishing trust regarding the quality of the products offered.
- A collective, bottom-up, endogenous process of initiating and implementing change in food systems (conventional versus organic).

SOCIAL CONSUMER COOPERATIVE

- Products are produced and retailed in the specific region of production.
- Products mainly come from local areas of proximity, so that closer relationship with the producers is maintained and transport costs are minimised.
- Any interested individual can be member of the cooperative by paying a subscription fee.
- Members participate in the selection of the type and quality of products to be sold and the negotiations about the prices.
- Honesty and trust are created by the social character of the model.

-IRELAND

-POPULATION: **4,977,400**

-AGRI-FOOD AND TOURISM ARE CRITICAL TO RURAL

ECONOMIES IN IRELAND AND BETWEEN THEM EMPLOY IN

2017 IS **363,000 (18%)** OF THE WORKFORCE

BEEF

- **78,300** SPECIALIST BEEF CATTLE FARMS
- TOTAL BEEF PRODUCTION: **520,000** TONNES
- EXPORTATIONS: **470,000** TONNES
- **5TH LARGEST NET** EXPORTER OF BEEF IN THE WORLD
- BEEF WORTH ALMOST **€2.5 BILLION** WAS EXPORTED TO AROUND 70 COUNTRIES IN 2018
- IRISH BEEF PRODUCTION IS PREDOMINATELY A GRASS-BASED SYSTEM, WITH **617 THOUSAND TONNES** PRODUCED IN 2017.

HORTICULTURE

- IRELAND'S HORTICULTURE SECTOR HAD A FARM GATE VALUE OF **€477 MILLION** (2019)
- **4TH HIGHEST** SECTOR IN TERMS OF GROSS AGRICULTURAL COMMODITY OUTPUT VALUE
- MUSHROOMS ACCOUNTED FOR **€119.2M** WITH POTATOES **€111M**, FIELD VEGETABLES **€77.8M**, PROTECTED CROPS **€91.5M** AND OUTDOOR FRUIT **€10.7M**
- THE MUSHROOM INDUSTRY IS THE LARGEST HORTICULTURAL SECTOR IN IRELAND WITH A FARM GATE VALUE OF **€119 MILLION**
- IN 2019 THERE WERE 34 MUSHROOM GROWERS PRODUCING OVER **68,000 TONNES**. THE SECTOR EMPLOYS APPROX. 3,500 PEOPLE.

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



NEIGHBOURFOODS

• Through this website, a consumer can find their local market on the markets page and choose from a wide range of local produce including fruit and veg, bread, pastries, cheese, meats, beers and many more. Purchases are made online. Each week consumers collect their order at a local venue. At the collection, all items are packed and ready to be collected. All of the products listed in a NeighbourFood market are grown or produced by local farmers or artisan producers.

The sale of any large-scale commercially grown vegetables, non-organic imported fruit or vegetables, genetically modified products, intensively reared meat, imported fish or battery eggs are not permitted to be sold at a NeighbourFood market.

SPECIALISED RETAIL SHOP

• The Little Cheese Shop is a small retail shop that sells mostly local cheese but also a few high-quality cheeses from overseas. The cheese is purchased directly from the producer. The company has one local shop and an online shop. Product range is a minimum of 90% Irish but is generally at around 95%. The imported produce is top of the range foreign produce (for example a cheese shop must sell parmesan, so they import the best parmesan cheese).

Good quality cheeses are sold with expert advice and knowledge on the products from the retailer. The shop supports local farmers.

To be a direct link - they offer a link for new products to get into the market. Where the producers can't be there in person, they have a spokesperson for them.

-9,994,006
(POPULATION 2021)

-€30,035 MILLION
(FOOD INDUSTRY)

-€61,6 BILLION
(AGRICULTURE, FORESTRY, AND FISHERIES PRODUCTION)

FRUITS & VEGETABLES

- 864,860 HECTARES (2020)
- 30,146,182 QUINTALS (PRODUCTION 2020)
- 27 PRODUCTS WITH GEOGRAPHICAL INDICATION
- 40 (PRODUCER ORGANIZATIONS 2020)
- 40,000 (EMPLOYEES IN VEGETABLES PRODUCTION 2020)
- 15,000 (FRUIT FARMS 2020)

BEEF SECTOR

- €430 MILLION PER YEAR
- 282,000 (ANIMALS REGISTERED IN THE HERD BOOK 2019)
- 8,000 BREEDING FARMS
- COALVI CONSORTIUM BRINGS TOGETHER MORE THAN 1,500 FARMS
- PRODUCER - BUTCHERS - CONSUMER (SHORT SUPPLY CHAIN)

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



FARMERS' MARKETS

The model allows producers to sell their products directly to consumers in physical spaces dedicated to them. Generally, in Farmers' Markets, there are several stalls, each of which is occupied by a farmer that offers its products. In the Farmer's Market, all foodstuffs are sold, from fruit and vegetables to meat, from wine to oil, from fish to processed products.

The reasons that most drive consumers to get supplies are the high quality of the products, the direct contact with the producers, thus having the opportunity to learn about their stories and their production techniques, and the possibility of supporting the local agricultural economy.

ALLIANCE AMONG OPERATORS AND COALVI CONSORTIUM

The model is based on the specificity of products and services offer to customers. It is a kind of faith agreement between sellers and customers. On the one side, the key points are quality, local origin, and service; on the other side, the key elements are continuity/fidelity in the purchases and willingness to pay a high price differential.

Relations with consumers are managed through personal contacts, that is the leverage point of this model. It is a personal and social relationship, based on trust.

-NETHERLANDS

-POPULATION: **17,3 MILLION**

-THE DUTCH AGRICULTURAL SECTOR EXPORTS AROUND
€ 65 BILLION OF AGRICULTURAL PRODUCE ANNUALLY.

HORTICULTURE

-2069 (PRODUCERS)

-TOTAL PRODUCTION VALUE SHORT FOOD
SUPPLY CHAIN: **€ 2691 MILLION**

-SHARE IN TOTAL PLANT-BASED AGRICULTURAL
PRODUCTION: **18,9%**

DAIRY

-1146 (PRODUCERS)

-TOTAL PRODUCTION VALUE SHORT FOOD
SUPPLY CHAIN: **€ 196 MILLION**

-SHARE IN TOTAL ANIMAL-BASED
AGRICULTURAL PRODUCTION: **1,8%**

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



DIRECT SALES – RECHTSTREEK

Rechtstreek provides an online platform where consumers can order local agri-food products. After the orders have been collected, local producers are informed, and the food products are picked up and transported to the distribution centres from Rechtstreek. From there the products are sent to regional pick-up points where consumers can collect their orders.

Key elements: online orders by consumers, assortment of fresh food products (large variety of products, from meat and dairy to fresh fruits and vegetables to bakery products and snacks), distribution and logistics coordinated by Rechtstreek, pick-up points in neighbourhoods where orders are placed, deliveries / pick-up by consumers twice per week.

STREECKGENOTEN

Streeckgenoten is a quality label that identifies local and specialty food products from local producers. The labelled products are sold in one of the main Dutch supermarket chains (Albert Heijn) and hence has a wide coverage throughout the Netherlands.

Local products sold in supermarkets allows consumers to buy local while doing one-stop shopping for their household. The success of the model is due to the potential for scaling and efficient logistics and distribution through supermarkets.

THE FOOD CLUSTER'S DIRECT AND INDIRECT CONTRIBUTION TO INCOME GENERATION WAS **€16 BILLION** EUR IN 2019, CORRESPONDING TO **5.2 % OF GDP**

PIGS

THE PIG POPULATION IS **13 MILLION**. IN 2016, WE EXPORTED PORK FOR ALMOST 4 BILLION EUR.

THE PRODUCTION OF PIGS GIVES A CONTRIBUTION TO GDP IN THE REGION OF **€2,5 BILLION**.

CEREALS

APPROX. 1400 HECTARES ARE USED FOR GRAIN PRODUCTION AND 9.6 MILLION TONNES ARE HARVESTED PER YEAR.

USUALLY MORE THAN 70 % IS USED FOR FEED AND A FURTHER 15-20 % GOES TO EXPORT. THE REST IS DISTRIBUTED ON SEEDS, FLOUR, AND GROATS AS WELL AS FOR INDUSTRIAL CONSUMPTION (INCLUDING BEER). DENMARK IS TYPICALLY A NET EXPORTER OF GRAIN.

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



FARM SHOPS

Farm shops are spread all over rural areas of Denmark. They sell produce from the farm – maybe supplemented with goods from the surrounding farms.

The farm shop taps into the consumers desire for authentic, fresh, healthy and local products. You can talk to the farmer and see the production. It gives a sense of security to know where, how and by whom the goods are produced.

Many farm shops combine the shop with experience-based initiatives such as a tour of the farm, courses in preparing the ingredients, pick-your-own events, etc. There are also some of the farms that combine the shop with a café or restaurant. Several have also combined with a web shop.

FOOD COMMUNITIES

Food Communities is a fairly new and innovative approach to SFSC. They buy (often organic) products directly from local producers, delivered to the members of the food community.

The food communities are run by volunteers, and all members put volunteer hours into the operation and development of the food community. The members of a food community are therefore not just members, they are also co-owners and employees. In return for members' contributions to the food community, they can purchase products through the food community.

They establish a close relationship and collaboration with the farmers.

CEREALS

PRODUCTION 23,000 TONNES
29.8% OF AGRICULTURAL
0,6% OF PRODUCTION VALUE IN EU.
MAINLY - WHEAT AND SPELT AND
BARLEY.

DAIRY PRODUCTS

MILK – PRODUCTION 790,000 TONNES
CHEESE– PRODUCTION 51,000 TONNES
22.2% OF AGRICULTURAL NATIONAL VALUE
0.4% OF PRODUCTION VALUE IN EU

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



FARMERS' MARKETS

They provide additional food supplies apart from everyday shopping in retail chains or other shops.

In big cities, markets operate every day, in small settlements farmers' markets are for example, once in two weeks.

This is the most popular and go-to business model for every small farmer and producer.

Farmers' markets are often combined with cultural events and provides much-needed face-to-face communication between customers and producers.

ONLINE DISTRIBUTION

Online distribution directly to customers is not a typical model for small farmers and producers only. Lately, large food producers of the agricultural industry have also established e-shops providing delivery of their products directly from factories.

The model is relatively new and is intensively growing as food e-shopping is gaining traction induced by the COVID-19 crisis.

The model caters to the needs of urban residents as it allows them to get fresh produce without investing too much time by physically visiting farmers' markets or shops. Also, it is easy to make baskets with a range of products or chose already assembled baskets thus cutting downtime even more.

-LITHUANIA -POPULATION: 2,793,694



FARMLAND COMPRISES 60%, AGRICULTURE IS CHARACTERIZED BY ONGOING CHANGE IN FARM STRUCTURE WITH A 25% INCREASE IN THE AVERAGE FARM SIZE SINCE 2005 AND AVERAGE 4.5% ANNUAL GROWTH IN THE VALUE OF PRODUCTION/HOLDING.

GROSS VALUE ADDED IN 2020: €1,503 MIL

CEREALS

PRODUCTION 101,000 TONNES
31.3% OF TOTAL PRODUCTION
1.5% OF PRODUCTION VALUE IN EU.
MAINLY - WHEAT AND SPELT.

FRUITS AND VEGETABLES

PRODUCTION 97,000 TONNES
3.6% OF THE TOTAL OF PRODUCTION
0,1% OF PRODUCTION VALUE IN EU.

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



GOURMET MARKETPLACE

Gourmet marketplaces are gathering representatives from Lithuanian farms and traders of the world's gourmet products under one roof. The market is composed by stores and world kitchens. It links food products and restaurants with consumers, offering a convenient place to buy straight from the farm at a convenient time.

In terms of food products, buyers can purchase fresh n vegetables, dairy products, cheeses, the highest quality of various meat and its products, fish and seafood, grocery products, nuts and dried fruits, warm bread, gourmet products from all over the world, confectionery and beverages.

For culinary experience-oriented customers, the market offers a variety of snack bars and restaurants serving different food - from the freshest pastries, pies and other delicacies to burgers and grill dishes, among others. Additionally, food marketplaces are serving as a way of revitalization / reconstruction of old - often historic - buildings.

MOBILE FARMERS MARKET

Mobile farmer markets are mobile and temporary marketplaces operating in various cities of Lithuania, offering traditional Lithuanian food directly to customers and serving different city districts on different days of the week.

Those markets are mostly located near to supermarkets or public administration buildings and are present in the biggest cities, such as Vilnius, Kaunas, Klaipeda and Šiauliai. In this business model, the local farms benefit from direct sales to cities/communities that would otherwise lack access to their products.



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 Research and Innovation Programme under Grant Agreement N° 101000788.



www.agrobridges.eu



@agrobridges_EU



agroBRIDGES H2020 Project

-POLAND -POPULATION: 38,268,000



DATA THAT CAN SHOW THE IMPORTANCE OF AGRICULTURE/FOOD SECTOR IN THE REGION **51.2%** IS RURAL AND AGRICULTURE IS ONE OF THE PROMINENT POLISH SECTORS, PRODUCING **15.4 MILLION** HA A VARIETY OF AGRICULTURAL, HORTICULTURAL, AND ANIMAL ORIGIN PRODUCTS

GROSS VALUE ADDED IN 2020: **€11,045 MILLION**

CEREALS

PRODUCTION 1,115,000 TONNES
14,7% OF PRODUCTION VALUE
7,8% OF PRODUCTION VALUE IN THE EU MAINLY WHEAT AND SPELT

FRUITS AND VEGETABLES

PRODUCTION 141,000 TONNES
31,3% OF AGRICULTURAL NATIONAL VALUE
LARGEST (25%) PRODUCER OF APPLES IN EU REACHING 3.9 MILLION TONES

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



SPECIALISED INTERNET PLATFORM AS A MARKETPLACE

The business model is based on the use of ICT for direct sales. Specially designed websites and social media are used for this. The business model is based on the assumption of minimizing the costs of reaching the target customer with the offer.

Also in this marketing model, the aspects of the freshness of products and their "Polish" origin are emphasized. The slogan "local producer" is a keyword in building the recognition of a commercial offer.

The use of social media is one of the optimal solutions for those who want to know exactly where the food comes from. This solution is true both for farms located close to (or in) the city, as well as for some distant ones, however, it requires greater integration of producers and building common brands.

DIRECTLY FROM THE FARM

Customers can buy fresh products directly from the farmer. It is the best solution for those who want to know the exact origin of food. They can see the farm, and meet the farmer.

It works both, for a farm located close to (or in) town and also for some distance. There are informal groups to buy and to deliver from the farm once a week or fortnight.

Customers also have the opportunity to meet agricultural producers face to face. They can also take part in tasting products and testing new ones - introduced to the market.



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 Research and Innovation Programme under Grant Agreement N° 101000788.



www.agrobridges.eu



@agrobridges_EU



agroBRIDGES H2020 Project

FRUITS & VEGETABLES

KEREVITAŞ IS ONE OF TURKEY'S LEADING FOOD MANUFACTURERS. IT IS AMONG THE LARGEST PRODUCERS OF FROZEN FOOD, CANNED FISH AND CANNED VEGETABLES. IT IS THE LEADER OF THE FROZEN FOOD INDUSTRY WITH ITS SUPERFRESH BRAND. KEREVITAŞ IS ALSO A PIONEER IN EXPORTS WITH ITS SUPERFRESH BRAND.

THE TOTAL NUMBER OF CONTRACTED FARMERS IS 500 PEOPLE.

- PRODUCTION: 137,000 TONS
- CORN: 38,000 TONS
- SPINACH: 3,000 TONS
- ONION: 4,300 TONS
- POTATO: 75,000 TONS
- PEAS: 4500 TONS
- GREEN BEANS: 1584 TONS
- CARROTS: 1.700 TONS

WHAT IS A SHORT FOOD SUPPLY CHAIN?



TYPICAL SHORT FOOD SUPPLY CHAIN MODEL FOR THIS BR EX1

Eskitadinda.com, which started its operations in January 2017, is a platform that offers the opportunity to sell organic agricultural products directly from the producer to the consumer.

The aim of Eski Tadinda is to plant without using chemicals and artificial fertilizers and to prepare products without using any additives such as preservatives, flavorings, shelf life extenders, artificial sweeteners.

For this purpose, agricultural practices of 1920-30s were examined and these practices are applied again in today's conditions. While preparing the product, these methods are used in the production process, just as the product was prepared without using additives in the past.

It carries out all stages of planting, harvesting, preparation and packaging of agricultural products in their old taste. On the other hand, it offers the opportunity to sell the products over the internet so that they can be reached from every region.

CEREALS

GÖKNUR GIDA IS TURKEY'S LARGEST FRUIT AND VEGETABLE CONCENTRATE COMPANY. WITH ITS PRODUCTION FACILITIES IN NİĞDE, MERSİN, ADANA AND DİNAR, IT ASSUMES THE ROLE OF RAW MATERIAL SUPPLIER TO THE GIANT COMPANIES OF THE SECTOR:

- DAILY FRUIT PROCESSING CAPACITY: 7,200 TONS

- A WIDE RANGE OF WELL-SELECTED: APPLES, PEARS, CARROTS, QUINCE, POMEGRANATES, SOUR CHERRIES, CHERRIES, GRAPES, STRAWBERRIES, MULBERRIES, BLACKBERRIES, LEMONS, ORANGES, TANGERINES, GRAPES, FIGS, PEACHES, APRICOTS, PLUMS AND TOMATOES.

- PRODUCTION OF CLEAR AND CLOUDY FRUIT JUICE CONCENTRATE, FRUIT PUREE, PUREE CONCENTRATE, FRUIT JUICE AND FROZEN FRUIT BY PROCESSING CONVENTIONAL FRUITS AND VEGETABLES.

TYPICAL SHORT FOOD SUPPLY CHAIN MODEL FOR THIS BR EX2

100% Ecological Markets, which started to be established with the cooperation of the Wheat Association and Şişli Municipality in 2006 in Şişli, Ferikeyi, with 45 stalls and 25 producers, has brought the certified products of approximately 900 fresh fruit and vegetable producers to its buyers until today.

Providing service to an average of 5 thousand households per week only in Istanbul, 100% Ecological Markets continue to be the address of healthy and reliable shopping for 14 years. Within the framework of the applications made in 2019, 24 organic agricultural producers had the chance to deliver their products to their customers by becoming stall holders in 100% Ecological Markets in Istanbul.

The evaluations made in the fall of 2019 by the market commissions, which pay attention to the increase of the producers selling only their own products in the markets, have been concluded. In this context, with the new producers participating in 2020, 100% Ecological Markets have become a more fertile and colorful sharing space.



ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ



TWITTER
@agrobridges_EU
#agroBRIDGES



WWW.AGROBRIDGES.EU



LinkedIn
agroBRIDGES H2020
Project



ΤΟ ΕΡΓΟ ΑΥΤΟ ΕΛΑΒΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ HORIZON 2020 ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ
ΕΝΩΣΗΣ ΜΕ ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΑΡΙΘ. 101000788.

