



ΔΙΕΘΝΕΣ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ  
ΚΑΙ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ

## **ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ**



**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΑ:**

ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΟΥ ΠΑΣΧΑΛΙΝΑ 3998 / ΜΠΙΣΜΠΙΚΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ 4084

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**

ΚΥΡΑΝΑΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2019

## Περιεχόμενα

<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ</b> .....	3
<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	4
<b>SUMMARY</b> .....	5
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	6
<b>ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΙΑ Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥΣ</b> .....	8
<b>ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ</b> .....	10
<b>ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ</b> .....	12
<b>ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗΣ ΓΙΑ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ</b> ...	15
<b>ΑΛΛΕΡΓΙΟΓΟΝΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ</b> .....	19
<b>ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΥΓΕΙΑΣ</b> .....	21
<b>ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΤΩΝ ΥΔΑΤΑΝΘΡΑΚΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΔΙΑΒΗΤΗ</b> .....	23
<b>ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΕΥΦΙC ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ</b> .....	25
<b>ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ-ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b> .....	28
<b>ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ</b> .....	36
<b>ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΕΥΜΑΤΩΝ, ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΑΠΑΝΕΣ</b> .....	40
<b>ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ</b> .....	45
<b>ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ</b> .....	49
<b>ΕΛΕΓΧΟΣ ΓΝΩΣΕΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ</b> .....	56
<b>ΑΠΟΨΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ</b> .....	58
<b>ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ</b> .....	61
<b>Συζήτηση – Συμπεράσματα</b> .....	85
<b>Βιβλιογραφία</b> .....	87

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, με θέμα **«Επισήμανση των τροφίμων και διατροφική ετικέτα»**, διεκπεραιώθηκε στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της υποχρεωτικής τετραετούς φοίτησης στο τμήμα Διατροφής και Διαιτολογίας του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης με στόχο την έρευνα, σύνταξη και παρουσίαση της στην αρμόδια επιτροπή καθηγητών, στην οποία θα θέλαμε να απευθύνουμε τις ευχαριστίες μας για τον χρόνο που θα διαθέσουν στην απαραίτητη παρουσίαση της καθώς και στην μετέπειτα βαθμολόγηση της.

Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους τους καθηγητές μας αυτά τα τέσσερα χρόνια για την συμβολή τους στην εκπαίδευση μας και κυρίως τον αρμόδιο και υπεύθυνο της πτυχιακής μας εργασίας, καθηγητή κύριο Κυρανά Ευστράτιο, χωρίς την αρωγή του οποίου δεν θα μπορούσε να είχε πραγματοποιηθεί η παρούσα πτυχιακή εργασία.

Επιπλέον ευχαριστούμε η μία φοιτήτρια την άλλη για την άψογη συνεργασία μας για όλες τις εργασίες στα πλαίσια των φοιτητικών μας χρόνων που διεκπεραιώσαμε σαν ομάδα και κυρίως για την συγκεκριμένη που υποδηλώνει το τέλος της φοιτητικής μας «θητείας».

Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλουμε στους γονείς μας για την ουσιαστική, ψυχολογική στήριξη αλλά και προσφορά τους όλα αυτά τα χρόνια και χάρις στην ύπαρξη των οποίων καταφέραμε να ολοκληρώσουμε την φοιτητική μας εκπαίδευση.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

**ΣΚΟΠΟΣ:** Η παρούσα μελέτη αποσκοπούσε στην αναζήτηση πληροφοριών για τις γνώσεις του καταναλωτικού κοινού σε ότι αφορά την επισήμανση των τροφίμων και ιδιαίτερα τη διατροφική ετικέτα που βρίσκεται τοποθετημένη επάνω στις συσκευασίες αυτών.

**ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ:** Η αναζήτηση των πληροφοριών πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ανώνυμων ερωτηματολογίων σε τυχαίο δείγμα κοινού (καταναλωτών), 800 στο σύνολο. Τις απαντήσεις έδωσαν και τα δύο φύλα (γυναίκες & άνδρες), με κατώτατο όριο ηλικίας τα 18 έτη και πάντοτε ανώνυμα. Μετά την συλλογή των ερωτηματολογίων και την συγκέντρωση των απαιτούμενων πληροφοριών ξεκίνησε η διαδικασία επεξεργασίας των αποτελεσμάτων και η στατιστική τους ανάλυση, ούτως ώστε να προκύψουν τα συμπεράσματα πάνω στα οποία βασίζεται και η σύνταξη της παρούσας εργασίας.

**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ:** Από τη στατιστική ανάλυση προέκυψε, ότι το μεγαλύτερο δείγμα αποτελούνταν από γυναίκες, ενώ περίπου το 2/3 των συμμετεχόντων ήταν άτομα ηλικίας το 1/3 από (31-45 ετών) και το άλλο 1/3 από (46-60 ετών). Επιπλέον, με βάση την ανάλυση οι γυναίκες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένες διαβάζοντας πάντα τη διατροφική ετικέτα, σε αντίθεση με το πολύ χαμηλότερο ποσοστό των ανδρών.

**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ:** Το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών προσέχουν περισσότερο την ημερομηνία λήξεως καθώς και την οσμή, γεύση των τροφίμων πριν την αγορά. Το καθοριστικό κριτήριο της επιλογής ωστόσο φαίνεται πως είναι η τιμή των προϊόντων. Η απουσία διαθέσιμου χρόνου των καταναλωτών είναι σημαντικό κριτήριο αποφυγής ανάγνωσης των ετικετών καθώς και η μη κατανόηση των λέξεων-φράσεων που χρησιμοποιούνται.

**ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ:** Ετικέτες, καταναλωτικό κοινό, συσχετίσεις, επισήμανση τροφίμων, θρεπτικά συστατικά, επωνυμία τροφίμων.

## SUMMARY

**PURPOSE:** This particular thesis was carried out in order to search for information on the knowledge level of the consumers on the nutritional labeling of foods and products, as well as on the labels that the customers can find on the food packaging.

**METHOD:** The research to gather the information needed was accomplished by using anonymous questionnaires that were answered by 800 consumers who were randomly selected. The answers were given from both women and men with a minimum age limit of 18 years. After the data's collection from the questionnaires, the statistical analysis took place. The final result was to draw the conclusions from which this project was based.

**RESULTS:** The statistical analysis showed that the largest sample was women and the 2/3 of all the participants was located in between the ages of 31-45 (1/3 of them) , 46-60 (the other 1/3). Moreover, women are more caring about paying attention to the food labels by checking them before they make their choice, in contrast to the very low level of men who participated.

**CONCLUSIONS:** The most consumers pay attention to the expiry date, as well as the look, the smell and the taste of the products before they buy them. The key to make their choice, however, seems to be the price of the products. The lack of time available to consumers is an important criterion to avoid reading the labels as well as the misunderstanding of the keywords used at the labels.

**KEYWORDS:** Labels, Consumers, Correlations, Food Labeling, Nutrients, Brand Name.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια (από τον Δεκέμβριο του 2014) η διατροφική επισήμανση των τροφίμων έχει γίνει βάση νόμου, πλέον, υποχρεωτική και στη χώρα μας, καθορίζοντας μάλιστα και τί ακριβώς πρέπει οπωσδήποτε να αναγράφεται στις ετικέτες των προς κατανάλωση προϊόντων. Οι πληροφορίες αυτές είναι απολύτως χρήσιμες για τους καταναλωτές ώστε να μπορούν να ενημερώνονται σωστά για την σύσταση των τροφίμων που πρόκειται να καταναλώσουν, για την επιλογή υγιεινών προϊόντων που θα συμβάλλουν στην διατήρηση της καλής υγείας και ενδεχομένως και του βάρους τους, καθώς επίσης και για την αποφυγή συστατικών/ουσιών που τυχόν μπορούν να τους βλάψουν όπως για παράδειγμα η κατανάλωση κάποιου αλλεργιογόνου συστατικού από άτομο που εμφανίζει αλλεργία σε αυτό. Επιπλέον μέσω των πληροφοριών αυτών είναι σε θέση να συγκρίνουν προϊόντα μεταξύ τους και να επιλέξουν αυτό που ταιριάζει στις προσωπικές ανάγκες και επιθυμίες τους.

Πιο συγκεκριμένα ορισμένες πληροφορίες που αναγράφονται στις ετικέτες των τροφίμων περιλαμβάνουν, την εμπορική επωνυμία του εκάστοτε προϊόντος, την χώρα προέλευσης, την ημερομηνία παρασκευής αλλά και λήξης των προϊόντων, τα περιεχόμενα συστατικά ανά 100 g ή ml ή ανά μερίδα, την ενεργειακή πρόσληψη ανά μερίδα, τα θρεπτικά συστατικά, τυχόν αλλεργιογόνα, τα συντηρητικά εάν αυτά υφίστανται κ.λπ. Στοιχεία απολύτως απαραίτητα για την πλήρη ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού.

Τέλος μέσω της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας θα προκύψουν συμπεράσματα σχετικά με το επίπεδο γνώσεων των καταναλωτών με ότι σχετίζεται με τις διατροφικές ετικέτες και την επισήμανση των τροφίμων και θα κατανοήσουμε μέσω των αποτελεσμάτων τον πάγιο ρόλο αυτών στην διατροφή, στην υγεία αλλά και στις προσωπικές επιλογές του κοινού.

# ***A´ ΜΕΡΟΣ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ***

## ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΙΑ Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥΣ

Ο καταναλωτής θέλει και πρέπει να γνωρίζει τι καταναλώνει, καθώς η διατροφή παίζει κυρίαρχο ρόλο στην υγεία του πληθυσμού. Είναι λοιπόν βέβαιο ότι η καλύτερη ενημέρωση για τα τρόφιμα που θα επιλέξει ο καταναλωτής να αγοράσει είναι πολύ σημαντική και επιτυγχάνεται πλέον με την βοήθεια των ετικετών που βρίσκονται στις συσκευασίες των τροφίμων. Επιπλέον η χρήση των (ελκυστικών/ πρωτότυπων) ετικετών στα διάφορα προϊόντα ωφελεί και στον επιθυμητό ανταγωνισμό που επικρατεί ανάμεσα στις αναρίθμητες εταιρίες και τα προϊόντα τους<sup>(11)</sup>.

Τί ονομάζουμε όμως **ετικέτες τροφίμων**; Πρόκειται για τις ενδείξεις, τα εμπορικά ή βιομηχανικά σήματα, τις εικόνες ή τα σύμβολα που αναγράφονται πάνω σε κάθε συσκευασία τροφίμων οι οποίες με βάση τον νόμο, (**"από την 13η Δεκεμβρίου 2014 θα εφαρμόζεται υποχρεωτικά η νέα νομοθεσία της Ένωσης σχετικά με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές...και ειδικότερα η γενική και διατροφική επισήμανση"**).<sup>(4)</sup>, είναι υποχρεωτικό να υπάρχουν στην συσκευασία κάθε τροφίμου<sup>(3)</sup>.

Πιο συγκεκριμένα λοιπόν τα βασικά στοιχεία της επισήμανσης των τροφίμων που πρέπει να αναγράφονται στις **ετικέτες** είναι:

1. Η εμπορική ονομασία του προϊόντος, είναι αυτή που κάνει το προϊόν αναγνωρίσιμο στο καταναλωτικό κοινό και είναι πάντα νομικά κατοχυρωμένη.
2. Η ποσότητα του τροφίμου, δηλαδή στην ετικέτα πρέπει να αναγράφεται πάντοτε το καθαρό βάρος ή ο όγκος του τροφίμου (βάρος χωρίς τη συσκευασία) καθώς και το βάρος με την συσκευασία.
3. Ο χρόνος μέσα στον οποίο το τρόφιμο μπορεί να καταναλωθεί, η ημερομηνία παρασκευής του καθώς και οι συνθήκες αποθήκευσης του. Πιο συγκεκριμένα Πληροφορίες πρέπει να παρέχονται σχετικά με την χρονολογία μέχρι στην οποία το τρόφιμο θα μπορεί να καταναλωθεί σε συγκεκριμένες συνθήκες συντήρησης. Συνήθως έχουν την μορφή **«ανάλωση κατά προτίμηση πριν από...»**. Στα τρόφιμα που μπορούν να αλλοιωθούν εύκολα (π.χ. στα αλλαντικά, στο γάλα, στο γιαούρτι κ.λπ.) η ένδειξη έχει τη μορφή **«ανάλωση μέχρι...»**.
4. Η τιμή του προϊόντος στο τοπικό νόμισμα.
5. Όνομα και διεύθυνση του παρασκευαστή.
6. Οδηγίες χρήσης.



7. Τα συστατικά του τροφίμου (διατροφική δήλωση ή ετικέτα). Τα συστατικά συμπεριλαμβανομένων και των πρόσθετων (των συστατικών δηλαδή που προστίθενται στο τρόφιμο για τεχνολογικούς σκοπούς, τα "E") παρατίθενται κατά σειρά βάρους, σύμφωνα με τις ποσότητες που χρησιμοποιήθηκαν για να παρασκευαστεί το τρόφιμο, ξεκινώντας με το συστατικό που περιέχεται σε μεγαλύτερη ποσότητα και τελειώνοντας με αυτό που περιέχεται σε μικρότερη ποσότητα. Επίσης, πρέπει να αναγράφονται όλα τα συστατικά με **αλλεργιογόνο δράση** (σιτηρά με γλουτένη, ξηροί καρποί, γάλα, σόγια, οστρακοειδή κ.λπ.).
8. Διατροφικοί ισχυρισμοί για τις θρεπτικές και υγιεινές ιδιότητες ενός τροφίμου, πχ. **"light"**. Υπάρχουν κανόνες της Ε.Ε, για να διασφαλίζεται ότι κάθε ισχυρισμός, σχετικά με την υγιεινή ή θρεπτική αξία, ο οποίος αναγράφεται στις συσκευασίες τροφίμων, είναι αληθινός και βασίζεται, σε επιστημονικά στοιχεία.
9. Σήμανση προϊόντος ως βιολογικού. Η χρήση της λέξης «βιολογικό» στις ετικέτες των τροφίμων ρυθμίζεται αυστηρά από τη νομοθεσία της ΕΕ. Επιτρέπεται μόνον εφόσον παραπέμπει σε ειδικές μεθόδους παραγωγής τροφίμων, οι οποίες τηρούν υψηλά πρότυπα προστασίας του περιβάλλοντος και καλής μεταχείρισης των ζώων. Σημειώνεται ότι τα τρόφιμα μπορούν να σημαίνονται ως βιολογικά, μόνον εφόσον τουλάχιστον το 95% των γεωργικών συστατικών τους είναι βιολογικά. **(21)**
10. Τυχόν ιδιαίτερες συνθήκες αποθήκευσης/συντήρησης και συνθήκες χρήσης, (π.χ. **«διατηρείται σε δροσερό και ξηρό μέρος»**).
11. Οι πληροφορίες πρέπει να δίνονται ανά 100 g ή ανά 100 ml του τροφίμου. Επιπλέον, οι διατροφικές πληροφορίες μπορούν να αναγράφονται και ανά μερίδα, με την προϋπόθεση ότι θα αναφέρεται και ο αριθμός μερίδων που περιέχεται στη συσκευασία<sup>(5)</sup>.

**ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**

**ΜΠΙΣΚΟΤΑ ΒΟΥΤΥΡΟΥ** 1

---

<b>ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ ανά 100 g</b>	<b>ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ:</b> <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">2</span>
Ενέργεια: <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">7</span> 2286.3 KJ 547.2 Kcal	ΑΛΕΥΡΙ ΣΙΤΟΥ (ΓΛΟΥΤΕΝΗ), ΝΕΡΟ, ΜΑΡΓΑΡΙΝΗ (ΦΥΤΙΚΑ ΛΙΠΗ ΚΑΙ ΕΛΑΙΑ, ΓΑΛΑΚΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΤΗΣ: ΜΟΝΟ- ΚΑΙ ΔΙΓΛΥΚΕΡΙΔΙΑ ΛΙΠΑΡΩΝ ΟΞΕΩΝ, ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΟ: ΣΟΡΒΙΚΟ ΚΑΛΙΟ, ΧΡΩΣΤΙΚΗ: β-ΚΑΡΟΤΕΝΙΟ, ΑΝΤΙΟΞΕΙΔΩΤΙΚΟ: ΒΟΥΤΥΛΙΚΗ ΥΔΡΟΞΥΑΝΙΣΟΛΗ), ΒΟΥΤΥΡΟ (ΓΑΛΛΑ), ΖΑΧΑΡΗ, ΑΥΓΑ, ΒΑΝΙΛΙΑ.
Λιπαρά: 31.3 g	ΠΙΘΑΝΟΝ ΝΑ ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΙΧΝΗ ΕΠΗΡΩΝ ΚΑΡΠΩΝ
Εκ των οποίων κορεσμένα: 12.8 g	ΑΛΛΕΡΓΙΟΓΟΝΑ: ΒΛΕΠΕ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΜΕ <b>ΕΝΤΟΝΟ ΧΡΩΜΑ</b>
Υδατάνθρακες: 58.3 g	
Εκ των οποίων σάκχαρα: 16.8 g	
Εδώδιμες ίνες: 0.2 g	
Πρωτεΐνες: 8.0 g	
Αλάτι: 0.2 g	

ΔΙΑΤΗΡΕΙΤΑΙ ΣΕ ΞΗΡΟ ΚΑΙ ΔΡΟΣΕΡΟ ΜΕΡΟΣ. 5

4 ΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΤΑ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΙΝ ΑΠΟ / BEST BEFORE: 13/12/2016  
ΚΑΘΑΡΟ ΒΑΡΟΣ: 400 g 3

6 ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ..... ΤΗΛΕΦΩΝΟ: .....

## ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ

Είναι υποχρεωτικές πληροφορίες, **(σύμφωνα με τον Καν. (ΕΕ) αριθ. 1169/2011)**, που εμφανίζονται στην επισήμανση των τροφίμων και αφορούν την ενεργειακή αξία του τροφίμου καθώς και τις ποσότητες σε υδατάνθρακες, λιπαρά, κορεσμένα, πρωτεΐνες, σάκχαρα και αλάτι.

Με τον τρόπο αυτό ο καταναλωτής θα μπορεί να ενημερώνεται για το διατροφικό και ενεργειακό περιεχόμενο σχεδόν όλων των τροφίμων και να κάνει ενημερωμένους τις επιλογές του, αλλά και να είναι σε θέση να μπορεί να κάνει εύκολα συγκρίσεις με άλλα τρόφιμα της ίδιας ή διαφορετικής κατηγορίας έχοντας τις απαραίτητες πληροφορίες<sup>(10)</sup>.

Η νομοθεσία σχετικά με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα απαγορεύει τη χρήση πληροφοριών που παραπλανούν τον καταναλωτή, ιδίως όσο αφορά τα χαρακτηριστικά, τα αποτελέσματα ή τις ιδιότητες του τροφίμου ή την απόδοση στα τρόφιμα θεραπευτικών ιδιοτήτων. Για να είναι αποτελεσματική, η εν λόγω απαγόρευση θα πρέπει επίσης να επεκταθεί στη διαφήμιση και την παρουσίαση των τροφίμων (Κανονισμός ΕΕ αριθ. 1169/2011). Το μεγαλύτερο εμπόδιο όμως κατά τη χρήση των διατροφικών πληροφοριών είναι ότι αυτές οι πληροφορίες είναι δύσκολο να κατανοηθούν από πολλούς καταναλωτές. Για να διευκολυνθεί η σύγκριση προϊόντων σε διαφορετικά μεγέθη συσκευασιών, η υποχρεωτική διατροφική δήλωση θα πρέπει να αναφέρεται σε ποσότητες 100 g ή 100 ml και, αν χρειάζεται, να επιτρέπονται πρόσθετες δηλώσεις ανά μερίδα. Συνεπώς, στις περιπτώσεις όπου το τρόφιμο είναι προσσκευασμένο και διατίθεται στην αγορά σε εξατομικευμένες μερίδες, επιτρέπεται διατροφική δήλωση ανά μερίδα, επιπροσθέτως της αναφοράς σε ποσότητες 100 g ή 100 ml (Κανονισμός ΕΕ αριθ. 1169/2011)<sup>(10)</sup>.

Διατροφική Δήλωση	Ανά Μερίδα 30 γρ	Ανά 100 γρ
Ενέργεια	481 kj 115 kcal	1606 kj 384 kcal
Λιπαρά	5.8 g	19.3 g
Εκ των οποίων κορεσμένα	0.6 g	2.1 g
Υδατάνθρακες	15.8 g	52.7 g
Εκ των οποίων σάκχαρα	11 g	36.8 g
Πρωτεΐνες	2.7 g	8.9 g
Εδώδιμες Ίνες	2.7 g	8.9 g
Αλάτι	0.01 g	0.02 g
Υγραμ	001 dl	005 dl
εργασίες μετ	51 dl	8 dl
εργασίες μετ	51 dl	8 dl

### **ΤΡΟΦΙΜΑ ΓΙΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΔΕΝ ΑΠΑΙΤΕΙΤΑΙ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ**

- ❖ για τα νωπά φρούτα και λαχανικά, στα οποία περιλαμβάνονται και οι πατάτες, τα οποία δεν έχουν αποφλοιωθεί, κοπεί ή υποστεί παρόμοια επεξεργασία,
- ❖ για το τυρί, βούτυρο, γάλα και κρέμα γάλακτος που έχουν υποστεί ζύμωση και στα οποία δεν έχουν προστεθεί άλλα συστατικά εκτός από γαλακτικά προϊόντα,
- ❖ για τα αεριούχα νερά, η ονομασία των οποίων δηλώνει αυτό το χαρακτηριστικό τους,
- ❖ για τα ξύδια ζύμωσης που προέρχονται αποκλειστικά από ένα μόνο βασικό προϊόν και εφόσον δεν έχει προστεθεί άλλο συστατικό,
- ❖ και για προϊόντα που αποτελούνται από ένα μόνο συστατικό, όπου:
  - η ονομασία του τροφίμου είναι η ίδια με την ονομασία του συστατικού ή,
  - η ονομασία του τροφίμου επιτρέπει τον καθορισμό της φύσης του συστατικού χωρίς να υπάρχει κίνδυνος σύγχυσης<sup>(8)</sup>.

### **ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΥ ΕΞΑΙΡΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ**

- ❖ φυτικά αφεψήματα και αφεψήματα φρούτων, τσάι, στιγμιαίο, διαλυτό τσάι ή εκχύλισμα τσαγιού, τσάι χωρίς καφεΐνη στιγμιαίο, διαλυτό ή εκχύλισμα τσαγιού, που δεν περιέχουν άλλα πρόσθετα συστατικά εκτός από αρωματικές ύλες που δεν τροποποιούν τη θρεπτική αξία του τσαγιού,
- ❖ τσίχλες,
- ❖ αρωματικές ύλες,
- ❖ ξύδι και υποκατάστατα ξυδιού,
- ❖ βότανα, μπαχαρικά και μείγματα αυτών,
- ❖ νερό το οποίο προορίζεται για ανθρώπινη κατανάλωση,
- ❖ αλάτι και υποκατάστατα αυτού,
- ❖ ζελατίνη,
- ❖ εκχυλίσματα καφέ και κιχωρίου,
- ❖ και ζυμομύκητες<sup>(8)</sup>.

## ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

### ΠΡΟΣΘΕΤΑ «Ε» ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η ονομασία «Ε» έχει θεσπιστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση για να δηλώνει την ύπαρξη ενός εγκεκριμένου προσθέτου (χρωστικές, συντηρητικά, αντιοξειδωτικά, σταθεροποιητές) στο εκάστοτε τρόφιμο, στο οποίο την ετικέτα αναγράφεται. Εάν λοιπόν στη συσκευασία του προϊόντος υπάρχει το γράμμα Ε, ακολουθούμενο από ένα τριψήφιο ή τετραψήφιο νούμερο, τότε αυτά κατά προσέγγιση σημαίνουν:

- Από 100 έως 199 αφορούν χρωστικές ουσίες,
- Από 200 έως 299 αφορούν συντηρητικά,
- Από 300 έως 399 αφορούν αντιοξειδωτικά,
- Από 400 έως 499 αφορούν σταθεροποιητές,
- Από 500 έως 599 αφορούν ρυθμιστές οξύτητας,
- Από 600 έως 650 αφορούν ενισχυτικά γεύσης<sup>(6)</sup>

### ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΣΘΕΤΩΝ <sup>(6)</sup>:

- Ορισμένα ένζυμα
- Διορθωτικά οξύτητας
- Χρωστικές
- Διογκωτικές ύλες
- Συντηρητικά
- Υλικά επικάλυψης
- Γλυκαντικά
- Υγροσκοπικά μέσα
- Γαλακτωματοποιητές
- Βελτιωτικά αλεύρων
- Αντιοξειδωτικά
- Σταθεροποιητές
- Πηκτοματοποιητές

### ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΑΙΤΗΣ

Τα προϊόντα αυτά είναι είτε χαμηλής είτε μειωμένης περιεκτικότητας σε θερμίδες<sup>(14 & 18)</sup>.

## ΠΡΟΪΟΝΤΑ LIGHT

Αυτό σημαίνει ότι το τρόφιμο έχει 1/3 λιγότερες θερμίδες ή 1/2 λιγότερο λίπος ή 1/2 λιγότερο νάτριο ή άλλη θρεπτική ουσία ,σε σχέση με το κανονικό αντίστοιχο τρόφιμο.



## ΥΓΙΕΙΝΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Τα τρόφιμα αυτά είναι χαμηλής περιεκτικότητας σε ολικό λίπος και κορεσμένο λίπος. Επίσης δεν πρέπει να περιέχουν μεγαλύτερη ποσότητα χοληστερόλης ή νατρίου, από ότι συστήνει ο οργανισμός τροφίμων και φαρμάκων. Η ονομασία αυτή δε σημαίνει ότι το τρόφιμο δεν περιέχει ζάχαρη, ούτε επίσης ότι είναι απαραίτητα κατάλληλο για το κάθε άτομο, αφού ο κάθε καταναλωτής διαλέγει τρόφιμα που είναι κατάλληλα τόσο για τον οργανισμό/υγεία του όσο και για τις δικές του διατροφικές απαιτήσεις<sup>(14 & 18)</sup>.

## ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΕΤΑ ΣΑΚΧΑΡΑ



Το τρόφιμο δεν περιέχει πρόσθετους μονοσακχαρίτες ή δισακχαρίτες ή άλλο τρόφιμο που χρησιμοποιείται για τις γλυκαντικές τους ιδιότητες. Επίσης όταν υπάρχουν φυσικά σάκχαρα στο τρόφιμο, η επισήμανση θα πρέπει να φέρει επιπλέον την ένδειξη «**περιέχει φυσικά σάκχαρα**».

### **ΧΑΜΗΛΑ ΛΙΠΑΡΑ**

Αυτό σημαίνει ότι το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 3 g λίπους ανά 100 g για στερεά ή 1,5 g λίπους ανά 100 ml για τα υγρά<sup>(14 & 18)</sup>.

### **ΧΩΡΙΣ ΛΙΠΑΡΑ**

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι απαλλαγμένο από λίπος μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 0,5 g λίπους ανά 100 g ή 100 ml<sup>(14 & 18)</sup>.

### **ΥΔΡΟΓΟΝΩΜΕΝΑ Η ΜΕΡΙΚΩΣ ΥΔΡΟΓΟΝΩΜΕΝΟ ΛΙΠΟΣ**

Αυτό σημαίνει ότι το ακόρεστο λίπος έχει γίνει με προσθήκη υδρογόνου πιο κορεσμένο, έτσι ώστε να είναι στερεό σε θερμοκρασία δωματίου<sup>(14 & 18)</sup>.

### **ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΘΕΡΜΙΔΩΝ Ή ΧΩΡΙΣ ΘΕΡΜΙΔΕΣ**

Τα τρόφιμα αυτά έχουν λιγότερο από 5 θερμίδες ανά μερίδα<sup>(14 & 18)</sup>.

### **ΤΡΟΦΙΜΑ ΦΤΩΧΑ ΣΕ ΑΛΑΤΑ ΝΑΤΡΙΟΥ**

Ενδείκνυνται για δίαιτες φτωχές σε αλάτι. Η κατανάλωση μιας συγκεκριμένης ποσότητας των προϊόντων αυτών δίνει τη μισή ποσότητα νατρίου από ότι το κανονικό αντίστοιχο προϊόν<sup>(14 & 18)</sup>.

### **ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΟ ΑΛΑΤΙ/ΝΑΤΡΙΟ**

Δεν έχει προστεθεί αλάτι στα τρόφιμα αυτά κατά την επεξεργασία τους. Το εκάστοτε προϊόν δεν περιέχει πρόσθετο νάτριο-άλας ή οποιοδήποτε άλλο συστατικό που περιέχει προστιθέμενο νάτριο-άλας και το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 0,12 g νάτριο ή ισοδύναμη τιμή για αλάτι ανά 100 g ή 100 ml<sup>(14 & 18)</sup>.

## ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗΣ ΓΙΑ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ<sup>(18)</sup>

Για τα αλκοολούχα ποτά που:

- Διατίθενται στην εγχώρια κατανάλωση
- Αποστέλλονται στα λοιπά Κράτη-Μέλη
- Προορίζονται για εξαγωγή.

Η επισήμανση περιλαμβάνει τις ακόλουθες υποχρεωτικές ενδείξεις:

- I. Την επωνυμία πώλησης  
Τον κατ'όγκο αλκοολικό τίτλο %
- II. Τον όγκο του περιεχόμενου αλκοολικού ποτού σε λίτρα ή υποδιαιρέσεις αυτών
- III. Τα στοιχεία του παρασκευαστή ποτοποιού (ιδιότητα, ονοματεπώνυμο ή επωνυμία, διεύθυνση)
- IV. Τον αριθμό παρτίδας.

Ποτά που περιέχουν καφεΐνη:

- Σε προϊόντα που περιέχουν την καφεΐνη σε αναλογία >150mg/l, πρέπει να αναγράφεται στην επισήμανση τους ο όρος «**High Caffeine**» (mg καφεΐνης/100ml προϊόντος), στο ίδιο πεδίο με την επωνυμία του προϊόντος.

Τα Φυσικά Μεταλλικά Νερά διακρίνονται στις κατηγορίες:

- ΦΜΝ φυσικώς αεριούχο
- ΦΜΝ ενισχυμένο με αέριο της πηγής
- ΦΜΝ με προσθήκη διοξειδίου του άνθρακα.

Για τα Φυσικά Μεταλλικά Νερά πρέπει να αναγράφονται οι ακόλουθες ενδείξεις:

- I. Η επωνυμία πώλησης
- II. Χημική σύσταση
- III. Τόπος εκμετάλλευσης πηγής και ονομασία αυτής
- IV. Εμφιάλωση
- V. Αναγνωρισμένο ΦΜΝ αρ. Έγκρισης
- VI. Αναγραφή επεξεργασιών.

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις στην επισήμανση του ελαιολάδου είναι:

- I. Ονομασία πώλησης (εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, παρθένο ελαιόλαδο, ελαιόλαδο, πυρηνέλαιο)
- II. Πληροφορία σχετική με την κατηγορία του ελαιολάδου (π.χ. εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο: ελαιόλαδο ανωτέρας κατηγορίας που παράγεται απ' ευθείας από ελιές και μόνο με μηχανικές μεθόδους)
- III. Καθαρή ποσότητα
- IV. Όνομα ή εμπορική επωνυμία και διεύθυνση του παρασκευαστή ή του συσκευαστή ή ενός πωλητή εγκατεστημένου στο εσωτερικό της κοινότητας
- V. Αριθμός παρτίδας
- VI. Ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας
- VII. Συνθήκες διατήρησης.

Οι προαιρετικές ενδείξεις στην επισήμανση του ελαιολάδου είναι:

- I. Ένδειξη κράτους-μέλους
- II. Αν υπάρχει η ένδειξη κράτους-μέλους είναι υποχρεωτική η ύπαρξη κωδικού EL 40 (έγκριση αναγραφής προέλευσης ελαιολάδου)
- III. Ένδειξη οξύτητας ή ανώτατης οξύτητας
- IV. Αν υπάρχει η ένδειξη οξύτητας είναι υποχρεωτική η αναγραφή των ενδείξεων του δείκτη υπεροξειδίων, της περιεκτικότητας σε κηρούς και της απορρόφησης στο υπεριώδες
- V. Ένδειξη ΠΟΠ ή ΠΓΕ (Καν. 2081/92, Καν. 510/2006)
- VI. Πρώτη πίεση εν ψυχρώ ή εξαγωγή εν ψυχρώ.

Για το μέλι οι υποχρεωτικές ενδείξεις είναι:

- I. Η χώρα ή οι χώρες προέλευσης όπου έγινε η συγκομιδή, ή «μείγμα μελιών ΕΚ», «μείγμα μελιών εκτός ΕΚ», «μείγμα μελιών ΕΚ και εκτός ΕΚ».

Οι προαιρετικές ενδείξεις είναι:

- I. Η φυτική προέλευση ή την προέλευση από άνθη
- II. Η προέλευση από μια συγκεκριμένη περιοχή έδαφος ή τοποθεσία
- III. Ειδικά ποιοτικά κριτήρια.

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις στην επισήμανση νωπών αλιευμάτων είναι:

- I. Εμπορικό όνομα ψαριού ή των προϊόντων ψαριών
- II. Μέθοδος παραγωγής (αλιευμένο, αλιευμένο σε γλυκά νερά, υδατοκαλλιέργειας)
- III. Ζώνη αλίευσης FAO (ή χώρα προέλευσης για αλιεύματα από γλυκά νερά)
- IV. Η ημερομηνία αλίευσης.



**Για τα κατεψυγμένα αλιεύματα επιπλέον:**

- I. Ποσοστό επίπαγου: >10%, για ολόκληρα ψάρια ή (μη κανονικό) >15% για τεμάχια ψαριών (μη κανονικό)
- II. Σήμα καταλληλότητας εγκατάστασης μεταποίησης.

**Για τα βιολογικά προϊόντα:**

- I. Χρήση ενιαίου «σήματος συμμόρφωσης πιστοποιημένων προϊόντων βιολογικού τρόπου παραγωγής», το οποίο δημιουργείται από τον ΟΠΕΓΕΠ και χορηγείται μαζί με το πιστοποιητικό συμμόρφωσης.
- II. Αναγράφεται η ένδειξη «προϊόν βιολογικής γεωργίας»
- III. Αναγράφεται η ένδειξη «προϊόν βιολογικής γεωργίας σε μεταβατικό στάδιο» μόνο σε προϊόντα φυτικής προέλευσης
- IV. Για τα μεταποιημένα προϊόντα αναγράφονται ενδείξεις περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής τους στον κατάλογο των συστατικών. Οι εν λόγω ενδείξεις πρέπει να εμφανίζονται και χωριστά, στο ίδιο οπτικό πεδίο, με την ονομασία πώλησης του προϊόντος και με την μορφή «X % των συστατικών γεωργικής προέλευσης έχουν παραχθεί σύμφωνα με τους κανόνες της βιολογικής παραγωγής»
- V. Αναγράφεται το όνομα και ο κωδικός αριθμός του Οργανισμού Ελέγχου, στον έλεγχο του οποίου υπάγεται ο επιχειρηματίας που παράγει, παρασκευάζει ή εισάγει από τρίτες χώρες τα εν λόγω προϊόντα.
- VI. Απαγορεύεται η χρήση του όρου «βιολογικό» καθώς και των συναφών όρων όπως «οργανικό», «οικολογικό» ή και σχετικών ενδείξεων στις επισημάνσεις γεωργικών προϊόντων και ειδών διατροφής που δεν έχουν παραχθεί σύμφωνα με τις διατάξεις του Κανονισμού
- VII. Απαγορεύεται η χρήση κάθε άλλου σήματος
- VIII. Απαγορεύεται η αναγραφή στην επισήμανση ή την διαφήμιση των εν λόγω προϊόντων κάθε ισχυρισμός που να δημιουργεί στον αγοραστή την εντύπωση ότι οι αναφερόμενες στο παρόν άρθρο ενδείξεις, σήματα και λογότυποι αποτελούν εγγύηση ότι αυτά είναι ανωτέρας ποιότητας από άποψη οργανοληπτικών κριτηρίων, θρεπτικής αξίας ή υγιεινής διατροφής.

**Οι υποχρεωτικές ενδείξεις στην επισήμανση των χυμών είναι:**

- I. Στην περίπτωση των χυμών φρούτων στους οποίους έχουν προστεθεί σάκχαρα με σκοπό τη γλύκανση, η ονομασία πώλησης πρέπει να περιλαμβάνει την ένδειξη «γλυκανθέν» ή «με προσθήκη σακχάρων», ακολουθούμενη από ένδειξη της μέγιστης ποσότητας σακχάρων που έχουν προστεθεί, υπολογιζόμενη ως ξηρά ουσία και εκφραζόμενη σε γραμμάρια ανά λίτρο.
- II. Η προσθήκη, στο χυμό φρούτων, πρόσθετης πούλπας ή κυττάρων πρέπει να μην μονεύεται στην ετικέτα.

- III. Τα μείγματα από χυμό και συμπυκνωμένο χυμό φρούτων, καθώς και το νέκταρ φρούτων που λαμβάνεται εξ ολοκλήρου ή εν μέρει από ένα ή περισσότερα συμπυκνωμένα προϊόντα, η επισήμανση, δίπλα στην ονομασία του προϊόντος, πρέπει να φέρει την ένδειξη «παρασκευασμένο από συμπυκνωμένους χυμούς» «παρασκευασμένο εν μέρει από συμπυκνωμένους χυμούς».
- IV. Όταν χρησιμοποιείται νέκταρ φρούτων, πρέπει να αναγράφεται στην ετικέτα η ελάχιστη περιεκτικότητα σε χυμό φρούτων, πολτό φρούτων ή μείγμα αυτών των συστατικών, με την ένδειξη «περιεκτικότητα σε φρούτα: ... % τουλάχιστον». Η ένδειξη αυτή πρέπει να εμφανίζεται στο ίδιο οπτικό πεδίο με την ονομασία του προϊόντος.

## ΑΛΛΕΡΓΙΟΓΟΝΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ<sup>(7)</sup>

**Αλλεργία** χαρακτηρίζεται κάθε ανώμαλη ή υπερβολική αντίδραση (υπερευαισθησία) του ανοσοποιητικού συστήματος του οργανισμού σε ουσίες οι οποίες υπό φυσιολογικές συνθήκες δεν είναι επικίνδυνες ή βλαβερές για τον οργανισμό, όπως: γύρη δένδρων και φυτών, πρωτεΐνες τροφίμων, σκόνη κλπ. Οι ουσίες που προκαλούν αυτές τις αντιδράσεις ονομάζονται **αλλεργιογόνα**.

### ΤΡΟΦΙΚΗ ΑΛΛΕΡΓΙΑ

Στην τροφική αλλεργία το ανοσοποιητικό μας σύστημα αντιδρά απέναντι σε συγκεκριμένες πρωτεΐνες (αλλεργιογόνα) απελευθερώνοντας μεγάλες ποσότητες ουσιών, οι οποίες με τη σειρά τους ευθύνονται για την εκδήλωση των αλλεργικών συμπτωμάτων. Σε ότι αφορά τα τρόφιμα και την διατροφική τους επισήμανση είναι **υποχρεωτικό** να αναφέρονται πάνω στις ετικέτες τα αλλεργιογόνα συστατικά ή ίχνη ουσιών που μπορεί να προκαλέσουν αλλεργίες με την τυχόν κατανάλωση τους. Παραδείγματα σε ετικέτες: «**περιέχει...(contain), μπορεί να περιέχει..(may contain), ελεύθερο από... (free from)**». <sup>(7)</sup>

- Από τον Νοέμβρη του 2011 ισχύει ο **Καν. 1169/2011**, ο οποίος παραθέτει έναν κατάλογο αλλεργιογόνων συστατικών, τα οποία όταν χρησιμοποιούνται στα προσυσκευασμένα τρόφιμα οφείλουν υποχρεωτικά να αναγράφονται στην επισήμανση των τροφίμων, καθώς θεωρείται ότι ενδέχεται να προκαλέσουν αλλεργίες σε ευαίσθητες ομάδες πληθυσμού ή ευπαθή άτομα.

#### Πιθανά αλλεργιογόνα συστατικά ανά κατηγορία:

- Σιτηρά που περιέχουν γλουτένη (δηλαδή σιτάρι, κριθάρι, βρώμη, σίκαλη κλπ) και προϊόντα έχουν ως βάση τα σιτηρά αυτά
- Ψάρια, όστρακα και μαλάκια
- Αυγά και προϊόντα που περιέχουν αυγά
- Φιστίκια και άλλοι ξηροί καρποί(αμύγδαλα, καρύδια, πεκάν, μακαντέμια κλπ)
- Σόγια και προϊόντα με σόγια
- Γάλα
- Σουσάμι
- Σέλινο και προϊόντα με βάση το σέλινο
- Σινάπι και προϊόντα με βάση το σινάπι
- Διοξείδιο του θείου (SO<sub>2</sub>) και θειώδεις ενώσεις
- Λούπινο και προϊόντα με βάση το λούπινο

Οι τροφικές αλλεργίες επηρεάζουν ένα μικρό, αλλά σημαντικό κομμάτι του συνολικού πληθυσμού, με τις μελέτες να κυμαίνονται μεταξύ 5% και 20%, ενώ παρατηρείται και αύξηση με το πέρασ των χρόνων. Οι ενήλικες παρουσιάζουν την τάση να διατηρούν τις προϋπάρχουσες τροφικές αλλεργίες, ενώ τα παιδιά έχουν την τάση να επεκτείνουν τις τροφικές αλλεργίες σε καινούρια τρόφιμα.

Τα διάφορα συμπτώματα που μπορούν να εμφανιστούν στις τροφικές αλλεργίες εμφανίζονται μέσα σε λίγα λεπτά και περιλαμβάνουν δερματικό ερύθημα, φαγούρα στη μύτη και τα μάτια, φτάρνισμα, δύσπνοια, βήχα, φαγούρα στα χείλια και το στόμα, καθώς και ναυτία, κράμπες, πρήξιμο, έμετο και διάρροια.

Ένας κατάλογος τρόπων επικοινωνίας των υποχρεωτικών ενδείξεων για ουσίες ή προϊόντα που προκαλούν αλλεργίες ή δυσανεξίες προς τον τελικό καταναλωτή είναι<sup>(20)</sup>.

- Ετικέτες που συνοδεύουν το τρόφιμο.
- Αναγραφή των συστατικών που προκαλούν αλλεργίες και δυσανεξίες στους τιμοκαταλόγους της επιχείρησης.
- Πινακίδες σε εμφανές σημείο του καταστήματος που αναγράφουν τα περιεχόμενα συστατικά που προκαλούν αλλεργίες ή δυσανεξίες ανά είδος τροφίμου.
- Πινακίδες σε εμφανές σημείο του καταστήματος ή/και ένδειξη επί των τιμοκαταλόγων που να παραπέμπουν τις ευπαθείς ομάδες να συμβουλευτούν το εξειδικευμένο προσωπικό ή έντυπα/ηλεκτρονικά μέσα, εντός της επιχείρησης.

## ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΥΓΕΙΑΣ

**«Ισχυρισμός»** θεωρείται κάθε μη υποχρεωτικό για δήλωση μήνυμα ή απεικόνιση, που δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ένα τρόφιμο έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

**«Ισχυρισμός διατροφής»** αναφέρεται στις ιδιαίτερες ευεργετικές θρεπτικές ιδιότητες λόγω της ενέργειας (θερμιδικής αξίας) που παρέχει, που παρέχει σε μειωμένο ή αυξημένο ποσοστό, ή δεν παρέχει.

**«Ισχυρισμός υγείας»** νοείται κάθε ισχυρισμός που δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχει σχέση μεταξύ κατηγορίας τροφίμων, τροφίμου, ή συστατικού του και της υγείας, για παράδειγμα «συμβάλλει στην ενίσχυση των οστών». Όλοι οι ισχυρισμοί υγείας υποβάλλονται σε διαδικασίες έγκρισης πριν την διατύπωση τους στην επισήμανση των τροφίμων και την κυκλοφορία τους στην αγορά<sup>(1 & 17)</sup>.

Οι ισχυρισμοί υγείας διακρίνονται:

- Σε αυτούς που περιγράφουν ή μνημονεύουν,
- Σε αυτούς που αναφέρονται σε μείωση του κινδύνου εκδήλωσης μιας ασθένειας,
- Σε αυτούς που σχετίζονται με την ανάπτυξη και την υγεία των παιδιών<sup>(16)</sup>.

Οι ισχυρισμοί υγείας δεν θα πρέπει:

- να είναι ψευδείς, διφορούμενοι ή παραπλανητικοί·
- να δημιουργούν αμφιβολίες σχετικά με την ασφάλεια ή τη θρεπτική επάρκεια των άλλων τροφίμων·
- να ενθαρρύνουν την υπερβολική κατανάλωση ενός τροφίμου·
- να υποδηλώνουν ότι μια ισορροπημένη και ποικίλη διατροφή δεν μπορεί να παρέχει επαρκείς ποσότητες των θρεπτικών ουσιών·
- να υπονοούν ότι μπορεί να επηρεαστεί η υγεία από τη μη κατανάλωση του τροφίμου·
- να αναφέρονται σε ρυθμό ή ποσότητα απώλειας βάρους·
- να αναφέρονται σε συστάσεις μεμονωμένων επαγγελματιών στον τομέα της υγείας

Η χρήση ισχυρισμών διατροφής και υγείας επιτρέπεται μόνον εάν η παρουσία, η απουσία ή η μειωμένη περιεκτικότητα μιας ουσίας σε ένα τρόφιμο έχει αποδεδειγμένα ευεργετικό αποτέλεσμα, σύμφωνα με αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα<sup>(16)</sup>.

Οι ισχυρισμοί υγείας επιτρέπονται μόνον εφόσον στην επισήμανση παρέχονται οι ακόλουθες πληροφορίες:

- ο πληθυσμός-στόχος του ισχυρισμού·
- δήλωση που επισημαίνει τη σπουδαιότητα της ποικίλης και ισορροπημένης διατροφής και του υγιεινού τρόπου ζωής·
- η ποσότητα του τροφίμου και ο τρόπος κατανάλωσης που απαιτούνται ώστε να επιτευχθεί το ευεργετικό αποτέλεσμα που δηλώνει ο ισχυρισμός·
- δήλωση προς τα άτομα που πρέπει να αποφεύγουν την κατανάλωση του τροφίμου (π.χ. εγκυμονούσες)·
- προειδοποίηση για τα προϊόντα που ενδέχεται να αποτελούν κίνδυνο για την υγεία σε περίπτωση υπερβολικής κατανάλωσής τους·
- σε περίπτωση ισχυρισμών για τη μείωση του κινδύνου εκδήλωσης μιας ασθένειας, δήλωση ότι η ασθένεια έχει πολλαπλούς παράγοντες κινδύνου και ότι η μεταβολή ενός από αυτούς ενδέχεται να έχει ή να μην έχει ευεργετικό αποτέλεσμα·
- τυχόν άλλοι περιορισμοί ή οδηγίες για τη χρήση<sup>(16)</sup>.

Όλοι οι ισχυρισμοί υγείας υποβάλλονται σε διαδικασίες έγκρισης, όπως αυτές περιγράφονται στα επιμέρους άρθρα του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ.1924/06<sup>(11)</sup>, πριν την διατύπωση τους στην επισήμανση των τροφίμων και την κυκλοφορία τους στην αγορά (Περισσότερες οδηγίες σχετικά με τον ορισμό και την ταξινόμηση των επιστημονικών δεδομένων για την αξιολόγηση ενός ισχυρισμού για την υγεία διατίθενται στον δικτυακό τόπο της EFSA). Για να θεωρηθεί ότι οι ισχυρισμοί υγείας έχουν εγκριθεί θα πρέπει να εκδοθεί σχετικός Κανονισμός από την Επιτροπή. Ω

στόσο μέχρι την έγκριση των ισχυρισμών υγείας προβλέπονται ποικίλα μεταβατικά μέτρα τα οποία περιγράφονται στο άρθρο 28 του εν λόγω κανονισμού. Ο ρόλος των αρχών ελέγχου κατά την μεταβατική περίοδο είναι να κρίνουν κατά περίπτωση αν οι ισχυρισμοί υγείας που χρησιμοποιούνται από τους υπευθύνους επιχειρήσεων τροφίμων είναι σύμφωνοι με τους όρους και τις προϋποθέσεις που τίθενται από τον Κανονισμό, και να εφαρμόζουν κατ' αντιστοιχία τα μεταβατικά μέτρα όπως αυτά περιγράφονται στο άρθρο 28<sup>(15)</sup>.

## ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΤΩΝ ΥΔΑΤΑΝΘΡΑΚΩΝ ΜΕ ΤΟΝ ΔΙΑΒΗΤΗ

Ο κύριος στόχος στην αντιμετώπιση του διαβήτη είναι ως γνωστόν ο έλεγχος του «ζαχάρου» στο αίμα, κάτι το οποίο μπορεί να επιτευχθεί με τον κατάλληλο συνδυασμό, των φαρμάκων, της άσκησης και κυρίως διαμέσου της κατάλληλης διατροφής<sup>(9)</sup>.

Σε ότι αφορά το κομμάτι της διατροφής η κατανάλωση υδατανθράκων, όπως το ψωμί, τα μακαρόνια και οι πατάτες, είναι εκείνη η οποία επηρεάζει άμεσα το ζάχαρο του οργανισμού. Για τον λόγο αυτό η πρώτη και βασικότερη διατροφική συμβουλή η οποία δίνεται, είναι η κατανάλωση της **σωστής ποσότητας υδατανθράκων**, στα πλαίσια πάντα ισορροπημένων διατροφικών συνηθειών και εξατομικευμένων για τον κάθε πάσχοντα (ώστε να αποφευχθούν οι οποιεσδήποτε αυξομειώσεις της γλυκόζης του αίματος). Κατά μέσο όρο λοιπόν συνιστάται να καταναλώνονται **περίπου 9 - 12 μερίδες (135 - 180 g) υδατανθράκων ημερησίως**<sup>(9)</sup>.

Ωστόσο η κατανάλωση των ημερήσιων g των υδατανθράκων από το εκάστοτε άτομο θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο ακριβής γίνεται. Για τον λόγο αυτόν είναι άκρως βοηθητικό από λειτουργικής απόψεως να αναγράφονται οι ακριβείς πληροφορίες σχετικά με την περιεκτικότητα σε υδατάνθρακες, επάνω στις διατροφικές ετικέτες/πίνακες των προϊόντων που προορίζονται για κατανάλωση, ούτως ώστε να μπορεί πολύ εύκολα ο ενδιαφερόμενος(κατά κύριο λόγο στην περίπτωση της ινσουλινοεξάρτησης)<sup>(2)</sup> να υπολογίσει με ακρίβεια τους υδατάνθρακες που πρόκειται να καταναλώσει και να τους προσαρμόσει στην διατροφή του.



Nutrition Facts	
Serving Size 6.7 ounces (190 g) Servings Per Container 1	
<b>Amount Per Serving</b>	
<b>Calories</b> 100	<b>Calories From Fat</b> 6
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 0.5g	1%
Saturated Fat 0g	0%
<b>Cholesterol</b> 0mg	0%
<b>Sodium</b> 11mg	0%
<b>Total Carbohydrate</b> 23g	8%
Dietary Fiber 5g	21%
Sugars 18g	
<b>Protein</b> 0.5g	
Vitamin A 2%	Vitamin C 4%
Calcium 1%	Iron 2%
* Percent Daily Value based on a 2000 calorie diet.	

Τέλος, ο κάθε πάσχοντας/διαβητικός δεν αρκεί μόνο να εκπαιδευτεί στο να μετράει σωστά τους υδατάνθρακες βάσει ισοδυνάμων για να υπολογίσει την ινσουλίνη που θα λάβει με ακρίβεια, αλλά χρειάζεται και να μάθει τον τρόπο με τον οποίο θα λαμβάνει το μέγιστο της θρεπτικής αξίας που αυτοί προσφέρουν μέσω της κατάλληλης επιμόρφωσης στο κομμάτι της διατροφής. Μάλιστα μελέτες έχουν δείξει, ότι οι ασθενείς με Σακχαρώδη Διαβήτη χρησιμοποιούν τις διατροφικές ετικέτες πιο συχνά σε σχέση με το γενικό πληθυσμό, ενώ το επίπεδο γνώσεων όσον αφορά την κατανόηση τους είναι μεγαλύτερο όταν γίνεται από τους ειδικούς διαιτολόγους – διατροφολόγους, οι οποίοι θα πρέπει οπωσδήποτε να βοηθούν στην κατανόηση και επεξήγηση της σήμανσης και των επιγραφών των τροφίμων.

Κρίνεται απαραίτητη η επεξήγηση στον ασθενή ότι :

- η διατροφή του δεν θα έχει πολλές διαφορές από την υγιεινή των υπόλοιπων ανθρώπων
- η ενδεχόμενη λήψη φαρμάκων ή ινσουλίνης δεν απαλλάσσει από την ανάγκη εφαρμογής διαιτολογίου
- δεν πρέπει να συγκρίνεται το εξατομικευμένο πρόγραμμα διατροφής με άλλα, άλλων ασθενών<sup>(2)</sup>.

Αυτά είναι τα κύρια σημεία που πρέπει κάθε διαβητικός να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στις ετικέτες των τροφίμων<sup>(13 &12)</sup>:

1. **Στα 0% λιπαρά τρόφιμα:** να ελέγχει με προσοχή όλες τις διατροφικές πληροφορίες, διότι συχνά στα τρόφιμα χωρίς λιπαρά προστίθεται επιπλέον ζάχαρη για να γίνουν πιο νόστιμα.
2. **Στα 0% περιεκτικότητα σε ζάχαρη:** Εδώ ισχύει το αντίστροφο, επιπλέον λίπος μπορεί να υποκαθιστά τη ζάχαρη.
3. **Στα χαμηλά σε λιπαρά:** Για να χαρακτηριστεί ένα προϊόν «χαμηλών λιπαρών», θα πρέπει να περιέχει το πολύ 3 g λίπους ανά 100 g προϊόντος.
4. **Στα χαμηλής περιεκτικότητας σε ζάχαρη τρόφιμα:** Αυτό σημαίνει ότι το ανώτατο όριο πρέπει να είναι 5 g ζάχαρης ανά 100 g προϊόντος.
5. **Στα χωρίς πρόσθετη ζάχαρη:** Οι διαβητικοί πρέπει να διαβάζουν προσεκτικά όλες τις πληροφορίες και τα συστατικά διότι το προϊόν μπορεί να περιέχει φυσικά σάκχαρα, πιθανώς ακατάλληλα για τη διατροφή τους.
6. **Στα τρόφιμα με μειωμένα λιπαρά ή ζάχαρη:** Στην περίπτωση αυτού του ισχυρισμού, το προϊόν θα πρέπει να έχει τουλάχιστον 30% λιγότερη ζάχαρη και λιπαρά, σε σύγκριση με την «κανονική» εκδοχή του<sup>(13 &12)</sup>.



## ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΕΥΦΙC ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Το **ΕΥΦΙC** έχει πραγματοποιήσει μία μεγάλη έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά, την κατανόηση και τη χρήση των πληροφοριών που αναγράφονται στις ετικέτες των τροφίμων. Η έρευνα διεξάγεται σε Ηνωμένο Βασίλειο, Σουηδία, Γαλλία, Πολωνία, Ουγγαρία και Γερμανία. Τα πρώτα αποτελέσματα προέρχονταν από τους Βρετανούς καταναλωτές.

Στόχος της έρευνας ήταν να διευκρινίσει το επίπεδο γνώσης και κατανόησης των καταναλωτών σε θέματα διατροφής καθώς επίσης και τη χρήση των ετικετών που βρίσκονται στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας. Τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα κλήθηκαν να απαντήσουν σε κάποιες ερωτήσεις κατά τη διάρκεια της παρουσίας τους στο κατάστημα. Από τα άτομα αυτά ζητήθηκε επίσης να συμπληρώσουν και ένα ερωτηματολόγιο στο σπίτι. Οι περισσότεροι Βρετανοί καταναλωτές γνωρίζουν τις οδηγίες για την Ενδεικτική Ημερήσια Πρόσληψη (Guideline Daily Amounts – GDAs) και τη «σήμανση των φαναριών» (traffic lights system), αλλά μόνο ένας στους τέσσερις πραγματικά διαβάζει τις πληροφορίες για τα θρεπτικά συστατικά, σύμφωνα με την έρευνα.

Στην Αγγλία, το Food Standards Agency (FSA) υποστηρίζει το σύστημα «των φαναριών», το οποίο είναι βασισμένο σε ένα πρότυπο κατηγοριοποίησης των θρεπτικών συστατικών και χρησιμοποιεί το κόκκινο, το πορτοκαλί και το πράσινο χρώμα για να σημάνει τα τρόφιμα με υψηλά ή χαμηλά αντίστοιχα επίπεδα ανεπιθύμητων συστατικών όπως είναι το αλάτι και το κορεσμένο λίπος. Η Συνομοσπονδία των Βιομηχανιών Τροφίμων και Ποτών της ΕΕ (CIAA) ανέπτυξε το σύστημα των GDAs που παραθέτει τις ποσότητες του λίπους, του αλατιού και των σακχάρων που βρίσκονται σε ένα προϊόν ως ποσοστό της Ενδεικτικής Ημερήσιας Πρόσληψης<sup>(19)</sup>.

### **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΕ ΒΡΕΤΑΝΙΑ:**

- Οι ερευνητές ανέφεραν ότι τόσο οι ετικέτες GDAs όσο και η σήμανση «των φαναριών» κατέχουν υψηλό ποσοστό αναγνώρισης από τους καταναλωτές, με 79% των ερωτηθέντων να δηλώνουν ότι έχουν ακούσει και για τα δύο σχέδια. Αναφορικά με τη «σήμανση των φαναριών», 73% των ερωτηθέντων πίστευαν λανθασμένα ότι το κόκκινο χρώμα είναι ένδειξη αποφυγής και όχι περιστασιακής κατανάλωσης, ενώ το 89% θεωρεί τα GDAs τη μέγιστη ημερήσια πρόσληψη ενός συστατικού και όχι την ενδεικτική.
- Οι γυναίκες φαίνεται να αναζητούν σε μεγαλύτερο ποσοστό τις διατροφικές πληροφορίες συγκριτικά με τους άνδρες. Το χρονικό διάστημα που χρειάστηκαν οι

καταναλωτές για να εξετάσουν τις ετικέτες διέφερε ανάλογα με την κατηγορία τροφίμων.

- Ο μέσος χρόνος που απαιτούταν για να ληφθεί η απόφαση της αγοράς ενός τροφίμου ήταν 25 δευτερόλεπτα, με τον μεγαλύτερο χρόνο να αναλώνεται στην απόφαση αγοράς έτοιμων γευμάτων και ο λιγότερος για την αγορά αναψυκτικών. Σε γενικές γραμμές, φαίνεται ότι οι Βρετανοί καταναλωτές έχουν ένα σχετικά καλό επίπεδο ανάγνωσης της ετικέτας των τροφίμων.
- Ωστόσο, φαίνεται ότι δεν κατανοούν πλήρως τη διαφορά ανάμεσα στους διάφορους τύπους λίπους<sup>(19)</sup>.

## ***Β΄ ΜΕΡΟΣ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ***

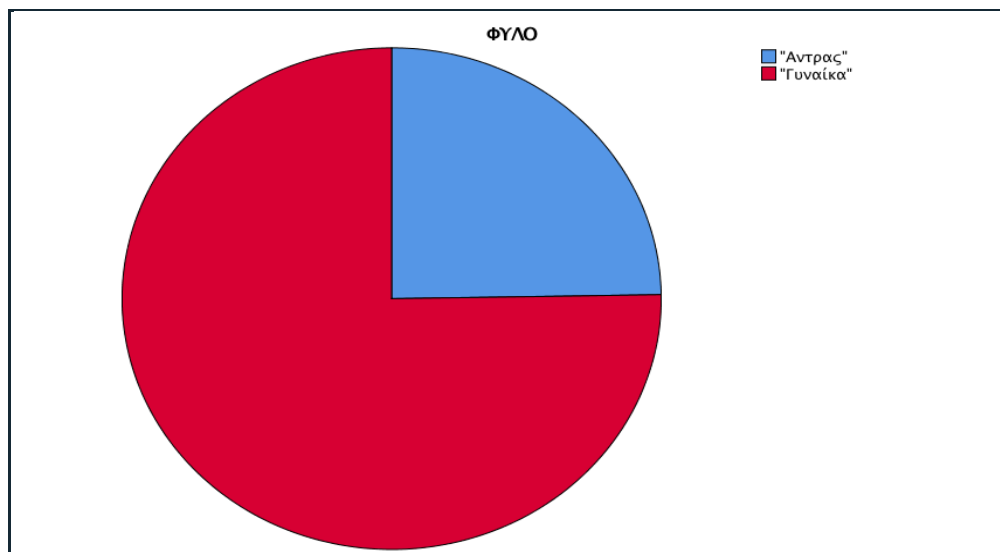
## ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ-ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας, διεξήχθη έρευνα που αφορά τις απόψεις των καταναλωτών σε σχέση με την επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων. Το συνολικό δείγμα της έρευνας είναι πληθυσμού 800 ατόμων και προέκυψε μέσω τυχαίας δειγματοληψίας. Συμπληρώθηκε ερωτηματολόγιο με ερωτήματα κλειστού τύπου, που παρατίθεται στο παράρτημα της πτυχιακής εργασίας. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων περιλαμβάνει την περιγραφική στατιστική των αποτελεσμάτων και την στατιστική ανάλυση αυτών με το στατιστικό πακέτο IBM® SPSS® Statistics version 23. Συγκεκριμένα, η ανάλυση συσχετίσεων έγινε με τους στατιστικούς έλεγχους T-test για τη σύγκριση των μέσων τιμών δυο δειγμάτων και Pearson's  $\chi^2$ . Το επίπεδο σημαντικότητας για τη διενέργεια των ελέγχων επιλέχθηκε ίσο με  $\alpha=0,05$  ή 5%.

### **1.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ**

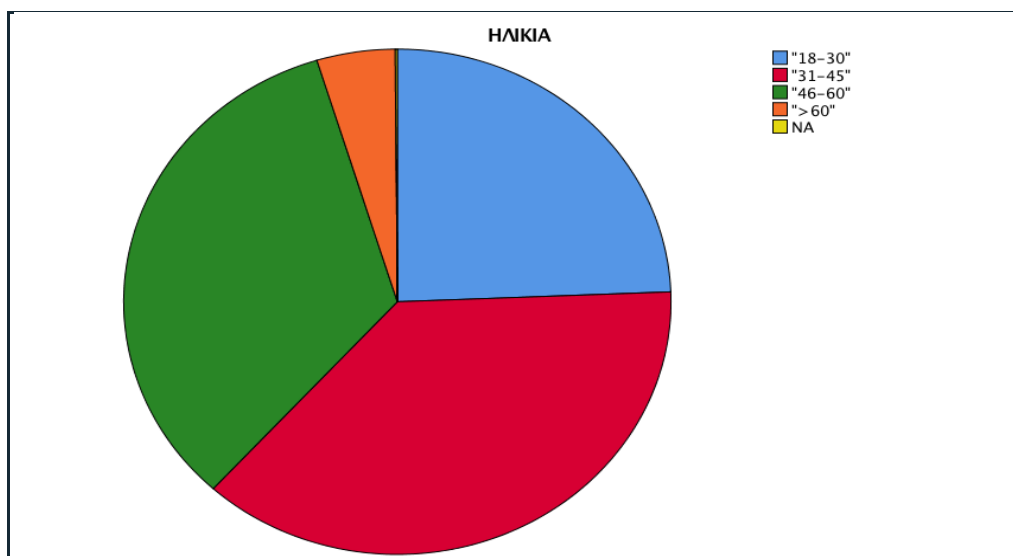
Από τα 800 άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, τα 602 είναι γυναίκες, δηλαδή σε ποσοστό 75.3%, ενώ τα 198 άνδρες (ποσοστό 24.8%), όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα και σχήμα.

1.2 ΦΥΛΟ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανδρας	198	24.8	24.8	24.8
	Γυναίκα	602	75.3	75.3	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



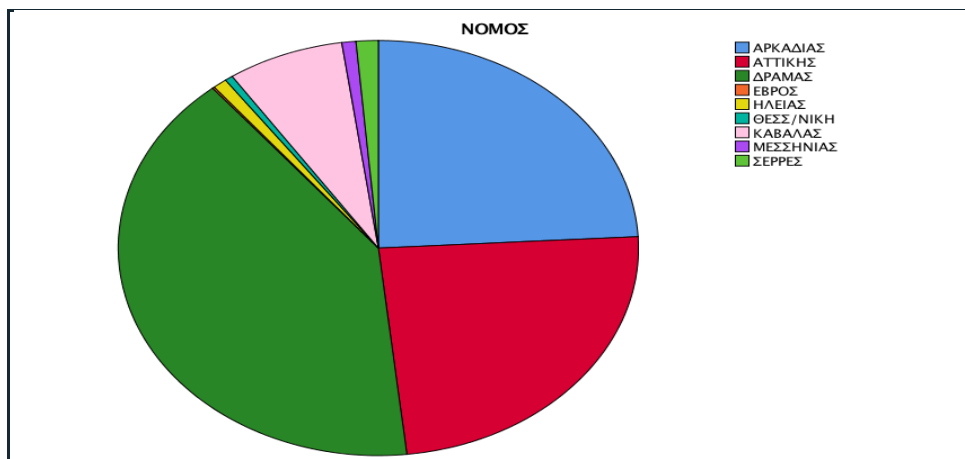
Όσον αφορά την ηλικία των ατόμων, το εύρος των ηλικιών χωρίστηκε σε 4 ομάδες: 18-30, 31- 45, 46-60 και >60. Από τους ερωτηθέντες, οι 299 (37.4%) ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία 31-45, αποτελώντας την μεγαλύτερη αντιπροσωπευτική ομάδα του δείγματος, 268 στην κατηγορία 46-60 (33.5%), 195 (24.4%) στην κατηγορία 18-30 και οι 37 (4.6%) είναι άνω των 60, που αποτελεί τη μικρότερη αντιπροσωπευτική ηλικιακή ομάδα, ενώ οι άλλες 3 κυμαίνονται σε κοντινά μεγέθη.

1.3 ΗΛΙΚΙΑ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	"18-30"	195	24.4	24.4	24.4
	"31-45"	299	37.4	37.4	61.8
	"46-60"	268	33.5	33.5	95.3
	">60"	37	4.6	4.6	99.9
	NA	1	.1	.1	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



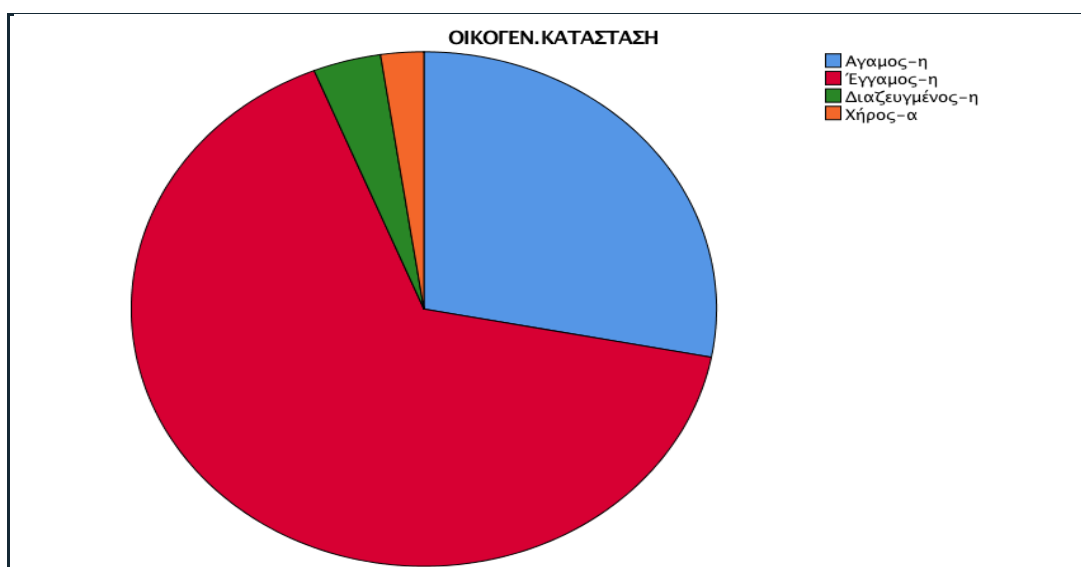
Όσον αφορά τον τόπο κατοικίας των ερωτηθέντων, το δείγμα ανήκει σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές, της Αρκαδίας, της Αττικής και της Δράμας, κατά κύριο λόγο με ποσοστό 89.0%, ενώ υπάρχουν συμμετέχοντες που κατάγονται από τον Έβρο, την Ηλεία, τη Θεσσαλονίκη, την Καβάλα, τη Μεσσηνία και τις Σέρρες.

1.4 ΝΟΜΟΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΡΚΑΔΙΑΣ	193	24.1	24.1	24.1
	ΑΤΤΙΚΗΣ	193	24.1	24.1	48.3
	ΔΡΑΜΑΣ	326	40.8	40.8	89.0
	ΕΒΡΟΣ	1	.1	.1	89.1
	ΗΛΕΙΑΣ	7	.9	.9	90.0
	ΘΕΣΣ/ΝΙΚΗ	4	.5	.5	90.5
	ΚΑΒΑΛΑΣ	58	7.2	7.2	97.8
	ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	7	.9	.9	98.6
	ΣΕΡΡΕΣ	11	1.4	1.4	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων, το 65.9% εξ αυτών είναι έγγαμοι, ενώ ακολουθούν με 28.0% οι άγαμοι. Τα ποσοστά των διαζευγμένων και των ατόμων σε χηρεία ανέρχονται σε 3.8% και 2.4% αντίστοιχα. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

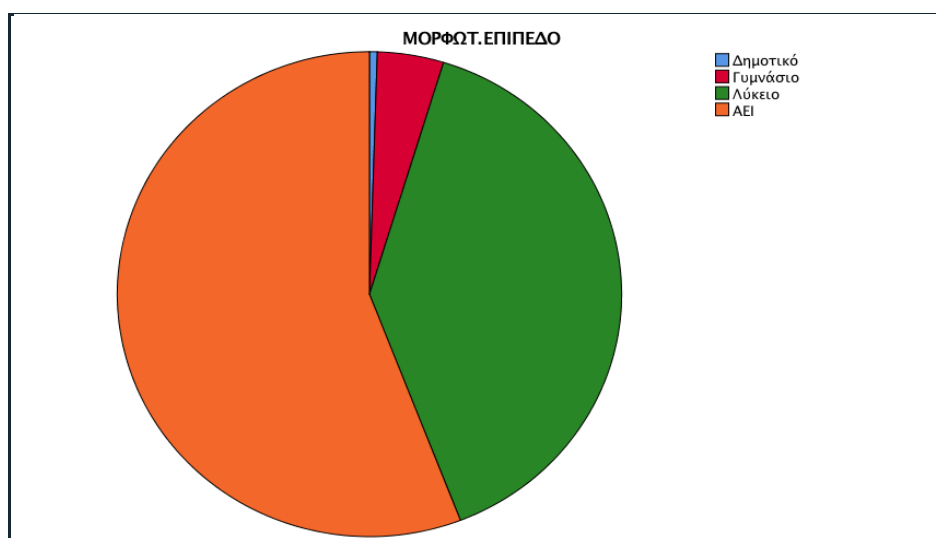
1.5 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος-η	224	28.0	28.0	28.0
	Έγγαμος-η	527	65.9	65.9	93.9
	Διαζευγμένος-η	30	3.8	3.8	97.6
	Χήρος-α	19	2.4	2.4	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι αρκετά υψηλό. Συγκεκριμένα, το 55.5% έχει λάβει τριτοβάθμια εκπαίδευση (ΑΕΙ), το 39.4% έχει ολοκληρώσει τη λυκειακή εκπαίδευση, ενώ μόνο το 4.3% και το 5% έχει τελειώσει το Γυμνάσιο και το Δημοτικό αντίστοιχα. Τα αναλυτικά αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

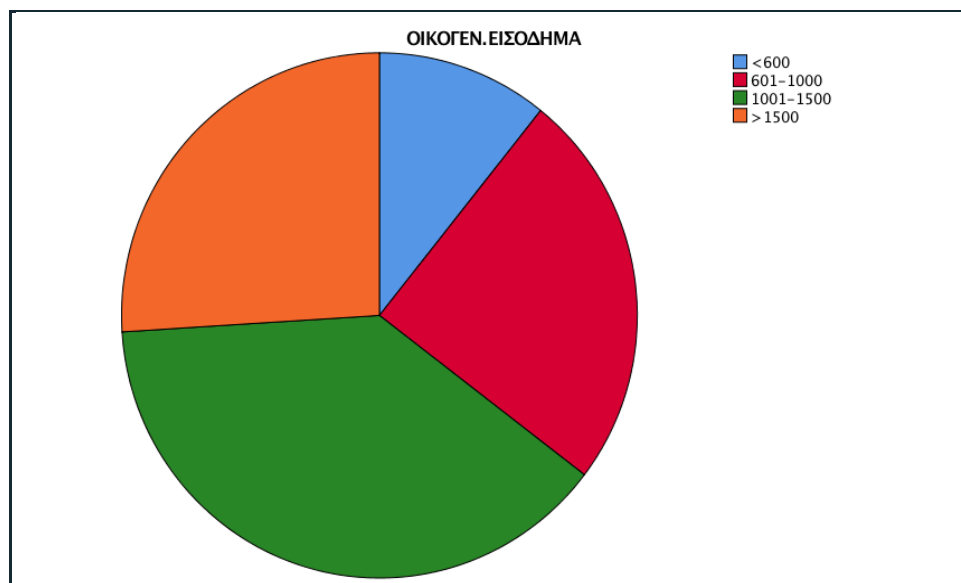


1.6 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δημοτικό	4	.5	.5	.5
	Γυμνάσιο	34	4.3	4.3	4.8
	Λύκειο	315	39.4	39.4	44.1
	ΑΕΙ	447	55.9	55.9	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Όσον αφορά το μηνιαίο εισόδημα των συμμετεχόντων, φαίνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό εντάσσεται στα μεσαία εισοδήματα. Συγκεκριμένα, το 9.8% δεν ξεπερνά τα 600 ευρώ το μήνα, ενώ το 32.5% έχει εισόδημα μεταξύ 600 και 1000 ευρώ το μήνα. Παράλληλα, το 43.8% ανήκει στην εισοδηματική κατηγορία 1001-1500 ευρώ, ενώ το 13.5%) σημειώνεται στην κατηγορία εισοδήματος με πάνω από 1500 ευρώ το μήνα.

1.7 ΕΙΣΟΔΗΜΑ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<600	86	10.8	10.8	10.8
	601-1000	197	24.6	24.6	35.4
	1001-1500	309	38.6	38.6	74.0
	>1500	208	26.0	26.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	100.00



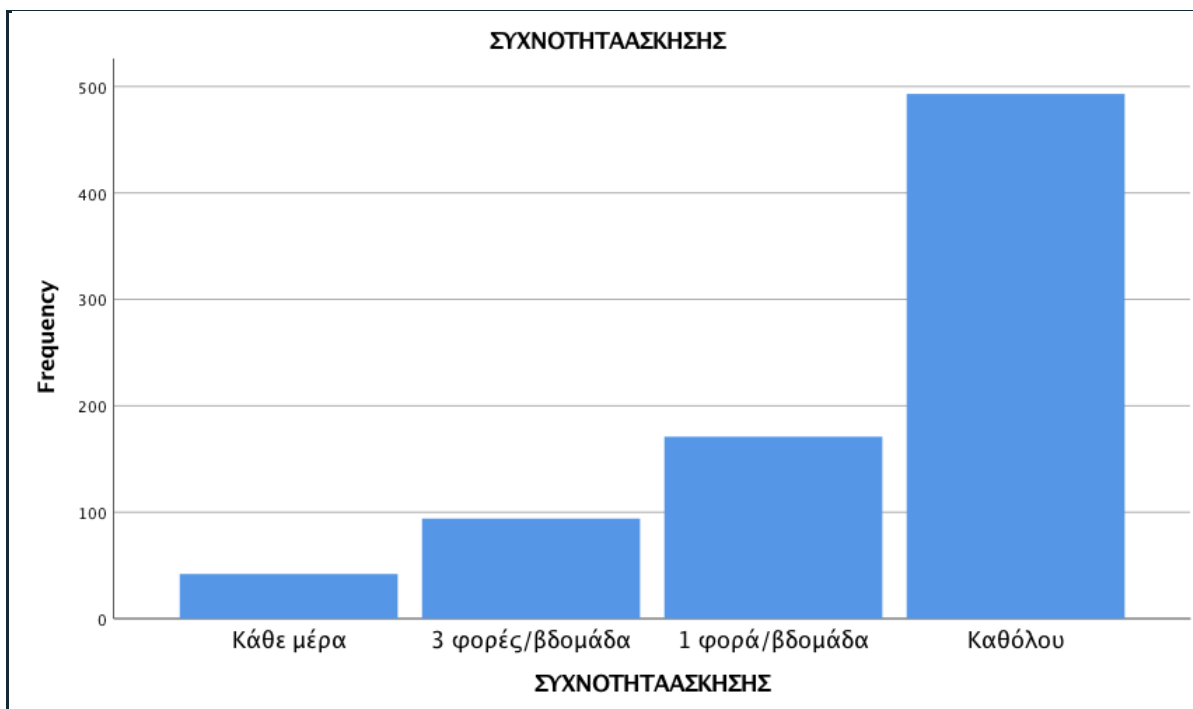
Παράλληλα, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (39.4%) είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, ενώ ακολουθούν οι φοιτητές (22.6%) και οι υπάλληλοι (10.4%). Πολύ μικρά είναι τα ποσοστά των ανέργων (6.4%) και των συνταξιούχων (4.9%), ενώ οι αγρότες ανέρχονται σε (8.6%).

1.8 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνεργος	23	2.9	2.9	2.9
	Οικιακά	19	2.4	2.4	5.3
	Φοιτητής	130	16.3	16.3	21.5
	Αγρότης	37	4.6	4.6	26.1
	Συνταξιούχος	32	4.0	4.0	30.1
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	504	63.0	63.0	93.1
	Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	55	6.9	6.9	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

## ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

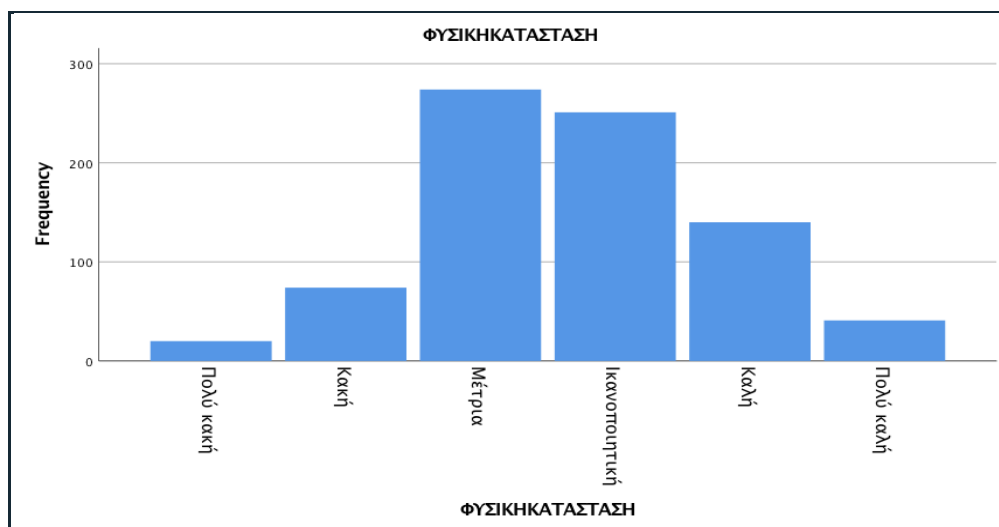
Αναφορικά με τη φυσική κατάσταση των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνά μας, το 21.4% απάντησε πως γυμνάζεται μια φορά την εβδομάδα, ενώ η πλειοψηφία 61.6% ότι δεν γυμνάζεται καθόλου. Ένα σχετικά μέτριο ποσοστό (11.8%) δήλωσε πως ασκείται 3 φορές την εβδομάδα, ενώ μόνο το 5.3% δηλώνει ότι γυμνάζεται σε καθημερινή βάση.

1.9 ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΣΚΗΣΗΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κάθε μέρα	42	5.3	5.3	5.3
	3 φορές/βδομάδα	94	11.8	11.8	17.0
	1 φορά/βδομάδα	171	21.4	21.4	38.4
	Καθόλου	493	61.6	61.6	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



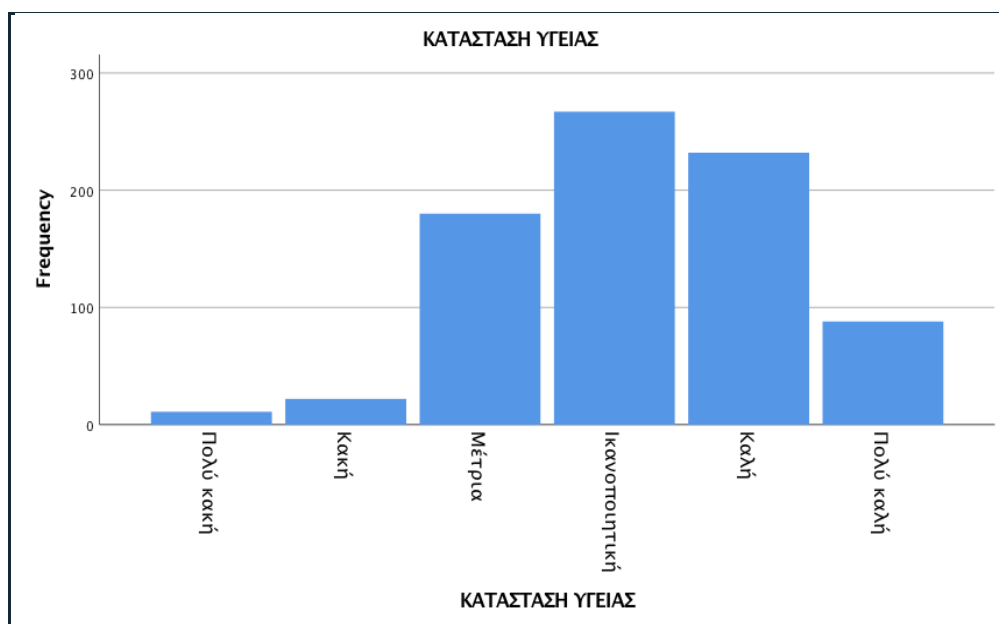
Ως μέτρια αξιολογεί την φυσική του κατάσταση το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (34.3%), ενώ είναι μικρά τα ποσοστά εκείνων που δηλώνουν ότι η φυσική τους κατάσταση είναι πολύ κακή (2.5%) η κακή (9.3%). Γενικά, η αξιολόγηση της φυσικής κατάστασης (όπως φαίνεται καλύτερα και από την κατανομή του δείγματος στο ιστόγραμμα που ακολουθεί) κινείται περισσότερο προς τη θετική κατεύθυνση.

1.10 ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Πολύ κακή	20	2.5	2.5	2.5
Κακή	74	9.3	9.3	11.8
Μέτρια	274	34.3	34.3	46.0
Ικανοποιητική	251	31.4	31.4	77.4
Καλή	140	17.5	17.5	94.9
Πολύ καλή	41	5.1	5.1	100.0
Total	800	100.0	100.0	



Πιο θετική η αξιολόγηση της κατάστασης της συνολικής υγείας, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός μας (43.4%) αξιολογεί τη συνολική κατάσταση της υγείας της ως ικανοποιητική, ενώ το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό (29.0%) την χαρακτηρίζει ως καλή. Μόνο το 1.4% χαρακτηρίζει την υγεία του ως πολύ κακή και το 2.8% ως κακή, ενώ όπως διακρίνεται στο ιστόγραμμα που ακολουθεί, η συνολική αξιολόγηση της κατάστασης της υγείας των συμμετεχόντων κινείται προς τη θετική κατεύθυνση.

1.11 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ κακή	11	1.4	1.4	1.4
	Κακή	22	2.8	2.8	4.1
	Μέτρια	180	22.5	22.5	26.6
	Ικανοποιητική	267	33.4	33.4	60.0
	Καλή	232	29.0	29.0	89.0
	Πολύ καλή	88	11.0	11.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



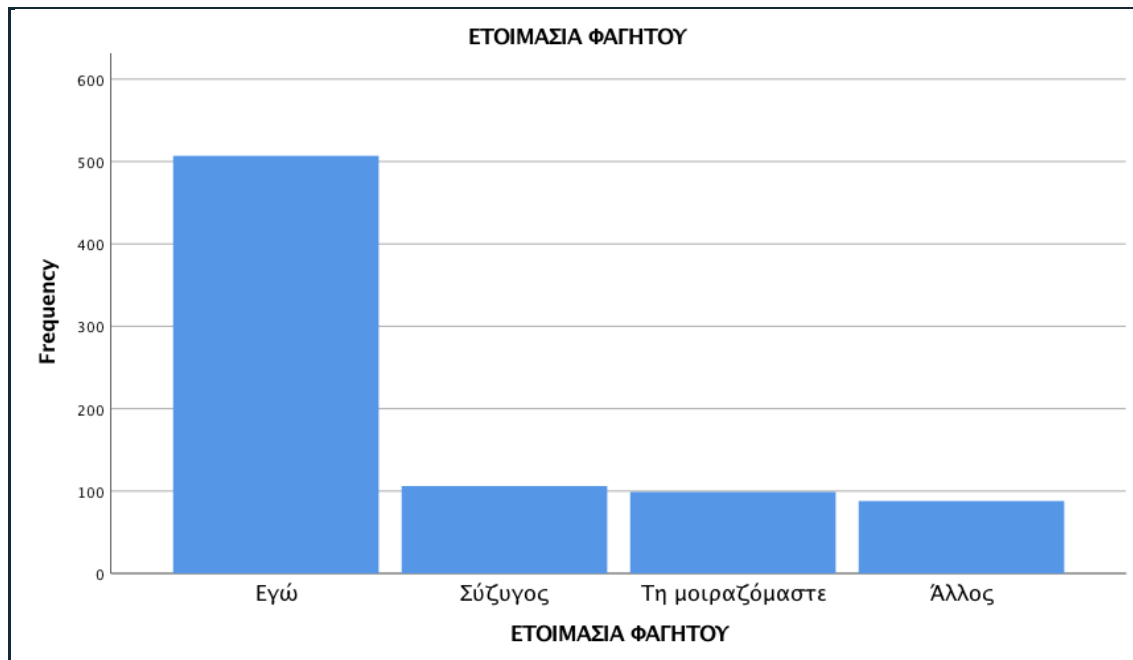
Συμπεραίνουμε, ότι παρά το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες στην πλειοψηφία τους δεν ασκούνται, αξιολογούν την φυσική και τη γενικότερη κατάσταση της υγείας τους ως καλή.

## ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΕΥΜΑΤΩΝ, ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΑΠΑΝΕΣ

Όσον αφορά την ενασχόληση με την προετοιμασία γευμάτων, το μεγαλύτερο ποσοστό 63.4% δηλώνει πως επιμελείται αποκλειστικά την ετοιμασία του φαγητού του, ενώ το 11.0.% αναφέρει πως το κάνει κάποιος άλλος, πιθανόν οι γονείς ή άλλοι συγγάτοικοι. Επίσης, το 12.4% αναφέρει πως μοιράζεται τη διαδικασία αυτή με άλλα μέλη του σπιτιού, ενώ το 13.3% δηλώνει πως την αναλαμβάνει εξ ολοκλήρου ο/η σύζυγος.

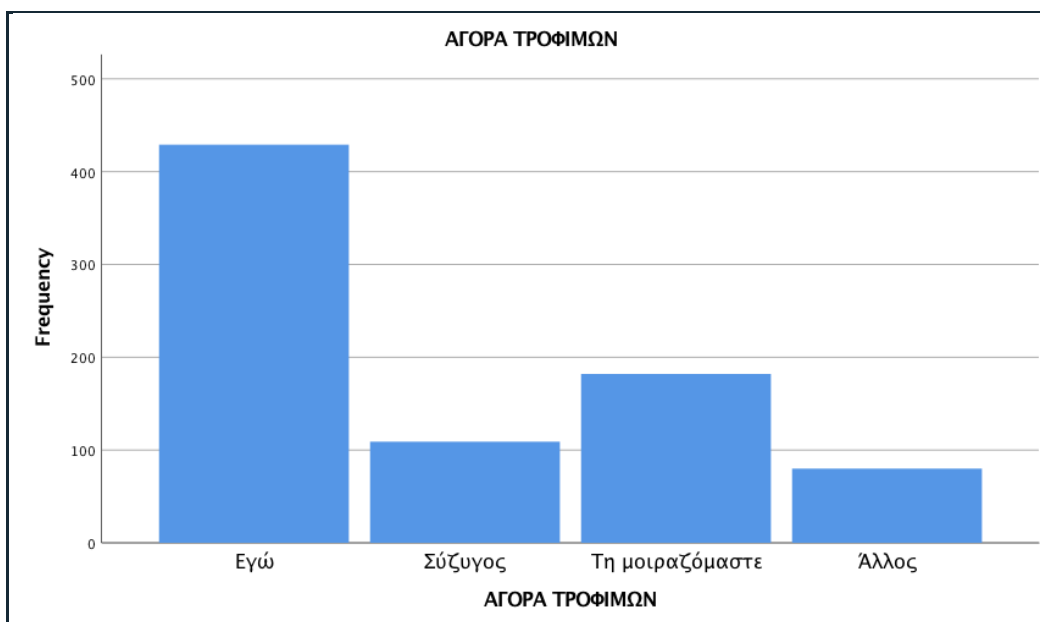
<b>1.12 ΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εγώ	507	63.4	63.4	63.4
	Σύζυγος	106	13.3	13.3	76.6
	Τη μοιραζόμαστε	99	12.4	12.4	89.0
	Άλλος	88	11.0	11.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	





Το ίδιο μοτίβο ακολουθεί και η ενασχόληση με την αγορά τροφίμων, καθώς η πλειοψηφία (53.6%) υπογραμμίζει ότι αναλαμβάνει μόνη της αυτή τη διαδικασία. Παρόλαυτα, ένα μεγάλο ποσοστό (22.8%) αναφέρει πως η αγορά τροφίμων είναι μια δραστηριότητα που την μοιράζεται με τα υπόλοιπα μέλη του σπιτιού, ενώ το 13.6% αναφέρει πως το έχει αναλάβει ο/η σύζυγος και το 10.0% κάποιος άλλος.

1.13 ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εγώ	429	53.6	53.6	53.6
	Σύζυγος	109	13.6	13.6	67.3
	Τη μοιραζόμαστε	182	22.8	22.8	90.0
	Άλλος	80	10.0	10.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Σχετικά με τις συνήθειες των καταναλωτών του δείγμάτος μας που αφορούν τη συχνότητα αγοράς τροφίμων, φαίνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό (51.7%) πραγματοποιεί τις αγορές τους σε εβδομαδιαία βάση, ενώ το 22.6% επιλέγει να κάνει τις αγορές τροφίμων περισσότερες φορές μέσα στην εβδομάδα. Μόνο το 17.0% πραγματοποιεί αγορές σε μηνιαία βάση, ενώ ένα μικρό ποσοστό (2.8%) δηλώνει πως δεν

αγοράζει ποτέ τρόφιμα, πιθανόν γιατί κάποιο άλλο μέλος του σπιτιού επωμίζεται τη διαδικασία.

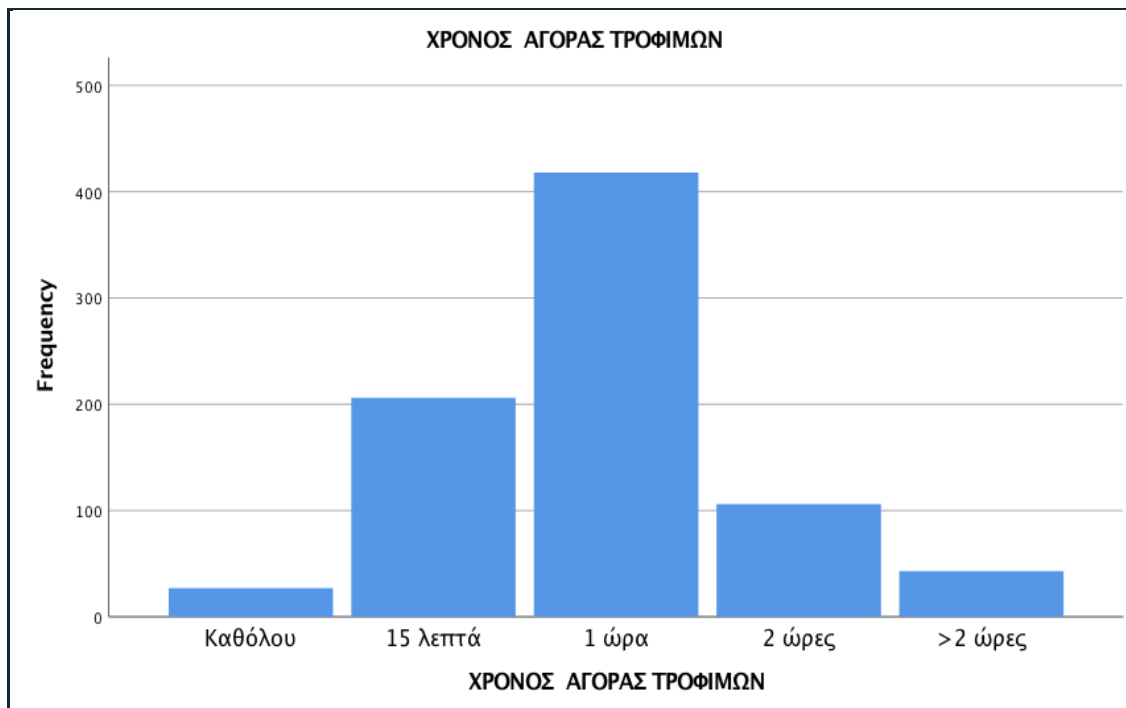
1.14 ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NA	1	.1	.1	.1
	Ποτέ	22	2.8	2.8	2.9
	1 φορά/μήνα	136	17.0	17.0	19.9
	1 φορά/βδομάδα	414	51.7	51.7	71.6
	3 φορές/βδομάδα	181	22.6	22.6	94.3
	Κάθε μέρα	46	5.8	5.8	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Όσον αφορά το μέσο χρόνο που δαπανούν οι καταναλωτές για την αγορά τροφίμων, παρατηρείται ότι το 52.8% αφιερώνει περίπου 1 ώρα, ενώ το 25.8% περίπου 15 λεπτά. Επίσης, ένα καλό ποσοστό περίπου 13.3% δηλώνει πως αφιερώνει 2 ώρες στη

διαδικασία αυτή. Αυτό συνεπάγεται ότι ένα μεγάλο ποσοστό πραγματοποιεί τις αγορές του με άνεση χρόνου και πιθανόν χρόνο που πιθανόν αφιερώνει στην ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας.

1.15 ΧΡΟΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	27	3.4	3.4	3.4
	15 λεπτά	206	25.8	25.8	29.1
	1 ώρα	418	52.3	52.3	81.4
	2 ώρες	106	13.3	13.3	94.6
	>2 ώρες	43	5.4	5.4	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



## ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Αναφορικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές κατά την αγορά τροφίμων, ο κυριότερος από αυτούς είναι η ημερομηνία λήξης, καθώς το 61.9% των καταναλωτών απάντησαν ότι τους επηρεάζει «πέρα πολύ» στην επιλογή των προτιμώμενων που θα αγοράσουν. Ο δεύτερος σημαντικότερος παράγοντας είναι η τιμή του προϊόντος (58.8%) ενώ ακολουθούν ο παράγοντας της οσμής και της γεύσης (55.6%). Οι πληροφορίες που αφορούν τη διατροφική ετικέτα, όπως η διατροφική αξία (27.9%) και τα πρόσθετα (27.6%) είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων καθώς λαμβάνονται «πέρα πολύ» υπόψη από τους καταναλωτές. Τέλος, οι καταναλωτές δείχνουν μεγάλη εμπιστοσύνη και στο εμπορικό σήμα των προϊόντων που αγοράζουν, καθώς δήλωσαν ότι τους επηρεάζει πάρα πολύ σε ποσοστό 27.8%.

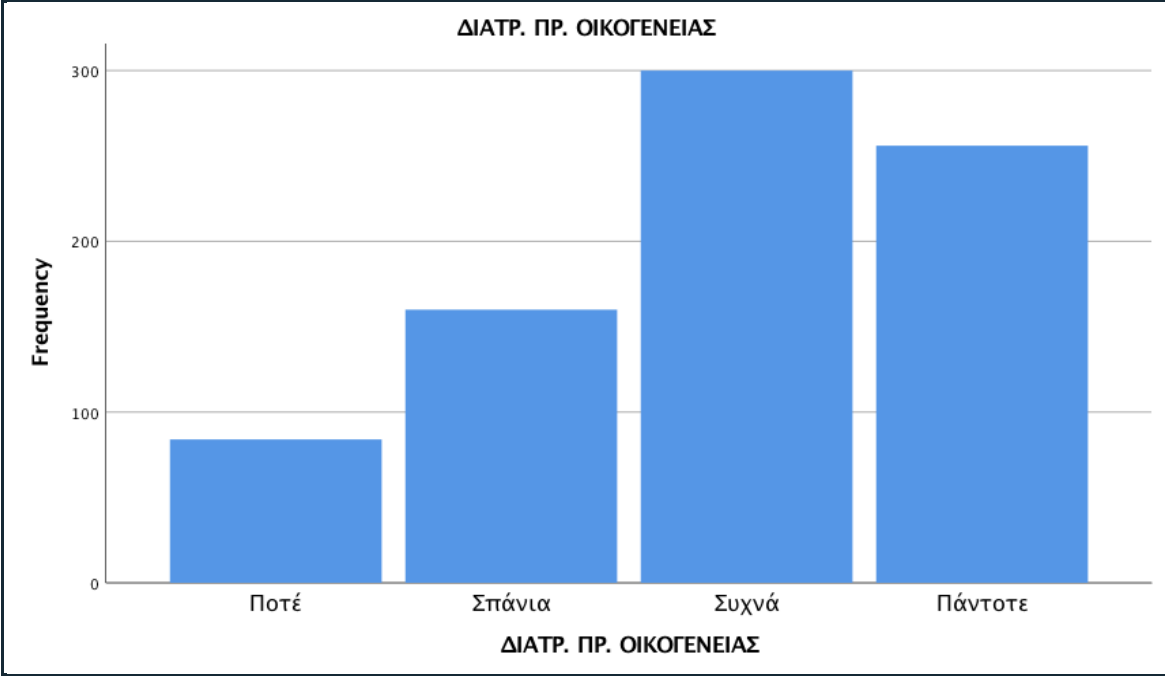
	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Σύνολο	
<b>Ασφάλεια</b>	109	145	219	189	137	800	
	13.6	18.1	27.4	23.6	17.1	100.0	%
<b>Διατροφική Αξία</b>	45	110	194	228	223	800	
	5.6	13.8	24.3	28.5	27.9	100.0	%
<b>Ημ/νία Λήξης</b>	15	55	103	132	495	800	
	1.9	6.9	12.9	16.5	61.9	100.0	%
<b>Μέθοδος Επεξεργασίας</b>	56	177	215	177	175	800	
	7.0	22.1	26.9	22.1	21.9	100.0	%

<b>Οσμή/Γεύση</b>	11	24	97	223	445	800	
	1.4	3.0	12.1	27.9	55.6	100.0	%
<b>Εμφάνιση</b>	60	88	237	201	214	800	
	7.5	11.0	29.6	25.1	26.8	100.0	%
<b>Πρόσθετα</b>	51	167	197	164	221	800	
	6.4	20.9	24.6	20.5	27.6	100.0	%
<b>Αλάτι</b>	75	171	246	160	148	800	
	9.4	21.4	30.8	20.0	18.5	100.0	%
<b>Εμφάνιση Συσκευασίας</b>	60	88	237	201	214	800	
	7.5	11.0	29.6	25.1	26.8	100.0	%
<b>Τρόποι Χρήσης</b>	119	167	250	152	112	800	
	14.9	20.9	31.3	19.0	14.0	100.0	%
<b>Ευκολία στο Άνοιγμα</b>	156	182	246	133	83	800	
	19.5	22.8	30.8	16.6	10.4	100.0	%
<b>Υλικό Συσκευασίας</b>	181	197	203	128	91	800	
	22.6	24.6	25.4	16.0	11.4	100.0	%
<b>Ανακύκλωση Συσκευασίας</b>	130	185	234	143	108	800	
	16.3	23.1	29.3	17.9	13.5	100.0	%
<b>Τρόπος Συντήρησης</b>	76	112	205	212	195	800	
	9.5	14.0	25.6	26.5	24.4	100.0	%
<b>Επωνυμία Τροφίμου</b>	41	104	178	255	222	800	
	5.1	13.0	22.3	31.9	27.8	100.0	%
<b>Τιμή αγοράς</b>	16	59	121	134	470	800	

	2.0	7.4	15.1	16.8	58.8	100.0	%
--	-----	-----	------	------	------	-------	---

Οι διατροφικές προτιμήσεις της οικογένειας έχουν πολύ σημαντικό ρολό στις επιλογές τροφίμων κατά τις αγορές, καθώς το 32.0% των καταναλωτών του δείγματος μας αναφέρουν πως τους επηρεάζουν πάντοτε, ενώ το 37.5% δηλώνει πως συχνά επηρεάζονται από τα μέλη της οικογένειας τους σε αυτόν τον παράγοντα. Από την άλλη, το 20.0% των ερωτηθέντων αναφέρει πως επηρεάζονται σπάνια, ενώ μόνο το 10.5% δηλώνει ότι δεν επηρεάζεται ποτέ από τις διατροφικές επιλογές της οικογένειας του στις αγορές του. Αναλυτικά, τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα και στο ιστόγραμμα που ακολουθεί.

<b>1.16 ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	84	10.5	10.5	10.5
	Σπάνια	160	20.0	20.0	30.5
	Συχνά	300	37.5	37.5	68.0
	Πάντοτε	256	32.0	32.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

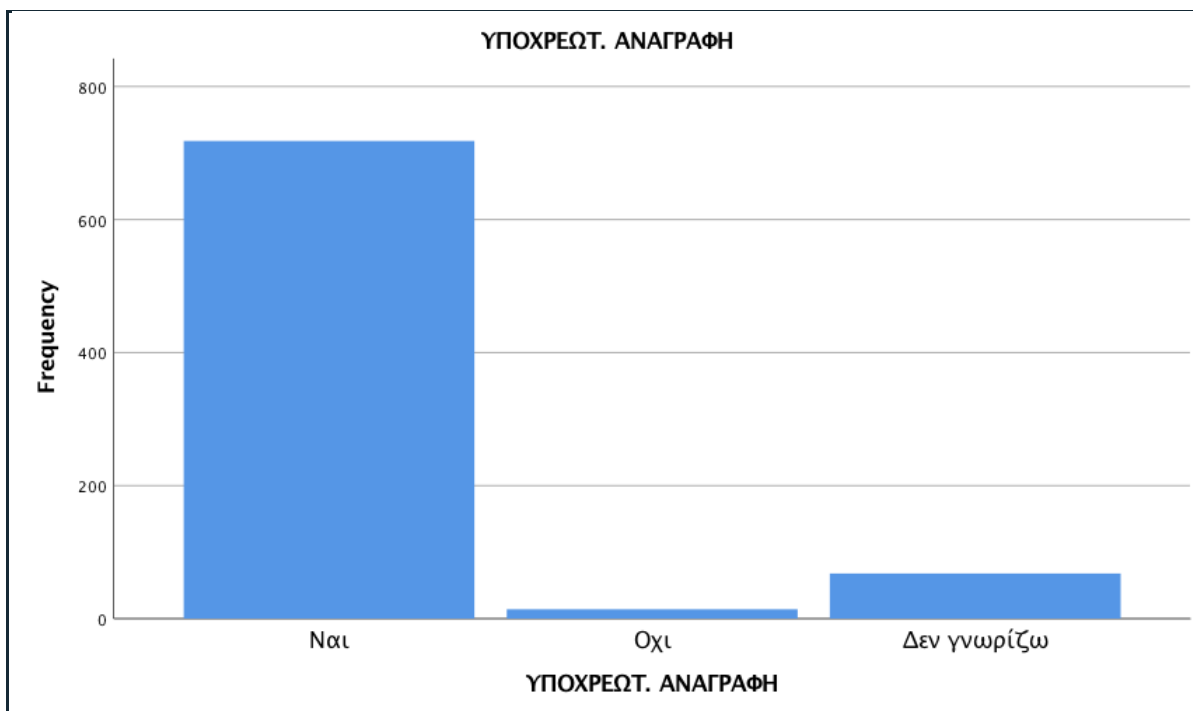




## ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Σχετικά με την ερώτηση αν είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη διατροφική ετικέτα, το 89.9% δηλώνει πως είναι υποχρεωτική ενώ μόνο το 1.8% αναφέρει πως δεν είναι. Το 8.5% απάντησε πως δεν γνωρίζει το ισχύον πλαίσιο.

<b>ΥΠΟΧΡΕΩΤ. ΑΝΑΓΡΑΦΗ</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	718	89.8	89.8	89.8
	Όχι	14	1.8	1.8	91.5
	Δεν γνωρίζω	68	8.5	8.5	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Όσον αφορά την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας στα τρόφιμα, η πλειοψηφία αναφέρει πως τη διαβάζει συχνά (44.9%) είτε πάντα (36.6%) όταν πρόκειται να αγοράσει ένα προϊόν για πρώτη φορά, ενώ μόνο το 2.0% δήλωσε ίσως να μην τη διαβάζει ποτέ. Επίσης, η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας επηρεάζει συχνά τους καταναλωτές όσον αφορά τις επιλογές που θα κάνουν στις αγορές τους (51.4%). Συχνά επίσης απαντούν οι καταναλωτές ότι διαβάζουν τη σύσταση των μεγαλοστοιχείων (45.9%) και των μικροστοιχείων (44.0%). Όσον αφορά τους διατροφικούς ισχυρισμούς που αναγράφονται στο ποιον, το δείγμα αναφέρει πως τους διαβάζει συχνά (40.0%) προς σπάνια (34.1%), ενώ οι ισχυρισμοί υγείας εξετάζονται σπάνια (38.0%) είτε συχνά (33.1%).

	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	Σύνολο	
<b>Ανάγνωση ετικέτας</b>	16	127	359	293	795	
	2.0	15.9	44.9	36.6	99.4	%
<b>Επιρροή κατά την αγορά</b>	27	196	411	163	797	
	3.4	24.5	51.4	20.4	99.6	%
<b>Σύσταση Μεγαλοστοιχείων</b>	67	229	367	133	796	
	8.4	28.6	45.9	16.6	99.5	%
<b>Σύσταση Μικροστοιχείων</b>	77	240	352	130	799	
	9.6	30.0	44.0	16.3	99.9	%
<b>Διατροφικοί Ισχυρισμοί</b>	96	273	320	110	799	
	12.0	34.1	40.0	13.8	99.9	%
<b>Ισχυρισμοί Υγείας</b>	141	304	265	88	798	
	17.6	38.0	33.1	11.0	99.8	%

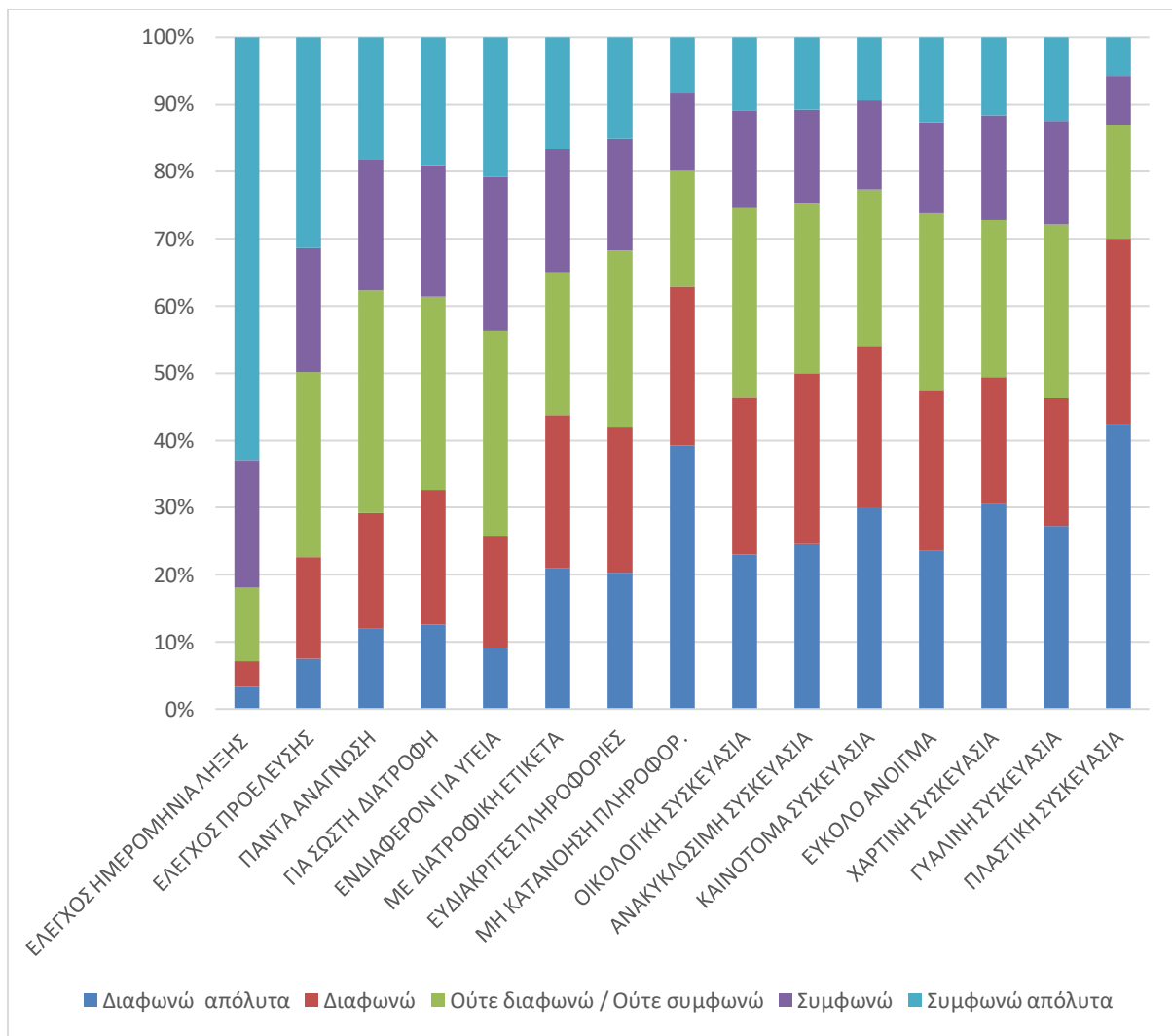
Από τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποφυγή ανάγνωσης της διατροφικής ετικέτας, ο σημαντικότερος είναι η απουσία διαθέσιμου χρόνου, ενώ οι καταναλωτές του δείγματός μας δηλώνουν πως γνωρίζουν εκ των προτέρων τη σύσταση των προϊόντων που αγοράζουν γι' αυτό αποφεύγουν να διαβάσουν τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας. Επίσης, η δυσκολία κατανόησης των πληροφοριών που αναγράφονται στη διατροφική ετικέτα εμποδίζει τους καταναλωτές στη χρήση της παρά τους διευκολύνει.

	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Σύνολο			
<b>Όχι χρόνος ανάγνωσης</b>	223	127	199	131	120	800	
	27.9	15.9	24.9	16.4	15.0	100.0	%
<b>Δυσκολία κατανόησης</b>	329	163	149	84	75	800	
	41.1	20.4	18.6	10.5	9.4	100.0	%
<b>Γνώση σύστασης τροφίμων</b>	197	144	240	121	98	800	
	24.6	18.0	30.0	15.1	12.3	100.0	%
<b>Όχι αληθινές</b>	306	179	163	97	55	800	
	38.3	22.4	20.4	12.1	6.9	100.0	%
<b>Δυσκολία ανάγνωσης</b>	366	158	124	80	72	800	
	45.8	19.8	15.5	10.0	9.0	100.0	%
<b>Όχι ενδιαφέρον</b>	382	148	155	63	52	800	
	47.8	18.5	19.4	7.9	6.5	100.0	%

Ο έλεγχος της ημερομηνίας λήξης του προϊόντος κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός για τους καταναλωτές του δείγματός μας, αφού το 63.0% συμφωνεί απόλυτα πως την ελέγχει πάντοτε. Επίσης, το 31.4% συμφωνεί ότι ελέγχει τη χώρα προέλευσης των προϊόντων που αγοράζει, ενώ το 33.1% απαντά ουδέτερα στο αν διαβάζει πάντα τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας. Σχετικά με το αν οι καταναλωτές διαβάζουν την διατροφική ετικέτα γιατί ενδιαφέρονται για σωστή διατροφή, το 28.7% απαντά ουδέτερα, ενώ το 22.9% συμφωνεί ότι διαβάζει τις πληροφορίες τις ετικέτας γιατί ενδιαφέρεται για την υγεία του.

	Διαφω νώ απόλυτ α	Διαφω νώ	Ούτε διαφων ώ / Ούτε συμφων ώ	Συμφω νώ	Συμφω νώ απόλυτ α	Σύνολο	
<b>ΕΛΕΓΧΟΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΛΗΞΗΣ</b>	26	30	88	152	504	800	
	3.3	3.8	11.0	19.0	63.0	100.0	%
<b>ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ</b>	60	121	221	147	251	800	
	7.5	15.1	27.6	18.4	31.4	100.0	%
<b>ΠΑΝΤΑ ΑΝΑΓΝΩΣΗ</b>	95	138	265	157	145	800	
	11.9	17.3	33.1	19.6	18.1	100.0	%
<b>ΓΙΑ ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ</b>	101	160	230	157	152	800	
	12.6	20.0	28.7	19.6	19.0	100.0	%
<b>ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΥΓΕΙΑ</b>	73	133	245	183	166	800	
	9.1	16.6	30.6	22.9	20.8	100.0	%
<b>ΜΕ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ</b>	168	182	170	147	133	800	
	21.0	22.8	21.3	18.4	16.6	100.0	%
<b>ΕΥΔΙΑΚΡΙΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ</b>	162	173	211	133	121	800	
	20.3	21.6	26.4	16.6	15.1	100.0	%
<b>ΜΗ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡ.</b>	314	189	138	92	67	800	
	39.3	23.6	17.3	11.5	8.4	100	%

<b>ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ</b>	184	187	226	116	87	800	
	23.0	23.4	28.2	14.5	10.9	100	%
<b>ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ</b>	197	203	202	112	86	800	
	24.6	25.4	25.3	14.0	10.8	100.0	%
<b>ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ</b>	241	192	186	106	75	800	
	30.1	24.0	23.3	13.3	9.4	100.0	%
<b>ΕΥΚΟΛΟ ΑΝΟΙΓΜΑ</b>	189	190	211	109	101	800	
	23.6	23.8	26.4	13.6	12.6	100.0	%
<b>ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ</b>	245	150	187	125	93	800	
	30.6	18.8	23.4	15.6	11.6	100	%
<b>ΓΥΑΛΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ</b>	218	152	207	123	100	800	
	27.3	19.0	25.9	15.4	12.5	100.0	%
<b>ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ</b>	339	221	136	58	46	800	
	42.4	27.6	17.0	7.2	5.8	100.0	%

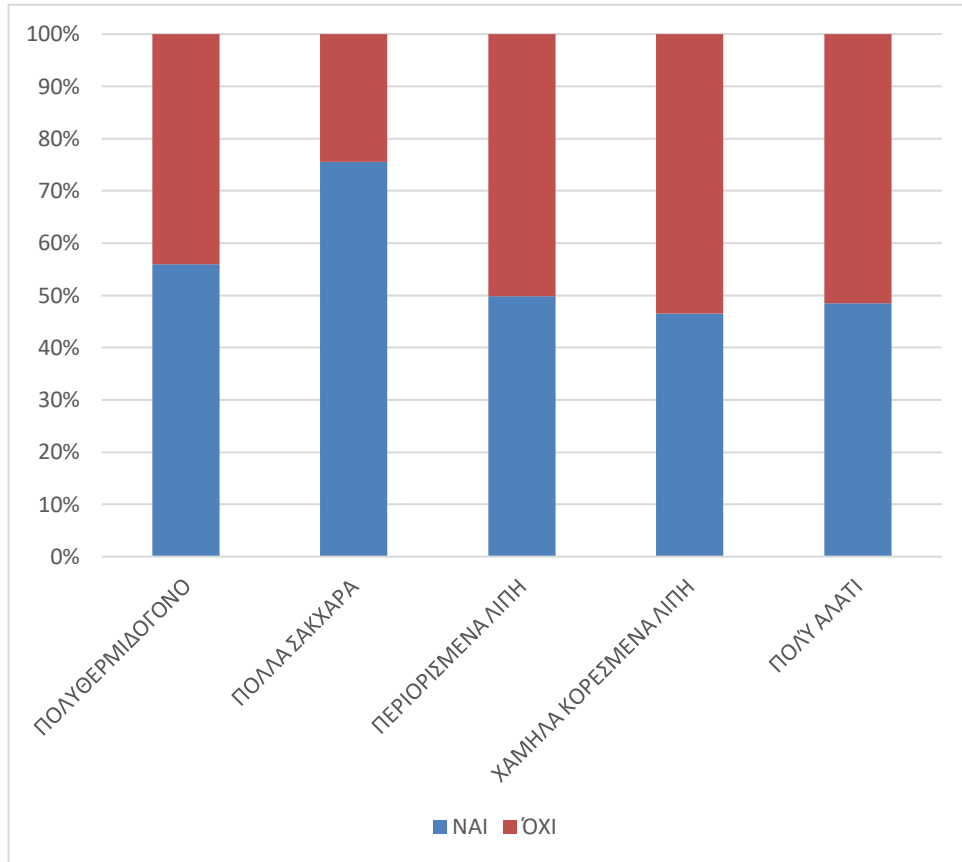


## ΕΛΕΓΧΟΣ ΓΝΩΣΕΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Έπειτα στους συμμετέχοντες δόθηκε ένα παράδειγμα διατροφικής ετικέτας προκειμένου να εξεταστούν οι γνώσεις τους. το 55.9% απάντησε ότι το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο και το 75.5% ότι έχει υψηλή περιεκτικότητα σε σάκχαρα. Όσον αφορά τα λίπη, το 50.2% απαντά ότι δε διαθέτει χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπη, ενώ αναφέρει ότι η περιεκτικότητα των κορεσμένων λιπών δεν είναι χαμηλή σε ποσοστό 53.5.8%. Τέλος, η πλειονότητα του δείγματος (51.5%) αναφέρει πως η περιεκτικότητα του τροφίμου σε αλάτι είναι υψηλή. Φαίνεται πως όσον αφορά στα λίπη και στο αλάτι οι συμμετέχοντες είναι λιγότερο καταρτισμένοι, καθώς οι απαντήσεις είναι στο όριο του 50%, ενώ καλύτερη εικόνα έχουν οι καταναλωτές σε σχέση με τις θερμίδες και σάκχαρα.

	<b>ΝΑΙ</b>	<b>ΌΧΙ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	
<b>ΠΟΛΥΘΕΡΜΙΔΟΓΟΝΟ</b>	447	353	800	
	55.9	44.1	100.0	%
<b>ΠΟΛΛΑ ΣΑΚΧΑΡΑ</b>	604	196	800	
	75.5	24.5	100.0	%
<b>ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΑ ΛΙΠΗ</b>	398	402	800	
	49.8	50.2	100.0	%
<b>ΧΑΜΗΛΑ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΗ</b>	372	428	800	
	46.5	53.5	100.0	%
<b>ΠΟΛΥ ΑΛΑΤΙ</b>	388	412	800	
	48.5	51.5	100.0	%



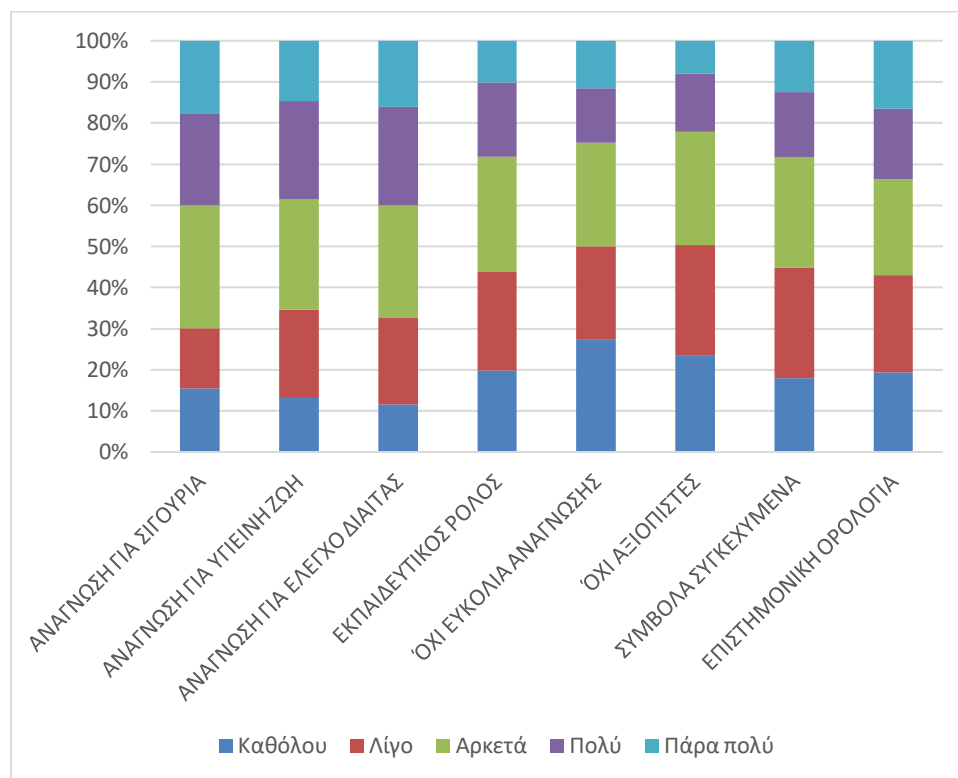


## ΑΠΟΨΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ

Όσον αφορά τις απόψεις των καταναλωτών σχετικά με τη διατροφική ετικέτα, φαίνεται πως η πλειονότητα συμφωνεί πως διαβάζει τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων για σιγουριά (17.6%), καθώς κατ' αυτόν τον τρόπο μπορεί να έχει έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής (14.6%). Επίσης, σχετικά με τον εκπαιδευτικό ρόλο της διατροφικής ετικέτας, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός μας δηλώνει ουδέτερο (28.0%). Το 23.5% διαφωνεί με το γεγονός ότι οι διατροφικές ετικέτες δεν είναι αξιόπιστες, ενώ το 23.4% συμφωνεί αρκετά ότι η ορολογία που χρησιμοποιείται στις διατροφικές ετικέτες είναι πολύ επιστημονική.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	Σύνολο	
<b>ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΣΙΓΟΥΡΙΑ</b>	124	117	239	179	141	800	
	15.5	14.6	29.9	22.4	17.6	100.0	%
<b>ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΥΓΙΕΙΝΗ ΖΩΗ</b>	105	172	216	190	117	800	
	13.1	21.5	27.0	23.8	14.6	100.0	%
<b>ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΕΛΕΓΧΟ ΔΙΑΙΤΑΣ</b>	92	169	218	193	128	800	
	11.5	21.1	27.3	24.1	16.0	100.0	%
<b>ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ</b>	158	192	224	145	81	800	
	19.8	24.0	28.0	18.1	10.1	100.0	%
<b>ΌΧΙ ΕΥΚΟΛΙΑ ΑΝΑΓΝΩΣΗΣ</b>	218	182	202	106	92	800	

	27.3	22.8	25.3	13.3	11.5	100.0	%
<b>ΌΧΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΕΣ</b>	188	214	221	113	64	800	
	23.5	26.8	27.6	14.1	8.0	100.0	%
<b>ΣΥΜΒΟΛΑ ΣΥΓΚΕΧΥΜΕΝΑ</b>	143	216	214	127	100	800	
	17.9	27.0	26.8	15.9	12.5	100.0	%
<b>ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ</b>	155	189	187	137	132	800	
	19.4	23.6	23.4	17.1	16.5	100.0	%



Τέλος, από τους ερωτηθέντες ζητήθηκε να επιλέξουν τι θα επέλεγαν να αλλάξει ώστε να βελτιωθεί η διατροφική ετικέτα. Το 58.5% συμφωνεί ότι θα πρέπει να γίνεται χρήση απλών λέξεων, ενώ μόνο το 31.1% να προτείνει να γίνεται χρήση συμβόλων και εικόνων. Επίσης, μόνο το 47.1% αναφέρουν ότι θα ήθελαν να αναγράφονται περισσότερο λεπτομερείς πληροφορίες. Συνολικά, το 90.9% αναφέρει πως δεν θα ήθελε οι διατροφικές ετικέτες να έχουν την ίδια μορφή.

	ΝΑΙ	ΌΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ	
ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΣ	377	423	800	
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	47.1	52.9	100.0	%
ΧΡΗΣΗ ΑΠΛΩΝ	468	332	800	
ΛΕΞΕΩΝ	58.5	41.5	100.0	%
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣΜΕ	175	625	800	
ΝΟΥΜΕΡΑ	21.9	78.1	100.0	%
ΣΥΜΒΟΛΑ ΚΑΙ	249	551	800	
ΕΙΚΟΝΕΣ	31.1	68.9	100.0	%
ΝΑ ΜΕΙΝΟΥΝ ΙΔΙΕΣ	73	727	800	
	9.1	90.9	100.0	%

## ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ

### 1) Συσχέτιση Φύλου – Βάρους

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε αν οι άνδρες και οι γυναίκες έχουν ίδια κατανομή βάρους, δηλαδή αν οι μέσες τιμές των δύο πληθυσμών έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά. Ο έλεγχος γίνεται με t-test σε ανεξάρτητα δείγματα και γίνονται οι εξής υποθέσεις:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

Αρχικά, γίνεται ο έλεγχος στις διακυμάνσεις και επειδή  $\text{sig}=0.006 < 0.05$ , άρα οι διακυμάνσεις των δύο πληθυσμών έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά. Έπειτα συνεχίζουμε με τον έλεγχο στις μέσες τιμές των πληθυσμών. Επειδή  $\text{sig} = 0.006 < 0.05$ , η  $H_0$  απορρίπτεται, δηλαδή η διαφορά των μέσων τιμών είναι στατιστικά σημαντική, συνεπώς συμπεραίνουμε ότι οι άνδρες και οι γυναίκες του δείγματος μας έχουν διαφορετική κατανομή βάρους.

Group Statistics					
	ΦΥΛΟ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΒΑΡΟΣ	"Αντρας"	198	118.95	153.239	10.890
	"Γυναίκα"	602	86.68	108.144	4.408

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances			t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΒΑΡΟΣ	Equal variances assumed	7.520	.006	3.260	798	.001	32.272	9.901	12.837	51.706
	Equal variances not assumed			2.747	264.500	.006	32.272	11.748	9.140	55.404

## 2) Συσχέτιση Εξόδων διατροφής – Βάρους

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε αν όσοι αφιερώνουν περισσότερα χρήματα από το μέσο όρο για τις αγορές τροφίμων (αφού πρώτα υπολογίστηκε ο μέσος στα 109 ευρώ μηνιαίως) έχουν περίπου την ίδια κατανομή βάρους με όσους αφιερώνουν λιγότερα από τα χρήματα αυτά. Ο έλεγχος γίνεται με t-test και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0:  $\mu_1 = \mu_2$

H1:  $\mu_1 \neq \mu_2$

Αρχικά, γίνεται ο έλεγχος στις διακυμάνσεις των δύο πληθυσμών. Επειδή  $\text{sig} = 0.005 > 0.05$ , συμπεραίνουμε ότι οι διακυμάνσεις των πληθυσμών δεν έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά. Έπειτα γίνεται ο έλεγχος των μέσων τιμών και, επειδή  $\text{sig} = 0.143 > 0.05$ , συνεπώς επιβεβαιώνεται η H0, δηλαδή οι μέσες τιμές των πληθυσμών δεν έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά, δηλαδή όσοι αφιερώνουν περισσότερα χρήματα για τη διατροφή τους δεν συνεπάγεται ότι έχουν χαμηλότερη κατανομή βάρους.

Group Statistics					
	ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΒΑΡΟΣ	>= 109	183	85.89	95.237	7.040
	< 109	530	102.00	137.746	5.983

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΒΑΡΟΣ	Equal variances assumed	7.971	.005	-1.466	711	.143	-16.117	10.993	-37.699	5.466
	Equal variances not assumed			-1.744	457.718	.082	-16.117	9.239	-34.273	2.040

### 3) Συσχέτιση Φύλου – Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ φύλου και ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Το φύλο και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Το φύλο και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary							
		Valid		Cases Missing		Total	
		N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΦΥΛΟ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ		800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΦΥΛΟ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation						
Count		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΦΥΛΟ	"Αντράς"	9	44	80	63	198
	"Γυναίκα"	7	83	279	230	602
Total		16	127	359	293	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.658 <sup>a</sup>	4	.001
Likelihood Ratio	16.853	4	.002
Linear-by-Linear Association	10.531	1	.001
N of Valid Cases	800		

a. 3 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.24.

Επειδή,  $\text{sig}=0.001 < 0.05$  απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι το φύλο και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένες και δηλώνουν ότι διαβάζουν πάντα τη διατροφική ετικέτα σε σύγκριση με τους άντρες, που δηλώνουν ότι τη διαβάζουν πάντα σε χαμηλότερο ποσοστό.

#### 4) Συσχέτιση Ηλικίας – Ανάγνωσης διατροφική ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ ηλικιακής ομάδας και ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η ηλικία και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η ηλικία και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary						
	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΗΛΙΚΙΑ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΗΛΙΚΙΑ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation						
Count	ΗΛΙΚΙΑ	ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
	"18-30"	1	33	86	75	195
	"31-45"	6	45	139	106	299
	"46-60"	6	40	118	102	268
	">60"	3	8	16	10	37
	5	0	1	0	0	1
	Total	16	127	359	293	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.454 <sup>a</sup>	16	.246
Likelihood Ratio	17.082	16	.380
Linear-by-Linear Association	1.626	1	.202
N of Valid Cases	800		

a. 11 cells (44.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Επειδή,  $\text{sig}=0.246 > 0.05$  επιβεβαιώνεται η H0, άρα συμπεραίνουμε ότι η ηλικία και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας δεν είναι εξαρτημένες μεταβλητές.



### 5) Συσχέτιση Μορφωτικού επιπέδου – Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η ηλικία και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η ηλικία και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary						
	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation						
Count		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
	Δημοτικό	2	1	0	1	4
	Γυμνάσιο	1	9	7	17	34
	Λύκειο	7	46	138	123	315
	ΑΕΙ	6	71	214	152	447
	Total	16	127	359	293	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	61.837 <sup>a</sup>	12	.000
Likelihood Ratio	27.522	12	.006
Linear-by-Linear Association	.213	1	.644
N of Valid Cases	800		

a. 9 cells (45.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

Επειδή,  $\text{sig}=0.000 < 0.05$  απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι το μορφωτικό επίπεδο και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, όσο υψηλότερο το μορφωτικό επίπεδο τόσο η κατανομή της ανάγνωσης τείνει προς το συχνά και πάντοτε.

## 6) Συχνότητα άσκησης- Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ της συχνότητας άσκησης και της ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η συχνότητα άσκησης και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η συχνότητα άσκησης και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary						
	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑΑΣΚΗΣΗΣ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑΑΣΚΗΣΗΣ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation						
Count		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑΑΣΚΗΣΗΣ	Κάθε μέρα	1	5	16	20	42
	3 φορές/βδομάδα	0	12	44	38	94
	1 φορά/βδομάδα	4	43	65	58	171
	Καθόλου	11	67	234	177	493
Total		16	127	359	293	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.348 <sup>a</sup>	12	.061
Likelihood Ratio	21.782	12	.040
Linear-by-Linear Association	.427	1	.513
N of Valid Cases	800		

a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

Επειδή,  $\text{sig}=0.061 > 0.05$  δεν απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι η συχνότητα άσκησης και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές.

## 7) Ετοιμασία γευμάτων - Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ της ετοιμασίας των γευμάτων και της ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η ετοιμασία των γευμάτων και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η ετοιμασία των γευμάτων και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary						
	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation						
Count		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ	Εγώ	8	70	229	197	507
	Σύζυγος	2	29	45	28	106
	Τη μοιραζόμαστε	0	13	50	36	99
	Άλλος	6	15	35	32	88
Total		16	127	359	293	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	32.315 <sup>a</sup>	12	.001
Likelihood Ratio	29.386	12	.003
Linear-by-Linear Association	3.348	1	.067
N of Valid Cases	800		

a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .55.

Επειδή,  $\text{sig}=0.001 < 0.05$  απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι η συχνότητα άσκησης και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, όσοι επωμίζονται οι ίδιοι την προετοιμασία των γευμάτων τείνουν να διαβάζουν τη διατροφική ετικέτα συχνά προς πάντοτε σε σχέση με αυτούς που κάποιος άλλος προετοιμάζει τα γεύματά τους.

## 8) Επηρεασμός αγοράς – Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ του επηρεασμού αγοράς ενός τροφίμου και της ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Ο επηρεασμός αγοράς και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Ο επηρεασμός αγοράς και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary						
	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation						
Count		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ	Ποτέ	13	5	8	1	27
	Σπάνια	0	76	81	38	196
	Συχνά	3	35	233	138	411
	Πάντοτε	0	11	37	114	163
Total		16	127	359	293	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	546.672 <sup>a</sup>	16	.000
Likelihood Ratio	269.512	16	.000
Linear-by-Linear Association	177.450	1	.000
N of Valid Cases	800		

a. 13 cells (52.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Επειδή,  $\text{sig}=0.000 < 0.05$  απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι ο επηρεασμός αγοράς και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, όσο περισσότερο επηρεάζονται οι καταναλωτές από την ανάγνωση της ετικέτας τόσο συχνότερα τείνουν να τη διαβάζουν και να τη συμβουλεύονται.

## 9) Επηρεασμός αγοράς – Ηλικία

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ ηλικιακής ομάδας και του επηρεασμού αγοράς ενός τροφίμου λόγω της διατροφικής του ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η ηλικία και ο επηρεασμός αγοράς λόγω της διατροφικής ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η ηλικία και ο επηρεασμός αγοράς λόγω της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary						
	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ * ΗΛΙΚΙΑ	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ * ΗΛΙΚΙΑ Crosstabulation						
Count		ΗΛΙΚΙΑ				Total
		"18-30"	"31-45"	"46-60"	"> 60"	
ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ	Ποτέ	7	8	10	2	27
	Σπάνια	57	72	56	10	196
	Συχνά	95	156	142	18	411
	Πάντοτε	35	61	60	7	163
	5	1	2	0	0	3
Total		195	299	268	37	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.975 <sup>a</sup>	16	.811
Likelihood Ratio	11.647	16	.768
Linear-by-Linear Association	.751	1	.386
N of Valid Cases	800		

a. 10 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

Επειδή,  $\text{sig}=0.811>0.05$  δεν απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι ο επηρεασμός αγοράς λόγω της διατροφικής ετικέτας και η ηλικία είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους μεταβλητές.



## 10) Επηρεασμός αγοράς – Φύλο

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ του φύλου και του επηρεασμού αγοράς ενός τροφίμου λόγω της διατροφικής του ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Το φύλο και ο επηρεασμός αγοράς λόγω της διατροφικής ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Το φύλο και ο επηρεασμός αγοράς λόγω της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary						
	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ * ΦΥΛΟ	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ * ΦΥΛΟ Crosstabulation				
Count		ΦΥΛΟ		
		"Αντρας"	"Γυναίκα"	Total
ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ	Ποτέ	14	13	27
	Σπάνια	54	142	196
	Συχνά	82	329	411
	Πάντοτε	47	116	163
Total		198	602	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.134 <sup>a</sup>	4	.001
Likelihood Ratio	16.756	4	.002
Linear-by-Linear Association	1.911	1	.167
N of Valid Cases	800		

a. 2 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .74.

Επειδή,  $\text{sig}=0.001 < 0.05$  απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι ο επηρεασμός αγοράς λόγω της διατροφικής ετικέτας και το φύλο είναι εξαρτημένες μεταξύ τους μεταβλητές. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες τείνουν να επηρεάζονται στην αγορά των τροφίμων συχνά προς πάντα σε σχέση με τους άνδρες από τις πληροφορίες που αναγράφονται στη διατροφική ετικέτα.

**11) Συσχέτιση ηλικιακών ομάδων με το αν επηρεάζονται από την επωνυμία ενός προϊόντος ώστε να προχωρήσουν στην αγορά του**

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ της ηλικίας και του επηρεασμού αγοράς ενός τροφίμου λόγω της επωνυμίας του προϊόντος. Ο έλεγχος γίνεται με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η ηλικία και ο επηρεασμός από την επωνυμία είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η ηλικία και ο επηρεασμός από την επωνυμία είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary							
		Valid		Cases Missing		Total	
		N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΗΛΙΚΙΑ * ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΡΟΦΙΜΟΥ		800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΗΛΙΚΙΑ * ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΡΟΦΙΜΟΥ Crosstabulation							
Count		ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΡΟΦΙΜΟΥ					Total
		Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	
ΗΛΙΚΙΑ	"18-30"	9	22	43	59	62	195
	"31-45"	16	46	71	88	78	299
	"46-60"	14	33	55	96	70	268
	">60"	2	2	9	12	12	37
	5	0	1	0	0	0	1
Total		41	104	178	255	222	800

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.086 <sup>a</sup>	16	.518
Likelihood Ratio	12.807	16	.687
Linear-by-Linear Association	.064	1	.800
N of Valid Cases	800		

a. 7 cells (28.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

Επειδή,  $\text{sig}=0.518 > 0.05$  δεν απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι ο επηρεασμός αγοράς λόγω επωνυμίας τους προϊόντος και η ηλικία είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους μεταβλητές.

**12) Συσχέτιση του μορφωτικού επιπέδου των καταναλωτών με το αν επηρεάζει την σωστή ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας**

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ του μορφωτικού επιπέδου και της σωστής ανάγνωσης της διατροφικής ετικέτας με βάση το παράδειγμα που δόθηκε στους ερωτηθέντες. Έτσι αφού κατηγοριοποιήσαμε το αρχείο ανά μορφωτικό επίπεδο ελέγχουμε, τα ποσοστά των σωστών απαντήσεων.

<b>ΠΟΛΥ ΘΕΡΜΙΔΟΓΟΝΟ</b>						
			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Δημοτικό	Valid	Ναι	4	100.0	100.0	100.0
Γυμνάσιο	Valid	Ναι	16	47.1	47.1	47.1
		Όχι	18	52.9	52.9	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Λύκειο	Valid	Ναι	184	58.4	58.4	58.4
		Όχι	131	41.6	41.6	100.0
		Total	315	100.0	100.0	
ΑΕΙ	Valid	Ναι	243	54.4	54.4	54.4
		Όχι	204	45.6	45.6	100.0
		Total	447	100.0	100.0	

### ΠΟΛΛΑ ΣΑΚΧΑΡΑ

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Δημοτικό	Valid	Ναι	4	100.0	100.0	100.0
Γυμνάσιο	Valid	Ναι	26	76.5	76.5	76.5
		Όχι	8	23.5	23.5	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Λύκειο	Valid	Ναι	228	72.4	72.4	72.4
		Όχι	87	27.6	27.6	100.0
		Total	315	100.0	100.0	
ΑΕΙ	Valid	Ναι	346	77.4	77.4	77.4
		Όχι	101	22.6	22.6	100.0
		Total	447	100.0	100.0	

### ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΑ ΛΙΠΗ

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Δημοτικό	Valid	Ναι	4	100.0	100.0	100.0
Γυμνάσιο	Valid	Ναι	18	52.9	52.9	52.9
		Όχι	16	47.1	47.1	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Λύκειο	Valid	Ναι	152	48.3	48.3	48.3
		Όχι	163	51.7	51.7	100.0
		Total	315	100.0	100.0	
ΑΕΙ	Valid	Ναι	224	50.1	50.1	50.1
		Όχι	223	49.9	49.9	100.0
		Total	447	100.0	100.0	

### ΧΑΜΗΛΑ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΗ

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Δημοτικό	Valid	Ναι	3	75.0	75.0	75.0
		Όχι	1	25.0	25.0	100.0
		Total	4	100.0	100.0	
Γυμνάσιο	Valid	Ναι	18	52.9	52.9	52.9
		Όχι	16	47.1	47.1	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Λύκειο	Valid	Ναι	138	43.8	43.8	43.8
		Όχι	177	56.2	56.2	100.0
		Total	315	100.0	100.0	
ΑΕΙ	Valid	Ναι	213	47.7	47.7	47.7
		Όχι	234	52.3	52.3	100.0
		Total	447	100.0	100.0	

### ΠΟΛΥ ΑΛΑΤΙ

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Δημοτικό	Valid	Ναι	3	75.0	75.0	75.0
		Όχι	1	25.0	25.0	100.0
		Total	4	100.0	100.0	
Γυμνάσιο	Valid	Ναι	14	41.2	41.2	41.2
		Όχι	20	58.8	58.8	100.0
		Total	34	100.0	100.0	
Λύκειο	Valid	Ναι	166	52.7	52.7	52.7
		Όχι	149	47.3	47.3	100.0
		Total	315	100.0	100.0	
ΑΕΙ	Valid	Ναι	205	45.9	45.9	45.9
		Όχι	242	54.1	54.1	100.0
		Total	447	100.0	100.0	

**13) Συσχέτιση ευαίσθητων ηλικιακών ομάδων ανά φύλο(46-60, 60 και άνω) με το κατά πόσο ελέγχουν την περιεκτικότητα του αλατιού στα τρόφιμα πριν από την αγορά τους**

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε αν οι ευαίσθητες ηλικιακές ομάδες σε σχέση με το φύλο τους τείνουν να ελέγχουν περισσότερο την περιεκτικότητα των τροφίμων σε αλάτι. Αρχικά, το αρχείο διαχωρίστηκε ώστε τα δεδομένα να χωριστούν με βάση τη μεταβλητή του φύλου. Ο έλεγχος με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η ηλικιακή ομάδες ανά φύλο και ο έλεγχος σε περιεκτικότητα αλατιού είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η ηλικιακή ομάδες ανά φύλο και ο έλεγχος σε περιεκτικότητα αλατιού είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary							
ΦΥΛΟ	Valid		Cases Missing		Total		
	N	Percent	N	Percent	N	Percent	
"Αντρας"	ΗΛΙΚΙΑ * ΑΛΑΤΙ	198	100.0%	0	0.0%	198	100.0%
"Γυναίκα"	ΗΛΙΚΙΑ * ΑΛΑΤΙ	602	100.0%	0	0.0%	602	100.0%

ΗΛΙΚΙΑ * ΑΛΑΤΙ Crosstabulation								
Count			ΑΛΑΤΙ					Total
ΦΥΛΟ	ΗΛΙΚΙΑ		Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	
"Αντρας"	ΗΛΙΚΙΑ	"18-30"	7	13	17	1	4	42
		"31-45"	7	19	20	16	13	75
		"46-60"	6	10	21	19	11	67
		">60"	2	4	6	0	1	13
	Total	5	0	0	0	0	1	1
"Γυναίκα"	ΗΛΙΚΙΑ	"18-30"	19	35	40	25	34	153
		"31-45"	14	48	72	47	43	224
		"46-60"	17	41	64	47	32	201
		">60"	3	1	6	5	9	24
	Total	53	125	182	124	118	602	

### Chi-Square Tests

ΦΥΛΟ		Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
"Αντράς"	Pearson Chi-Square	27.416 <sup>a</sup>	16	.037
	Likelihood Ratio	30.938	16	.014
	Linear-by-Linear Association	3.775	1	.052
	N of Valid Cases	198		
"Γυναίκα"	Pearson Chi-Square	17.396 <sup>b</sup>	12	.135
	Likelihood Ratio	18.197	12	.110
	Linear-by-Linear Association	1.149	1	.284
	N of Valid Cases	602		

- a. 11 cells (44.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.
- b. 4 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.11.

Όσον αφορά τους άνδρες, επειδή,  $\text{sig}=0.037 < 0.05$  απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι η ηλικία και ο έλεγχος της περιεκτικότητας των τροφίμων σε αλάτι είναι εξαρτημένες μεταβλητές, συγκεκριμένα οι ηλικίες 31-45 και 46-60 επηρεάζονται πολύ από αυτόν τον παράγοντα που ερμηνεύεται από ενδιαφέρον για παθήσεις που σχετίζονται με την κατανάλωση αλατιού όπως η υψηλή αρτηριακή πίεση. Αντίθετα, όσον αφορά τις γυναίκες, επειδή  $\text{sig}=0.135 > 0.05$  δεν απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι η ηλικία και ο έλεγχος της περιεκτικότητας των τροφίμων σε αλάτι είναι ανεξάρτητες μεταβλητές για το γυναικείο φύλο.

**14) Συσχέτιση των δύο φύλων με το αν επηρεάζονται για τις αγορές τους από την επιλογή ανακυκλώσιμων συσκευασιών και ποια υλικά συσκευασίας των τροφίμων επιλέγουν με μεγαλύτερη συχνότητα**

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε αν το φύλο σχετίζεται με την επιλογή προϊόντων που περιέχονται σε ανακυκλώσιμα υλικά και ποια συγκεκριμένα υλικά προτιμώνται. Ο έλεγχος με την  $\chi^2$  κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η μεταβλητή ελέγχου και το φύλο είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η μεταβλητή ελέγχου και το φύλο είναι εξαρτημένες μεταβλητές

<b>ΦΥΛΟ * ΥΛΙΚΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ</b>							
<b>Crosstab</b>							
Count		ΥΛΙΚΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ					Total
		Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	
ΦΥΛΟ	"Αντρας"	48	64	43	31	12	198
	"Γυναίκα"	133	133	160	97	79	602
Total		181	197	203	128	91	800

<b>Chi-Square Tests</b>			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.576 <sup>a</sup>	4	.006
Likelihood Ratio	15.188	4	.004
Linear-by-Linear Association	7.554	1	.006
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22.52.

Επειδή,  $\text{sig}=0.006 < 0.05$  απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι το φύλο και ο επηρεασμός από το υλικό συσκευασίας του τροφίμου είναι εξαρτημένες μεταξύ τους μεταβλητές, συγκεκριμένα οι γυναίκες επηρεάζονται συχνότερα σε σχέση με τους άνδρες.



**ΦΥΛΟ \* ΑΝΑΚΥΚΛ. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ****Crosstab**

Count		ΑΝΑΚΥΚΛ. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ					Total
		Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	
ΦΥΛΟ	"Αντρας"	38	57	53	35	15	198
	"Γυναίκα"	92	128	181	108	93	602
Total		130	185	234	143	108	800

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.451 <sup>a</sup>	4	.014
Likelihood Ratio	13.140	4	.011
Linear-by-Linear Association	9.209	1	.002
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26.73.

Επειδή,  $\text{sig}=0.014 < 0.05$  απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι το φύλο και η επιλογή ανακυκλώσιμων συσκευασιών είναι εξαρτημένες μεταξύ τους μεταβλητές, συγκεκριμένα οι άνδρες επιλέγουν ανακυκλώσιμες συσκευασίες πιο σπάνια σε σχέση με τις γυναίκες.

**ΦΥΛΟ \* ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ****Crosstab**

Count

		ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ					Total
		Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/Ο ύτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	
ΦΥΛΟ	"Αντρας"	78	64	34	13	9	198
	"Γυναίκα"	261	157	102	45	37	602
Total		339	221	136	58	46	800

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.493 <sup>a</sup>	4	.479
Likelihood Ratio	3.468	4	.483
Linear-by-Linear Association	.063	1	.802
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11.39.

Επειδή,  $\text{sig}=0.479 > 0.05$  δεν απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι το φύλο και η επιλογή πλαστικών συσκευασιών είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους μεταβλητές.

## ΦΥΛΟ \* ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Count		Crosstab					Total
		ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ					
		Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/Ο ύτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	
ΦΥΛΟ	"Αντρας"	59	39	50	31	19	198
	"Γυναίκα"	186	111	137	94	74	602
Total		245	150	187	125	93	800

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.513 <sup>a</sup>	4	.824
Likelihood Ratio	1.546	4	.818
Linear-by-Linear Association	.155	1	.694
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23.02.

Επειδή,  $\text{sig}=0.824 > 0.05$  δεν απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι το φύλο και η επιλογή χάρτινων συσκευασιών είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους μεταβλητές.

## ΦΥΛΟ \* ΓΥΑΛΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

### Crosstab

Count

		ΓΥΑΛΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ					Total
		Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ/Ο ύτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	
ΦΥΛΟ	"Αντρας"	53	48	52	33	12	198
	"Γυναίκα"	165	104	155	90	88	602
Total		218	152	207	123	100	800

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.858 <sup>a</sup>	4	.012
Likelihood Ratio	14.096	4	.007
Linear-by-Linear Association	3.626	1	.057
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 24.75.

Επειδή,  $\text{sig}=0.012 < 0.05$  απορρίπτουμε την  $H_0$ , άρα συμπεραίνουμε ότι το φύλο και η επιλογή γυάλινων συσκευασιών είναι εξαρτημένες μεταξύ τους μεταβλητές.

## Συζήτηση – Συμπεράσματα

Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας διερευνήθηκαν οι απόψεις των καταναλωτών σχετικά με την επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων. Η έρευνα βασίστηκε σε τυχαίοποιημένο δείγμα 800 ατόμων. Τα αποτελέσματα κατέδειξαν μία σειρά χρήσιμων συμπερασμάτων και παρατηρήσεων, ως προς τις γνώσεις, τις απόψεις και τη στάση των καταναλωτών γύρω από την επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων, ενώ για την εξαγωγή αυτών πραγματοποιήθηκαν οι αντίστοιχες συγκρίσεις.

Από τη στατιστική ανάλυση προέκυψε, ότι το μεγαλύτερο δείγμα αποτελούνταν από γυναίκες, ενώ περίπου το 2/3 των συμμετεχόντων προέρχονταν από άτομα ηλικίας το 1/3 από (31-45 ετών) και το άλλο 1/3 από (46-60 ετών). Από την ανάλυση του δείγματος αναφορικά με την άσκηση, τη φυσική κατάσταση και τη γενική υγεία των συμμετεχόντων, παραπάνω από τους μισούς συμμετέχοντες απάντησαν πως δεν ασκούνται καθόλου, ενώ ταυτόχρονα το 34,3% απάντησε ότι έχει μέτρια φυσική κατάσταση και το 43,4% απάντησε ότι έχει ικανοποιητική κατάσταση υγείας.

Το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών προσέχουν την ημερομηνία λήξης σε ποσοστό 61,9%. Επιπλέον, φαίνεται ότι η οσμή και η γεύση ενδιαφέρουν σε αρκετά μεγάλο ποσοστό 55,6% τους καταναλωτές. Όπως ήταν αναμενόμενο, η τιμή του τροφίμου αποτελεί βασικό κριτήριο αγοράς τροφίμων με ποσοστό 58,8% που φανερώνει την οικονομική δυσκολία των καταναλωτών.

Οι καταναλωτές σε ποσοστό 44,9% κάνουν συχνή ανάγνωση των ετικετών ενώ πάντα σε ποσοστό 36,6% κυρίως όταν αγοράζουν για πρώτη φορά κάποιο νέο προϊόν. Επίσης η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας επηρεάζει τον καταναλωτή σε ποσοστό 51,4% στην αγορά του προϊόντος του.

Η πιθανή αποφυγή ανάγνωσης των ετικετών με βάση την ανάλυση οφείλεται κυρίως στην απουσία διαθέσιμου χρόνου. Ακόμα οι καταναλωτές οι οποίοι γνωρίζουν εκ των προτέρων τις συστάσεις των προϊόντων δεν οδηγούνται εύκολα στην ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας. Οι πληροφορίες που αναγράφονται στις ετικέτες δεν κατανοούνται εύκολα με αποτέλεσμα να απωθούνται οι καταναλωτές.

Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι, όσον αφορά την εκτίμηση της διατροφικής ετικέτας, οι απόψεις με βάση τα στοιχεία που τους δόθηκαν παρουσιάζουν αναμενόμενα αποτελέσματα. Το 90,9% του δείγματος πιστεύει πως οι διατροφικές ετικέτες πρέπει να έχουν διαφορετική μορφή από την ήδη υπάρχουσα σε αντίθεση με ποσοστό μικρότερο του 10% που θα ήθελε τις διατροφικές ετικέτες να παραμείνουν ως έχουν.

Με βάση την ανάλυση οι γυναίκες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένες διαβάζοντας πάντα τη διατροφική ετικέτα σε αντίθεση με το πολύ χαμηλότερο ποσοστό των ανδρών. Η ηλικία και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι ανεξάρτητες

μεταβλητές. Ακόμα, φανερώνεται πως όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό επίπεδο τόσο πιο συχνά γίνεται η ανάγνωση της ετικέτας.

Επιπλέον, η συχνότητα άσκησης και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές. Ένα άλλο χαρακτηριστικό συμπέρασμα του δείγματός μας είναι η μεγάλη διαφορά στην ανάγνωση των ετικετών στα άτομα τα οποία προετοιμάζουν οι ίδιοι το γεύμα τους σε σχέση με αυτούς που κάποιος άλλος προετοιμάζει το δικό τους γεύμα.

Όσο μεγαλύτερη επίδραση υπάρχει στους καταναλωτές από την ανάγνωση των ετικετών τόσο συχνότερα την συμβουλεύονται. Ο επηρεασμός της αγοράς λόγω της ετικέτας και η ηλικία είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους μεταβλητές. Υπάρχει μεγαλύτερη επίδραση στις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες στην αγορά των τροφίμων από τις αναγραφόμενες πληροφορίες.

Ο επηρεασμός αγοράς λόγω επωνυμίας του προϊόντος και η ηλικία είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους μεταβλητές. Σε ηλικίες 31-45 και 46-60 είναι εξαρτημένες μεταβλητές, επηρεάζονται πολύ από τον παράγοντα που έχει σχέση με την κατανάλωση αλατιού όπως είναι η αρτηριακή πίεση. Αντίθετα με το γυναικείο φύλο που οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες σε σχέση με την ηλικία και τον έλεγχο περιεκτικότητας των τροφίμων.

Το φύλο σε σχέση με τον επηρεασμό από το υλικό συσκευασίας του τροφίμου όπως και από την επιλογή ανακυκλώσιμων συσκευασιών, πλαστικών ουσιών, χάρτινων συσκευασιών είναι ανεξάρτητες μεταβλητές μεταξύ τους. Σε αντίθεση με το φύλο σε σχέση με την επιλογή γυάλινων συσκευασιών που είναι εξαρτημένες μεταξύ τους.

## Βιβλιογραφία

### ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Κυρανάς Ε., (2012), πρόσθετα τροφίμων και νομοθεσία, εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη.
2. Καραμήτσος Δ., (Ιανουάριος 2009), διαβητολογικά, ιατρικές και επιστημονικές εκδόσεις, οι υδατάνθρακες στη διατροφή του διαβητικού.

### ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

3. Ζιώγου Ε., Τι είναι ετικέτες τροφίμων, [www.anthorama.gr](http://www.anthorama.gr) (visited at 18/4/2019).
4. ΕΦΕΤ, Νομοθεσία-επισήμανση τροφίμων <http://www.efet.gr> (visited at 18/4/2019).
5. Μαθαίνω να διαβάζω τις ετικέτες τροφίμων, [www.nikas.gr](http://www.nikas.gr) (visited at 18/4/2019).
6. Τι σημαίνει ο κωδικός Ε που βλέπουμε στις συσκευασίες, <http://nikas.gr/el/faqs> (visited at 18/4/2019).
7. Τσάκωνα Μ., Αλλεργιογόνα, [www.petet.org.gr](http://www.petet.org.gr) ( pdf) (visited at 22/4/2019).
8. ΕΦΕΤ, Παράρτημα εξαιρέσεις τροφίμων, [www.ebeth.gr](http://www.ebeth.gr) (pdf) (visited at 22/4/19).
9. Παπαϊωάννου Η., Ζωή με διαβήτη, [www.healthview.gr](http://www.healthview.gr) (visited at 23/7/19).
10. Γενικές αρχές όσον αφορά τις πληροφορίες για τα τρόφιμα, [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu) (visited at 25/7/19) .
11. ΕΦΕΤ, διατροφικές πληροφορίες στην επισήμανση & διαφήμιση των τροφίμων, [www.hhf-greece.gr](http://www.hhf-greece.gr) (visited at 25/7/19).
12. Τα 6 σημεία του διαβήτη, [www.onmed.gr](http://www.onmed.gr) (visited at 29/7/19).
13. Τι πρέπει να τσεκάρουμε στις ετικέτες των τροφίμων, [www.diabeteslife.gr](http://www.diabeteslife.gr) (visited at 29/7/19).

14. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών (ΚΕ.Π.ΚΑ), ας μάθουμε τί τρώμε ήρθε η ώρα για δραστικά μέτρα, <http://kepka.org/mainmenu-27/mainmenu-180/662-----> , (visited at 2/8/19).
15. ΕΦΕΤ, ισχυρισμοί υγείας και διατροφής, <http://www.efet.gr> (visited at 21/9/19).
16. Ισχυρισμοί διατροφής και υγείας στα τρόφιμα, <https://eur-lex.europa.eu> (visited at 21/9/19).
17. Νομοθετικό πλαίσιο σχετικά με τους ισχυρισμούς διατροφής και υγείας, 1924/06 pdf, <http://www.gcsf.gr/media/trofima> (visited at 21/9/19).
18. Μαυρουδής ΑΕ, Επισήμανση τροφίμων, <http://www.mauroudis.gr/images/etiketes.pdf> (visited at 21/9/2019).
19. Έρευνα του «**EUFIC**», <https://www.iatronet.gr/diatrofi/swsti-diatrofi/article/6348/erevna-gia-tis-etiketes-tr-ofimwn.html> (visited at 21/9/19).
20. Οι τρόποι πληροφόρησης των καταναλωτών, <https://www.iefimerida.gr/news/190037/ypohreotiki-i-simansi-allergiogonon-sta-tr-ofima-apo-tis-epiheiriseis-poia-trofima-afora> (visited 21/9/19).
21. Σήμανση προϊόντος ως βιολογικού, <http://eyzin.minedu.gov.gr> (visited at 21/9/19).



# ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ & ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ**

## **ΑΝΩΝΥΜΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

*Εγγυόμαστε για την ανωνυμία και την εμπιστευτικότητα των απαντήσεων.*

*Σκοπός της έρευνας είναι να εξετάσει τις γνώσεις, απόψεις και στάσεις των καταναλωτών γύρω από την επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων.*

*Οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία βάσης δεδομένων στο Τμήμα Διατροφής και Διαιτολογίας του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.*

*Παρακαλώ απάντησε στις παρακάτω ερωτήσεις με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια.*

**Νομός:** ..... **Πόλη/χωριό:** .....

**1. ΦΥΛΟ:** Άντρας  Γυναίκα

**2. ΗΛΙΚΙΑ:**  18-30  31-45  46-60  60 και άνω

**3. ΒΑΡΟΣ:** ..... κιλά

**4. ΥΨΟΣ:** ..... μέτρα

**5. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:**

Άγαμος/η  Έγγαμος/η  Διαζευγμένος/η  Χήρος/α

**6. ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ:** 0  1  2  3  4  >4

**7. ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ:**  ΟΧΙ  ΝΑΙ

**8. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:**  Δημοτικό  Γυμνάσιο  Λύκειο  ΑΕΙ

**9. ΜΗΝΙΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ:**  <600€  601-1.000€  
 1.001-1.500€  >1.500€

**10. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ:**  Άνεργος  Οικιακά  Φοιτητής  
 Αγρότης/Κτηνοτρόφος  Συνταξιούχος  
 Ελεύθερος επαγγελματίας  Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)

**11. Πόσο συχνά γυμνάζεσαι;**

κάθε μέρα  3 φορές/εβδομάδα  1 φορά/εβδομάδα  καθόλου

**12. Πως αξιολογείς τη φυσική σου κατάσταση;**

πολύ κακή  κακή  μέτρια  ικανοποιητική  καλή  πολύ καλή

**13. Πως αξιολογείς τη γενικότερη κατάσταση της υγείας σου;**

πολύ κακή  κακή  μέτρια  ικανοποιητική  καλή  πολύ καλή

14. Ποιος ασχολείται με την προετοιμασία του φαγητού στο σπίτι;

Εγώ  Σύζυγος  Τη μοιραζόμαστε  Άλλος

15. Ποιος ψωνίζει συνήθως τα τρόφιμα για το νοικοκυριό σας;

Εγώ  Σύζυγος  Τα μοιραζόμαστε  Άλλος

16. Με ποια συχνότητα ασχολείσαι με την αγορά τροφίμων για το σπίτι;

ποτέ  1 φορά/μήνα  1 φορά/εβδομάδα  3 φορές/εβδομάδα  κάθε μέρα

17. Πόσο χρόνο αφιερώνεις κάθε φορά που ψωνίζεις, για την αγορά των ειδών που αφορούν τη διατροφή σας;

καθόλου  15 λεπτά  1 ώρα  2 ώρες  πάνω από 2 ώρες

18. Πόσα περίπου χρήματα ξοδεύετε κάθε φορά για όλες τις αγορές σας;

..... ευρώ

19. Πόσα από τα παραπάνω χρήματα αφορούν τις αγορές τροφίμων;

..... ευρώ

20. Αξιολόγησε πόσο επηρεάζεσαι κατά την αγορά τροφίμων από τα ακόλουθα:

Καθόλου → Πάρα πολύ

1	Την ασφάλεια (π.χ. αγορά βιολογικών)	1	2	3	4	5
2	Τη διατροφική τους αξία (π.χ. ενισχυμένη θρεπτική αξία)	1	2	3	4	5
3	Την ημερομηνία λήξης	1	2	3	4	5
4	Τη μέθοδο επεξεργασίας (αποστείρωση, αφυδάτωση κλπ.)	1	2	3	4	5
5	Την οσμή και τη γεύση τους	1	2	3	4	5
6	Την εμφάνιση των τροφίμων	1	2	3	4	5
7	Την παρουσία πρόσθετων ουσιών (Ε)	1	2	3	4	5
8	Τη σύσταση των τροφίμων σε αλάτι	1	2	3	4	5
9	Την εμφάνιση της συσκευασίας	1	2	3	4	5
10	Την αναλυτική πληροφόρηση για τους τρόπους χρήσης	1	2	3	4	5
11	Την ευκολία ανοίγματος της συσκευασίας	1	2	3	4	5
12	Το υλικό της συσκευασίας (χάρτινη, πλαστική κλπ.)	1	2	3	4	5
13	Τη δυνατότητα ανακύκλωσης της συσκευασίας	1	2	3	4	5
14	Τον τρόπο συντήρησης (ντουλάπι, ψυγείο, κατάψυξη)	1	2	3	4	5
15	Την επωνυμία της μονάδας παραγωγής	1	2	3	4	5
16	Την τιμή αγοράς	1	2	3	4	5

21. Επηρεάζουν τις αγορές σου οι διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας;

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

22. Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους;

ΝΑΙ       ΟΧΙ       Δεν γνωρίζω

23. Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;

Ποτέ       Σπάνια       Συχνά       Πάντοτε

24. Επηρεάζουν τις αγορές σου οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην επκέτα της συσκευασίας των τροφίμων;

Ποτέ       Σπάνια       Συχνά       Πάντοτε

25. Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλο-συστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);

Ποτέ       Σπάνια       Συχνά       Πάντοτε

26. Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μικρο-συστατικά (π.χ. βιταμίνες, πρόσθετα (E), αλάτι, ζάχαρη);

Ποτέ       Σπάνια       Συχνά       Πάντοτε

27. Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην επκέτα των τροφίμων (π.χ. χαμηλή ενεργειακή αξία, χαμηλά λιπαρά, χωρίς νάτριο ή αλάτι, πηγή εδώδιμων ινών κλπ.);

Ποτέ       Σπάνια       Συχνά       Πάντοτε

28. Εξετάζεις τους ισχυρισμούς υγείας στην επκέτα των τροφίμων (π.χ. το ασβέστιο είναι απαραίτητο για την υγεία των οστών, οι φυτοστερόλες μειώνουν τα επίπεδα της χοληστερόλης στο αίμα, κλπ.);

Ποτέ       Σπάνια       Συχνά       Πάντοτε

29. Αξιολόγησε του λόγους για τους οποίους αποφεύγεις την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην επκέτα των τροφίμων:

		Λίγο → Πολύ				
1	Δεν έχω χρόνο	1	2	3	4	5
2	Δυσκολεύομαι να τις καταλάβω	1	2	3	4	5
3	Γνωρίζω τη σύσταση των τροφίμων που αγοράζω	1	2	3	4	5
4	Πιστεύω πως δεν είναι αληθινές	1	2	3	4	5
5	Δεν μπορώ να διαβάσω τα μικρά τους γράμματα	1	2	3	4	5
6	Δεν με ενδιαφέρουν	1	2	3	4	5

30. Αξιολόγησε πόσο σε χαρακτηρίζει κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις, όταν πραγματοποιείς αγορές τροφίμων:

Διαφωνώ —→ Συμφωνώ απόλυτα

1	Ελέγχω πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων	1	2	3	4	5
2	Ελέγχω πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων	1	2	3	4	5
3	Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας	1	2	3	4	5
4	Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για σωστή διατροφή	1	2	3	4	5
5	Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για την υγεία μου	1	2	3	4	5
6	Δεν αγοράζω ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες	1	2	3	4	5
7	Επιλέγω μόνο συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες	1	2	3	4	5
8	Δεν διαβάζω ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνω	1	2	3	4	5
9	Προσπαθώ να επιλέγω πάντα οικολογικές συσκευασίες	1	2	3	4	5
10	Επιλέγω πάντα συσκευασίες από ανακυκλωσιμά υλικά	1	2	3	4	5
11	Προσπαθώ να επιλέγω πάντα καινοτομικές συσκευασίες	1	2	3	4	5
12	Προτιμώ πάντα τις συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα	1	2	3	4	5
13	Προτιμώ να επιλέγω τις χάρτινες συσκευασίες	1	2	3	4	5
14	Προτιμώ να επιλέγω τις γυάλινες συσκευασίες	1	2	3	4	5
15	Προτιμώ να επιλέγω τις πλαστικές συσκευασίες	1	2	3	4	5

31. Δες τη σήμανση με βάση την «Συνιστώμενη Ημερήσια Δόση - Σ.Η.Δ.» και απάντησε στις παρακάτω ερωτήσεις:

Μία μερίδα 30g περιέχει:



της Ενδεικτικής Ημερήσιας Πρόσληψης (GDA) για ενήλικες

ΕΡΩΤΗΣΗ		ΝΑΙ	ΟΧΙ
1	Το τρόφιμα είναι πολύ θερμιδογόνο;		
2	Η περιεκτικότητα σε Σάκχαρα είναι υψηλή;		
3	Η περιεκτικότητα σε Λίπη είναι περιορισμένη;		
4	Η περιεκτικότητα σε Κορεσμένα Λίπη είναι χαμηλή;		
5	Η περιεκτικότητα σε Αλάτι είναι υψηλή;		

32. Αξιολόγησε πόσο σε χαρακτηρίζει κάθε μια από τις παρακάτω προτάσεις, που είναι σχετικές με την ετικέτα των τροφίμων:

Καθόλου ————— Πάρα πολύ

1	Διαβάζοντας τις ετικέτες νιώθω πιο σίγουρος/η, επειδή ξέρω ακριβώς τι τρώω	1	2	3	4	5
2	Διαβάζω τις ετικέτες, γιατί αυτό με βοηθάει να έχω έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής	1	2	3	4	5
3	Διαβάζοντας τις ετικέτες επιτυγχάνω μεγαλύτερο έλεγχο στη διαίτά μου	1	2	3	4	5
4	Η ανάγνωση των ετικετών έχει για μένα εκπαιδευτικό ρόλο	1	2	3	4	5
5	Δεν είναι εύκολο για μένα να διαβάζω τις ετικέτες των τροφίμων	1	2	3	4	5
6	Οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες	1	2	3	4	5
7	Τα σύμβολα στις ετικέτες των τροφίμων είναι αρκετά συγκεχυμένα	1	2	3	4	5
8	Η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύ επιστημονική	1	2	3	4	5

33. Τι προτείνεις να βελτιωθεί στην ετικέτα των τροφίμων (μέχρι 2 επιλογές)

1	Να δίνονται ποιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο	
2	Να χρησιμοποιούνται πιο απλές λέξεις	
3	Οι περισσότερες πληροφορίες να δίνονται με νούμερα	
4	Να χρησιμοποιούν πιο πολλά σύμβολα και εικόνες	
5	Οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι	

*Ευχαριστώ για τη συμμετοχή και τον χρόνο που διέθεσες*