

## ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

**Μ**έχρι το 2050 ο παγκόσμιος πληθυσμός αναμένεται να φτάσει τα 10 δισεκατομμύρια, αυξημένος κατά 2 δισεκατομμύρια σε σχέση με σήμερα. Αυτό μεταφράζεται σε επιπλέον 25% ανάγκες σίτισης και κατ' επέκταση παραγωγής πρωτεΐνης από τον γεωργικό και κτηνοτροφικό τομέα.

Την ίδια στιγμή όμως, σύμφωνα με έρευνες των Ηνωμένων Εθνών, σήμερα τα ζώα καταναλώνουν το 30% της παγκόσμιας παραγωγής σιτηρών, χρειάζονται το ένα τέταρτο της γης του πλανήτη προκειμένου να βοσκήσουν και ευθύνονται για το 14,5% της αερίων του θερμοκηπίου.

Αν μάλιστα συνεχίσουμε να βαδίζουμε στον ίδιο δρόμο χωρίς καμία αλλαγή, το ποσοστό αυτό θα εκτιναχθεί στο 81% μέχρι το 2050, υπό την αίρεση οι υπόλοιπες βιομηχανίες να επιτύχουν τους στόχους που έχουν θέσει για τη βιωσιμότητά τους.

Το μήνυμα λοιπόν είναι ξεκάθαρο. Εφόσον από τη μία θέλουμε να σιτίζουμε 10 δισεκατομμύρια ανθρώπους και ταυτόχρονα από την άλλη πλευρά να διατηρήσουμε τη βιωσιμότητα του πλανήτη, θα χρειαστεί αλλαγή πλεύσης. Η αλλαγή αυτή μεταφράζεται σε σημαντικές επενδύσεις με βιώσιμο πρόσημο, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα την αύξηση της παραγωγής και τη σταθερή –και ιδανικά μειωμένη– επιβάρυνση του περιβάλλοντος.

Πρόκειται για μια ξεκάθαρη ανάγκη που έχει ήδη αρχίσει να αποτυπώνεται στο θυμικό τόσο των καταναλωτών όσο και των παραγωγών, αλλά και των ρυθμιστικών αρχών και φορέων.

Για του λόγου το αληθές, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα που πραγματοποίησε στη Βρετανία το Institute of Customer Service, ένας στους πέντε Βρετανούς καταναλωτές θέτει ως πρώτο κριτήριο των επιλογών του την περιβαλλοντική βιωσιμότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που καταναλώνει.

Μάλιστα, μέσα στα επόμενα χρόνια, σύμφωνα πάντα με την ίδια έρευνα, το αντίστοιχο ποσοστό θα εκτιναχθεί στο 55% έναντι 18% σήμερα. Και αντίστοιχα, ο πέλεκυς θα πέσει βαρύς σε όσους δεν ακολουθούν βιώσιμες πρακτικές, καθώς θα δουν τις πωλήσεις τους να κατακρημνίζονται τα επόμενα χρόνια.

Ήδη ένας στους 10 καταναλωτές έχει σταματήσει να αγοράζει προϊόντα και υπηρεσίες που έχουν αρνητικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα και το ποσοστό αυτό αναμένεται να εκτιναχθεί στο αμέσως προσεχές χρονικό διάστημα, με τον κλάδο του φαγητού να βρίσκεται πολύ ψηλά στη λίστα.

Έτσι, βρισκόμαστε αντιμέτωποι με μια νέα πραγματικότητα: από τη μία έχουμε την υπαρκτή και αδήριτη ανάγκη για βιώσιμες επενδύσεις και και-



**Θωμάς Αραπογιάννης**  
 Vice President Agriculture  
 TÜV HELLAS (TÜV NORD)



Μόνο αν αλλάξουμε πλεύση –και μάλιστα με γρήγορο και άμεσο τρόπο– μπορούμε να εξασφαλίσουμε ότι θα συνεχίσουμε να απολαμβάνουμε το φαγητό μας με βιώσιμο τρόπο, καλύπτοντας παράλληλα τις διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες.



νοτομίες. Και από την άλλη τους καταναλωτές, που είναι διατεθειμένοι να επιβραβεύσουν όσους πορεύονται σε αυτόν τον δρόμο και να τιμωρήσουν όσους απέχουν.

Θεωρητικά λοιπόν δεν προκύπτει κανένα πρόβλημα. Εντούτοις, υπάρχει ένας σημαντικός παράγοντας που δυσχεραίνει την εξίσωση:

Η υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών από τους παραγωγούς επαφίεται στον «πατριωτισμό» τους, χωρίς να υπάρχουν θεσπισμένα και διαφανή κριτήρια για το τι ισχύει στην πράξη και τι γίνεται μόνο στα λόγια.

Αυτή τη στιγμή έχουμε το εξής παράδοξο: ενώ σε μια σειρά από άλλες κατηγορίες προϊόντων, όπως για παράδειγμα στις ηλεκτρικές συσκευές ή στα

ακίνητα, υπάρχει πλήρης σχετική σήμανση, δεν ισχύει το ίδιο για τα τρόφιμα. Και μολονότι η Ευρωπαϊκή Ένωση εξετάζει πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση, στην πράξη ακόμα απέχουμε.

Έτσι, οι καταναλωτές βρίσκονται μπροστά σε ένα ιδιόρρυθμο αδιέξοδο. Ενώ θέλουν να επιβραβεύσουν έμπρακτα τα βιώσιμα τρόφιμα και τις εταιρείες που τα παράγουν, τα διανέμουν και τα πωλούν, δεν μπορούν να το κάνουν. Δεν γνωρίζουν ποιον να εμπιστευθούν και πότε πρόκειται για greenwashing.

Οι καταναλωτές επιζητούν διαφάνεια, θέλουν να είναι σίγουροι πως αγοράζουν από εταιρείες που υλοποιούν τις δεσμεύσεις τους και θέλουν να γνωρίζουν πως έχουν κάνει ουσιαστική στροφή προς βιώσιμες πρακτικές και όχι μεμονωμένες και πρόσκαιρες πρωτοβουλίες.

Και εδώ ακριβώς έρχεται ο ρόλος της πιστοποίησης, ο οποίος μπορεί να λειτουργήσει ως ο συνεκτικός κρίκος σε ολόκληρη την τροφική αλυσίδα, από το χωράφι στο ράφι και από εκεί στο πιάτο των καταναλωτών.

Οι φορείς πιστοποίησης μπορούν και έχουν την αξιοπιστία να λειτουργήσουν ως «έμπιστη τρίτη οντότητα», δίνοντας την έξωθεν καλή μαρτυρία για την υιοθέτηση ουσιαστικά βιώσιμων πρακτικών σε όλα τα στάδια της διαδικασίας.

Και ταυτόχρονα μπορούν να ξεχωρίσουν την «ήρα από το σιτάρι», αναδεικνύοντας εκείνους που πραγματικά επενδύουν σε βιώσιμες πρακτικές και τεχνολογίες, έναντι εκείνων που το κάνουν μόνο στα λόγια.

Προκειμένου να γίνει αυτό, απαιτείται αρχικά η σχετική νομοθετική ρύθμιση, η οποία θα θέσει τα κριτήρια και τους ορισμούς για το τι θεωρείται βιώσιμο και ταυτόχρονα θα επιβάλει τη σχετική σήμανση, ώστε αυτό να μπορεί να πιστοποιηθεί και να επικοινωνηθεί.

Και μόλις γίνει αυτό, οι φορείς πιστοποίησης έχουν τη γνώση, την εμπειρία αλλά και τη δυνατότητα να καλύψουν το κενό. Δίνοντας έτσι λύση στη δυσεπίλυτη αυτή εξίσωση.

Σε κάθε περίπτωση, είναι σίγουρο πως οι συνθήκες απαιτούν άμεση συστημική αλλαγή στο παγκόσμιο σύστημα διατροφής. Μόνο αν αλλάξουμε πλεύση –και μάλιστα με γρήγορο και άμεσο τρόπο– μπορούμε να εξασφαλίσουμε ότι θα συνεχίσουμε να απολαμβάνουμε το φαγητό μας με βιώσιμο τρόπο, καλύπτοντας παράλληλα τις διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες.

Υπό αυτό το πρίσμα, οι φορείς της πιστοποίησης μπορούν και οφείλουν να αποτελέσουν τον καταλύτη της αναγκαίας αυτής αλλαγής.