

• Η ΜΑΡΚΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΝΕΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗ EcoTrace - ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΑΠΟ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΚΑΙ S/M

Στα πλαίσια των προσαθειών της πρωτοβουλίας "Ποιος είναι το Αφεντικό ; Η Μάρκα του Καταναλωτή", δημιουργείται ένα εργαλείο το οποίο η ομάδα της πρωτοβουλίας εκτιμά ότι θα ενδιαφέρει όλους τους καταναλωτές αλλά ακόμη περισσότερο τις εταιρείες του αγροδιατροφικού τομέα και τις αλυσίδες super market. Μιλώντας στο FnB Daily ο Επικεφαλής της πρωτοβουλίας, Χαράλαμπος Κώτσου, αναφέρει ότι η εφαρμογή αυτή θα αναδείξει τις προσπάθειες των παραγωγών και εταιρειών για θετικό αντίκτυπο στους πυλώνες της βιωσιμότητας. "Αυτό θα δώσει και σημαντική προστιθέμενη αξία στα προϊόντα τους στα μάτια εμάς των καταναλωτών".

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΕ

Η πρωτοβουλία των καταναλωτών στην Ελλάδα έχει σταθερά συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση για τη στήριξη της βιωσιμότητας και των παραγωγών τα τελευταία 4 χρόνια. Έτσι, οι καταναλωτές της πρωτοβουλίας κατέθεσαν μια νέα πρόταση στο πρόγραμμα Foodity, ένα από τα πιο γνωστά προγράμματα της Ε.Ε. Η Κομισιόν ανάμεσα στις περίπου 130 προτάσεις επέλεξε τις 6 καλύτερες και η πρόταση της πρωτοβουλίας είναι μέσα σε αυτές, καθώς αναγνωρίστηκε η ανάγκη για ένα τέτοιο εργαλείο.

ECOTRACE

Μαζί με την τεχνολογική εταιρία bSpoke Solutions από την Θεσσαλονίκη, η πρωτοβουλία παρουσίασε λύση που αφορά τη δημιουργία μιας εφαρμογής η οποία συν-δημιουργείται και σχεδιάζεται από καταναλωτές, παραγωγούς και παράγοντες της αγροδιατροφικής αλυσίδας. Η εφαρμογή EcoTrace, στοχεύει στο να ενδυναμώσει τους καταναλωτές με γνώσεις και περισσότερα εργαλεία, ώστε να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με τις διατροφικές επιλογές κατά τις αγορές, συμβάλλοντας σε πιο βιώσιμα και πιο υγιεινά συστήματα διατροφής.

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ

Με πολύ απλό τρόπο οι παραγωγοί θα ενημερώνουν την πλατφόρμα συνδεδεμένη με την εφαρμογή για τις πρακτικές τους, μέσω:

- των καθημερινών ημερολογίων καλλιέργειας
- των Smart Farming Stations,
- των συστημάτων της bSpoke Solutions

δίνοντας μια λύση διαφάνειας και ικνηλασιμότητας των προϊόντων.

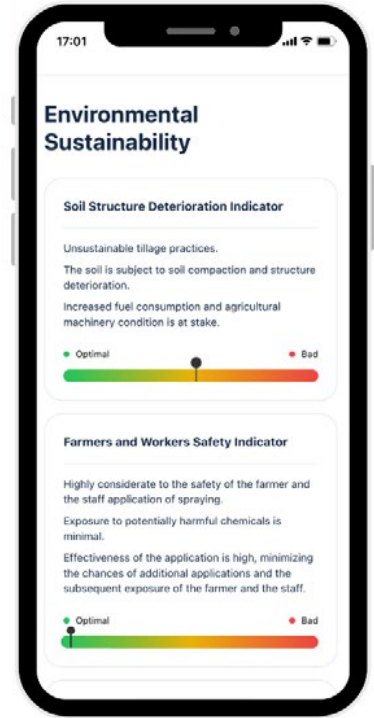
Το λογισμικό της εφαρμογής θα λαμβάνει όλους τους δείκτες και τα κριτήρια βιωσιμότητας. Οι δείκτες αποτυπώνουν κατά πόσο οι καλλιερ-



Empowering Citizens
for Sustainable and
Nutritional
Food Choices



The EcoTrace project has indirectly received funding from the European Union's Horizon Europe research and innovation action programme, via the FOODITY - Open Call III issued and executed under the FOODITY project (Grant Agreement no. 101086105).



τικές πρακτικές που ακολουθούν οι παραγωγοί και οι αγροτικές επιχειρήσεις είναι φιλικές προς το περιβάλλον. "Με την εφαρμογή EcoTrace, οι δείκτες αυτοί θα είναι πλέον διαθέσιμοι στους καταναλωτές σε απλή και κατανοητή μορφή, σκανάροντας το QR code στη συσκευασία των προϊόντων. Εκτός από τα κριτήρια βιωσιμότητας των προϊόντων, με το EcoTrace θα μπορούμε να έχουμε προσωποποιημένες συστάσεις για να δημιουργούμε οι καταναλωτές το καλύτερο διατροφικό μας πλάνο", αναφέρει ο κ. Κώτσου.

ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ

Εφόσον οι καταναλωτές συμπληρώσουν τα στοιχεία τους, τις προτιμήσεις και τους διατροφικούς τους στόχους, θα μπορούν να συμβουλευθούν το EcoTrace για να επιλέγουν τα προϊόντα που θα καταναλώνουν με βάση τις ανάγκες τους. Εκεί μπαίνει στη συνέχεια η επιλογή προϊόντων και οι πληροφορίες για τους δείκτες βιωσιμότητας. Έτσι, μέσω του EcoTrace, θα μπορούν να επιλέγουν προϊόντα, τα οποία υπηρετούν την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και

της προστασίας του περιβάλλοντος. "Η EcoTrace υπολογίζει το ανθρακικό αποτύπωμα ανά κιλό προϊόντος λαμβάνοντας υπόψη του παράγοντες όπως είναι οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα που εκλύονται κατά τη διαδικασία της παραγωγής, η κατανάλωση ενέργειας μεθόδους μεταφοράς", εξηγεί.

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΟΣΙΣ

Όπως λέει ο κ. Κώτσου, η εφαρμογή θα ήταν ιδανική για χρήση από τις αλυσίδες super market και τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας τους και από όλες τις εταιρείες του αγροδιατροφικού τομέα. Σήμερα έχουν δείξει ήδη ενδιαφέρον εταιρείες όπως η Άροσις, που συμμετέχει ήδη ενεργά στο EcoTrace, αλλά και άλλες εταιρείες από την Ελλάδα και την Κύπρο που ασχολούνται με την παραγωγή χυμών, ελαιόλαδου, πατάτας, οσπρίων.

"Η συμμετοχή μιας αλυσίδας super market θα έδειχνε σίγουρα το σωστό δρόμο για μια κατεύθυνση θετική για όλους και κυρίως για το αντίκτυπο στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών", καταλήγει.