

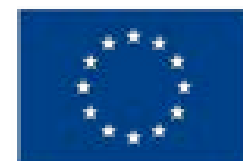


AgriVet Tourism

AgriVETourism

Ενίσχυση του βιώσιμου αγροτουρισμού
μέσω της επαγγελματικής εκπαίδευσης και
κατάρτισης για την αγροτική ανάπτυξη

Αριθμός αναφοράς έργου: 2024-2-BG01-KA210-VET-
000267044



Co-funded by
the European Union



AgriVet Tourism

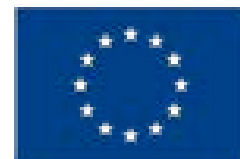
Καλώς ήρθατε στην Ενότητα 3

Το «Προϊόν» στον Αγροτουρισμό

Ποιότητα, πιστοποίηση και προστιθέμενη αξία



Ινστιτούτο Προώθησης και
Πιστοποίησης Προϊόντων
Αγροδιατροφής



Co-funded by
the European Union

Ενότητα 3: Το «προϊόν» στον αγροτουρισμό

Στόχος της ενότητας

Σκοπός αυτού του μαθήματος είναι να εξοπλίσει τους μαθητές με τις δεξιότητες ώστε να:

- επιλέγουν τις κατάλληλες πιστοποιήσεις
- να κατανοούν τις διοικητικές διαδικασίες και τις διαδικασίες πιστοποίησης
- να μετατρέπουν τα γεωργικά προϊόντα σε εμπειρίες προστιθέμενης αξίας

.
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .



Ενότητα 3 Το «προϊόν» στον αγροτουρισμό

Ενότητες περιεχομένου



ΕΝΟΤΗΤΑ 1 – Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης



ΕΝΟΤΗΤΑ 2 – Κατανόηση των απαιτήσεων και της τεκμηρίωσης

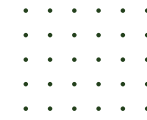


ΕΝΟΤΗΤΑ 3 – Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

.
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .
. .



Ενότητα 3: Το «προϊόν» στον αγροτουρισμό



AgriVet **Tourism**

Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης



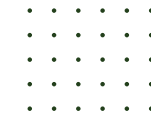
Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα είναι σε θέση να:

να διακρίνουν μεταξύ πιστοποιήσεων προϊόντων και διαδικασιών
να αξιολογούν ποια πιστοποίηση ταιριάζει στην επιχείρησή τους
να προσδιορίσουν τα πλεονεκτήματα και τους περιορισμούς της
πιστοποίησης



Ενότητα 1: Επιλογή της σωστής πιστοποίησης



AgriVet Tourism

Το πρόβλημα

- Κάλυψη του χάσματος δεξιοτήτων
- Σύγχυση σχετικά με τις διάφορες επιλογές πιστοποίησης





1. Είδη πιστοποίησης

- Πιστοποιήσεις ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (προέλευση, ποιότητα, εδαφική παράδοση κ.λπ.)
- Πιστοποιήσεις ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ (μέθοδοι παραγωγής, διαδικασίες ασφάλειας, θρησκευτικές μέθοδοι κ.λπ.)
- ΕΘΝΙΚΕΣ πιστοποιήσεις (ισχύουν μόνο σε μια συγκεκριμένη χώρα)
- Πιστοποιήσεις ΕΕ & ΔΙΕΘΝΕΙΣ (που ισχύουν σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση ή σε ομάδες διαφόρων χωρών)



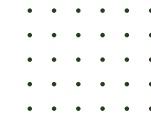


1. Είδη πιστοποίησης

👉 Βασική διαφορά

- Πιστοποίηση προϊόντος: *αυτό που πουλάτε*
- Πιστοποίηση διαδικασίας: *πώς το παράγετε*





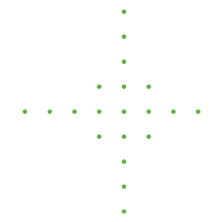
Πιστοποιήσεις προϊόντων

- ✓ Αυτές οι πιστοποιήσεις υπογραμμίζουν:
- τοπική ταυτότητα,
 - παράδοση,
 - αυθεντικότητα



Ενότητα 1: Επιλογή της σωστής πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων



Το πιο σημαντικό είναι η πιστοποίηση της ΕΕ

- Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ)
Προστατευόμενη
- Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη (ΠΓΕ)
Παραδοσιακό
- Εγγυημένη Ειδικότητα Γεωγραφική ένδειξη



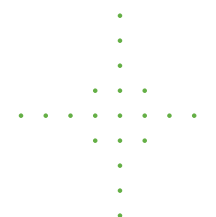
οινοπνευματωδών ποτών (GI)

Επεξήγηση των γεωγραφικών ενδείξεων και των

συστημάτων ποιότητας - Γεωργία και αγροτική ανάπτυξη

Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων

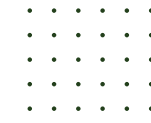


Το σύστημα γεωγραφικών ενδείξεων της ΕΕ προστατεύει τις ονομασίες προϊόντων που προέρχονται από συγκεκριμένες περιοχές και διαθέτουν συγκεκριμένες ιδιότητες ή απολαμβάνουν φήμη που συνδέεται με την περιοχή παραγωγής τους. Οι διαφορές μεταξύ ΠΟΠ και ΠΓΕ σχετίζονται κυρίως με το ποσοστό των πρώτων υλών του προϊόντος που πρέπει να προέρχεται από την περιοχή ή με το ποσοστό της διαδικασίας παραγωγής που πρέπει να πραγματοποιείται εντός της συγκεκριμένης περιοχής. Η γεωγραφική ένδειξη (GI) αφορά ειδικά τα αλκοολούχα ποτά.



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων



AgriVet Tourism

Προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ)

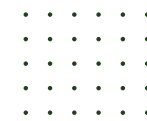
Οι ονομασίες προϊόντων που έχουν καταχωριστεί ως ΠΟΠ είναι εκείνες που έχουν την ισχυρότερη σύνδεση με τον τόπο παραγωγής τους.

- Προϊόντα: τρόφιμα, γεωργικά προϊόντα και κρασιά.
- Προδιαγραφές: Κάθε στάδιο της διαδικασίας παραγωγής, μεταποίησης και παρασκευής πρέπει να πραγματοποιείται στη συγκεκριμένη περιοχή. Για τα κρασιά, αυτό σημαίνει ότι τα σταφύλια πρέπει να προέρχονται αποκλειστικά από τη γεωγραφική περιοχή όπου παράγεται το κρασί.

Παράδειγμα: Το ελαιόλαδο ΠΟΠ «Καλαμάτα» παράγεται εξ

- ολοκλήρου στην περιοχή της Καλαμάτας στην Ελλάδα, χρησιμοποιώντας ποικιλίες ελιάς από την εν λόγω περιοχή. Ετικέτα: υποχρεωτική για τα τρόφιμα και τα γεωργικά προϊόντα.





Προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη (ΠΓΕ)

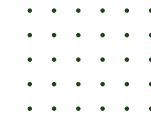
Η ΠΓΕ τονίζει τη σχέση μεταξύ της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής και της ονομασίας του προϊόντος, όπου μια συγκεκριμένη ποιότητα, φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό αποδίδεται ουσιαστικά στη γεωγραφική του προέλευση.

- Προϊόντα: τρόφιμα, γεωργικά προϊόντα και κρασιά. Προδιαγραφές: Για τα περισσότερα προϊόντα, τουλάχιστον ένα από τα στάδια της παραγωγής, της μεταποίησης ή της παρασκευής πραγματοποιείται στην εν λόγω περιοχή. Στην περίπτωση του κρασιού, αυτό σημαίνει ότι τουλάχιστον το 85% των σταφυλιών που χρησιμοποιούνται πρέπει να προέρχονται αποκλειστικά από τη γεωγραφική περιοχή όπου παράγεται το κρασί.



Ενότητα 1: Η επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων



AgriVet Tourism

Προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη (ΠΓΕ)

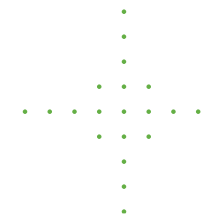
- Παράδειγμα: Το ζαμπόν «Westfälischer Knochenschinken PGI» παράγεται στη Βεστφαλία με παραδοσιακές τεχνικές, αλλά το κρέας που χρησιμοποιείται δεν προέρχεται αποκλειστικά από ζώα που έχουν γεννηθεί και εκτραφεί στη συγκεκριμένη περιοχή της Γερμανίας.

Ετικέτα: υποχρεωτική για τα τρόφιμα και τα γεωργικά προϊόντα, προαιρετική για τα κρασιά.



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων



Βασικές διαφορές μεταξύ ΠΟΠ και ΠΓΕ

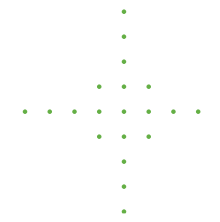
Πεδίο εφαρμογής της παραγωγής

- ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης): όλα στάδια (παραγωγή, μεταποίηση και παρασκευή) πρέπει να πραγματοποιούνται στην καθορισμένη γεωγραφική περιοχή ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη): τουλάχιστον ένα στάδιο πραγματοποιείται στην περιοχή



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντος



Βασικές διαφορές μεταξύ PDO και PGI

Σύνδεση με την περιοχή

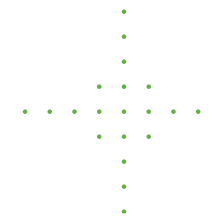
το τοπικό περιβάλλον (φυσικοί και ανθρώπινοι παράγοντες)

- ΠΓΕ: πιο ευέλικτη σύνδεση, που συχνά βασίζεται στη φήμη ή σε ένα συγκεκριμένο στάδιο παραγωγής



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων



Βασικές διαφορές μεταξύ PDO και PGI

Πρώτες ύλες

- ΠΟ: πρέπει να προέρχονται αποκλειστικά από την καθορισμένη περιοχή
- ΠΓΕ: μπορεί να προέρχεται από περιοχή εκτός της οριοθετημένης περιοχής (σε ορισμένες περιπτώσεις)

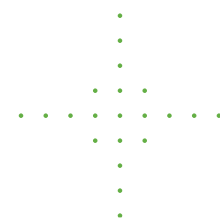
Κανόνες παραγωγής

- ΠΟ: αυστηρότερες και λεπτομερέστερες προδιαγραφές
- ΠΓΕ: λιγότερο περιοριστικές απαιτήσεις



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων



Βασικές διαφορές μεταξύ PDO και PGI

Θέση στην αγορά

- ΠΟ: συνήθως θεωρείται ως προϊόν υψηλότερης ποιότητας και πιο αποκλειστική
- ΠΓΕ: πιο προσιτό και προσαρμόσιμο σε

👉 **μεγαλύτερη παραγωγή**
Εν ολίγοις:

ΠΟ = ισχυρότερη εδαφική ταυτότητα και αυστηρότεροι κανόνες

ΠΓΕ = μεγαλύτερη ευελιξία με αναγνωρισμένο γεωγραφικό

δεσμό



Ενότητα 1: Η επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πιστοποίηση προϊόντων



AgriVet Tourism

Εγγυημένη παραδοσιακή ειδικότητα

Η εγγυημένη παραδοσιακή ειδικότητα (ΕΠΕ) αναδεικνύει τις παραδοσιακές πτυχές, όπως τον τρόπο παρασκευής του προϊόντος ή τη σύνθεσή του, χωρίς να συνδέεται με συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Η καταχώριση της ονομασίας ενός προϊόντος ως ΕΠΕ προστατεύει την παραγωγή και την επώδυνη διαδικασία της πιστοποίησης.

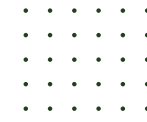
• Παράδειγμα: Η Gueuze TSG είναι μια παραδοσιακή

μπύρα που παράγεται με αυθόρμητη ζύμωση.

Παράγεται γενικά στις Βρυξέλλες και τη γύρω περιοχή, στο Βέλγιο. Ωστόσο, ως TSG, η μέθοδος παραγωγής

• της προστατεύεται, αλλά θα μπορούσε να παραχθεί και





Πιστοποιήσεις Διαδικασιών

- Χημικά που χρησιμοποιούνται → Χωρίς συνθετικά για τη βιολογική πιστοποίηση
- Οικολογικά → Περιβαλλοντική βιωσιμότητα
σήματα
- Blockchain / Συστήματα ιχνηλασιμότητας →
Διαφάνεια σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού

Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης



AgriVet Tourism

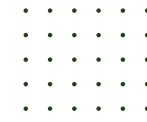
Πιστοποίηση βιολογικών προϊόντων

Η πιστοποίηση βιολογικών προϊόντων είναι μια διαδικασία πιστοποίησης για

παραγωγών βιολογικών τροφίμων και άλλων βιολογικών γεωργικών προϊόντων. Αποτελεί γέφυρα εμπιστοσύνης μεταξύ των αγροτών που ακολουθούν βιώσιμες πρακτικές και των καταναλωτών που αναζητούν αυθεντικά βιολογικά προϊόντα. Η διαδικασία πιστοποίησης έχει σχεδιαστεί για να διασφαλίζει την ποιότητα, να αποτρέπει την απάτη και να προάγει το εμπόριο στη βιολογική αγορά.



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης



AgriVet **Tourism**

Πιστοποίηση βιολογικών
προϊόντων

**Ορισμένοι ανεξάρτητοι φορείς
πιστοποίησης στην Ιταλία**

<https://www.bioagricert.org/en/>

<https://icea.bio/en/>

<https://www.equalitas.it/en/>

<https://www.bioagricert.org/en/>



Ενότητα 1: Επιλογή της σωστής πιστοποίησης



AgriVet **Tourism**

Βιολογική πιστοποίηση

**Μερικοί ανεξάρτητοι φορείς
πιστοποίησης στην Ελλάδα**

<https://bio-hellas.gr/?lang=en>

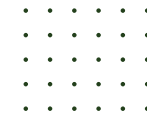
<https://www.dionet.gr/?p=1300>

<https://www.ktimarizes.com/certification/>

<https://www.ktimarizes.com/certification/>



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης



AgriVet **Tourism**

Πιστοποίηση βιολογικών
προϊόντων

**Ορισμένοι ανεξάρτητοι φορείς
πιστοποίησης στη Βουλγαρία**

~~<https://balkanbiocert.com/en/>~~

~~<https://controlunion.bg/en/>~~





2. Πότε έχει νόημα η πιστοποίηση;



Είναι χρήσιμο όταν:

- το προϊόν σας έχει ισχυρή
εδαφική ταυτότητα
- οι πελάτες είναι πρόθυμοι να
πληρώσουν περισσότερα
- διαθέτετε επαρκή οργανωτική



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

2. Πότε έχει νόημα η πιστοποίηση έχει νόημα;

- ✗ Μπορεί να μην είναι κατάλληλη όταν:
- η παραγωγή είναι πολύ μικρή
 - η τοπική αγορά δεν δίνει σημασία στην πιστοποίηση
 - το κόστος υπερβαίνει τα οφέλη



AgriVet Tourism



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πώς να το εφαρμόσετε στην πράξη



AgriVet Tourism

Για να επιλέξετε αποτελεσματικά μια πιστοποίηση:

1. Ξεκινήστε από την ταυτότητα

• **του προϊόντος σας.** Συνδέεται στενά →
με μια συγκεκριμένη περιοχή; εξετάστε

• **ΠΟΠ/ΠΓΕ** →

Η αξία του προϊόντος σας είναι η εξετάστε

βιωσιμότητα; Βιολογική

2. Αναλύστε την αγορά-στόχο σας

πιστοποίηση ή οικολογικό σήμα

- Τουρίστες → εκτιμούν την αυθεντικότητα και την αφήγηση ιστοριών
- Αγορές εξαγωγών → δίνουν αξία στις επίσημες πιστοποιήσεις

Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης

Πώς να το εφαρμόσετε στην πράξη



AgriVet Tourism

Για να επιλέξετε αποτελεσματικά μια πιστοποίηση:

3. Κάντε έναν απλό έλεγχο κόστους-οφέλους

- Υπολογίστε το κόστος της πιστοποίησης
- Συγκρίνετε το κόστος αυτό με την αναμενόμενη αύξηση των τιμών

4. Ξεκινήστε σε

μικρή κλίμακα

- Δοκιμάστε πρώτα την πιστοποίηση σε ένα προϊόν



Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης



AgriVet Tourism

Μελέτη περίπτωσης/Βέλτιστη
πρακτική



Bio Hotels (Αυστρία & Ευρώπη)

Δίκτυο ξενοδοχείων με βιολογική πιστοποίηση
σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού
Συνδυάζει τη φιλοξενία με πιστοποιημένα
προϊόντα

 <https://www.biohotels.info>

 Βασικό συμπέρασμα: Η πιστοποίηση
διαδικασιών μπορεί να εξελιχθεί σε ένα
ολοκληρωμένο επιχειρηματικό μοντέλο

Ενότητα 1: Επιλογή της κατάλληλης πιστοποίησης



AgriVet Tourism

Πρακτική Άσκηση

✓ **Λίστα ελέγχου για την απόφαση πιστοποίησης**

Συμπληρώστε:

Το κύριο προϊόν μου είναι: _____

Έχει στενή σχέση με την περιοχή; ☐ Ναι ☐ Όχι Οι

πελάτες μου εκτιμούν την πιστοποιημένη ποιότητα; ☐

Ναι ☐ Όχι Μπορώ να διαχειριστώ το κόστος και τις

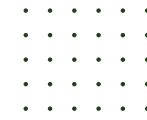
χρονικές απαιτήσεις; ☐ Ναι ☐ Όχι 👉 Τελική απόφαση:

☐ Συνιστάται η πιστοποίηση

☐ Δεν είναι απαραίτητη σε αυτό το στάδιο



Ενότητα 3: Το «προϊόν» στον αγροτουρισμό



AgriVet Tourism



Ενότητα 2: Κατανόηση των απαιτήσεων και της τεκμηρίωσης



Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι

μαθητές θα είναι σε θέση να:

- να κατανοούν τις βασικές διοικητικές απαιτήσεις να
- περιγράφουν τη διαδικασία πιστοποίησης
- να εντοπίζουν τους διαθέσιμους πόρους υποστήριξης





1. Βασικά απαιτούμενα έγγραφα

- Καταχώριση αγροκτήματος/επιχείρησης
- Σχέδιο παραγωγής
- Αρχεία επεξεργασίας (για πιστοποίηση βιολογικής καλλιέργειας)
- Τεκμηρίωση ιχνηλασιμότητας προϊόντων





2. Απλοποιημένη διαδικασία πιστοποίησης

- Επιλέξτε πιστοποίηση
- Επικοινωνήστε με τον
- οργανισμό πιστοποίησης
- Αρχικός έλεγχος
- Προσαρμογές και συμμόρφωση

Έγκριση πιστοποίησης



Μέσος χρόνος: 6-18 μήνες



Εκτιμώμενο κόστος: 500-3000 €/έτος





3. Πού να βρείτε υποστήριξη

- Ενώσεις αγροτών
- Κοινοπραξίες πιστοποίησης
- Τοπικοί σύμβουλοι
- Προγράμματα της ΕΕ (Erasmus+, Προγράμματα Αγροτικής Ανάπτυξης)

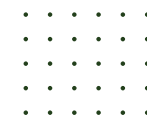


Ενότητα 2: Κατανόηση των απαιτήσεων και της τεκμηρίωσης



AgriVet Tourism

Πώς να το εφαρμόσετε στην πράξη



Για την απλοποίηση της
γραφειοκρατίας:

1. Προσδιορίστε το σημείο εκκίνησής σας. Ποια έγγραφα διαθέτετε ήδη
;

Τι λείπει;

Επικοινωνήστε έγκαιρα με έναν οργανισμό πιστοποίησης.

2. Ζητήστε μια προκαταρκτική συμβουλευτική συνάντηση
Ζητήστε έναν κατάλογο ελέγχου

Χωρίστε τη διαδικασία σε βήματα Μήνες 1-3

→ προετοιμασία

Μήνες 4-6 → υποβολή αίτησης

3. Μήνας 6+ →

έλεγχος

Χρησιμοποιήστε εξωτερικούς φορείς υποστήριξης ή

τοπικούς συμβούλους Συμβουλευτικές υπηρεσίες που

χρηματοδοτούνται από την ΕΕ



Πρακτική Άσκηση

✓ Προσωπικός οδικός χάρτης πιστοποίησης

Συμπληρώστε:

Επιλεγμένη πιστοποίηση: _____

Πρώτο βήμα δράσης: _____

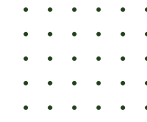
Φορέας πιστοποίησης με τον οποίο πρέπει να
επικοινωνήσετε: _____ Εκτιμώμενο

χρονοδιάγραμμα: _____

Διαθέσιμος προϋπολογισμός: _____



Ενότητα 3: Το «προϊόν» στον αγροτουρισμό



AgriVet Tourism



Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Μαθησιακοί στόχοι



Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα είναι σε θέση να:

- να κατανοούν τους διαφορετικούς τύπους «προϊόντων» αγροτουρισμού
- να τα σχεδιάζουν στρατηγικά
- να ενισχύουν την αξία τους μέσω της ταυτότητας, της αφήγησης ιστοριών και των τοπικών πόρων
- να σχεδιάσουν μια ιδέα προϊόντος με προστιθέμενη αξία
- να βελτιώσουν την παρουσίαση και τη



Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Το «Προϊόν» στον Αγροτουρισμό



AgriVet Tourism



Το αγροτουριστικό αγρόκτημα
είναι μια πολυλειτουργική
επιχείρηση που προσφέρει
ποικιλία προϊόντων,
υπηρεσιών και εμπειριών.

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Κατανόηση του προϊόντος του αγροτουρισμού



AgriVet Tourism



Στον αγροτουρισμό, το «προϊόν» δεν είναι απλώς κάτι υλικό. Είναι ένας συνδυασμός **υλικών και**

άυλων στοιχείων, όπως:

- υπηρεσίες
- εμπειρίες
- διατροφικά προϊόντα
- συναισθήματα και

👉 Μια επιτυχημένη αγροτουριστική προσφορά συνδυάζει τη φιλοξενία, τη γεωργία και την αφήγηση ιστοριών.



Κύριοι τύποι προϊόντων αγροτουρισμού

1. Ταξιδιωτική εμπειρία

Η ταξιδιωτική εμπειρία προσφέρει έναν συνδυασμό διαμονής, δραστηριοτήτων και εξερεύνησης της περιοχής.



Αξία για τον πελάτη

- Απόδραση από την αστική ζωή
- Εμβάθυνση στη φύση Αυθεντικός
- αγροτικός τρόπος ζωής
-



Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Κύριοι τύποι προϊόντων αγροτουρισμού



AgriVet Tourism

2. Ζωή & Εμπειρία

Μια σύντομη, βιωματική δραστηριότητα που εστιάζει
τη βίωση της αγροτικής εμπειρίας,
ακόμη και χωρίς διανυκτέρευση



Βασικά

χαρακτηριστικά

- Ένεργη συμμετοχή
- Άμεση επαφή με τους αγρότες
- Σύντομη διάρκεια (2-6 ώρες ή 1 ημέρα)
- Εκπαιδευτική και συναισθηματική αξία



Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Κύριοι τύποι προϊόντων αγροτουρισμού



AgriVet Tourism

2. Ζωή & Εμπειρία



🎯 Αξία για τον πελάτη

- Μάθηση μέσω της
- πράξης Αυθεντικότητα
- Συναισθηματική

💡 Παραδειγματική

- Εργαστήριο τυροκομίας
- Συμμετοχή στη συγκομιδή
- Μαθήματα μαγειρικής
- Δραστηριότητες φροντίδας ζώων



Κύριοι τύποι προϊόντων αγροτουρισμού

3. Προϊόντα γευσιγνωσίας



Η ταξιδιωτική εμπειρία προσφέρει έναν συνδυασμό διαμονής, δραστηριοτήτων και εξερεύνησης της περιοχής.

 Αξία για τον πελάτη

- Αισθητηριακή εμπειρία
- Αναμνήσεις από τον
- τόπο Αυθεντική τοπική γεύση

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Στρατηγική για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism



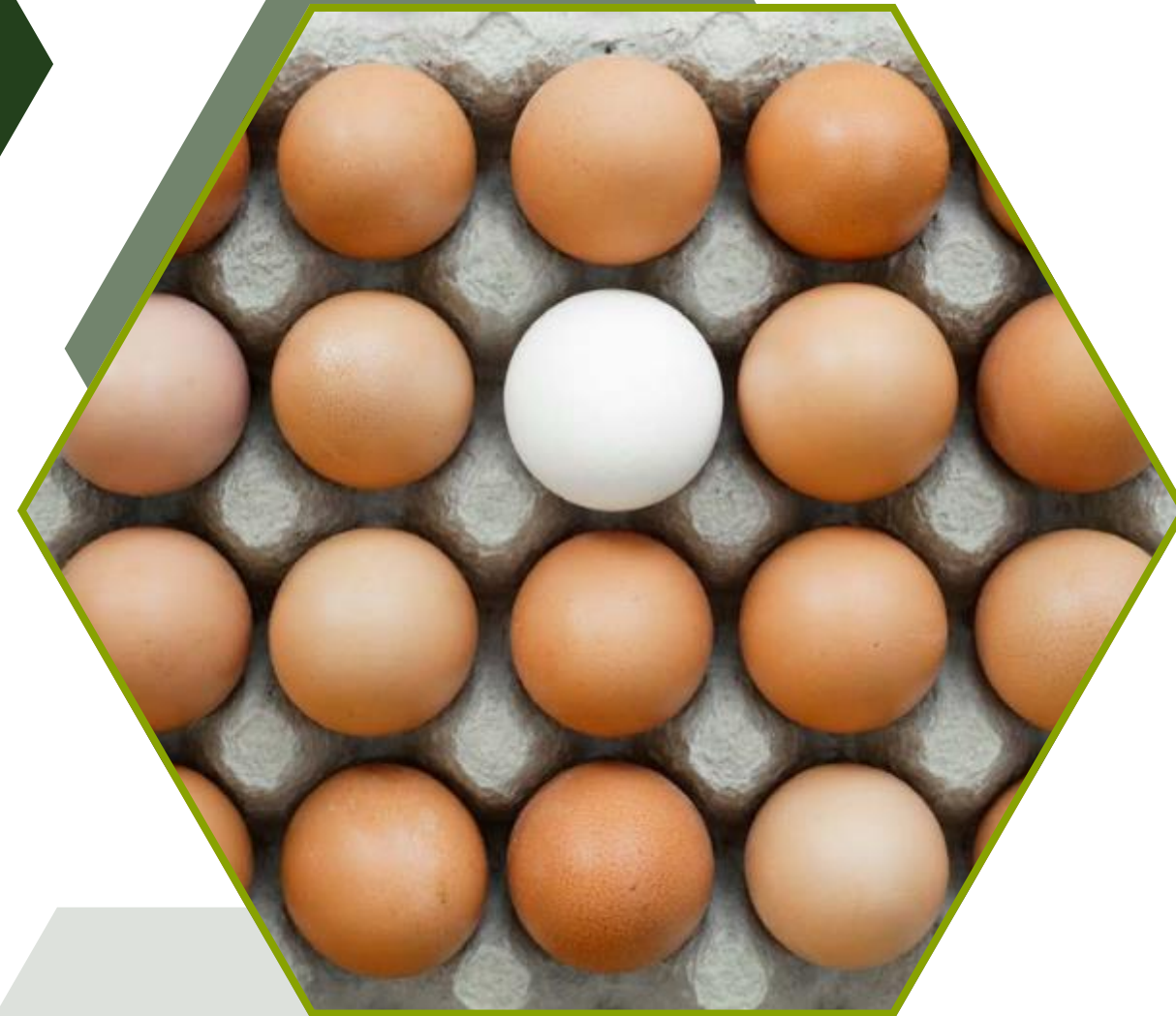
Η αξία δεν δημιουργείται μόνο από το ίδιο το προϊόν, αλλά και από το νόημα, την ταυτότητα και την αφήγηση.

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Στρατηγική για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism



1. Ξεκινήστε από την ταυτότητα του αγροκτήματός σας

Ρωτήστε:
Τι κάνει το αγρόκτημά μου μοναδικό;

Ποια είναι η ιστορία μου;
Ποιες αξίες εκπροσωπώ;
👉 Παράδειγμα:

Οικογενειακή παράδοση → δώστε έμφαση στην

Καινοτομία → αναδείξτε τη ^{κληρονομιά} βιωσιμότητα ή την τεχνολογία

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Στρατηγική για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism



2. Αξιοποιήστε την περιοχή

Αναβάθμιση

Τοπίο (λόφοι, αμπελώνες, βουνά)

- Τοπική κουλτούρα

-

Βιοποικιλότητα



Μετατρέψτε την τοποθεσία σε μέρος του προϊόντος:

- «Γευσιγνωσία κρασιού στον αμπελώνα κατά το ηλιοβασίλεμα» «Μάθημα μαγειρικής με τοπικά εποχιακά υλικά»

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Στρατηγική για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism



3 Χρησιμοποιήστε την παράδοση ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

- Παραδοσιακές συνταγές
- Αρχαίες τεχνικές Τοπικά
- φεστιβάλ και τελετές

👉 Αυτά τα στοιχεία δημιουργούν:

- αυθεντικότητα
- μοναδικότητα
- συναισθηματική
σύνδεση

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Στρατηγική για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism



4. Αναδείξτε τις μεθόδους παραγωγής

Οι καταναλωτές εκτιμούν:

- τις παραδοσιακές
- μεθόδους την
- χειρονακτική εργασία

👉 **Κάντε την παραγωγή**

ορατή: ξεναγήσεις

- ανοιχτά εργαστήρια
- ζωντανές επιδείξεις

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Στρατηγική για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism



5. Δημιουργήστε μια ισχυρή στρατηγική αφήγησης

Κάθε προϊόν πρέπει να αφηγείται μια ιστορία: Βασική δομή αφήγησης:

1. Ποιοι είστε 2.

Πού βρίσκεστε 3.

Τι παράγετε 4.

Γιατί είναι

ξεχωριστό

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Στρατηγική για την ενίσχυση της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism



6 Συνδυάστε τα προϊόντα σε εμπειρίες

👉 Αντί να πωλούνται

ξεχωριστά: + ιστορία + δραστηριότητα = εμπειρία

Παραδεί

- Γευσιγνωσία τυριών + επίσκεψη σε αγρόκτημα +
- εργαστήριο Κρασί + αφήγηση ιστοριών +
- εκδήλωση στο ηλιοβασίλεμα



Συσκευασία και επικοινωνία: Σκοπός της

Η συσκευασία ενός προϊόντος εξυπηρετεί πολλαπλές λειτουργίες:
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ



- **Προστασία** → διατηρεί την ποιότητα του προϊόντος και και ασφάλεια
- **Ενημέρωση** → κοινοποιεί βασικές λεπτομέρειες στους καταναλωτών
Μάρκετινγκ → προσελκύει την προσοχή και επηρεάζει τις αποφάσεις αγοράς
- **Identity Farm** → αντικατοπτρίζει το εμπορικό σήμα, την ιστορία και τις αξίες του

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Συσκευασία και επικοινωνία



AgriVet Tourism

Μπροστινή όψη (Front-of-Pack)

Κύρια οπτικά και διαφημιστικά στοιχεία

- Όνομα προϊόντος
- Μάρκα/λογότυπο
- Κύρια πλεονεκτήματα (π.χ. βιολογικό, χειροποίητο, τοπικό)

👉 Στόχος: να τραβήξει την προσοχή και να επικοινωνήσει γρήγορα την αξία του προϊόντος



Front-of-pack

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Συσκευασία και επικοινωνία



AgriVet Tourism



Back-of-pack

Πίσω (Πίσω πλευρά της συσκευασίας)

- Λεπτομερείς και τεχνικές πληροφορίες
- Νομικό και κανονιστικό περιεχόμενο
- Αναλυτική περιγραφή του προϊόντος

👉 **Στόχος: ενημέρωση και διασφάλιση της διαφάνειας**



Συσκευασία και

επικοινωνία

Η ετικέτα αποτελεί βασικό εργαλείο για:



- την καθοδήγηση των καταναλωτών προς ενημερωμένες επιλογές (διατροφή, ασφάλεια, προέλευση).
- τη μείωση των αποβλήτων μέσω ακριβών πληροφοριών σχετικά με τις ημερομηνίες αποθήκευσης και λήξης.
- την προώθηση της διαφάνειας στην αλυσίδα εφοδιασμού και της ευθύνης των παραγωγών.

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος – Είδη πληροφοριών στις ετικέτες



AgriVet Tourism



Υποχρεωτικές πληροφορίες (απαιτούνται από το νόμο)

(ενδέχεται να διαφέρουν ελαφρώς ανάλογα με τη χώρα, αλλά γενικά περιλαμβάνουν)

- Όνομα προϊόντος (νομική ονομασία)
- Κατάλογος συστατικών
- Αλλεργιογόνα
- Καθαρή ποσότητα
- Ημερομηνία λήξης ή ημερομηνία
- ανάλωσης σε προτιμότερη ημερομηνία
- Στοιχεία παραγωγού/συσκευαστή
- Προέλευση (όπου απαιτείται)
- Συνθήκες αποθήκευσης

Διατροφικές πληροφορίες (στις

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος – Είδη πληροφοριών στις ετικέτες



Προαιρετικές πληροφορίες (δεν είναι υποχρεωτικές)

- Ιστορία του προϊόντος ή περιγραφή της προέλευσής του
- Δηλώσεις ποιότητας (π.χ. χειροποίητο, παραδοσιακό) Πιστοποιήσεις (βιολογικό, ΠΟΠ, ΠΓΕ κ.λπ.) Προτάσεις χρήσης ή συνταγές
- Δηλώσεις βιωσιμότητας
- Κωδικοί QR (βίντεο, ιστορία του

👉 **Αυτά τα στοιχεία προσθέτουν**

αντιληπτή αξία και διαφοροποίηση

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος – Είδη πληροφοριών στις ετικέτες



AgriVet Tourism

Κίνδυνοι από παραπλανητικές πληροφορίες

Η παροχή ψευδών ή ασαφών πληροφοριών μπορεί να οδηγήσει σε:

- Νομικές κυρώσεις
 - πρόστιμα
 - απόσυρση του προϊόντος από την αγορά
- Απώλεια εμπιστοσύνης των καταναλωτών
 - βλάβη στη φήμη της μάρκας
 - Αρνητικές κριτικές και μείωση της αφοσίωσης
- Αποκλεισμός από την αγορά
 - αδυναμία πρόσβασης σε συγκεκριμένες αγορές ή πιστοποιήσεις



Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Συσκευασία & Επικοινωνία



AgriVet Tourism

Απαγορευμένοι ισχυρισμοί



- Ισχυρισμοί που αποδίδουν θεραπευτικές ιδιότητες στα τρόφιμα.
- Ισχυρισμοί που υπονοούν τη φυσική απουσία φυσιολογικών συστατικών (π.χ. «χωρίς χοληστερόλη» στα φυτικά έλαια).
- Γενική, μη επαληθεύσιμη ορολογία («εξαιρετικά υγιεινό», «αποτοξίνωση»).
- Ψευδείς πληροφορίες σχετικά με τη γεωγραφική προέλευση.
- Ενδείξεις που υποβαθμίζουν τους κινδύνους για την υγιεινή των τροφίμων



Συσκευασία και επικοινωνία

Μια καλή συσκευασία δεν είναι μόνο ελκυστική. Πρέπει να είναι σαφής, αληθής και να συμμορφώνεται με τους κανονισμούς, ενώ παράλληλα πρέπει να επικοινωνεί αποτελεσματικά την ταυτότητα και την αξία του προϊόντος.



Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Πώς να το εφαρμόσετε στην πράξη



AgriVet Tourism



Για να αυξήσετε την αξία του προϊόντος:

1. Μετασχηματίστε το προϊόν, μην το πουλάτε απλώς ως πρώτη ύλη:

Μετατρέψτε το → τυρί
γάλα
Φρούτ → μαρμελάδα ή αποξηραμένα
α σνακ

2. Συνδυάστε τα προϊόντα με εμπειρίες:

Επίσκεψη στο αγρόκτημα +
σετ γευσιγνωσίας Μάθημα
μαγειρικής + προϊόν

Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος

Πώς να το εφαρμόσετε στην πράξη



AgriVet Tourism

Για να αυξήσετε την αξία του προϊόντος:

3. Επενδύστε σε απλή

συσκευασία: ανακυκλώσιμα υλικά

Καθαρές, ευανάγνωστες

ετικέτες

4. Χρησιμοποιήστε ενεργά την

αφήγηση:

Μοιραστείτε την ιστορία σας στις

ετικέτες και στους κωδικούς QR

Δείξτε πρόσωπα, μέρη και

διαδικασίες



Ενότητα 3: Προσθήκη και επικοινωνία της αξίας του προϊόντος



AgriVet Tourism

Μελέτη περίπτωσης/Βέλτιστες πρακτικές



Το αγρόκτημα Magihouse βρίσκεται στην κεντρική Σικελία, στην επαρχία του Αγκριτζέντο, σε μια μικρή κοιλάδα που ονομάζεται Valle dell'Inferno. Το όνομά της οφείλεται στις μικροκλιματικές συνθήκες της περιοχής: ζέστη κατά τη την ημέρα και κρύο τη νύχτα. Αυτές οι ακραίες θερμοκρασίες ενισχύουν τα επίπεδα των βιοφαινολών και των αρωματικών συστατικών στις ελιές. Αυτή η οικογενειακή επιχείρηση διαχειρίζεται αποκλειστικά το ελαιώνα, όπου καλλιεργούνται σημαντικές παραδοσιακές ελιές της Σικελίας, όπως η Cerasuolo, η Tonda Iblea, η Nocellara del Belice και η Biancolilla.



**Magihouse | Επίσημος οδηγός για τα καλύτερα
ελαιόλαδα του κόσμου**



Enjoy the 2020 Harvesting!

MAGIC IS HERE

SHOP NOW

*The World's
Best Olive Oil*



**OUR AWARDED
FAMILY
RESERVE**

SHOP NOW

Valle dell'Inferno Family Reserve – 250 ml

HOME / OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA / EXTRA VIRGIN OLIVE OIL



€25.00

Category: Superior category olive oil obtained directly from olives and solely by mechanical means.

Cultivars: Cerasuola, Nocellara del Belice, Tonda Iblea, Nocellara Etnea, Biancolilla, Passulunara.

Main traits: This *Premium Family Reserve* exclusively embraces the olive grove estate where important Sicilian heritage varieties are present. It is indeed here where an excellent extra virgin olive oil, cold extracted and unfiltered, with a medium fluidity and green fruitiness is produced. Its



Πελάτης: Deia snc

Χαρτοφυ

λάκιο

2025

Κονσέρβες και Μαρμελάδες

Περιγραφή

Ένας παραδοσιακός παραγωγός γλυκών προϊόντων από το Σορέντο επιδίωξε να ανανεώσει μέρος της γκάμας των προϊόντων του

κατά τη διάρκεια μιας διαδικασίας αναδιοργάνωσης, με στόχο

να τονίσει τον ιταλικό χαρακτήρα της και να ενισχύσει την αίσθηση της χειροτεχνίας, την παράδοση και την κορυφαία ποιότητα.

Τι κάναμε

• Δημιουργία μιας προσωπικότητας μάρκας που εκφράζει τον χαρακτήρα του Σορέντο, την παράδοση των προϊόντων και την πολιτιστική τους σημασία • Καθορισμός στρατηγικής εστίασης στην αυθεντικότητα και τη χειροτεχνική παραγωγή



Πελάτης: Deia snc

Φολόβιελο

Ενημέρωση

Πρωώθηση του πιο εμβληματικού προϊόντος της εταιρείας και αξιοποίησή του ως βασικού εργαλείου, ιδίως για τις εξαγωγές, με στόχο την προσέλκυση και την απόκτηση νέων πελατών.

Τι κάναμε

- Αφού αξιολόγησε διάφορα παραδοσιακά προϊόντα, η ομάδα επέλεξε το «Folloniello» και σχεδίασε ένα ξεχωριστό λογότυπο εμπνευσμένο από εικόνες των αρχών του 20ού αιώνα, σε συνδυασμό με μια παγκόσμια καμπάνια που αναδεικνύει τον ιταλικό χαρακτήρα και την προέλευσή του από το Σορέντο.
- Το προϊόν προωθήθηκε στην Ιαπωνία μέσω της συμμετοχής σε ιταλικές γαστρονομικές εκθέσεις και εμπορικών προμηθευτών B2B



FOLLOVIELLO
DI
SORRENTO



Follow me,
SORRENTO.

Πελάτης: Αγροτική Επιχείρηση
Giovanni Tancredi

MARCHIO

Αγροτουριστικό
κατάλυμα **Sapori
Ritrovati**

Περιγραφή έργου

Η δημιουργία ενός νέου εμπορικού σήματος για την αγροτική επιχείρηση, το οποίο να αντικατοπτρίζει τις δραστηριότητες αγροτουρισμού, τις αξίες της και την έμφαση που δίνει στην οικογένεια, την καλλιέργεια σιταριού και άλλες παραδοσιακές ποικιλίες χαρακτηριστικές της περιοχής του Cilento.



ΠΑΛΙΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ

ΝΕΟ ΛΟΓΟΤΥΠΟ



Πελάτης: Az. Agr. Tabano

Δημιουργία σειράς προϊόντων και εταιρικής ταυτότητας

Περιγραφή έργου

Η Thefarm έπρεπε να παρουσιάσει τον εαυτό της με σαφήνεια ως οικογενειακή επιχείρηση, αναδεικνύοντας παράλληλα το ιστορικό της. Η οπτική της ταυτότητα έπρεπε επίσης να αναδείξει τα δύο κύρια προϊόντα της: τα κάστανα και το το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο.

Τι κάναμε

Δημιουργία μιας προσωπικότητας μάρκας που αναδεικνύει την τοπική ταυτότητα, την παράδοση των προϊόντων, τις πολιτιστικές αξίες και την οικογενειακή ιστορία.

Σχεδιασμός ενός νέου εμπορικού σήματος

- Δημιουργία ενός φρέσκου στυλ συσκευασίας για επιλεγμένες σειρές προϊόντων, ιδίως για το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο και κονσέρβες.



Μοτσαρέλα ντι Μπουφάλα Καμπάνα

Περιγραφή

Ο πελάτης, ο οποίος σχεδιάζει να ξεκινήσει μια γραμμή παραγωγής

για εξαγωγές στις ΗΠΑ, στο πλαίσιο μιας νέας συνεργασία με έναν εισαγωγέα με έδρα τη Φλόριντα,

χρειόναμε μια συσκευασία που να αναδεικνύει έντονα τις ιταλικές του ρίζες.

- Μετά από μια εμπειριστατωμένη ανάλυση των ανταγωνιστών και των συσκευασιών τους στην αγορά-στόχο, δημιουργήσαμε ένα ισχυρό οπτικό concept που τόνιζε τον ιταλικό χαρακτήρα του προϊόντος και το ξεχώριζε από τις ανταγωνιστικές μάρκες.

- Όλα τα γραφικά στοιχεία προσαρμόστηκαν ώστε να πληρούν τις απαιτήσεις της FDA και εφαρμόστηκαν στη συσκευασία μακράς διάρκειας ζωής που επέλεξε ο





Πρακτική Άσκηση



- ✓ Προϊόν με προστιθέμενη αξία
- + Ιστορία 1. Ιδέα προϊόντος:
- 2. Τι αξία προσθέτει;
- 3. Σύντομη ιστορία (μέγιστο 5 γραμμές):



Ευχαριστ

ώ



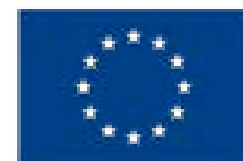


AgriVet **Tourism**

AgriVETourism

Ενίσχυση του βιώσιμου αγροτουρισμού μέσω της
επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για την
αγροτική ανάπτυξη

Αριθμός αναφοράς έργου: 2024-2-BG01-KA210-VET-000267044



Co-funded by
the European Union

