



**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΓΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗΣ
ΤΩΝ ΕΤΙΚΕΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**



ΘΑΝΟΥ ΜΑΡΙΑ

ΑΜ 4058

ΦΟΥΣΕΚΗ ΜΑΡΙΝΑ

ΑΜ 4132

ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΥΡΑΝΑΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ

Περιεχόμενα

<i>Περίληψη</i>	3
<i>Abstract</i>	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	5
1.1 Ορισμός και περιεχόμενο επισήμανσης και της διατροφικής ετικέτας	6
1.2 Διαφορές στην νομοθεσία ΕΕ και ΗΠΑ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	17
2.1 Διατροφικοί ισχυρισμοί (nutrition claims).....	17
2.2 Ισχυρισμοί υγείας	23
2.3 Κανόνες για τα συμπληρώματα διατροφής.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	27
3.1 Βιβλιογραφική επισκόπηση: Διατροφική ετικέτα και καταναλωτές.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	31
4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	31
4.1 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Δείγματος	32
4.2 Φυσική κατάσταση και κατάσταση υγείας δείγματος	39
4.3 Προετοιμασία γευμάτων, αγορών και δαπάνες	42
4.4 Παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων	46
4.5 Απόψεις των καταναλωτών για τη διατροφική ετικέτα.....	49
4.6 Έλεγχος γνώσεων σχετικά με τη διατροφική ετικέτα	54
4.7 Απόψεις σχετικά με τη διατροφική ετικέτα.....	55
4.8 Συσχετίσεις	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	70
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	70
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	73

Περίληψη

Εισαγωγή: Η επαρκής πληροφόρηση των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα που αγοράζουν αποτελεί δικαίωμα, συνεπώς οι πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο των τροφίμων είναι χρήσιμο να παρέχονται στους καταναλωτές. Η καταχώριση των συστατικών είναι ένας τρόπος για τον προσδιορισμό της φύσης των τροφίμων που καταναλώνονται, παρέχοντας ταυτόχρονα μια ετικέτα που εξηγεί το περιεχόμενο θρεπτικών συστατικών. Τόσο στις ΗΠΑ όσο και στην Ευρώπη, έχει θεσμοθετηθεί σχετική νομοθεσία και οδηγίες ώστε να γίνεται όσο το δυνατόν πιο γνωστό στους καταναλωτές το τι καταναλώνουν καθώς και πιθανόν επιβλαβείς για την υγεία τους ουσίες και συστατικά. Πολλοί ερευνητές έχουν ασχοληθεί με τη στάση των καταναλωτών απέναντι στη διατροφική επισήμανση, αν οι τελευταίοι τη συμβουλεύονται κατά τις αγορές τους, κατά πόσο κατανοούν τις πληροφορίες που αναγράφονται σε αυτή και αν τελικά έχει επίδραση στις αποφάσεις τους.

Σκοπός: Η παρούσα έρευνα μελετά τη στάση 800 καταναλωτών απέναντι στη διατροφική ετικέτα καθώς και ποιοι παράγοντες επιδρούν στη χρήση των πληροφοριών που αναγράφονται σε αυτή.

Μεθοδολογία: Η έρευνα έγινε με την μέθοδο του ερωτηματολογίου, ενώ ακολούθησε στατιστική ανάλυση με περιγραφική στατιστική και ανάλυση συσχετίσεων.

Συμπεράσματα: Υπάρχουν συγκεκριμένες μεταβλητές που καθορίζουν την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας όπως το φύλο, καθώς οι γυναίκες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένες και δηλώνουν ότι διαβάζουν πάντα τη διατροφική ετικέτα, η ηλικία, συγκεκριμένα οι μέσες ηλικίες 31-60 είναι πιο πιθανό να διαβάζουν πάντα τη διατροφική ετικέτα, ο χρόνος αγοράς τροφίμων, η φυσική κατάσταση, η κατάσταση υγείας, τα έξοδα διατροφής καθώς όσοι αφιερώνουν περισσότερα χρήματα για τη διατροφή τους διαβάζουν πιο συχνά τη διατροφική ετικέτα.

Λέξεις-Κλειδιά: διατροφική επισήμανση, συμπεριφορά καταναλωτών, διατροφικοί ισχυρισμοί, τρόφιμα

Abstract

Introduction: Adequate consumer information on the products they buy is a right, so information on the content of the food is useful to be provided to consumers. The inclusion of ingredients is a way of identifying the nature of the food consumed, while providing a label explaining the nutrient content. In both the USA and Europe, legislation and guidelines have been put in place to make consumers as much as possible aware of what they consume and their potentially harmful substances and ingredients. Many researchers have dealt with consumer attitudes towards nutrition labeling if they are consulted on their purchases, understand their information and ultimately influence their decisions.

Purpose: This research studies the attitudes of 800 consumers towards the nutritional label and what factors influence the use of the information given on it.

Methodology: The survey was conducted using the questionnaire method, followed by statistical analysis with descriptive statistics and correlation analysis.

Conclusions: There are specific variables that define reading a nutrition label such as sex, as women are more sensitized and declare that they always read the nutrition label, age, in particular the average ages 31-60 are more likely to always read the nutrition label, food purchasing time, physical condition, health status, food costs and those who spend more money on their diet read more often the nutrition label.

Key-Words: nutritional labeling, consumer behavior, nutritional claims, food

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Είναι γεγονός πως η επαρκής πληροφόρηση των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα που αγοράζουν αποτελεί δικαίωμα, συνεπώς οι πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο των τροφίμων είναι χρήσιμο και υποχρέωση των μονάδων παραγωγής να παρέχονται στους καταναλωτές. Η αναγραφή των συστατικών πάνω στ συσκευασία των προσυσκευασμένων τροφίμων είναι ένας τρόπος για τον προσδιορισμό της φύση των τροφίμων που καταναλώνονται, παρέχοντας ταυτόχρονα μια ετικέτα που εξηγεί το περιεχόμενο σε θρεπτικά συστατικά.

Η επισήμανση των τροφίμων θεωρείται πολύ σημαντική όχι μόνο λόγω της υποχρεωτικότητας, αλλά κι επειδή την αναζητούν προς ανάγνωση όλο και περισσότερο οι καταναλωτές. Η διαμόρφωση της επισήμανσης των τροφίμων και η ικανότητα χρήσης των διατροφικών πληροφοριών για την πληροφόρηση των καταναλωτών μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τη χώρα, την κατάσταση υγείας των ατόμων, τους στόχους της δημόσιας υγείας και τα διατροφικά πρότυπα διαφορετικών πληθυσμιακών ομάδων εντός των χωρών. Ωστόσο, αναμένεται ότι η αυξημένη διαθεσιμότητα των σημάτων διατροφής στα τρόφιμα θα συμβάλει στη βελτίωση της συνολικής υγείας των καταναλωτών του κοινού.

Η διατροφική επισήμανση για τα τρόφιμα υπό την επίβλεψη της Υπηρεσίας Τροφίμων και Φαρμάκων της Αμερικής (FDA) ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970. Ξεκίνησε, εν μέρει, λόγω της ανησυχίας σχετικά με τις ελλείψεις θρεπτικών συστατικών που δεν καταγράφονταν, οπότε η επισήμανση των ισχυρισμών διατροφής έγινε υποχρεωτική. Μέχρι τη δεκαετία του 1980, δημοσιεύονταν όλο και περισσότερα νέα επιστημονικά ευρήματα σχετικά με τη διατροφή και την υγεία και το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τη διατροφή ως τρόπος βελτίωσης της υγείας ήταν υψηλό.

Οι παραγωγοί τροφίμων ήταν πρόθυμοι να εμπορευθούν μ' αυτόν τον τρόπο τα προϊόντα διατροφής για να επωφεληθούν από αυτό το ενδιαφέρον και οι απαιτήσεις σε ετικέτες πολλαπλασιάστηκαν. Τόσο οι καταναλωτές όσο και οι παραγωγοί εξέφρασαν την ανησυχία τους για την αξιοπιστία των πληροφοριών που εμφανίζονται στις ετικέτες των τροφίμων και για το ενδεχόμενο σύγχυσης ή παραπλάνησης των καταναλωτών. Ως αποτέλεσμα αυτών των γεγονότων, το Κογκρέσο ψήφισε το νόμο για τη διατροφική επισήμανση και την εκπαίδευση (NLEA) το 1990, τροποποιώντας το ισχύον ομοσπονδιακό νόμο για τα τρόφιμα, τα ναρκωτικά και τα καλλυντικά του 1938.

Το NLEA ανέθεσε στο FDA να εκπονήσει κανονισμούς που να απαιτούν τη δήλωση των επιπέδων ορισμένων θρεπτικών συστατικών στις ετικέτες των συσκευασμένων τροφίμων. Όρισε επίσης ότι ο οργανισμός έπρεπε να δημιουργήσει ένα πλαίσιο που θα επιτρέπει στους παραγωγούς να χρησιμοποιούν οικειοθελώς αξιόπιστες και μη μόνιμες δηλώσεις του περιεχομένου σε θρεπτικά συστατικά και ισχυρισμούς υγείας στις ετικέτες των τροφίμων τους. Με τον τρόπο αυτό, η NLEA

έδωσε στο FDA την εξουσία να προστατεύει τους καταναλωτές από παραπλανητικούς ισχυρισμούς διατροφής.

Το NLEA είχε ως στόχο επίσης, να δημιουργηθούν ίσοι όροι ανταγωνισμού για τις διατροφικές πληροφορίες σχετικά με την ετικέτα των τροφίμων, απαιτώντας ότι αυτές οι πληροφορίες θα είναι σύμφωνες με τους νέους κανονισμούς που θα θεσπίσει η κυβέρνηση. Επιπλέον, επεδίωξε να ενθαρρύνει τους παρασκευαστές να διαμορφώνουν τρόφιμα με καλύτερα θρεπτικά προφίλ, όπως τρόφιμα με λιγότερο νάτριο ή κορεσμένα λιπαρά. Σύμφωνα με αυτό το πρότυπο, η επισήμανση των τροφίμων επικεντρώνεται στις πληροφορίες που χρειάζεται ο γενικός πληθυσμός για να ακολουθήσει τις γενικές διατροφικές συστάσεις. Το NLEA δεν στηρίχθηκε στην θεραπευτική λογική για την επισήμανση, όπως για παράδειγμα υπολογισμοί για δίαιτες, ούτε στόχευε στην παροχή διατροφικών συστάσεων για τους καταναλωτές.

Τα ζητήματα που συνδέονται με την επισήμανση των τροφίμων έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη βιομηχανία τροφίμων (Henley, 1992). Πολλοί ερευνητές έχουν επικεντρωθεί σε ορισμένα από αυτά τα ζητήματα. Εστιάζοντας στα θέματα των καταναλωτών, ο Moorman (1990) συνέβαλε σε μια συνολική ανάλυση της χρήσης των πληροφοριών για τη διατροφή των καταναλωτών αν και δεν ασχολήθηκε ιδιαίτερα με θέματα επισήμανσης τροφίμων. Επεσήμανε, ότι οι αποτελεσματικά σχεδιασμένες διατροφικές συστάσεις διευκολύνουν τη χρήση των πληροφοριών για τη διατροφή και ότι ορισμένα χαρακτηριστικά των καταναλωτών όπως η εκπαίδευση επηρεάζουν τη χρήση.

Ο Bass (1991) διεξήγαγε μια μελέτη σχετικά με τη χρήση και την ικανοποίηση των καταναλωτών από τις ετικέτες των τροφίμων. Συνοψίζει τα αποτελέσματα της έρευνας και διαπιστώνει ότι οι καταναλωτές πράγματι χρησιμοποιούσαν τις ετικέτες των τροφίμων για διάφορους λόγους και με διαφορετικά επίπεδα ικανοποίησης. Οι Burton και Biswas (1993) εξέτασαν τα αποτελέσματα των αλλαγών σε ετικέτες που απαιτούνται από τον νόμο για την επισήμανση και την εκπαίδευση για τη διατροφή 1990 (NLEA). Με βάση το δείγμα των ερευνών που πραγματοποίησαν σε 343 άτομα, κατέληξαν ότι οι αντιλήψεις για τη διατροφή και η πιθανότητα αγοράς του προϊόντος συνδέονται στενά με πρόσθετες πληροφορίες διατροφής που συνιστώνται από το NLEA. Οι Jensen and Kesavan (1993) ερευνήσαν τις σχέσεις μεταξύ πηγών πληροφοριών για τη διατροφή (τηλεόραση και άλλα μέσα) και την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων.

1.1 Ορισμός και περιεχόμενο επισήμανσης και της διατροφικής ετικέτας

Η επισήμανση των τροφίμων περιλαμβάνει υποχρεωτικά τα ακόλουθα στοιχεία:

1. Όνομα του τροφίμου

Το όνομα με το οποίο πωλείται το τρόφιμο δεν μπορεί να είναι εμπορικό σήμα ή φανταστικό όνομα. Θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί είτε το όνομα που παρέχεται από την ΕΕ (εάν υπάρχει), τη

νόμιμη ονομασία στο κράτος-μέλος όπου βρίσκεται ή πωλείται το τρόφιμο (εάν υπάρχει), το σύνηθες όνομα (από τον κώδικα πρακτικής) ή περιγραφή του τροφίμου που δείχνει δείχνουν την πραγματική του της φύση στον καταναλωτή. Αν το τρόφιμο έχει υποστεί επεξεργασία ή έχει συγκεκριμένη φυσική κατάσταση (σκόνη, κατεψυγμένο, συμπυκνωμένο, καπνιστό, κλπ.), οι πληροφορίες αυτές πρέπει να προστεθούν στη νόμιμη ονομασία για να αποφευχθεί η σύγχυση. Ισχύουν ειδικοί κανόνες για τρόφιμα που έχουν υποστεί επεξεργασία με ακτινοβολήση.

2. Κατάλογος των συστατικών ή Διατροφική ετικέτα

Οι ετικέτες διατροφής περιγράφουν την περιεκτικότητα ενός τροφίμου σε θρεπτικά συστατικά και προορίζονται για την επαρκή ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με τη διατροφή του. Ως εκ τούτου, η ορολογία που χρησιμοποιείται στην διατροφική ετικέτα θα πρέπει να είναι κατανοητή από το ευρύ κοινό. Γι' αυτόν το λόγο μια τυποποιημένη και απλή μορφή είναι πιθανό να βοηθήσει τους καταναλωτές στη χρήση των ετικετών τροφίμων και για τη σύγκριση των τροφίμων. Οι πληροφορίες διατροφής που παρέχονται πρέπει να επιλέγονται με βάση την συνέπεια με τις διατροφικές συστάσεις. Στο χώρο της διατροφικής ετικέτας απεικονίζονται τα θρεπτικά συστατικά των τροφίμων και η αναλυτική σκοπιμότητα του ποσοτικού προσδιορισμού του συγκεκριμένου θρεπτικού συστατικού ενός τροφίμου.

Στην Ευρώπη, οι κανονισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης απαιτούν να αναγράφονται στη διατροφική ετικέτα η ενέργεια, οι πρωτεΐνες, το λίπος, τα κορεσμένα λιπαρά, οι υδατάνθρακες, τα σάκχαρα και το αλάτι. Επίσης, μπορούν να παρουσιαστούν και επιπρόσθετα θρεπτικά συστατικά εάν υπάρχουν σε σημαντικές ποσότητες. Οι κανονισμοί επιτρέπουν πολλές παραλλαγές στη μορφή επισήμανσης. Παρακάτω παρατίθενται παραδείγματα ετικετών συμβατών με την ΕΕ, που μπορούν να δημιουργηθούν με τη μονάδα σήμανσης της ΕΕ.

Τα ανωτέρω θεσμοθετήθηκαν από την οδηγία 2008/100/ΕΚ της Επιτροπής, η οποία τροποποίησε την οδηγία 90/496 /ΕΟΚ του Συμβουλίου σχετικά με τη διατροφική επισήμανση των τροφίμων, όσον αφορά τις συνιστώμενες ημερήσιες ποσότητες πρόσληψης, τους συντελεστές μετατροπής ενέργειας και τους ορισμούς. Τέλος, η διατροφική επισήμανση έγινε υποχρεωτική σχεδόν για όλα τα προσυσκευασμένα τρόφιμα από τον Δεκέμβριο του 2016.

Διατροφική Αξία

Μερίδα 100 γραμμαρίων

Ποσότητα Ανά Μερίδα		
Θερμίδες	33	
Θερμίδες από Λιπαρά	3	
% Ημερήσια Αξία*		
Λιπαρά	0g 1%	
Κορεσμένα	0%	
Αιόρραση		
Χοληστερόλη	0mg 0%	
Νάτριο	3mg 0%	
Υδατάνθρακες	7g 2%	
Φυτικές Ίνες	0%	
Σάκχαρα		
Πρωτεΐνη	1g	
Βιταμίνη Α	30% + Βιταμίνη C	44%
Ασβέστιο	1% + Σίδηρος	1%

*Υπολογισμένη με διαίτα 2000 θερμίδων.

NutritionData.com



Εικόνα 1 Παραδείγματα διατροφικών ετικετών

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, οι πληροφορίες χαρακτηρίζονται ως «διατροφικές πληροφορίες» (ή ισοδύναμες σε άλλες γλώσσες της ΕΕ). Περιλαμβάνουν αρχικά την ποσότητα αναφοράς του τροφίμου που συνήθως είναι τα 100 g (3,5 oz) ή 100 ml (3,5 imp fl oz, 3,4 US fl oz) του προϊόντος - και συχνά επίσης για μια καθορισμένη "μερίδα".

Μετά την αναγραφή του ενεργειακού περιεχομένου του τροφίμου σε kcal ή kJoule, ακολουθεί η αναγραφή των συστατικών στοιχείων, που είναι το λίπος, τα κορεσμένα λιπαρά, οι υδατάνθρακες, τα σάκχαρα, οι πρωτεΐνες και το αλάτι, με τη συγκεκριμένη σειρά, με επιλογές επέκτασης αυτού του καταλόγου σε: μονοακόρεστα, πολυακόρεστα, άμυλο, βιταμίνες και ανόργανα άλατα.

Όσον αφορά τους ισχυρισμούς για την υγεία και τους ισχυρισμούς για τη διατροφή, αυτοί πρέπει να είναι εναρμονισμένοι στην ΕΕ με τις απαιτήσεις του κανονισμού 1924/2006. Ορισμένες ομάδες ισχυρισμών διατροφής σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1924/2006 χρειάστηκε να αλλάξουν. Γι' αυτό τον Νοέμβριο του 2012, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε δύο νέους κανονισμούς, τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1047/2012 και τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1048/2012. Έτσι για παράδειγμα, οι ισχυρισμοί υγείας που συνδέονται με την β-γλουτένη του κριθαριού τροποποιήθηκαν (π.χ. μειώνοντας τη χοληστερίνη του αίματος). Στο πλαίσιο του κανονισμού 1924/2006, καθορίστηκαν οι νομικοί ορισμοί των διατροφικών ισχυρισμών όπως "χαμηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά", "υψηλής ινών", "μειωμένων θερμίδων". Όλοι οι ισχυρισμοί υγείας έχουν εναρμονιστεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Υπό την προϋπόθεση ότι οι πλήρεις πληροφορίες διατροφής εμφανίζονται στο πλαίσιο με τη διατροφική επισήμανση, μπορούν να συμπεριληφθούν πρόσθετες πληροφορίες και μορφές επισήμανσης (π.χ. σύστημα ταξινόμησης φωτεινών σηματοδοτών). Αυτό δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της ρύθμισης για τη διατροφική ετικέτα που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά

σύμφωνα με την οδηγία 2000/13/EK θα πρέπει να εμφανίζονται στο ίδιο οπτικό πεδίο (Cheftel, 2005).

Όλα τα συστατικά, συμπεριλαμβανομένων των πρόσθετων των τροφίμων (E) και των αρτυμάτων, πρέπει να αναγράφονται στον κατάλογο με φθίνουσα σειρά βάρους. Τα συστατικά πρέπει να φέρουν συγκεκριμένα ονόματα, ενώ κάποιες τροφές (π.χ. αλκοολούχα ποτά) που δεν χρειάζονται λίστες συστατικών, απαιτείται να αναφερθούν όλα τα πιθανώς περιεχόμενα αλλεργιογόνα συστατικά τους. Νωπά φρούτα και λαχανικά, καθώς και διάφορα άλλα τρόφιμα και συστατικά απαλλάσσονται από την αναγραφή συστατικών. Ειδικοί κανόνες ισχύουν για το πρόσθετο νερό (μόνο εάν αντιπροσωπεύει περισσότερο από 5% του βάρους του τελικού προϊόντος). Μείγματα φρούτων, λαχανικών, βοτάνων και μπαχαρικών (με "μεταβλητές αναλογίες") και συστατικά που χρησιμοποιούνται σε συμπυκνωμένη ή αφυδατωμένη μορφή, μπορούν να απαριθμούνται με τη σειρά του βάρους όπως καταγράφηκε πριν από τη συγκέντρωση ή την αφυδάτωσή τους.

Στην περίπτωση των συμπυκνωμένων ή αφυδατωμένων τροφίμων που πρόκειται να ανασυσταθούν με την προσθήκη νερού, τα συστατικά μπορούν να απαριθμούνται κατά σειρά αναλογίας στο ανασυσταθέν προϊόν, υπό τον όρο ότι ο κατάλογος των συστατικών συνοδεύεται από μια έκφραση όπως «συστατικά του ανασυσταθέντος προϊόντος» ή «συστατικά του έτοιμου προς χρήση προϊόντος».

Γενετικά τροποποιημένα συστατικά πρέπει να δηλώνονται ως έχουν. Ένα συστατικό που αποτελείται από άλλα συστατικά μπορεί να αναφέρεται με το όνομά του και σύμφωνα με το δικό του συνολικό βάρος, αλλά το όνομά του πρέπει να ακολουθείται από πλήρη κατάλογο των δικών του συστατικών. Πρόσθετα (στο σύνθετο συστατικό), που εξυπηρετούν έναν τεχνολογικό ρόλο πρέπει επίσης να αναφέρονται.

Η οδηγία 2000/13/EK περιέχει παραρτήματα σχετικά με τα συστατικά και τα πρόσθετα τροφίμων:

- Στο παράρτημα 1 παρατίθενται κατηγορίες συστατικών που θα μπορούσαν προηγουμένως να προσδιοριστούν με την ονομασία της κατηγορίας (ψάρι, τυρί, φυτικό έλαιο, λαχανικά, κρυσταλλωμένα φρούτα, κλπ) και όχι με συγκεκριμένο όνομα. Ο κανόνας αυτός ακυρώνεται εξαιτίας της ύπαρξης πιθανών αλλεργιογόνων.
- Το παράρτημα 2 απαριθμεί την κατηγορία των προσθέτων, ονομάτων που αντιστοιχούν στις λειτουργίες τους (παράγοντας οξίνισης, γαλακτωματοποιητής κλπ.), τα οποία πρέπει να χρησιμοποιούνται πριν από την ένδειξη συγκεκριμένες ονομασίες ή αριθμούς κωδικών ΕΚ (για παράδειγμα: συντηρητικό, βενζοϊκό νάτριο ή συντηρητικό E211). Τα πρόσθετα τροφίμων πρέπει να είναι ουσίες που επιτρέπονται υπό συγκεκριμένες συνθήκες χρήσης (όπως περιγράφονται λεπτομερώς στις ειδικές οδηγίες, οι οποίες αναθεωρούνται συχνά για να ληφθούν υπόψη οι τεχνολογικές εξελίξεις και γνώση στην τοξικολογία).

- Στο παράρτημα 3 αναφέρεται ο χαρακτηρισμός των αρτυμάτων (με κανόνες για τον όρο "φυσικό").

Η οδηγία 2000/13/EK τροποποιήθηκε πρόσφατα όσον αφορά την καταγραφή των συστατικών που πρέπει να ληφθούν υπόψη, όπως τα αλλεργιογόνα των τροφίμων. Επιπλέον, πρέπει να καταγράφεται οποιοδήποτε συστατικό χρησιμοποιείται στην παραγωγή και εξακολουθεί να υπάρχει στα τελικά τρόφιμα, έστω και σε αλλοιωμένη μορφή, και περιλαμβάνεται στο παράρτημα για τα αλλεργιογόνα. Αυτό ισχύει και για τα αλκοολούχα (και μη αλκοολούχα) ποτά.

Ο καθιερωμένος κατάλογος αλλεργιογόνων τροφίμων ενημερώνεται τακτικά, όπου απαιτείται, ενώ περιλαμβάνει σήμερα: τα ψάρια, τα αυγά, το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα (συμπεριλαμβανομένης της λακτόζης), δημητριακά που περιέχουν γλουτένη (δηλ. σιτάρι, σίκαλη, κριθάρι, βρώμη κ.λπ.), φιστίκια, σόγια, καρύδια, σέλινο, μουστάρδα, σουσάμι, μερικά φρούτα και τα παραγόμενα προϊόντα από αυτά τα τρόφιμα. Πρέπει να σημειωθεί ότι δεν δίνεται κανένα όριο στην τιμή. Ο κατάλογος περιλαμβάνει επίσης το SO₂ ή θειώδη άλατα σε περιεκτικότητα πάνω από 10 mg/kg. Όταν υπάρχει κίνδυνος περιστασιακής διασταυρούμενης μόλυνση των τροφίμων με πολύ μικρές ποσότητες αλλεργιογόνων τροφίμων, τότε αυτά πρέπει να αναγράφονται στην ετικέτα.

3. Ποσοτική ένδειξη συστατικών ή κατηγοριών συστατικών

Η ποσότητα πρέπει να αναφέρεται ως ποσοστό (σε σχέση με το χρόνο χρήσης). Πρέπει να εμφανίζεται στη συνέχεια στη νόμιμη ονομασία του τροφίμου ή στο όνομα του συστατικού στον κατάλογο των συστατικών. Αυτός ο κανόνας ισχύει για όλα τα συστατικά που εμφανίζονται με το νόμιμο όνομα ή συσχετίζονται συνήθως σε τρόφιμα που τονίζονται στην ετικέτα ή στην εικόνα ή με γραφικά ή όπου είναι απαραίτητα, για να χαρακτηριστεί ένα φαγητό ή να συγκριθεί με παρόμοια τρόφιμα. Υπάρχουν εξαιρέσεις, όπως τα συστατικά που χρησιμοποιούνται σε μικρές ποσότητες για την αρωματοποίηση, μερικά μείγματα φρούτων, λαχανικών, βότανα και μπαχαρικά και συστατικά που κρίνονται ότι δεν επηρεάζουν τον καταναλωτή όσον αφορά τις ποσότητες τους. Για την εφαρμογή της αρχής της δήλωσης ποσοτικών συστατικών υπάρχουν κατευθυντήριες γραμμές (III / 5260-rev5/98 της 21ης Δεκεμβρίου 1998 σχετικά με την πύλη Eur-Lex).

4. Καθαρή ποσότητα τροφίμων

Αυτή η πληροφορία είναι απαραίτητη μόνο για τα προσυσκευασμένα τρόφιμα. Θα πρέπει να εκφράζεται σε μονάδες μάζας ή, για υγρά τρόφιμα, σε μονάδες όγκου. Όταν είναι απαραίτητη η ένδειξη ενός συγκεκριμένου τύπου ποσότητας (ονομαστική, μέση, ελάχιστη), η ποσότητα αυτή πρέπει να αντιστοιχεί στην καθαρή ποσότητα. Η καθαρή ποσότητα ακολουθείται συχνά από το σύμβολο "e". Αυτό δείχνει ότι ο παρασκευαστής έχει πραγματοποιήσει έναν στατιστικό έλεγχο,

σύμφωνα με μια εγκεκριμένη από την ΕΕ μέθοδο, με την εγγύηση ότι το καθαρό βάρος δεν είναι χαμηλότερο από τη δηλωμένη τιμή. Όταν το προσυσκευασμένο τρόφιμο περιέχει δύο ή περισσότερα «υποσυσκευασίες», η καθαρή ποσότητα πρέπει να αναγράφεται στη συσκευασία μαζί με το συνολικό αριθμό πακέτων (εκτός αν αυτό φαίνεται ξεκάθαρα). Για τρόφιμα που πωλούνται συνήθως με αριθμό, αντί της καθαρής ποσότητας πρέπει να αναγράφεται ο συνολικός αριθμός. Για τα στερεά τρόφιμα που πωλούνται σε υγρά μέσα (όπως ορίζονται) πρέπει να αναφέρεται επίσης το καθαρό βάρος.

5. Ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας

Η ελάχιστη ημερομηνία διατηρησιμότητας ορίζεται ως η ημερομηνία έως την οποία το τρόφιμο διατηρεί τις συγκεκριμένες ιδιότητές του, όταν φυλάσσεται σωστά. Πρέπει να αναφερθούν με τις λέξεις «Κατανάλωση πριν από...» ακολουθούμενες από την ημερομηνία (ή αναφορά στην ημερομηνία επισήμανσης). Ανάλογα με το πόσο καιρό το φαγητό μπορεί διατηρηθεί, η ημερομηνία μπορεί να εκφράζεται με την ημέρα και το μήνα, μήνα και έτος ή μόνο το έτος. Τρόφιμα και ποτά που απαλλάσσονται από την αναγραφή της ημερομηνίας σήμανσης είναι τα τρόφιμα που είναι εξαιρετικά ευαλλοιώτα μικροβιολογικά και επομένως ενδέχεται να είναι επικίνδυνα για την υγεία μετά από σύντομο χρονικό διάστημα. Αυτά πρέπει να αναφέρουν τις λέξεις "Χρήση πριν από ..." ακολουθούμενη από την ημερομηνία (ημέρα και μήνα) ή αναφορά στην οποία αναφέρεται η ημερομηνία επισήμανσης, ενώ οποιαδήποτε διανομή μετά την ημερομηνία αυτή απαγορεύεται.

Η χρήση σύμφωνα με την ημερομηνία λήξης πρέπει να ακολουθείται από περιγραφή των συνθηκών αποθήκευσης που πρέπει να τηρούνται. Η ένδειξη της ημερομηνίας ελάχιστης διατηρησιμότητας μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αναγνώριση των τροφίμων που πωλούνται με τη μορφή παρτίδας (Οδηγία 89/396/ΕΟΚ της 14ης Ιουνίου 1989). Η αναγνώριση της παρτίδας στην οποία ανήκει ένα τρόφιμο μετά την παραγωγή πρέπει να γίνεται με κωδικό ο οποίος αναγράφεται στην ετικέτα του κάθε τροφίμου προκειμένου να εξασφαλιστεί η ελεύθερη κυκλοφορία του, να ενημερώνει τον καταναλωτή και να εξασφαλίζει την ανιχνευσιμότητα. Με τον όρο "παρτίδα" νοείται μια παρτίδα μονάδων πώλησης ενός τροφίμου που παράγεται ή συσκευάζεται υπό τις ίδιες συνθήκες. Η παρτίδα καθορίζεται από τον παραγωγό ή συσκευαστή του προϊόντος ή του πρώτου πωλητή εντός της ΕΕ. Οι καταναλωτές εκφράζουν συχνά την επιθυμία να αναγράφεται στην ετικέτα η ημερομηνία ανθεκτικότητας μετά το άνοιγμα της συσκευασίας του φαγητού, μαζί με τις συνιστώμενες συνθήκες αποθήκευσης.

6. Συνθήκες αποθήκευσης

Οποιοσδήποτε ειδικές συνθήκες είναι απαραίτητες για την ασφαλή συντήρηση του τροφίμου πριν την κατανάλωση.

7. Όνομα παρασκευαστή

Το όνομα ή το όνομα της επιχείρησης και η διεύθυνση του παρασκευαστή ή του συσκευαστή, ή ενός πωλητή εγκατεστημένου στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Απαιτείται ακριβής αναγνώριση όσον αφορά την εγγύηση και την ευθύνη.

8. Τόπος προέλευσης

Τα στοιχεία του τόπου καταγωγής ή προέλευσης πρέπει να αναγράφονται, επειδή η απουσία τους μπορεί να παραπλανήσει τον καταναλωτή ως προς την πραγματική προέλευση του τροφίμου. Αυτό δεν είναι μια πολύ αυστηρή απαίτηση και δεν υπάρχει σαφής συμφωνία σχετικά με τα αντίστοιχα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της ένδειξης της προέλευσης των τροφίμων, εκτός από την περίπτωση των εθελοντικών «προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης».

9. Οδηγίες χρήσης

Είναι απαραίτητες όταν είναι αδύνατο να γίνει σωστή χρήση του τροφίμου, ελλείψει τέτοιων οδηγιών.

10. Αλκοολικός τίτλος

Ο αλκοολικός τίτλος κατ' όγκο, παρόλο που δεν περιλαμβάνεται στην οδηγία 2000/13/EK πρέπει να αναγράφεται, αφού η απαίτηση για ενδείξεις τιμών εφαρμόζεται οριζόντια σε όλα τα τρόφιμα.

Υπάρχουν τρόφιμα τα οποία εξαιρούνται από την υποχρεωτική αναγραφή της διατροφικής επισήμανσης. Αυτά είναι τα ακόλουθα:

- Μη επεξεργασμένα προϊόντα που περιέχουν ένα μόνο συστατικό ή κατηγορία συστατικών.
- Μεταποιημένα προϊόντα στα οποία έχει υποβληθεί μόνο επεξεργασία ωρίμανσης και περιέχουν ένα μόνο συστατικό ή κατηγορία συστατικών.
- Νερά που προορίζονται για κατανάλωση από τον άνθρωπο, συμπεριλαμβανομένων εκείνων όπου το μόνο πρόσθετο συστατικό είναι το διοξείδιο του άνθρακα και/ή αρώματα.
- Βότανα, μπαχαρικά ή μείγματα αυτών.
- Αλάτι και υποκατάστατα αλάτων.
- Επιτραπέζια γλυκαντικά.

- Προϊόντα που καλύπτονται από την οδηγία 1999/4/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, σχετικά με τα εκχυλίσματα καφέ και κιχώριου, ολόκληροι ή αλεσμένοι κόκκοι καφέ και ολόκληροι ή αλεσμένοι χωρίς καφεΐνη κόκκοι καφέ.
- Βότανα και φρούτα, τσάι, τσάι χωρίς καφεΐνη, στιγμιαίο ή διαλυτό τσάι ή εκχύλισμα, χωρίς καφεΐνη στιγμιαίο ή διαλυτό τσάι ή εκχύλισμα τσαγιού, τα οποία δεν περιέχουν πρόσθετα συστατικά άλλα από αρωματικές ύλες που δεν τροποποιούν την θρεπτική αξία του τσαγιού
- Ξηρά κηπευτικά και υποκατάστατα ξιδιού, συμπεριλαμβανομένων εκείνων όπου το μόνο πρόσθετο συστατικό είναι τα αρτύματα.
- Αρώματα.
- Πρόσθετα τροφίμων.
- Βοηθητικά μέσα επεξεργασίας.
- Ένζυμα τροφίμων.
- Ζελατίνη.
- Συνθέσεις μαρμελάδας.
- Μαγιά.
- Τσίχλες.
- Τρόφιμα σε συσκευασίες ή περιέκτες των οποίων η μεγαλύτερη επιφάνεια έχει εμβαδόν λιγότερο από 25 cm².
- Τρόφιμα, συμπεριλαμβανομένων των χειροποίητων ειδών διατροφής, που παρέχονται σε μικρές ποσότητες απευθείας από τον παρασκευαστή στον τελικό καταναλωτή ή στα τοπικά καταστήματα λιανικής πώλησης ή σε εγκαταστάσεις που τροφοδοτούν άμεσα τον τελικό καταναλωτή.

1.2 Διαφορές στην νομοθεσία ΕΕ και ΗΠΑ

Οι διατροφικές ετικέτες εξυπηρετούν έναν σημαντικό σκοπό: μας λένε τι ακριβώς βάζουμε στον οργανισμό μας. Έχουν ως στόχο να καθοδηγήσουν τις διατροφικές μας επιλογές, ενημερώνοντάς μας ακριβώς πόσο από την ημερήσια πρόσληψη λίπους θα θυσιάσουμε εάν φάμε ένα συγκεκριμένο τρόφιμο ή αν υπάρχει ένα κοινό αλλεργιογόνο που κρύβεται σε κάποια συσκευασμένη τροφή. Ωστόσο, υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στην νομοθεσία που διέπει τη χρήση διατροφικών ετικετών σε διάφορες χώρες του κόσμου. Στη συνέχεια, εξετάζεται το νομοθετικό πλαίσιο στις ΗΠΑ και στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Διατροφική ετικέτα στις ΗΠΑ

Στις ΗΠΑ, η Υπηρεσία Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) είναι υπεύθυνη για την επισήμανση των τροφίμων. Οι κανόνες για το τι πρέπει να περιλαμβάνεται στην ετικέτα του συσκευασμένου

προϊόντος, τι μπορεί υπό ορισμένες περιστάσεις να συμπεριληφθεί και τι δεν μπορεί να συμπεριληφθεί είναι πολλοί. Υπάρχει μια σειρά από εξαιρέσεις, αποκλίσεις και διατάξεις που διέπουν εκατοντάδες απίστευτα συγκεκριμένες καταστάσεις. Όπως έχει σήμερα, ο FDA απαιτεί τα συσκευασμένα τρόφιμα να αναφέρουν την ονομασία του τροφίμου, την ποσότητα του προϊόντος, το όνομα και τη διεύθυνση του παρασκευαστή, τον συσκευαστή ή τον διανομέα, τα συστατικά (που παρατίθενται κατά φθίνουσα σειρά) και την παρουσία οποιουδήποτε από τα οκτώ κοινά αλλεργιογόνα: γάλα, αυγό, ψάρι, οστρακοειδή, ξηροί καρποί, σιτάρι, φιστίκια και σόγια.

Στη συνέχεια, υπάρχει η ετικέτα των στοιχείων για την διατροφή (διατροφική ετικέτα), η οποία πρέπει να περιλαμβάνει το μέγεθος των μερίδων, τις θερμίδες ανά μερίδα, τις θερμίδες από το λίπος, καθώς και το ποσοστό των ημερήσιων συστάσεων κατανάλωσης για το λίπος με βάση δίαιτα 2.000 θερμίδων (με τις αναγραφόμενες τιμές κορεσμένων λιπαρών και trans λιπαρών), τη χοληστερόλη, το νάτριο, τους ολικούς υδατάνθρακες (με γραμμές για διαιτητικές ίνες και σάκχαρα), τις πρωτεΐνες, τις βιταμίνες και τα ανόργανα συστατικά, εκφρασμένα σε ποσοστό επί τοις εκατό των τιμών ΣΗΠ (Συνιστώμενης Ημερήσιας Πρόσληψης).

Το 2006, ο FDA απαίτησε από τις εταιρείες να επισημαίνουν την περιεκτικότητα σε trans-λιπαρά στη διατροφική ετικέτα. Πρόσφατα δημοσίευσε έναν κατάλογο σημαντικών προτεινόμενων αλλαγών στις ετικέτες διατροφής συμπεριλαμβανομένης της γραμματοσειράς μεγαλύτερου τύπου για τον υπολογισμό των θερμίδων, τη συμπερίληψη μιας ξεχωριστής γραμμής για προστιθέμενα σάκχαρα και ενημερωμένα τα μεγέθη των μερίδων, που να αντικατοπτρίζουν τον τρόπο που τρώνε πραγματικά οι Αμερικανοί.

Παρόλο που η Nestle πιστεύει ότι οι προτεινόμενοι κανόνες βελτιώνουν το σημερινό σύστημα επισήμανσης, παραμένουν ανησυχητικά τα κενά. Κατά την άποψή της, πιο έντονη είναι η απουσία απαίτησης που να απαριθμεί μια ημερήσια συνιστώμενη τιμή για τη ζάχαρη. Στην τρέχουσα ετικέτα καθώς και στην προτεινόμενη, τα σάκχαρα παρατίθενται σε γραμμάρια, τα οποία πολλοί καταναλωτές δεν μπορούν εύκολα να τα μετατρέψουν σε ποσοστά ημερήσιας πρόσληψης. Σε μια υγιεινή διατροφή, η ζάχαρη θα πρέπει να αποτελεί λιγότερο από το 10% της ημερήσιας πρόσληψης θερμίδων, λέει η Nestle, η οποία λειτουργεί σε 50 g ή λιγότερα.

Μια άλλη συνηθισμένη πρόταση είναι οι διατροφικές ετικέτες να τοποθετούνται στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας. Οι μελέτες έχουν αποδείξει ότι είναι πιο αποτελεσματική η λήψη διατροφικών αποφάσεων από τους καταναλωτές, όταν γίνεται με βάση το θρεπτικό περιεχόμενο. Αφού ο FDA οριστικοποιήσει τους κανόνες για την ενημέρωση της ετικέτας σχετικά με τα στοιχεία για τα θρεπτικά συστατικά και των μεγεθών σερβιρίσματος, θα είναι σε καλύτερη θέση να λαμβάνει αποφάσεις σχετικά με την επισήμανση στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας.

Διατροφική ετικέτα στην ΕΕ

Ενώ οι ετικέτες στις ΗΠΑ έχουν ρυθμιστεί άκαμπτα από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, το ίδιο επίπεδο ομοιομορφίας εισήχθη πρόσφατα και στην Ευρώπη, το οποίο αναφέρθηκε λεπτομερώς στην προηγούμενη ενότητα.

Βασικές διαφορές

Ίσως η μεγαλύτερη απόκλιση μεταξύ των δύο συστημάτων είναι η γνωστοποίηση στους καταναλωτές των θερμίδων και άλλων διατροφικών πληροφοριών. Στις ΗΠΑ, οι διατροφικές ετικέτες πρέπει να υποδεικνύουν τον αριθμό των μερίδων ανά περιέκτη - έτσι οι θερμίδες αναλύονται με βάση πόσες φέτες ψωμιού περιέχονται σε μια συσκευασία ή πόσες μερίδες τσιπ περιέχει ένα σακουλάκι με σνακ. Στην ΕΕ, όλες οι θερμιδικές καταχωρίσεις βασίζονται σε 100 g (3,5 ουγγιές) ή mL. Η ΕΕ δεν απαιτεί την ένδειξη του αριθμού των μερίδων, παρόλο που οι παρασκευαστές μπορούν να παράσχουν οικειοθελώς αυτές τις πληροφορίες. Κάθε μέθοδος έχει τα πλεονεκτήματά της - στην ΕΕ, επειδή οι μετρήσεις θερμίδων σε όλα τα συσκευασμένα προϊόντα μετρούνται ανά 100 g ή mL, οι μετρήσεις είναι οι ίδιες, καθιστώντας εύκολη τη σύγκριση του θρεπτικού περιεχομένου διαφόρων ειδών διατροφής. Ωστόσο, στις ΗΠΑ, τα προσεκτικά ερευνημένα μεγέθη μερίδων αποσκοπούν στην εξάλειψη της ανάγκης υπολογισμών από τους καταναλωτές.

Μια άλλη βασική διαφορά στις απαιτήσεις είναι ότι οι ΗΠΑ. Απαριθμούν την περιεκτικότητα σε νάτριο (σε mg) στις διατροφικές ετικέτες, ενώ στην ΕΕ η περιεκτικότητα σε αλάτι αναφέρεται σε g. Τα δύο συστατικά δεν είναι ίδια - το αλάτι είναι ένα ανόργανο συστατικό που αποτελείται κυρίως από χλωριούχο νάτριο, ενώ το νάτριο είναι ένας όρος ομπρέλα που περιλαμβάνει το αλάτι, αλλά μπορεί επίσης να βρεθεί και σε επιπρόσθετα συστατικά, όπως μαγειρική σόδα. Υπάρχουν και άλλες μικρότερες διαφορές, για παράδειγμα η ΕΕ απαιτεί συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με την φυτική προέλευση των ραφιναρισμένων λιπών και ελαίων - το ελαιόλαδο και το φοινικέλαιο πρέπει να δηλωθούν αντί του όρου "φυτικό έλαιο" - κάτι που δεν συμβαίνει στις ΗΠΑ.

Οι κανονισμοί της ΕΕ ισχύουν όχι μόνο για την επισήμανση αυτών των απαιτήσεων, αλλά και για τη χρήση τους στη διαφήμιση των τροφίμων, η οποία δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής της αμερικανικής νομοθεσίας. Η NLEA δεν αναφέρεται στη διαφήμιση τροφίμων, επειδή αυτή ρυθμίζεται από την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου. Επιπλέον, η νομοθεσία δεν καθορίζει την υποχρεωτική επισήμανση των γευμάτων στα κάθε μορφής εστιατόρια. Παρ' όλα αυτά, λόγω της συνεχούς αύξησης του ποσοστού αμερικανικών γευμάτων που καταναλώνονται εκτός του σπιτιού, ο FDA προσπάθησε να επιτύχει τη βοήθεια και την υποστήριξη των εστιατορίων στην αντιμετώπιση των εθνικών ανησυχιών για την παχυσαρκία, προτρέποντάς τους να παρέχουν σχετικές με τη διατροφή πληροφορίες στους καταναλωτές στο σημείο πώλησης.

Προκλήσεις που πρέπει να ληφθούν υπόψη συμπεριλαμβάνουν και τον περιορισμένο χώρο (εμβαδόν) στις ετικέτες των τροφίμων. Ακόμη και αν οι καταναλωτές ήταν πρόθυμοι να διαβάζουν μεγαλύτερο όγκο πληροφοριών, στον περιορισμένο χώρο που διαθέτει πολλές φορές η συσκευασία, μπορεί να αναφερθεί μόνο ότι είναι πιο ουσιαστικό. Υπάρχει επίσης η πρόκληση που παρουσίασε το ίδιο το NLEA, το οποίο διευκρινίζει ότι οι δηλώσεις που πρόκειται να γίνουν να συνεχίζονται με "το πλαίσιο της συνολικής ημερήσιας διατροφής" ώστε να βοηθήσουν τους καταναλωτές να κατανοήσουν καλύτερα τις πληροφορίες διατροφής που παρουσιάζονται. Επιπλέον, μια σημαντική και προκλητική πτυχή, αφορά τη χρήση της διατροφικής ετικέτας ως βάσης για τα κριτήρια που υποστηρίζουν τους ισχυρισμούς διατροφής που πιθανά θα αναγραφούν στην ετικέτα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Διατροφικοί ισχυρισμοί (nutrition claims)

Οι ισχυρισμοί διατροφής υποδηλώνουν ή υπονοούν ότι ένα τρόφιμο έχει ιδιαίτερες ευεργετικές διατροφικές ιδιότητες. Αφορούν:

- Την ενέργεια (θερμιδική αξία) που:
 - (α) παρέχει
 - β) παρέχει σε μειωμένο ή αυξημένο βαθμό ή
 - (γ) δεν παρέχει.
- τα θρεπτικά συστατικά ή άλλες ουσίες που:
 - (α) περιέχει
 - β) περιέχει σε μειωμένες ή αυξημένες αναλογίες ή
 - (γ) δεν περιέχει

Οι ισχυρισμοί διατροφής επιτρέπονται μόνον εφόσον περιλαμβάνονται στον κατάλογο του παραρτήματος του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1924/2006, όπως τροποποιήθηκε από τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1047/2012. Οι ισχυρισμοί διατροφής που επιτρέπονται στη διατροφική ετικέτα και η σημασία τους είναι:

ΧΑΜΗΛΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΞΙΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι χαμηλής ενέργειας και κάθε ισχυρισμός που μπορεί να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 40 kcal (170 kJ) / 100 g για στερεά ή περισσότερα από 20 kcal (80 kJ) / 100 ml για υγρά. Για τα επιτραπέζια γλυκαντικά ισχύει το όριο των 4 kcal (17 kJ) / μερίδα, με ισοδύναμες γλυκαντικές ιδιότητες έως 6 g σακχαρόζης (περίπου 1 κουταλάκι του γλυκού σακχαρόζη).

ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΞΙΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι ενεργειακά μειωμένο και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν η ενεργειακή αξία μειωθεί κατά τουλάχιστον 30%, με ένδειξη του χαρακτηριστικού ή των χαρακτηριστικών στο τρόφιμο μειώνεται στη συνολική ενεργειακή του αξία.

ΧΩΡΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΞΙΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι χωρίς ενέργεια και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που μπορεί να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερο από

4 kcal (17 kJ) / 100 ml. Για τα επιτραπέζια γλυκαντικά ισχύει το όριο 0,4 kcal (1,7 kJ) / μερίδα, με ισοδύναμες γλυκαντικές ιδιότητες έως 6 g σακχαρόζης (περίπου 1 κουταλάκι του γλυκού σακχαρόζη).

ΧΑΜΗΛΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι χαμηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 3 g λίπους ανά 100 g για στερεά ή 1,5 g λίπους ανά 100 ml για τα υγρά (1,8 g λίπους ανά 100 ml για το ημιαποκορυφωμένο γάλα).

ΧΩΡΙΣ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι απαλλαγμένο από λίπος και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 0,5 g λίπους ανά 100 g ή 100 ml. Εντούτοις, απαγορεύονται οι ισχυρισμοί που εκφράζονται ως «X% χωρίς λιπαρά».

ΧΑΜΗΛΑ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι χαμηλής περιεκτικότητας σε κορεσμένα λιπαρά και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο εάν το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans-λιπαρών οξέων στο προϊόν δεν υπερβαίνει τα 1,5 g ανά 100 g για τα στερεά ή 0,75 g / 100 ml για τα υγρά και σε κάθε περίπτωση το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans-λιπαρών οξέων δεν πρέπει να παρέχει περισσότερο από 10% ενέργειας.

ΧΩΡΙΣ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο δεν περιέχει κορεσμένα λιπαρά και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών και trans-λιπαρών οξέων δεν υπερβαίνει το 0,1 g κορεσμένων λιπαρών ανά 100 g ή 100 ml.

ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΣΑΚΧΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι χαμηλής περιεκτικότητας σε σάκχαρα και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 5 g σάκχαρα ανά 100 g για στερεά ή 2,5 g σάκχαρα ανά 100 ml για υγρά.

ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο δεν περιέχει σάκχαρα και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 0,5 g σάκχαρα ανά 100 g ή 100 ml.

ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΕΤΑ ΣΑΚΧΑΡΑ

Ο ισχυρισμός σύμφωνα με τον οποίο δεν έχουν προστεθεί σάκχαρα σε τρόφιμα και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν δεν περιέχει πρόσθετους μονο- ή δισακχαρίτες ή οποιοδήποτε άλλο τρόφιμο που χρησιμοποιείται για τη γλύκανσή του. Εάν τα σάκχαρα είναι φυσικά παρόντα στο τρόφιμο, στην ετικέτα πρέπει να αναγράφεται και η ακόλουθη ένδειξη: «ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΦΥΣΙΚΑ ΣΑΚΧΑΡΑ».

ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΝΑΤΡΙΟ / ΑΛΑΤΙ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε νάτριο / άλας και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 0,12 g νάτριο ή ισοδύναμη τιμή για το άλας, ανά 100 g ή ανά 100 ml. Για τα ύδατα, εκτός των φυσικών μεταλλικών νερών που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 80/777 / ΕΟΚ, η τιμή αυτή δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 2 mg νατρίου ανά 100 ml.

ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΝΑΤΡΙΟ / ΑΛΑΤΙ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι πολύ χαμηλό σε νάτριο / αλάτι και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 0,04 g νατρίου ή ισοδύναμη τιμή για το αλάτι, ανά 100 g ή ανά 100 ml. Ο ισχυρισμός αυτός δεν χρησιμοποιείται για τα φυσικά μεταλλικά νερά και άλλα ύδατα.

ΧΩΡΙΣ ΝΑΤΡΙΟ Ή ΧΩΡΙΣ ΑΛΑΤΙ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι απαλλαγμένο από νάτριο ή άλας και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 0,005 g νατρίου ή ισοδύναμη τιμή για το άλας, ανά 100 g.

ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΝΑΤΡΙΟΥ / ΑΛΑΤΟΣ

Ο ισχυρισμός ότι το νάτριο / άλας δεν έχει προστεθεί σε τρόφιμο και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν δεν περιέχει πρόσθετο νάτριο / άλας ή οποιοδήποτε άλλο συστατικό που περιέχει προστιθέμενο νάτριο / άλας και το προϊόν περιέχει όχι περισσότερο από 0,12 g νάτριο ή ισοδύναμη τιμή για αλάτι ανά 100 g ή 100 ml.

ΠΗΓΗ ΕΔΩΔΙΜΩΝ ΙΝΩΝ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο αποτελεί πηγή ινών και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον 3 g εδώδιμης ίνας ανά 100 g ή τουλάχιστον 1,5 g εδώδιμων ινών ανά 100 kcal.

ΥΨΗΛΗ ΠΗΓΗ ΕΔΩΔΙΜΩΝ ΙΝΩΝ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε ίνες και οποιοσδήποτε ισχυρισμός μπορεί να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον 6 g ίνας ανά 100 g ή τουλάχιστον 3 g ίνας ανά 100 kcal .

ΠΗΓΗ ΠΡΩΤΕΪΝΗΣ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο είναι πηγή πρωτεΐνης και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν τουλάχιστον 12% της ενεργειακής αξίας του τροφίμου παρέχεται από πρωτεΐνη.

ΥΨΗΛΗ ΠΡΩΤΕΪΝΗ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες και κάθε ισχυρισμός που μπορεί να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το 20% τουλάχιστον της ενεργειακής αξίας του τροφίμου παρέχεται από πρωτεΐνη.

ΠΗΓΗ [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΒΙΤΑΜΙΝΗΣ] Ή / ΚΑΙ [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΑΝΤΙΔΡΑΣΤΗΡΙΟΥ]

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο αποτελεί πηγή βιταμινών ή / και μετάλλων και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον μια σημαντική ποσότητα όπως ορίζεται στο παράρτημα της οδηγίας 90 / 496 / ΕΟΚ ή ποσό που προβλέπεται από τις παρεκκλίσεις που χορηγούνται σύμφωνα με το άρθρο 6 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1925/2006 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 2006, για την προσθήκη βιταμινών και ανόργανων συστατικών και ορισμένων άλλων ουσιών στα τρόφιμα.

ΥΨΗΛΗ [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΒΙΤΑΜΙΝΗΣ / ΚΑΙ] Ή / ΚΑΙ [ΟΝΟΜΑ ΑΝΟΡΓΑΝΩΝ]

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε βιταμίνες ή / και μέταλλα και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον το διπλάσιο της "πηγής" [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΒΙΤΑΜΙΝΗΣ / S] και / ή [NAME OF MINERAL / S] ".

ΠΕΡΙΕΧΕΙ [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΘΡΕΠΤΙΚΗΣ ΟΥΣΙΑΣ Ή ΑΛΛΗΣ ΟΥΣΙΑΣ]

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο περιέχει θρεπτική ή άλλη ουσία για την οποία δεν προβλέπονται συγκεκριμένοι όροι στον παρόντα κανονισμό ή οποιοσδήποτε ισχυρισμός μπορεί να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν συμμορφώνεται με όλες τις εφαρμοστέες διατάξεις του παρόντος κανονισμού και ιδίως του άρθρου 5. Για τις βιταμίνες και τα ανόργανα άλατα ισχύουν οι όροι της απαίτησης «πηγή».

ΑΥΞΗΜΕΝΗ [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΘΡΕΠΤΙΚΗΣ ΣΥΝΘΕΣΗΣ]

Ο ισχυρισμός ότι η περιεκτικότητα σε ένα ή περισσότερα θρεπτικά συστατικά, εκτός των βιταμινών και των ανόργανων συστατικών, έχει αυξηθεί και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν πληροί τους όρους για την πηγή και η αύξηση του περιεχομένου είναι τουλάχιστον 30% σε σύγκριση με ένα παρόμοιο προϊόν.

ΜΕΙΩΜΕΝΗ [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΘΡΕΠΤΙΚΗΣ ΟΥΣΙΑΣ]

Ο ισχυρισμός ότι η περιεκτικότητα σε ένα ή περισσότερα θρεπτικά συστατικά έχει μειωθεί και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν η μείωση της περιεκτικότητας είναι τουλάχιστον 30% σε σύγκριση με ένα παρόμοιο προϊόν, μικροθρεπτικά συστατικά, όπου είναι αποδεκτή η διαφορά 10% των τιμών αναφοράς, όπως ορίζεται στην οδηγία 90/496 / ΕΟΚ, και για το νάτριο ή την ισοδύναμη τιμή για το αλάτι, όπου είναι αποδεκτή η διαφορά 25%.

Ο ισχυρισμός "μειωμένο κορεσμένο λίπος" και οποιοσδήποτε ισχυρισμός μπορεί να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να γίνει μόνο:

- (α) εάν το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans-λιπαρών οξέων στο προϊόν που φέρει την αξίωση είναι τουλάχιστον 30% μικρότερο από το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans-λιπαρών οξέων σε ένα παρόμοιο προϊόν. και
- β) εάν η περιεκτικότητα σε trans-λιπαρά οξέα στο προϊόν που φέρει την απαίτηση είναι ίση ή μικρότερη από ό, τι σε παρόμοιο προϊόν.

Η απαίτηση "μειωμένα σάκχαρα" και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να γίνει μόνο εάν η ποσότητα ενέργειας του προϊόντος που φέρει την απαίτηση είναι ίση ή μικρότερη από την ποσότητα ενέργειας σε ένα παρόμοιο προϊόν.

LIGHT / LITE

Ο ισχυρισμός σύμφωνα με τον οποίο ένα προϊόν είναι «ελαφρύ» και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή πρέπει να ακολουθεί τους ίδιους όρους με εκείνους που

καθορίζονται για τον όρο «μειωμένο». Η απαίτηση πρέπει επίσης να συνοδεύεται από ένδειξη του χαρακτηριστικού ή των χαρακτηριστικών που καθιστούν το τρόφιμο «ελαφρύ» ή «μειωμένο».

ΦΥΣΙΚΑ

Όταν ένα τρόφιμο ικανοποιεί φυσικά την (τις) προϋπόθεση (-ες) που καθορίζονται στο παρόν παράρτημα για τη χρήση μιας διατροφικής απαίτησης, ο όρος «φυσικά / φυσικά» μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως πρόθεμα της απαίτησης.

ΠΗΓΗ ΩΜΕΓΑ-3 ΛΙΠΑΡΩΝ ΟΞΕΩΝ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο αποτελεί πηγή ωμέγα-3 λιπαρών οξέων και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον 0,3 g άλφα-λινολενικού οξέος ανά 100 g και ανά 100 kcal ή τουλάχιστον 40 mg του αθροίσματος του εικοσαπεντανοϊκού οξέος και του εικοσιδυαενοϊκού οξέος ανά 100 g και ανά 100 kcal.

ΥΨΗΛΗ ΠΗΓΗ ΩΜΕΓΑ-3 ΛΙΠΑΡΩΝ ΟΞΕΩΝ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε ωμέγα-3 λιπαρά οξέα και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να γίνει μόνο όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον 0,6 g άλφα-λινολενικού οξέος ανά 100 g και ανά 100 kcal ή τουλάχιστον 80 mg του αθροίσματος του εικοσαπεντανοϊκού οξέος και του εικοσιδυαεξανικού οξέος ανά 100 g και ανά 100 kcal.

ΥΨΗΛΑ ΜΟΝΟΑΚΟΡΕΣΤΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε μονοακόρεστα λιπαρά και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν τουλάχιστον το 45% των λιπαρών οξέων που υπάρχουν στο προϊόν προέρχεται από μονοακόρεστα λιπαρά υπό την προϋπόθεση ότι μονοακόρεστα το λίπος παρέχει περισσότερο από το 20% της ενέργειας του προϊόντος.

ΥΨΗΛΑ ΠΟΛΥΑΚΟΡΕΣΤΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε πολυακόρεστα λιπαρά και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που μπορεί να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν τουλάχιστον 45% των λιπαρών οξέων που υπάρχουν στο προϊόν προέρχονται από πολυακόρεστα λιπαρά υπό την προϋπόθεση ότι πολυακόρεστα το λίπος παρέχει περισσότερο από το 20% της ενέργειας του προϊόντος.

ΥΨΗΛΑ ΑΚΟΡΕΣΤΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι ένα τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε ακόρεστα λιπαρά και οποιοσδήποτε ισχυρισμός που μπορεί να έχει την ίδια σημασία για τον καταναλωτή μπορεί να γίνει μόνο όταν τουλάχιστον το 70% των λιπαρών οξέων που περιέχονται στο προϊόν προέρχεται από ακόρεστο λίπος υπό την προϋπόθεση ότι το ακόρεστο λίπος παρέχει περισσότερο από το 20% της ενέργειας του προϊόντος.

2.2 Ισχυρισμοί υγείας

Ένας ισχυρισμός υγείας είναι οποιαδήποτε δήλωση σχετικά με τη σχέση μεταξύ τροφίμου ή επιμέρους συστατικών του και υγείας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εγκρίνει διάφορους ισχυρισμούς για την υγεία, εφόσον βασίζονται σε επιστημονικά στοιχεία και είναι εύκολα κατανοητοί από τους καταναλωτές. Η Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (EAAT) είναι υπεύθυνη για την αξιολόγηση των επιστημονικών στοιχείων που υποστηρίζουν ισχυρισμούς υγείας. Οι αποκαλούμενες «Λειτουργικές Απαιτήσεις Υγείας» (ή αξίες του Άρθρου 13) αφορούν την ανάπτυξη και τις λειτουργίες του σώματος, στις ψυχολογικές και συμπεριφορικές λειτουργίες, το αδυνάτισμα ή τον έλεγχο βάρους. Οι αποκαλούμενες «απαιτήσεις για τη μείωση κινδύνου» αναφέρονται στη μείωση ενός παράγοντα κινδύνου στην ανάπτυξη μιας ασθένειας. Παραδείγματος χάριν: "Οι φυτικοί εστέρες στανόλης έχει αποδειχθεί ότι μειώνουν τη χοληστερόλη στο αίμα. Η χοληστερόλη του αίματος αποτελεί παράγοντα κινδύνου για την ανάπτυξη της στεφανιαίας νόσου". Οι «απαιτήσεις σχετικά με την ανάπτυξη των παιδιών» (αναφέρονται σε ανάλογους ισχυρισμούς υγείας) για παράδειγμα: "Η βιταμίνη D είναι απαραίτητη για τη φυσιολογική ανάπτυξη και ανάπτυξη των οστών στα παιδιά".

Η καθιέρωση του καταλόγου των επιτρεπόμενων ισχυρισμών υγείας («κατάλογος του άρθρου 13») έγινε αναπόφευκτη όταν οι χώρες της ΕΕ παρείχαν εθνικές λίστες περίπου 44.000 ισχυρισμών υγείας στην Επιτροπή. Αυτές ενοποιήθηκαν σε έναν κατάλογο περίπου 4600 αιτήσεων και διαβιβάστηκαν στην Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων για αξιολόγηση. Οι γνωμοδοτήσεις της EFSA δημοσιεύθηκαν σε σειρά. Και η Επιτροπή ανακοίνωσε την έγκριση του «καταλόγου του άρθρου 13» σε 2 στάδια:

- Ισχυρισμοί για την υγεία εκτός από εκείνους για τις βοτανικές ουσίες
- Ισχυρισμοί υγείας για βοτανικές ουσίες

Η διαδικασία έγκρισης του καταλόγου των επιτρεπόμενων ισχυρισμών υγείας βάσει του άρθρου 13 και η σχετική αναθεώρησή του ακολουθεί μια συγκεκριμένη διαδικασία. Η Επιτροπή καταρτίζει σχέδιο απόφασης για την κατάρτιση του καταλόγου και το υποβάλλει στη μόνιμη επιτροπή για την τροφική αλυσίδα και την υγεία των ζώων, η οποία απαρτίζεται από εκπροσώπους των αρμόδιων αρχών των χωρών της ΕΕ. Μετά από ευνοϊκή γνώμη της επιτροπής με ειδική πλειοψηφία, το

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο έχουν το δικαίωμα ελέγχου του σχεδίου απόφασης της Επιτροπής. Εάν δεν υπάρχει αντίρρηση, η Επιτροπή εγκρίνει το σχέδιο απόφασης.

Ο κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 432/2012 της Επιτροπής καθόρισε τον κατάλογο των επιτρεπόμενων ισχυρισμών υγείας που αποτελέσαν αντικείμενο της ανωτέρω περιγραφείσας διαδικασίας. Αυτός ο κανονισμός της Επιτροπής άρχισε να εφαρμόζεται από τις 14 Δεκεμβρίου 2012. Ο κατάλογος των επιτρεπόμενων ισχυρισμών που θεσπίστηκε με τον ανωτέρω κανονισμό, επικαιροποιείται τακτικά με νέους εγκεκριμένους ισχυρισμούς για την υγεία, οι οποίοι υποβάλλονται σε ατομική αίτηση σύμφωνα με το άρθρο 13 παράγραφος 5 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1924/2006.

Η διαδικασία αδειοδότησης για μεμονωμένες αιτήσεις μπορεί να πραγματοποιηθεί ακολουθώντας συγκεκριμένη διαδικασία, ενώ οι ισχυρισμοί περί μείωσης του κινδύνου και εκείνοι που αφορούν την ανάπτυξη των παιδιών ακολουθούν διαφορετική διαδικασία χορήγησης αδειών, βάσει μεμονωμένων αιτήσεων που περιλαμβάνουν: τον αιτούντα τις αρμόδιες εθνικές αρχές, την Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (ΕΑΑΤ) και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Οι αιτούντες πρέπει να υποβάλουν αίτηση στην αρμόδια αρχή μιας χώρας της ΕΕ που ελέγχει το παραδεκτό πριν την διαβιβάσει στην ΕΑΑΤ. Οι κανόνες εφαρμογής της Επιτροπής, που θεσπίστηκαν με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 353/2008 της Επιτροπής, ενημερώνουν τους αιτούντες σχετικά με το τι θα πρέπει να περιλαμβάνει η αίτησή τους.

Περισσότερες οδηγίες σχετικά με τον ορισμό και την ταξινόμηση των επιστημονικών δεδομένων για την αξιολόγηση ενός ισχυρισμού για την υγεία διατίθενται στον δικτυακό τόπο της EFSA. Η ΕΑΑΤ ενημερώνει τις αρμόδιες εθνικές αρχές και την Επιτροπή σχετικά με την παραλαβή της αίτησης και διατυπώνει τη γνώμη της. Η Επιτροπή καταρτίζει σχέδιο απόφασης και την υποβάλλει στη μόνιμη επιτροπή φυτών, ζώων, τροφίμων και ζωοτροφών, αφού η EFSA δημοσιεύσει τη γνώμη της. Μετά από θετική γνωμοδότηση της μόνιμης επιτροπής για την τροφική αλυσίδα και την υγεία των ζώων, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο έχουν το δικαίωμα ελέγχου του σχεδίου απόφασης της Επιτροπής. Εάν δεν υπάρχει αντίρρηση, η Επιτροπή εγκρίνει το σχέδιο απόφασης.

Οι ενδιαφερόμενοι και το κοινό μπορούν να αποστέλλουν παρατηρήσεις στην Επιτροπή που αφορούν τις γνώμες της EFSA σχετικά με τους ισχυρισμούς υγείας του άρθρου 14 και του άρθρου 13 παράγραφος 5. Παρατηρήσεις σχετικά με επιστημονικά θέματα διαβιβάζονται στην EFSA για απάντηση μέσω μιας δημόσιας διαδικασίας. Οι χώρες της ΕΕ δραστηριοποιούνται στη διαδικασία κατάρτισης του καταλόγου της ΕΕ. Τα τρίτα μέρη μπορούν να απευθύνουν τις ανησυχίες τους στην αρμόδια αρχή της χώρας τους. Αντιλαμβάνεται λοιπόν κανείς τη σημασία που δίνει η Ευρωπαϊκή Ένωση στους ισχυρισμούς υγείας που αναγράφονται στις διατροφικές ετικέτες, προστατεύοντας έτσι τους Ευρωπαίους καταναλωτές.

2.3 Κανόνες για τα συμπληρώματα διατροφής

Ως προσθήκη σε μια κανονική διατροφή, οι υπεύθυνοι επιχειρήσεων τροφίμων πωλούν συμπληρώματα διατροφής, τα οποία είναι συμπυκνωμένες πηγές θρεπτικών ουσιών (ή άλλων ουσιών) με θρεπτικές ή φυσιολογικές επιδράσεις. Αυτά τα συμπληρώματα διατροφής μπορούν να διατεθούν στην αγορά σε μορφή "δόσης", όπως χάπια, δισκία, κάψουλες, υγρά σε μετρημένες δόσεις κ.λπ. Στόχος των εναρμονισμένων κανόνων για τα προϊόντα αυτά στην οδηγία 2002/46/EK είναι η προστασία των καταναλωτών από δυνητικούς κινδύνους για την υγεία από τα προϊόντα αυτά και η διασφάλιση ότι δεν παρέχονται παραπλανητικές πληροφορίες.

Όσον αφορά την ασφάλεια των συμπληρωμάτων διατροφής, η οδηγία θεσπίζει έναν εναρμονισμένο κατάλογο βιταμινών και ανόργανων συστατικών που μπορούν να προστίθενται για διατροφικούς σκοπούς στα συμπληρώματα διατροφής (στο παράρτημα I της οδηγίας). Το παράρτημα II της οδηγίας περιέχει κατάλογο των επιτρεπόμενων πηγών (βιταμίνες και ανόργανες ουσίες) από τις οποίες μπορούν να παρασκευάζονται αυτές οι βιταμίνες και μέταλλα. Ο κατάλογος αυτός τροποποιήθηκε από τους ακόλουθους κανονισμούς και οδηγία για να συμπεριληφθούν πρόσθετες ουσίες:

- Κανονισμός (ΕΕ) 2017/1203 της Επιτροπής
- Κανονισμός (ΕΕ) 2015/414 της Επιτροπής
- Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 119/2014 της Επιτροπής
- Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1161/2011 της Επιτροπής
- Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1170/2009 της Επιτροπής
- Οδηγία 2006/37 / ΕΚ της Επιτροπής

Όσον αφορά στη χρήση άλλων ουσιών εκτός από βιταμίνες και μέταλλα σε συμπληρώματα διατροφής, η ΕΕ ανέθεσε τη διεξαγωγή μελέτης για τη χρήση ουσιών με θρεπτικές ή φυσιολογικές επιδράσεις εκτός από βιταμίνες και ανόργανα συστατικά σε συμπληρώματα διατροφής. Λαμβάνοντας υπόψη αυτή τη μελέτη και άλλες διαθέσιμες πληροφορίες, η Επιτροπή - σύμφωνα με την απαίτηση του άρθρου 4 παράγραφος 8 της οδηγίας 2002/46/EK για τα συμπληρώματα διατροφής - έχει ετοιμάσει έκθεση προς το Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σχετικά με τη χρήση άλλων ουσιών εκτός των βιταμινών και των ανόργανων συστατικών στα συμπληρώματα διατροφής. Οι χώρες της ΕΕ μπορούν, για λόγους παρακολούθησης, να ζητήσουν την κοινοποίηση στην αρμόδια αρχή τους σχετικά με τη διάθεση στην αγορά στο έδαφός τους ενός προϊόντος συμπληρώματος διατροφής σύμφωνα με το άρθρο 10 της οδηγίας. Παρόλο που η Επιτροπή πραγματοποίησε εκτεταμένες διαβουλεύσεις με τις χώρες της ΕΕ και τους ενδιαφερόμενους φορείς σχετικά με το θέμα, δεν έχει ακόμη υποβληθεί πρόταση λόγω του πολύπλοκου χαρακτήρα του θέματος και των αποκλίνουσες απόψεις που εκφράστηκαν. Θα ληφθούν υπόψη όλα τα διαθέσιμα δεδομένα σχετικά με τις πιθανές επιπτώσεις για τους οικονομικούς φορείς και τους καταναλωτές όσον αφορά τον καθορισμό μέγιστων ποσοτήτων βιταμινών και ανόργανων συστατικών στα τρόφιμα,

συμπεριλαμβανομένων των συμπληρωμάτων διατροφής. Θα καταβληθεί κάθε δυνατή προσπάθεια ώστε τα μέγιστα ποσά που θα καθοριστούν να λάβουν υπόψη τις ανησυχίες που εξέφρασαν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Βιβλιογραφική επισκόπηση: Διατροφική ετικέτα και καταναλωτές

Οι πληροφορίες για τις διατροφικές ετικέτες των τροφίμων θεωρούνται ως σημαντικό μέσο για την ενθάρρυνση των καταναλωτών να κάνουν πιο υγιεινές επιλογές όταν ψωνίζουν τρόφιμα. Ωστόσο, όντως οι καταναλωτές παρατηρούν τις ετικέτες, διαβάζουν, κατανοούν και τις χρησιμοποιούν στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων; Μια σειρά ερευνητικών μελετών για τους καταναλωτές (Cowburn and Stockley, 2005; Drichoutis et al, 2006; Grunert et al, 2007) προσπάθησαν να ρίξουν φως στα ερωτήματα αυτά.

Οι πληροφορίες διατροφής στις ετικέτες των τροφίμων αποτελούν σημαντική πηγή πληροφοριών για τη διατροφή, αλλά συνήθως δεν χρησιμοποιούνται από τους καταναλωτές. Οι πληροφορίες σχετικά με τη διατροφή στις ετικέτες των τροφίμων θα μπορούσαν να είναι μια αποτελεσματική ως προς το κόστος μέθοδος επικοινωνίας των καταναλωτών σχετικά με τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή οι πληροφορίες εμφανίζονται στο σημείο πώλησης για τα περισσότερα συσκευασμένα τρόφιμα (Campos et al, 2011). Αν και οι καταναλωτές εκτιμούν τη διατροφική αξία όταν αποφασίζουν ποια τρόφιμα να αγοράσουν, οι διατροφικές πληροφορίες στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύπλοκες και δεν ανταποκρίνονται πάντοτε στις δυνατότητές τους να επικοινωνούν αποτελεσματικά (Drichoutis et al, 2009; Hieke and Taylor, 2012; Lin and Yen, 2010; Wills et al, 2009).

Στο ίδιο πλαίσιο, πραγματοποιήθηκε έρευνα (Goyal and Deshmukh, 2018) για να διαπιστωθεί εάν οι καταναλωτές, στην πόλη Indore, έχουν γνώση των διατροφικών πληροφοριών σχετικά με τις ετικέτες των συσκευασιών τροφίμων όταν κάνουν αγορές και σε ποιο βαθμό χρησιμοποιούν αυτές τις γνώσεις για να επιλέξουν τρόφιμα για αγορά. Συνολικά 838 άτομα συμμετείχαν στην έρευνα. Τα αποτελέσματα παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, τη γνώση και τη χρήση των ετικετών των τροφίμων, καθώς και την ικανότητά τους να ερμηνεύουν κατάλληλα τις διατροφικές πληροφορίες και να κάνουν τις επιλογές τροφίμων ανάλογα. Τα αποτελέσματα αυτά αναμένεται να βοηθήσουν στην εξήγηση των λόγων που συμβάλλουν στις επιλογές τροφίμων που πραγματοποιούν οι καταναλωτές και στη διατύπωση συστάσεων που θα εγγυώνται ότι οι καταναλωτές είναι καλά ενημερωμένοι σχετικά με τις πληροφορίες για τη διατροφή και μπορούν να το χρησιμοποιούν κάθε φορά που το επιθυμούν. Τα ευρήματα αυτής της έρευνας θα μπορούσαν να αποτελέσουν τη βάση για μια προσέγγιση μαζικού πληθυσμού για μελλοντικές στρατηγικές πληροφόρησης και εκπαίδευσης για τους επαγγελματίες του τομέα της υγείας και άλλους ενδιαφερόμενους για δραστηριότητες ευαισθητοποίησης των καταναλωτών. Τα πρώτα ευρήματα δείχνουν ότι η πλειοψηφία (71,9%) των συμμετεχόντων ισχυρίστηκε ότι δεν χρησιμοποιεί κατάλογο αγορών και ότι πάνω από το μισό του δείγματος (61,8%) έδειξε ότι η επιλογή συγκεκριμένων

τροφίμων δεν βασίστηκε σε πληροφορίες διατροφής. Η ίδια τάση παρατηρήθηκε όσον αφορά τη χρήση των πληροφοριών για τη διατροφή κατά την αγορά, όπου μόνο το 9,3% των καταναλωτών υποστήριξε ότι χρησιμοποιούν αυτές τις γνώσεις κατά την αγορά.

Ενώ οι καταναλωτές ελέγχουν τις ετικέτες, δεν καταλαβαίνουν απαραίτητα τι διαβάζουν. Οι μισοί από τους καταναλωτές στον κόσμο δήλωσαν ότι κατανοούν μόνο εν μέρει τις διατροφικές ετικέτες για τα τρόφιμα, ενώ το 60% των πολιτών της Ασίας-Ειρηνικού έδειξε έλλειψη κατανόησης ακολουθούμενοι από τους Ευρωπαίους (50%) και τους Λατινοαμερικάνους (45%). Στη μελέτη αυτή το 57,7% των καταναλωτών "δεν καταλαβαίνουν" τις ετικέτες των τροφίμων, ενώ το 39,7% "κατανοούν εν μέρει". Οι ετικέτες διατροφής συνήθως περιέχουν πληροφορίες σχετικά με τις θερμίδες, το μέγεθος των μερίδων και τις ποσότητες ή / και τις ημερήσιες τιμές πρόσληψης διαφόρων μακροθρεπτικών συστατικών, βιταμινών και μετάλλων (π.χ. λιπών, υδατανθράκων και ασβεστίου). Στην έρευνα μας, το 52,5% των καταναλωτών δεν διαβάζει τον κατάλογο των συστατικών που αναγράφεται στην επισήμανση τροφίμων.

Άλλες έρευνες δείχνουν ότι παρά τη σπουδαιότητά του ο εντοπισμός των επιπτώσεων της επισήμανσης των τροφίμων στην συμπεριφορά των καταναλωτών έχει αποδειχθεί φευγαλέος μέχρι σήμερα. Οι Bleich et al. (2017) για παράδειγμα, ανασκόπησαν 53 μελέτες σχετικά με τον αντίκτυπο της επισήμανσης των θερμίδων στη συμπεριφορά των καταναλωτών και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η έλλειψη στατιστικής επεξεργασίας και ο κακός σχεδιασμός των ερευνητικών πρωτοκόλλων αμφισβητούν κάθε αξιόπιστο συμπέρασμα σχετικά με τις επιπτώσεις των σημάτων θερμίδων. Επιπλέον, οι κανονισμοί που εφαρμόζονται σε ένα μόνο χρονικό σημείο αποτελούν μια τεράστια πρόκληση για τον προσδιορισμό της επισήμανσης (Ippolito & Mathios, 1995; Dumanovsky et al, 2011). Η ανάλυση των αποτελεσμάτων της μελέτης δείχνει ότι η συμπεριφορά των καταναλωτών δεν επηρεάζεται.

Ο τελικός σκοπός των πληροφοριών σχετικά με τη διατροφική επισήμανση είναι να βοηθήσει τους καταναλωτές να εντοπίζουν και να επιλέγουν τρόφιμα που συμβάλλουν στην υγιεινή διατροφή. Επομένως, μια στρατηγική εκπαίδευσης για τη διατροφική επισήμανση πρέπει να ενσωματωθεί στις ευρύτερες στρατηγικές αλλαγής συμπεριφοράς που σχετίζονται με τη διατροφική εκπαίδευση και την υγεία για να βοηθήσουν τους καταναλωτές να γεφυρώσουν το χάσμα μεταξύ των σημερινών διαιτητικών πρακτικών και των διαιτητικών συστάσεων. Οι πληροφορίες δεν οδηγούν σε αλλαγή συμπεριφοράς παρά μόνο αν μπορούν να υπερνικήσουν την αντιμετώπιση των ψυχοκοινωνικών, συμπεριφορικών και περιβαλλοντικών φραγμών. Τα βασικά προβλήματα περιλαμβάνουν την έλλειψη κατάλληλης διατροφικής εκπαίδευσης και γνώσης και την κακή επικοινωνία με τους τελικούς χρήστες.

Τέλος, η συστηματική επισκόπηση των Cowburn et al (2004) εξετάζει δεκαεννέα μελέτες για τις προτιμήσεις των καταναλωτών και την κατανόηση των όρων και των μονάδων μέτρησης που

χρησιμοποιούνται στον πίνακα διατροφικών πληροφοριών. Οι μελέτες διαπίστωσαν ότι αν και ορισμένοι καταναλωτές μπορούσαν να κατανοήσουν ορισμένες από τις πληροφορίες σχετικά με τη διατροφική επισήμανση, γενικά ανέφεραν σύγχυση όσον αφορά την διατροφική επισήμανση, ειδικά στη χρήση ορισμένων τεχνικών και αριθμητικών πληροφοριών. Οι καταναλωτές ανέφεραν ότι είναι εύκολο να κατανοήσουν τους όρους «λιπαρά», «θερμίδες / κιλά», «ζάχαρη», «βιταμίνες» και «άλας». Οι έννοιες και οι όροι που αναφέρονται ως λιγότερο κατανοητοί αφορούν τη σχέση μεταξύ θερμίδων και ενέργειας, νάτριου και άλατος, ζάχαρης και υδατανθράκων, όπως και οι όροι χοληστερόλη και λιπαρά οξέα. Οι καταναλωτές αντιμετώπισαν δυσκολίες στην κατανόηση του ρόλου των διαφορετικών θρεπτικών συστατικών που αναφέρονται στις ετικέτες στη διατροφή τους. Είχαν επίσης δυσκολία να μετατρέψουν τις πληροφορίες από «ανά 100 g» σε «ανά μερίδα» και πληροφορίες μεγέθους σερβιρίσματος.

Όσον αφορά το δημογραφικό υπόβαθρο των συμμετεχόντων, σε γενικές γραμμές οι ηλικιωμένοι καταναλωτές και τα άτομα με χαμηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης ή εισοδήματος ήταν πιθανό να έχουν τη μεγαλύτερη δυσκολία να κατανοήσουν τους όρους που χρησιμοποιούνται στις ετικέτες των τροφίμων. Επίσης, οι άντρες ήταν λιγότερο πιθανό να αναφέρουν ενδιαφέρον για την ανάγνωση διατροφικών πληροφοριών, ενώ οι γυναίκες και ιδιαίτερα εκείνες με υψηλότερο εισόδημα και άτομα που έχουν αποκτήσει υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης ήταν πιθανότερο να αναφέρουν την ανάγνωση των ετικετών. Στις 21 μελέτες που αξιολόγησαν τη διατροφική γνώση των καταναλωτών (που απαιτείται για την ερμηνεία του πίνακα πληροφοριών διατροφής), αναφέρθηκε ότι είναι μέτρια ή χαμηλή. Αυτές οι μελέτες χρησιμοποίησαν ως επί το πλείστον μέτρα που είχαν αναφερθεί αυτοπροσώπως. Επιπλέον, εβδομήντα τέσσερις μελέτες (72%) αξιολόγησαν αν οι καταναλωτές στην πραγματικότητα εξετάζουν τις διατροφικές ετικέτες κατά την αγορά τροφίμων. Διαπιστώθηκε ότι οι περισσότεροι καταναλωτές ισχυρίζονται ότι εξετάζουν τις διατροφικές ετικέτες συχνά ή τουλάχιστον κάποιες φορές. Ορισμένοι υποστήριξαν ότι η εξέταση των ετικετών επιδρά ισχυρά στις αγορές τους, ειδικά για τα άγνωστα τρόφιμα. Οι αναγνώστες ανέφεραν ότι χρησιμοποιούν ετικέτες διατροφής για να αποφύγουν ορισμένες ουσίες και να εκτιμήσουν την ειδική περιεκτικότητα σε θρεπτικά συστατικά (ιδιαίτερα λίπος, θερμίδες και ζάχαρη) διαφόρων προϊόντων.

Λόγοι για τους οποίους η ανάγνωση των ετικετών διατροφής δεν λαμβάνει χώρα είναι η έλλειψη χρόνου, το μέγεθος εκτύπωσης στα πακέτα, έλλειψη κατανόησης των όρων και ανησυχίες σχετικά με την ακρίβεια των πληροφοριών. Παρόλο που τα επίπεδα της αυτοαναφερόμενης ανάγνωσης ετικετών βρέθηκαν να είναι υψηλά, μελέτες με ανάλυση λεκτικού πρωτοκόλλου (πιο αντικειμενική μέθοδος που προκαλεί τις σκέψεις των συμμετεχόντων καθώς αναλαμβάνουν ένα καθήκον, το καθήκον αυτών των μελετών ήταν να εκτιμήσουν τις συνήθειες και τις «υγιεινές» επιλογές αγορών που χρησιμοποιούν διατροφικές ετικέτες) πρότειναν ότι οι καταναλωτές μπορούν απλά να βλέπουν τον

πίνακα πληροφοριών για τις διατροφικές πληροφορίες, αλλά δεν επεξεργάζονται περαιτέρω τις πληροφορίες.

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

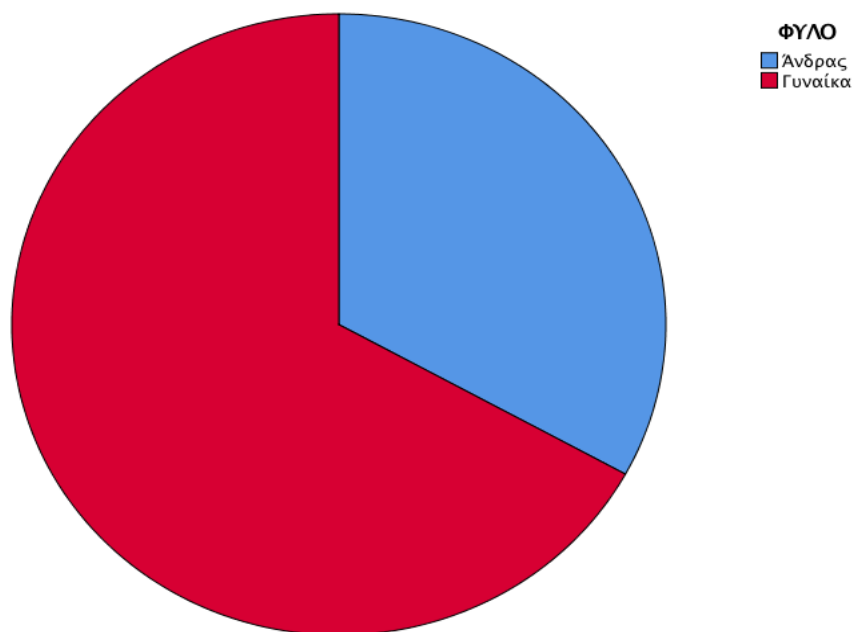
Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας, διεξήχθη έρευνα που αφορά τις απόψεις των καταναλωτών σε σχέση με την επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων. Το συνολικό δείγμα της έρευνας ήταν πληθυσμού 800 ατόμων και προέκυψε μέσω τυχαίας δειγματοληψίας. Συμπληρώθηκε ερωτηματολόγιο με ερωτήματα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

4.1 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Δείγματος

Από τα 800 άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, τα 536 είναι γυναίκες (67.0%), ενώ τα 264 άνδρες (33.0%), όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα και σχήμα.

ΦΥΛΟ

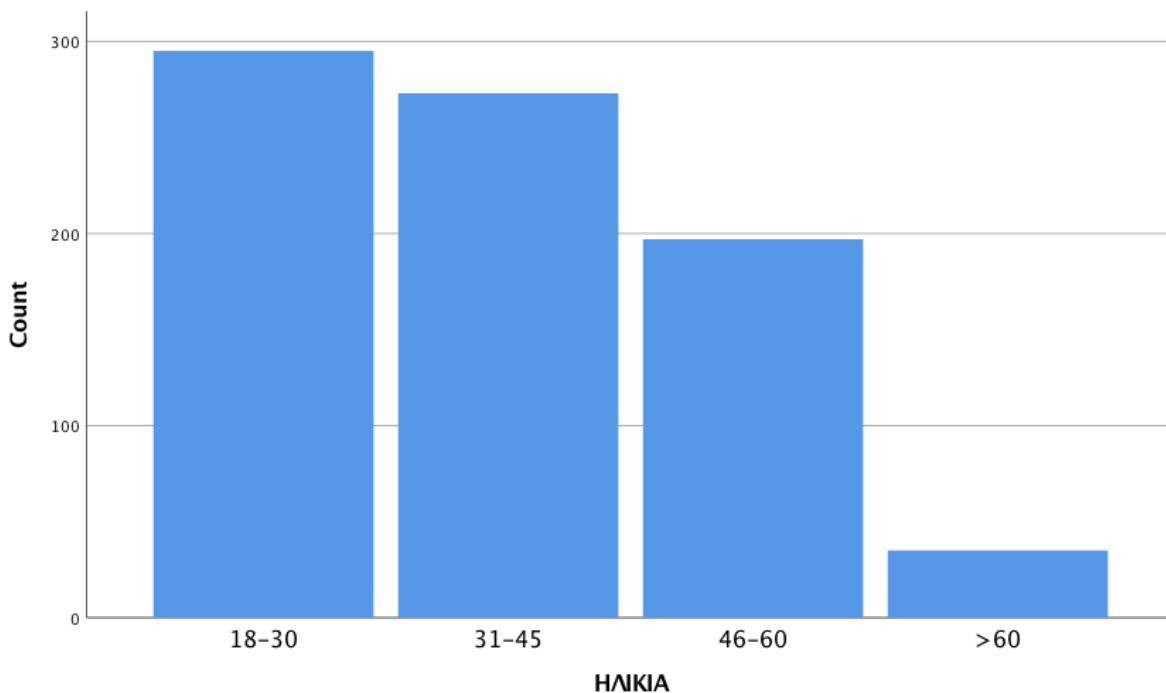
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ανδρας	264	33.0	33.0	33.0
	Γυναίκα	536	67.0	67.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Όσον αφορά την ηλικία των ατόμων, το εύρος των ηλικιών χωρίστηκε σε 4 ομάδες: 18-30, 31- 45, 46-60 και >60. Από τους ερωτηθέντες, οι 295 (36.9%) ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία 18-30 αποτελώντας την μεγαλύτερη αντιπροσωπευτική ομάδα του δείγματος, 273 στην κατηγορία 31-45 (34.1%), 197 (24.6%) στην κατηγορία 46-60 και οι 35 (4.4%) είναι άνω των 60, που αποτελεί τη μικρότερη αντιπροσωπευτική ηλικιακή ομάδα, ενώ οι άλλες 3 κυμαίνονται σε κοντινά μεγέθη.

ΗΛΙΚΙΑ

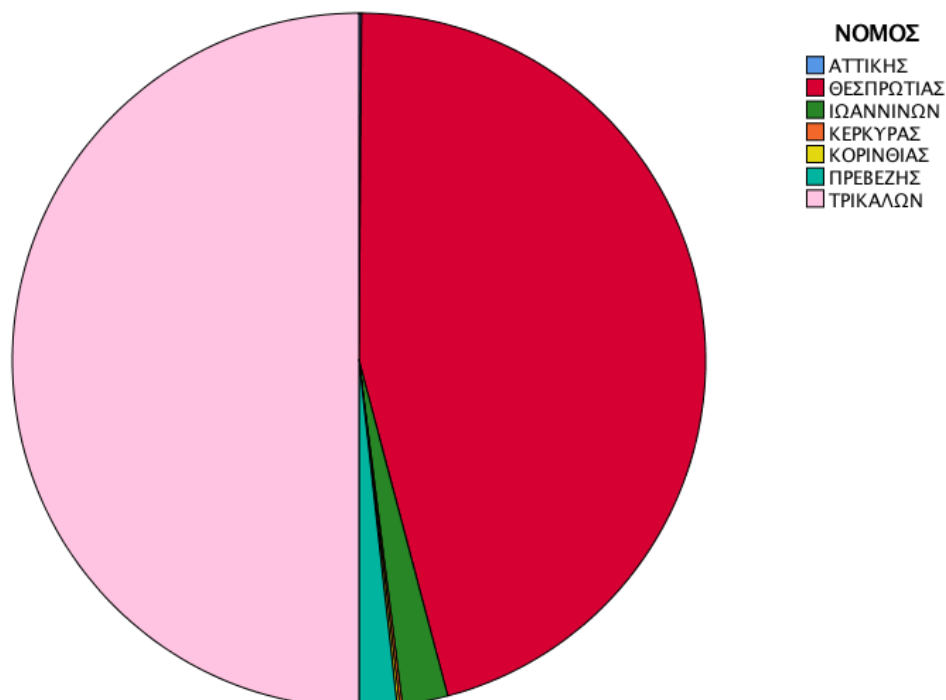
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30	295	36.9	36.9	36.9
	31-45	273	34.1	34.1	71.0
	46-60	197	24.6	24.6	95.6
	>60"	35	4.4	4.4	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Όσον αφορά τον τόπο κατοικίας των ερωτηθέντων, το δείγμα ανήκει σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές της Αττικής, Θεσπρωτίας, Ιωαννίνων, Κέρκυρας, Κορινθίας, Πρεβέζης και Τρικάλων. Από τα 800 άτομα του δείγματος, οι 400 (50.0%) έχουν ως τόπο κατοικίας τα Τρίκαλα, οι 366 (45.8%) τη Θεσπρωτία, ενώ οι υπόλοιπες περιοχές που αναφέρθηκαν αντιπροσωπεύονται από μικρότερο αριθμό ατόμων.

NΟΜΟΣ

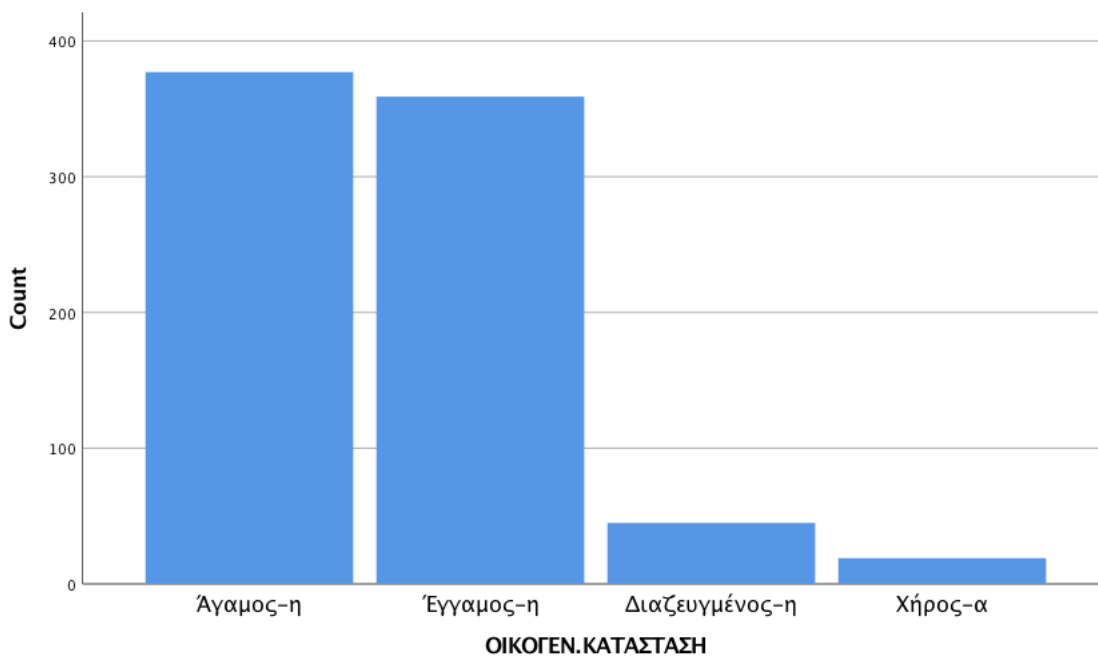
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΑΤΤΙΚΗΣ	1	.1	.1	.1
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	366	45.8	45.8	45.9
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	17	2.1	2.1	48.0
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	1	.1	.1	48.1
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	1	.1	.1	48.3
ΠΡΕΒΕΖΗΣ	14	1.8	1.8	50.0
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	400	50.0	50.0	100.0
Total	800	100.0	100.0	



Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων, το 47.1% είναι άγαμοι, ενώ ακολουθούν με 44.9% οι έγγαμοι άγαμοι. Τα ποσοστά των διαζευγμένων και των ατόμων σε χηρεία ανέρχονται σε 5.6% και 2.4% αντίστοιχα. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

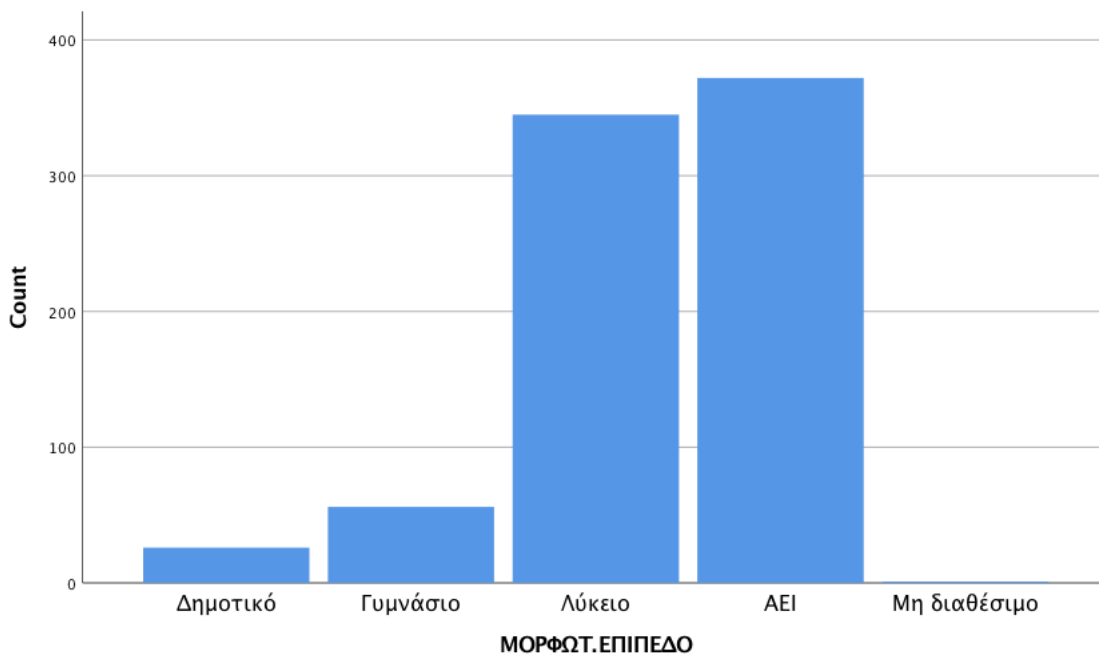
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος-η	377	47.1	47.1	47.1
	Έγγαμος-η	359	44.9	44.9	92.0
	Διαζευγμένος-η	45	5.6	5.6	97.6
	Χήρος-α	19	2.4	2.4	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι αρκετά υψηλό. Συγκεκριμένα, το 46.5% έχει λάβει τριτοβάθμια εκπαίδευση (ΑΕΙ), το 43.1% έχει ολοκληρώσει τη λυκειακή εκπαίδευση, ενώ μόνο το 7% και το 3.3% έχει τελειώσει το Γυμνάσιο και το Δημοτικό αντίστοιχα. Τα αναλυτικά αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

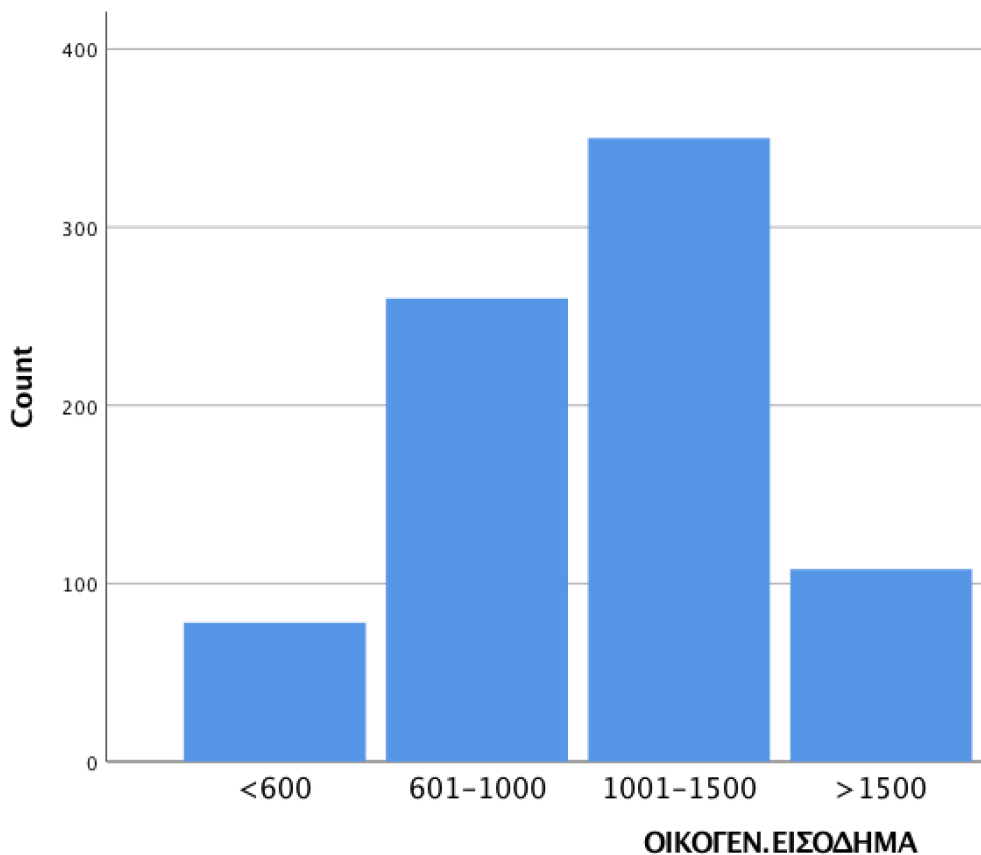
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δημοτικό	26	3.3	3.3	3.3
	Γυμνάσιο	56	7.0	7.0	10.3
	Λύκειο	345	43.1	43.1	53.4
	ΑΕΙ	372	46.5	46.5	99.9
	Μη διαθέσιμο	1	.1	.1	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



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

ΕΙΣΟΔΗΜΑ

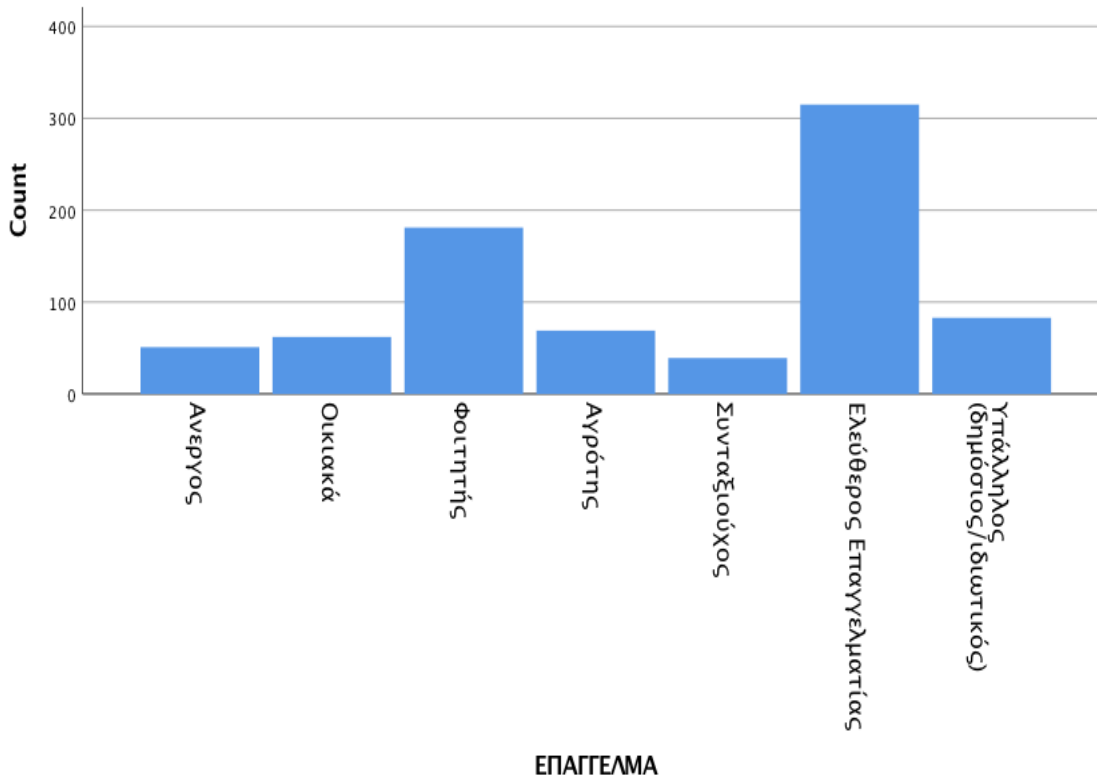
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <600	78	9.8	9.8	9.8
601-1000	260	32.5	32.5	42.3
1001-1500	350	43.8	43.8	86.0
>1500	108	13.5	13.5	99.5
Μη διαθέσιμο	4	.5	.5	100.0
Total	800	100.0	100.0	100.00



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

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Άνεργος	51	6.4	6.4	6.4
Οικιακά	62	7.8	7.8	14.1
Φοιτητής	181	22.6	22.6	36.8
Αγρότης	69	8.6	8.6	45.4
Συνταξιούχος	39	4.9	4.9	50.2
Ελεύθερος Επαγγελματίας	315	39.4	39.4	89.6
Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	83	10.4	10.4	100.0
Total	800	100.0	100.0	

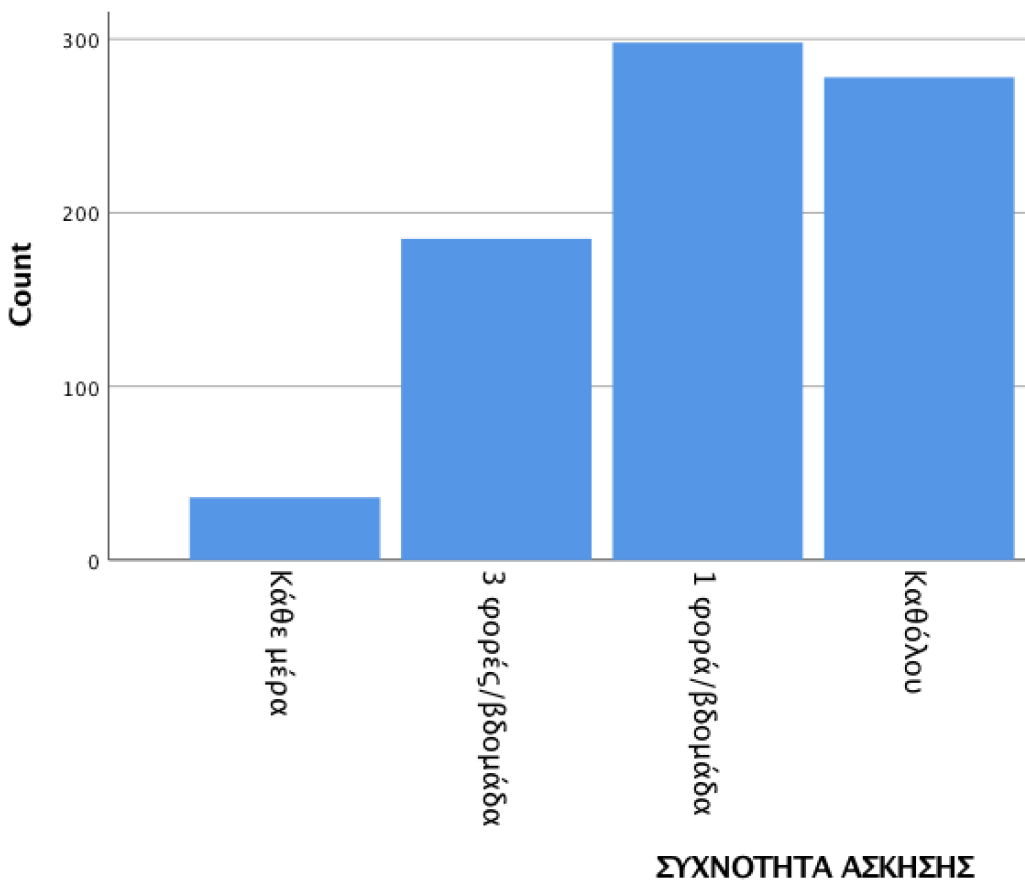


4.2 Φυσική κατάσταση και κατάσταση υγείας δείγματος

Αναφορικά με τη φυσική κατάσταση των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνά μας, το 37.3% απάντησε πως γυμνάζεται μια φορά την εβδομάδα, ενώ το 34.8% ότι δεν γυμνάζεται καθόλου. Ένα ικανοποιητικό ποσοστό (23.1%) δήλωσε πως ασκείται 3 φορές την εβδομάδα, ενώ μόνο το 4.5% δηλώνει ότι γυμνάζεται σε καθημερινή βάση.

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΣΚΗΣΗΣ

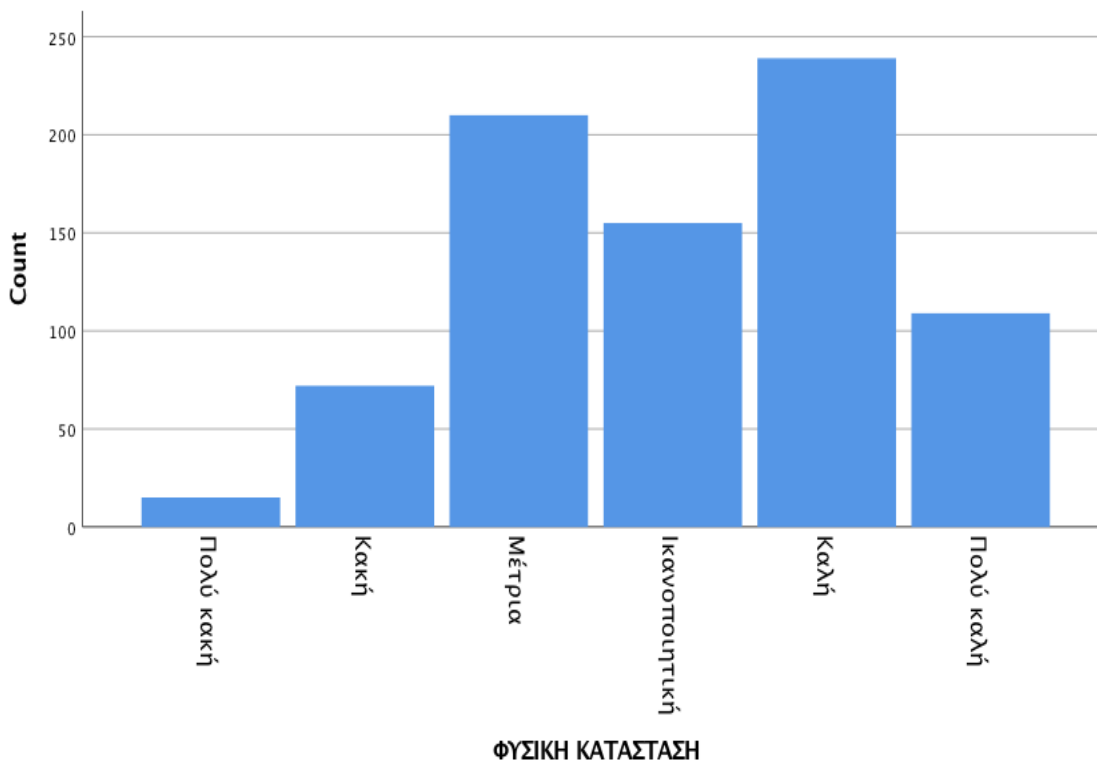
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κάθε μέρα	36	4.5	4.5	4.5
	3 φορές/βδομάδα	185	23.1	23.1	27.6
	1 φορά/βδομάδα	298	37.3	37.3	64.9
	Καθόλου	278	34.8	34.8	99.6
	Μη διαθέσιμο	3	.4	.4	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Ως καλή αξιολογεί την φυσική του κατάσταση το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (29.9%), ενώ είναι μικρά τα ποσοστά εκείνων που δηλώνουν ότι η φυσική τους κατάσταση είναι πολύ κακή (1.9%) ή κακή (9.0%). Γενικά, η αξιολόγηση της φυσικής κατάστασης (όπως φαίνεται καλύτερα και από την κατανομή του δείγματος στο ιστόγραμμα που ακολουθεί) κινείται περισσότερο προς τη θετική κατεύθυνση.

ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

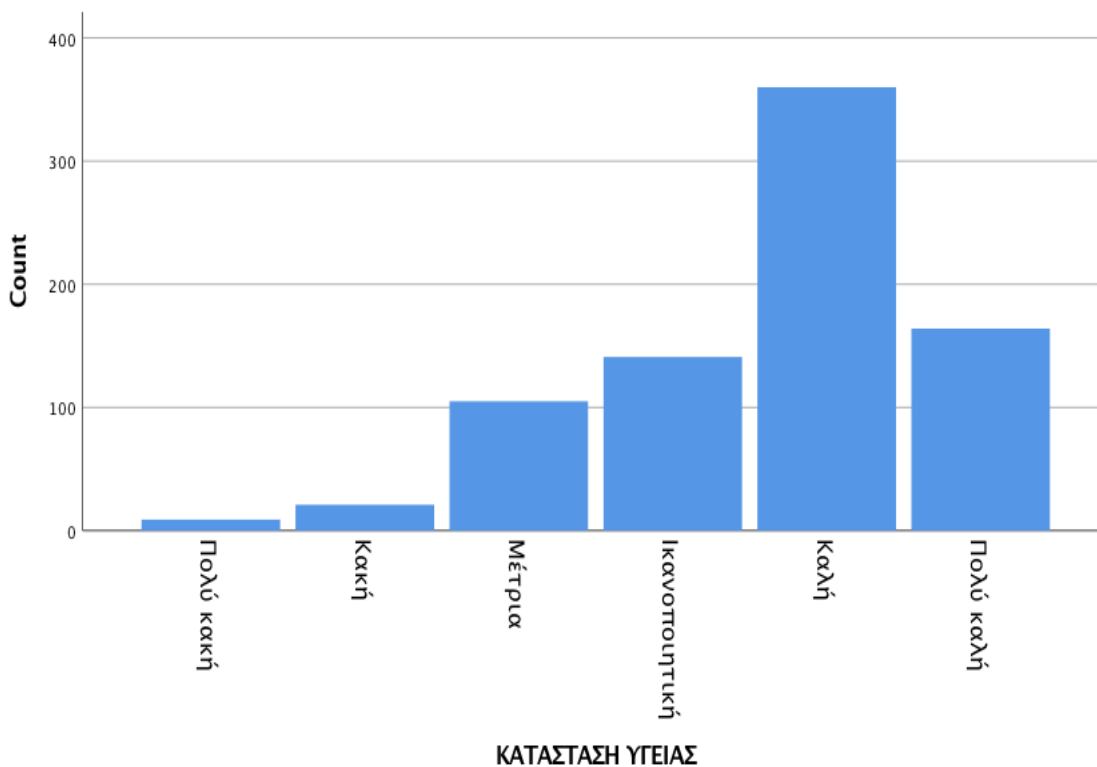
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Πολύ κακή	15	1.9	1.9	1.9
Κακή	72	9.0	9.0	10.9
Μέτρια	210	26.3	26.3	37.1
Ικανοποιητική	155	19.4	19.4	56.5
Καλή	239	29.9	29.9	86.4
Πολύ καλή	109	13.6	13.6	100.0
Total	800	100.0	100.0	



Το ίδιο μοτίβο ακολουθεί και η αξιολόγηση της κατάστασης της συνολικής υγείας, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός μας (45.0%) αξιολογεί τη συνολική κατάσταση της υγείας της ως καλή ενώ το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό (20.5%) την χαρακτηρίζει ως πολύ καλή. Μόνο το 1.1% χαρακτηρίζει την υγεία του ως πολύ κακή και το 2.6% ως κακή, ενώ και πάλι όπως διακρίνεται στο ιστόγραμμα που ακολουθεί, η συνολική αξιολόγηση της κατάστασης της υγείας των συμμετεχόντων κινείται προς τη θετική κατεύθυνση.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Πολύ κακή	9	1.1	1.1	1.1
Κακή	21	2.6	2.6	3.8
Μέτρια	105	13.1	13.1	16.9
Ικανοποιητική	141	17.6	17.6	34.5
Καλή	360	45.0	45.0	79.5
Πολύ καλή	164	20.5	20.5	100.0
Total	800	100.0	100.0	

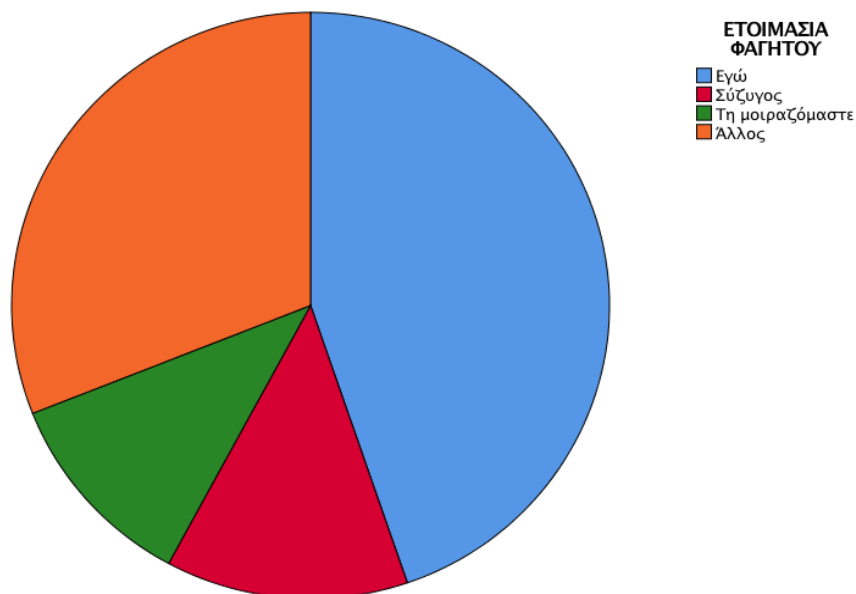


4.3 Προετοιμασία γευμάτων, αγορών και δαπάνες

Όσον αφορά την ενασχόληση με την προετοιμασία γευμάτων, το μεγαλύτερο ποσοστό (44.9%) δηλώνει πως επιμελείται αποκλειστικά την ετοιμασία του φαγητού του, ενώ το 31.0% αναφέρει πως το κάνει κάποιος άλλος, πιθανόν οι γονείς ή άλλοι συγγάτοικοι. Επίσης, το 11.1% αναφέρει πως μοιράζεται τη διαδικασία αυτή με άλλα μέλη του σπιτιού, ενώ το 13.1% δηλώνει πως την αναλαμβάνει εξ ολοκλήρου ο/η σύζυγος.

ΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ

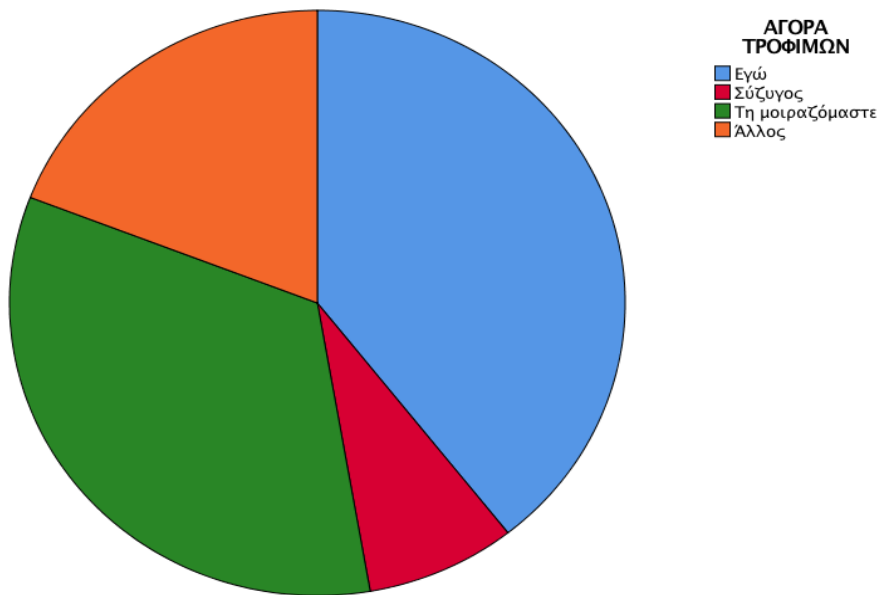
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εγώ	358	44.8	44.8	44.8
	Σύζυγος	105	13.1	13.1	57.9
	Τη μοιραζόμαστε	89	11.1	11.1	69.0
	Άλλος	248	31.0	31.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Στο ίδιο μήκος κύματος με την ενασχόληση με την προετοιμασία του φαγητού κινείται και η ενασχόληση με την αγορά τροφίμων, καθώς η πλειοψηφία (39.4%) υπογραμμίζει ότι αναλαμβάνει μόνη της αυτή τη διαδικασία. Παρόλαυτα, ένα μεγάλο ποσοστό (33.6%) αναφέρει πως η αγορά τροφίμων είναι μια δραστηριότητα που την μοιράζεται με τα υπόλοιπα μέλη του σπιτιού, ενώ μόνο το 7.9% αναφέρει πως το έχει αναλάβει ο/η σύζυγος και το 19.1% κάποιος άλλος.

ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

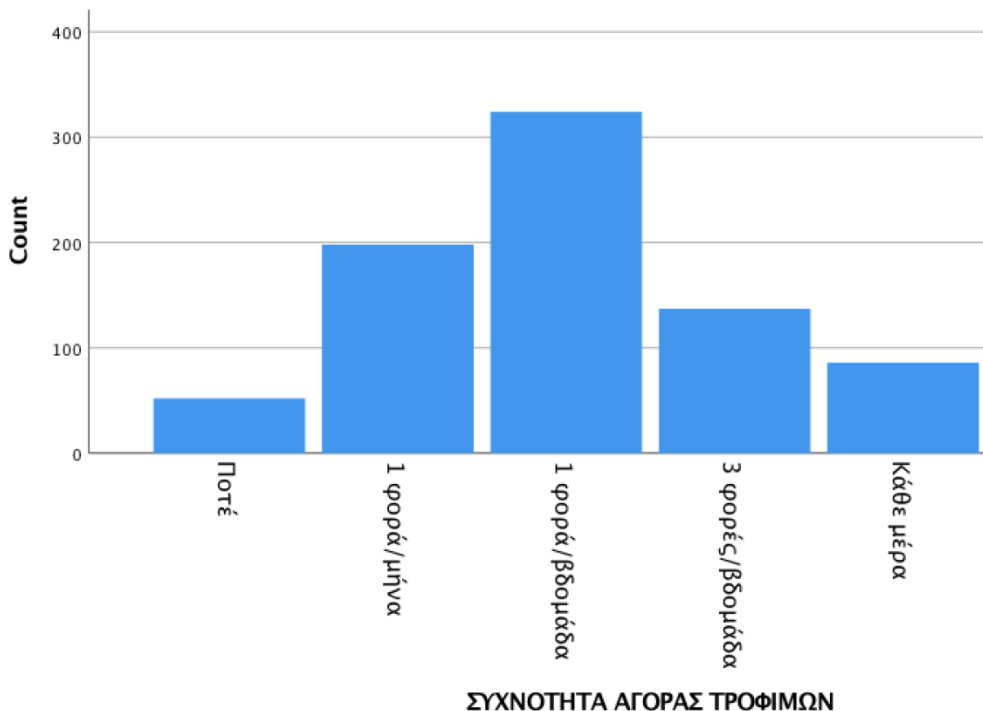
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εγώ	315	39.4	39.4	39.4
	Σύζυγος	63	7.9	7.9	47.3
	Τη μοιραζόμαστε	269	33.6	33.6	80.9
	Άλλος	153	19.1	19.1	100.0
	Total	800	100.0	100.0	



Σχετικά με τις συνήθειες των καταναλωτών του δείγματος μας που αφορούν τη συχνότητα αγοράς τροφίμων, φαίνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό (40.5%) πραγματοποιεί τις αγορές του σε εβδομαδιαία βάση, ενώ το 24.8% επιλέγει να κάνει τις αγορές τροφίμων 1 φορά το μήνα. Μόνο το 17.1% επιλέγει να αφιερώνει 3 φορές την εβδομάδα για την αγορά των τροφίμων, ενώ ένα μικρό ποσοστό (6.5%) δηλώνει πως δεν αγοράζει ποτέ τρόφιμα, πιθανόν γιατί κάποιο άλλο μέλος του σπιτιού επωμίζεται τη διαδικασία.

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

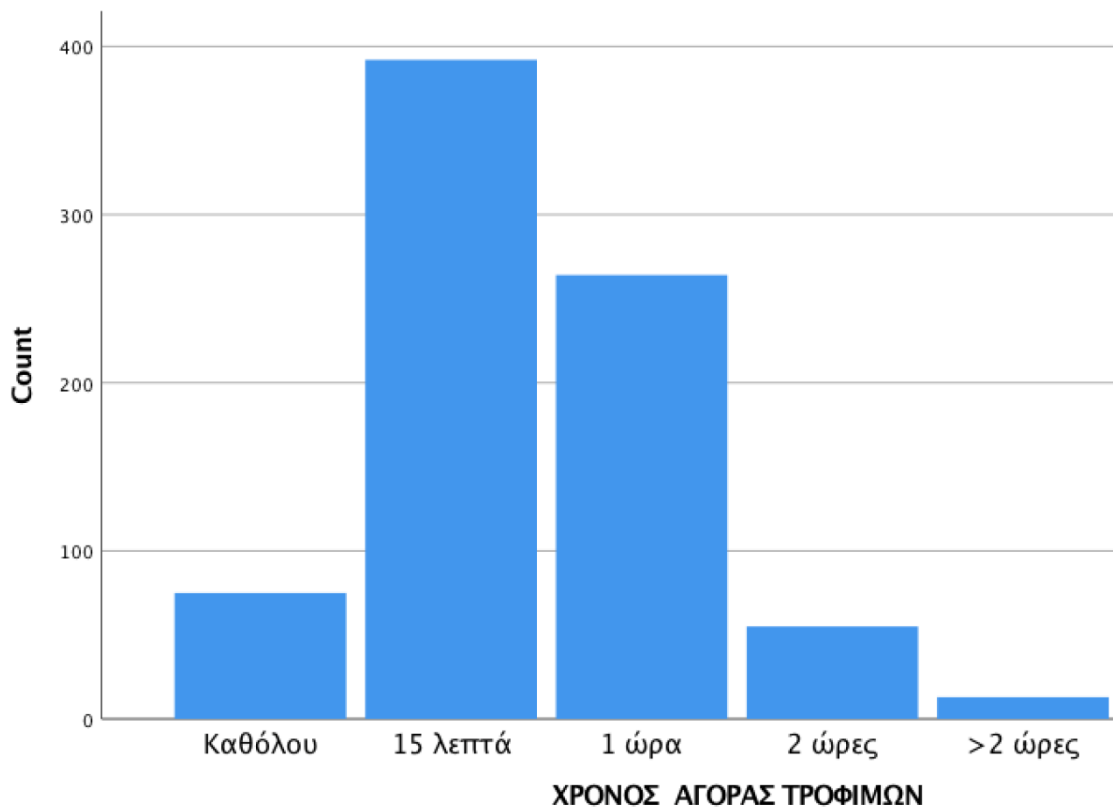
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	52	6.5	6.5	6.5
	1 φορά/μήνα	198	24.8	24.8	31.3
	1 φορά/βδομάδα	324	40.5	40.6	71.8
	3 φορές/βδομάδα	137	17.1	17.1	89.0
	Κάθε μέρα	86	10.8	10.8	99.7
	Μη διαθέσιμο	3	.4	.3	100.0
Total		800	100.0		



Όσον αφορά το μέσο χρόνο που δαπανούν οι καταναλωτές για την αγορά τροφίμων, παρατηρείται ότι το 49.0% αφιερώνει περίπου 15 λεπτά, ενώ το 33.3% περίπου 1 ώρα. Τα ποσοστά που αφιερώνουν 2 και πάνω από 2 ώρες στην αγορά των τροφίμων τους είναι μικρά (6.9% και 1.6% αντίστοιχα), ενώ το 9.4% δηλώνει πως δεν αφιερώνει καθόλου χρόνο στη διαδικασία αυτή. Αυτό συνεπάγεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό πραγματοποιεί τις αγορές του βιαστικά πιθανόν χωρίς να αφιερώνει χρόνο στην ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας.

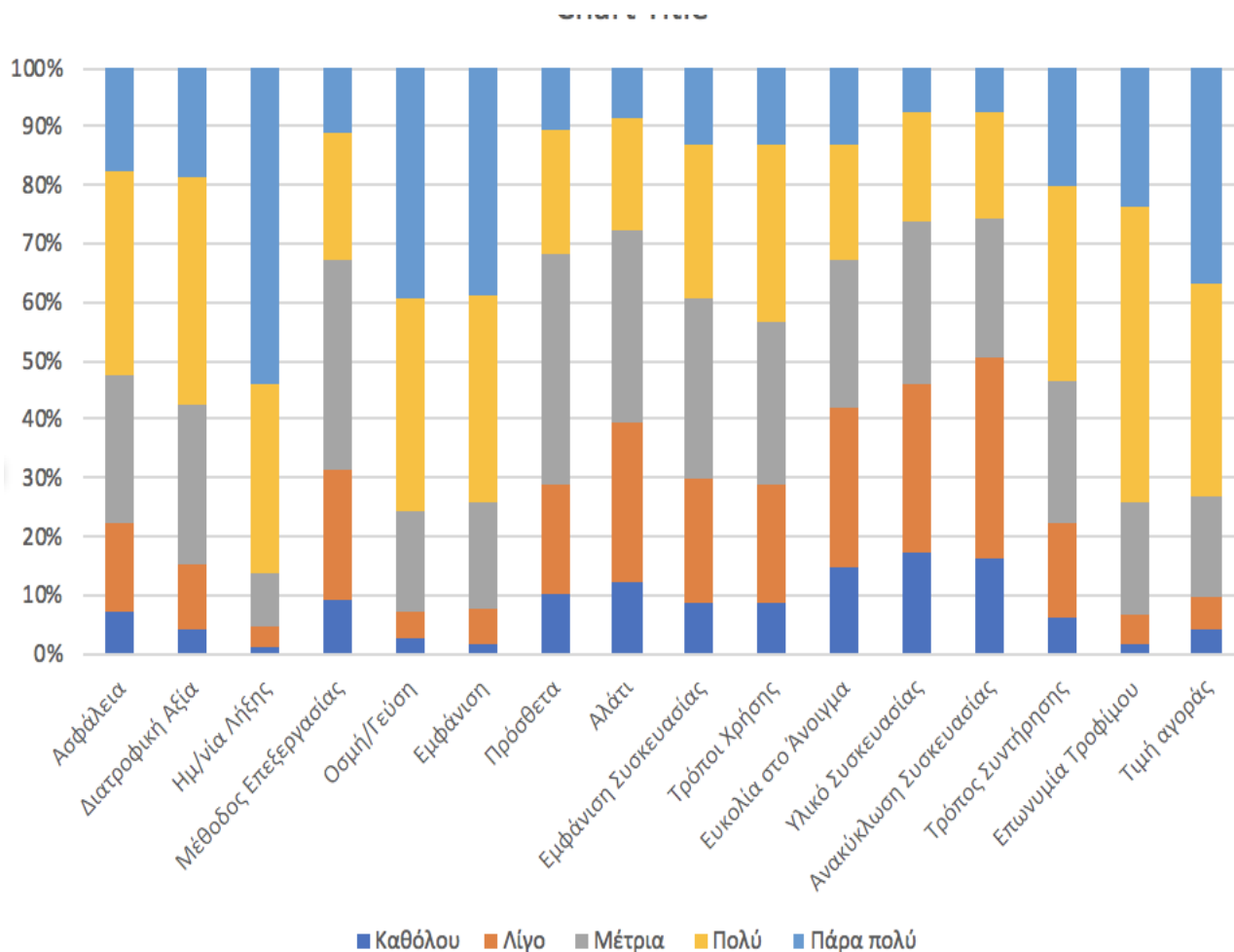
ΧΡΟΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	75	9.4	9.4	9.4
	15 λεπτά	392	49.0	49.0	58.4
	1 ώρα	264	33.0	33.0	91.4
	2 ώρες	55	6.9	6.9	98.3
	>2 ώρες	13	1.6	1.6	100.
	Total	800	100.0	100.0	



4.4 Παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων

Αναφορικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές κατά την αγορά τροφίμων, ο κυριότερος απ' αυτούς είναι η ημερομηνία λήξης, καθώς το 54.1% των καταναλωτών απάντησαν ότι τους επηρεάζει «πάρα πολύ» στην επιλογή των προϊόντων. Ο δεύτερος σημαντικότερος παράγοντας είναι η οσμή και η γεύση του προϊόντος (39.4%). Παράλληλα, η εμφάνιση (38.8%) και τιμή του προϊόντος είναι σημαντικό χαρακτηριστικό για την επιλογή των τροφίμων (36.8% τη λαμβάνει «πάρα πολύ» υπόψη). Οι πληροφορίες που αφορούν τη διατροφική ετικέτα, όπως η διατροφική αξία (39.0%) και τα πρόσθετα (20.9%) είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων καθώς λαμβάνονται «πολύ» υπόψη από τους καταναλωτές.

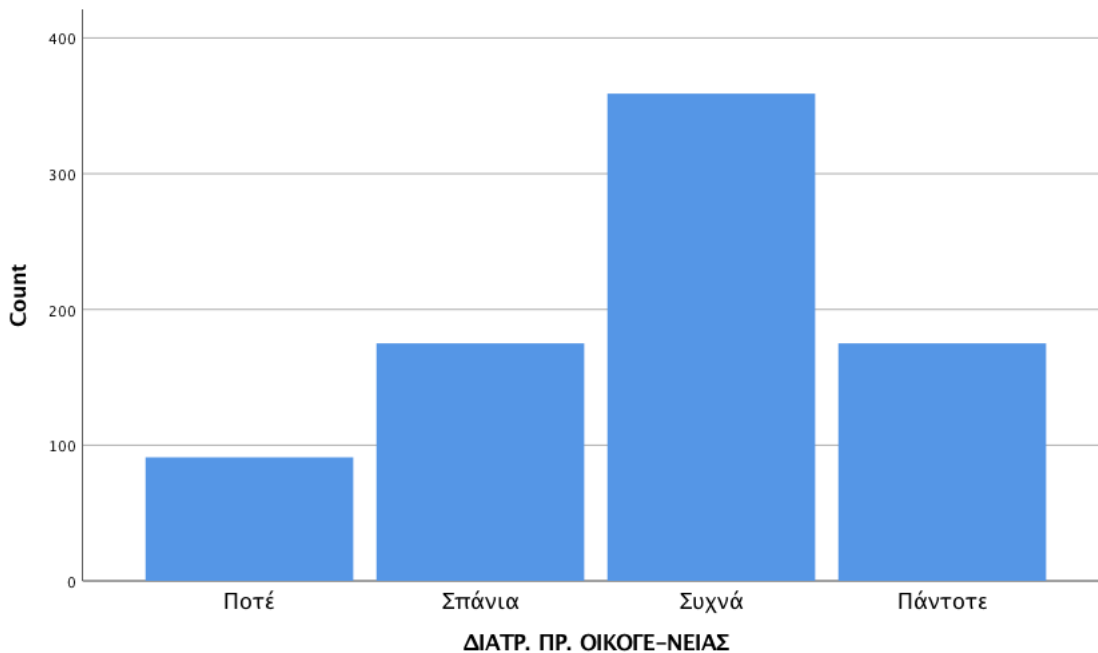


	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Σύνολο	
Ασφάλεια	57	122	200	282	139	800	
	7.1	15.3	25.0	35.3	17.4	100.0	%
Διατροφική Αξία	33	90	215	312	150	800	
	4.1	11.3	26.9	39.0	18.8	100.0	%
Ημερομηνία Λήξης	10	25	75	257	433	800	
	1.3	3.1	9.4	32.1	54.1	100.0	%
Μέθοδος Επεξεργασίας	72	181	286	173	87	799	
	9.0	22.6	35.8	21.6	10.9	99.9	%
Οσμή/Γεύση	19	39	136	290	315	799	
	2.4	4.9	17.0	36.3	39.4	99.9	%
Εμφάνιση	14	48	144	284	310	800	
	1.8	6.0	18.0	35.5	38.8	100.0	%
Πρόσθετα	81	150	316	167	85	799	
	10.1	18.8	39.5	20.9	10.6	99.9	%
Αλάτι	99	214	265	152	69	799	
	12.4	26.8	33.1	19.0	8.6	99.9	%
Εμφάνιση Συσκευασίας	71	168	248	210	103	800	
	8.9	21.0	31.0	26.3	12.9	100.0	%
Τρόποι Χρήσης	71	159	225	242	103	800	
	8.9	19.9	28.1	30.3	12.9	100.0	%
Ευκολία στο Άνοιγμα	119	217	202	159	103	800	
	14.9	27.1	25.3	19.9	12.9	100.0	%
Υλικό Συσκευασίας	138	228	223	150	60	799	
	17.3	28.5	27.9	18.8	7.5	99.9	%
Ανακύκλωση Συσκευασ.	131	274	189	145	61	800	
	16.4	34.3	23.6	18.1	7.6	100.0	%
Τρόπος Συντήρησης	48	129	197	264	162	800	
	6.0	16.1	24.6	33.0	20.3	100.0	%
Επωνυμία Τροφίμου	13	39	154	405	189	800	
	1.6	4.9	19.3	50.6	23.6	100.0	%
Τιμή αγοράς	34	45	134	293	294	800	
	4.3	5.6	16.8	36.6	36.8	100.0	%

Οι διατροφικές προτιμήσεις της οικογένειας φαίνεται ότι έχουν πολύ σημαντικό ρόλο στις επιλογές τροφίμων κατά τις αγορές, καθώς το 21.9% των καταναλωτών του δείγματός μας αναφέρουν πως τους επηρεάζουν πάντοτε, ενώ το 44.9% δηλώνει πως συχνά επηρεάζονται από τα μέλη της οικογένειάς τους σε αυτόν τον παράγοντα. Από την άλλη, το 21.9% των ερωτηθέντων αναφέρει πως επηρεάζονται σπάνια, ενώ μόνο το 11.4% δηλώνει ότι δεν επηρεάζεται ποτέ από τις διατροφικές επιλογές της οικογένειάς του στις αγορές του. Αναλυτικά, τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα και στο ιστόγραμμα που ακολουθεί.

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ποτέ	91	11.4	11.4	11.4
	Σπάνια	175	21.9	21.9	33.3
	Συχνά	359	44.9	44.9	78.1
	Πάντοτε	175	21.9	21.9	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

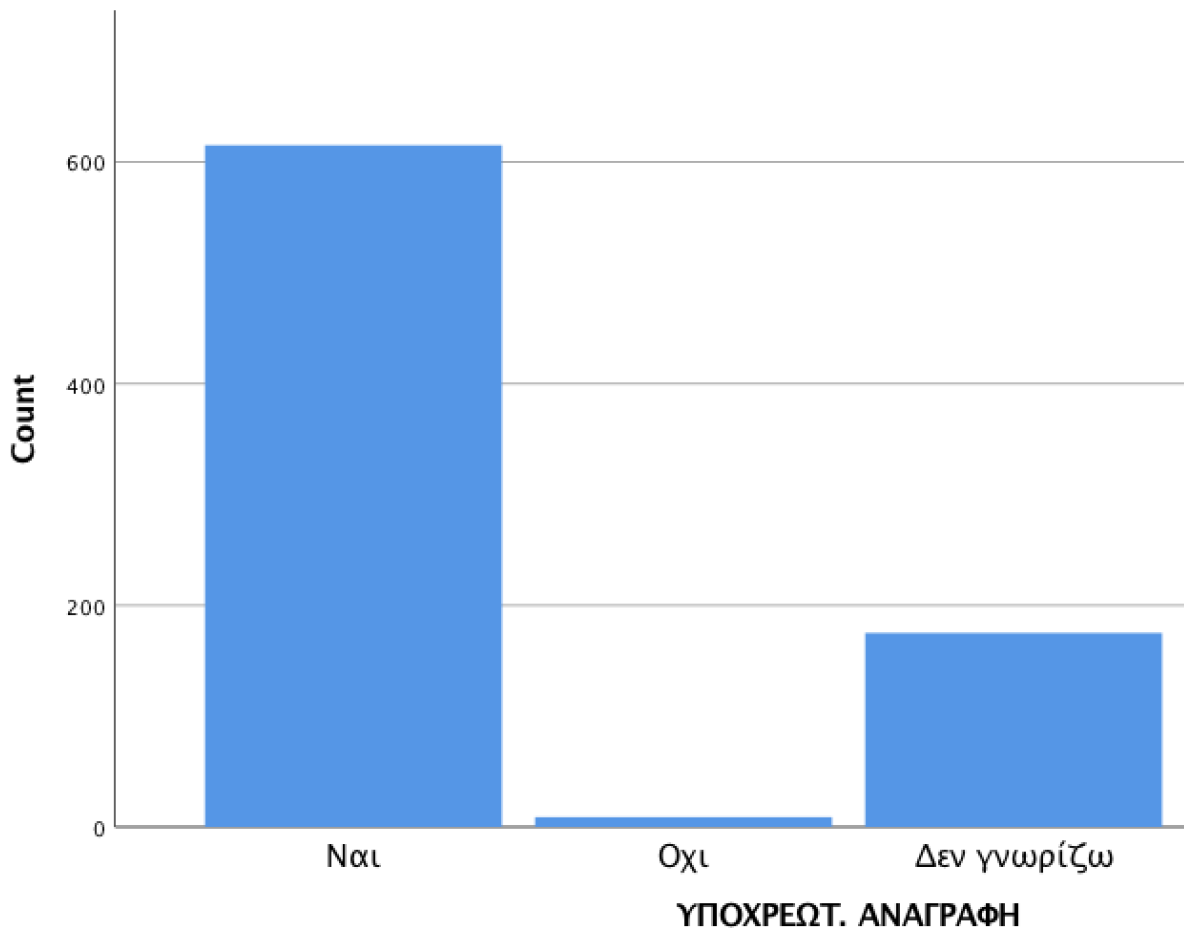


4.5 Απόψεις των καταναλωτών για τη διατροφική ετικέτα

Σχετικά με την ερώτηση αν είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη διατροφική ετικέτα, το 76.9% δηλώνει πως είναι υποχρεωτική ενώ μόνο το 1.1% αναφέρει πως δεν είναι. Το 21.9% απάντησε πως δεν γνωρίζει το ισχύον πλαίσιο.

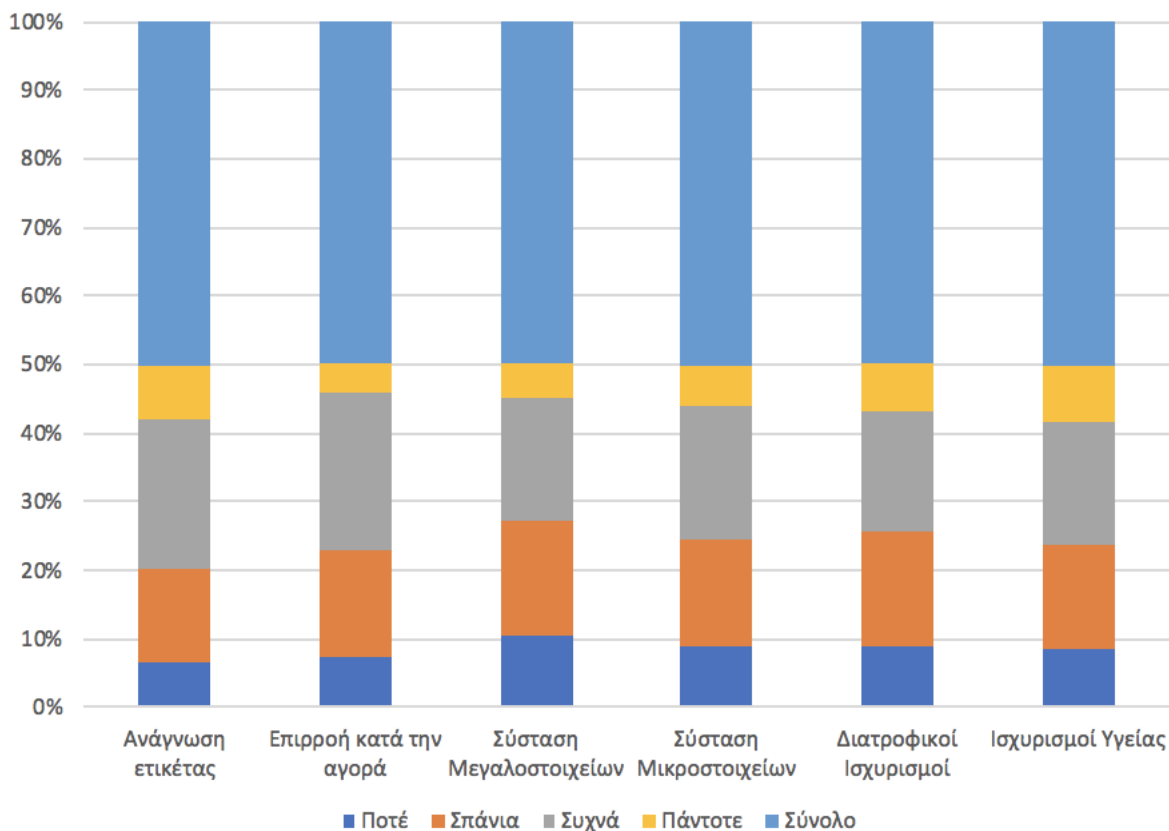
ΥΠΟΧΡΕΩΤ. ΑΝΑΓΡΑΦΗ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	615	76.9	76.9	76.9
	Όχι	9	1.1	1.1	78.0
	Δεν γνωρίζω	175	21.9	21.9	99.9
	Μη διαθέσιμο	1	.1	.1	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

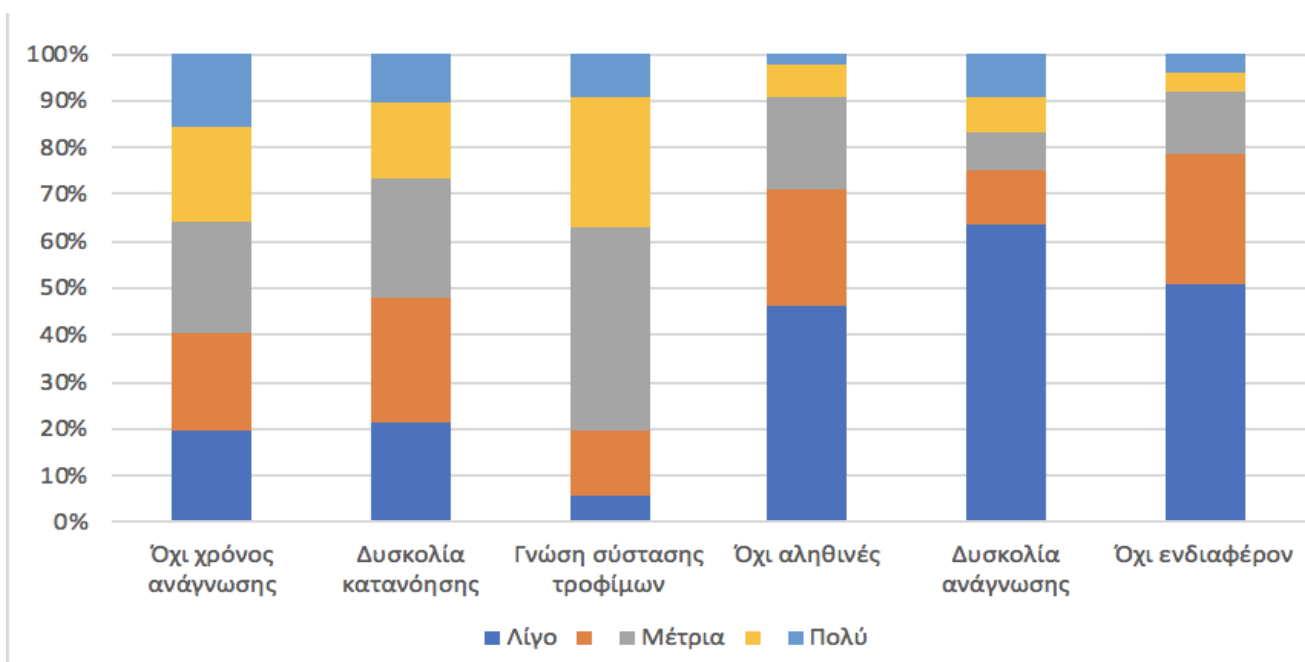


Όσον αφορά την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας στα τρόφιμα, η πλειοψηφία αναφέρει πως τη διαβάζει συχνά (43.8%) είτε σπάνια (26.6%) όταν πρόκειται να αγοράσει ένα προϊόν για πρώτη φορά, ενώ μόνο το 13.5% δηλώνει ότι δεν τη διαβάζει ποτέ. Επίσης, η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας επηρεάζει συχνά τους καταναλωτές όσον αφορά τις επιλογές που θα κάνουν στις αγορές τους (45.5%). Συχνά επίσης απαντούν οι καταναλωτές ότι διαβάζουν τη σύσταση των μεγαλοστοιχείων (35.8%) και των μικροστοιχείων (39.1%). Όσον αφορά τους διατροφικούς ισχυρισμούς που αναγράφονται στο προϊόν, το δείγμα αναφέρει πως τους διαβάζει συχνά (35.3%) προς σπάνια (33.3%), ενώ οι ισχυρισμοί υγείας εξετάζονται επίσης συχνά (36.1%) είτε σπάνια (30.5%).

	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	Σύνολο	
Ανάγνωση ετικέτας	108	213	350	127	798	
	13.5	26.6	43.8	15.9	99.8	%
Επιρροή κατά την αγορά	116	254	364	66	800	
	14.5	31.8	45.5	8.3	100.0	%
Σύσταση Μεγαλοστοιχείων	166	267	286	81	800	
	20.8	33.4	35.8	10.1	100.0	%
Σύσταση Μικροστοιχείων	145	245	313	97	800	
	18.1	30.6	39.1	12.1	100.0	%
Διατροφικοί Ισχυρισμοί	144	266	282	108	800	
	18.0	33.3	35.3	13.5	100.0	%
Ισχυρισμοί Υγείας	136	244	289	131	800	
	17.0	30.5	36.1	16.4	100.0	%



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

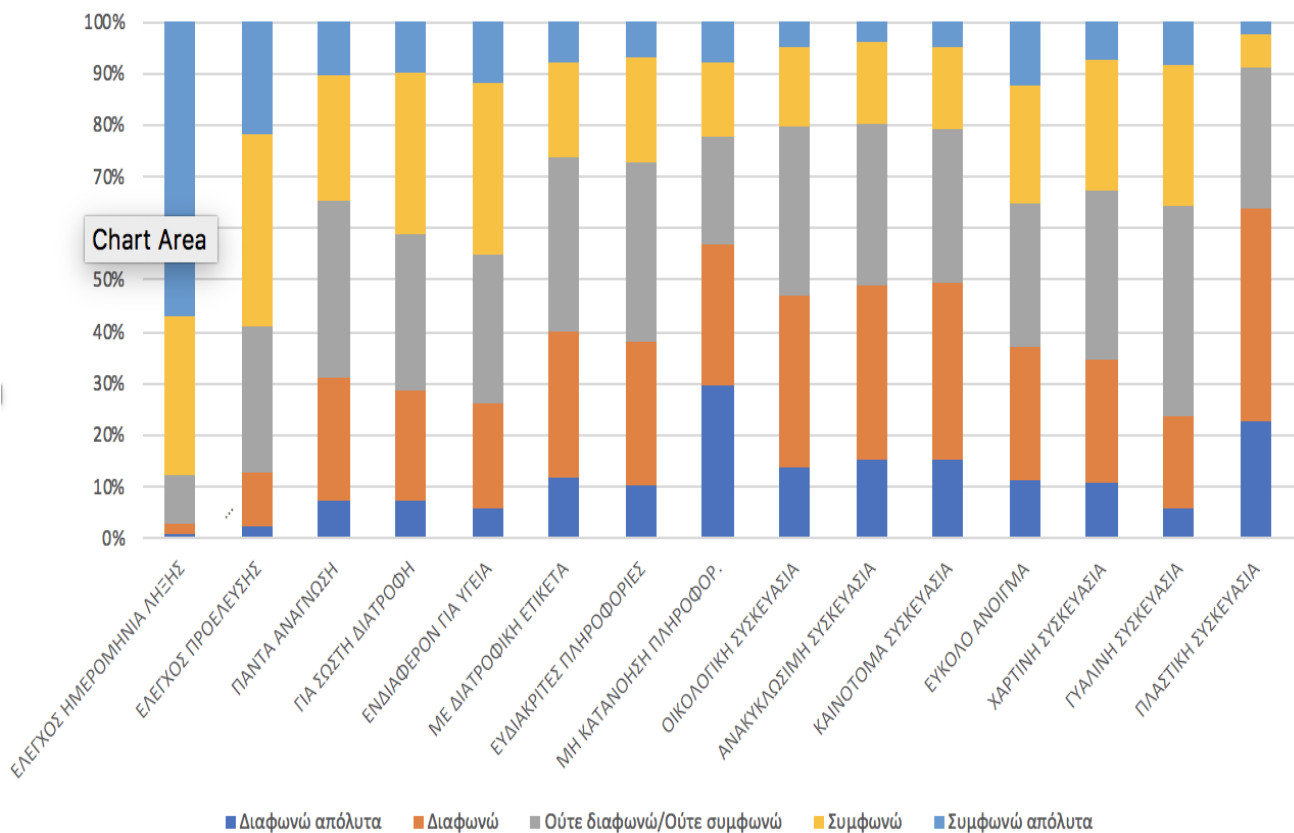


	Λίγο		Μέτρια		Πολύ	Σύνολο	
Όχι χρόνος ανάγνωσης	159	165	191	159	126	800	
	19.9	20.6	23.9	19.9	15.8	100.0	%
Δυσκολία κατανόησης	169	213	204	129	85	800	
	21.1	26.6	25.5	16.1	10.6	100.0	%
Γνώση σύστασης τροφίμων	44	112	347	225	72	800	
	5.5	14.0	43.4	28.1	9.0	100.0	%
Όχι αληθινές	371	198	156	55	20	800	
	46.4	24.8	19.5	6.9	2.5	100.0	%
Δυσκολία ανάγνωσης	508	95	63	60	74	800	
	63.5	11.9	7.9	7.5	9.3	100.0	%
Όχι ενδιαφέρον	408	222	106	34	30	800	
	51.0	27.8	13.3	4.3	3.8	100.0	%

Ο έλεγχος της ημερομηνίας λήξης του προϊόντος κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός για τους καταναλωτές του δείγματός μας, αφού το 56.9% συμφωνεί απόλυτα πως την ελέγχει πάντοτε. Επίσης, το 37.3% συμφωνεί ότι ελέγχει τη χώρα προέλευσης των προϊόντων που αγοράζει, ενώ το 34.0% απαντά ουδέτερα στο αν διαβάζει πάντα τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας. Σχετικά με το αν οι καταναλωτές διαβάζουν την διατροφική ετικέτα γιατί ενδιαφέρονται για σωστή διατροφή, το 30.0% απαντά ουδέτερα, ενώ το 33.4% συμφωνεί ότι διαβάζει τις πληροφορίες τις ετικέτας γιατί ενδιαφέρεται για την υγεία του. Ουδέτερες είναι οι απαντήσεις του δείγματός μας όσον αφορά το αν δεν αγοράζει προϊόντα στα οποία δεν υπάρχει πίνακας με διατροφικές πληροφορίες.

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ / Ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο	
ΕΛΕΓΧΟΣ ΗΜΕΡΟΜ. ΛΗΞΗΣ	6	18	75	246	455	800	
	.8	2.3	9.4	30.8	56.9	100.0	%
ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	21	82	225	298	174	800	
	2.6	10.3	28.1	37.3	21.8	100.0	%

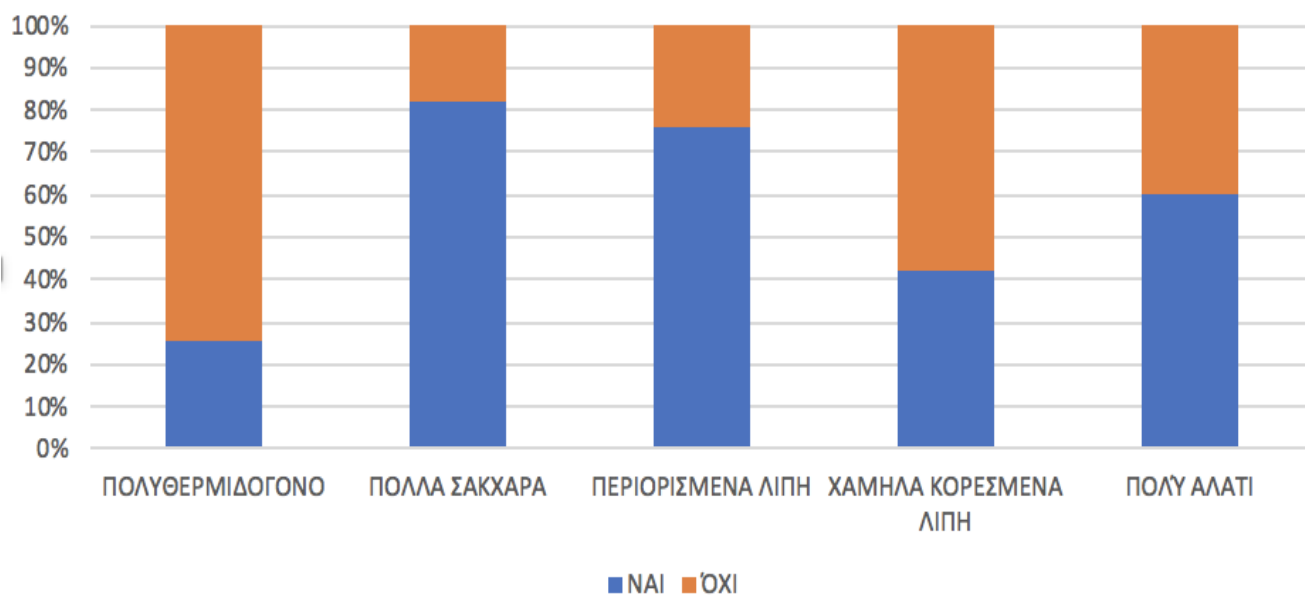
ΠΑΝΤΑ	59	190	272	197	82	800	
ΑΝΑΓΝΩΣΗ	7.4	23.8	34.0	24.6	10.3	100.0	%
ΓΙΑ ΣΩΣΤΗ	60	171	240	248	81	800	
ΔΙΑΤΡΟΦΗ	7.5	21.4	30.0	31.0	10.1	100.0	%
ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ	48	162	229	267	94	800	
ΥΓΕΙΑ	6.0	20.3	28.6	33.4	11.8	100.0	%
ΜΕ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ	94	225	270	146	64	799	
ΕΤΙΚΕΤΑ	11.8	28.1	33.8	18.3	8.0	99.9	%
ΕΥΔΙΑΚΡΙΤΕΣ	83	222	277	161	57	800	
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	10.4	27.8	34.6	20.1	7.1	100.0	%
ΜΗ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ	237	219	165	114	63	798	
ΠΛΗΡΟΦΟΡ.	29.6	27.4	20.6	14.2	7.9	99.8	%
ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ	109	268	259	124	39	799	
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	13.6	33.5	32.4	15.5	4.9	99.9	%
ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΗ	121	273	249	124	33	800	
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	15.1	34.1	31.1	15.5	4.1	100.0	%
ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ	121	275	239	125	40	800	
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	15.1	34.4	29.9	15.6	5.0	100.0	%
ΕΥΚΟΛΟ ΑΝΟΙΓΜΑ	90	206	221	185	98	800	
	11.3	25.8	27.6	23.1	12.3	100.0	%
ΧΑΡΤΙΝΗ	85	191	264	200	59	799	
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	10.6	23.9	33.0	25.0	7.4	99.9	%
ΓΥΑΛΙΝΗ	49	143	324	218	66	800	
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	6.1	17.9	40.5	27.3	8.3	100.0	%
ΠΛΑΣΤΙΚΗ	183	326	218	54	18	799	
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	22.9	40.8	27.3	6.8	2.3	99.9	%



4.6 Έλεγχος γνώσεων σχετικά με τη διατροφική ετικέτα

Στο παράδειγμα της διατροφικής ετικέτας που δόθηκε στους ερωτηθέντες, το 74.4% απάντησε ότι το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο και το 82.0% ότι έχει υψηλή περιεκτικότητα σε σάκχαρα. Όσον αφορά τα λίπη, το 76.1% απαντά ότι δε διαθέτει χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπη, ενώ αναφέρει ότι η περιεκτικότητα των κορεσμένων λιπών δεν είναι χαμηλή (57.8%). Τέλος, η πλειονότητα του δείγματος (60.3%) αναφέρει πως η περιεκτικότητα του τροφίμου σε αλάτι είναι υψηλή.

	ΝΑΙ	ΌΧΙ	ΣΥΝΟΛΟ	
ΠΟΛΥΘΕΡΜΙΔΟΓΟΝΟ	205	595	800	
	25.6	74.4	100.0	%
ΠΟΛΛΑ ΣΑΚΧΑΡΑ	656	144	800	
	82.0	18.0	100.0	%
ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΑ ΛΙΠΗ	609	191	800	
	76.1	23.9	100.0	%
ΧΑΜΗΛΑ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΗ	338	462	800	
	42.3	57.8	100.0	%
ΠΟΛΥ ΑΛΑΤΙ	482	318	800	
	60.3	39.8	100.0	%

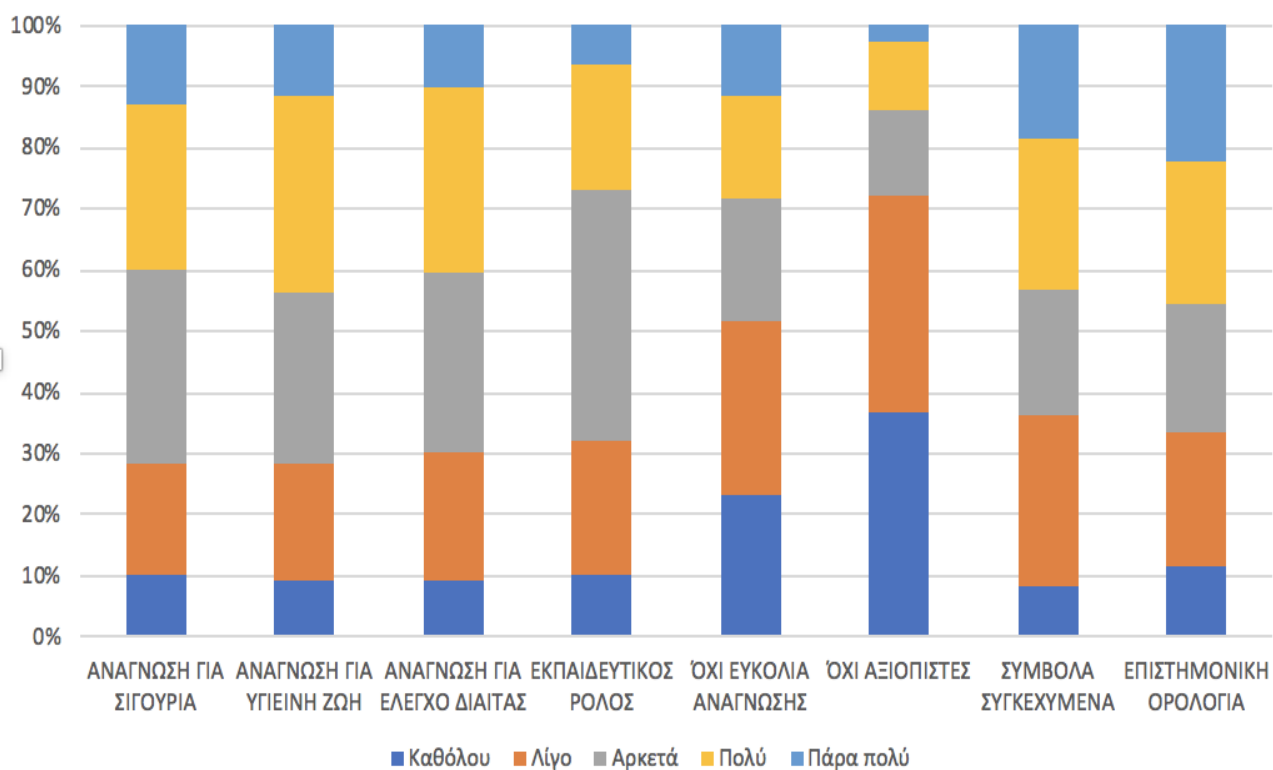


4.7 Απόψεις σχετικά με τη διατροφική ετικέτα

Όσον αφορά τις απόψεις των καταναλωτών σχετικά με τη διατροφική ετικέτα, φαίνεται πως η πλειονότητα συμφωνεί πως διαβάζει τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων για σιγουριά (12.9%) καθώς κατ' αυτόν τον τρόπο μπορεί να έχει έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής (11.6%). Επίσης, σχετικά με τον εκπαιδευτικό ρόλο της διατροφικής ετικέτας, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός μας δηλώνει ουδέτερο (41.0%). Το 36.8% διαφωνεί με το γεγονός ότι οι διατροφικές ετικέτες δεν είναι αξιόπιστες, ενώ το 23.5% συμφωνεί αρκετά ότι η ορολογία που χρησιμοποιείται στις διατροφικές ετικέτες είναι πολύ επιστημονική.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ	Σύνολο	
ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΣΙΓΟΥΡΙΑ	80	147	252	218	103	800	
	10.0	18.4	31.5	27.3	12.9	100.0	%
ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΥΓΙΕΙΝΗ ΖΩΗ	73	153	226	254	93	799	
	9.1	19.1	28.2	31.8	11.6	99.9	%
ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΕΛΕΓΧΟ ΔΙΑΙΤΑΣ	73	169	235	240	83	800	
	9.1	21.1	29.4	30.0	10.4	100.0	%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ	81	174	328	164	53	800	
	10.1	21.8	41.0	20.5	6.6	100.0	%

Όχι εύκολια αναγνώσιμη	185	228	159	134	93	799	
	23.1	28.5	19.9	16.8	11.6	99.9	%
Όχι αξιόπιστες σύμβολα συγκεχυμένα	294	284	111	89	22	800	
	36.8	35.5	13.9	11.1	2.8	100.0	%
Επιστημονική ορολογία	68	222	164	199	147	800	
	8.5	27.8	20.5	24.9	18.4	100.0	%
	93	173	168	188	177	799	
	11.6	21.6	21.0	23.5	22.1	99.9	%



Τέλος, από τους ερωτηθέντες ζητήθηκε να επιλέξουν τι θα επέλεγαν να αλλάξει ώστε να βελτιωθεί η διατροφική ετικέτα. Το 49.6% συμφωνεί ότι θα πρέπει να γίνεται χρήση απλών λέξεων, ενώ το 36.8% να προτείνει να γίνεται χρήση συμβόλων και εικόνων. Συνολικά, το 88.3% αναφέρει πως δεν θα ήθελε οι διατροφικές ετικέτες να έχουν την ίδια μορφή.

ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Όχι	574	71.8	71.8	71.8
Ναι	220	27.5	27.5	99.3
Μη διαθέσιμο	6	.7	.7	99.9
Total	800	100.0	100.0	

ΧΡΗΣΗ ΑΠΛΩΝ ΛΕΞΕΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Όχι	403	50.4	50.4	50.4
Ναι	397	49.6	49.6	100.0
Total	800	100.0	100.0	

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΜΕ ΝΟΥΜΕΡΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Όχι	590	73.8	73.8	73.8
Ναι	209	26.1	26.1	99.9
4	1	.1	.1	100.0
Total	800	100.0	100.0	

ΣΥΜΒΟΛΑ & ΕΙΚΟΝΕΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Όχι	506	63.2	63.2	63.2
	Ναι	294	36.8	36.8	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

ΝΑ ΜΕΙΝΟΥΝ ΙΔΙΕΣ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Όχι	706	88.3	88.4	88.4
	Ναι	93	11.6	11.6	100.0
	Total	799	99.9	100.0	
Missing	System	1	.1		
Total		800	100.0		

4.8 Συσχετίσεις

1. Συσχέτιση Φύλου – Βάρους

Με στόχο τον έλεγχο του ερωτηματολογίου από μια άλλη οπτική γωνία, για να διαπιστωθεί αν και κατά πόσο υπάρχει εξάρτηση ή αλληλεπίδραση μεταξύ των μεταβλητών του, εκτελέστηκαν κάποιες συγκρίσεις. Ο έλεγχος γίνεται με t-test σε ανεξάρτητα δείγματα και γίνονται οι εξής υποθέσεις:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

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

Αρχικά, γίνεται ο έλεγχος στις διακυμάνσεις και επειδή $\text{sig}=0.273 > 0.05$, άρα οι διακυμάνσεις των δύο πληθυσμών δεν έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά. Έπειτα συνεχίζουμε με τον έλεγχο στις μέσες τιμές των πληθυσμών. Επειδή $\text{sig} = 0.000 < 0.05$, η H_0 απορρίπτεται, δηλαδή η διαφορά των μέσων τιμών είναι στατιστικά σημαντική, συνεπώς συμπεραίνουμε ότι **οι άνδρες και οι γυναίκες του δείγματός μας έχουν διαφορετική κατανομή βάρους.**

Group Statistics

	ΦΥΛΟ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΒΑΡΟΣ	Άνδρας	264	79.80	8.778	.540
	Γυναίκα	536	63.57	8.643	.373

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΒΑΡΟΣ	Equal variances assumed	1.205	.273	24.837	798	.000	16.225	.653	14.942	17.507
	Equal variances not assumed			24.706	516.262	.000	16.225	.657	14.934	17.515

2. Συσχέτιση Εξόδων διατροφής – Χρόνου αγοράς τροφίμων

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε αν όσοι αφιερώνουν περισσότερο από μία ώρα στη διαδικασία των αγορών τους έχουν περίπου τα ίδια έξοδα διατροφής με όσους αφιερώνουν λιγότερο από μία ώρα στην διαδικασία αυτή. Ο έλεγχος γίνεται με t-test και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: $\mu_1 = \mu_2$

H1: $\mu_1 \neq \mu_2$

Αρχικά, γίνεται ο έλεγχος στις διακυμάνσεις των δύο πληθυσμών. Επειδή $\text{sig} = 0.016 < 0.05$, συμπεραίνουμε ότι οι διακυμάνσεις των πληθυσμών έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά. Έπειτα γίνεται ο έλεγχος των μέσων τιμών και, επειδή $\text{sig} = 0.000 < 0.05$, συνεπώς απορρίπτεται η H0, δηλαδή οι μέσες τιμές των πληθυσμών έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά, δηλαδή **όσοι αφιερώνουν περισσότερο από μία ώρα στη διαδικασία των αγορών τους δεν έχουν τα ίδια έξοδα διατροφής με όσους αφιερώνουν λιγότερο από μία ώρα στην διαδικασία αυτή.**

Group Statistics

	ΧΡΟΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	>= 3	333	61.46	53.173	2.914
	< 3	450	40.38	40.113	1.891

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	Equal variances assumed	5.833	.016	6.324	781	.000	21.084	3.334	14.540	27.628
	Equal variances not assumed			6.070	592.779	.000	21.084	3.474	14.262	27.906

3. Συσχέτιση Φύλου – Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

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

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

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

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΦΥΛΟ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	798	99.8%	2	0.3%	800	100.0%

ΦΥΛΟ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation

			ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
			Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΦΥΛΟ	Άνδρας	Count	61	59	103	40	263
		% within ΦΥΛΟ	23.2%	22.4%	39.2%	15.2%	100.0%
		% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	56.5%	27.7%	29.4%	31.5%	33.0%
		% of Total	7.6%	7.4%	12.9%	5.0%	33.0%
Γυναίκα	Count	47	154	247	87	535	
	% within ΦΥΛΟ	8.8%	28.8%	46.2%	16.3%	100.0%	
	% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	43.5%	72.3%	70.6%	68.5%	67.0%	
	% of Total	5.9%	19.3%	31.0%	10.9%	67.0%	
Total	Count	108	213	350	127	798	
	% within ΦΥΛΟ	13.5%	26.7%	43.9%	15.9%	100.0%	
	% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	13.5%	26.7%	43.9%	15.9%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	31.809 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	29.981	3	.000
Linear-by-Linear Association	11.818	1	.001
N of Valid Cases	798		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 35.59.

Επειδή, $\text{sig}=0.000 < 0.05$ απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι το φύλο και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, **οι γυναίκες είναι περισσότερο**

ευαισθητοποιημένες και δηλώνουν ότι διαβάζουν πάντα τη διατροφική ετικέτα με ποσοστό 68.5% σε σύγκριση με τους άντρες που δηλώνουν ότι τη διαβάζουν πάντα σε ποσοστό 31.5%.

4. Συσχέτιση Ηλικίας – Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

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

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

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

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΗΛΙΚΙΑ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	798	99.8%	2	0.3%	800	100.0%

ΗΛΙΚΙΑ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation

		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total	
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε		
ΗΛΙΚΙΑ	"18-30"	Count	29	86	133	47	295
		% within ΗΛΙΚΙΑ	9.8%	29.2%	45.1%	15.9%	100.0%
		% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	26.9%	40.4%	38.0%	37.0%	37.0%
		% of Total	3.6%	10.8%	16.7%	5.9%	37.0%
	"31-45"	Count	29	57	141	45	272
		% within ΗΛΙΚΙΑ	10.7%	21.0%	51.8%	16.5%	100.0%
		% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	26.9%	26.8%	40.3%	35.4%	34.1%
		% of Total	3.6%	7.1%	17.7%	5.6%	34.1%
	"46-60"	Count	36	59	69	32	196
		% within ΗΛΙΚΙΑ	18.4%	30.1%	35.2%	16.3%	100.0%
		% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	33.3%	27.7%	19.7%	25.2%	24.6%
		% of Total	4.5%	7.4%	8.6%	4.0%	24.6%
">60"	Count	14	11	7	3	35	
	% within ΗΛΙΚΙΑ	40.0%	31.4%	20.0%	8.6%	100.0%	
	% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	13.0%	5.2%	2.0%	2.4%	4.4%	
	% of Total	1.8%	1.4%	0.9%	0.4%	4.4%	
Total	Count	108	213	350	127	798	
	% within ΗΛΙΚΙΑ	13.5%	26.7%	43.9%	15.9%	100.0%	
	% within ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	13.5%	26.7%	43.9%	15.9%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	44.530 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	39.968	9	.000
Linear-by-Linear Association	13.890	1	.000
N of Valid Cases	798		

a. 1 cells (6.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.74.

Επειδή, $\text{sig}=0.000 < 0.05$ απορρίπτουμε την H_0 , άρα συμπεραίνουμε ότι η ηλικία και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, **οι μέσες ηλικίες 31-60 είναι πιο πιθανό να διαβάζουν πάντα τη διατροφική ετικέτα σε σύγκριση με τις μικρότερες ηλικίες και με τα άτομα άνω των 60.**

5. Συσχέτιση Μορφωτικού επιπέδου – Ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

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

H_0 : Η ηλικία και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H_1 : Η ηλικία και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΦΥΛΟ *	800	100.0%	0	0.0%	800	100.0%

ΦΥΛΟ * Crosstabulation

			Δημοτικό	Γυμνάσιο	Λύκειο	ΑΕΙ	Total
ΦΥΛΟ	Ανδρας	Count	7	16	120	121	264
		% within ΦΥΛΟ	2.7%	6.1%	45.5%	45.8%	100.0%
		% within	26.9%	28.6%	34.8%	32.5%	33.0%
		% of Total	0.9%	2.0%	15.0%	15.1%	33.0%
Γυναίκα	Count	19	40	225	251	536	
	% within ΦΥΛΟ	3.5%	7.5%	42.0%	46.8%	100.0%	
	% within	73.1%	71.4%	65.2%	67.5%	67.0%	
	% of Total	2.4%	5.0%	28.1%	31.4%	67.0%	
Total	Count	26	56	345	372	800	
	% within ΦΥΛΟ	3.3%	7.0%	43.1%	46.5%	100.0%	
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	3.3%	7.0%	43.1%	46.5%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.957 ^a	4	.744
Likelihood Ratio	2.289	4	.683
Linear-by-Linear Association	.105	1	.746
N of Valid Cases	800		

a. 2 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .33.

Επειδή, $\text{sig}=0.744 > 0.05$ δεν απορρίπτουμε την H_0 , άρα συμπεραίνουμε ότι το μορφωτικό επίπεδο και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές.

6. Συσχέτιση χρόνου αγοράς τροφίμων – ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ του χρόνου που αφιερώνει ο καταναλωτής στις αγορές του και της ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την χ^2 κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H_0 : Ο χρόνος αγοράς και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H_1 : Ο χρόνος αγοράς και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΧΡΟΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	798	99.8%	2	0.3%	800	100.0%

ΧΡΟΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation

Count

		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΧΡΟΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	Καθόλου	43	18	8	5	74
	15 λεπτά	44	128	165	54	391
	1 ώρα	15	56	138	55	264
	2 ώρες	4	9	32	10	55
	>2 ώρες	1	2	7	3	13
	50	1	0	0	0	1
Total		108	213	350	127	798

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	177.174 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	137.989	15	.000
Linear-by-Linear Association	4.469	1	.035
N of Valid Cases	798		

a. 7 cells (29.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

Επειδή, $\text{sig}=0.000 < 0.05$ απορρίπτουμε την H_0 , άρα συμπεραίνουμε ότι ο χρόνος αγοράς τροφίμων και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές μεταβλητές.

7. Συσχέτιση φυσικής κατάστασης – ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ της φυσικής κατάστασης και της ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την χ^2 κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H_0 : Η φυσική κατάσταση και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H_1 : Η φυσική κατάσταση και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
* ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	798	99.8%	2	0.3%	800	100.0%

* ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation

Count

	ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
Πολύ κακή	6	4	1	4	15
Κακή	15	24	26	7	72
Μέτρια	36	58	89	27	210
Ικανοποιητική	21	41	67	24	153
Καλή	25	65	111	38	239
Πολύ καλή	5	21	56	27	109
Total	108	213	350	127	798

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	41.295 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	42.608	15	.000
Linear-by-Linear Association	26.845	1	.000
N of Valid Cases	798		

a. 3 cells (12.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.03.

Επειδή, $\text{sig}=0.000 < 0.05$ απορρίπτουμε την H_0 , άρα συμπεραίνουμε ότι η φυσική κατάσταση και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας δεν είναι ανεξάρτητες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, όσοι χαρακτηρίζουν τη φυσική τους κατάσταση καλή ή πολύ καλή τείνουν να διαβάζουν συχνότερα τη διατροφική ετικέτα.

8. Συσχέτιση κατάσταση υγείας – ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε τη συσχέτιση μεταξύ της κατάστασης της υγείας και της ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την χ^2 κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: Η κατάσταση υγείας και η ανάγνωση της ετικέτας είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H1: Η κατάσταση υγείας και η ανάγνωση της ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	798	99.8%	2	0.3%	800	100.0%

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ	Πολύ κακή	5	2	2	0	9
	Κακή	9	7	4	1	21
	Μέτρια	35	39	22	9	105
	Ικανοποιητική	20	42	60	18	140
	Καλή	27	92	186	55	360
	Πολύ καλή	12	31	76	44	163
Total		108	213	350	127	798

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	120.792 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	108.922	15	.000
Linear-by-Linear Association	89.089	1	.000
N of Valid Cases	798		

a. 6 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.22.

Επειδή, $\text{sig}=0.000 < 0.05$ απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι η κατάσταση υγείας και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας δεν είναι ανεξάρτητες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, όσοι χαρακτηρίζουν την κατάσταση της υγείας τους καλή ή πολύ καλή τείνουν να διαβάζουν συχνότερα τη διατροφική ετικέτα.

9. Συσχέτιση εξόδων διατροφής – ανάγνωση διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε αν όσοι αφιερώνουν περισσότερο από μία ώρα στη διαδικασία των αγορών τους έχουν περίπου τα ίδια έξοδα διατροφής με όσους αφιερώνουν λιγότερο από μία ώρα στην διαδικασία αυτή. Ο έλεγχος γίνεται με t-test και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

H0: $\mu_1 = \mu_2$

H1: $\mu_1 \neq \mu_2$

Αρχικά, γίνεται ο έλεγχος στις διακυμάνσεις των δύο πληθυσμών. Επειδή $\text{sig} = 0.02 < 0.05$, συμπεραίνουμε ότι οι διακυμάνσεις των πληθυσμών έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά. Έπειτα γίνεται ο έλεγχος των μέσων τιμών και, επειδή $\text{sig} = 0.02 < 0.05$, συνεπώς απορρίπτεται η H0, δηλαδή οι μέσες τιμές των πληθυσμών έχουν στατιστικά σημαντική διαφορά, δηλαδή **όσοι αφιερώνουν περισσότερα χρήματα στη διατροφή τους διαβάζουν πιο συχνά τη διατροφική ετικέτα με όσους αφιερώνουν λιγότερα χρήματα.**

Group Statistics

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	>= 3	477	53.48	47.811	2.189
	< 3	304	42.82	45.805	2.627

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	Equal variances assumed	1.584	.209	3.088	779	.002	10.662	3.452	3.885	17.439
	Equal variances not assumed			3.118	665.595	.002	10.662	3.420	3.948	17.377

10. Συσχέτιση συχνότητας αγοράς τροφίμων – ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας

Στην περίπτωση αυτή θέλουμε να ελέγξουμε της συχνότητας αγοράς τροφίμων και της ανάγνωσης διατροφικής ετικέτας. Ο έλεγχος γίνεται με την χ^2 κατανομή και οι υποθέσεις είναι οι εξής:

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

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

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
1ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	797	99.6%	3	0.4%	800	100.0%

1ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ * ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ Crosstabulation

Count

		ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				Total
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
1ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	Ποτέ	33	9	4	5	51
	1 φορά/μήνα	28	61	84	25	198
	1 φορά/βδομάδα	19	82	165	58	324
	3 φορές/βδομάδα	14	41	57	24	136
	Κάθε μέρα	14	19	38	15	86
	6	0	1	1	0	2
Total		108	213	349	127	797

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	142.289 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	107.344	15	.000
Linear-by-Linear Association	21.124	1	.000
N of Valid Cases	797		

a. 4 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .27.

Επειδή, $\text{sig}=0.000 < 0.05$ απορρίπτουμε την H0, άρα συμπεραίνουμε ότι η συχνότητα αγοράς τροφίμων και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας δεν είναι ανεξάρτητες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, όσοι πραγματοποιούν τις αγορές τους με συχνότητα 1 φορά την εβδομάδα και λιγότερο διαβάζουν συχνότερα τη διατροφική ετικέτα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η επαρκής πληροφόρηση των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα που αγοράζουν αποτελεί δικαίωμα, συνεπώς οι πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο των τροφίμων είναι χρήσιμο να παρέχονται στους καταναλωτές, ώστε οι ίδιοι να μπορούν να φροντίζουν για την καλή διατροφική τους συμπεριφορά. Η καταχώριση των συστατικών είναι ένας τρόπος για τον προσδιορισμό της φύσης των τροφίμων που καταναλώνονται, παρέχοντας ταυτόχρονα την πληροφορία που εξηγεί το περιεχόμενο των θρεπτικών συστατικών και για το λόγο αυτό η επισήμανση των τροφίμων τυγχάνει ιδιαίτερης προσοχής λόγω της ζήτησης των ίδιων των καταναλωτών.

Στην παρούσα έρευνα, μελετήθηκαν οι απόψεις 800 καταναλωτών σχετικά με την διατροφική επισήμανση και τα αποτελέσματα μπορούν να συνοψισθούν στα ακόλουθα:

- Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, η πλειοψηφία αφορά γυναίκες, ενώ όσον αφορά στην ηλικία η κατηγορία 18-30 αποτελεί την μεγαλύτερη αντιπροσωπευτική ομάδα του δείγματος, ενώ οι άνω των 60 αποτελεί τη μικρότερη αντιπροσωπευτική ηλικιακή ομάδα.
- Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι αρκετά υψηλό, έχοντας σπουδάσει κυρίως στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Όσον αφορά το μηνιαίο εισόδημα των συμμετεχόντων, φαίνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό εντάσσεται στα μεσαία εισοδήματα.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, ενώ ακολουθούν οι φοιτητές.
- Ως προς την κατάσταση της υγείας και τη φυσική κατάσταση των συμμετεχόντων, ικανοποιητικά είναι τα επίπεδα της άσκησης από μία φορά την εβδομάδα και άνω. Επίσης, ως καλή αξιολογεί την φυσική του κατάσταση το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, ενώ είναι μικρά τα ποσοστά εκείνων που δηλώνουν ότι η φυσική τους κατάσταση είναι πολύ κακή. Το ίδιο μοτίβο ακολουθεί και η αξιολόγηση της κατάστασης της συνολικής υγείας, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός μας αξιολογεί τη συνολική κατάσταση της υγείας της από καλή έως πολύ καλή, με τη συνολική αξιολόγηση της κατάστασης της υγείας των συμμετεχόντων κινείται προς τη θετική κατεύθυνση.
- Όσον αφορά την ενασχόληση με την προετοιμασία γευμάτων, η πλειοψηφία δηλώνει πως επιμελείται αποκλειστικά την ετοιμασία του φαγητού του. Στο ίδιο μήκος κύματος με την ενασχόληση με την προετοιμασία του φαγητού κινείται και η ενασχόληση με την αγορά

τροφίμων, καθώς η πλειοψηφία υπογραμμίζει ότι αναλαμβάνει μόνη της αυτή τη διαδικασία. ώ μόνο το 7.9% αναφέρει πως το έχει αναλάβει ο/η σύζυγος και το 19.1% κάποιος άλλος.

- Σχετικά με τις συνήθειες των καταναλωτών του δείγματός μας που αφορούν τη συχνότητα αγοράς τροφίμων, φαίνεται πως η πλειοψηφία συνηθίζει να πραγματοποιεί τις αγορές του σε εβδομαδιαία βάση. Όσον αφορά το μέσο χρόνο που δαπανούν οι καταναλωτές για την αγορά τροφίμων, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό πραγματοποιεί τις αγορές του βιαστικά πιθανόν χωρίς να αφιερώνει χρόνο στην ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας.
- Αναφορικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές κατά την αγορά τροφίμων, ο κυριότερος από αυτούς είναι η ημερομηνία λήξης, η οσμή και η γεύση του προϊόντος, καθώς και η εμφάνιση του. Οι πληροφορίες που αφορούν τη διατροφική ετικέτα, όπως η διατροφική αξία και τα πρόσθετα είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων καθώς λαμβάνονται υπόψη από τους καταναλωτές. Οι διατροφικές προτιμήσεις της οικογένειας φαίνεται ότι έχουν πολύ σημαντικό ρόλο στις επιλογές τροφίμων κατά τις αγορές, καθώς η πλειοψηφία αναφέρει ότι επηρεάζεται πάντοτε.
- Σχετικά με την ερώτηση αν είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη διατροφική ετικέτα, το 76.9% δηλώνει πως είναι υποχρεωτική ενώ μόνο το 1.1% αναφέρει πως δεν είναι. Το 21.9% απάντησε πως δεν γνωρίζει το ισχύον πλαίσιο.
- Όσον αφορά την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας στα τρόφιμα, η πλειοψηφία αναφέρει πως τη διαβάσει συχνά, με την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας να επηρεάζει συχνά τους καταναλωτές όσον αφορά τις επιλογές που θα κάνουν στις αγορές τους. Από τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποφυγή ανάγνωσης της διατροφικής ετικέτας, ο σημαντικότερος είναι η απουσία διαθέσιμου χρόνου, ενώ οι καταναλωτές του δείγματός μας δηλώνουν πως γνωρίζουν εκ των προτέρων τη σύσταση των προϊόντων που αγοράζουν γι' αυτό αποφεύγουν να διαβάσουν τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας. Επίσης, η δυσκολία κατανόησης των πληροφοριών που αναγράφονται στη διατροφική ετικέτα εμποδίζει τους καταναλωτές να τη συμβουλευτούν.
- Όσον αφορά τις απόψεις των καταναλωτών σχετικά με τη διατροφική ετικέτα, φαίνεται πως η πλειονότητα συμφωνεί πως διαβάσει τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων για σιγουριά καθώς κατ' αυτόν τον τρόπο μπορεί να έχει έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Παρόλα αυτά η πλειοψηφία συμφωνεί αρκετά ότι η ορολογία που χρησιμοποιείται στις διατροφικές ετικέτες είναι πολύ επιστημονική.
- Τέλος, από τους ερωτηθέντες ζητήθηκε να επιλέξουν τι θα επέλεγαν να αλλάξει ώστε να βελτιωθεί η διατροφική ετικέτα. Το 49.6% συμφωνεί ότι θα πρέπει να γίνεται χρήση απλών λέξεων, ενώ το 36.8% να προτείνει να γίνεται χρήση συμβόλων και εικόνων. Συνολικά, το 88.3% αναφέρει πως δεν θα ήθελε οι διατροφικές ετικέτες να έχουν την ίδια μορφή.

Στους στατιστικούς ελέγχους συσχετίσεων που έγιναν, προέκυψε ότι:

- Οι άνδρες και οι γυναίκες του δείγματός μας έχουν διαφορετική κατανομή βάρους, ενώ όσοι αφιερώνουν περισσότερο από μία ώρα στη διαδικασία των αγορών τους δεν έχουν τα ίδια έξοδα διατροφής με όσους αφιερώνουν λιγότερο από μία ώρα στην διαδικασία αυτή.
- Όσον αφορά την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας, το φύλο και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένες και δηλώνουν ότι διαβάζουν πάντα τη διατροφική ετικέτα με ποσοστό 68.5% σε σύγκριση με τους άντρες που δηλώνουν ότι τη διαβάζουν πάντα σε ποσοστό 31.5%.
- Η ηλικία και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, οι μέσες ηλικίες 31-60 είναι πιο πιθανό να διαβάζουν πάντα τη διατροφική ετικέτα σε σύγκριση με τις μικρότερες ηλικίες και με τα άτομα άνω των 60.
- Ο χρόνος αγοράς τροφίμων και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας είναι εξαρτημένες μεταβλητές μεταβλητές, όπως και η φυσική κατάσταση, η κατάσταση υγείας και η ανάγνωση της διατροφικής. Συγκεκριμένα, όσοι χαρακτηρίζουν τη φυσική τους κατάσταση ή την κατάσταση της υγείας τους καλή ή πολύ καλή τείνουν να διαβάζουν συχνότερα τη διατροφική ετικέτα.
- Τα έξοδα διατροφής συσχετίζονται με την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας καθώς όσοι αφιερώνουν περισσότερα χρήματα στη διατροφή τους διαβάζουν πιο συχνά τη διατροφική ετικέτα με όσους αφιερώνουν λιγότερα χρήματα.
- Η συχνότητα αγοράς τροφίμων και η ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας δεν είναι ανεξάρτητες μεταβλητές. Συγκεκριμένα, όσοι πραγματοποιούν τις αγορές τους με συχνότητα 1 φορά την εβδομάδα και λιγότερο διαβάζουν συχνότερα τη διατροφική ετικέτα.

Περιορισμοί

Υπάρχουν ορισμένοι περιορισμοί όσον αφορά τον συγκριτικό έλεγχο του δείγματός μας με τις πειραματικές έρευνες που σχετίζονται με την διατροφική ετικέτα, λόγω του ότι δεν συμπίπτουν όλες οι συγκρίσεις που διενεργήσαμε με αυτές των πειραματικών ερευνών.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bass, V. F. (1991) Food Labeling and Consumer Satisfaction. *Journal of Home Economics*, **83**: 2-5.
- Bleich, S., Economos, C., Spiker, M., Vercammen, K., VanEpps, E., Block, J., Elbel, B., Story, M. & Roberto, C. (2017) A systematic review of calorie labeling and modified calorie labeling interventions: Impact on consumer and restaurant behavior. *Obesity*, **25(12)**: 2018–2044.
- Burton, S. and Biswas, A. (1993) Preliminary Assessment of Changes in Labels Required by the Nutrition Labeling and Education Act of 1990. *The Journal of Consumer Affairs*, **27**: 127-145.
- Campos S, Doxey J & Hammond D. (2011) Nutrition labels on pre-packaged foods: A systematic review. *Public Health Nutr.*, **14**:1496–506.
- Cheftel, J.C. (2005) Food and nutrition labelling in the European Union. *Food Chemistry*, **93(3)**: 531-550.
- Cowburn G & Stockley L. (2005) Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutr.*, **8**: 21–28.
- Drichoutis A.C., Nayga J.R. and Lazaridis P. (2009) Can nutritional label use influence body weight outcomes? *Kyklos*, 62:500–25.
- Drichoutis, A.C., Lazaridis, P. and Nayga Jr, R.M. (2006) Consumers' use of nutritional labels: a review of research studies and issues.. *Academy of marketing science review*, **9**: 93-118.
- Dumanovsky, T., Huang, C. Y., Nonas, C. A., Matte, T. D., Bassett, M. T. & Silver, L. D. (2011) Changes in energy content of lunchtime purchases from fast food restaurants after introduction of calorie labelling: cross sectional customer surveys. *The British Medical Journal*, **343**: d4464.
- Goyal, R. and Deshmukh, N. (2018) Food label reading: Read before you eat. *J Educ Health Promot.*, **7**:56.
- Grunert K.G. and Wills J.M. (2007) A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *J Public Health*, **15**: 385–99.

- Henley, E.C. (1992) Food and Drug Administration's Proposed Labeling Rules for Pre teen.. *The Journal of the American Dietetic Association*, **92**: 293-294.
- Hieke S. and Taylor C.R. (2012) A critical review of the literature on nutritional labeling. *J Consum Aff.*, **46**:120-56.
- Ippolito, P.M. & Mathios, A.D. (1995) Information and advertising: The case of fat consumption in the united states. *The American Economic Review Papers and Proceedings*, **85(2)**: 91.
- Jensen, H.H. and Kesavan, T. (1993) Sources of Information, Consumer Attitudes on Nutrition, and Consumption of Dairy Products. *The Journal of Consumer Affairs*, **27**: 357-376.
- Lin C.T. and Yen S.T. (2010) Knowledge of dietary fats among US consumers. *J Am Diet Assoc.*, **110**:613-618.
- Moorman, C. (1990) The effects of stimulus and consumer characteristics on the utilization of nutrition information. *Journal of Consumer Research*, **17(3)**: 362-374.
- Wills, J.M., Schmidt, D.B., Pillo-Blocka, F. and Cairns, G. (2009) Exploring global consumer attitudes toward nutrition information on food labels. *Nutr Rev.*, **67(1)**: 102-106.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

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 \longrightarrow 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 ετικέτα της συσκευασίας των τροφίμων;

Ποτέ Σπάνια Συχνά Πάντοτε

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

Ποτέ Σπάνια Συχνά Πάντοτε

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

Ποτέ Σπάνια Συχνά Πάντοτε

27. Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα 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 ετικέτα 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 ετικέτα 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:



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

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

Καθόλου →

Πάρ

α 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 (επιλογές)

(μέχρι 2

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