



ΔΙΕΘΝΕΣ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ

Εργασία που εκπονήθηκε στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας με θέμα
«Επισήμανση & Διατροφική Ετικέτα Τροφίμων»



Επιμέλεια: Καττιμέρη Άντρεα

Λαζαρίδου Σοφία

Λάσκαρη Ελένη

Επιβλέπων καθηγητής: Κυρανάς Ευστράτιος

Σύνδος 2019

*«Είμαστε ό,τι τρώμε. Και αυτό που τρώμε
καθορίζει τις σκέψεις, τη ζωή μας, το
παρόν, το μέλλον και το πεπρωμένο μας.»*

*Alexis Carrel (1873 – 1944)
βραβείο Νόμπελ Φυσιολογίας και Ιατρικής*

“To eat is a necessity, but to eat intelligently is an art”

*Francois de La Rochefoucauld Γάλλος
συγγραφέας (1613 – 1680)*

Ευχαριστίες

Πρώτα απ' όλα θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους όσους συνέβαλαν με κάθε τρόπο στην συγγραφή της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Αρχικά, ευχαριστούμε θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μας για την πολύτιμη βοήθειά του, την γενικότερη στήριξη, καθοδήγηση και εμπιστοσύνη του.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε ακόμα όλους τους καθηγητές του τμήματος Διατροφής και Διαιτολογίας για τις γνώσεις που μας προσέφεραν όλα αυτά τα χρόνια, αλλά και όλους αυτούς που δέχτηκαν να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια της εργασίας μας.

Τέλος, το μεγαλύτερο ευχαριστώ το οφείλουμε στην οικογένεια μας και τους αγαπημένους μας ανθρώπους, οι οποίοι βρίσκονταν δίπλα μας σε όλα τα φοιτητικά μας χρόνια και μας στήριζαν με κάθε τρόπο δίνοντας μας ψυχική δύναμη και ενθάρρυνση.

Περίληψη

Σκοπός: Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας διερευνήθηκαν οι απόψεις των καταναλωτών κυρίως των νομών Καβάλας, Λέσβου και άλλων πόλεων της Κύπρου που σχετίζονται με την διατροφική ετικέτα των τροφίμων.

Μεθοδολογία: Η μελέτη αυτή βασίστηκε σε δείγμα μεγέθους 1200 καταναλωτών, που προέκυψε μέσω τυχαίας δειγματοληψίας. Το δείγμα αποτελείται από 718 γυναίκες και 482 άνδρες ηλικίας άνω των 18 ετών. Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της συμπλήρωσης ερωτηματολογίου κατά το πρώτο εξάμηνο του 2019. Ειδικότερα, στα προαναφερθέντα 1200 άτομα υποβλήθηκαν 33 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Ακολούθησε επεξεργασία του δείγματος και παρουσίαση των ευρημάτων με τεχνικές της περιγραφικής στατιστικής, καθώς και συγκριτικές αναλύσεις των μεταβλητών μέσω του τεστ ανεξαρτησίας χ^2 . Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ορίστηκε σε $p=0,05$. Οι αναλύσεις πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση του στατιστικού πακέτου Statistical Package for the Social Sciences (SPSS for Windows, release 25).

Αποτελέσματα: Τα κυριότερα αποτελέσματα της έρευνας συνοψίζονται στα εξής: Το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο, η κατάσταση υγείας και η φυσική κατάσταση φάνηκε να επηρεάζουν έως ένα βαθμό την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας, ενώ η χώρα διαμονής και ο ΔΜΣ δεν την επηρεάζουν σημαντικά.

Συμπεράσματα: Οι σύγχρονοι καταναλωτές γνωρίζουν την υποχρεωτική ύπαρξη της ετικέτας πάνω στα προσυσκευασμένα τρόφιμα και συχνά ενδιαφέρονται να διαβάσουν κάποιες πληροφορίες της. Οι γυναίκες είναι πιο ευαισθητοποιημένες στην ανάγνωση των ετικετών, διότι συνήθως αναλαμβάνουν αυτές την αγορά και προετοιμασία του φαγητού. Επίσης, τα άτομα μικρότερης ηλικίας είναι πιο ενημερωμένα, ενδεχομένως λόγω της συχνότερης χρήσης της τεχνολογίας. Ωστόσο, υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό ατόμων που δεν ερμηνεύει σωστά τις πληροφορίες για τα τρόφιμα, καθώς επίσης και ένα άλλο ποσοστό που ακόμα δεν τις εμπιστεύεται.

Λέξεις κλειδιά: διατροφική ετικέτα, διατροφική δήλωση, επισήμανση, τρόφιμα, διατροφικοί ισχυρισμοί, ισχυρισμοί υγείας.

Abstract

Objectives: This senior thesis analyses the consumer's views about the food labeling, especially in the Greek districts of Kavala, Lesvos and other cities of the country of Cyprus.

Method: This study was based on a sample of 1200 consumers, which was obtained by random sampling. The sample consists of 718 women and 482 men over the age of 18 years. The research method used was that of questionnaire filling in the first half of 2019. In particular, 1,200 individuals were asked 33 closed-ended questions. Afterwards, a thorough analysis of the sample followed along with the representation of the results via descriptive statistics techniques, as well as comparative analyzes of variables using the χ^2 independence test. Statistical significance level was set at $p = 0.05$. Analyzes were performed using the Statistical Package for the Social Sciences statistical package (SPSS for Windows, release 25).

Results: The main findings of the study are summarized as follows; Gender, educational background, health and physical condition appeared to influence to some extent the reading of the nutrition label, while country of residence and BMI did not significantly affect it.

Conclusions: Modern consumers are aware of the mandatory labeling on pre-packaged foods and are often interested in reading some of its information. Women though are more aware of reading labels because they usually take over the purchase and preparation of food. Younger people are also more up-to-date, possibly due to more frequent use of technology to their daily life. However, there is a large percentage of people who do not interpret food information correctly, as well as another percentage who still do not trust them.

Key Words: food, labeling, nutrition label, nutrition claim, health claims

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι	9
1.1. Ιστορική στοιχεία για τη επισήμανση των τροφίμων	10
1.2. Νομοθετικό πλαίσιο	10
1.2.1. Σκοπός της επισήμανσης των τροφίμων	15
1.3. Η επισήμανση των τροφίμων	16
1.3.1. Ποσοτική αναγραφή των συστατικών	19
1.3.2. Αναγραφή καθαρής ποσότητας προϊόντος	19
1.3.3. Ημερομηνία ελάχιστης διαθεσιμότητας και τελική ημερομηνία ανάλωσης.....	20
1.3.4. Ουσίες με αλλεργιογόνο δράση.....	21
1.3.5. Εξαιρέσεις για την αναγραφή της ετικέτας τροφίμων	23
1.3.6. Τρόπος αναγραφής των πληροφοριών	25
1.3.7. Αναγραφή της ετικέτας τροφίμων με την μέθοδο Traffic Lights	27
1.3.8. Διατροφική επισήμανση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας τροφίμων	29
1.4. Διατροφικοί ισχυρισμοί και ισχυρισμοί υγείας	30
1.4.1. Περιορισμοί στην αναγραφή των ισχυρισμών	35
1.5. Πρόσθετες πληροφορίες στη συσκευασία τροφίμων	38
1.5.1. Ραβδωτός ή γραμμωτός κώδικας (Barcode).....	38
1.5.2. Βιολογικά προϊόντα	40
1.5.3. Ανακύκλωση	40
1.6. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από την αναγραφή της διατροφικής ετικέτας	42
1.7. Έρευνα FLABEL	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ	46
2.1. Σκοπός της έρευνας.....	47
2.1.1. Μεθοδολογία της έρευνας	47
2.2. Αποτελέσματα στατιστικής ανάλυσης ερωτηματολογίων	48
Α. Γενικά χαρακτηριστικά δείγματος.....	48
Β. Γνώσεις, απόψεις και επιρροές του δείγματος σχετικά με την ετικέτα τροφίμων	68

2.3. Αποτελέσματα συσχετίσεων	85
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ	103
3.1. Αποτελέσματα	104
3.2. Συζήτηση	106
Βιβλιογραφία	108
Παράρτημα Ι	111

Εισαγωγή

Η ανάπτυξη, αλλά και η διατήρηση μιας καλής κατάστασης υγείας του ανθρώπινου οργανισμού είναι άμεσα εξαρτημένη με την ποιότητα της διατροφής του, καθώς και την ποικιλία των θρεπτικών ουσιών που προσλαμβάνει από αυτήν.

Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότεροι άνθρωποι έχουν αντιληφθεί τον ρόλο της σωστής διατροφής στην καλή υγεία, την ευεξία και την μακροζωία. Καθημερινά οι καταναλωτές βομβαρδίζονται από πληθώρα μηνυμάτων, από τους ειδικούς υγείας, τους οργανισμούς και τις εταιρίες, σχετικά με το τι περιλαμβάνει μια υγιεινή διατροφή, τι πρέπει να περιέχει το διαιτολόγιο, αλλά και τι πρέπει να αποφευχθεί. Άλλοτε αυτά τα μηνύματα είναι αληθή και άλλοτε παραπλανητικά με στόχο την ικανοποίηση των συμφερόντων των βιομηχανιών. Παράλληλα οι σύγχρονοι ρυθμοί ζωής, οι πολλές ώρες εργασίας και οι καθημερινές υποχρεώσεις, δυσκολεύουν όλο και περισσότερο το μέσο άνθρωπο να κάνει τις σωστές διατροφικές επιλογές και να αφιερώσει χρόνο στην προετοιμασία του γεύματος του. Το γεγονός αυτό οδηγεί όλο και πιο συχνά στην κατανάλωση έτοιμων, συσκευασμένων γευμάτων. Ωστόσο, κάθε καταναλωτής έχει το δικαίωμα να γνωρίζει ακριβώς την σύσταση και την περιεκτικότητα κάθε τροφίμου, ώστε να είναι ικανός να κρίνει και να επιλέξει ορθότερα τα τρόφιμα, τα οποία θα καταναλώσει καθημερινά στο πρόγραμμα της διατροφής του.

Με βάση τα παραπάνω είναι κατανοητή η αναγκαιότητα της διατροφικής ετικέτας σε κάθε συσκευασμένο τρόφιμο που διακινείται στο εμπόριο και πρόκειται να αγοραστεί και να καταναλωθεί. Η επισήμανση των τροφίμων αποτελεί την έμμεση επικοινωνία του παραγωγού με τον καταναλωτή. Όμως, η ύπαρξη μόνο της ετικέτας δεν αρκεί, καθώς η ορθή ανάγνωση της από τον καταναλωτή είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την αποτελεσματικότητα της. Για παράδειγμα, μπορεί να βοηθήσει στην καταπολέμηση της παχυσαρκίας, του διαβήτη, της υπέρτασης και της υπερχολιστερολαιμίας, ενώ άτομα με τροφικές αλλεργίες ή/και δυσανεξίες μπορούν να αποφύγουν τα ακατάλληλα γι αυτούς τρόφιμα. Τέλος, για την προστασία των πολιτών, των παραγωγών και των εταιριών, οι διατροφικές επισημάνσεις διέπονται από ορισμένες νομολογίες. Οι νομολογίες αυτές είναι απαραίτητο να ακολουθούνται πιστά από τους αρμόδιους, προκειμένου να επιτευχθεί η ομαλή λειτουργία του συστήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

1.1. Ιστορική στοιχεία για τη επισήμανση των τροφίμων

Από τα αρχαία χρόνια μέχρι και την βιομηχανική επανάσταση το μοναδικό τρόφιμο με επισήμανση ήταν το ψωμί, το οποίο έφερε την στάμπα με τα αρχικά του παραγωγού, κυρίως για φορολογικούς σκοπούς και για την απόδειξη του βάρους. Ο καταναλωτής για να διαπιστώσει την ποιότητα των τροφίμων χρησιμοποιούσε τις αισθήσεις του (όσφρηση, γεύση, αφή και όραση), αλλά και την προσωπική σχέση εμπιστοσύνης που είχε με τον παραγωγό (Βαρουφάκης, 2005). Στην ρωμαϊκή αυτοκρατορία οι νόμοι που είχαν θεσπιστεί στόχευαν στην μείωση της απάτης των καταναλωτών και βασιζόταν στο λατινικό ρητό “caveat emptor”, που σήμαινε “Ας προσέξει ο αγοραστής”. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ήταν, ότι το ψωμί πωλούταν σε σκαλιά μέσα στην πόλη και σε όσο πιο ψηλό σκαλί βρισκόταν, τόσο ανώτερο ποιοτικά, αλλά και οικονομικά ήταν. Επίσης, το κρασί ήταν ένα ακόμα αγαθό το οποίο έπρεπε να φέρει τα στοιχεία του παραγωγού χαραγμένα στο δοχείο καθώς μεταφερόταν σε μακρινές αποστάσεις (Moore, 2001).

Αργότερα, εξαιτίας της ανάπτυξης του διεθνούς εμπορίου, αλλά και της μείωσης της φορολογίας στα τρόφιμα και στα αγροτικά προϊόντα τον 20 αιώνα, υπήρξε επιτακτική ανάγκη για την θέσπιση κανονισμών και περιορισμών, ώστε τα προϊόντα που εισάγονταν σε κάθε χώρα να είναι αντάξια των κανονισμών και της ποιότητας που είχε ορίσει (Τσακλαγκάνος, 2005). Σε διεθνές επίπεδο, οι οδηγίες για την επισήμανση των τροφίμων διατυπώθηκαν με τον κώδικα διατροφής “Codex Alimentarius” το 1985 και, έπειτα, αναθεωρήθηκαν το 1991. Ο κώδικας προέκυψε από την συνεργασία του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας (FAO- Food and Agriculture Organization) και του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας των Ηνωμένων Εθνών (WHO- World Health Organization) (Standard).

1.2. Νομοθετικό πλαίσιο

Η χρήση της ετικέτας τροφίμων είναι εξαιρετικά σημαντική, καθώς αποτελεί μια μορφή επικοινωνίας του παραγωγού με τον καταναλωτή. Μέσω της ετικέτας παρέχονται στον καταναλωτή απαραίτητες πληροφορίες για το προϊόν, δίνοντας του την δυνατότητα να το κρίνει ο ίδιος, βάσει των χαρακτηριστικών του. Σύμφωνα με τον FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (FAO, 2013):

«Ο διεθνής αποδεκτός ορισμός της επισήμανσης τροφίμων αφορά οποιαδήποτε σήμανση, εμπορικό σήμα, σήμα, εικόνα ή άλλη περιγραφική, η οποία είναι γραπτή, έντυπη, διάτρητη, σημειωμένη, ανάγλυφη, αποτυπωμένη ή τοποθετημένη σε συσκευασία ή τον περιέκτη του τροφίμου. Η ετικέτα τροφίμων περιλαμβάνει οποιοδήποτε γραπτό, τυπωμένο ή εικονογραφημένο σήμα υπάρχει στην ετικέτα, συνοδεύει το τρόφιμο ή εμφανίζεται κοντά στο τρόφιμο, συμπεριλαμβανομένων αυτών που σκοπεύουν στην προώθηση για την πώληση ή την διάθεση του.»

Η οποιαδήποτε αναγραφή καθορίζεται από ορισμένους κανόνες και οδηγίες, προκειμένου να μην γίνεται ανεξέλεγκτα, ώστε να παρέχεται όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ασφάλεια για τον καταναλωτή και παράλληλα να εξασφαλίζεται η αξιοπιστία των εταιριών. Οι οδηγίες και οι κανόνες θεσπίζονται από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ισχύουν για όλα τα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, επομένως και για την Ελλάδα και την Κύπρο.

- Επιπλέον, λόγω της εξέλιξης της επιστήμης και τα νέα δεδομένα που προκύπτουν συνεχώς, είναι δυνατή η κατάργηση, η τροποποίηση ή/και η ψήφιση νέων κανονισμών και οδηγιών, προκειμένου να βελτιώνεται η ποιότητα των πληροφοριών που παρέχονται στον καταναλωτή. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Κανονισμό 178/2002 (ΕΚ, 2002) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 28ης Ιανουαρίου 2002, ιδρύθηκε η Ευρωπαϊκή Αρχή για την ασφάλεια των Τροφίμων και τον καθορισμό διαφόρων σχετικών διαδικασιών (ΕΚ, EUR-Lex, 2002). Ως γενική αρχή της νομοθεσίας, ορίστηκε η ύπαρξη βάσης ώστε οι καταναλωτές να είναι σε θέση να επιλέγουν τα τρόφιμα που καταναλώνουν γνωρίζοντας βασικές πληροφορίες για αυτά, χωρίς, ωστόσο, να επηρεάζονται από παραπλανητικές πρακτικές. Βάσει αυτού το κανονισμού ισχύουν τα εξής (ΕΚ, EUR-Lex, 2002):
- Η Αρχή είναι ένας ανεξάρτητος επιστημονικός πόλος αναφοράς, σχετικά με την αξιολόγηση των κινδύνων στα τρόφιμα. Τα θεσμικά όργανα της Κοινότητας και τα κράτη μέλη μπορούν να ζητήσουν την γνώμη της Αρχής πάνω σε φλέγοντα θέματα επιστημονικού περιεχομένου, προκειμένου να ενημερωθούν, σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες αποφάσεις, για την σωστή διαχείριση των κινδύνων. Με αυτόν τον τρόπο, εξασφαλίζεται η ασφάλεια

για τα τρόφιμα και τους καταναλωτές, αλλά και η ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς με την ελεύθερη διακίνηση των τροφίμων.

- Με την λειτουργία της Αρχής τα κράτη μέλη έχουν την δυνατότητα να είναι πιο ενεργά στις επιστημονικές διαδικασίες. Συγκεκριμένα, η Αρχή έχει την δυνατότητα να αναθέτει κάποιες υποχρεώσεις σε κράτη μέλη, ενισχύοντας έτσι τις σχέσεις τους, με αποτέλεσμα να υπάρχει καλύτερη συνεργασία ανάμεσα τους, αλλά και πρόοδος όσον αφορά την ασφάλεια των τροφίμων. Επιπλέον, κράτη τα οποία δεν είναι μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης μπορούν να συμμετέχουν εξίσου, καθώς αναγκάζονται να εφαρμόζουν την κοινοτική νομοθεσία που ισχύει.
- Η κοινοτική πολιτική που εφαρμόζεται, σε κάθε περίπτωση πρέπει να εξασφαλίζει την προστασία της ζωής και υγείας των ανθρώπων.
- Επιτακτική είναι η ανάγκη για τη θέσπιση μέτρων τα οποία καθορίζουν την λειτουργία συστημάτων, τα οποία εντοπίζουν και επιλύουν τυχόν προβλήματα που προκύπτουν, όσον αφορά την ασφάλεια και λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Έτσι, εξασφαλίζεται η κυκλοφορία ασφαλών τροφίμων και κατ' επέκταση, η δημόσια υγεία.
- Ο έλεγχος της ασφάλεια των τροφίμων είναι απαραίτητο να ξεκινάει από την πρωτογενή παραγωγή και να φτάνει μέχρι και την στιγμή της διάθεσης του τροφίμου στον καταναλωτή. Μόνο με αυτόν τον τρόπο μπορούν να αποφευχθούν και να αντιμετωπιστούν όλοι οι κίνδυνοι που είναι δυνατόν να εμφανιστούν σε όλα τα επίπεδα.
- Όταν, η Κοινότητα εξάγει ή επανεξάγει τρόφιμα, είναι αναγκαίο να τηρεί τη νομοθεσία και τις απαιτήσεις της χώρας που πρόκειται να εισάγει το τρόφιμο. Διαφορετικά, τα τρόφιμα εξάγονται ή επανεξάγονται μόνο με την συγκατάθεση της εισάγουσας χώρας. Σε περίπτωση επιβλαβών για την υγεία τροφίμων απαγορεύεται η εξαγωγή ή επανεξαγωγή των τροφίμων.
- Καθήκον της Αρχής είναι να ενισχύει και να βελτιώνει το επιστημονικό και τεχνικό σύστημα, καθώς πολλές φορές δεν μπορεί να ανταπεξέλθει πλήρως στις ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις. Τα ζητήματα που προκύπτουν για την ασφάλεια και την υγεία είναι πλέον πιο απαιτητικά και πολύπλοκα.

Τέλος, έχουν οριστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση και το Ευρωπαϊκό γενικοί ορισμοί για βασικά στοιχεία στην επισήμανση των τροφίμων, ώστε να είναι ξεκάθαρη η σημασία τους για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Μερικοί από αυτούς είναι (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011):

- Υποχρεωτικές πληροφορίες για τα τρόφιμα: τα χαρακτηριστικά που διέπουν κάθε τρόφιμο και πρέπει να παρέχονται στον τελικό καταναλωτή, όπως καθορίζουν οι κανονισμοί της Ένωσης.
- Μονάδα μαζικής εστίασης: Οποιοσδήποτε χώρος, όπως οχήματα ή κινητοί ή σταθεροί πάγκοι πώλησης, εστιατόρια, καντίνες, σχολεία, ξενοδοχεία, νοσοκομεία και επιχειρήσεις, όπου δραστηριοποιούνται επαγγελματικά με την μαζική εστίαση και παρασκευάζονται τρόφιμα για άμεση κατανάλωση από τον τελικό καταναλωτή.
- Προσυσκευασμένο τρόφιμο: Αποτελεί ένα τρόφιμο και η συσκευασία στην οποία έχει τοποθετηθεί κατά την παρασκευή του πριν από την διάθεση του προς πώληση. Η συσκευασία αυτή μπορεί να καλύπτει το τρόφιμο εξ ολοκλήρου ή εν μέρει, αλλά με τέτοιο τρόπο, που να μην μπορεί να τροποποιηθεί το περιεχόμενο της συσκευασίας, χωρίς να ανοιχθεί η ίδια η συσκευασία. Τα τρόφιμα, που με επιθυμία του ίδιου του καταναλωτή συσκευάστηκαν στον τόπο πώλησης ή προσυσκευάστηκαν με σκοπό την άμεση πώληση τους δεν αποτελούν προσυσκευασμένα τρόφιμα.
- Οπτικό πεδίο: Αποτελείται από τις επιφάνειες μιας συσκευασίας που μπορούν να διαβαστούν από μία οπτική γωνία.
- Κύριο οπτικό πεδίο: Είναι το οπτικό πεδίο μιας συσκευασίας το οποίο είναι πιθανότερο να τραβήξει την προσοχή του καταναλωτή με την πρώτη ματιά κατά τη διάρκεια της αγοράς και μέσω αυτού ο καταναλωτής μπορεί να αναγνωρίζει άμεσα το είδος και την εμπορική ονομασία του προϊόντος. Όταν, μία συσκευασία έχει περισσότερα από ένα κύρια οπτικά πεδία τα οποία είναι παρόμοια μεταξύ τους, τότε το κύριο οπτικό πεδίο αποτελεί αυτό που καθορίζει ο υπεύθυνος επιχείρησης τροφίμων.
- Θρεπτική ουσία: Είναι οι παρακάτω κατηγορίες ουσιών ή μπορεί να είναι συστατικά και ουσίες που ανήκουν σε μία από αυτές τις κατηγορίες, όπως οι πρωτεΐνες, οι υδατάνθρακες, τα λιπαρά, οι εδώδιμες ίνες, το νάτριο, οι βιταμίνες, και τα ανόργανα άλατα.

- Άλλη ουσία: Αποτελεί μία ουσία που δεν είναι θρεπτική αλλά επιφέρει θρεπτικό ή φυσιολογικό αποτέλεσμα.
- Συστατικό: αποτελεί οποιαδήποτε ουσία ή προϊόν, όπως είναι οι αρωματικές ύλες, τα πρόσθετα τροφίμων, τα ένζυμα τροφίμων και οποιοδήποτε στοιχείο ενός σύνθετου συστατικού, τα οποία χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγή ή μεταποίηση ενός τροφίμου και τα οποία εξακολουθούν να υπάρχουν στο τελικό προϊόν, είτε με την αρχική τους μορφή είτε σε διαφορετική μορφή. Τα «υπολείμματα» δεν ανήκουν σε αυτή τη κατηγορία
- Σύνθετο συστατικό: αποτελεί το συστατικό που αποτελείται από περισσότερα από ένα συστατικά
- Πρωταρχικό συστατικό: αποτελεί το συστατικό ή τα συστατικά του τροφίμου που αντιστοιχούν τουλάχιστον στο 50% του τροφίμου ή αυτά που συνήθως οι καταναλωτές συνδέουν με την ονομασία του τροφίμου και για τα οποία τις πλείστες φορές απαιτείται η ποσοτική τους αναγραφή.
- Τεχνολογικά επεξεργασμένα νανουλικά: Είναι τα υλικά που παράγονται σκόπιμα και που έχουν μία ή περισσότερες διαστάσεις μεγέθους 100nm ή λιγότερο ή διαθέτουν διακριτά λειτουργικά μέρη στην επιφάνεια ή στο εσωτερικό τους με διαστάσεις των 100 nm ή λιγότερο. Σε αυτά περιλαμβάνονται, ακόμη και οι δομές, τα συσσωματώματα ή τα σύνολα, που μπορεί να διαθέτουν μέγεθος μεγαλύτερο των 100nm, όμως παράλληλα έχουν ιδιότητες χαρακτηριστικές της νανοκλίμακας.
- Υγρό κάλυψης: Το νερό, υδατικά διαλύματα αλάτων, άλμη, υδατικά διαλύματα βρώσιμων οξέων, ξίδι, υδατικά διαλύματα σακχάρων, υδατικά διαλύματα γλυκαντικών ουσιών, χυμοί φρούτων ή λαχανικών όταν το υγρό κάλυψης περιβάλλει φρούτα ή λαχανικά αντίστοιχα. Δύναται τα ανωτέρω προϊόντα να βρίσκονται σε μείγματα μεταξύ τους και σε κατάσταση κατάψυξης ή ταχείας κατάψυξης. Επίσης το υγρό δεν αποτελεί βασικό συστατικό που χρησιμοποιείται για την παρασκευή του προϊόντος αντιθέτως απλά προστίθεται σε αυτό και δεν αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα για την αγορά του προϊόντος

1.2.1. Σκοπός της επισήμανσης των τροφίμων

Σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1169/2011, υπογραμμίζεται ότι ο κύριος στόχος της υποχρεωτικής αναγραφής ορισμένων πληροφοριών για τα τρόφιμα, πρέπει να είναι η παροχή της δυνατότητας για τους καταναλωτές να αναγνωρίζουν, να χρησιμοποιούν κατάλληλα και να επιλέγουν ένα τρόφιμο, το οποίο θα ανταποκρίνεται τις ατομικές τους διαιτητικές ανάγκες (ΕΕ & ΕΚ, 2011). Επιπλέον, σύμφωνα με τον ίδιο κανονισμό οι καταναλωτές πρέπει να είναι ενημερωμένοι ως προς τα τρόφιμα που καταναλώνουν, καθώς οι επιλογές τους μπορούν να επηρεαστούν υγειονομικούς, περιβαλλοντικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς και δεοντολογικούς παράγοντες (ΕΕ & ΕΚ, 2011). Παραδείγματος χάριν, το οικονομικό κριτήριο επηρεάζει πολλά άτομα σε μεγάλο βαθμό, οδηγώντας τα πολύ συχνά στην επιλογή πιο φτωχών ποιοτικά τροφίμων με βάση τις ανάγκες τους, πράγμα που δεν συμβάλει θετικά στην υγεία τους.

Με την επισήμανση των τροφίμων, σύμφωνα πάντα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αποφεύγεται η υπερπληροφόρηση ή/και η παραπληροφόρηση των καταναλωτών γύρω από τα τρόφιμα για εμπορικούς ή/και διαφημιστικούς σκοπούς. Έτσι, οι πληροφορίες που παρέχονται πάνω στο τρόφιμο πρέπει να είναι αληθείς, ως προς (ΕΕ & ΕΚ, 2011):

1. τα χαρακτηριστικά του (φύση, ταυτότητα, προέλευση, ποσότητα, διατηρησιμότητα, καταγωγή, τρόπο παρασκευής και παραγωγής),
2. τις ιδιότητες ή/και την απόδοση του,
3. την παρουσία ή απουσία ορισμένων συστατικών, καθώς μπορεί να παρουσιαστούν ως ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου προϊόντος, ενώ φυσιολογικά δεν διαφέρει από άλλα παρόμοια τρόφιμα,
4. την παρουσίαση του τροφίμου, καθώς δεν πρέπει να υπονοείται η ύπαρξη κάποιου συστατικού, μέσω περιγραφής, εμφάνισης, εικονογραφημένων παραστάσεων, ενώ δεν υπάρχει ή έχει υποκατασταθεί από ένα άλλο.

Η οδηγία 2005/29/ΕΚ του Ευρωπαϊκού και του Συμβουλίου της 11ης Μαΐου 2005, στοχεύει στην ρύθμιση της εσωτερικής αγοράς, προκειμένου να προστατευτούν τα συμφέροντα των καταναλωτών από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές Κοινοβουλίου (ΕΚ & ΕΕ, EUR-Lex, 2005). Ως αθέμιτες εμπορικές πρακτικές ορίζονται αυτές που:

1. έρχονται σε αντιπαράθεση με τις ευσυνείδητες επαγγελματικές απαιτήσεις,
2. παραμορφώνουν την συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή προς τα προϊόντα, κυρίως οικονομικά.

Επιπλέον, μια πρακτική μπορεί να είναι παραπλανητική σε περιπτώσεις που:

1. οι αναγραφόμενες πληροφορίες είναι εσφαλμένες
2. εξαπατούν τον μέσο καταναλωτή, καθώς αν και ορθές και αληθείς, πιθανόν να οδηγήσουν τον καταναλωτή στην επιλογή ενός προϊόντος που διαφορετικά δεν θα διάλεγε.

Προκειμένου να αποφευχθούν ή/και να αντιμετωπιστούν τέτοιου είδους πρακτικές, τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει κυρώσεις για τις παραβάσεις των εθνικών διατάξεων. Οι κυρώσεις είναι αποτελεσματικές, αποτρεπτικές και αναλογικές (ΕΚ & ΕΕ, EUR-Lex, 2005).

1.3. Η επισήμανση των τροφίμων

Οι διατροφικές πληροφορίες είναι υποχρεωτικό να συμπεριλαμβάνουν διατροφικά στοιχεία, τα οποία είναι σημαντικά για τη δημόσια υγεία, όπως τα κορεσμένα λιπαρά, το νάτριο και τα σάκχαρα, σύμφωνα με την λευκή βίβλο της επιτροπής του Μαΐου του 2007 για μια Ευρωπαϊκή Στρατηγική για θέματα υγείας που έχουν σχέση με τη διατροφή, το υπερβολικό βάρος και την παχυσαρκία (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011). Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε εξαιρετικές περιπτώσεις μπορεί να συμπληρώνει την παραπάνω παράγραφο μέσω εκτελεστικών πράξεων με περισσότερα είδη ή με περισσότερες κατηγορίες τροφίμων, για τα οποία ο κατάλογος συστατικών δεν έχει κάποια χρησιμότητα στους καταναλωτές, με την προϋπόθεση ότι η παράλειψη του δεν οδηγεί σε ανεπαρκή και ασαφή ενημέρωση τους και των μονάδων μαζικής εστίασης (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011).

Σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1169/2011 η υποχρεωτική αναγραφή των πληροφοριών στα τρόφιμα πρέπει να περιλαμβάνει (ΕΕ & ΕΚ, 2011):

1. την ονομασία του τροφίμου:
 - a. «νόμιμη ονομασία»: η ονομασία του τροφίμου, όπως ορίζεται από τις νομοθεσίες, τους κανονισμούς ή οδηγίες της ευρωπαϊκής ένωσης για

το κάθε τρόφιμο ή αν δεν υπάρχουν αυτές οι ευρωπαϊκές νομοθεσίες, όπως ορίζεται από τους νόμους και τις διοικητικές και νομοθετικές διατάξεις του κράτους μέλους της ευρωπαϊκής ένωσης στο οποίο προορίζεται η πώληση του τροφίμου στον τελικό καταναλωτή ή σε μονάδες μαζικής εστίασης

- b. «συνήθης ονομασία»: είναι η αποδεκτή ονομασία, ως ονομασία του τροφίμου από τους καταναλωτές του κράτους μέλους, όπου διεκπεραιώνεται η πώληση αυτού του συγκεκριμένου τροφίμου, χωρίς να υπάρχει περαιτέρω επεξήγηση για αυτή την ονομασία. Αποτελεί την ονομασία του τροφίμου στην περίπτωση που δεν υπάρχει η νόμιμη ονομασία
 - c. «περιγραφική ονομασία»: αποτελεί την ονομασία που περιγράφει το τρόφιμο και όπου χρειάζεται όπου χρειάζεται περιγράφει και τη χρήση του, με σκοπό να μπορούν οι καταναλωτές να διακρίνουν την πραγματική φύση του προϊόντος και να το ξεχωρίζουν από άλλα πανομοιότυπα τρόφιμα, με τα οποία μπορεί να το συγχέουν. Επίσης, αποτελεί την ονομασία του τροφίμου στην περίπτωση που δεν υπάρχει η συνήθης ονομασία.
2. τον κατάλογο των συστατικών περιλαμβάνει όλα τα συστατικά του τροφίμου, τα οποία αναφέρονται με το ειδικό τους όνομα και αναγράφονται κατά φθίνουσα σειρά, ανάλογα το βάρος τους, όπως καταγράφηκαν τη στιγμή χρησιμοποίησής τους, κατά την διαδικασία παρασκευής του τροφίμου
 3. κάθε συστατικό ή βοήθημα ή ουσία του τροφίμου που χρησιμοποιείται κατά την παραγωγική ή παρασκευαστική διαδικασία του προϊόντος και μπορεί να προκαλέσει αλλεργίες ή δυσανεξίες, καθώς υπάρχει στο τελικό προϊόν σε οποιαδήποτε μορφή
 4. την ποσότητα συγκεκριμένων συστατικών ή κατηγοριών
 5. την καθαρή ποσότητα του τροφίμου
 6. την ημερομηνία ελάχιστης διαθεσιμότητας και την τελική ημερομηνία ανάλωσης
 7. ιδιαίτερες συνθήκες αποθήκευσης και χρήσης: σε συγκεκριμένα τρόφιμα όπου είναι απαραίτητες προκειμένου να διατηρηθούν και να καταναλωθούν μετά το άνοιγμα της συσκευασίας

8. το όνομα ή την επωνυμία και την διεύθυνση του υπεύθυνου της επιχείρησης
9. την χώρα καταγωγής ή προέλευσης:
 - a. «τόπος προέλευσης»: αποτελεί οποιοσδήποτε τόπος, ο οποίος επισημαίνεται, ότι προέρχεται ένα τρόφιμο και ο οποίος είναι άλλος από την χώρα καταγωγής. Στον τόπο προέλευσης ή στην χώρα καταγωγής δεν περιλαμβάνεται το όνομα, η εμπορική επωνυμία και η διεύθυνση του υπεύθυνου της επιχείρησης τροφίμων που αναγράφεται σε αυτό
10. τον αλκοολικό τίτλο για τα αλκοολούχα ποτά με περιεκτικότητα σε αιθυλική αλκοόλη μεγαλύτερη του 1,2% κατ' όγκο
11. την διατροφική δήλωση
12. οδηγίες χρήσης, εφόσον η παράλειψη τους δυσχεραίνει την σωστή χρήση και κατανάλωση του τροφίμου

Εκτός από τις υποχρεωτικές, είναι δυνατόν να αναφέρονται και άλλες πληροφορίες για συγκεκριμένα είδη τροφίμων, που ανήκουν σε ειδικές κατηγορίες. Επίσης, για τα μη προσυσκευασμένα τρόφιμα ή αυτά που συσκευάζονται στο σημείο όπου και πωλούνται, ακολουθείται η ίδια υποχρεωτική πρακτική, με την διαφορά ότι τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης μπορούν να λάβουν διαφορετικά μέτρα, όσον αφορά την διάθεση, την παρουσίαση και την έκφραση των πληροφοριών (ΕΕ & ΕΚ, 2011). Επιπροσθέτως, ο κανονισμός ισχύει για όλες τις επιχειρήσεις σε όλα τα στάδια της τροφικής αλυσίδας, που αφορούν την παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές. Κάθε τρόφιμο που προορίζεται για κατανάλωση είτε διατίθεται σε μονάδες μαζικής εστίασης εμπίπτει στον κανονισμό (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011).

Είναι σημαντικό, ακόμα και τα προϊόντα που πωλούνται εξ' αποστάσεως να αναγράφουν τις ίδιες πληροφορίες, με τον καθορισμένο τρόπο, που ισχύει και για τα τρόφιμα που πωλούνταν σε καταστήματα. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι διαθέσιμες πριν το προϊόν επιλεγθεί από κάποιον καταναλωτή, έτσι ώστε να έχει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011). Το κράτος μέλος εμπορίας επιτρέπεται να χρησιμοποιεί την ονομασία που φέρει το τρόφιμο στο κράτος μέλος παραγωγής με την οποία νόμιμα παρασκευάζεται και διατίθεται στην αγορά το διατροφικό προϊόν (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011). Σε σπάνιες περιπτώσεις το κράτος μέλος εμπορίας δεν χρησιμοποιεί την ονομασία που κατέχει το τρόφιμο στο κράτος μέλος παραγωγής. Αυτό συμβαίνει όταν, το τρόφιμο που φέρει αυτή την ονομασία στο

κράτος μέλος παραγωγής, διαφέρει πάρα πολύ είτε ως προς την σύνθεση του είτε ως προς την παρασκευή του, από το τρόφιμο που φέρει αυτή την ονομασία στο κράτος μέλος εμπορίας (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011). Με αποτέλεσμα να μην παρέχεται επαρκής και ορθή ενημέρωση στους καταναλωτές του κράτους μέλους εμπορίας.

1.3.1. Ποσοτική αναγραφή των συστατικών

Η υποχρεωτική ποσοτική αναγραφή του συστατικού ή της κατηγορίας συστατικών που συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία ή στην επεξεργασία ενός τροφίμου απαιτείται, όταν διακρίνονται στην επισήμανση με λέξεις, εικόνες ή με γραφική απεικόνιση και όταν, έχουν ουσιαστική σημασία για τον χαρακτηρισμό ενός τροφίμου και για την διάκριση του από άλλα προϊόντα με τα οποία μπορεί να συγχέεται λόγω της ονομασίας ή εμφάνισης του (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011). Η υποχρεωτική ποσοτική αναγραφή των συστατικών δεν ισχύει για:

- κάθε συστατικό ή κατηγορία συστατικών που καλύπτεται από την ένδειξη «με γλυκαντικά» ή «με σάκχαρα και γλυκαντικά» και όταν η ένδειξη αυτή συνοδεύει την ονομασία του τροφίμου.
- κάθε βιταμίνη ή ανόργανο στοιχείο που προστίθεται και που περιλαμβάνεται στη διατροφική δήλωση.

Η αναγραφή εκφράζεται σε ποσοστό, το οποίο αντιστοιχεί στην ποσότητα του συστατικού ή της κατηγορίας των συστατικών τη στιγμή της χρησιμοποίησης του και η ένδειξη αυτή, εμπεριέχεται στην ονομασία του τροφίμου, δίπλα από αυτήν ή στον κατάλογο συστατικών μαζί με το συστατικό ή την κατηγορία συστατικών (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011).

1.3.2. Αναγραφή καθαρής ποσότητας προϊόντος

Η αναγραφή της καθαρής ποσότητας του προϊόντος εκφράζεται σε μονάδες μέτρησης όγκου για τα υγρά τρόφιμα (λίτρα, εκατοστόλιτρα, χιλιοστόλιτρα) και σε μονάδες μέτρησης μάζας για τα στερεά προϊόντα (γραμμάρια και χιλιόγραμμα) (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011). Προκειμένου, να εξασφαλιστεί η κατανόηση των πληροφοριών από τους καταναλωτές, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει ορίσει διαφορετικό

τρόπο σε συγκεκριμένα τρόφιμα εκφράζονται με διαφορετικό μπορεί να ορίζει διαφορετικό τρόπο έκφρασης της καθαρής ποσότητας του προϊόντος από τον παραπάνω, με σκοπό την εξασφάλιση καλύτερης κατανόησης των πληροφοριών που επισημαίνονται στα προϊόντα από τον καταναλωτή (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Στην περίπτωση που μια συσκευασία περιέχει δύο ή περισσότερα αυτοτελή τεμάχια προσυσκευασμένων τροφίμων στην ίδια ποσότητα, τότε η αναγραφή της καθαρής ποσότητας γίνεται με αναφορά της καθαρής ποσότητας που περιλαμβάνει κάθε συσκευασία και με αναφορά του ολικού αριθμού των αυτοτελών συσκευασιών που περιλαμβάνει η μεγαλύτερη συσκευασία (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Όταν, τουλάχιστον μία αναγραφή της καθαρής ποσότητας που εμπεριέχεται σε κάθε αυτοτελή συσκευασία διακρίνεται ξεκάθαρα απέξω, δεν είναι υποχρεωτική η δήλωση αυτών των στοιχείων (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

1.3.3. Ημερομηνία μέγιστης διαθεσιμότητας και τελική ημερομηνία ανάλωσης

Η ημερομηνία μέγιστης διαθεσιμότητας αναγράφεται με την ένδειξη «ανάλωση κατά προτίμηση πριν από...» και ημερομηνία ανάλωσης «ανάλωση κατά προτίμηση πριν από το τέλος...» (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Στην περίπτωση που παρέλθει η τελική ημερομηνία ανάλωσης το τρόφιμο θεωρείται μη ασφαλές.

Στην περίπτωση της διάθεσης στην αγορά ευαλλοιώτων προϊόντων, που φέρουν μικροβιολογικούς κινδύνους μετά από ορισμένο και σύντομο χρονικό διάστημα, συνίσταται η αναγραφή της ελάχιστης διατηρησιμότητας, έναντι της ημερομηνίας λήξης (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Ισχύει σε περιπτώσεις, όπου:

1. η συντήρηση τους προϊόντος γίνεται κάτω από ειδικές συνθήκες, οι οποίες και πρέπει να αναγράφονται
2. το προϊόν πρόκειται να χρησιμοποιηθεί μετά το άνοιγμα της συσκευασίας του, οπότε και πρέπει να αναγράφονται οι συνθήκες διατήρησης και η προθεσμία κατανάλωσης, πριν και μετά το άνοιγμα (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Τρόφιμα που δεν απαιτούν την αναγραφή της ελάχιστης διατηρησιμότητας είναι (EE & EK, EUR-Lex, 2011):

1. Νωπά φρούτα, λαχανικά και πατάτες, τα οποία δεν έχουν υποστεί αποφλοιώση, κοπή ή κάποια άλλη παρόμοια επεξεργασία. Εξαιρούνται οι βλαστάνοντες σπόροι και παρόμοια προϊόντα όπως τα φύτρα ψυχανθών.
2. Οίνοι, λικέρ, αφρώδεις οίνοι, αρωματικοί οίνοι και παρόμοια προϊόντα από φρούτα, εκτός το σταφύλι.
3. Ποτά με 10% περιεκτικότητα κατά όγκο σε αιθυλική αλκοόλη
4. Προϊόντα αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής, που καταναλώνονται συνήθως μέσα σε 24 ώρες από την παρασκευή τους
5. Ξίδι
6. Μαγειρικό αλάτι
7. Σάκχαρα σε στερεά μορφή
8. Τα σακχαρώδη προϊόντα από αρωματισμένα ή/και χρωματισμένα σάκχαρα
9. Τσίχλες και παρόμοια προϊόντα που προορίζονται για μάσημα

Η ημερομηνίες δεν αναγράφονται σε κωδικοποιημένη μορφή και δηλώνονται με συγκεκριμένη σειρά από την ημέρα, τον μήνα και όπου, επιτρέπει η φύση του προϊόντος τόσο μεγάλη διατήρηση, του έτους (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Στα τρόφιμα που διατηρούνται λιγότερο από τρεις μήνες αναγράφεται η ημέρα και ο μήνας, ενώ στα τρόφιμα που διατηρούνται περισσότερο από τρεις μήνες και λιγότερο από 18 μήνες αναγράφεται μόνο το έτος (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

1.3.4. Ουσίες με αλλεργιογόνο δράση

Όσον αφορά τα αλλεργιογόνα συστατικά που περιέχονται στα τρόφιμα, τα οποία μπορεί να είναι φυσικά ή τεχνητά, ακόμα και όταν εξακολουθούν να παραμένουν στα προϊόντα μετά την επεξεργασία τους, αποτελούν κίνδυνο για την υγεία των καταναλωτών. Επομένως, είναι υποχρεωτική η παροχή αυτών των πληροφοριών, προκειμένου να αποφευχθούν αλλεργίες ή δυσανεξίες (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Είναι αναγκαία η υπογράμμιση των αλλεργιογόνων μέσω διαφορετικής γραμματοσειράς ή μορφής ή χρώματος του φόντου, ώστε να διακρίνεται από τον υπόλοιπο κατάλογο συστατικών. Όταν δεν υπάρχει κατάλογος συστατικών, η αναγραφή των υποχρεωτικών ενδείξεων των τροφίμων για κάθε συστατικό ή τεχνολογικό βοήθημα ή ουσία, που περιλαμβάνεται στο τρόφιμο και που προστίθεται σε αυτό κατά την παραγωγική ή παρασκευαστική διαδικασία του και μπορεί να

προκαλέσει αλλεργίες ή δυσανεξίες, καθώς εξακολουθεί να υπάρχει στο τελικό προϊόν σε οποιαδήποτε μορφή, επιτυγχάνεται με τη χρήση της λέξης «περιέχει» η οποία ακολουθείται από την ονομασία της ουσίας ή του προϊόντος όπως προβλέπεται στον παραπάνω πίνακα με τις αλλεργιογόνες ουσίες. Όταν διάφορα συστατικά ή τεχνολογικά βοηθήματα τροφίμων προέρχονται μόνο από ένα προϊόν ή από μία μόνο ουσία, από αυτές που απαριθμούνται στις αλλεργιογόνες ουσίες πιο πάνω, θα πρέπει να διευκρινίζεται στην επισήμανση για κάθε σχετικό συστατικό ή τεχνολογικό βοήθημα (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Ουσίες που συχνά παρουσιάζουν τέτοιου είδους δράση είναι (EE & EK, EUR-Lex, 2011):

Πίνακας 1 Συνήθεις ουσίες που προκαλούν αλλεργίες ή δυσανεξίες στον άνθρωπο

Ουσίες	Προϊόντα	Εξαιρούνται
Δημητριακά που περιέχουν γλουτένη	σιτάρι, σίκαλη, κριθάρι, βρώμη, όλυρα, σιτηρό kamut, ή υβριδικές ποικιλίες τους και προϊόντα με βάση αυτά τα δημητριακά	σιρόπια γλυκόζης με βάση το σιτάρι, σιρόπια γλυκόζης με βάση το κριθάρι, σιτηρά για την παρασκευή αλκοολούχων αποσταγμάτων και η αιθυλική αλκοόλη γεωργικής προέλευσης
Καρκινοειδή	προϊόντα με βάση τα καρκινοειδή	
Αυγά	προϊόντα με βάση τα αυγά	
Ψάρια	προϊόντα με βάση τα ψάρια	η ζελατίνη ψαριών που χρησιμοποιείται ως φορέας σκευασμάτων βιταμινών ή καροτενοειδών καθώς και η ζελατίνη ψαριών και η ιχθυόκολλα που χρησιμοποιείται ως διαυγαστικό μέσο σε μπίρες και οίνους
Αράπικα φιστίκια	προϊόντα με βάση τις αραχίδες	
Σόγια	προϊόντα με βάση τη σόγια	το πλήρως ραφινρισμένο σογιέλαιο, λίπη που προέρχονται από σόγια, τοκοφερόλες αναμειγμένες με φυσικό τρόπο (E306), φυσική D-άλφα τοκοφερόλη, φυσική D-άλφα οξική τοκοφερόλη, φυσική D-άλφα ηλεκτρική τοκοφερόλη από σπέρματα σόγιας, φυτοστερόλες και φυτοστερολεστέρες από φυτικά έλαια από σπέρματα σόγιας,

		φυτοστανολεστέρα από στερόλες φυτικών ελαίων από σπέρματα σόγιας
Γάλα	προϊόντα με βάση το γάλα (λακτόζη)	ο ορός γάλακτος για την παραγωγή αλκοολούχων αποσταγμάτων και η αιθυλική αλκοόλη γεωργικής προέλευσης και η λακτιτόλη
Ξηροί καρποί με κέλυφος	αμύγδαλα, φουντούκια, καρύδια, καρύδια κάσιους, καρύδια πεκάν, καρύδια Βραζιλίας, φιστικιά, καρύδια μακαντάμια, καρύδια κουίνσλαντ και προϊόντα με βάση αυτά	καρποί που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αλκοολούχων αποσταγμάτων ακόμη και η αιθυλική αλκοόλη γεωργικής προέλευσης
Σέλινο	προϊόντα με βάση το σέλινο	
Σινάπι	προϊόντα με βάση το σινάπι	
Σπόροι σησαμιού	προϊόντα με βάση τους σπόρους σησαμιού	
Το διοξείδιο του θείου και οιθειώδεις ενώσεις	στα προϊόντα με συγκεντρώσεις μεγαλύτερες των 10 mg/kg ή 10 mg/l	
Λούπινο	προϊόντα με βάση το λούπινο	
Μαλάκια	προϊόντα με βάση τα μαλάκια	

Η επιτροπή επανεξετάζει συστηματικά και όταν, είναι απαραίτητο ενημερώνει τον πιο πάνω κατάλογο προκειμένου να διασφαλίζεται εκτενέστερη και ακριβέστερη πληροφόρηση του καταναλωτή με βάση τα νέα δεδομένα συμπεριλαμβανομένου τις νέες επιστημονικές προόδους και ανακαλύψεις (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

1.3.5. Εξαιρέσεις για την αναγραφή της ετικέτας τροφίμων

Οι κανόνες για την επισήμανση εφαρμόζονται σε όλα τα τρόφιμα ορισμένων κατηγοριών και σε ιδιαίτερες συνθήκες, ενώ υπάρχουν και ειδικοί κανονισμοί για συγκεκριμένα τρόφιμα (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Εξάιρεση για την επισήμανση αποτελούν:

1. τρόφιμα μη επεξεργασμένα, όπως φρέσκα φρούτα ή λαχανικά,
2. όσα τρόφιμα, των οποίων οι πληροφορίες δεν είναι καθοριστικές για την επιλογή τους,
3. όσων η συσκευασία είναι πολύ μικρή (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Επίσης, η αναγραφή του κατάλογου συστατικών δεν είναι απαραίτητη σε:

1. νωπά φρούτα και λαχανικά και σε πατάτες, όταν δεν έχουν αποφλοιωθεί, κοπεί ή υποστεί παρόμοια επεξεργασία
2. αεριούχα νερά που η ιδιότητα τους δηλώνεται με την ονομασία τους
3. ζύδια ζύμωσης, από ένα μόνο βασικό προϊόν και χωρίς την προσθήκη άλλων συστατικών
4. τυρί, βούτυρο, γάλα και κρέμα γάλακτος, προερχόμενα από ζύμωση και εφόσον, δεν έχουν προστεθεί άλλα συστατικά, παρά μόνο γαλακτικά προϊόντα, ένζυμα τροφίμων και καλλιέργειες μικροοργανισμών. Τα συστατικά αυτά είναι απαραίτητα για την παρασκευή των τελικών. Τέλος, το αλάτι είναι απαραίτητο για την παραγωγή τυριών.
5. προϊόντα που αποτελούνται από ένα μόνο συστατικό, του οποίου:
 - a. η ονομασία του είναι ίδια με του τελικού προϊόντος
 - b. η ονομασία του μπορεί να γίνει πλήρως κατανοητή από την ονομασία του τροφίμου (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Επιπλέον, υπάρχουν στοιχεία τα οποία δεν είναι απαραίτητο με βάση τον κανονισμό να αναγράφονται στον κατάλογο των συστατικών. Αυτά είναι:

1. στοιχεία ενός συστατικού που έχουν αφαιρεθεί κατά τη διαδικασία παρασκευής, που όμως πρόκειται να προστεθούν ξανά. Η ποσότητα που επαναπροστίθεται δεν πρέπει να υπερβαίνει την αρχική περιεκτικότητα του συστατικού σε αυτό το στοιχείο
2. πρόσθετα και ένζυμα τροφίμων, όταν:
 - a. η παρουσία τους στο προϊόν προϋπήρχε σε ένα ή περισσότερα συστατικά, αλλά χωρίς να εξυπηρετούν τεχνολογικό σκοπό στο τελικό προϊόν
 - b. χρησιμοποιούνται ως τεχνολογικά βοηθήματα

3. φορείς και ουσίες που χρησιμοποιούνται με τον ίδιο τρόπο και σκοπό, όπως και τα πρόσθετα, αλλά σε αυστηρές ποσότητες. Οι φορείς και οι ουσίες ίσως να παραμένουν στο τελικό, είτε αυτούσιες είτε τροποποιημένες
4. το νερό, όταν:
 - a. χρησιμοποιείται κατά τη παρασκευή του προϊόντος, αλλά μόνο για την επαναφορά του στην αρχική του μορφή, λόγω αφυδάτωσης ή συμπύκνωσης
 - b. χρησιμοποιείται ως καλυπτικό υγρό, που δεν προορίζεται για κατανάλωση (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Τέλος, η αναγραφή της καθαρής ποσότητας ενός προϊόντος δεν απαιτείται, όταν:

1. έχουν χάσει αρκετό από τον όγκο τους ή το βάρος τους και πωλούνται με το κομμάτι ή ζυγίζονται ενώπιον του καταναλωτή
2. δεν ξεπερνούν τα 5g ή 5ml, εκτός από τα βότανα και τα μπαχαρικά
3. πωλούνται με το κομμάτι, αλλά ο αριθμός των κομματιών διακρίνεται ξεκάθαρα, επιτρέποντας την εύκολη μέτρηση τους (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

1.3.6. Τρόπος αναγραφής των πληροφοριών

Όλες αυτές οι ενδείξεις μπορούν, εκτός από γράμματα και αριθμούς, να αναγράφονται και με σύμβολα και εικόνες, με την προϋπόθεση ότι γίνονται κατανοητά στον ίδιο βαθμό. Στα προσυσκευασμένα τρόφιμα οι πληροφορίες υπάρχουν είτε πάνω στην συσκευασία είτε σε ετικέτα συνδεδεμένη με τη συσκευασία (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Όσον αφορά, τους εναλλακτικούς τρόπους έκφρασης και παρουσίασης της διατροφικής δήλωσης, τα κράτη μέλη μπορούν να ζητήσουν από τις επιχειρήσεις την γνωστοποίηση των πληροφοριών, που πρέπει να ακολουθούν τις απαιτήσεις των κανονισμών (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Επίσης, οι επιχειρήσεις δεν πρέπει να ξεχνάνε, ότι ο καταναλωτής χρησιμοποιεί την ετικέτα και για να συγκρίνει προϊόντα, έτσι ώστε να αποφασίσει πιο είναι το καταλληλότερο για τις διατροφικές του ανάγκες. Η σύγκριση αυτή μπορεί να γίνει ευκολότερα, όταν οι ποσότητες αναφέρονται στα 100 γραμμάρια ή 100 χιλιόλιτρα.

Επίσης, όπου είναι αναγκαίο μπορεί να αναφερθεί και η σύσταση του προϊόντος ανά μερίδα (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Είναι εξαιρετικά σημαντικό οι αναγραφόμενες πληροφορίες να είναι διαθέσιμες για άτομα που έχουν προβλήματα όρασης, καθώς ο σκοπός της επισήμανσης είναι να εξυπηρετηθούν όλες οι ατομικές διαιτητικές ανάγκες των πολιτών (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Επιπλέον, είναι αναγκαίο οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων να ακολουθούν τους κανόνες για το ευανάγνωστο τις συσκευασίας, καθώς η αναγνωσιμότητα της ετικέτα βασίζεται στον εξής ορισμό από την Ευρωπαϊκή Ένωση και ισχύει για όλα τα κράτη μέλη (EE & EK, EUR-Lex, 2011):

- αναγνωσιμότητα: είναι η εμφάνιση της πληροφορίας στην συσκευασία και αποτελεί το μέσο, για να είναι προσιτή οπτικά η πληροφορία στο κοινό.

Απαρτίζεται από ποίκιλα χαρακτηριστικά, όπως:

1. το μέγεθος της γραμματοσειράς
2. την απόσταση μεταξύ των γραμμάτων
3. την ένταση της γραφής
4. το χρώμα της γραμματοσειράς
5. την μορφή της γραμματοσειράς
6. τη σχέση ανάμεσα στο ύψος και το πλάτος των γραμμάτων
7. την επιφάνεια του υλικού της συσκευασίας
8. την αντίθεση μεταξύ της γραφής και του φόντου

Επιπλέον, πολλές πληροφορίες σκόπιμα αναφέρονται με πιο απλή, κοινή και κατανοητή ονομασία από την επιστημονική, ώστε να εξασφαλιστεί ότι ο καταναλωτής τις έχει καταλάβει. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η χρήση του όρου «αλάτι» αντί για «νάτριο» (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Η γλώσσα αναγραφής των πληροφοριών οφείλει να είναι εύκολα κατανοητή στους καταναλωτές των κρατών μελών, όπου διατίθεται το προϊόν. Έτσι, ισχύει, ότι στα κράτη μέλη που πωλείται το τρόφιμο μπορεί να χρησιμοποιηθεί πάνω από μία επίσημη γλώσσα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις που προαναφέρθηκαν, τονίζεται πως πρέπει αναγράφονται σε εμφανές σημείο, ώστε να διακρίνονται και να διαβάζονται εύκολα από τον καταναλωτή, ενώ πολλές φορές να είναι και ανεξίτηλες. Δεν επιτρέπεται σε καμία περίπτωση η διαγραφή, διακοπή ή απόκρυψη τους (EE & EK, 2011).

Επιπροσθέτως, ο τρόπος με τον οποίο γράφονται οι ετικέτες τροφίμων πρέπει να διασφαλίζει την αναγνωσιμότητα τους. Έτσι, για παράδειγμα η γραμματοσειρά σε μια συσκευασία με μέγιστη επιφάνεια 80 cm² πρέπει να έχει ύψος 0,9 mm. Επίσης, η ονομασία, η καθαρή ποσότητα και η διατροφική δήλωση, είναι απαραίτητο να βρίσκονται στο ίδιο οπτικό πεδίο του καταναλωτή, εκτός από τις περιπτώσεις των



Υπόμνημα:

1	Ανωτέρα γραμμή
2	Γραμμή κεφαλαίου
3	Μεσαία γραμμή
4	Γραμμή βάσης
5	Κατώτερα γραμμή
6	Ύψος x
7	Μέγεθος γραμματοσειράς

Εικόνα 1 Τρόπος με τον οποίο ορίζεται το μέγεθος της γραμματοσειράς στην επισήμανση των τροφίμων

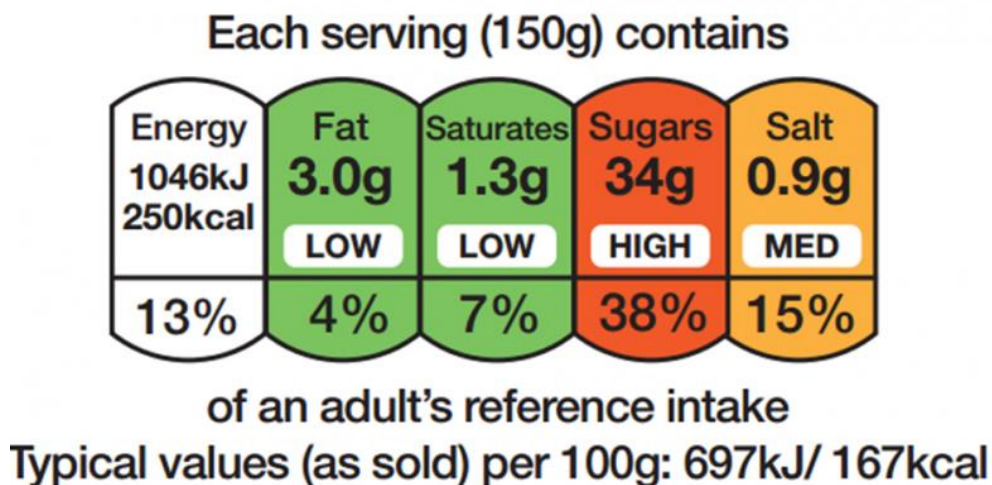
γυάλινων επαναχρησιμοποιούμενων φιαλών και των συσκευασιών που έχουν εμβαδόν μικρότερο από 1cm². Στις δύο αυτές περιπτώσεις είναι υποχρεωτική μόνο η αναγραφή του ονόματος, των συστατικών, της καθαρής ποσότητας, της ημερομηνίας λήξης και ειδικά στις φιάλες ο αλκοολικός βαθμός (ΕΕ & ΕΚ, 2011).

1.3.7. Αναγραφή της ετικέτας τροφίμων με την μέθοδο Traffic Lights

Εκτός από την αναγνωρισμένη από τον νόμο μορφή των ετικετών, όπου τα συστατικά παρουσιάζονται σε πίνακα ή γραμμικά το ένα δίπλα στο άλλο, έχει αρχίσει να εφαρμόζεται σε ορισμένες χώρες, όπως την Μεγάλη Βρετανία, το σύστημα των φαναριών (traffic light system). Με αυτή τη μέθοδο τα συστατικά των τροφίμων χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα την περιεκτικότητά τους, σε συνδυασμό και με την χρωματική κωδικοποίηση. Με αυτόν τον τρόπο οι καταναλωτές μπορούν να συγκρίνουν πολύ πιο εύκολα τα προϊόντα και να επιλέξουν τα πιο υγιεινά από αυτά (Mackrell, 2018). Οι κατηγορίες είναι οι εξής:

- Πράσινη κατηγορία – υγιεινές επιλογές. Τα τρόφιμα και τα ποτά σε αυτή την κατηγορία είναι συνήθως καλές πηγές σημαντικών θρεπτικών συστατικών, χαμηλότερα σε κορεσμένα λίπη, πρόσθετη ζάχαρη ή/και αλάτι. Επιπλέον, έχουν λιγότερες θερμίδες και υψηλότερες φυτικές ίνες. Προτείνεται από όλα τα διαθέσιμα τρόφιμα και ποτά το 50% να προέρχεται από αυτή την κατηγορία.

- Πορτοκαλί κατηγορία – επιλογές που χρήζουν προσοχής. Τα πορτοκαλί φαγητά και ποτά πρέπει να επιλέγονται προσεκτικά, καθώς και να καταναλώνονται με μέτρο. Παρόλο, που αυτά τα προϊόντα είναι πηγή μερικών καλών συστατικών, τείνουν να επιβαρύνουν τον οργανισμό με επιπλέον θερμίδες, καθώς και κορεσμένα λιπαρά, ζάχαρη ή/και αλάτι.
- Κόκκινη κατηγορία – περιορισμένη κατανάλωση. Τα κόκκινα τρόφιμα και ποτά δεν είναι απαραίτητα. Η συχνή κατανάλωση και οι αυξημένες ποσότητες αυτών των προϊόντων, τείνουν να αυξάνουν το βάρος και να προκαλούν χρόνιες ασθένειες. Συγκεκριμένα, έχουν υψηλή θερμιδική πυκνότητα, υψηλά κορεσμένα λιπαρά, ζάχαρη ή και αλάτι. Επίσης, είναι φτωχά σε θρεπτικά



συστατικά και φυτικές ίνες (Healthy Eating Advisory Service, 2016).

Εικόνα 2 Ετικέτα τροφίμων με την μέθοδο *Traffic Lights* (φανάρια)

Οι εταιρίες συνίσταται να προωθούν τα τρόφιμα της πράσινης κατηγορίας, προκειμένου να μπορούν οι καταναλωτές να έχουν στη διάθεση τους περισσότερες υγιεινές επιλογές. Τα πορτοκαλί προϊόντα πρέπει να είναι διαθέσιμα στην αγορά, αλλά μην προωθούνται περισσότερο από τις πράσινες επιλογές. Σε αντίθεση, τα κόκκινα προϊόντα είναι αναγκαίο να μην υπερβαίνουν το 20% των συνολικών προϊόντων στην αγορά. Επιπλέον, είναι συνετό να μην προωθούνται στους χώρους εργασίας. (Healthy Eating Advisory Service, 2016) Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει να αποκλείονται εντελώς από τη διατροφή, αλλά να καταναλώνονται σπανιότερα σε μικρότερες ποσότητες (British Nutrition Foundation, 2019).

1.3.8. Διατροφική επισήμανση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας τροφίμων

Τις προηγούμενες δεκαετίες του 2000, έγινε όλο και μεγαλύτερη η ανάγκη για την χρήση συμβόλων των θρεπτικών συστατικών αλλά και της διατροφικής αξιολόγησης στα τρόφιμα με την μορφή κάποιας επισήμανσης κατανοητής για τους καταναλωτές. Αυτή η επισήμανση έγινε ευρέως γνωστή ως σύστημα αξιολόγησης της διατροφής στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας (front-of-package (FOP) nutrition rating systems).

Το σύστημα FOP στοχεύει στην πρόληψη χρόνιων παθήσεων. Για την επίτευξη αυτής της προσπάθειας είναι απαραίτητη η εκπαίδευση των πολιτών στην ανάγνωση των διατροφικών ετικετών, ειδικότερα εκείνων που βρίσκονται σε ομάδες υψηλού κινδύνου. Το σύστημα FOP έχει ως στόχο να γίνουν πιο κατανοητές οι διατροφικές ετικέτες στους πολίτες. Φαίνεται να είναι πιο χρήσιμη στους καταναλωτές, καθώς τους δίνεται η δυνατότητα να συγκρίνουν ευκολότερα τα προϊόντα, ώστε να καταλήξουν στο πιο υγιεινό, ενώ παράλληλα δεν δημιουργείται η αβεβαιότητα των ετικετών του οπίσθιου μέρους της συσκευασίας. Γενικά, περιλαμβάνουν έναν πίνακα με τα βασικά θρεπτικά συστατικά και το ποσοστό της ημερήσιας θερμιδικής πρόσληψης που συνιστάται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας.



Εικόνα 3 Πρόσθια ετικέτα τροφίμων

Ένα σύστημα FOP μπορεί να φανεί πραγματικά βοηθητικό μόνο με την συνεχή εκπαίδευση των καταναλωτών. Έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Ευρώπη έδειξε ότι οι καταναλωτές δείχνουν προτίμηση στα απλούστερα σύμβολα, παρόμοια σε όλα τα τρόφιμα. Τα προϊόντα που φέρουν πολλές πληροφορίες δεν φάνηκαν χρήσιμα στους καταναλωτές καθώς τους ήταν δύσκολο να τα κατανοήσουν (Feunekes, Gortemaker, Willems, Lion, & Kommer, 2008).

Η επισήμανση των τροφίμων στο εμπρόσθιο μέρος της συσκευασίας, αλλά και σε κάποιο άλλο σημείο της συσκευασίας, όπως στο οπίσθιο, θα ήταν πιθανό να μπερδέψει τους καταναλωτές. Συνεπώς, θα ήταν προτιμότερο να αναγράφεται στο ίδιο σημείο σε όλα τα τρόφιμα. Επίσης, προαιρετικά, τα σημαντικότερα συστατικά θα μπορούσαν να αναγράφονται στην πρόσθια πλευρά, καθώς αυτή είναι που βλέπει πρώτα ο καταναλωτής. Έτσι, οι καταναλωτές θα μπορούσαν γρήγορα να δουν τις πιο κύριες πληροφορίες κατά την επιλογή των τροφίμων (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Συμπερασματικά, μια ευανάγνωστη πρόσθια ετικέτα, η οποία με απλό τρόπο μπορεί να παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για το τρόφιμο, μπορεί να βοηθήσει τους καταναλωτές στην σύγκριση και επιλογή των τροφίμων.

1.4. Διατροφικοί ισχυρισμοί και ισχυρισμοί υγείας

Οι κανονισμοί για την επισήμανση των τροφίμων περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα θρεπτικών και άλλων ουσιών με θρεπτικές ή φυσιολογικές ιδιότητες, όπως βιταμίνες, ανόργανα άλατα, ιχνοστοιχεία, αμινοξέα, απαραίτητα λιπαρά οξέα, φυτικές και διαιτητικές ίνες, εκχυλίσματα βοτάνων και φυτών, τα οποία μπορεί να περιέχονται στα τρόφιμα και στα οποία μπορεί να αναφέρονται οι διατροφικοί ισχυρισμοί και ισχυρισμοί υγείας (EE & EK, 2011).

Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης εξέδωσαν τον παρακάτω κανονισμό, ο οποίος περιλαμβάνει ορισμούς, όπως τους καθορίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (EE & EK, 2011):

- «Ισχυρισμός» αποτελεί κάθε μήνυμα η αναπαράσταση, συμπεριλαμβανομένης εικόνας, συμβολικής ή γραφικής αναπαράστασης, η οποία δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα, ότι το τρόφιμο έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και που δεν είναι υποχρεωτική σύμφωνα με την κοινοτική ή εθνική νομοθεσία.
- «Διατροφικοί ισχυρισμοί»: αποτελεί κάθε ισχυρισμός που αναφέρει ότι το τρόφιμο προσφέρει ιδιαίτερες ωφέλιμες θρεπτικές ιδιότητες που οφείλονται στην ενέργεια, στις θρεπτικές και άλλες ουσίες που προσδίδει σε μειωμένο ή αυξημένο ποσοστό ή που δεν προσδίδει καθόλου. Για παράδειγμα «χαμηλά σε νάτριο/αλάτι».

- «Ισχυρισμοί υγείας»: αποτελεί κάθε ισχυρισμός που δηλώνει, ότι η κατανάλωση του τροφίμου ή ενός συστατικού που περιέχει στο τρόφιμο σχετίζεται με την υγεία του καταναλωτή. Για παράδειγμα «οι φυτοστερόλες μειώνουν τα επίπεδα χοληστερόλης στο αίμα».
- «Ισχυρισμός περί μείωσης του κινδύνου εκδήλωσης ασθένειας»: αποτελεί κάθε ισχυρισμός για θέματα υγείας, ο οποίος δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα, ότι η κατανάλωση κατηγορίας τροφίμων, τροφίμου ή συστατικού του τροφίμου προκαλεί σημαντική μείωση του παράγοντα κινδύνου για την εκδήλωση συγκεκριμένης ανθρώπινης ασθένειας.

Πολλά κράτη μέλη χρησιμοποιούν ποικιλία ισχυρισμών στη διαφήμιση και επισήμανση των τροφίμων, αναφερόμενα σε ουσίες, οι οποίες δεν έχει αποδειχθεί ακόμη, ότι έχουν ωφέλιμες επιδράσεις, μετά την κατανάλωση τους από τον άνθρωπο και σε ουσίες για τις οποίες δεν υπάρχουν επαρκή επιστημονικά δεδομένα και έρευνες. Επομένως, είναι απαραίτητο να εξασφαλιστεί, ότι για τις ουσίες που διατυπώνονται διατροφικοί ισχυρισμοί, υπάρχουν αποδεδειγμένα ωφέλιμες και θρεπτικές ιδιότητες.

Επιπρόσθετα, για να θεωρηθούν οι ισχυρισμοί ακριβείς και αξιόπιστοι, θα πρέπει η ουσία στην οποία αναφέρονται να περιέχεται σε επαρκή ποσότητα, στην οποία εμφανίζει τις ευεργετικές τις ιδιότητες ή να μην περιέχεται σε μειωμένες ποσότητες από αυτές, στις οποίες δηλώνει και ο ισχυρισμός. Επίσης, θα πρέπει να διατίθεται στην αφομοιώσιμη της μορφή από τον οργανισμό, ενώ η ποσότητα του τροφίμου, στο οποίο εμπεριέχεται και που αναμένεται να καταναλωθεί, θα πρέπει να παρέχει και την εύλογη ποσότητα της ουσίας που εμφανίζει τα ευεργετικά και φυσιολογικά της αποτελέσματα, όπως αναμένεται σύμφωνα με τον ισχυρισμό (ΕΕ & ΕΚ, 2011).

Προκειμένου την αποφευχθεί η παραπλάνηση των καταναλωτών, θα πρέπει οι ισχυρισμοί που χρησιμοποιούνται να βασίζονται σε επιστημονικές τεκμηριώσεις. Έτσι, οι επιχειρήσεις τροφίμων, που χρησιμοποιούν τους ισχυρισμούς, είναι σημαντικό να λαμβάνουν υπόψη τα πρόσφατα διαθέσιμα επιστημονικά στοιχεία που υπάρχουν και να τους αιτιολογούν (ΕΕ & ΕΚ, 2011). Διατροφικοί ισχυρισμοί και ισχυρισμοί υγείας, οι οποίοι δεν ακολουθούν τις γενικά αποδεκτές γνώσεις και αρχές της διατροφής και της υγείας, δεν πρέπει να διατυπώνονται. Τέτοιοι ισχυρισμοί προωθούν την υπέρμετρη κατανάλωση οποιουδήποτε τροφίμου ή υποτιμούν την

σωστή και ισορροπημένη διαίτα (EE & EK, 2011). Τρόφιμα που φέρουν τεκμηριωμένους ισχυρισμούς, αποτελούν για τον καταναλωτή τρόφιμα με θετική εικόνα και που επηρεάζουν τις διατροφικές συνήθειες και την κατανάλωση θρεπτικών συστατικών. Συνεπώς, είναι αναγκαία και υποχρεωτική η επισήμανση των τροφίμων και κυρίως, σε όλα τα τρόφιμα που φέρουν ισχυρισμούς υγείας (EE & EK, 2011).

Σημειώνεται, πως οι ισχυρισμοί και κάθε ισχυρισμοί, που έχουν την ίδια σημασία, μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνο όταν, το προϊόν πληροί τις ίδιες προϋποθέσεις με αυτές που πρέπει να πληροί για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί ο ισχυρισμός «μειωμένο». Επιπλέον, πρέπει να καταγράφεται το ή τα χαρακτηριστικά, που μειώνουν την συνολική ενεργειακή αξία του τροφίμου και το καθιστούν, όντως, «μειωμένων θερμίδων» (“light” ή “lite”). Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση ισχύουν οι εξής ισχυρισμοί (EE, EUR-Lex, 2012) (EE, EUR-Lex, 2013) (EE & EK, EUR-Lex, 2006) (EE & EK, 2011) (EE & EK, EUR-Lex, 2010):

Πίνακας 2 Διατροφικοί ισχυρισμοί και ισχυρισμοί υγείας

Διατροφικοί ισχυρισμοί	Σημασία
Ελεύθερο λίπους (Fat Free)	στο προϊόν εμπεριέχεται λιγότερο από 0,5γρ. λίπους ανά 100 g ή 100 ml, χωρίς να εμπεριέχεται προστιθέμενο λίπος ή έλαιο. Παράλληλα απαγορεύεται η χρήση ισχυρισμών τύπου «X% χωρίς λιπαρά»
Χαμηλής περιεκτικότητας σε λίπος (Low Fat)	στο προϊόν εμπεριέχεται λιγότερο από 3 g λίπους ανά 100 g για στερεές τροφές και 1,5 g λίπους ανά 100 ml για υγρές τροφές
Ελεύθερο κορεσμένου λίπους (SaturatedFatFree)	το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών και των trans-λιπαρών οξέων δεν ξεπερνά τα 0,1 g κορεσμένων λιπαρών ανά 100 g ή 100 ml
Χαμηλά σε κορεσμένο λίπος	το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans-λιπαρών οξέων σε αυτό είναι μέχρι 1,5 g ανά 100 g για στερεές τροφές ή 0,75 g ανά 100 ml για υγρές τροφές. Το άθροισμα των πιο πάνω λιπαρών οξέων σε κάθε τρόφιμο δεν πρέπει να ξεπερνά το 10% της ενεργειακής αξίας
Μειωμένα κορεσμένα λιπαρά	το σύνολο των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans-λιπαρών οξέων μαζί, είναι τουλάχιστον κατά 30% λιγότερο από το σύνολο αυτών των συστατικών που περιέχονται σε παρόμοιο προϊόν με το οποίο συγκρίνεται, καθώς και όταν το προϊόν με τον ισχυρισμό αυτό περιέχει ίση ή και μικρότερη

	ποσότητα trans-λιπαρών οξέων από αυτήν που περιέχει το συγκρίσιμο προϊόν
Πηγή ω-3 λιπαρών οξέων	το τρόφιμο περιλαμβάνει, είτε το λιγότερο 0,3 g α-λινολενικού οξέος σε κάθε 100 g προϊόντος και κάθε 100 kcal που παρέχει, είτε το λιγότερο 40 mg συνολικά εικοσιπεντανοϊκού οξέος και εικοσιδυαεξαενοϊκού οξέος σε κάθε 100 g προϊόντος και κάθε 100 kcal που παρέχει
Υψηλή περιεκτικότητα σε ω-3 λιπαρά οξέα	το τρόφιμο περιλαμβάνει το λιγότερο 0,6 g α-λινολενικού οξέος σε κάθε 100 g προϊόντος και κάθε 100 kcal που παρέχει ή το λιγότερο 80 mg συνολικά εικοσιπεντανοϊκού οξέος και εικοσιδυαεξαενοϊκού οξέος σε κάθε 100 g προϊόντος και κάθε 100 kcal που παρέχει
Υψηλή περιεκτικότητα σε ακόρεστα λιπαρά οξέα	το λιγότερο ποσοστό των ακόρεστων λιπαρών οξέων που περιλαμβάνονται στο προϊόν είναι ίσο με το 70% των συνολικών λιπαρών οξέων που περιέχει. Επίσης, θα πρέπει τα ακόρεστα λιπαρά οξέα να παρέχουν το λιγότερο 20% της συνολικής ενεργειακής αξίας του προϊόντος
Υψηλή περιεκτικότητα σε μονοακόρεστα λιπαρά οξέα	το προϊόν παρέχει μονοακόρεστα λιπαρά οξέα σε ποσοστό ίσο ή και μεγαλύτερο του 45% των συνολικών λιπαρών οξέων που περιλαμβάνει και με την προϋπόθεση, ότι το λιγότερο ποσό της ενεργειακής αξίας του προϊόντος, που προέρχεται από τα μονοακόρεστα λιπαρά οξέα, είναι ίσο με 20%
Υψηλή περιεκτικότητα σε πολυακόρεστα λιπαρά οξέα	το προϊόν παρέχει πολυακόρεστα λιπαρά οξέα σε ποσοστό ίσο ή και μεγαλύτερο του 45% των συνολικών λιπαρών οξέων που περιλαμβάνει και με την προϋπόθεση ότι το λιγότερο ποσό της ενεργειακής αξίας του προϊόντος, που προέρχεται από τα πολυακόρεστα λιπαρά οξέα είναι ίσο με 20%
Ελεύθερο χοληστερόλης	στο προϊόν εμπεριέχεται λιγότερο από 2 mg χοληστερόλη ανά μερίδα και 2 g κορεσμένου λίπους ή λιγότερο ανά μερίδα
Μειωμένης χοληστερόλης	τρόφιμο που περιέχει 20 mg χοληστερόλη ή λιγότερο ανά μερίδα και 2 g κορεσμένου λίπους ή λιγότερο ανά μερίδα
Χωρίς ενεργειακή αξία	το προϊόν δεν παρέχει περισσότερες από 4 kcal ανά 100 ml. Για τα επιτραπέζια γλυκαντικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί ο ισχυρισμός όταν, προσδίδουν ενέργεια μέχρι 0,4 θερμίδων (kcal) ανά μερίδα, με ισοδύναμες γλυκαντικές ιδιότητες 6 g σακχαροκάλαμου
Μειωμένων θερμίδων	το προϊόν παρέχει τουλάχιστον 30% λιγότερες θερμίδες ανά μερίδα σε σχέση με τα αντίστοιχα τρόφιμα σύγκρισης. Είναι υποχρεωτική η παράλληλη καταγραφή του ή των χαρακτηριστικών, που μειώνουν την συνολική ενεργειακή αξία του τροφίμου

Χαμηλών θερμίδων	το τρόφιμο παρέχει μέχρι 40 θερμίδες (kcal) ανά 100 g τροφίμου για στερεές τροφές και τουλάχιστον 20 θερμίδες ανά 100 ml τροφίμου για υγρές τροφές. Για τα επιτραπέζια γλυκαντικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί ο ισχυρισμός όταν, προσδίδουν ενέργεια μέχρι 4 θερμίδων ανά μερίδα, με ισοδύναμες γλυκαντικές ιδιότητες 6 g σακχαροκάλαμου.
Διαίτης σε θερμίδες (LIGHT)	τρόφιμα με 1/3 λιγότερες χλιοθερμίδες από τα τρόφιμα σύγκρισης. Ο ισχυρισμός αυτός πρέπει να συνυπάρχει με την ένδειξη του χαρακτηριστικού ή των χαρακτηριστικών που το καθιστούν μειωμένο σε θερμίδες ενώ παράλληλα για να χρησιμοποιηθεί πρέπει να πληροί της ίδιες προϋποθέσεις που πρέπει να ισχύουν για τον ισχυρισμό «μειωμένο»
Πηγή φυτικών ινών	το τρόφιμο παρέχει το λιγότερο 3 g εδώδιμων ινών ανά 100 g ή το λιγότερο 1,5 g εδώδιμων ινών ανά 100 kcal
Υψηλής περιεκτικότητας σε φυτικές ίνες	το τρόφιμο που περιέχει το λιγότερο 6 g φυτικές ίνες ανά 100 g τροφίμου ή το λιγότερο 3 g εδώδιμων ινών ανά 100 kcal
Χαμηλής περιεκτικότητας σε υδατάνθρακες	το προϊόν περιέχει λιγότερο από 5 g υδατανθράκων ανά 100 g για στερεές τροφές ή 2,5 g υδατανθράκων ανά 100 ml για υγρές τροφές
Μειωμένο σε σάκχαρα	το προϊόν παρέχει ίσες ή λιγότερες θερμίδες από τις θερμίδες που παρέχει παρόμοιο προϊόν
Χωρίς υδατάνθρακες	λιγότερο από 0,5 g υδατανθράκων ανά 100 g ή 100 ml ανάλογα
Χωρίς πρόσθετους υδατάνθρακες	δεν πρέπει το προϊόν να περιλαμβάνει πρόσθετους μονοσακχαρίτες και δισακχαρίτες ή άλλη γλυκαντική ύλη. Σε περίπτωση που υπάρχουν φυσικά σάκχαρα στο τρόφιμο είναι υποχρεωτική η επισήμανση «περιέχει φυσικά σάκχαρα»
Πηγή πρωτεϊνών	όταν το 12% της ενεργειακής αξίας του τροφίμου, μπορεί και περισσότερο, προέρχεται από τις πρωτεΐνες
Υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνες	τουλάχιστον το 20% της ενεργειακής αξίας του τροφίμου να προέρχεται από τις πρωτεΐνες
Ελεύθερο από νάτριο ή από αλάτι	το τρόφιμο περιλαμβάνει λιγότερο από 5 mg νατρίου ή ισοδύναμη ποσότητα αλατιού ανά μερίδα
Χαμηλό σε νάτριο/αλάτι	το τρόφιμο έχει περιεκτικότητα ίση με 120 mg νατρίου ή λιγότερο ή ισοδύναμη ποσότητα αλατιού ανά 100 g ή 100ml τροφίμου. Στο νερό, με εξαίρεση τα φυσικά μεταλλικά νερά, η τιμή δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 2 mg νατρίου ανά 100 ml
Πολύ χαμηλό σε νάτριο/αλάτι	το τρόφιμο έχει περιεκτικότητα ίση με 40 mg νατρίου ή λιγότερο ή ισοδύναμη ποσότητα αλατιού ανά 100 g ή ανά 100 ml. Αυτός ο ισχυρισμός δεν χρησιμοποιείται για τα φυσικά μεταλλικά νερά και τα υπόλοιπα νερά
Χωρίς νάτριο/αλάτι	το προϊόν δεν παρέχει περισσότερα από 5 mg νατρίου

	ή ισοδύναμη ποσότητα αλατιού ανά 100 g
Χωρίς πρόσθετο αλάτι/νάτριο	το τρόφιμο δεν περιέχει πρόσθετο νάτριο ή αλάτι καθώς ούτε κάποιο συστατικό που να περιέχει νάτριο ή αλάτι και το συνολικό προϊόν περιλαμβάνει λιγότερο από 120 mg νατρίου ή ισοδύναμης ποσότητας αλατιού ανά 100 g ή 100 ml
Πηγή βιταμίνης/ων ή και ιχνοστοιχείου/ων	χρησιμοποιείται για να περιγράψει την περιεκτικότητα ενός τροφίμου σε βιταμίνη/ες ή και ιχνοστοιχείου/α σε σημαντική ποσότητα. Μπορεί να χρησιμοποιείται μόνο όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον μία συγκεκριμένη ποσότητα σε αυτά τα συστατικά
Υψηλή περιεκτικότητα βιταμίνης/ων ή και ιχνοστοιχείου/ων	το διατροφικό προϊόν αποτελείται από την διπλάσια ποσότητα σε αυτήν την κατηγορία συστατικών από την «πηγή βιταμίνης/ών ή/και ιχνοστοιχείου/ων»
Αυξημένη περιεκτικότητα σε κάποια θρεπτική ουσία	αυξημένη κατά 30% ή και περισσότερο σε σύγκριση με παρόμοιο προϊόν και όταν το προϊόν πληροί τις προϋποθέσεις για την χρήση του ισχυρισμού «πηγή». Χρησιμοποιείται για να δηλώσει ότι έχει αυξημένη περιεκτικότητα σε κάποια ή κάποιες θρεπτικές ουσίες, ενώ εξαιρούνται οι βιταμίνες και τα ανόργανα άλατα
Μειωμένη περιεκτικότητα σε κάποια θρεπτική ουσία	το διατροφικό προϊόν έχει περιεκτικότητα μειωμένη κατά 30% ή και περισσότερο σε σύγκριση με παρόμοιο προϊόν. Εξαιρέση αποτελούν τα ιχνοστοιχεία, για τα οποία για να χρησιμοποιηθεί ο ισχυρισμός αυτός θα πρέπει να βρίσκονται μειωμένα κατά 10% σε σχέση με παρόμοιο προϊόν, καθώς και το αλάτι ή της ισοδύναμης τιμής νατρίου για τα οποία για να χρησιμοποιηθεί ο ισχυρισμός αυτός θα πρέπει να βρίσκεται μειωμένο τουλάχιστον κατά 25%

1.4.1. Περιορισμοί στην αναγραφή των ισχυρισμών

Οι εθνικές διαφορές που προκύπτουν, σχετικά με τους ισχυρισμούς διατροφής και υγείας, δημιουργούν έναν άνισο ανταγωνισμό στην αγορά, που αποτελεί κύριο λόγο που για τη θέσπιση κοινών κοινοτικών κανονισμών, όπως προϋποθέτει το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Έτσι, ο Κανονισμός (ΕΚ) ΑΡΙΘ. 1924/2006 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20 Δεκεμβρίου 2006 για τους ισχυρισμούς διατροφής, έλαβε υπόψη τη συνεχή, αυξανόμενη και πολυπληθή παρουσία των τροφίμων με ισχυρισμούς υγείας και διατροφής που διαφημίζονται και επισημαίνονται, καθώς πολλές φορές παραπλανούν τον καταναλωτή. Στόχος είναι η προάσπιση των καταναλωτών και η διευκόλυνση των καθημερινών επιλογών τους. Ορίζεται, ότι τα προϊόντα, που βρίσκονται στην αγορά, θα πρέπει να είναι ασφαλή και να φέρουν επαρκή, ακριβή και αξιόπιστη σήμανση (EE & EK, EUR-Lex, 2006).

Επιπλέον, η οδηγία 2000/13/EK απαγορεύει τη χρήση οποιασδήποτε πληροφορίας, που μπορεί να παραπλανήσει και να παραπληροφορήσει τον καταναλωτή ή να υπονοήσει, ότι κάποιο τρόφιμο έχει φαρμακευτικές ιδιότητες (ΕΕ, EUR-Lex, 2013). Αυτός ο κανονισμός πρέπει να εφαρμόζεται για όλους τους ισχυρισμούς διατροφής και υγείας, οι οποίοι εκφράζονται σε γενικές διαφημίσεις των τροφίμων, ακόμη και στις διαφημιστικές εκστρατείες που υποστηρίζονται από τις δημόσιες αρχές, στα εμπορικά σήματα και ονομασίες των τροφίμων. Αντιθέτως, η οδηγία αυτή δεν εφαρμόζεται (ΕΕ, EUR-Lex, 2013):

1. σε ισχυρισμούς που εκφράζονται από οποιοδήποτε άλλο είδος ανακοινώσεων, εκτός των εμπορικών
2. στις κατευθυντήριες οδηγίες και συμβουλές για τη διατροφή, οι οποίες ανακοινώνονται από τις αρχές και τους φορείς δημόσιας υγείας
3. στις μη εμπορικές ανακοινώσεις και πληροφορίες στον τύπο και σε επιστημονικά δημοσιεύματα
4. από τους διατροφικούς ισχυρισμούς που αναφέρονται σε μη ευεργετικές ιδιότητες
5. για συμπληρώματα διατροφής, τα οποία βρίσκονται σε υγρή μορφή και περιέχουν πάνω από 1,2% κατά όγκο αιθανόλη

1.4.2. Διατροφική δήλωση

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ως διατροφική επισήμανση ορίζονται οι πληροφορίες που δηλώνουν (ΕΕ & ΕΚ, EUR-Lex, 2011):

- την ενεργειακή αξία
- τις θρεπτικές ουσίες λιπαρά (κορεσμένα, μονοακόρεστα, πολυακόρεστα), υδατάνθρακες (σάκχαρα, πολυόλες, άμυλο), αλάτι, εδώδιμες ίνες, πρωτεΐνες, βιταμίνες, ανόργανα συστατικά)
- τα συνθετικά που έχουν αποδεδειγμένα ωφέλιμη επίδραση στον οργανισμό
- τα συστατικά που ελήφθησαν από φυσικά, ενζυμικά ή χημικά μέσα και έχουν ωφέλιμη επίδραση στον οργανισμό
- τα συστατικά που βρίσκονται σε φυσική μορφή στο τρόφιμο.

Σε περιπτώσεις που το τρόφιμο περιέχει αλάτι, λόγω φυσικής παρουσίας του νατρίου σε αυτό, τότε δηλώνεται δίπλα από την διατροφική δήλωση (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Προκειμένου να αναφερθεί η ποσότητα των βιταμινών και των μετάλλων, πρέπει να υπάρχει σε σημαντική ποσότητα 15% των τιμών αναφοράς ανά 100 g ή 100 ml, ενώ στα ποτά να αποτελεί το 7,5% (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Η ενεργειακή αξία αναφέρεται σε αυτήν που υπάρχει στο τρόφιμο, όταν διατίθεται στον καταναλωτή και εκφράζεται σε kilojoules (kj) και σε χιλιοθερμίδες (kcal) (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Η μάζα των συστατικών εκφράζεται σε γραμμάρια (g), χιλιοστόγραμμα (mg) και σε μικρογραμμάρια (μg). Όλες οι αναφορές γίνονται πάντα ανά 100 g ή ml προϊόντος, αλλά και σε ποσοστό των προσλαμβανόμενων ποσοτήτων για τον μέσο ενήλικα με την αναγραφή «Προσλαμβανόμενη ποσότητα αναφοράς ενός μέσου ενήλικα 8400 kj/2000kcal (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Η επιτροπή έχει ορίσει κανόνες για την έκφραση των συστατικών σε συγκεκριμένες κατηγορίες τροφίμων, καθώς ο καταναλωτής πρέπει να είναι σε θέση να συγκρίνει τα προϊόντα, σύμφωνα πάντα με τις καταναλωτικές συνήθειες (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Επίσης, η μέση τιμή, που σχετίζεται με την ποσότητα οποιασδήποτε θρεπτικής αξίας στα τρόφιμα, εκφράζει την τιμή με βάση τις εποχικές διακυμάνσεις, τις συνήθειες των καταναλωτών και γενικότερα, παράγοντες που επηρεάζουν την πραγματική τιμή του προϊόντος (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Γενικά, το περιεχόμενο της διατροφικής δήλωσης πρέπει να παρουσιάζεται σε μια συγκεκριμένη μορφή, όπου το επιτρέπει ο χώρος. Αποτελείται από έναν πίνακα, όπου οι αριθμοί αντιστοιχίζονται με τις λέξεις, ενώ αντίθετα παρουσιάζονται γραμμικά. Στις περιπτώσεις, που κάποια ποσότητα ουσιών είναι αμελητέα, αυτή δηλώνεται, πολύ κοντά στην διατροφική δήλωση, με την πρόταση «περιέχει αμελητέες ποσότητες των...» (EE & EK, EUR-Lex, 2011). Οποιοσδήποτε προαιρετικές πληροφορίες σε σχέση με την διατροφική δήλωση πρέπει αν είναι ακριβείς και να μην παραπλανούν τον καταναλωτή, καθώς είναι υποχρεωτικό να βασίζονται σε επιστημονικά δεδομένα. Τέτοιες πληροφορίες μπορεί να αναφέρονται στην καταλληλότητα του προϊόντος για χορτοφάγους ή για ειδικές πληθυσμιακές ομάδες. Οι ενδείξεις αυτές δεν πρέπει να αναγράφονται στον χώρο των υποχρεωτικών δηλώσεων (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Σημαντικό γεγονός αποτελεί ότι το 2014 η Επιτροπή υπέβαλε έκθεση για τα trans λιπαρά που υπάρχουν στα τρόφιμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σκοπός αυτής της

έκθεσης ήταν η ευαισθητοποίηση για την επιλογή υγιεινότερων τροφίμων με τα κατάλληλα μέσα, όπως την αναγραφή τους στην διατροφική δήλωση (EE & EK, EUR-Lex, 2011).

Ωστόσο, υπάρχουν τρόφιμα που δεν απαιτούν υποχρεωτική αναγραφή διατροφικής δήλωσης. Αυτά είναι (EE & EK, EUR-Lex, 2011):

- μη επεξεργασμένα προϊόντα με μόνο ένα συστατικό ή μία κατηγορία
- επεξεργασμένα προϊόντα με ένα συστατικό ή μία κατηγορία, που υποβλήθηκαν μόνο σε ωρίμανση
- νερό για κατανάλωση, καθώς και νερό με διοξείδιο του άνθρακα ή/και αρωματικές ύλες
- βότανα, μπαχαρικά ή μείγματα
- αλάτι και υποκατάστατα
- γλυκαντικά
- εκχυλίσματα ή κόκκοι καφέ με ή χωρίς καφεΐνη
- φυτικά αφεψήματα ή φρούτων (π.χ. τσάι) αλλά χωρίς πρόσθετα, παρά μόνο αρωματικές ύλες
- ξύδι και υποκατάστατα
- αρωματικές ύλες
- πρόσθετα, ένζυμα
- τεχνολογικά βοηθήματα
- ζελατίνη, ζυμομύκητες
- τσίχλες
- χειροποίητα τρόφιμα από τον παραγωγό στον καταναλωτή.

1.5. Πρόσθετες πληροφορίες στη συσκευασία τροφίμων

1.5.1. Ραβδωτός ή γραμμωτός κώδικας (Barcode)

Ο ραβδωτός κώδικας ή το barcode είναι ένα είδος απεικόνισης των πληροφοριών του προϊόντος πάνω στη συσκευασία, ώστε να μπορεί να διαβαστεί από ειδικά μηχανήματα. Συγκεκριμένα, αποτελείται από άσπρες και μαύρες, κάθετες, παράλληλες γραμμές διαφορετικού πλάτους, οι οποίες αποκωδικοποιούνται από μηχανήματα αναγνώρισης, τα scanner. Το χρώμα, το πλάτος και το μέγεθος του

κώδικα δεν μπορούν να αλλάξουν, καθώς είναι μοναδικά για κάθε προϊόν προκειμένου να μπορεί να αναγνωριστεί αυτόματα. Επιπλέον, κάτω από τις γραμμές υπάρχει μια σειρά αριθμών, οι οποίες φανερώνουν ορισμένες πληροφορίες, όπως το όνομα, η τιμή, το βάρος, η ημερομηνία λήξης, ο κωδικός παρτίδας και η χώρα κατασκευής του προϊόντος. Για παράδειγμα, κάθε κωδικός που ξεκινάει με 520 σημαίνει ότι το προϊόν έχει κατασκευαστεί κατά 97% στην Ελλάδα, ανεξάρτητα από το που πωλείται (520Barcode Hellas). Τα επόμενα 1–6 ψηφία είναι ο κωδικός αναφοράς του προϊόντος, ο οποίος καθορίζεται από την εταιρία, όπως αυτή κρίνει αναγκαίο για την ταξινόμηση του. Ο τελευταίος αριθμός της σειράς από δεξιά είναι το ψηφίο ελέγχου και υπολογίζεται από τα υπόλοιπα ψηφία βάσει μαθηματικού τύπου (karanik, 2013).



Εικόνα 4 Ραβδωτός ή Γραμμωτός Κώδικα (Barcode)



Εικόνα 5 Κώδικας QR

Εναλλακτικά, υπάρχει ένας ακόμα κωδικοποιημένος τρόπος απεικόνισης πληροφοριών στη συσκευασία, που ονομάζεται QR ή 2D. Σε αυτή την περίπτωση, ο κώδικας είναι τυπωμένος σε ένα τετράγωνο και αποτελείται από διάφορα σχέδια, όπως τετράγωνα, τελείες και εξάγωνα. Είναι σχεδιασμένο με τέτοιο, ώστε να μπορεί να διαβαστεί κάθετα και οριζόντια, ενώ είναι πιο περιεκτικό και μικρότερο από το γραμμωτό κώδικα. Ωστόσο, δεν έχει τις πληροφορίες του γραμμωτού που είναι απαραίτητες για την αναγνώριση του προϊόντος. Αυτή η μορφή κώδικα διαβάζεται από τα κινητά, παρέχοντας στον καταναλωτή πληροφορίες, όπως φωτογραφίες, τιμή ή/και τον ιστότοπο που βρίσκεται το προϊόν (Lowryolutions, 2015).

1.5.2. Βιολογικά προϊόντα

Η αυξημένη ζήτηση βιολογικών προϊόντων από τους καταναλωτές, οδήγησε στην σήμανση τους με ειδικό λογότυπο που θεσπίστηκε από την Ευρωπαϊκής Ένωση. Είναι πράσινο ή ασπρόμαυρο όταν είναι πρακτικά αδύνατο να τυπωθεί έγχρωμο. Η χρήση του λογότυπου είναι προαιρετική και εφαρμόζεται, εφόσον, ο εκάστοτε παραγωγός πληροί τα κριτήρια για να χαρακτηριστούν τα προϊόντα του βιολογικά. Σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΕ) 2018/848 του ΕΚ ως βιολογικό ορίζεται το προϊόν που παράχθηκε μέσω μεθόδων προστασίας του περιβάλλοντος, διατήρησης των φυσικών πόρων και της βιοποικιλότητας, αλλά και εφαρμογής συστημάτων υψηλού επιπέδου για την μεταχείριση των ζώων. Η παραγωγή πρέπει να είναι ανάλογη της ζήτησης των καταναλωτών, καθώς τα προϊόντα θα πρέπει να παράγονται με φυσικούς τρόπους, προκειμένου να επιτυγχάνεται η ύψιστη δυνατή ποιότητα (ΕΕ & ΕΚ, 2018).



Εικόνα 4 Δεξιά το έγχρωμο σήμα για τα βιολογικά και αριστερά το ασπρόμαυρο

1.5.3. Ανακύκλωση

Στη συσκευασία ενός προϊόντος είναι δυνατόν να αναγράφονται πληροφορίες σχετικά με την ανακύκλωση, καθώς πλέον είναι ένα ευαίσθητο θέμα για πολλούς πολίτες που θέλουν να χρησιμοποιούν ανακυκλώσιμα υλικά και να συμμετέχουν στη διαδικασία. Μερικά από τα σήματα που χρησιμοποιούνται συχνότερα στις συσκευασίες τροφίμων είναι τα εξής (ΕΟΑΝ, 2019):

Πίνακας 3 Επισήμανση πληροφοριών για την ανακύκλωση



Το σύμβολο green dot σημαίνει ότι ο παραγωγός συμμετέχει και συνεισφέρει οικονομικά σε σύστημα ανακύκλωσης



Το σύμβολο mobius loop αφορά προϊόντα που μπορούν να ανακυκλωθούν



Το σύμβολο αυτό δηλώνει ότι το προϊόν είναι κατάλληλο για ανακύκλωση και επιπλέον αναγράφεται το ποσοστό του ανακυκλώσιμου υλικού



Τα μπουκάλια PET ή πολυαιθυλενίου είναι εύκολα ανακυκλώσιμα και χρησιμοποιούνται σε συσκευασίες νερού και αναψυκτικών



Το σύμβολο αφορά προϊόντα με υψηλή περιεκτικότητα σε πολυαιθυλένιο και βρίσκεται σε σακούλες σκουπιδιών και συσκευασίες χυμών



Το σύμβολο αφορά προϊόντα με χαμηλή περιεκτικότητα σε πολυαιθυλένιο και βρίσκεται σε σακούλες τροφίμων και καταστημάτων



Το σύμβολο αφορά προϊόντα από πολυπροπυλένιο και βρίσκεται σε καλαμάκια, πάματα και μπουκάλια



Το σύμβολο αναφέρεται σε προϊόντα από πολυστυρένιο και χρησιμοποιείται σε πλαστικά ποτήρια και πιάτα



Το σύμβολο αυτό βρίσκεται σε γυάλινες συσκευασίες και προτείνει την ανακύκλωση τους στους ειδικούς κάδους



Το σήμα αυτό χρησιμοποιείται για να υπενθυμίζει στους πολίτες να απορρίπτουν το προϊόν με τον κατάλληλο τρόπο



Το σήμα αυτό δηλώνει ότι το προϊόν είναι κατασκευασμένο από ανακυκλωμένο αλουμίνιο



Η μαργαρίτα με το σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι εθελοντικό οικολογικό σύμβολο που απονέμεται σε ορισμένα προϊόντα, πιστοποιώντας την υψηλή περιβαλλοντική τους επίδοση

1.6. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα από την αναγραφή της διατροφικής ετικέτας

Η υποχρεωτική αναγραφή των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων, δεδομένου ότι πραγματοποιείται σύμφωνα με του ισχύοντες κανονισμούς, θα μπορούσε να επιφέρει τις ακόλουθες ωφέλειες, τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τις επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων (Κυρανάς, 2012):

- Δημιουργία βελτιωμένων προϊόντων με καλύτερα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά. Οι εταιρίες στην προσπάθεια τους να αποκρύψουν αρνητικούς παράγοντες που εμπεριέχονται στα προϊόντα τους, οδηγούνται στην παρασκευή ποιότητα αναβαθμισμένων τροφίμων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αγορά βελτιωμένων προϊόντων από τους καταναλωτές.
- Σχεδιασμός καινοτόμων προϊόντων, τα οποία θα ήταν ικανά να παροτρύνουν τους καταναλωτές να βελτιώσουν την διατροφική συμπεριφορά τους, λόγω των πληροφοριών που τους παρέχονται στην ετικέτα τροφίμων. Οι καταναλωτές που αντιμετωπίζουν ασθένειες σχετιζόμενες με την διατροφή, όπως οι υπέρβαροι, οι καρδιοπαθείς και οι διαβητικοί, έχουν μεγαλύτερο όφελος από τα συγκεκριμένα προϊόντα. Για παράδειγμα, τα τελευταία χρόνια οι εταιρίες έχουν στρέψει το ενδιαφέρον τους στην παραγωγή προϊόντων χωρίς γλουτένη, αναγκαία για τα άτομα που πάσχουν από κοιλιοκάκη. Επομένως, η εκπαίδευση των καταναλωτών, ώστε να είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν αποδοτικότερα όλες τις πληροφορίες που τους δίνονται στην ετικέτα, κρίνεται ωφέλιμη.
- Δυνατότητα των καταναλωτών να διαβάζουν τις διατροφικές ετικέτες στην συσκευασία των τροφίμων και μέσω αυτών να αξιολογούν και να συγκρίνουν προϊόντα διαφορετικών εταιριών. Έτσι, μπορούν να κάνουν υγιεινότερες επιλογές, αναβαθμίζοντας σταδιακά τη συνολική διατροφική τους εικόνα. Επιπλέον, η εταιρίες είναι θέση να επωφεληθούν από αυτό το γεγονός, αυξάνοντας την τιμή των πιο υψηλά ποιοτικών προϊόντων (Agriculture, 2017).

Ωστόσο, από μια άλλη οπτική μπορούν να προκύψουν και τα εξής μειονεκτήματα από την εφαρμογή της διατροφικής ετικέτας:

- Η αναγραφή της διατροφικής ετικέτας έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους για τις εταιρίες, καθώς στην Ευρώπη υπολογίζεται ότι πρόκειται να

ξεπεράσει τα 560 εκατομμύρια τα επόμενα χρόνια (Κυρανάς, 2012). Το μεγαλύτερο μέρος του κόστους φαίνεται ότι θα επιβαρύνει τους καταναλωτές και δεν θα μοιραστεί ανάμεσα στην πολιτεία και τους παραγωγούς. Συνεπώς, κρίνονται απαραίτητες οι έρευνες για την συναίνεση των πολιτών να πληρώσουν οι ίδιοι την παροχή διατροφικών πληροφοριών (Κυρανάς, 2012).

- Οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα μέσω της ετικέτας τροφίμων να βλέπουν τα συστατικά που περιέχονται στο τρόφιμο και εξαιτίας αυτού να κρίνουν το κάθε προϊόν για τα χαρακτηριστικά του. Αυτό μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομία της εταιρίας, καθώς οι καταναλωτές δέχονται παραπληροφόρηση για πληθώρα συστατικών με αποτέλεσμα να μην αγοράζουν προϊόντα θεωρώντας ότι θα βλάψουν την υγεία τους (Agriculture, 2017).

1.7. Έρευνα FLABEL

Σύμφωνα με έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στην Ευρώπη, σχετικά με την διατροφική ετικέτα παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές δείχνουν ενδιαφέρον για τις πληροφορίες που τους παρέχονται και ότι έχουν την τάση να καταλαβαίνουν πολύ καλύτερα τις απλουστευμένες ετικέτες στην μπροστινή πλευρά της συσκευασίας, σε σχέση με τις οπίσθιες (Cowburn & Stockley, 2005) (Grunert & Wills, 2007). Επίσης, οι διαφορετικοί τύποι της ετικέτας, όπως η Συνιστώμενη Ημερήσια Πρόσληψη (Guideline Daily Amounts), τα χρωματιστά φανάρια, οι διατροφικοί πίνακες και τα λογότυπα υγείας δημιουργούν το κάθε ένα διαφορετικές αντιδράσεις στους καταναλωτές (EUFIC, 2012).

Το FLABEL (Food Labelling to Advance Better Education for Life) είναι ένα πρόγραμμα που ερευνά την σχέση ανάμεσα στην ετικέτα και στην διατροφική πρόσληψη σε Ευρωπαίους καταναλωτές. Σκοπός της έρευνας ήταν να διαπιστώσει κατά πόσο η διατροφική ετικέτα επηρεάζει τις διατροφικές επιλογές και τις συνήθειες των καταναλωτών, καθώς και να χρησιμοποιήσει τα αποτελέσματα προκειμένου να προτείνει νέους κανονισμούς για την χρήση της διατροφικής ετικέτας στην Ε.Ε και συγκεκριμένα σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από εξειδικευμένους επιστήμονες και μη κυβερνητικούς οργανισμούς. Η μελέτη ξεκίνησε με την συλλογή όλων των διαθέσιμων ετικετών της Ευρώπης και ακολούθησαν

μελέτες για τον έλεγχο των διαφορετικών τρόπων με τους οποίους οι καταναλωτές αντιδρούν στις ετικέτες (EUFIC, 2012).

Διαπιστώθηκε ότι η διαθεσιμότητα των διατροφικών πληροφοριών στα προϊόντα στην Ευρώπη είναι υψηλή. Στην παρούσα έρευνα μελετήθηκαν πάνω από 37.000 προϊόντα τροφίμων στην Ευρώπη και στην Τουρκία. Η πλειοψηφία των προϊόντων, περίπου 85% διέθεταν την υποχρεωτική ετικέτα στο πίσω μέρος, ενώ μόνο το 47% είχε την προαιρετική διατροφική πληροφορία στο μπροστινό μέρος. Οι κατηγορίες των τροφίμων που διερευνήθηκαν ήταν πέντε και αποτελούνταν από μπισκότα, δημητριακά πρωινού, προμαγειρεμένα έτοιμα γεύματα, ανθρακούχα αναψυκτικά και γιαούρτια (Storcksdieck, et al., 2010). Η πιο διαδεδομένη μορφή ετικέτας ήταν ο διατροφικός πίνακας, όπου οι θερμίδες και τα θρεπτικά συστατικά ήταν γραμμένα το ένα δίπλα στο άλλο. Στην μπροστινή πλευρά της συσκευασίας οι διατροφικοί ισχυρισμοί και η ημερήσια συνιστώμενη πρόσληψη ήταν τα πιο συχνά διαδεδομένα σχήματα παρουσίασης διατροφικής ετικέτας (Storcksdieck, και συν., 2010). Επιπροσθέτως, η έρευνα FLABEL παρατήρησε ότι 2000 καταναλωτές από τέσσερις χώρες προτιμούσαν τον συνδυασμό των GDA και των φαναριών, ενώ παράλληλα παρατηρήθηκε ότι όσο πιο οικεία ήταν η ετικέτα στα άτομα τόσο περισσότερο ήθελαν να την χρησιμοποιήσουν (EUFIC, 2012).

Σε μια άλλη μεγάλη έρευνα που διεξήχθη σε τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες, δόθηκαν στους καταναλωτές τρία προϊόντα από την ίδια κατηγορία τροφίμων. Έπειτα, τους ζητήθηκε να αξιολογήσουν το πόσο υγιεινά θεωρούν ότι είναι το καθένα και στην συνέχεια τα αποτελέσματα συγκρίθηκαν με αντικειμενικά δεδομένα σχετικά με την υγεία. Στην αρχή οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν τα προϊόντα έχοντας διαθέσιμα μόνο στοιχεία για τα βασικά συστατικά και την ενέργεια των τροφίμων. Εν συνεχεία, ακολούθησαν την ίδια διαδικασία χρησιμοποιώντας συγκεκριμένους τύπους ετικέτας: συνιστώμενη ημερήσια πρόσληψη, φανάρια, συνιστώμενη ημερήσια πρόσληψη σε συνδυασμό με τα φανάρια ή την σήμανση υγείας. Σε μια μικρότερη έρευνα που έγινε στο Ηνωμένο Βασίλειο, παρουσιάστηκαν στους συμμετέχοντες ετικέτες με πληροφορίες για τα βασικά συστατικά και την ενέργεια για μια πληθώρα προϊόντων και κλήθηκαν να τα κατατάξουν με βάση την διατροφική τους αξία. Οι ερευνητές παρατήρησαν και στις δυο περιπτώσεις, ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δεν ήταν ικανή να ολοκληρώσει την διαδικασία. Παρόλο, που πολλοί καταναλωτές μπόρεσαν να αναγνωρίσουν αν ένα προϊόν ήταν υγιεινό σε σχέση με τα υπόλοιπα, η

τελική τους επιλογή δεν είχε βασικό γνώμονα τον παράγοντα την υγείας. Αντιθέτως, έτειναν να επηρεάζονται από κριτήρια όπως η γεύση, οι προτιμήσεις της οικογένειας και οι αγοραστικές συνήθειες (EUFIC, 2012).

Μια άλλη έρευνα θέλησε να μελετήσει την κινητικότητα των ματιών των καταναλωτών στην συσκευασία των τροφίμων και συγκεκριμένα στην ετικέτα. Το βλέμμα τους στράφηκε προς αυτήν από 25 έως και 100 κλάσματα του δευτερολέπτου, χρόνος ο οποίος δεν είναι αρκετός για να επεξεργαστεί η πληροφορία. Ωστόσο, όταν επρόκειτο για θέματα υγείας, η προσοχή του καταναλωτή στρεφόταν περισσότερο προς την ετικέτα (EUFIC, 2012). Τέλος, σύμφωνα με μια ακόμη έρευνα που διεξήχθη στην Γερμανία και την Πολωνία, οι καταναλωτές επέλεξαν πιο υγιεινά προϊόντα, όταν τους δίνονταν περισσότερες υγιεινές επιλογές. Δηλαδή, η εμφάνιση ποικίλων υγιεινών τροφίμων είχε μεγαλύτερο αποτέλεσμα στην τελική επιλογή του καταναλωτή, παρά η αναγραφή της διατροφικής ετικέτας (EUFIC, 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ
ΕΥΡΕΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

2.1. Σκοπός της έρευνας

Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότεροι καταναλωτές δείχνουν αυξημένο ενδιαφέρον για θέματα διατροφής και υγείας. Οι βιομηχανίες έχουν πλέον στραφεί σε παραγωγή προϊόντων με στόχο την βελτίωση της υγείας των καταναλωτών. Έτσι, οι καταναλωτές αναζητούν όλο και περισσότερο τις ετικέτες τροφίμων στις συσκευασίες των τροφίμων. Οι ετικέτες οφείλουν να είναι κατανοητές για όλους και να μην παραπλανούν τους καταναλωτές. Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η εξέταση της σχέσης των καταναλωτών με την διατροφική ετικέτα, ο βαθμός αντίληψης των στοιχείων της επισήμανσης και το μέγεθος της επιρροής της ετικέτας στις καθημερινές αγορές αλλά και στις διατροφικές επιλογές των ατόμων. Επιμέρους στόχους αποτέλεσαν:

1. Η διερεύνηση του κατά πόσο οι καταναλωτές ελέγχουν τις διατροφικές ετικέτες πριν την αγορά των τροφίμων, αλλά και ποια στοιχεία μιας ετικέτας είναι εκείνα που παρατηρούν περισσότερο.
2. Η διαπίστωση του κατά πόσο οι διατροφικές ετικέτες επηρεάζουν τελικά τις αγορές τους.
3. Η διερεύνηση των λόγων για του οποίους οι καταναλωτές αποφεύγουν την ανάγνωση των ετικετών.
4. Η εξέταση της πραγματικής ικανότητας; κατανόησης μιας διατροφικής ετικέτας από άτομα όλων των μορφωτικών επιπέδων και ηλικιών.
5. Η μελέτη των επιπλέον αναγκών των καταναλωτών όσον αφορά τις ετικέτες.

2.1.1. Μεθοδολογία της έρευνας

Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης διερευνήθηκαν οι απόψεις των καταναλωτών κυρίως των νομών Καβάλας, Λέσβου αλλά και πόλεων της Κύπρου. Το δείγμα της έρευνας ήταν 1200 καταναλωτές, άνω των 18 ετών, που προέκυψε από τυχαία δειγματοληψία. Για την έρευνα μας χρησιμοποιήσαμε την μέθοδο των ερωτηματολογίων. Μοιράστηκαν σε 1200 άτομα ερωτηματολόγια με 33 ερωτήσεις, κυρίως κλειστού τύπου. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε το πρώτο εξάμηνο του 2019.

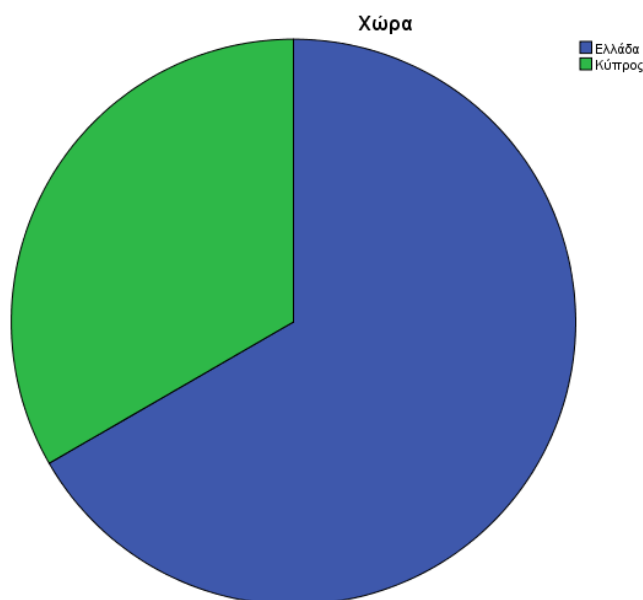
Ακολούθησε η στατιστική ανάλυση των ερωτηματολογίων, η οποία περιλάμβανε την καταχώρηση των πληροφοριών σε κατάλληλα λογισμικά πακέτα (MS Excel®, IBM SPSS 25), την περιγραφική στατιστική των αποτελεσμάτων και τέλος την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων με την χρήση κατάλληλων στατιστικών ελέγχων. Οι στατιστικοί έλεγχοι που εφαρμόστηκαν ήταν του Pearson χ^2 και Fisher's exact test, προκειμένου να ελεγχθεί η ύπαρξη των διαφορών των αναλογιών στις υποκατηγορίες του δείγματος. Με τον έλεγχο αυτό εξετάστηκε η ύπαρξη στατιστικά σημαντικών διαφορών στις αναλογίες που προκύπτουν στις διάφορες απαντήσεις μιας ποιοτικής μεταβλητής, ως προς τις ομάδες που χωρίζεται το δείγμα σύμφωνα με τις κατηγορίες μιας άλλης ποιοτικής μεταβλητής.

2.2. Αποτελέσματα στατιστικής ανάλυσης ερωτηματολογίων

A. Γενικά χαρακτηριστικά δείγματος

Χώρα

Το 66,7% των ερωτηθέντων που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν από την Ελλάδα και το υπόλοιπο 33,3% ήταν από Κύπρο.



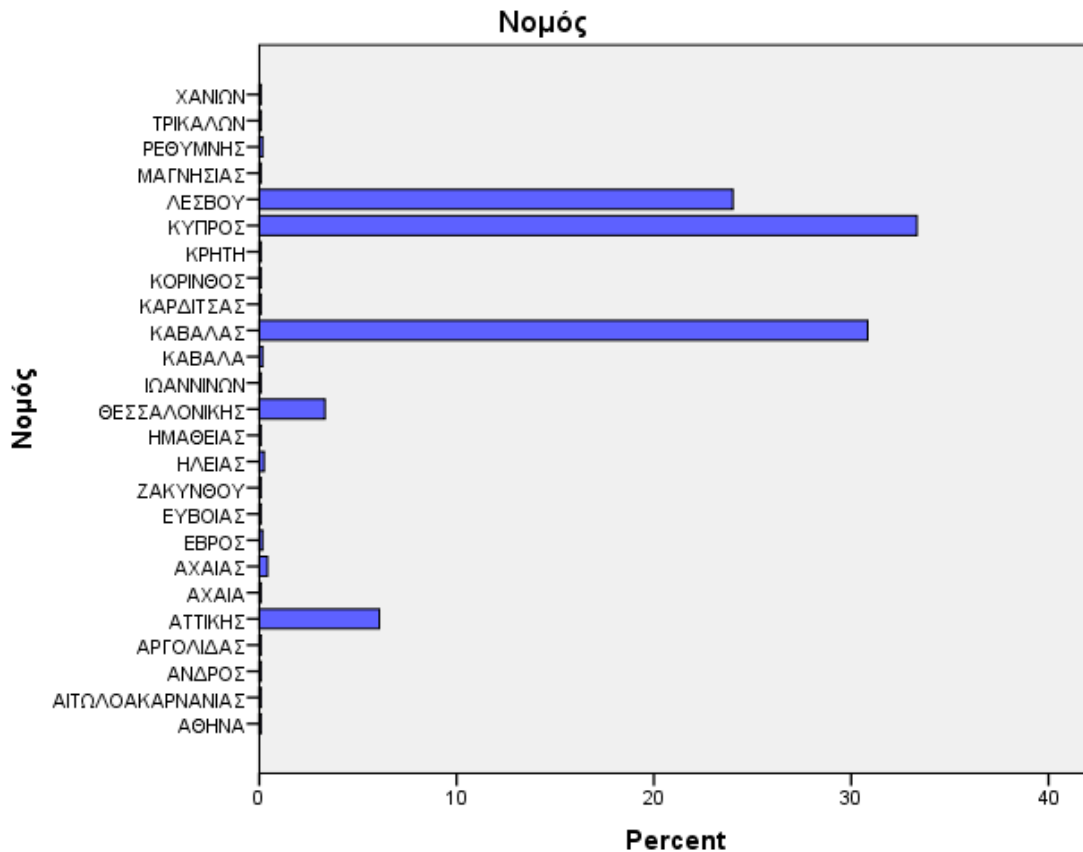
Σχήμα 1 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την χώρα διαμονής

Πίνακας 4 Κατανομή του δείγματος ως προς την χώρα διαμονής

		Χώρα			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ελλάδα	800	66,7	66,7	66,7
	Κύπρος	400	33,3	33,3	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	

Νομός

Το 30,8% των ερωτηθέντων που ήταν από την Ελλάδα ήταν από τον Νομό Καβάλας, το 24% από τον Νομό Λέσβου, το 6,1% από την Αττική και το 3,3% στη Θεσσαλονίκη.



Σχήμα 2 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς τον νομό διαμονής

Πίνακας 5 Κατανομή του δείγματος ως προς τον νομό διαμονής

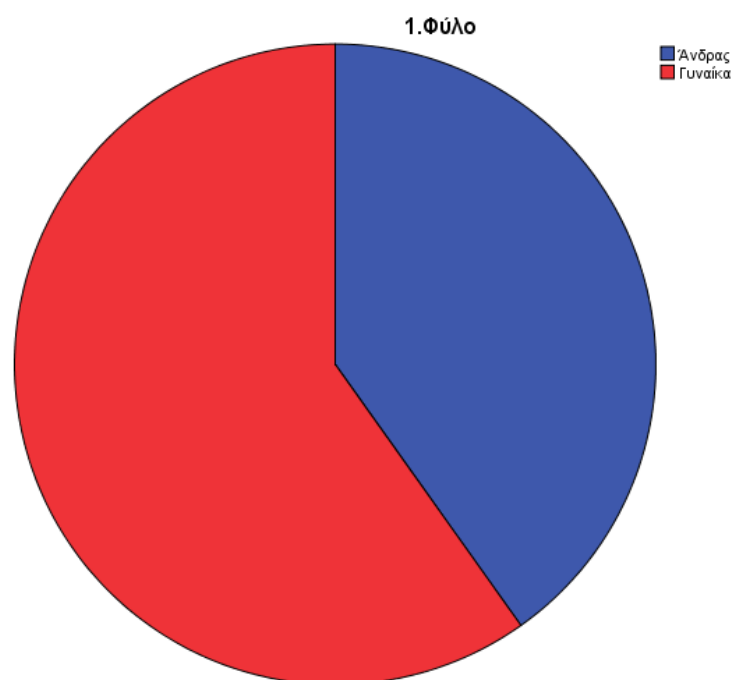
		Νομός			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΘΗΝΑ	1	,1	,1	,1
	ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙ ΑΣ	1	,1	,1	,2
	ΑΝΔΡΟΣ	1	,1	,1	,3
	ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	1	,1	,1	,3
	ΑΤΤΙΚΗΣ	73	6,1	6,1	6,4
	ΑΧΑΙΑ	1	,1	,1	6,5
	ΑΧΑΙΑΣ	5	,4	,4	6,9
	ΕΒΡΟΣ	2	,2	,2	7,1
	ΕΥΒΟΙΑΣ	1	,1	,1	7,2
	ΖΑΚΥΝΘΟΥ	1	,1	,1	7,3
	ΗΛΕΙΑΣ	3	,3	,3	7,5
	ΗΜΑΘΕΙΑΣ	1	,1	,1	7,6
	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	40	3,3	3,3	10,9
	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	1	,1	,1	11,0
	ΚΑΒΑΛΑ	2	,2	,2	11,2
	ΚΑΒΑΛΑΣ	370	30,8	30,8	42,0
	ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	1	,1	,1	42,1
	ΚΟΡΙΝΘΟΣ	1	,1	,1	42,2
	ΚΡΗΤΗ	1	,1	,1	42,3
	ΚΥΠΡΟΣ	400	33,3	33,3	75,6
	ΛΕΣΒΟΥ	288	24,0	24,0	99,6
	ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	1	,1	,1	99,7
	ΡΕΘΥΜΝΗΣ	2	,2	,2	99,8
	ΤΡΙΚΑΛΩΝ	1	,1	,1	99,9
	ΧΑΝΙΩΝ	1	,1	,1	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	

Φύλο (ερώτηση 1)

Το 59,8% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες και το 40,2% ήταν άνδρες.

Πίνακας 6 Κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο

1.Φύλο					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	482	40,2	40,2	40,2
	Γυναίκα	718	59,8	59,8	100,0
Total		1200	100,0	100,0	



Σχήμα 3 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο

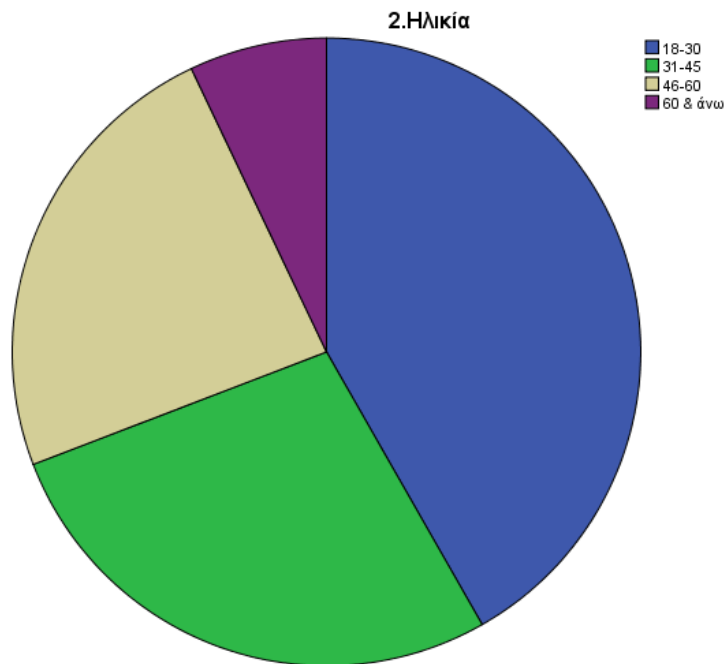
Ηλικία (ερώτηση 2)

Το 41,8% των ερωτηθέντων ήταν από 18-30 ετών, το 27,4% από 31-45 ετών, το 23,8% από 46-60 ετών και το υπόλοιπο 7,1% ήταν από 60 ετών και άνω.

Πίνακας 7 Ηλικιακή κατανομή του δείγματος

2.Ηλικία

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-30	501	41,8	41,8	41,8
31-45	329	27,4	27,4	69,2
46-60	285	23,8	23,8	92,9
60 & άνω	85	7,1	7,1	100,0
Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 4 Ποσοστιαία ηλικιακή κατανομή του δείγματος

Βάρος – Ύψος και Δείκτης Μάζας Σώματος (ερωτήσεις 3 &4)

Ο μέσος όρος βάρους των συμμετεχόντων ήταν τα 72,5 κιλά με Τ.Α. τα 16,1 κιλά. Το μεγαλύτερο βάρος που αναφέρθηκε ήταν τα 140 κιλά και το λιγότερο βάρος ήταν τα 39 κιλά. Ο μέσος όρος ύψους ήταν τα 169,7 εκατοστά με Τ.Α. τα 9,3 εκατοστά. Ο ψηλότερος συμμετέχοντας ήταν 200 εκατοστά και ο πιο κοντός ήταν 148 εκατοστά. Ο μέσος όρος του ΔΜΣ ήταν 25 με Τ.Α. 4,5. Ο μεγαλύτερος ΔΜΣ ήταν 44,8 και ο μικρότερος 13,2.

ΔΜΣ



Σχήμα 5 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς το Δείκτη Μάζας Σώματος

Πίνακας 8 Κατανομή του δείγματος ως προς τον Δείκτη Μάζας Σώματος

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
3.Βάρος	1200	39,00	140,00	72,4680	16,07165
4.Υψος	1200	148,00	200,00	169,6392	9,30830
ΔΜΣ	1200	13,20	44,80	25,0468	4,48848
Valid N (listwise)	1200				

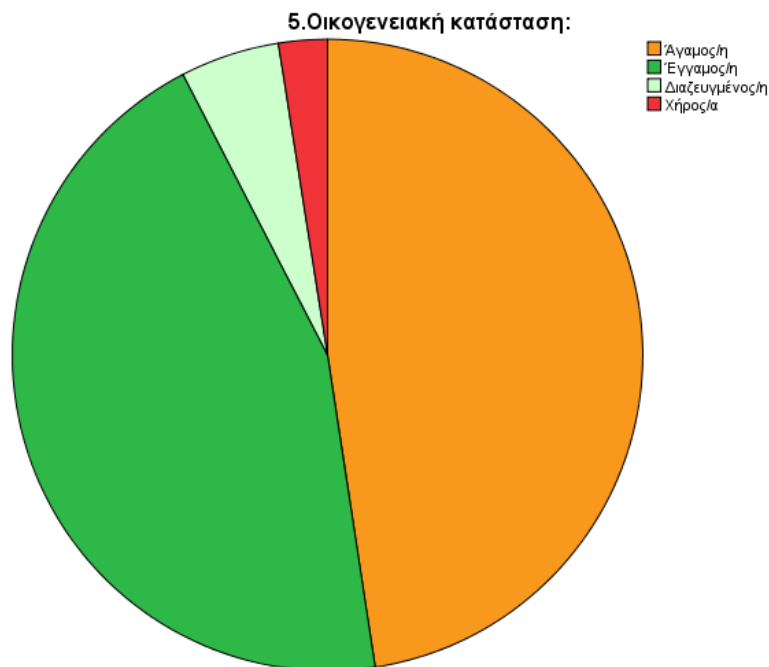
Οικογενειακή κατάσταση (ερώτηση 5)

Το 47,6% των ερωτηθέντων ήταν άγαμοι, το 44,8% ήταν έγγαμοι, το 5,1% ήταν διαζευγμένοι και το υπόλοιπο 2,5% χήροι.

Πίνακας 9 Κατανομή του δείγματος ως προς την οικογενειακή κατάσταση

5.Οικογενειακή κατάσταση:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Άγαμος/η	571	47,6	47,6	47,6
Έγγαμος/η	538	44,8	44,8	92,4
Διαζευγμένος/η	61	5,1	5,1	97,5
Χήρος/α	30	2,5	2,5	100,0
Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 6 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την οικογενειακή κατάσταση

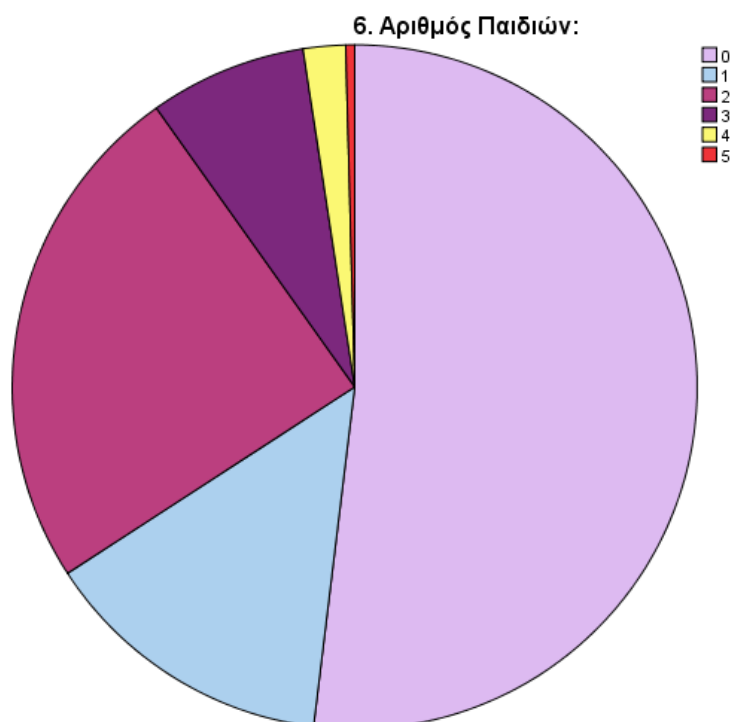
Αριθμός παιδιών (ερώτηση 6)

Το 51,9% των ερωτηθέντων δεν είχαν κανένα παιδί, το 24,3% είχαν δυο παιδιά, το 13,9% είχαν ένα παιδί, το 7,4% είχαν τρία παιδιά, το 2% είχαν τέσσερα παιδιά και το υπόλοιπο 0,4% είχαν 5 παιδιά.

Πίνακας 10 Κατανομή του δείγματος με βάση των αριθμών των τέκνων

6. Αριθμός Παιδιών:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	623	51,9	51,9	51,9
1	167	13,9	13,9	65,8
2	292	24,3	24,3	90,2
3	89	7,4	7,4	97,6
4	24	2,0	2,0	99,6
5	5	,4	,4	100,0
Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 7 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος με βάση των αριθμών των τέκνων

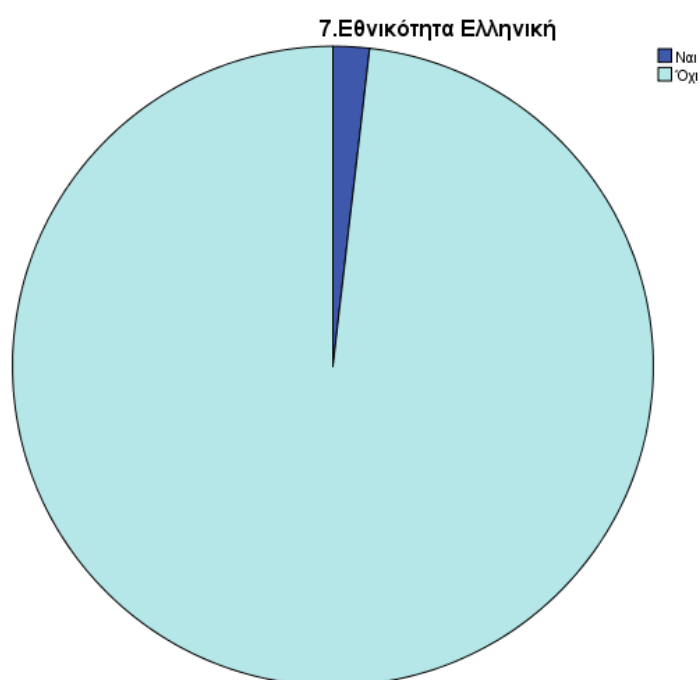
Εθνικότητα (ερώτηση 7)

Το 98,2% των ερωτηθέντων είχαν Ελληνική εθνικότητα και μόλις το 1,8% είχαν άλλη εθνικότητα.

Πίνακας 11 Κατανομή του δείγματος με βάση την εθνικότητα

7.Εθνικότητα Ελληνική

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	22	1,8	1,8	1,8
Όχι	1178	98,2	98,2	100,0
Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 8 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος με βάση την εθνικότητα

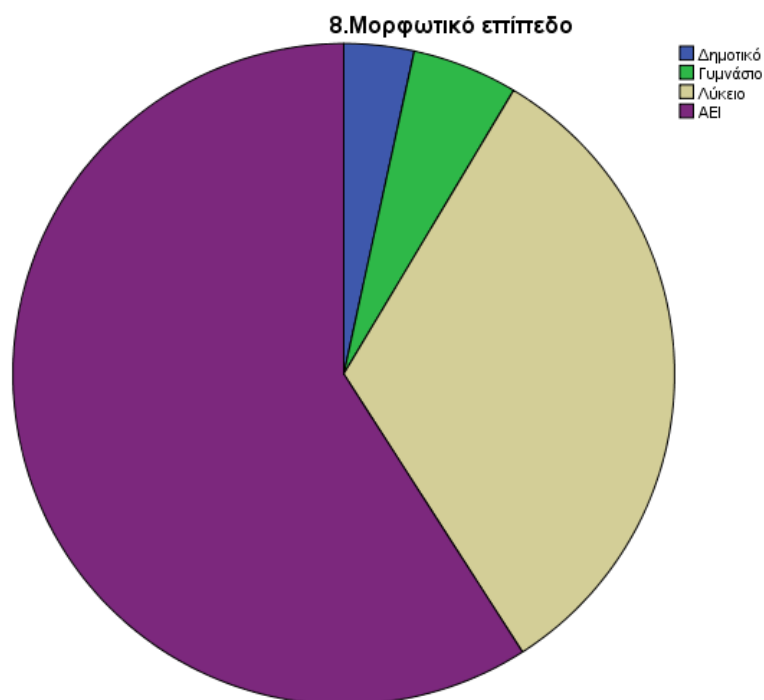
Μορφωτικό επίπεδο (ερώτηση 8)

Το 59,1% των ερωτηθέντων ήταν απόφοιτοι ΑΕΙ, το 32,3% ήταν απόφοιτοι Λυκείου, το 5,2% ήταν απόφοιτοι Γυμνασίου και το υπόλοιπο 3,4% ήταν απόφοιτοι Δημοτικού.

Πίνακας 12 Κατανομή του δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο

8.Μορφωτικό επίπεδο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Δημοτικό	41	3,4	3,4	3,4
Γυμνάσιο	62	5,2	5,2	8,6
Λύκειο	388	32,3	32,3	40,9
ΑΕΙ	709	59,1	59,1	100,0
Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 9 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο

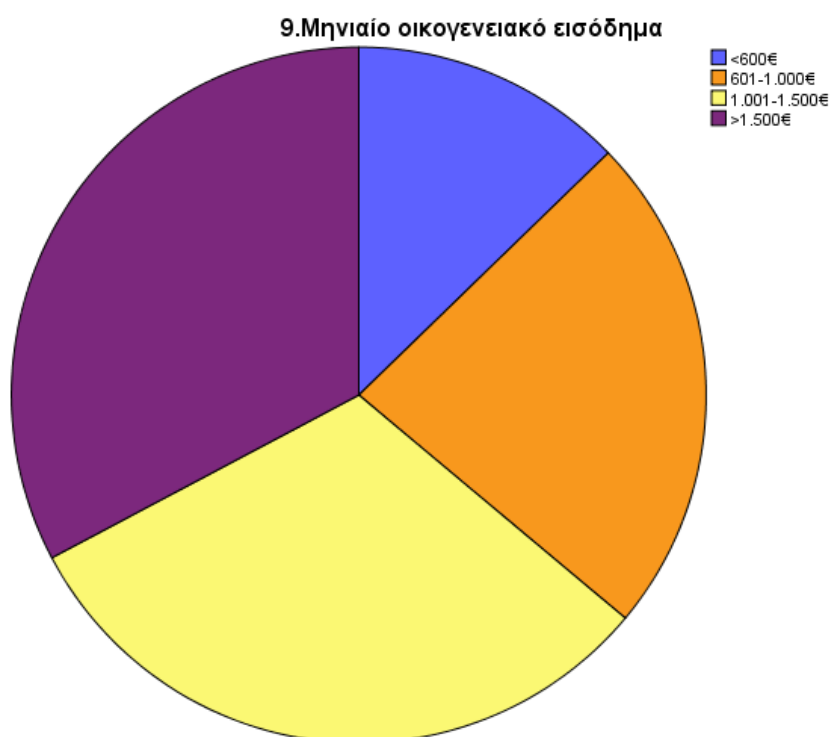
Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα (ερώτηση 9)

Το 32,8% των ερωτηθέντων έχουν μηνιαίο εισόδημα άνω των 1500 ευρώ, το 31,2% είχαν μηνιαίο εισόδημα από 1001-1500 ευρώ, το 23,3% είχαν από 601-1000 ευρώ και το υπόλοιπο 12,8% είχαν λιγότερα από 600 ευρώ.

Πίνακας 13 Κατανομή του δείγματος ως προς το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα

9.Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<600€	153	12,8	12,8	12,8
	601-1.000€	280	23,3	23,3	36,1
	1.001-1.500€	374	31,2	31,2	67,3
	>1.500€	393	32,8	32,8	100,0
Total		1200	100,0	100,0	



Σχήμα 10 Κατανομή του δείγματος ως προς το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα

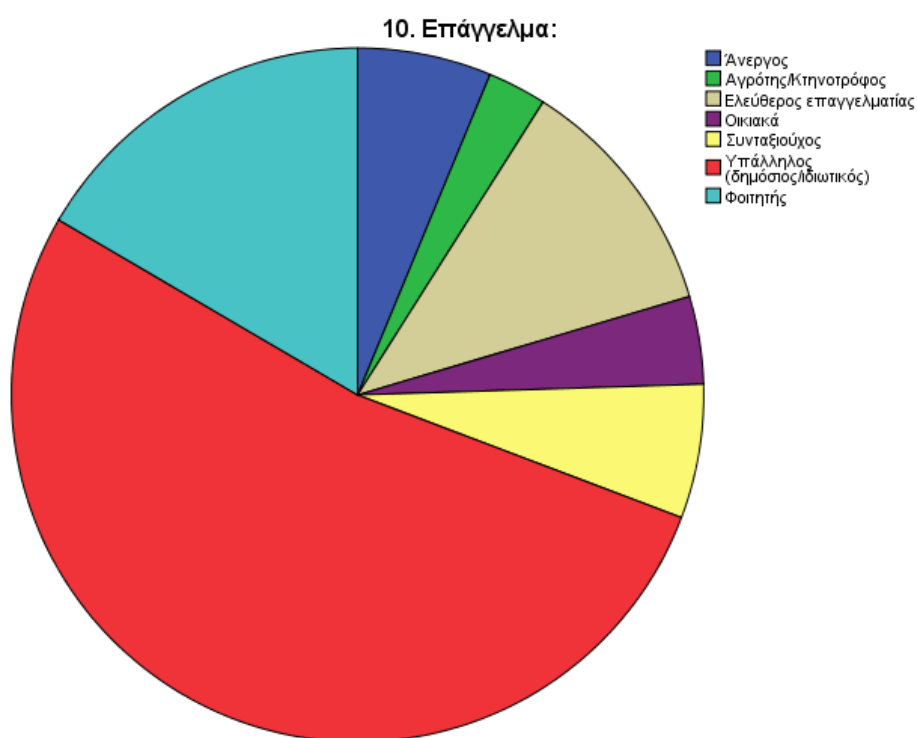
Επάγγελμα (ερώτηση 10)

Το 52,7% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως είναι Δημόσιοι/Ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 16,6% ήταν φοιτητές, το 11,4% ελεύθεροι επαγγελματίες, το 6,3% είναι άνεργοι, άλλο ένα ίδιο ποσοστό είναι συνταξιούχοι, το 4,1% ασχολείται με τα οικιακά και το υπόλοιπο ήταν αγρότες/κτηνοτρόφοι.

Πίνακας 14 Κατανομή του δείγματος ως προς το επάγγελμα

10. Επάγγελμα:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνεργος	75	6,3	6,3	6,3
	Αγρότης/Κτηνοτρόφος	33	2,8	2,8	9,0
	Ελεύθερος επαγγελματίας	137	11,4	11,4	20,4
	Οικιακά	49	4,1	4,1	24,5
	Συνταξιούχος	75	6,3	6,3	30,8
	Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	632	52,7	52,7	83,4
	Φοιτητής	199	16,6	16,6	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	



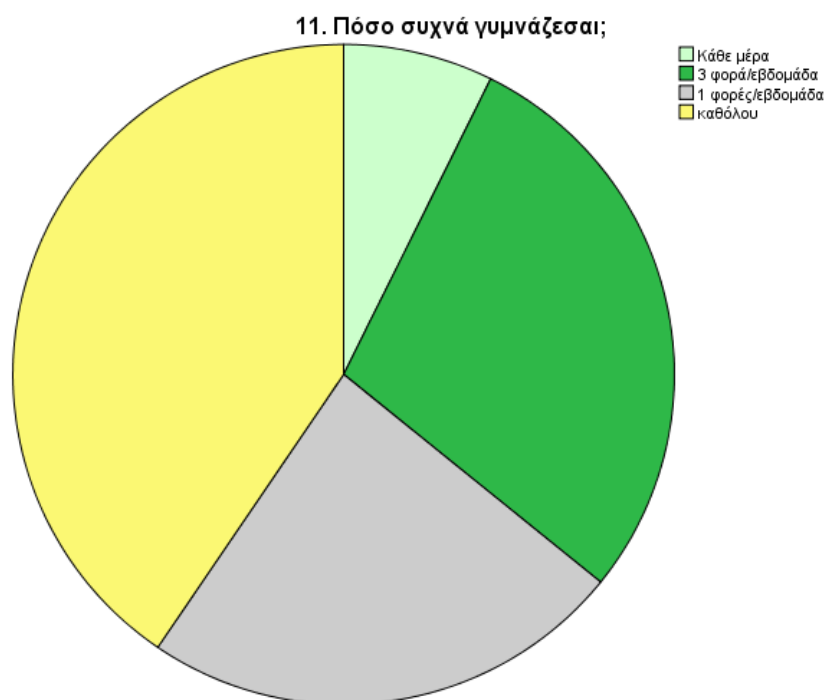
Σχήμα 11 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς το επάγγελμα

Συχνότητα εκγύμνασης (ερώτηση 11)

Το 40,5% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως δεν γυμνάζονται καθόλου, το 28,5% γυμνάζονται 3 φορές τη βδομάδα, το 23,7% 1 φορά τη βδομάδα και το υπόλοιπο 7,3% γυμνάζονται κάθε μέρα.

Πίνακας 15 Κατανομή του δείγματος ως προς την συχνότητα εκγύμνασης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κάθε μέρα	88	7,3	7,3	7,3
	3 φορές/εβδομάδα	342	28,5	28,5	35,8
	1 φορές/εβδομάδα	284	23,7	23,7	59,5
	καθόλου	486	40,5	40,5	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	



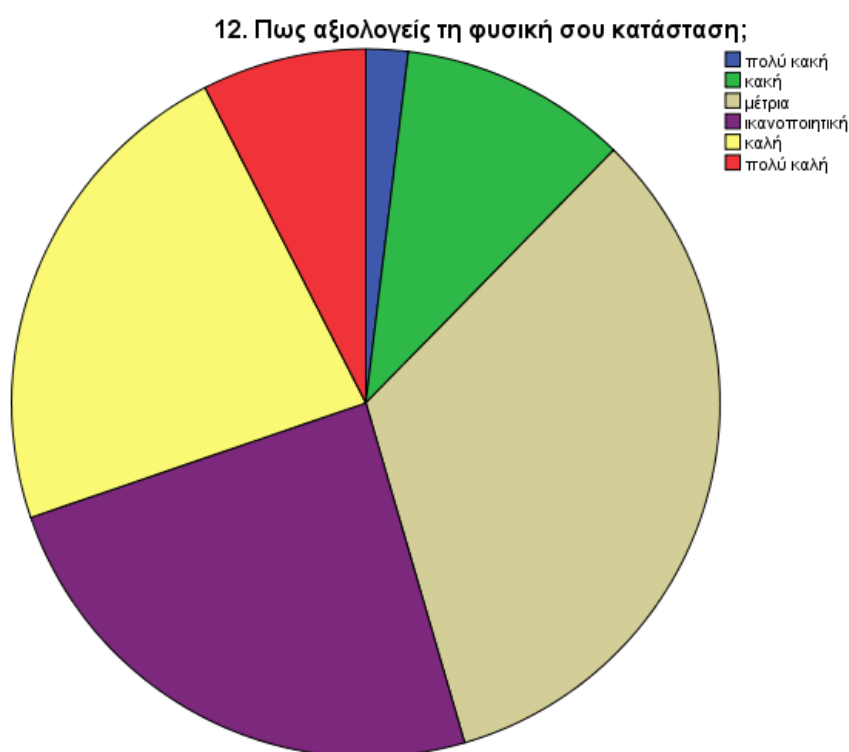
Σχήμα 12 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την συχνότητα εκγύμνασης

Φυσική κατάσταση (ερώτηση 12)

Το 33,2% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως η φυσική τους κατάσταση είναι μέτρια, το 24,3% είναι ικανοποιητική, το 22,8% είναι καλή, το 10,4% είναι κακή, το 7,5% είναι πολύ καλή και το υπόλοιπο 1,9% πολύ κακή.

Πίνακας 16 Κατανομή του δείγματος ως προς την φυσική κατάσταση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	πολύ κακή	23	1,9	1,9	1,9
	κακή	125	10,4	10,4	12,3
	μέτρια	398	33,2	33,2	45,5
	ικανοποιητική	291	24,3	24,3	69,8
	καλή	273	22,8	22,8	92,5
	πολύ καλή	90	7,5	7,5	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 13 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την φυσική κατάσταση

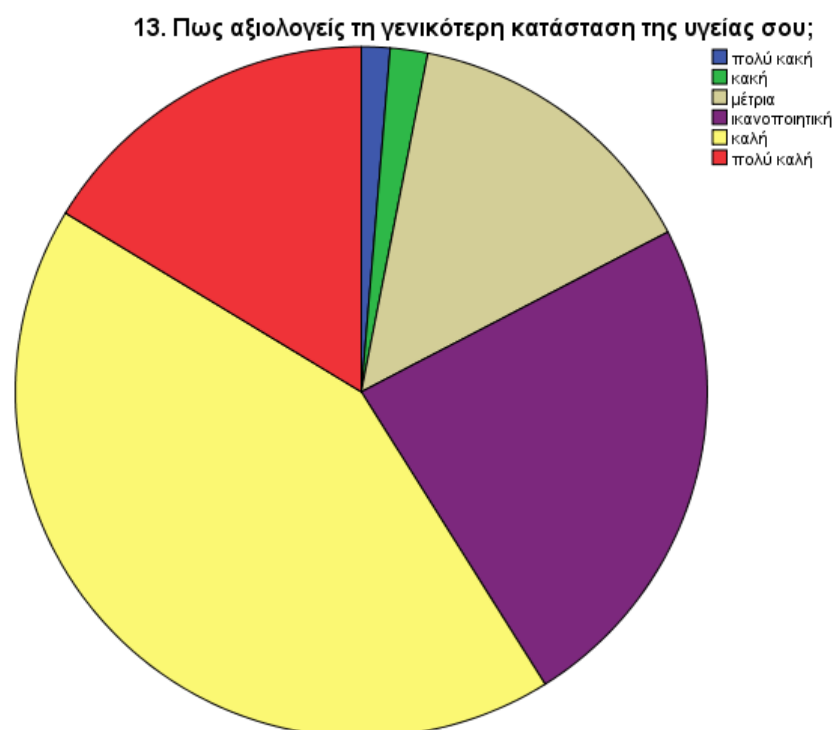
Κατάσταση υγείας (ερώτηση 13)

Το 42,6% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως η γενικότερη κατάσταση της υγείας τους είναι καλή, το 23,8% είναι ικανοποιητική, το 16,3% είναι πολύ καλή, το 14,3% είναι μέτρια, το 1,8% είναι κακή και το υπόλοιπο 1,3% πολύ κακή.

Πίνακας 17 Κατανομή του δείγματος με βάση την κατάσταση υγείας

13. Πως αξιολογείς τη γενικότερη κατάσταση της υγείας σου;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid πολύ κακή	16	1,3	1,3	1,3
κακή	21	1,8	1,8	3,1
μέτρια	171	14,3	14,3	17,3
ικανοποιητική	285	23,8	23,8	41,1
καλή	511	42,6	42,6	83,7
πολύ καλή	196	16,3	16,3	100,0
Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 14 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος με βάση την κατάσταση υγείας

Ενασχόληση με την προετοιμασία του φαγητού (ερώτηση 14)

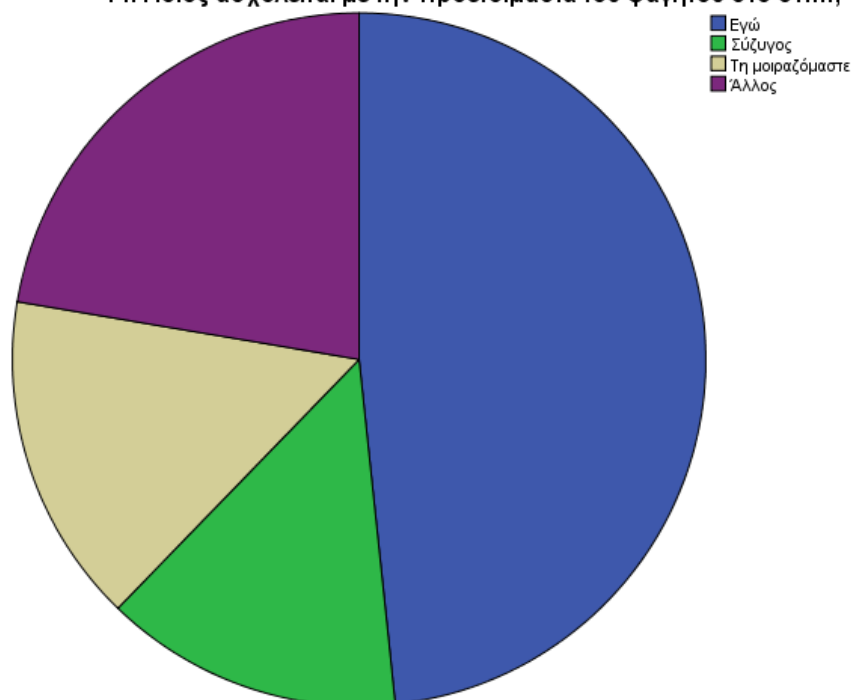
Το 48,3% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως ασχολούνται οι ίδιοι με την προετοιμασία του φαγητού στο σπίτι, το 22,3% ασχολείται άλλος, το 15,4% τη μοιράζονται με κάποιον άλλο και το υπόλοιπο 13,9% ασχολείται ο/η σύζυγος.

Πίνακας 18 Κατανομή του δείγματος ως προς την ενασχόληση με την προετοιμασία του φαγητού

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

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Εγώ	580	48,3	48,3	48,3
Σύζυγος	167	13,9	13,9	62,3
Τη μοιραζόμαστε	185	15,4	15,4	77,7
Άλλος	268	22,3	22,3	100,0
Total	1200	100,0	100,0	

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



Σχήμα 15 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την ενασχόληση με την προετοιμασία του φαγητού

Αγορά τροφίμων (ερώτηση 15)

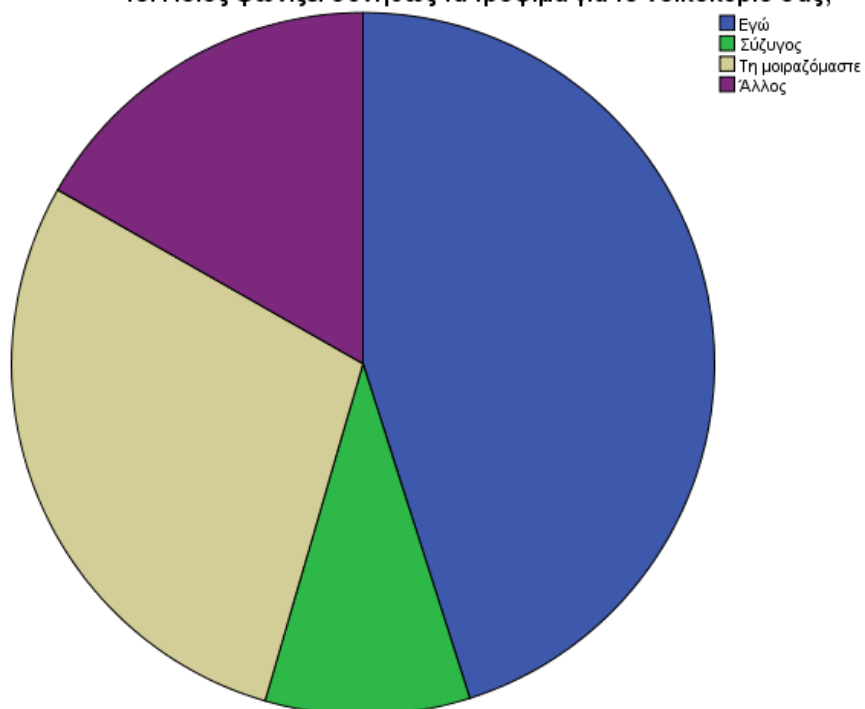
Το 45,1% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως ψωνίζουν οι ίδιοι τα τρόφιμα για το νοικοκυριό τους, το 28,8% τα μοιράζονται με κάποιον άλλο, το 16,8% ασχολείται άλλος και το υπόλοιπο 9,4% ασχολείται ο/η σύζυγος.

Πίνακας 19 Κατανομή του δείγματος σχετικά με την αγορά τροφίμων

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

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Εγώ	541	45,1	45,1	45,1
Σύζυγος	113	9,4	9,4	54,5
Τη μοιραζόμαστε	345	28,8	28,8	83,3
Άλλος	201	16,8	16,8	100,0
Total	1200	100,0	100,0	

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



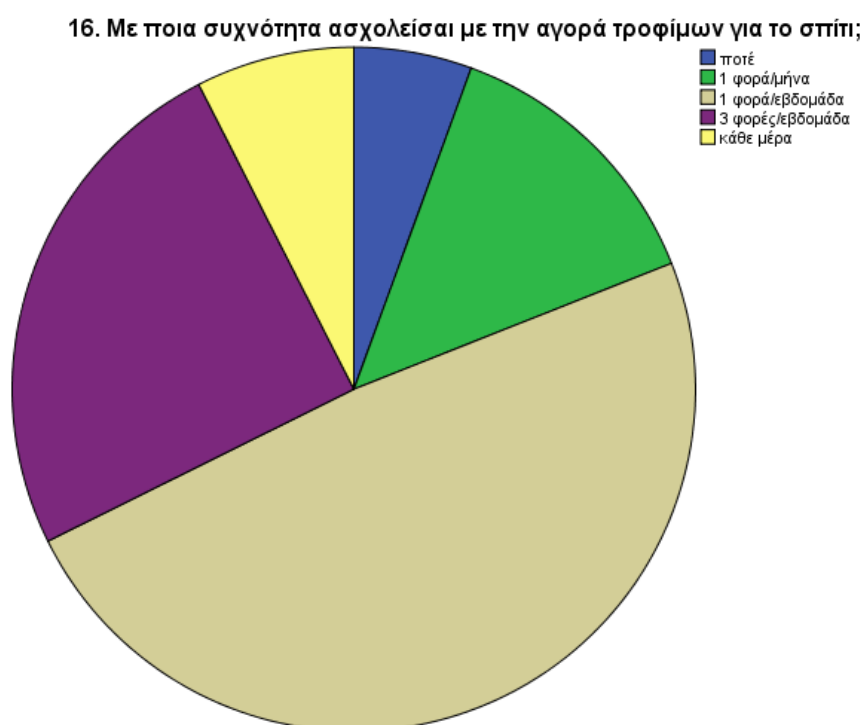
Σχήμα 16 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος σχετικά με την αγορά τροφίμων

Συχνότητα αγοράς τροφίμων (ερώτηση 16)

Το 48,7% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως ασχολούνται με την αγορά τροφίμων για το σπίτι 1 φορά τη βδομάδα, το 24,8% 3 φορές τη βδομάδα, το 13,4% 1 φορά το μήνα, το 7,5% κάθε μέρα και το υπόλοιπο 5,6% δεν ασχολούνται ποτέ.

Πίνακας 20 Κατανομή του δείγματος ως προς τη συχνότητα αγοράς τροφίμων

16. Με ποια συχνότητα ασχολείσαι με την αγορά τροφίμων για το σπίτι;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ποτέ	67	5,6	5,6	5,6
	1 φορά/μήνα	161	13,4	13,4	19,0
	1 φορά/εβδομάδα	584	48,7	48,7	67,7
	3 φορές/εβδομάδα	298	24,8	24,8	92,5
	κάθε μέρα	90	7,5	7,5	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 17 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς τη συχνότητα αγοράς τροφίμων

Χρόνος για την αγορά τροφίμων (ερώτηση 17)

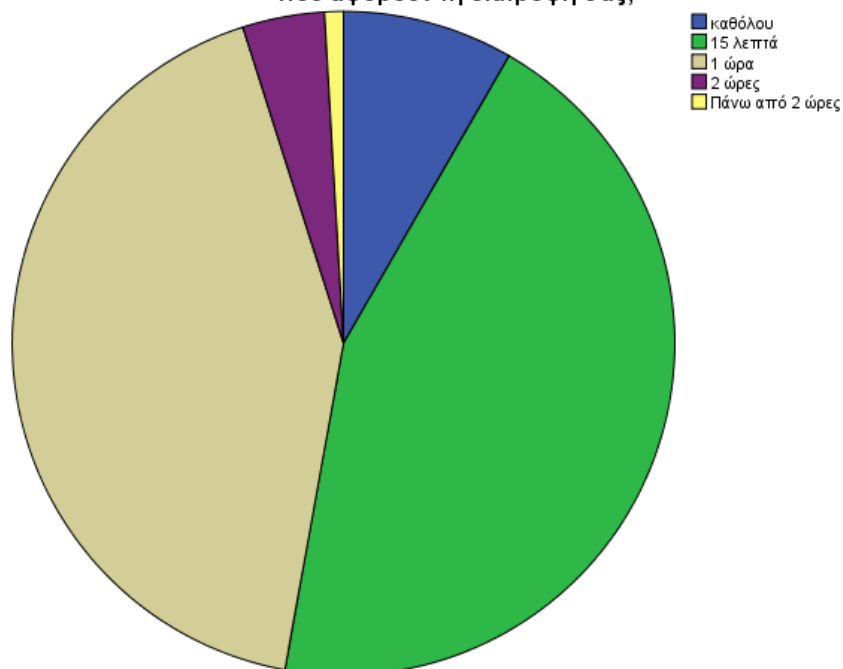
Το 44,5% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως αφιερώνουν 15 λεπτά κάθε φορά για την αγορά των ειδών που αφορούν τη διατροφή, το 42,3% 1 ώρα, το 8,3% δεν αφιερώνουν καθόλου χρόνο, το 4% αφιερώνουν 2 ώρες και το υπόλοιπο 0,9% αφιερώνουν πάνω από 2 ώρες.

Πίνακας 21 Κατανομή του δείγματος με βάση τον χρόνο για την αγορά τροφίμων

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

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid καθόλου	100	8,3	8,3	8,3
15 λεπτά	534	44,5	44,5	52,8
1 ώρα	507	42,3	42,3	95,1
2 ώρες	48	4,0	4,0	99,1
Πάνω από 2 ώρες	11	,9	,9	100,0
Total	1200	100,0	100,0	

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



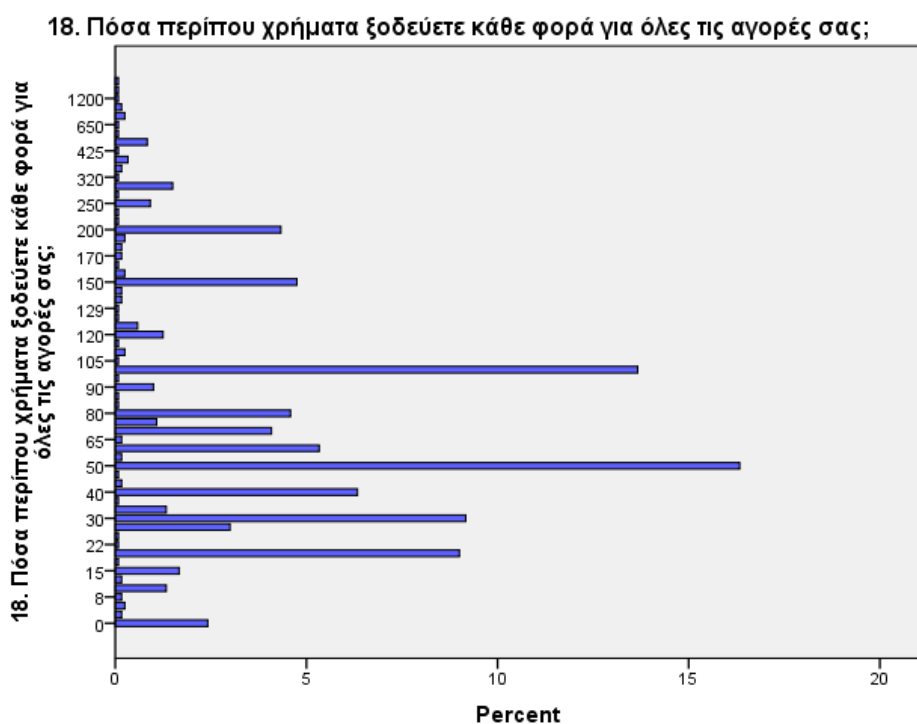
Σχήμα 18 Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος με βάση τον χρόνο για την αγορά τροφίμων

Χρήματα για αγορές ειδών & τροφίμων (ερώτηση 18 & 19)

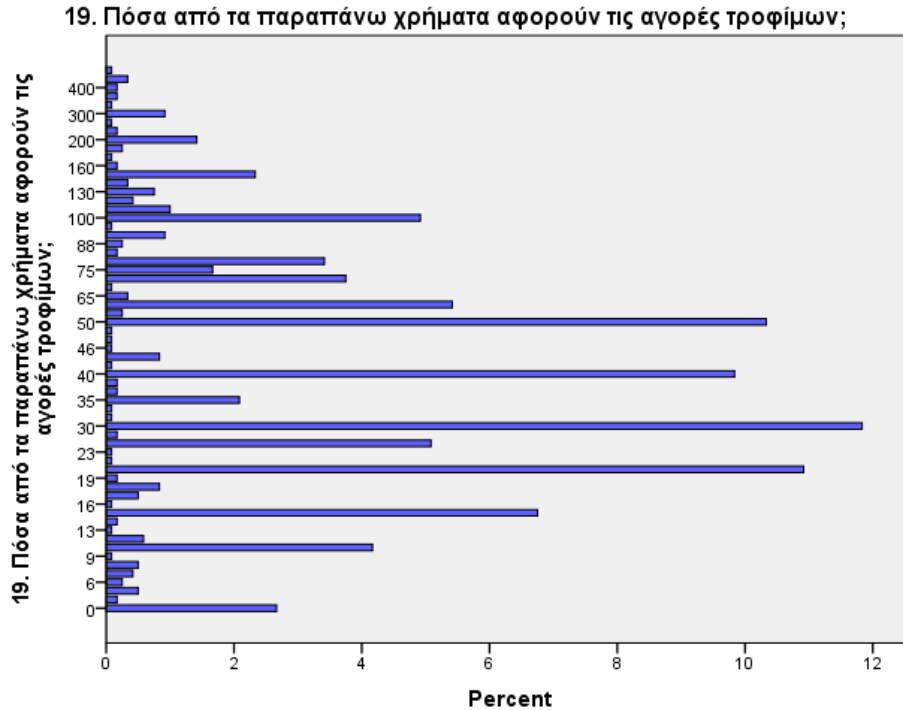
Ο μέσος όρος χρημάτων που ξοδεύουν κάθε φορά για όλες τις αγορές τους οι ερωτηθέντες ήταν περίπου 86 ευρώ με Τ.Α. 120 ευρώ και ο μέσος όρος για αγορές τροφίμων ήταν τα 53,5 ευρώ με Τ.Α. τα 59 ευρώ.

Πίνακας 22 Κατανομή του δείγματος με βάση τα χρήματα που δαπανούν για αγορές ειδών και τροφίμων

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
18. Πόσα περίπου χρήματα ξοδεύετε κάθε φορά για όλες τις αγορές σας;	1200	0	2000	85,88	119,803
19. Πόσα από τα παραπάνω χρήματα αφορούν τις αγορές τροφίμων;	1200	0	600	53,47	59,029
Valid N (listwise)	1200				



Σχήμα 19 Ποσοστιαία κατανομή των χρημάτων που δαπανούνται για αγορά ειδών



Πίνακας 20 Ποσοστιαία κατανομή των χρημάτων που δαπανούνται για αγορά τροφίμων

Β. Γνώσεις, απόψεις και επιρροές του δείγματος σχετικά με την ετικέτα τροφίμων

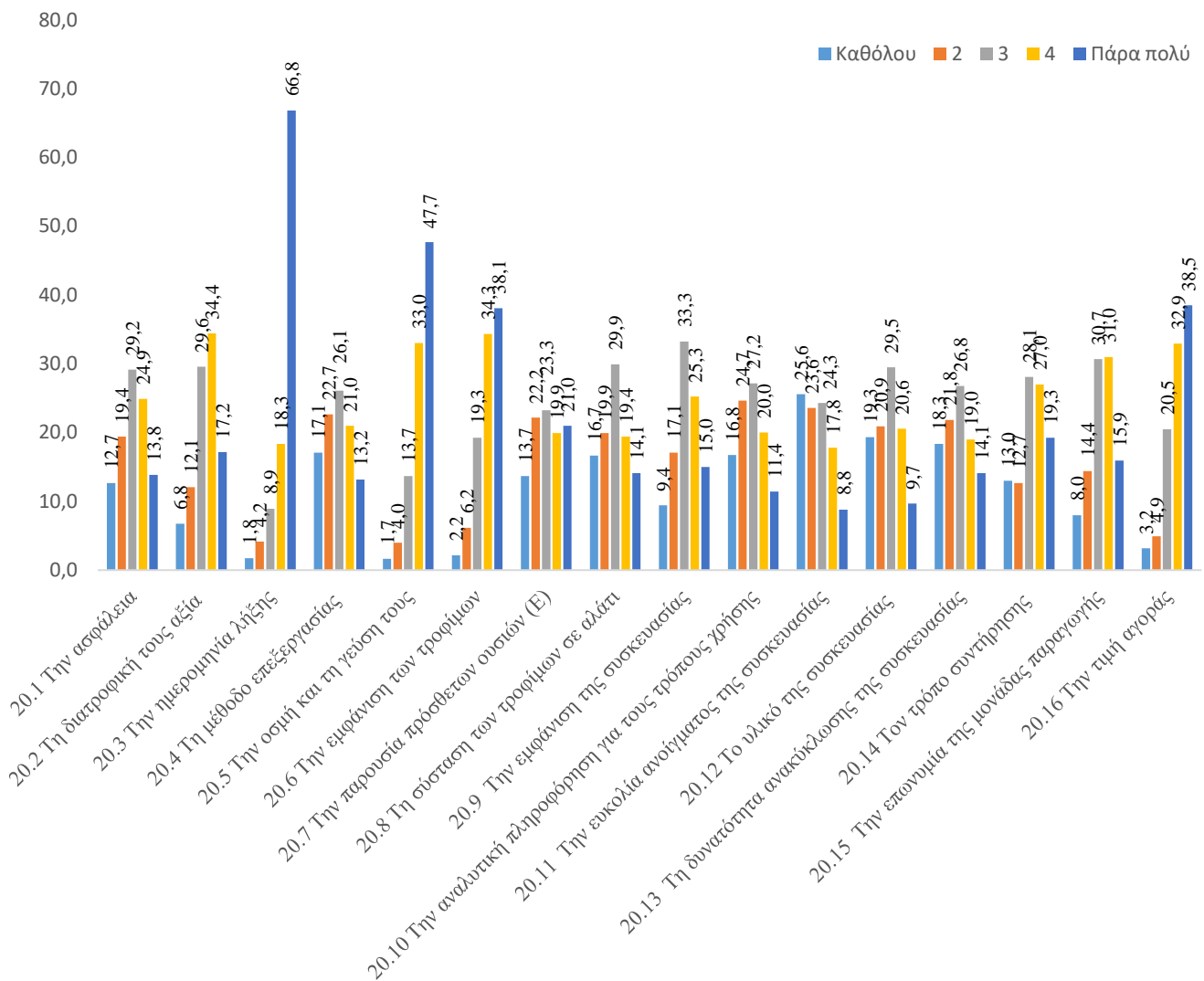
Ερωτήσεις 20.1.– 20.16

Από τον παρακάτω συγκεντρωτικό πίνακα βλέπουμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες κατά τη διάρκεια αγοράς τροφίμων επηρεάζονται σε μέτριο μεγάλο βαθμό από την ασφάλεια (29.2%) (υποερώτηση 20.1), από την μέθοδο επεξεργασίας (26,1%) (υποερώτηση 20.4), από την παρουσία πρόσθετων ουσιών (E) (23,3%) (υποερώτηση 20.7), από την σύσταση των τροφίμων σε αλάτι (29,9%) (υποερώτηση 20.8), από την εμφάνιση της συσκευασίας (33,3%) (υποερώτηση 20.9), από την αναλυτική πληροφόρηση για τους τρόπους χρήσης (27,2%) (υποερώτηση 20.10), το υλικό της συσκευασίας (29,5%) (υποερώτηση 20.12), τη δυνατότητα ανακύκλωσης της συσκευασίας (26,8%) (υποερώτηση 20.13) και τον τρόπο συντήρησης (28,1%) (υποερώτηση 20.14). Επηρεάζονται σε πολύ μεγάλο βαθμό από την διατροφική τους αξία (34,4%) (υποερώτηση 20.2) και την επωνυμία της μονάδας παραγωγής (31%)

(υποερώτηση 20.15). Το 66,8% των ερωτηθέντων επηρεάζονται σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό από την ημερομηνία λήξης (υποερώτηση 20.3), την οσμή και τη γεύση τους (47,7%) (υποερώτηση 20.5), την εμφάνιση των τροφίμων (38,1%) (υποερώτηση 20.3) και την τιμή αγοράς (38,5%) (υποερώτηση 20.6). Οι περισσότεροι ερωτηθέντες κατά τη διάρκεια αγοράς τροφίμων δεν επηρεάζονται καθόλου από την ευκολία ανοίγματος της συσκευασίας (υποερώτηση 20.11).

Πίνακας 23 Κατανομή των παραγόντων που επηρεάζουν το δείγμα σχετικά με την αγορά τροφίμων

20.Πόσο επηρεάζεστε κατά την αγορά τροφίμων από:						
		Καθόλου	2	3	4	Πάρα πολύ
20.1 Την ασφάλεια	N	152	233	350	299	166
	%	12,7	19,4	29,2	24,9	13,8
20.2 Τη διατροφική τους αξία	N	81	145	355	413	206
	%	6,8	12,1	29,6	34,4	17,2
20.3 Την ημερομηνία λήξης	N	21	50	107	220	802
	%	1,8	4,2	8,9	18,3	66,8
20.4 Τη μέθοδο επεξεργασίας	N	205	272	313	252	158
	%	17,1	22,7	26,1	21,0	13,2
20.5 Την οσμή και τη γεύση τους	N	20	48	164	396	572
	%	1,7	4,0	13,7	33,0	47,7
20.6 Την εμφάνιση των τροφίμων	N	26	74	231	412	457
	%	2,2	6,2	19,3	34,3	38,1
20.7 Την παρουσία πρόσθετων ουσιών (E)	N	164	266	279	239	252
	%	13,7	22,2	23,3	19,9	21,0
20.8 Τη σύσταση των τροφίμων σε αλάτι	N	200	239	359	233	169
	%	16,7	19,9	29,9	19,4	14,1
20.9 Την εμφάνιση της συσκευασίας	N	113	205	399	303	180
	%	9,4	17,1	33,3	25,3	15,0
20.10 Την αναλυτική πληροφόρηση για τους τρόπους χρήσης	N	201	296	326	240	137
	%	16,8	24,7	27,2	20,0	11,4
20.11 Την ευκολία ανοίγματος της συσκευασίας	N	307	283	291	214	105
	%	25,6	23,6	24,3	17,8	8,8
20.12 Το υλικό της συσκευασίας	N	232	251	354	247	116
	%	19,3	20,9	29,5	20,6	9,7
20.13 Τη δυνατότητα ανακύκλωσης της συσκευασίας	N	220	262	321	228	169
	%	18,3	21,8	26,8	19,0	14,1
20.14 Τον τρόπο συντήρησης	N	156	152	337	324	231
	%	13,0	12,7	28,1	27,0	19,3
20.15 Την επωνυμία της μονάδας παραγωγής	N	96	173	368	372	191
	%	8,0	14,4	30,7	31,0	15,9
20.16 Την τιμή αγοράς	N	38	59	246	395	462
	%	3,2	4,9	20,5	32,9	38,5



Σχήμα 21 Ποσοστιαία κατανομή των παραγόντων που επηρεάζουν το δείγμα σχετικά με την αγορά τροφίμων

Ερώτηση 21

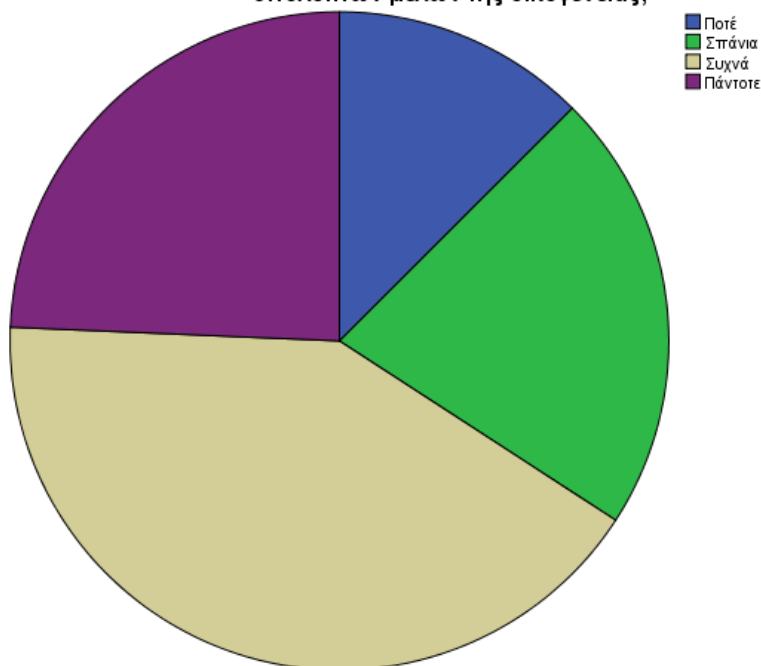
Το 41,5% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως επηρεάζονται συχνά από τις διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας, το 24,3% επηρεάζονται πάντοτε, το 21,7% δεν επηρεάζονται ποτέ και το υπόλοιπο 12,5% δεν επηρεάζονται ποτέ.

Πίνακας 24 Επιρροή των μελών της οικογένειας στην αγορά τροφίμων

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

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ποτέ	150	12,5	12,5	12,5
Σπάνια	260	21,7	21,7	34,2
Συχνά	498	41,5	41,5	75,7
Πάντοτε	292	24,3	24,3	100,0
Total	1200	100,0	100,0	

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



Σχήμα 22 Ποσοστιαία επιρροή των μελών της οικογένειας στην αγορά τροφίμων

Ερώτηση 22

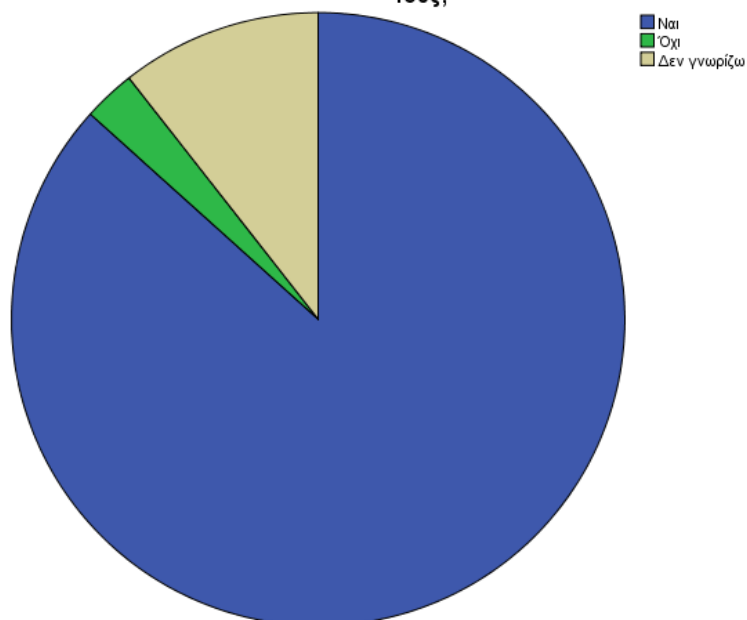
Το 86,7% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους, το 10,6% δεν γνωρίζουν αν είναι και το 2,8% δήλωσαν πως δεν είναι υποχρεωτική.

Πίνακας 25 Υποχρεωτική αναγραφή της ετικέτας

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

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	1040	86,7	86,7	86,7
Όχι	33	2,8	2,8	89,4
Δεν γνωρίζω	127	10,6	10,6	100,0
Total	1200	100,0	100,0	

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



Σχήμα 23 Ποσοστιαία κατανομή της άποψης των καταναλωτών για την υποχρεωτική αναγραφή της ετικέτας τροφίμων

Ερώτηση 23

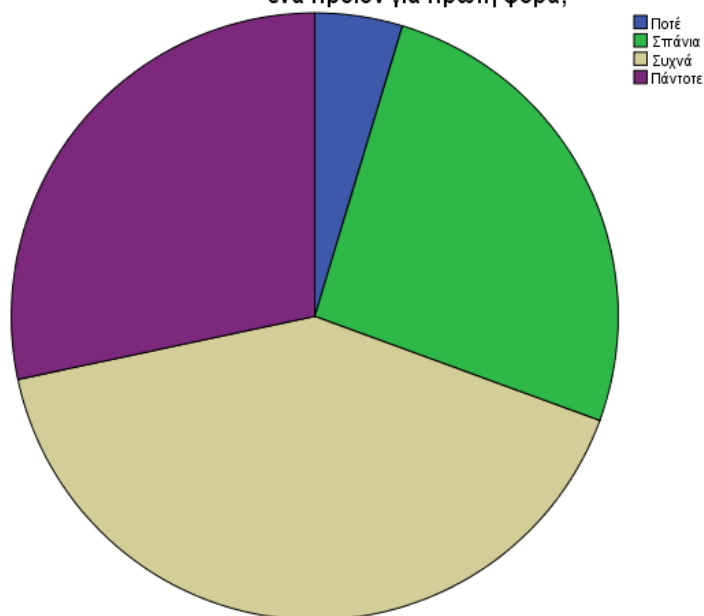
Το 41,1% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως διαβάζουν συχνά τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά, το 28,3% τις διαβάζουν πάντοτε, το 25,9% τις διαβάζουν σπάνια και το υπόλοιπο 4,7% δεν τις διαβάζουν ποτέ.

Πίνακας 26 Ανάγνωση της ετικέτας τροφίμων κατά την πρώτη αγορά

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

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	56	4,7	4,7	4,7
	Σπάνια	311	25,9	25,9	30,6
	Συχνά	493	41,1	41,1	71,7
	Πάντοτε	340	28,3	28,3	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	

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



Σχήμα 24 Ποσοστιαία κατανομή για την ανάγνωση της ετικέτας τροφίμων κατά την πρώτη αγορά

Ερώτηση 24

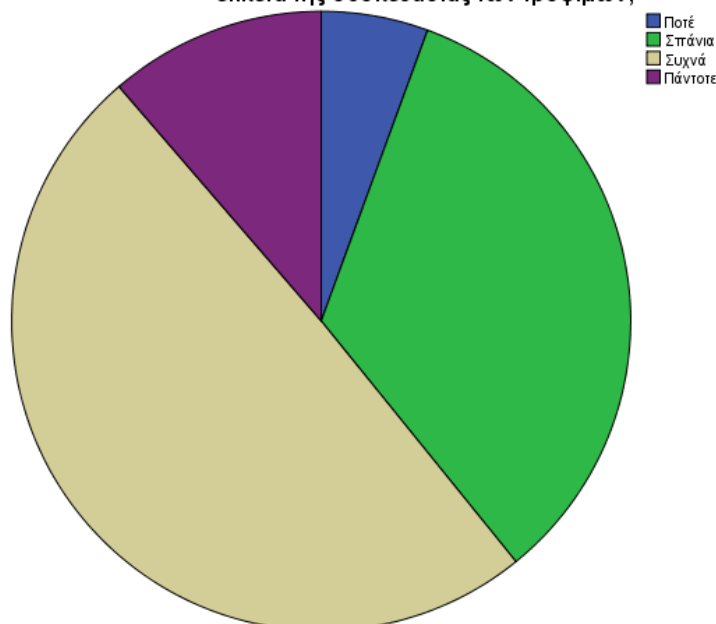
Το 49,5% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην ετικέτα της συσκευασίας των τροφίμων επηρεάζουν τις αγορές τους συχνά, το 33,6% σπάνια, το 11,3% πάντοτε και το υπόλοιπο 5,6% δεν τους επηρεάζουν ποτέ.

Πίνακας 27 Επιρροή των καταναλωτών από την ετικέτα τροφίμων στην αγορά τροφίμων

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

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ποτέ	67	5,6	5,6	5,6
Σπάνια	403	33,6	33,6	39,2
Συχνά	594	49,5	49,5	88,7
Πάντοτε	136	11,3	11,3	100,0
Total	1200	100,0	100,0	

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



Σχήμα 25 Ποσοστιαία κατανομή της επιρροής των καταναλωτών από την ετικέτα τροφίμων στην αγορά τροφίμων

Ερώτηση 25

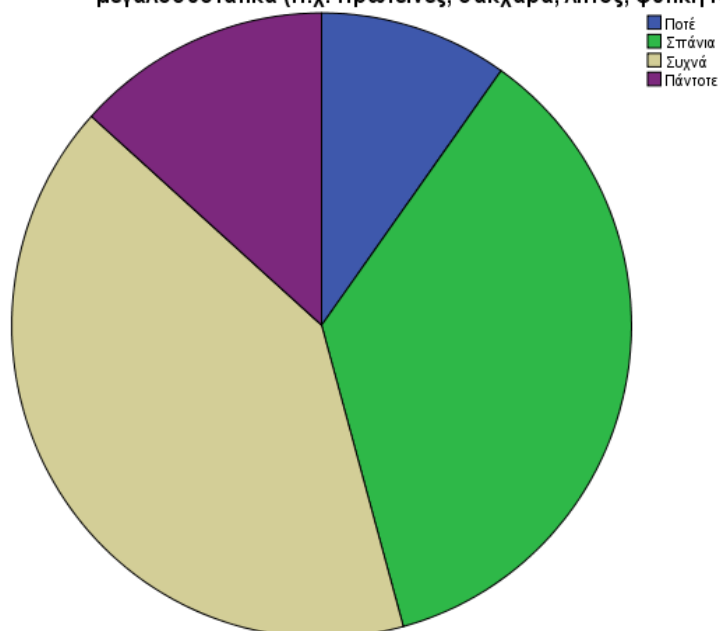
Το 40,9% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως διαβάζουν τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλοσυστατικά συχνά, το 35,9% σπάνια, το 13,3% πάντοτε και το υπόλοιπο 9,8% δεν τις διαβάζουν ποτέ.

Πίνακας 28 Ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών της ετικέτας

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

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	118	9,8	9,8	9,8
	Σπάνια	431	35,9	35,9	45,8
	Συχνά	491	40,9	40,9	86,7
	Πάντοτε	160	13,3	13,3	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	

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



Σχήμα 26 Ποσοστιαία κατανομή της ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών της ετικέτας

Ερώτηση 26

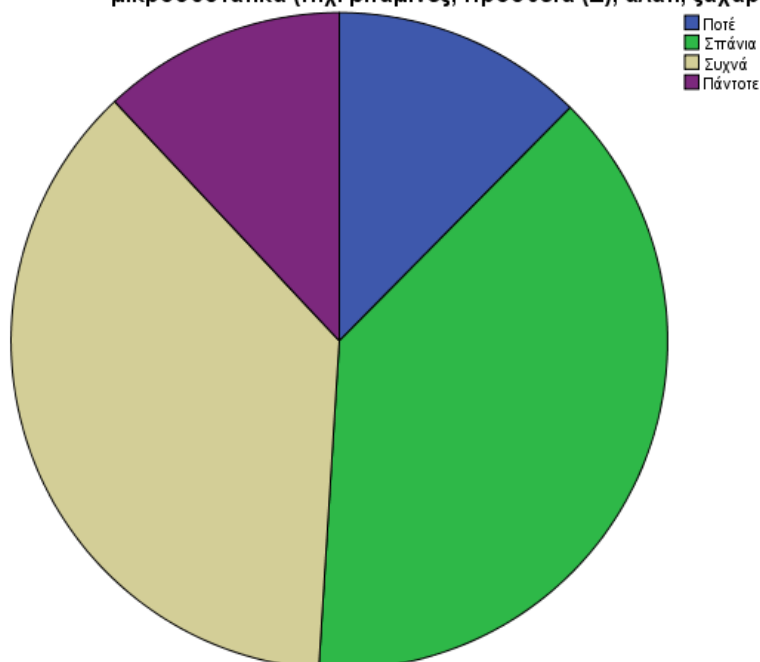
Το 38,6% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως διαβάζουν τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μικροσυστατικά σπάνια, το 37% συχνά, το 12,4% δεν τις διαβάζουν ποτέ και το υπόλοιπο 12% τις διαβάζουν πάντοτε.

Πίνακας 29 Ανάγνωση των μικροσυστατικών της ετικέτας

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

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	149	12,4	12,4	12,4
	Σπάνια	463	38,6	38,6	51,0
	Συχνά	444	37,0	37,0	88,0
	Πάντοτε	144	12,0	12,0	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	

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



Σχήμα 27 Ποσοστιαία κατανομή της ανάγνωση των μικροσυστατικών της ετικέτας

Ερώτηση 27

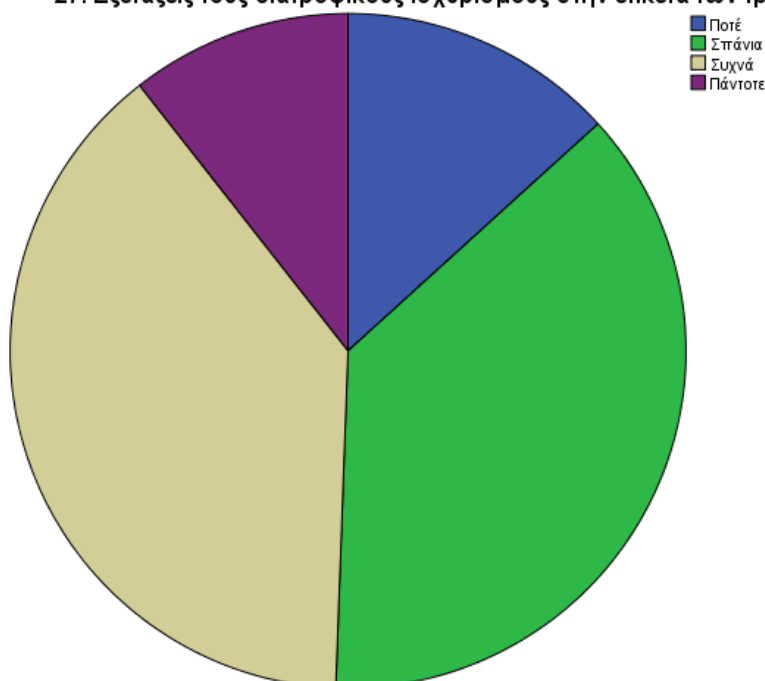
Το 38,8% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως εξετάζουν τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων συχνά, το 37,3% σπάνια, το 13,3% δεν τις εξετάζουν ποτέ και το υπόλοιπο 10,6% τις εξετάζουν πάντοτε.

Πίνακας 30 Εξέταση των διατροφικών ισχυρισμών της ετικέτας

27. Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	159	13,3	13,3	13,3
	Σπάνια	448	37,3	37,3	50,6
	Συχνά	466	38,8	38,8	89,4
	Πάντοτε	127	10,6	10,6	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	

27. Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων;



Σχήμα 28 Ποσοστιαία κατανομή της εξέτασης των διατροφικών ισχυρισμών της ετικέτας

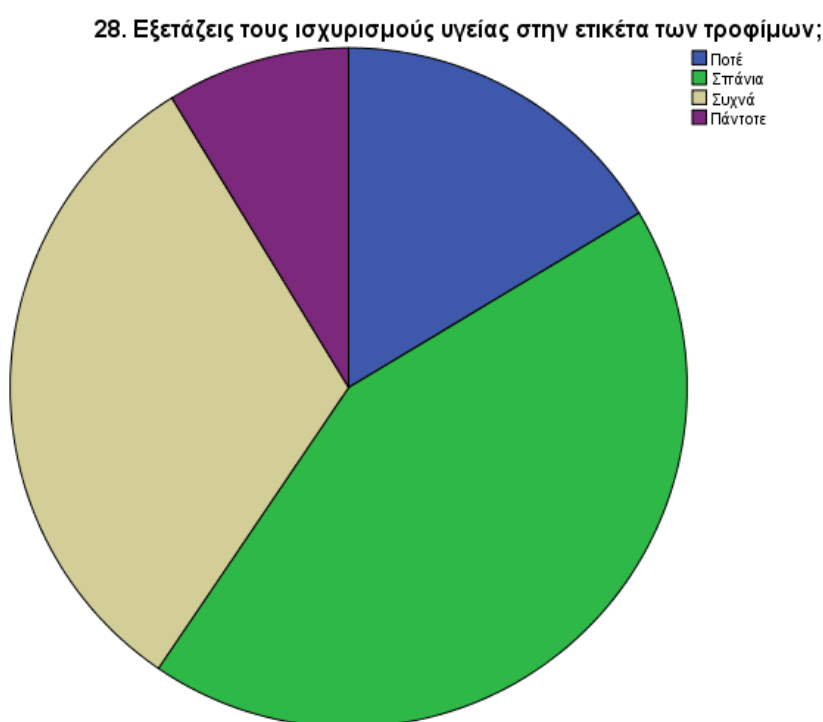
Ερώτηση 28

Το 38,8% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως εξετάζουν τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων σπάνια, το 31,8% συχνά, το 16,4% δεν τους εξετάζουν ποτέ και το υπόλοιπο 8,8% τους εξετάζουν πάντοτε.

Πίνακας 31 Εξέταση των ισχυρισμών υγείας της ετικέτας

28. Εξετάζεις τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	197	16,4	16,4	16,4
	Σπάνια	517	43,1	43,1	59,5
	Συχνά	381	31,8	31,8	91,3
	Πάντοτε	105	8,8	8,8	100,0
	Total	1200	100,0	100,0	



Σχήμα 29 Ποσοστιαία κατανομή της εξέτασης των ισχυρισμών υγείας της ετικέτας

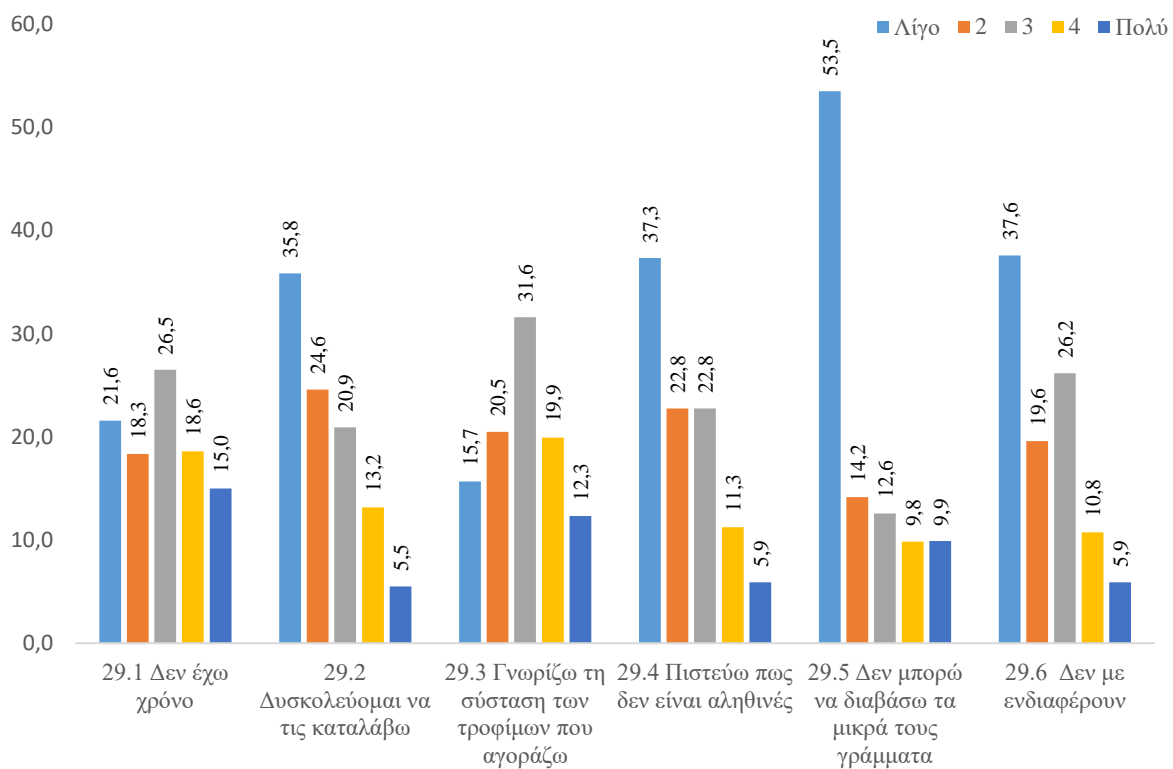
Ερώτηση 29

Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα, ο λόγος που αποφεύγουν οι περισσότεροι ερωτηθέντες την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων είναι ότι δυσκολεύονται να τις καταλάβουν σε μέτριο βαθμό (26,5%) και ότι γνωρίζουν τη σύσταση των τροφίμων που αγοράζουν (31,6%). Το 35,8% δήλωσαν πως δυσκολεύονται να τις καταλάβουν, το 53,5% δήλωσαν πως δεν

μπορούν να διαβάσουν τα μικρά τους γράμματα, το 37,3% πιστεύουν πως δεν είναι αληθινές και το 37,6% δεν τους ενδιαφέρει σε λίγο βαθμό.

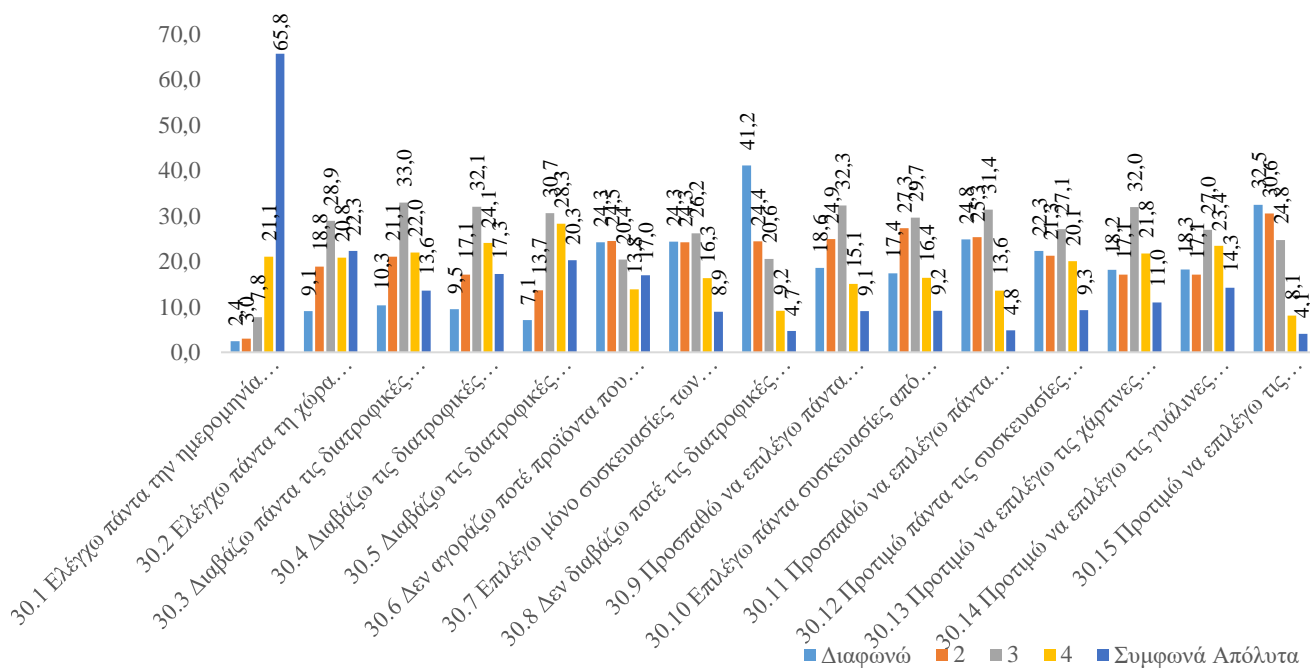
Πίνακας 32 Λόγοι αποφυγής ανάγνωσης της ετικέτας

29. Για ποιο λόγο αποφεύγετε την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων:		Λίγο	2	3	4	Πολύ
29.1 Δεν έχω χρόνο	N	259	220	318	223	180
	%	21,6	18,3	26,5	18,6	15,0
29.2 Δυσκολεύομαι να τις καταλάβω	N	430	295	251	158	66
	%	35,8	24,6	20,9	13,2	5,5
29.3 Γνωρίζω τη σύσταση των τροφίμων που αγοράζω	N	188	246	379	239	148
	%	15,7	20,5	31,6	19,9	12,3
29.4 Πιστεύω πως δεν είναι αληθινές	N	448	273	273	135	71
	%	37,3	22,8	22,8	11,3	5,9
29.5 Δεν μπορώ να διαβάσω τα μικρά τους γράμματα	N	642	170	151	118	119
	%	53,5	14,2	12,6	9,8	9,9
29.6 Δεν με ενδιαφέρουν	N	451	235	314	129	71
	%	37,6	19,6	26,2	10,8	5,9



Σχήμα 30 Ποσοστιαία κατανομή των λόγων αποφυγής ανάγνωσης της ετικέτας

Ερώτηση 30



Σχήμα 31 Ποσοστιαία κατανομή των χαρακτηριστικών των καταναλωτών κατά την αγορά τροφίμων

Το 65,8% των ερωτηθέντων συμφώνησαν απόλυτα πως όταν πραγματοποιείς αγορές τροφίμων ελέγχουν πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων. Στο μεγαλύτερο ποσοστό όλων των παρακάτω δηλώσεων οι ερωτηθέντες διατήρησαν ουδέτερη στάση και συγκεκριμένα: το 28,9% δήλωσαν πως ελέγχουν πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων, το 33% διαβάζουν πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας, το 32,1% διαβάζουν τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρονται για σωστή διατροφή, το 30,7% διαβάζουν τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρονται για την υγεία τους, το 26,2% επιλέγουν μόνο συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες, το 32,3% προσπαθούν να επιλέγουν πάντα οικολογικές συσκευασίες, το 29,7% επιλέγουν πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά, το 31,4% προσπαθούν να επιλέγουν πάντα καινοτομικές συσκευασίες, το 27,1% προτιμούν πάντα τις συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα, το 32% προτιμούν να επιλέγουν τις χάρτινες συσκευασίες και το 27% προτιμούν να επιλέγουν τις γυάλινες συσκευασίες.

Το 24,5% διαφώνησαν με την άποψη ότι δεν αγοράζουν ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες, το 41,2% διαφώνησαν με την άποψη ότι δεν διαβάζουν ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνουν και το 32,5% διαφώνησαν με την άποψη ότι προτιμούν να επιλέγουν τις πλαστικές συσκευασίες τροφίμων.

Πίνακας 33 Χαρακτηριστικά καταναλωτών κατά την αγορά τροφίμων

30. Όταν πραγματοποιείς αγορές τροφίμων:						
		Διαφωνώ	2	3	4	Συμφωνά Απόλυτα
30.1 Ελέγχω πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων	N	29	36	93	253	789
	%	2,4	3,0	7,8	21,1	65,8
30.2 Ελέγχω πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων	N	109	226	347	250	268
	%	9,1	18,8	28,9	20,8	22,3
30.3 Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας	N	124	253	396	264	163
	%	10,3	21,1	33,0	22,0	13,6
30.4 Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για σωστή διατροφή	N	114	205	385	289	207
	%	9,5	17,1	32,1	24,1	17,3
30.5 Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για την υγεία μου	N	85	164	368	340	243
	%	7,1	13,7	30,7	28,3	20,3
30.6 Δεν αγοράζω ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες	N	291	294	245	166	204
	%	24,3	24,5	20,4	13,8	17,0
30.7 Επιλέγω μόνο συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες	N	292	291	314	196	107
	%	24,3	24,3	26,2	16,3	8,9
30.8 Δεν διαβάζω ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνω	N	494	293	247	110	56
	%	41,2	24,4	20,6	9,2	4,7
30.9 Προσπαθώ να επιλέγω πάντα οικολογικές συσκευασίες	N	223	299	388	181	109
	%	18,6	24,9	32,3	15,1	9,1
30.10 Επιλέγω πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά	N	209	328	356	197	110
	%	17,4	27,3	29,7	16,4	9,2
30.11 Προσπαθώ να επιλέγω πάντα καινοτομικές συσκευασίες	N	298	304	377	163	58
	%	24,8	25,3	31,4	13,6	4,8
30.12 Προτιμώ πάντα τις συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα	N	268	255	325	241	111
	%	22,3	21,3	27,1	20,1	9,3
30.13 Προτιμώ να επιλέγω τις χάρτινες συσκευασίες	N	218	205	384	261	132
	%	18,2	17,1	32,0	21,8	11,0
30.14 Προτιμώ να επιλέγω τις γυάλινες συσκευασίες	N	219	205	324	281	171
	%	18,3	17,1	27,0	23,4	14,3
30.15 Προτιμώ να επιλέγω τις πλαστικές συσκευασίες	N	390	367	297	97	49
	%	32,5	30,6	24,8	8,1	4,1

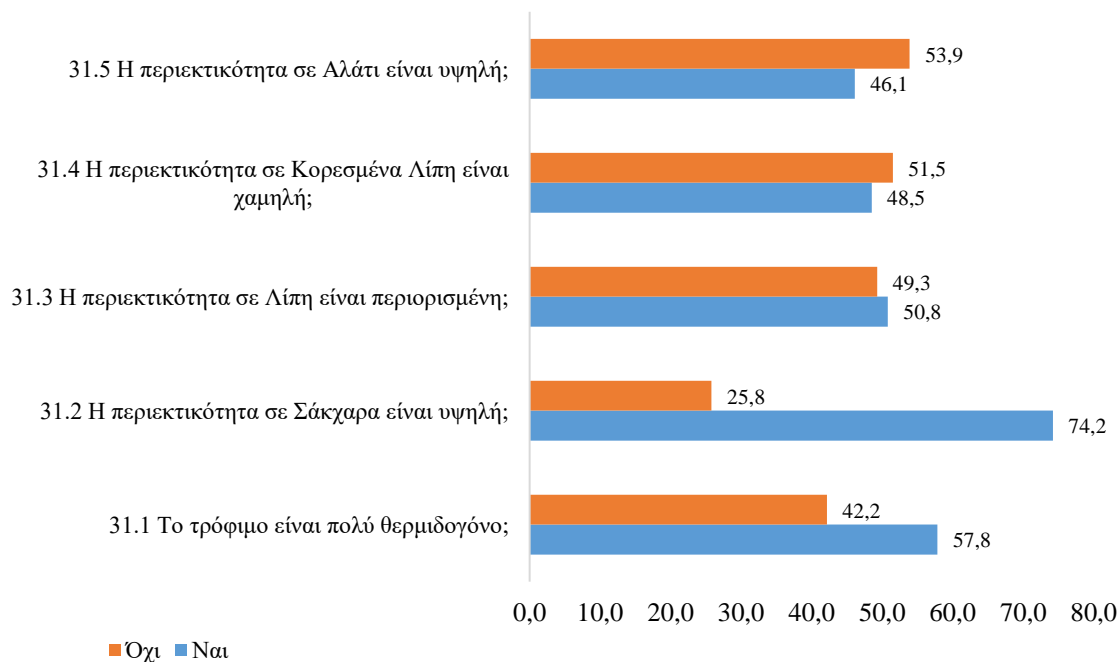
Ερώτηση 31

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες απάντησαν ότι διαβάζοντας το σχετικό πίνακα των τροφίμων κατάλαβαν ότι το συγκεκριμένο τρόφιμο είναι θερμιδογόνο, έχει υψηλή

περιεκτικότητα σε σάκχαρα, περιορισμένη περιεκτικότητα σε λίπη και οι περισσότεροι απάντησαν αρνητικά σε ότι αφορούσε την χαμηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λίπη και υψηλή περιεκτικότητα σε αλάτι.

Πίνακας 34 Γνώσεις καταναλωτών σχετικά με την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας

		Ναι	Όχι
31.1 Το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο;	N	694	506
	%	57,8	42,2
31.2 Η περιεκτικότητα σε Σάκχαρα είναι υψηλή;	N	890	310
	%	74,2	25,8
31.3 Η περιεκτικότητα σε Λίπη είναι περιορισμένη;	N	609	591
	%	50,8	49,3
31.4 Η περιεκτικότητα σε Κορεσμένα Λίπη είναι χαμηλή;	N	582	618
	%	48,5	51,5
31.5 Η περιεκτικότητα σε Αλάτι είναι υψηλή;	N	553	647
	%	46,1	53,9



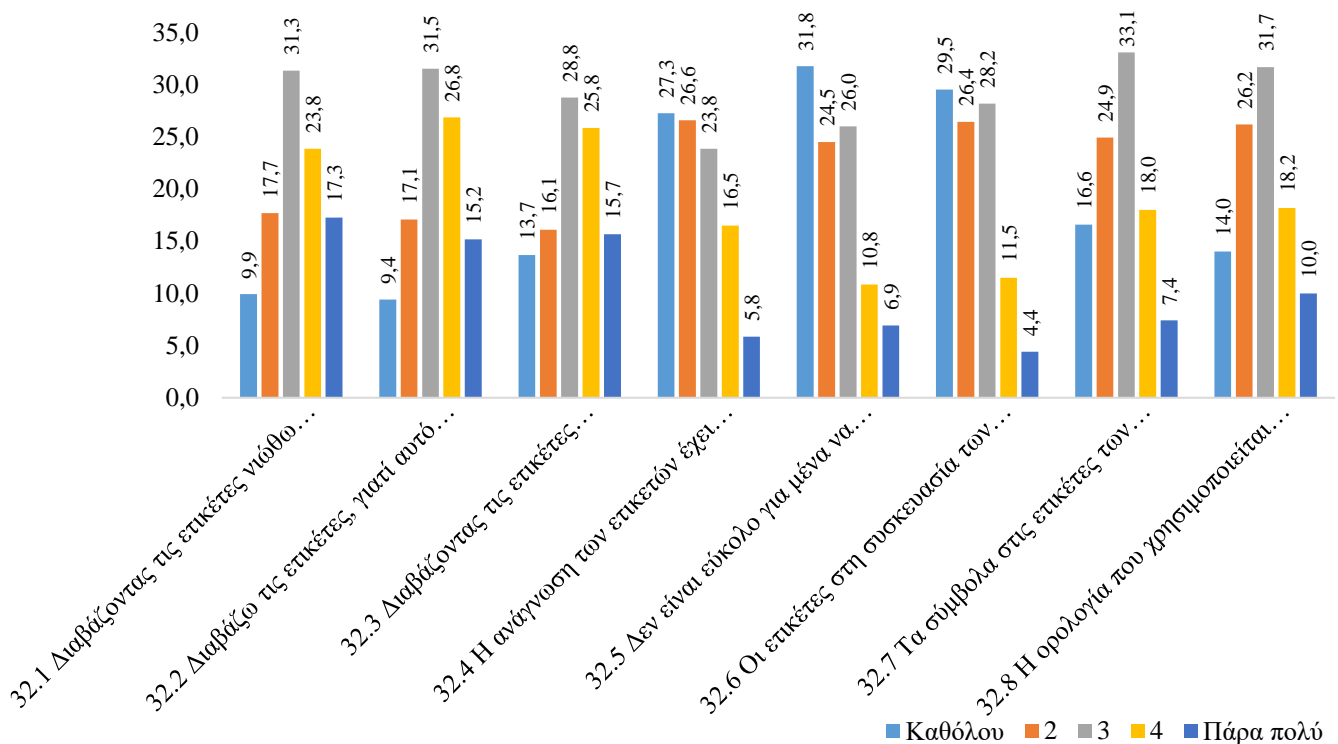
Σχήμα 32 Ποσοστιαία κατανομή των γνώσεων των καταναλωτών σχετικά με την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας

Ερώτηση 32

Στο μεγαλύτερο ποσοστό όλων των παρακάτω δηλώσεων οι ερωτηθέντες δήλωσαν πως ούτε συμφώνησαν ούτε διαφώνησαν και συγκεκριμένα: το 31,3% δήλωσαν πως διαβάζοντας τις ετικέτες νιώθουν πιο σίγουροι, επειδή ξέρουν ακριβώς τι τρώνε, το 31,5% διαβάζουν τις ετικέτες, γιατί αυτό τους βοηθάει να έχουν έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής, το 28,8% διαβάζοντας τις ετικέτες επιτυγχάνουν μεγαλύτερο έλεγχο στη δίαιτα τους, το 33,1% δήλωσαν πως τα σύμβολα στις ετικέτες των τροφίμων είναι αρκετά συγκεχυμένα και το 31,7% η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύ επιστημονική. Το 27,3% δήλωσαν πως δεν συμφωνούν καθόλου πως η ανάγνωση των ετικετών έχει για εκείνους εκπαιδευτικό ρόλο και το 29,5% δεν συμφωνούν καθόλου με την άποψη ότι οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες.

Πίνακας 35 Αξιολόγηση χαρακτηριστικών σχετικά με την ετικέτα τροφίμων

32.Πόσο σε χαρακτηρίζει κάθε μια από τις παρακάτω προτάσεις, που είναι σχετικές με την ετικέτα των τροφίμων:					
	Καθόλου	2	3	4	Πάρα πολύ
32.1 Διαβάζοντας τις ετικέτες νιώθω πιο σίγουρος/η, επειδή ξέρω ακριβώς τι τρώω	9,9	17,7	31,3	23,8	17,3
32.2 Διαβάζω τις ετικέτες, γιατί αυτό με βοηθάει να έχω έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής	9,4	17,1	31,5	26,8	15,2
32.3 Διαβάζοντας τις ετικέτες επιτυγχάνω μεγαλύτερο έλεγχο στη δίαιτα μου	13,7	16,1	28,8	25,8	15,7
32.4 Η ανάγνωση των ετικετών έχει για μένα εκπαιδευτικό ρόλο	27,3	26,6	23,8	16,5	5,8
32.5 Δεν είναι εύκολο για μένα να διαβάζω τις ετικέτες των τροφίμων	31,8	24,5	26,0	10,8	6,9
32.6 Οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες	29,5	26,4	28,2	11,5	4,4
32.7 Τα σύμβολα στις ετικέτες των τροφίμων είναι αρκετά συγκεχυμένα	16,6	24,9	33,1	18,0	7,4
32.8 Η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύ επιστημονική	14,0	26,2	31,7	18,2	10,0



Σχήμα 33 Ποσοστιαία κατανομή της αξιολόγησης των χαρακτηριστικών σχετικά με την ετικέτα τροφίμων

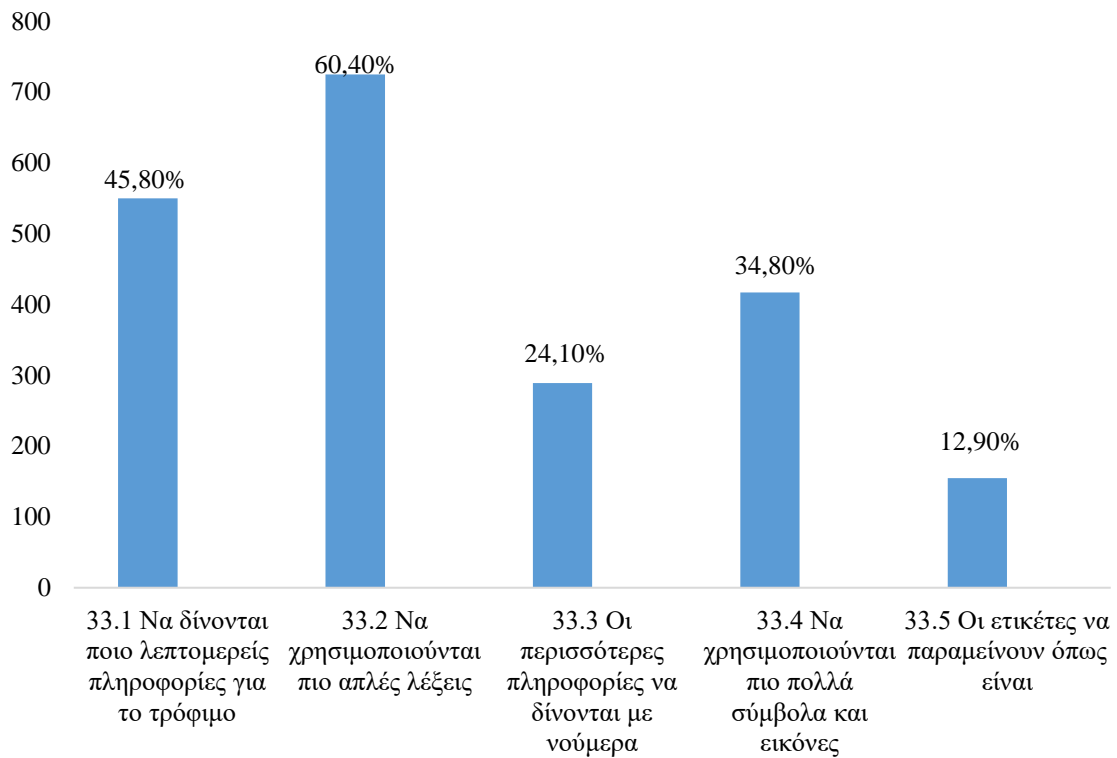
Ερώτηση 33

Το 60,4% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως θα πρέπει στις ετικέτες να χρησιμοποιούνται απλές λέξεις, το 45,8% να δίνονται πιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο, το 34,8% να χρησιμοποιούνται πιο πολλά σύμβολα και εικόνες, το 24,1% οι περισσότερες πληροφορίες να δίνονται με νούμερα και το 12,9% δήλωσαν οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι, ουσιαστικά δηλαδή να μην γίνει βελτίωση.

Πίνακας 36 Προτάσεις καταναλωτών για βελτίωση της ετικέτας τροφίμων

33. Τι προτείνεις να βελτιωθεί στην ετικέτα των τροφίμων

	N	%
33.1 Να δίνονται πιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο	550	45,80%
33.2 Να χρησιμοποιούνται πιο απλές λέξεις	725	60,40%
33.3 Οι περισσότερες πληροφορίες να δίνονται με νούμερα	289	24,10%
33.4 Να χρησιμοποιούνται πιο πολλά σύμβολα και εικόνες	417	34,80%
33.5 Οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι	155	12,90%



Σχήμα 34 Ποσοστιαία κατανομή των προτάσεων των καταναλωτών για βελτίωση της ετικέτας τροφίμων

2.3. Αποτελέσματα συσχετίσεων

1^η Συσχέτιση

Η παρούσα συσχέτιση συγκρίνει τη χώρα διαμονής των ερωτηθέντων, δηλαδή Ελλάδα ή Κύπρο, με το αν διαβάζουν την διατροφική ετικέτα όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά (ερώτηση 23). Στην περίπτωση που ισχύει η H_0 η χώρα διαμονής δεν επηρεάζει την ανάγνωση της ετικέτας, ενώ αν ισχύει η H_1 τότε επηρεάζεται. Βλέπουμε, ότι από τον έλεγχο χ^2 η $\text{sig} = 0,414$ είναι μεγαλύτερη από την τιμή 0,05 του επιπέδου σημαντικότητας, άρα ισχύει η H_0 . **Επομένως, δεν επηρεάζεται η ανάγνωση της ετικέτας κατά την αγορά ενός προϊόντος για πρώτη φορά από την χώρα διαμονής των ερωτηθέντων.**

Πίνακας 37 Επιρροή της χώρας διαμονής στην ανάγνωση των ετικετών την πρώτη φορά αγοράς ενός προϊόντος

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

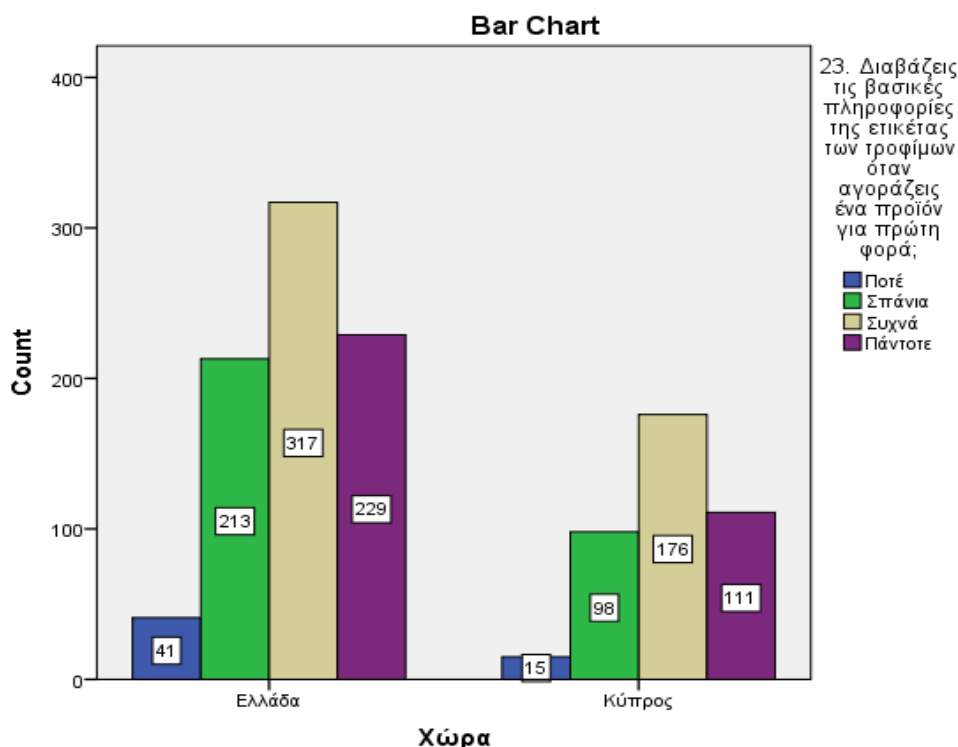
Count

		23. Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
Χώρα	Ελλάδα	41	213	317	229	800
	Κύπρος	15	98	176	111	400
Total		56	311	493	340	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,859 ^a	3	,414
Likelihood Ratio	2,891	3	,409
Linear-by-Linear Association	,589	1	,443
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,67.



Σχήμα 35 Ποσοτική κατανομή της επιρροής της χώρας διαμονής στην ανάγνωση των ετικετών την πρώτη φορά αγοράς ενός προϊόντος

2^η Συσγέτιση

Στη συγκεκριμένη περίπτωση εξετάζεται ο ΔΜΣ σε σχέση με την κατανόηση της διατροφικής ετικέτας από τους ερωτηθέντες και ειδικότερα, όσον αφορά την θερμιδική αξία του τροφίμου (ερώτηση 31.1). Με βάση την H_0 ο ΔΜΣ δεν επηρεάζει την κατανόηση της ετικέτας, ενώ η H_1 σημαίνει ότι την επηρεάζει. Βλέπουμε, ότι από τον έλεγχο χ^2 συσχετίζονται οι δυο ερωτήσεις μεταξύ τους, καθώς η $\text{sig} = 0,009$ είναι μικρότερη από την τιμή 0,05, άρα ισχύει η H_1 . **Οπότε, ο ΔΜΣ επηρεάζει την κατανόηση – αντίληψη των ερωτηθέντων για την θερμιδική αξία του τροφίμου.**

Πίνακας 38 Επίδραση του ΔΜΣ στην αντίληψη για την θερμιδική αξία του τροφίμου

ΔΜΣ_GROUP * 31.1 Το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο; Crosstabulation

			31.1 Το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο;		Total
			Ναι	Όχι	
ΔΜΣ_GROUP	13,2 έως 19,5	Count	53	38	91
		% of Total	4,4%	3,2%	7,6%
	19,6 έως 24,9	Count	311	266	577
		% of Total	25,9%	22,2%	48,1%
	25 έως 29,9	Count	219	151	370
		% of Total	18,3%	12,6%	30,8%
	>30	Count	111	51	162
		% of Total	9,3%	4,3%	13,5%
Total		Count	694	506	1200
		% of Total	57,8%	42,2%	100,0%

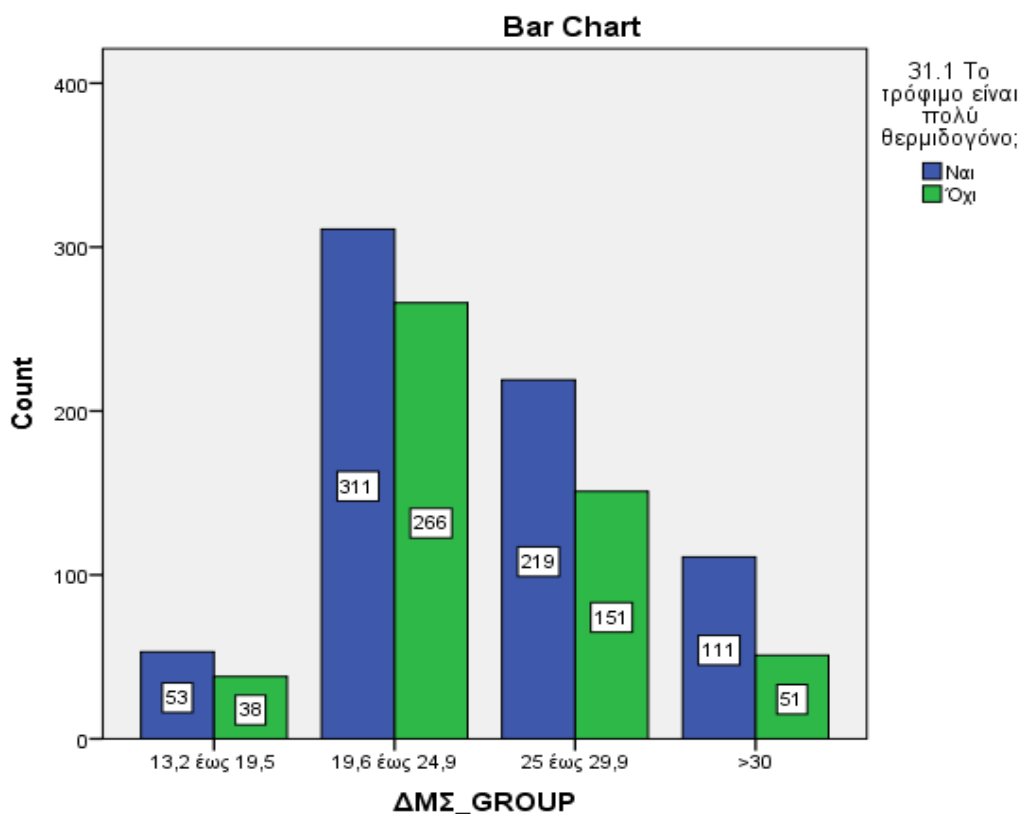
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,531 ^a	3	,009
Likelihood Ratio	11,751	3	,008
Linear-by-Linear Association	7,837	1	,005
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 38,37.

Διαπιστώθηκε πως σε όλες τις κατηγορίες ΔΜΣ οι περισσότεροι ερωτηθέντες διαβάζοντας τον σχετικό διατροφικό πίνακα δήλωσαν πως το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο. Ωστόσο, οι ερωτηθέντες με ΔΜΣ από 19,6 έως 24,9 (φυσιολογικό) διχάστηκαν περισσότερο από όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες καθώς σχεδόν οι

μισοί δήλωσαν πως το τρόφιμο είναι θερμιδογόνο (25,9%) ενώ οι υπόλοιποι δήλωσαν πως το τρόφιμο δεν είναι θερμιδογόνο (22,2%).



Σχήμα 36 Ποσοτική κατανομή της επίδρασης του ΔΜΣ στην αντίληψη των ερωτηθέντων για την θερμιδική αξία του τροφίμου

3^η Συσχέτιση

Η συσχέτιση αφορά την άποψη των ερωτηθέντων για την κατάσταση της υγείας τους (ερώτηση 13) και την εξέταση των ισχυρισμών υγείας στην ετικέτα τροφίμων (ερώτηση 28). Κατά την H_0 οι δύο αυτές ερωτήσεις δεν σχετίζονται, ενώ κατά την H_1 η μία επηρεάζει την άλλη. Παρατηρούμε, ότι συσχετίζονται οι δυο ερωτήσεις μεταξύ τους, καθώς από τον έλεγχο χ^2 η $\text{sig} = 0,044$, δηλαδή είναι μικρότερη της 0,05, άρα ισχύει η H_1 . **Επομένως, η κατάσταση υγείας των ερωτηθέντων επηρεάζει την εξέταση των ισχυρισμών υγείας από τους ίδιους.**

Πίνακας 39 Συσχέτιση φυσικής κατάστασης και της ανάγνωσης των ισχυρισμών υγείας

13. Πως αξιολογείς τη γενικότερη κατάσταση της υγείας σου; * 28. Εξετάζεις τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων; Crosstabulation

Count

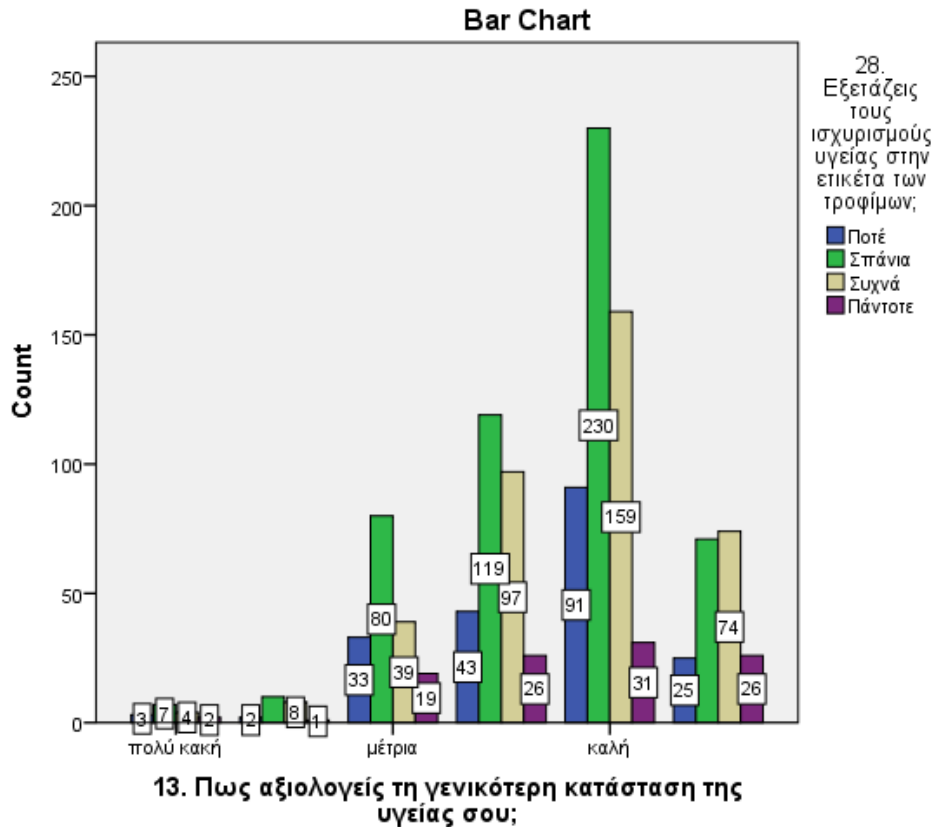
		28. Εξετάζεις τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων;				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
13. Πως αξιολογείς τη γενικότερη κατάσταση της υγείας σου;	πολύ κακή	3	7	4	2	16
	κακή	2	10	8	1	21
	μέτρια	33	80	39	19	171
	ικανοποιητική ή	43	119	97	26	285
	καλή	91	230	159	31	511
	πολύ καλή	25	71	74	26	196
Total		197	517	381	105	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,487 ^a	15	,044
Likelihood Ratio	25,951	15	,039
Linear-by-Linear Association	2,182	1	,140
N of Valid Cases	1200		

a. 4 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,40.

Γενικά, από το γράφημα που ακολουθεί βλέπουμε, ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες που έχουν από μέτρια έως ικανοποιητική κατάσταση υγείας, δήλωσαν πως εξετάζουν σπάνια τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων ενώ οι περισσότεροι που έχουν πολύ καλή κατάσταση υγείας, δήλωσαν πως εξετάζουν συχνά τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων.



Σχήμα 37 Ποσοτική κατανομή της συσχέτισης της φυσικής κατάστασης και της ανάγνωσης των ισχυρισμών υγείας στην ετικέτα

4^η Συσχέτιση

Εξετάζεται η διαφορά των δύο φύλων (ερώτηση 1) ως προς την ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών που αναγράφονται στις ετικέτες τροφίμων (ερώτηση 25). Κατά την H_0 το φύλο των ερωτηθέντων δεν επηρεάζει την ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών, ενώ κατά την H_1 την επηρεάζει. Ως αποτέλεσμα από τον έλεγχο χ^2 βλέπουμε, ότι η δεν συσχετίζονται οι δυο ερωτήσεις, καθώς η $\text{sig} = 0,053$ είναι μεγαλύτερη από την $0,05$. Όμως, λόγω του ότι είναι πολύ μικρή η απόκλιση από το να είναι στατιστικά σημαντική, θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών στην περίπτωση μας. **Επομένως, ισχύει η H_1 κατά την οποία το φύλο επηρεάζει την ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών στην ετικέτα τροφίμων. Συγκεκριμένα, οι περισσότεροι άνδρες σπάνια διαβάζουν τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλοσυστατικά ενώ οι περισσότερες γυναίκες τις διαβάζουν συχνά.**

Πίνακας 40 Συσχέτιση φύλου και ανάγνωσης μακροθρεπτικών συστατικών

1.Φύλο * 25. Διαβάξεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλοσυστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);

Crosstabulation

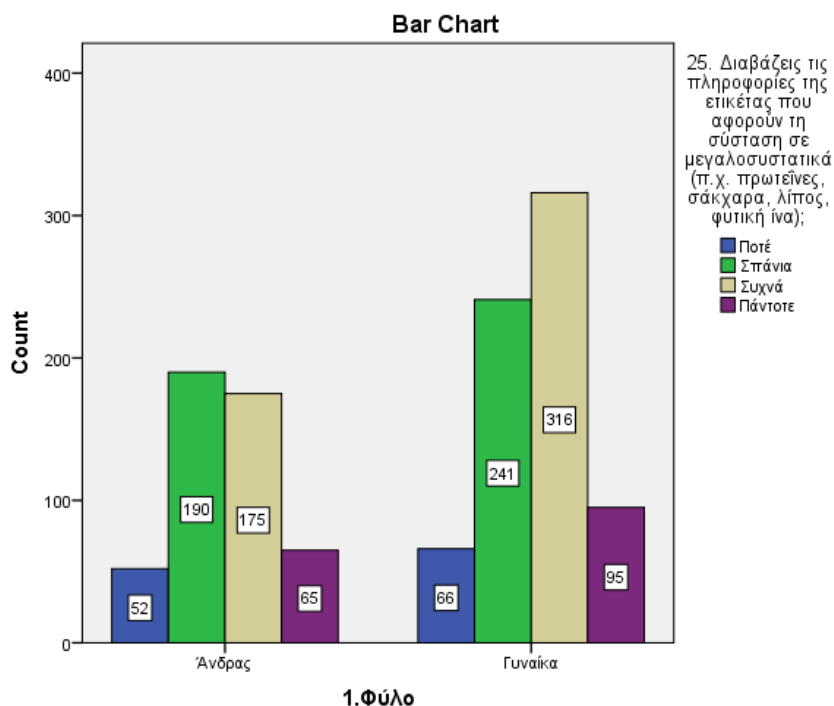
Count

		25. Διαβάξεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλοσυστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
1.Φύλο	Άνδρας	52	190	175	65	482
	Γυναίκα	66	241	316	95	718
Total		118	431	491	160	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,696 ^a	3	,053
Likelihood Ratio	7,722	3	,052
Linear-by-Linear Association	3,149	1	,076
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 47,40.



Σχήμα 38 Ποσοτική κατανομή της συσχέτισης του φύλου και της ανάγνωσης των μακροθρεπτικών συστατικών

5^η Συσχέτιση

Αναφέρεται στην επιρροή της ηλικίας (ερώτηση 2) σε σχέση με την άποψη των ερωτηθέντων για την αξιοπιστία των διατροφικών ετικετών (ερώτηση 32.6). Κατά την H_0 η ηλικία δεν σχετίζεται με την άποψη των ερωτηθέντων, ενώ η H_1 δείχνει ότι σχετίζεται. Το αποτέλεσμα από τον έλεγχο χ^2 είναι $\text{sig} = 0.000$ και άρα μικρότερο από την οριακή τιμή 0,05 και άρα ισχύει η H_1 . **Οπότε, η ηλικία είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει την αντίληψη των ερωτηθέντων για την αξιοπιστία των ετικετών.**

Πίνακας 41 Συσχέτιση ηλικίας και άποψης για την αξιοπιστία των ετικετών

2.Ηλικία * 32.6 Οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες Crosstabulation

Count

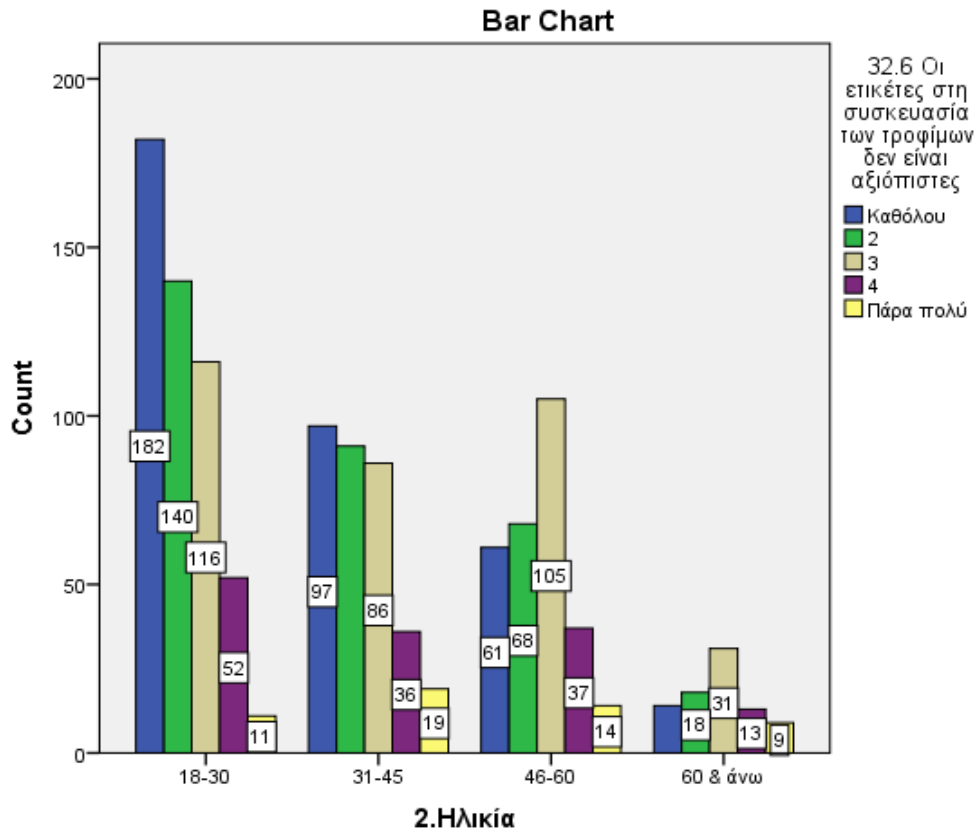
		32.6 Οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες					Total
		Καθόλου	2	3	4	Πάρα πολύ	
2.Ηλικία	18-30	182	140	116	52	11	501
	31-45	97	91	86	36	19	329
	46-60	61	68	105	37	14	285
	60 & άνω	14	18	31	13	9	85
Total		354	317	338	138	53	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	52,715 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	52,272	12	,000
Linear-by-Linear Association	40,674	1	,000
N of Valid Cases	1200		

a. 1 cells (5,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,75.

Γενικά, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες ηλικίας από 18-45 ετών δεν συμφωνούν με το ότι οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες. Αντιθέτως, οι περισσότεροι ερωτηθέντες ηλικίας από 46 ετών και πάνω δήλωσαν πως συμφωνούν με την αναξιοπιστία των ετικετών. Δηλαδή, οι μικρότερες ηλικίες θεωρούν τις ετικέτες τροφίμων αξιόπιστες, ενώ οι μεγαλύτερες ηλικίες όχι και τόσο.



Σχήμα 39 Ποσοτική κατανομή της σχέσης ηλικίας και αντίληψης για την αξιοπιστία των ετικετών

6^η Συσγέτιση

Εξετάζεται η σχέση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων (ερώτηση 8) και στην μη κατανόηση των ετικετών, που τους οδηγεί στην αποφυγή ανάγνωσης τους (ερώτηση 29.2). Ορίστηκε η H_0 που δηλώνει ότι το μορφωτικό επίπεδο δεν επηρεάζει την κατανόηση και ανάγνωση των ετικετών και η H_1 που δηλώνει ότι την επηρεάζει. Από το έλεγχο χ^2 βλέπουμε ότι η τιμή sig= 0,000 είναι μικρότερη της 0,05 και άρα ισχύει η H_1 με τις 2 ερωτήσεις να σχετίζονται. **Επομένως, το μορφωτικό επίπεδο σχετίζεται άμεσα με την κατανόηση των ετικετών που μπορεί να αποτελεί λόγο για την μη ανάγνωση τους.**

Πίνακας 42 Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με την κατανόηση και αποφυγή ανάγνωσης της ετικέτας

8.Μορφωτικό επίπεδο * 29.2 Για ποιο λόγο αποφεύγεις την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων: Δυσκολεύομαι να τις καταλάβω Crosstabulation

Count

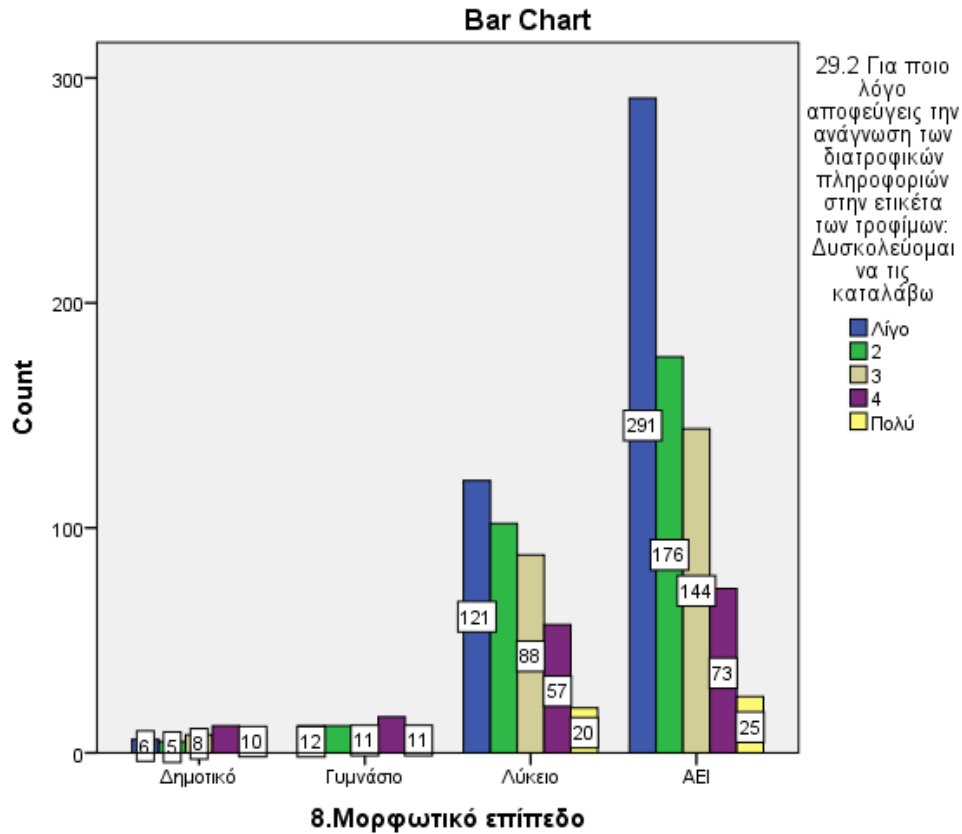
		29.2 Για ποιο λόγο αποφεύγεις την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων: Δυσκολεύομαι να τις καταλάβω					Total
		Λίγο	2	3	4	Πολύ	
8.Μορφωτικό επίπεδο	Δημοτικό	6	5	8	12	10	41
	Γυμνάσιο	12	12	11	16	11	62
	Λύκειο	121	102	88	57	20	388
	ΑΕΙ	291	176	144	73	25	709
Total		430	295	251	158	66	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	91,634 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	73,285	12	,000
Linear-by-Linear Association	66,671	1	,000
N of Valid Cases	1200		

a. 2 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,26.

Γενικά, βλέπουμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες απόφοιτοι Δημοτικού-Γυμνασίου αποφεύγουν την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων, καθώς δυσκολεύονται να τις καταλάβουν σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Αντίθετα, οι περισσότεροι ερωτηθέντες απόφοιτοι Λυκείου και ΑΕΙ δήλωσαν πως δεν αποφεύγουν την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων λόγω μη κατανόησης.



Σχήμα 40 Ποσοτική κατανομή της συσχέτισης του μορφωτικού επιπέδου με την κατανόηση και αποφυγή ανάγνωσης της ετικέτας

7^η Συσχέτιση

Αυτή η συσχέτιση αφορά τον φύλο (ερώτηση 1) και την επίδραση που έχει στην ανάγνωση των πληροφοριών της ετικέτας όταν αγοράζεται ένα προϊόν για πρώτη φορά (ερώτηση 23). Ισχύουν οι H_0 για την μη επίδραση του φύλου και η H_1 για την επίδραση του φύλου, εάν συσχετίζονται. Από τον έλεγχο χ^2 έχουν την τιμή $\text{sig} = 0.000$ που είναι μικρότερη του οριακού $0,05$ και άρα ισχύει η H_1 . **Ως αποτέλεσμα, το φύλο είναι παράγοντας που επηρεάζει την ανάγνωση της ετικέτας τροφίμων ενός προϊόντος που αγοράζεται για πρώτη φορά.**

Πίνακας 43 Συσχέτιση φύλου και ανάγνωση ετικέτας σε προϊόν

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

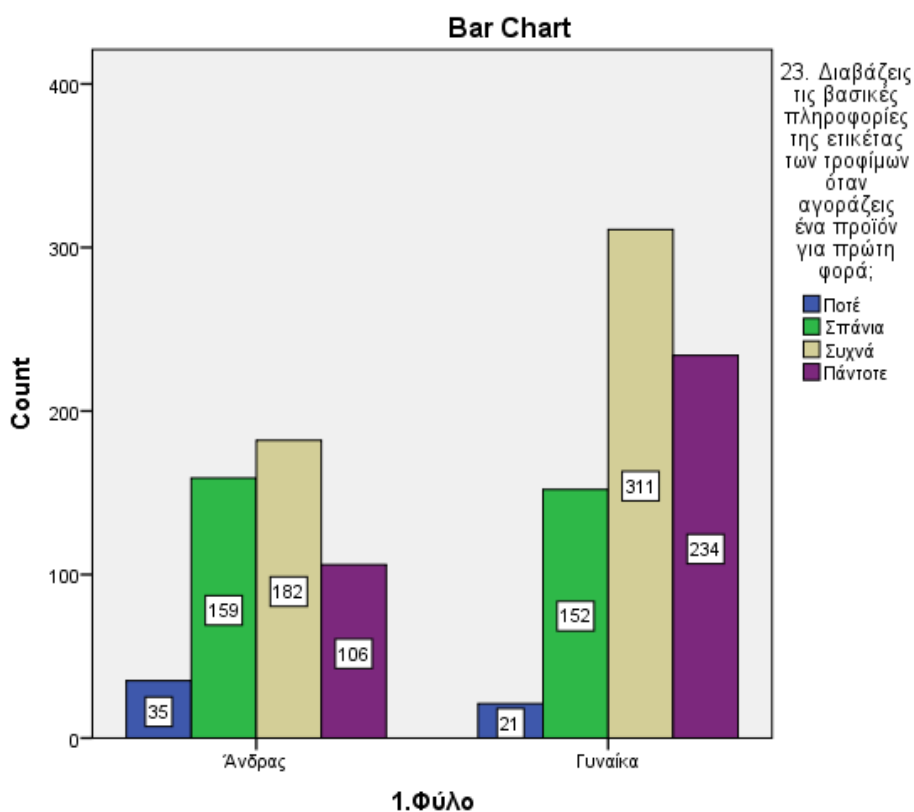
		23. Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;				
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	Total
1.Φύλο Άνδρας	Count	35	159	182	106	482
	% within 1.Φύλο	7,3%	33,0%	37,8%	22,0%	100,0%
	% within 23. Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;	62,5%	51,1%	36,9%	31,2%	40,2%
	% of Total	2,9%	13,3%	15,2%	8,8%	40,2%
Γυναίκα	Count	21	152	311	234	718
	% within 1.Φύλο	2,9%	21,2%	43,3%	32,6%	100,0%
	% within 23. Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;	37,5%	48,9%	63,1%	68,8%	59,8%
	% of Total	1,8%	12,7%	25,9%	19,5%	59,8%
Total	Count	56	311	493	340	1200
	% within 1.Φύλο	4,7%	25,9%	41,1%	28,3%	100,0%
	% within 23. Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	4,7%	25,9%	41,1%	28,3%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40,764 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	40,525	3	,000
Linear-by-Linear Association	38,450	1	,000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22,49.

Γενικά, από το παρακάτω γράφημα βλέπουμε, ότι και οι άνδρες και οι γυναίκες διαβάζουν τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων, όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά συχνά. Με μια πιο προσεκτική ματιά παρατηρούμε, ότι οι περισσότεροι άνδρες ήταν εκείνοι που απάντησαν πως διαβάζουν τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά σπάνια (33%), σε σχέση με τις γυναίκες (21,2%), ενώ ήταν περισσότερες οι γυναίκες που δήλωσαν πως διαβάζουν τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων, όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά συχνά (43,3%) και πάντοτε (32,6%), σε σχέση με τους άνδρες.



Σχήμα 41 Ποσοτική κατανομή του φύλου σε σχέση με την ανάγνωση των ετικετών των τροφίμων

8^η Συσχέτιση

Εξετάζεται το κατά πόσο ο Δείκτης Μάζας Σώματος των ερωτηθέντων επηρεάζει την ανάγνωση των διατροφικών ισχυρισμών στην ετικέτα τροφίμων (ερώτηση 27). Σύμφωνα με την H_0 υπόθεση ο ΔΜΣ δεν σχετίζεται με την ανάγνωση, ενώ με την H_1 σχετίζεται. Από τον έλεγχο χ^2 συμπεραίνουμε ότι οι δύο αυτοί παράγοντες είναι ανεξάρτητοι, καθώς η $\text{sig} = 0,916$ είναι μεγαλύτερη από την 0,05 και ισχύει η H_0 . **Άρα, ο ΔΜΣ δεν επηρεάζει την ανάγνωση των διατροφικών ισχυρισμών στις ετικέτες τροφίμων.**

Πίνακας 44 Συσχέτιση ΔΜΣ και ανάγνωσης διατροφικών ισχυρισμών

ΔΜΣ_GROUP * 27. Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων; Crosstabulation
Count

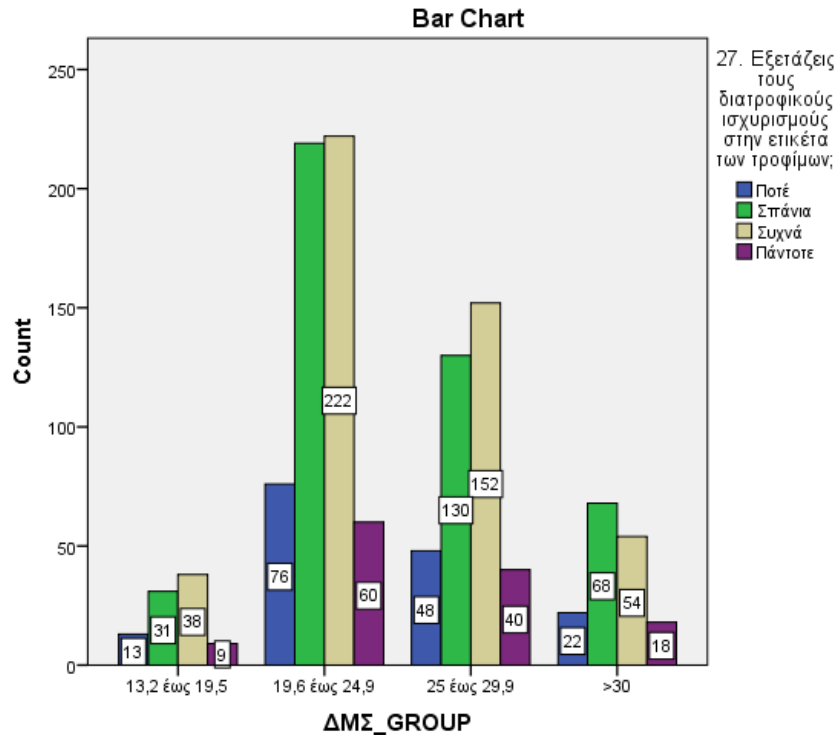
		27. Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων;				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΔΜΣ_GROUP	13,2 έως 19,5	13	31	38	9	91
	19,6 έως 24,9	76	219	222	60	577
	25 έως 29,9	48	130	152	40	370
	>30	22	68	54	18	162
Total		159	448	466	127	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,929 ^a	9	,916
Likelihood Ratio	3,958	9	,914
Linear-by-Linear Association	,041	1	,839
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,63.

Με μια προσεκτική ματιά θα μπορούσαμε να ξεχωρίσουμε την κατηγορία των νορμοβαρών του ΔΜΣ, καθώς φαίνεται να διαβάζουν τους διατροφικούς ισχυρισμούς πιο συχνά, αλλά και παράλληλα πιο σπάνια από κάθε άλλη κατηγορία.



Σχήμα 42 Ποσοτική κατανομή του ΔΜΣ σε σχέση με την ανάγνωση των διατροφικών ισχυρισμών

9^η Συσχετίση

Αφορά την συχνότητα με την οποία οι ερωτηθέντες διαβάζουν την ετικέτα τροφίμων (ερώτηση 30.3), αλλά παράλληλα αναγνωρίζουν και το εάν το τρόφιμο είναι υψηλό ή χαμηλό σε σάκχαρα (31.2). Σύμφωνα με την H_0 οι δύο αυτοί παράγοντες δεν συσχετίζονται, ενώ με την H_1 συσχετίζονται. Ο έλεγχος του χ^2 μας δείχνει πως οι δύο παράγοντες είναι ανεξάρτητοι ο ένας από τον άλλο, αφού $\text{sig} = 0.152$ είναι μεγαλύτερο από το οριακό 0,05. **Επομένως, ισχύει η H_0 , που σημαίνει ότι η συχνότητα ανάγνωσης των ετικετών δεν επηρεάζει την αναγνώριση της σύστασης ενός τροφίμου σε σάκχαρα από αυτούς.**

Πίνακας 45 Συσχέτιση συχνότητας ανάγνωσης ετικετών και της αναγνώρισης της σύστασης του τροφίμου σε σάκχαρα

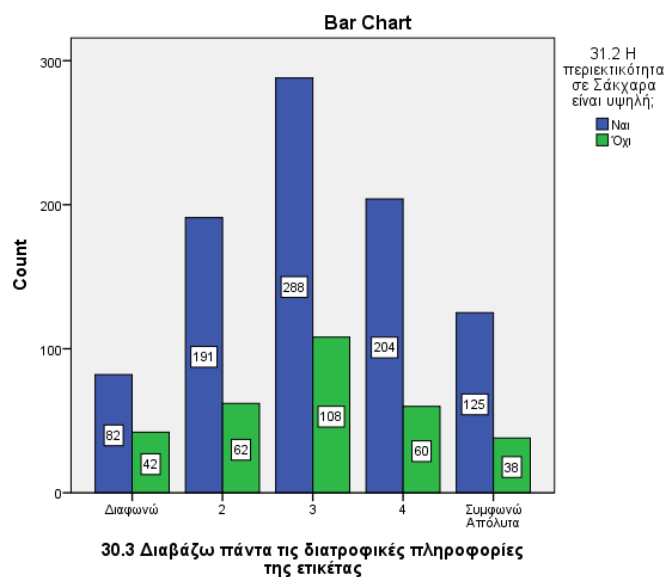
30.3 Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας * 31.2 Η περιεκτικότητα σε Σάκχαρα είναι υψηλή; Crosstabulation

Count		31.2 Η περιεκτικότητα σε Σάκχαρα είναι υψηλή;		Total
		Ναι	Όχι	
30.3 Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας	Διαφωνώ	82	42	124
	2	191	62	253
	3	288	108	396
	4	204	60	264
	Συμφωνώ Απόλυτα	125	38	163
Total		890	310	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,712 ^a	4	,152
Likelihood Ratio	6,521	4	,163
Linear-by-Linear Association	3,423	1	,064
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,03.



Σχήμα 43 Ποσοτική κατανομή της σχέσης της συχνότητας ανάγνωσης ετικετών και της αναγνώρισης της σύστασης του τροφίμου σε σάκχαρα

10^η Συσχέτιση

Εξετάζει την άποψη των ερωτηθέντων για τη φυσική τους κατάσταση (ερώτηση 12) σε σχέση με τη συχνότητα που οι ίδιοι διαβάζουν τις πληροφορίες της ετικέτας σε μακροθρεπτικά συστατικά (ερώτηση 25). Βάσει της H_0 δεν υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στην φυσική κατάσταση και την ανάγνωση των μακροθρεπτικών, ενώ με την H_1 υπάρχει. Από τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατηρούμε ότι η $\text{sig} = 0,002$ είναι μικρότερη από την οριακή $0,05$, οπότε και ισχύει η H_1 . **Επομένως, ο παράγοντας της φυσικής κατάστασης επηρεάζει την ανάγνωση των μακροθρεπτικών συστατικών.**

Πίνακας 46 Συσχέτιση φυσικής κατάστασης και της ανάγνωσης των μακροθρεπτικών

12. Πως αξιολογείς τη φυσική σου κατάσταση; * 25. Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλοσυστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);
Crosstabulation

Count

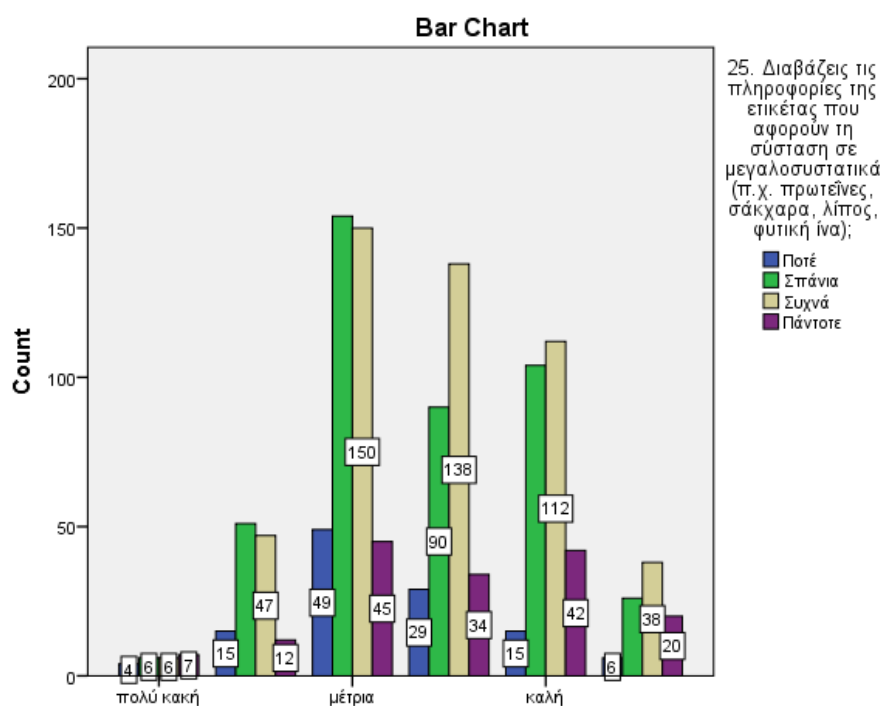
		25. Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλοσυστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
12. Πως αξιολογείς τη φυσική σου κατάσταση;	πολύ κακή	4	6	6	7	23
	κακή	15	51	47	12	125
	μέτρια	49	154	150	45	398
	ικανοποιητική ή καλή	29	90	138	34	291
	πολύ καλή	15	104	112	42	273
Total		118	431	491	160	1200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36,487 ^a	15	,002
Likelihood Ratio	35,334	15	,002
Linear-by-Linear Association	13,447	1	,000
N of Valid Cases	1200		

a. 2 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,26.

Σύμφωνα με το γράφημα βλέπουμε, πως τα άτομα τα οποία απάντησαν, ότι έχουν μέτρια, καλή ή ικανοποιητική φυσική κατάσταση διαβάζουν τα μακροθρεπτικά συστατικά των τροφίμων πιο σπάνια ή πιο συχνά σε σχέση με τους υπόλοιπους. Επίσης, τα άτομα με πολύ καλή φυσική κατάσταση τείνουν να διαβάζουν συχνά τις πληροφορίες για τα μακροθρεπτικά συστατικά.



12. Πως αξιολογείς τη φυσική σου κατάσταση;

Σχήμα 44 Ποσοτική κατανομή της συσχέτισης ανάμεσα στη φυσική κατάσταση και την ανάγνωση των μακροθρεπτικών συστατικών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1. Αποτελέσματα

Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας διερευνήθηκαν οι απόψεις των καταναλωτών σχετικά με τις διατροφικές ετικέτες των τροφίμων, σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας (66,6%), κυρίως της Καβάλας (30,8%) και της Λέσβου (24%), αλλά και σε μικρότερα ποσοστά της Θεσσαλονίκης (3,3%) και Αθήνας (6,1%). Επιπλέον, μελετήθηκαν διάφορες περιοχές της Κύπρου (33,3). Τα αποτελέσματα της συνολικής έρευνας κατέδειξαν μια σειρά χρήσιμων συμπερασμάτων και παρατηρήσεων, όσον αφορά την αντιμετώπιση των διατροφικών ετικετών από τους καταναλωτές.

Αρχικά, από την έρευνα προέκυψε ότι η χώρα διαμονής δεν επηρεάζει την ανάγνωση των ετικετών, όταν ένα προϊόν αγοράζεται για πρώτη φορά. Συγκεκριμένα, και στις δύο χώρες οι περισσότεροι ερωτηθέντες απάντησαν, ότι διαβάζουν «συχνά» την ετικέτα σε ποσοστό 41%. Έπειτα, ακολουθεί η απάντηση «πάντοτε» με 28%, μετά με μικρή διαφορά η απάντηση «σπάνια» με 26% και τέλος, η απάντηση «ποτέ» με 5%. Αντίθετα, η ανάγνωση των ετικετών για πρώτη φορά φαίνεται να επηρεάζεται από το φύλο των καταναλωτών. Γενικά, και οι άντρες και οι γυναίκες σε μεγαλύτερο ποσοστό διαβάζουν τις πληροφορίες «συχνά», με 37,8% και 43,3% αντίστοιχα. Όμως, οι γυναίκες φαίνεται να είναι πιο συνεπείς στην ανάγνωση των ετικετών, καθώς ακολουθεί η απάντηση «πάντοτε» με 32,6%, ενώ στους άντρες ακολουθεί το «σπάνια» με 33%.

Ένα ακόμα συμπέρασμα της έρευνας σχετικό με το φύλο ήταν, ότι έχει επιρροή στην ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών στην ετικέτα τροφίμων. Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών το 44% εξετάζουν αυτές τις πληροφορίες «συχνά», ενώ για τους άντρες το μεγαλύτερο ποσοστό, δηλαδή 39% τις εξετάζουν «σπάνια». Παρατηρήθηκε λοιπόν, μια τάση των γυναικών να ενδιαφέρονται περισσότερο για τα θρεπτικά συστατικά των τροφίμων.

Επιπλέον, η ηλικία φαίνεται να επηρεάζει την άποψη των συμμετεχόντων για την αξιοπιστία των ετικετών. Τα άτομα ηλικίας 18-45 ετών εμπιστεύονται πλήρως τις ετικέτες τροφίμων σε ποσοστό 34%, ενώ από 46 ετών και άνω τείνουν να είναι πιο δύσπιστοι για την αξιοπιστία της ετικέτας σε ποσοστό 37%. Πιθανά αυτό να οφείλεται στο ότι οι νεότεροι καταναλωτές θέλουν να ενημερώνονται περισσότερο για θέματα που αφορούν την διατροφή τους, έχοντας ευκολότερη πρόσβαση στο

διαδίκτυο, αλλά και μεγαλύτερη εκπαίδευση στην αναγνώριση παραπλανητικών πληροφοριών.

Όσον αφορά τον Δείκτη Μάζας Σώματος έγιναν δύο σημαντικές παρατηρήσεις. Πρώτον, ο ΔΜΣ δεν είναι καθοριστικός παράγοντας στην αναγνώριση της θερμιδικής αξίας των τροφίμων, καθώς όπως φαίνεται το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων 57,8%, ανεξαρτήτου ΔΜΣ, απάντησαν λανθασμένα πως το τρόφιμο ήταν θερμιδογόνο. Δεύτερον, ο ΔΜΣ δεν επηρεάζει την ανάγνωση των διατροφικών ισχυρισμών στην ετικέτα τροφίμων. Συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό όλων των κατηγοριών του ΔΜΣ απάντησαν ότι διαβάζουν τις ετικέτες «συχνά» με 38,8% και ακολουθεί το «σπάνια» με μικρή διαφορά 37,3%. Οπότε, διαπιστώνεται ότι ανεξάρτητα από τον ΔΜΣ οι καταναλωτές δεν έχουν σωστές γνώσεις όσον αφορά την σύσταση των τροφίμων, παρόλο που ισχυρίζονται πως οι περισσότεροι διαβάζουν τις ετικέτες.

Σχετικά με την ανάγνωση των ισχυρισμών υγείας που αναγράφονται στις ετικέτες φαίνεται, ότι οι ερωτηθέντες που ισχυρίστηκαν πως έχουν καλύτερη κατάσταση υγείας τους εξετάζουν συχνότερα. Η μόνη κατηγορία ερωτηθέντων που το «συχνά» είναι μεγαλύτερο από το «σπάνια» είναι αυτή της πολύ καλής κατάστασης υγείας. Επομένως, εξέταση των ισχυρισμών υγείας λειτουργεί σαν φαύλος κύκλος στην βελτίωση αλλά και διατήρηση μιας καλής κατάστασης υγείας. Επίσης, η φυσική κατάσταση, η οποία τις περισσότερες φορές σχετίζεται με την υγεία, παρουσίασε παρόμοια αποτελέσματα. Δηλαδή, άτομα που δήλωσαν, ότι έχουν ικανοποιητική έως πολύ καλή φυσική κατάσταση διαβάζουν «συχνά» τα μακροθρεπτικά συστατικά, σε σύγκριση με αυτούς που είναι κάτω του μετρίου. Άρα, διαπιστώνεται ότι τα άτομα που προσέχουν την φυσική τους κατάσταση και πιθανόν να γυμνάζονται τακτικότερα, ενδιαφέρονται περισσότερο για την διατροφή τους.

Εν συνεχεία, το μορφωτικό επίπεδο βρέθηκε να έχει σχέση με την κατανόηση των ετικετών και συνεπώς, να αποτελεί λόγο για τη μη ανάγνωση τους. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες που έχουν αποφοιτήσει από Δημοτικό και Γυμνάσιο δήλωσαν σε ποσοστό 20,3 %, πως δεν καταλαβαίνουν καθόλου τις ετικέτες και γι' αυτό δεν τις διαβάζουν. Το αντίστοιχο ποσοστό των συμμετεχόντων από Λύκειο και ΑΕΙ ήταν μόλις 4,1%. Αυτό σημαίνει, ότι πιθανόν τα άτομα χαμηλού μορφωτικού επιπέδου δεν

είναι εξοικειωμένα με την ορολογία που χρησιμοποιείται στην ετικέτα τροφίμων, η ανάγνωση της οποίας, όπως φαίνεται απαιτεί μεγαλύτερη εκπαίδευση.

Τέλος, ένα ακόμα συμπέρασμα της έρευνας ήταν, ότι η συχνότητα ανάγνωσης των ετικετών δεν σχετίζεται με τις γνώσεις τους για την σύσταση των τροφίμων. Ειδικότερα, οι περισσότεροι απάντησαν σωστά ότι το τρόφιμο ήταν υψηλό σε σάκχαρα με 74,2%, ανεξάρτητα από το εάν διαβάζουν ή όχι την ετικέτα τροφίμων. Αντίθετα, λανθασμένα απάντησε το 25,8%. Το γεγονός αυτό, ίσως να οφείλεται στο ότι οι καταναλωτές φαίνονται πιο ενημερωμένοι και ευαισθητοποιημένοι στο θέμα των σακχάρων, καθώς είναι γνωστό πως πολλές ασθένειες, όπως παχυσαρκία και διαβήτης, συνδέονται με την αυξημένη πρόσληψη σακχάρου.

3.2. Συζήτηση

Συμπερασματικά, ο τρόπος συμπεριφοράς των καταναλωτών κατά την αγορά τροφίμων μπορεί να διαφοροποιηθεί από την ηλικία, το φύλο ή/και το μορφωτικό επίπεδο. Οι άντρες προκύπτει πως ψωνίζουν περισσότερο μηχανικά τα τρόφιμα, σε αντίθεση με τις γυναίκες που εμφανίζουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τα τρόφιμα που πρόκειται να καταναλώσουν. Αυτό, ίσως να οφείλεται στο ότι στις ελληνικές οικογένειες, συνηθίζεται ακόμη τα ψώνια, αλλά και την προετοιμασία του φαγητού για την οικογένεια να τα αναλαμβάνει η γυναίκα. Επιπλέον, η νεότερη γενιά δέχεται συνεχώς ερεθίσματα και πληροφορίες μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, σχετικά με τα πρότυπα διατροφής και εμφάνισης. Αυτό μπορεί να αποτελεί έναν από τους λόγους που δείχνει περισσότερο ενδιαφέρον και εμπιστοσύνη για τις διατροφικές πληροφορίες στη συσκευασία. Επίσης, το μορφωτικό επίπεδο είναι καθοριστικής σημασίας για την κατανόηση της ετικέτας, καθώς απαιτούνται γνώσεις και εκπαίδευση για την ανάγνωση της. Επιπροσθέτως, λόγω των γρήγορων ρυθμών της καθημερινότητας, οι καταναλωτές δεν διαθέτουν χρόνο για την εκπαίδευση τους γύρω από την ανάγνωση και κατανόηση της ετικέτας.

Τέλος, προτείνονται από τους συμμετέχοντες τρόποι βελτίωσης της ετικέτας, μέσω της χρήσης πιο απλών λέξεων, αλλά και σύμβολων και εικόνων, καθώς και η αναγραφή περισσότερων λεπτομερειών για το τρόφιμο. Ωστόσο, είναι επιτακτική

ανάγκη δημιουργίας προγραμμάτων για την ορθή εκπαίδευση και εξοικείωση των καταναλωτών στην ανάγνωση των ετικετών.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Βαρουφάκης, Γ. (2005, Ιούνιος). Ο έλεγχος ποιότητας των προϊόντων και η προστασία του καταναλωτή στην αρχαιότητα. *archaeology & arts*. τεύχος 95.
- Τσακλαγκάνος, Α. (2005). *Βασικές αρχές του Marketing*. Εκδ. Κυριακίδης. Θεσσαλονίκη.

Ξενόγλωσση

- Cowburn, G., & Stockley, L. (2005). Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutrition*, *8*: 21-28.
- Feunekes, G. I., Gortemaker, I. A., Willems, A. A., Lion, R., & Kommer, M. (2008, January). Front-of-pack nutrition labelling: Testing effectiveness of different nutrition labelling formats front-of-pack in four European countries. *Appetite*, *50*: 57-70.
- Grunert, K., & Wills, J. (2007). A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *ournal of Public Health* ,*15*: 358-399.
- Moore, M. (2001). *Food Labeling Regulation: A Historical and Comparative Survey*. Harvard University. USA.
- Storcksdieck, B. S., Fernandez, C. L., Larranaga, A., Egger, S., Wills, J. M., Hodgkins, C., et al. (2010). Penetration of nutrition information on food labels across the EU-27 plus Turkey. *European Journal of Clinical Nutrition*, *64*: 1379-1385.

Ιστοσελίδες

- *520Barcode Hellas*. (n.d.). Retrieved September 9, 2019, from <https://www.520barcodehellas.com/codification-faqs>
- *British Nutrition Foundation*. (2019). Retrieved September 1, 2019, from Helping you eat well:

<https://www.nutrition.org.uk/healthyliving/helpingyoueatwell/324-labels.html?start=3>

- EE. (2013, 6 12). *EUR-Lex*. Retrieved 9 14, 2019, from [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex:32006R1924R\(07\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex:32006R1924R(07))
- EE, & EK. (2006, 12 20). Retrieved 9 13, 2019, from EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1566993562175&uri=CELEX:02006R1924-20141213>
- EE, & EK. (2018, Ιούνιος 14). *EUR-Lex*. Retrieved Σεπτέμβριος 9, 2019, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1567204518003&uri=CELEX:32018R0848>
- EUFIC. (2012, March 30). *EUFIC*. Retrieved August 30, 2019, from <https://www.eufic.org/en/healthy-living/article/new-insights-into-nutrition-labelling-in-europe>
- *Healthy Eating Advisory Service*. (2016). Retrieved September 1, 2019, from Heas.health: <https://heas.health.vic.gov.au/sites/default/files/HEAS-traffic-light-system.pdf>
- karanik. (2013, Απρίλιος 3). *karanik*. Retrieved Σεπτέμβριος 9, 2019, from <https://karanik.gr/2013/04/barcodes.html>
- Lowry solutions. (2015, Ιανουάριος 29). *Lowry solutions*. Retrieved Σεπτέμβριος 9, 2019, from What Is the Difference Between 1D and 2D Barcode Scanning?: <https://lowry solutions.com/blog/what-is-the-difference-between-1d-and-2d-barcode-scanning/>
- Standard, C. (n.d.). *General Standard for the Labelling of Prepackaged Foods*. Retrieved 9 14, 2019, from FAO: http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/web/index_en.jsp?fbclid=IwAR013DrjP22LvEX57Lc7vZjQwOA1AzLYhBFdlfh1V4nIfBTzjeM-tLOhMlw
- EE, & EK. (2010, 2 10). Retrieved 9 12, 2019, from EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex:32010R0116>

- ΕΕ, & ΕΚ. (2011, Νοέμβριος 22). Retrieved Αύγουστος 20, 2019, from EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?qid=1566775351107&uri=CELEX:32011R1169#document1>
- ΕΟΑΝ. (2019). *Ελληνικός Οργανισμός Ανακύκλωσης*. Retrieved Σεπτέμβριος 9, 2019, from Σήματα Ανακύκλωσης: <https://www.eoan.gr/el/content/21/simata-anakuklosis>

Παράρτημα Ι Ερωτηματολόγιο

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 επικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλο-συστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);

Ποτέ Σπάνια Συχνά Πάντοτε

26. Διαβάζεις τις πληροφορίες της επικέτας 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 ανακυκλώσιμα 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:

Θερμίδες	Σάκχαρο	Λίπη	Κορεσμένα Λίπη	Αλάτι
127	7,4g	3g	1,1g	0,34g
6%	8%	4%	6%	6%

της Ενδεικτικής Ημερήσιας Πρόσληψης (GDA) για ενήλικες

ΕΡΩΤΗΣΗ		ΝΑΙ	ΟΧΙ
1	Το τρόφιμα είναι πολύ θερμιδογόνο;		
2	Η περιεκτικότητα σε Σάκχαρο 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 πιο 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