



Η ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ για το «καλάθι προϊόντων περιφέρειας»

Βασικές θέσεις κατά τη διαβούλευση για το «καλάθι» της Δυτικής Ελλάδας

Η πρωτοβουλία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων για το «καλάθι των προϊόντων» κάθε Περιφέρειας διαθέτει το στοιχείο της σύνδεσης με την τοπική οικονομία, τη στήριξη της ταυτότητας της αγροτικής ζωής και με αειφορικά καταναλωτικά πρότυπα. Ωστόσο, χωρίς τήρηση βασικών αρχών αειφορίας, η πρωτοβουλία εύκολα θα εκτραπεί σε στήριξη μιας περιορισμένης «ελίτ» προϊόντων και παραγωγών. Επιπλέον, είναι δύσκολο να προχωρήσει χωρίς θεραπεία βασικών σημείων παθογένειας της αγροτικής δραστηριότητας όπως το κόστος παραγωγής, η αποδόμηση των οργανώσεων παραγωγών και τα εμπόδια στην απευθείας διάθεση των προϊόντων τους. Κρίσιμο σημείο επιτυχίας της πρωτοβουλίας είναι ο προσανατολισμός στη διατροφική αυτάρκεια, στη στήριξη της ζωής στην ύπαιθρο και στο μετριασμό της κυριαρχίας της χημικής γεωργίας.

Ο προσανατολισμός της παραγωγής

Ο απώτερος στόχος του Υπ.Α.Α.Τ. με το «καλάθι γεωργικών προϊόντων» είναι η δημιουργία ενός αγροδιατροφικού προτύπου για αυτοκατανάλωση αλλά και για εξαγωγή. Χωρίς να παραβλέπουμε την αξία των εξαγωγών, πιστεύουμε ότι προτεραιότητα πρέπει να δοθεί στην εσωτερική κατανάλωση επειδή αυτή συνδέεται με την τοπική οικονομία και έχει πολλαπλά οφέλη για την κοινωνία και το περιβάλλον.

Από τη στιγμή που ξοδεύουμε 6,5 δις. ευρώ για εισαγωγές αγροτικών προϊόντων, πρώτος στόχος πρέπει να είναι η μείωση των εισαγωγών και η αυτάρκεια σε προϊόντα διατροφής. Με την παγκόσμια οικονομική, πολιτική και «κλιματική» αβεβαιότητα να μεγαλώνει μέρα με τη μέρα, πρέπει να διασφαλίσουμε πως, ότι και να συμβεί, η ελληνική γη θα μπορεί να θρέψει και να στηρίξει τον πληθυσμό της και δεν θα βρεθούμε, ως κοινωνία, με τεράστια ελλείμματα σε βασικά είδη διατροφής. Αυτή η διατροφική ασφάλεια αποτελεί βασικό στοιχείο ευημερίας. Αυτό ισχύει, αναλογικά, και για την πολιτική που πρέπει να έχει κάθε Περιφέρεια.

Επίσης, η κατανάλωση τοπικών προϊόντων περιορίζει δραστικά τις μεταφορές. Βασική προτεραιότητα, σήμερα, είναι να περιορίσουμε τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου –άρα και να εξορθολογίσουμε τις μεταφορές, που είναι υπεύθυνες για μεγάλο μέρος αυτών.

Ο τρίτος λόγος για να δοθεί προτεραιότητα στην εσωτερική κατανάλωση είναι ότι αυτή, σήμερα, προσφέρει περισσότερες λύσεις στην αγροτική οικονομία και στην αναζωογόνηση της υπαίθρου. Προάγει την τοπική οικονομία μέσω της πλούσιας σε ποιότητα και ποικιλία γεωργικής, κτηνοτροφικής και δασικής παραγωγής στο σύνολο της κάθε Περιφέρειας. Αντίθετα, στο διεθνές περιβάλλον που διαμόρφωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου και οι γιγάντιες εταιρίες λιανεμπορίου, τα περιθώρια κέρδους για τον παραγωγό είναι ελάχιστα και το εξασφαλισμένο εισόδημα αποτελεί «άπιαστο όνειρο». Στην καλύτερη περίπτωση, ευνοούνται λίγες πολύ προνομιούχες περιοχές όπως, λ.χ., στην Ηλεία, και μερικοί μεγάλοι αγρότες ή ελάχιστοι συνεταιρισμοί - πρότυπα. Το μεγαλύτερο μέρος της υπαίθρου δεν μπορεί, πλέον, να ωφεληθεί από έναν τέτοιο προσανατολισμό και η αποδόμηση τη αγροτικής κοινωνίας θα συνεχιστεί.

Οι τρεις κατηγορίες προϊόντων

Το αγροτικό καλάθι ανά Περιφέρεια, σύμφωνα με την πρόταση του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, περιλαμβάνει τρεις «κατηγορίες» προϊόντων: Προϊόντα με εξαγωγικό προσανατολισμό,, προϊόντα που αναδεικνύουν την ταυτότητα κάθε περιοχής και προϊόντα που καλύπτουν τις επισιτιστικές ανάγκες της χώρας. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, αυτές οι τρεις κατηγορίες μπορούν να διαμορφωθούν ως εξής:

1. Προϊόντα με εξαγωγικό προσανατολισμό. Εδώ το καλάθι αναγκαστικά περιλαμβάνει ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ προϊόντα όπως η σταφίδα της Αιγιάλειας, τα τυροκομικά της ορεινής Αχαΐας, τα κηπευτικά της Ηλείας, το αυγοτάραχο Μεσολογγίου - Κοτυχίου, λεμόνια, ελαιόλαδο, κρασί κ.λπ. Είναι σημαντικό να

διευκρινίσουμε ότι σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται και μη-παραδοσιακά προϊόντα που αναπτύχθηκαν τις τελευταίες δεκαετίες αλλά ήδη έχουν αποκτήσει «χαρακτήρα» προέλευσης, όπως φράουλες Μανωλάδας, προϊόντα υδατοκαλλιέργειας, σπαράγγια κ.λπ.

2. *Προϊόντα που αναδεικνύουν την ταυτότητα κάθε περιοχής (παραδοσιακά προϊόντα).* Εδώ πρέπει να αποφύγουμε «ελιτίστικες» επιλογές προς αναζήτηση μόνο «επωνύμων» ή «δυναμικών» προϊόντων. Το καλάθι πρέπει να συμπεριλάβει ΟΛΕΣ τις αποδεδειγμένα παραδοσιακές ποικιλίες, καλλιέργειες και φυλές, οι οποίες συχνά είναι πολύ τοπικές ή αφορούν ένα πολύ μικρό αριθμό παραγωγών. Υπάρχουν δεκάδες τέτοια προϊόντα που, στο σύνολό τους, μπορούν να δώσουν ώθηση στην αγροτική ζωή ακόμη και σε «περιθωριακές» αγροτικές περιοχές. Τέτοιες ντόπιες ποικιλίες ή προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας περιλαμβάνουν ποικιλίες πορτοκαλιών, ντομάτας, σταφυλιού, κάστανα, όσπρια, κρέας και γαλακτοκομικά, μήλα, κεράσια, αχλάδια, κηπευτικά. Επίσης περιλαμβάνονται αλιεύματα όπως σαρδέλα Πατραϊκού, ψάρια λιμνοθαλασσών (διάφορα είδη ανάλογα με την εποχή), αθερίνα Τριχωνίδας κ.λπ. Τέλος περιλαμβάνονται και προϊόντα δασικής εκμετάλλευσης ή συλλογής από τη φύση όπως βελανίδι Ξηρομέρου, τσάι βουνού, άγρια χόρτα και σπαράγγια, μανιτάρια κ.λ.π.. Η κατηγορία αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική διότι συνδέεται άμεσα με τα διατροφικά πρότυπα τα οποία επιθυμούμε να αναπτύξουμε, αλλά και με την άμυνα απέναντι στις γεωργικές «πατέντες» που οδηγούν σε εξάρτηση τους παραγωγούς.
3. *Προϊόντα που καλύπτουν τις επισιτιστικές ανάγκες – τοπικά προϊόντα.* Όταν μας αφορά η διατροφική αυτάρκεια, θέση στο καλάθι έχουν ΟΛΑ τα προϊόντα που παράγονται στην Περιφέρεια και καταναλώνονται εντός των ορίων αυτής. Ακόμη πιο σημαντικό, είναι να εφαρμοστεί αυτό το σύστημα σε πιο τοπική κλίμακα και ιδιαίτερα σε επίπεδο Δήμου ή, ενδεχομένως, και με κάποιο άλλο κριτήριο (π.χ. απόσταση παραγωγής από το σημείο πώλησης). Η «τοπικότητα» παραγωγής και κατανάλωσης αποτελεί τη βάση της διατροφικής αυτάρκειας και ασφάλειας. Το «ντόπιο» προϊόν, που καταναλώνεται κοντά στον τόπο παραγωγής του (χωριό, πόλη, γεωγραφική περιοχή), αποτελεί μια παραδοσιακή άτυπη μορφή «πιστοποίησης», συμβάλει στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και διαθέτει επιπλέον πλεονεκτήματα:

- Επιβαρύνει ελάχιστα το περιβάλλον με ρύπους από τη μεταφορά
- Είναι πιο φρέσκο, με λιγότερα συντηρητικά και λιγότερες αλλοιώσεις από μεταφορά και αποθήκευση
- Ο παραγωγός δεν είναι απρόσωπος - ο καθένας μπορεί να τον ελέγξει

Το τοπικό προϊόν επίσης (θα έπρεπε να) είναι φθηνότερο, αφού έχει λιγότερα έξοδα και απώλειες μεταφοράς, φορτοεκφόρτωσης και τυποποίησης.

Για τα παραδοσιακά προϊόντα (ταυτότητας) και τα τοπικά προϊόντα στο σύνολο της Περιφέρειας, το καλάθι έχει περισσότερο νόημα ως ένα σύστημα πιστοποίησης και όχι σαν ένας μακρύς κατάλογος ονομάτων προϊόντων που κάποια στιγμή θα κλείσει.

Βασικές προϋποθέσεις εφαρμογής της πιστοποίησης

Είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί ένα αξιόπιστο σύστημα πιστοποίησης και χορήγησης «σημάτων» που να σχετίζεται με τα προϊόντα του «καλαθιού» της Περιφέρειας. Πρέπει ωστόσο να λάβουμε υπόψη ότι η Δυτική Ελλάδα, όπως και μερικές άλλες Περιφέρειες, δεν έχει παραδοσιακή «αναγνωρισιμότητα» που ταυτίζεται με συγκεκριμένα διατροφικά πρότυπα και «ονομασία προέλευσης» (όπως, λ.χ., έχει η Κρήτη). Για το λόγο αυτό, εκτός από την προώθηση της «περιφερειακής» ταυτότητας, σκόπιμο είναι να αναδειχτεί και η προέλευση από επί μέρους περιοχές (όχι απαραίτητα Περιφερειακές Ενότητες) με διακριτή ταυτότητα. Τέτοιο παράδειγμα είναι το Ξηρόμερο (που πλέον ορίζεται Δυτικά της Ιονίας Οδού), το οποίο διατηρεί σημαντικά στοιχεία φυσικότητας, παράδοσης και τοπίου και μια σειρά από ποιοτικά προϊόντα γεωργικά, κτηνοτροφικά και δασικά. Κατά τη διαδικασία δημιουργίας σήματος και πιστοποίησης, πρέπει επίσης να λαμβάνονται υπόψη τα παρακάτω:

1. Η βιολογική Γεωργία και κτηνοτροφία, ως η πλέον υπεύθυνη περιβαλλοντικά και κοινωνικά μέθοδος, πρέπει πάντα να έχει προνομιακή θέση σε κάθε πολιτική προώθησης προϊόντων (συνεπώς και στο «καλάθι»). Όποια και να είναι η τελική μορφή προώθησης, πιστοποίησης και «σήμανσης» ενός προϊόντος ως «επώνυμο», παραδοσιακό ή τοπικό, δεν πρέπει να υποκαταστήσει με οποιοδήποτε έμμεσο τρόπο την παράλληλη πιστοποίησή του ως βιολογικό. Παράλληλα, θα πρέπει να αποκλειστούν πολιτικές προώθησης γενετικά τροποποιημένων οργανισμών στην Περιφέρεια διότι, εκτός από τους μεγάλους περιβαλλοντικούς κινδύνους που εμπεριέχουν, έρχονται σε ευθεία αντιπαράθεση με το όλο εγχείρημα του «καλαθιού».
2. Οι παραδοσιακές και ντόπιες ποικιλίες, καλλιέργειες και εκτροφές πρέπει να αποτελούν το βασικό υλικό της πιστοποίησης κάθε προϊόντος «ταυτότητας». Αυτό χρειάζεται, όχι μόνο για την προστασία

της αγροτικής ποικιλότητας αλλά και για την κατοχύρωση αυτών των προϊόντων. Για παράδειγμα, τα τυροκομικά προϊόντα «ταυτότητας» πρέπει να παράγονται από το γάλα των παραδοσιακών φυλών με τις οποίες διαμορφώθηκαν και όχι από οποιοδήποτε γάλα

3. Ξεχωριστή θέση πρέπει να έχουν προϊόντα ή ομάδες προϊόντων που προέρχονται από καλλιέργεια, κτηνοτροφία, αλιεία ή συλλογή στη φύση σε «πιστοποιημένης» φυσικής αξίας περιοχές και συγκεκριμένα σε περιοχές του Δικτύου Natura-2000, Εθνικούς Δρυμούς με Φορείς Διαχείρισης, περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλους αλλά και αγροτικές περιοχές υψηλής φυσικής αξίας. Με ολοένα αυξανόμενο ρυθμό, οι καταναλωτές αναγνωρίζουν αυτά τα προϊόντα ως ποιοτικά, ασφαλή και πιστεύουν ότι αγοράζοντας τα συμβάλουν στην προστασία των περιοχών αυτών. Αυτό το σύστημα μπορεί άμεσα να δοκιμαστεί σε περιοχές που ήδη διαθέτουν Φορείς Διαχείρισης (τέσσερις στη Δυτική Ελλάδα: Όρος Χελμός- Φαράγγι Βουραϊκού, Λιμνοθάλασσα Κοτύχι – Δάσος Στροφυλιά, Λιμνοθάλασσες Μεσσολογγίου, Αμβρακικός). Οι ΦΔ όχι μόνο μπορούν να παρέχουν «σήμα ποιότητας» (N 2742/99, άρθρο 15) αλλά, στην απλούστερη των περιπτώσεων, μέσω της εποπτείας εντός της περιοχής εμβέλειάς τους, μπορούν να δώσουν «βεβαίωση» ότι η δραστηριότητα από την οποία προήλθε το εν λόγω προϊόν ασκείται νόμιμα εντός του Εθνικού Πάρκου για το οποίο είναι αρμόδιοι.
4. Παρά τα θεωρητικά πλεονεκτήματα της αποκέντρωσης ευθύνης, καλό είναι να αποφευχθεί η «πιστοποίηση» σε επίπεδο Περιφέρειας σε ότι αφορά στα βιολογικά προϊόντα και στα προϊόντα ταυτότητας, για λόγους ανεξαρτησίας και αξιοπιστίας των πιστοποιητικών φορέων. Θεωρούμε αποτελεσματικότερο οι προτάσεις για πιστοποίηση να υποβάλλονται σε πανελλήνιο επίπεδο φορέα, ώστε να εμποδίζονται τοπικά ισχυροί παράγοντες να «βαφτίζουν» προϊόντα κατά το δοκούν.
5. Οι διαδικασίες πιστοποίησης οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη την προστασία του καλλιεργήσιμου εδάφους από ρύπανση, διάβρωση και εξάντληση, την οικονομία στην κατανάλωση νερού, καθώς και τη βιωσιμότητα του φυσικού οικοσυστήματος στο οποίο εντάσσεται. Για δασικά προϊόντα, προϊόντα που συλλέγονται από τη φύση και αλιεύματα, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η αειφορική βάση της κάθε κάρπωσης. Πρέπει να αποφευχθεί η αδιάκριτη εντατικοποίηση της παραγωγής που ρίχνει τις τιμές και εξαντλεί τους φυσικούς πόρους.
6. Τέλος, θετική θα ήταν η αναγνώριση της ταυτότητας συγκεκριμένων συνταγών, γευμάτων ή, γενικότερα, των παραδοσιακών διατροφικών συνηθειών συγκεκριμένων περιοχών.

Βασικές υποστηρικτικές δράσεις

Για την επίτευξη των στόχων της πρωτοβουλίας για το «Καλάθι των προϊόντων» και για την ανάπτυξη του τοπικού αγροδιατροφικού μοντέλου απαιτούνται βασικές παρεμβάσεις στην αγορά και άλλες υποστηρικτικές δράσεις όπως:

1. Στήριξη υγιούς, οργανωμένου και αποτελεσματικού συνεταιριστικού κινήματος (κάτι που απαιτεί θαραλέα ρήξη με πρακτικές του παρελθόντος) και άλλων πρωτοβουλιών όπως Οργανώσεις Παραγωγών και Γυναικείοι Συνεταιρισμοί και διευκόλυνσή τους για τοπική διάθεση των προϊόντων (π.χ. πάγκοι τοπικών προϊόντων, λαϊκές, διανομή πόρτα – πόρτα, παραγγελίες μέσω διαδικτύου). Ακόμη και στοιχειώδεις κινήσεις με σκοπό τη μείωση κόστους παραγωγής (μείωση ΦΠΑ σε κάποια βασικά αναλώσιμα – εξοπλισμό) και τη στήριξη της λαϊκής αγοράς («ταμειακές») θα είχαν άμεσα έμπρακτα αποτελέσματα. Η στήριξη των προσπαθειών διάθεσης προϊόντων απευθείας από τους παραγωγούς πρέπει να είναι διαρκής - ιδιαίτερα όταν τα μέτρα αποδώσουν και αναπόφευκτα γνωρίσουν την αντίδραση των μεγάλων αλυσίδων λιανεμπορίου.
2. Στήριξη όσων παραγωγών έχουν έμπρακτα ενσωματώσει στην επαγγελματική τους δραστηριότητα αρχές της τοπικότητας, της αειφορίας, της παράδοσης και της κοινωνικής αλληλεγγύης. Οι παραγωγοί βιολογικών προϊόντων, όσοι διατηρούν παραδοσιακές ποικιλίες και εκτροφές, οι κινήσεις διατήρησης ντόπιων σπόρων, τα δίκτυα ανταλλαγής προϊόντων και υπηρεσιών έχουν, στο σύνολό τους, αποδείξει ότι υπερασπίζονται την αυθεντικότητα του ελληνικού μεσογειακού αγροδιατροφικού προτύπου. Η διευκόλυνση αυτών των δομών θα έχει πολλαπλασιαστικά οφέλη για τη στήριξη της ποιότητας και της ποικιλίας της παραδοσιακής ελληνικής αγροτικής παραγωγής.
3. Προώθηση των τοπικών προϊόντων στα Σούπερ Μάρκετ. Η ιδανική εικόνα της ύπαρξης πάγκου με τοπικά προϊόντα (όπως γίνεται με τα βιολογικά) δεν είναι εφικτή με τον τρόπο που σήμερα τα ΣΜ προμηθεύονται τα προϊόντα τους. Όπου εμφανίζονται στα ράφια τοπικά προϊόντα, αυτά έχουν πρώτα ταξιδέψει σε κεντρικά σημεία διανομής των αλυσίδων, ακυρώνοντας έτσι τα πλεονεκτήματα της «τοπικότητας». Το Υπουργείο οφείλει τουλάχιστον να διερευνήσει τρόπους ώστε να μπορούν μεμονωμένα καταστήματα ΣΜ να προμηθεύονται απευθείας κάποια τοπικά προϊόντα – κάτι που προϋποθέτει αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας και στα κέρδη που σαφώς μπορούν να υποστούν. Αυτό μπορεί να ξεκινήσει με μικρότερες αλυσίδες ΣΜ, που δραστηριοποιούνται σε συγκεκριμένες γεωγραφικές ζώνες.

4. Συνολική περιφερειακή «εκστρατεία» για εντοπισμό, καταγραφή, διατήρηση, ανάδειξη και ανάπτυξη όλων των ντόπιων ποικιλιών και φυλών της αγρο-βιοποικιλότητας. Πολλές από αυτές βρίσκονται στα πρόθυρα της εξαφάνισης ή διατηρούνται «ξεχασμένες» σε κάποιες περιοχές και η ανεύρεσή τους είναι άμεση προτεραιότητα και πρέπει να προηγηθεί κάθε πιστοποίησης προϊόντων «ταυτότητας». Αυτή η εκστρατεία πρέπει να γίνει σε συνεργασία με πολίτες και κοινωνικούς φορείς και κινήσεις (π.χ. δίκτυα ανταλλαγής σπόρων), σχολεία, εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.λπ.
5. Στήριξη των διευθύνσεων Γεωργίας και άλλων δομών που υπάρχουν στην Περιφέρεια όπως το παράρτημα του ΕΘΙΑΓΕ στην Πάτρα. Αξιοποίηση του γεωτεχνικού δυναμικού της τοπικής και περιφερειακής αυτοδιοίκησης, το οποίο διαθέτει προσόντα και ειδική γνώση σε ότι αφορά τα τοπικά χαρακτηριστικά της παραγωγής.
6. Ανάδειξη της ταυτότητας παραδοσιακών τοπίων αγροτικών δραστηριοτήτων (π.χ. σταφιδαμπελώνες αιγιάλειας, δρυοδάσος Ξηρομέρου, ορεινοί βοσκότοποι κ.λπ.). Σε αυτό μπορεί να συμβάλει η ενεργοποίηση των κοινοτικών μέτρων για διατήρηση και ενίσχυση αγροτικής βιοποικιλότητας. Παρά τη μικρή οικονομική τους εμβέλεια, τα μέτρα αυτά δρουν πολλαπλασιαστικά υπέρ της στήριξης του αγροτικού πληθυσμού, της βιωσιμότητας της γεωργίας, του οικο- και αγροτουρισμού και του «μύθου» των προϊόντων ταυτότητας.
7. Στήριξη της ελεύθερης τοπικής διακίνησης και διάθεσης των προϊόντων από τους παραγωγούς χωρίς τυποποίηση. Η τυποποίηση νωπών προϊόντων, μολονότι μπορεί να εμπεριέχει κάποια θετικά στοιχεία υπεράσπισης των συμφερόντων των παραγωγών, στην ουσία δεν ευνοεί τα βιολογικά προϊόντα (και σε μεγάλο ποσοστό, τα παραδοσιακά) τα οποία δεν έχουν πάντα σταθερό, σχήμα μέγεθος κ.λπ.

Βασικές προϋποθέσεις για το διατροφικό μοντέλο

Για την προώθηση ενός αειφόρου προτύπου κατανάλωσης και ενός αγροδιατροφικού μοντέλου που να στηρίζεται στην παραγωγή της Περιφέρειας είναι απαραίτητες οι καλά οργανωμένες δράσεις ενημέρωσης των πολιτών – καταναλωτών. Σε αυτές τις δράσεις είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη τα παρακάτω:

1. Η προώθηση της παραδοσιακής ελληνικής μεσογειακής διατροφής απαιτεί μείωση κατανάλωσης κρέατος. Η μείωση κατανάλωσης κρέατος έχει πολλαπλές θετικές επιπτώσεις στην υγεία, στην χρήση φυσικών πόρων (ιδιαίτερα ελάττωση κατανάλωσης νερού και ενέργειας), στις εκπομπές αερίων θερμοκηπίου. Αποδεδειγμένα μεγάλες εκτάσεις όπου καλλιεργούνται ζωτροφές (καλαμπόκι, μηδική) που δαπανούν πόρους και αποτελούν παραδοσιακά την οδό εισόδου γενετικά τροποποιημένων ποικιλιών. Η τοποθέτηση του κρέατος στη σωστή θέση του παραδοσιακού ελληνικού διαιτολογίου θα έχει επιπτώσεις μόνο στις εισαγωγές κρέατος και όχι στην τοπική κτηνοτροφία.
2. Η διατροφή που βασίζεται σε ποιοτικά, ασφαλή και τοπικά προϊόντα, όπως και σε προϊόντα ταυτότητας, έχει έντονη εποχικότητα. Γεωργικά και κτηνοτροφικά προϊόντα, αλιεύματα και προϊόντα που προέρχονται από συλλογή στη φύση, είναι πάντα ποιοτικότερα και ασφαλέστερα όταν καταναλώνονται «στην εποχή τους». Η στροφή του καταναλωτή προς τα εποχικά προϊόντα επίσης στηρίζει την τοπική παραγωγή και προβάλλει «μη-εμπορικά» προϊόντα όπως είδη ψαριών της λιμνοθάλασσας (π.χ. γοβιοί, σπάροι) που είναι πολύ νόστιμα για ένα μόνο μικρό χρονικό διάστημα.
3. Η συνολική αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς των πολιτών απαιτεί εκστρατεία ενημέρωσης για το σύνολο των οφελών από την προτίμηση στα τοπικά προϊόντα και τα προϊόντα «ταυτότητας» με συνεργασία πολλών φορέων όπως Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, σχολεία κ.λπ. Ειδικά για τα σχολεία αυτό περιλαμβάνει τη διανομή όχι απλά ελληνικών αλλά τοπικών προϊόντων, πρωτίστως βιολογικών.
4. Βασικό στοιχείο ανάδειξης πρέπει να είναι όχι μόνο η ποιότητα και ασφάλεια των προϊόντων αυτών αλλά και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη από την επιλογή τους:
 - επιλέγοντας τοπικό προϊόν περιορίζουμε τις εκπομπές αερίων θερμοκηπίου,
 - αγοράζοντας τοπικό προϊόν ή προϊόν ταυτότητας ενισχύουμε την τοπική οικονομία,
 - αγοράζοντας βιολογικό προϊόν αποτρέπουμε τη χημική ρύπανση του περιβάλλοντος,
 - προτιμώντας προϊόν από προστατευόμενη περιοχή συμμετέχουμε στην προστασία της,
 - στηρίζοντας ένα προϊόν ταυτότητας συμβάλουμε στη διατήρηση γενετικού υλικού που μπορεί να αποδειχτεί πολύτιμο στο μέλλον κ.ο.κ.

Τέτοιου τύπου «ενεργητικό μάρκετινγκ», μπορεί να έχει εντυπωσιακά αποτελέσματα. Προϋπόθεση είναι η συστηματική ενημέρωση ώστε να γίνουν ευρέως αναγνωρίσιμα από τους πολίτες όλα τα συστήματα πιστοποίησης και τα ανάλογα σήματα.