

ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΣΤΑ ΤΡΙΚΑΛΑ

ΜΕΛΙΝΑ ΚΑΤΣΑΛΟΥΛΗ

Μάρκα του Καταναλωτή: Η αλλαγή σκυτάλης από τον ΘΕΣγάλα στην ΤΡΙΚΚΗ και η συμφωνία με τη Neuropublic

Σύντομα στο ράφι και η φέτα

Οι πρώτες εβδομάδες του φθινοπώρου σηματοδοτούν μια σειρά νέων δράσεων για την Μάρκα του Καταναλωτή – Ποιος είναι το Αφεντικό καθώς από τις αρχές Σεπτεμβρίου ξεκίνησε η συνεργασία με την γαλακτοβιομηχανία ΤΡΙΚΚΗ που θα παράγει πλέον το φρέσκο γάλα που βρίσκεται κάτω από την ομπρέλα της πρωτοβουλίας.

Την πρώτη εβδομάδα του Οκτωβρίου τοποθετείται στα ράφια της AB Βασιλόπουλος και της MyMarket και η φέτα με τις προδιαγραφές που επέλεξαν οι καταναλωτές.

Επιπλέον, ολοκληρώθηκε η έρευνα και ξεκινάει η κωδικοποίηση του ερωτηματολογίου για το μέλι της πρωτοβουλίας, ενώ μέσω του ευρωπαϊκού προγράμματος Ploutos h2020 με εταίρο την Neuropublic, θα ενταχθούν στα προϊόντα της πρωτοβουλίας οι πατάτες και τα προϊόντα ντομάτας, τα οποία θα παραχθούν μέσω του συστήματος της ευφυούς γεωργίας GaiaSense.

Στα 1,42 ευρώ η τιμή λιανικής για το αγελαδινό γάλα

Η αλλαγή σκυτάλης μεταξύ ΘΕΣΓάλα, που ήταν μέχρι πρότινος ο προμηθευτής του φρέσκου γάλακτος της πρωτοβουλίας, και της ΤΡΙΚΚΗ προκρίθηκε λόγω της μεγαλύτερης ευελιξίας της τρικαλινής γαλακτοβιομηχανίας στο κομμάτι της διανομής, όπως ανέφερε στο FOODReporter ο Λάμπης Κώτσου από τη Μάρκα του Καταναλωτή.

Το φρέσκο γάλα θα διατίθεται με τιμή λιανικής στα 1,42 ευρώ για το αγελαδινό γάλα, προσφέροντας παράλληλα στους κτηνοτρόφους την υψηλότερη τιμή παραγωγού στην Ελλάδα που διαμορφώνεται στα 47,5 λεπτά το κιλό. Ενδεικτικό είναι ότι σε μια από τις χειρότερες χρονιές για την ελληνική κτηνοτροφία, λόγω της εκτόξευσης του κόστους των ζωοτροφών, οι τιμές παραγωγού στο αγελαδινό γάλα κυμαίνονται πανελλαδικά μεταξύ 0,36 και 0,40 ευρώ.



Η νέα συνεργασία επισφραγίστηκε από την επίσκεψη μελών της πρωτοβουλίας στο εργοστάσιο της ΤΡΙΚΚΗ, καθώς και στη φάρμα του παραγωγού Δημήτρη Παπαδάκη στα Τρίκαλα, για να παρακολουθήσουν από κοντά όλα τα στάδια της παραγωγής και να ελέγξουν κατά πόσο διασφαλίζονται οι επιλογές που έχουν ψηφιστεί από τους καταναλωτές για τη διαμόρφωση του φρέσκου γάλακτος.

«Για εμάς τους παραγωγούς είναι μια δίκαιη τιμή, καθώς κυμαίνεται πάνω από 7,5 λεπτά από τη μέση τιμή της αγοράς» δήλωσε ο κ. Παπαδάκης, έμπειρος αγελαδοτρόφος της περιοχής, Ο Χρήστος Πολύζος, γενικός διευθυντής της ΤΡΙΚΚΗ, υπογράμμισε από την πλευρά του στο FOODReporter ότι «η τιμή των 1,42 ευρώ που διατίθεται το γάλα της πρωτοβουλίας στους καταναλωτές, είναι η τιμή που θα πρέπει να έχει ένα προϊόν με τα συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά που αμείβει σωστά όσους εμπλέκονται στην παραγωγή του».

Λανσάρισμα σε AB και MyMarket

Το γάλα της πρωτοβουλίας θα βρίσκεται μέχρι τις 20 Σεπτεμβρίου σε όλα τα σημεία της AB Βασιλόπουλος, και αναμένεται να τοποθετηθεί σε πρώτη φάση στην πλειονότητα των καταστημάτων της MyMarket. Σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση του προφίλ της Μάρκας του Καταναλωτή

αναμένεται να έχει και το λανσάρισμα της φέτας σε συνεργασία με τη δραμινή ΝΕΟΓΑΛ μέσα στις επόμενες εβδομάδες. Ιδιαίτερα ικανοποιητικές κρίνονται και οι πωλήσεις του στραγγιστού γιαουρτιού, που παράγεται από τον ίδιο εταίρο, και έχουν ξεπεράσει τα 100.000 τεμάχια.

Ενδιαφέρον και από τον ΟΗΕ

Ενδιαφέρον όμως για τη Μάρκα του Καταναλωτή έχουν δείξει και τα Ηνωμένα Έθνη. Για το λόγο αυτό η επίσκεψη στο εργοστάσιο της ΤΡΙΚΚΗ και στην φάρμα του κ. Παπαδάκη πλαισιώθηκε από διεθνές κινηματογραφικό συνεργείο, το οποίο τράβηξε στιγμιότυπα για τη δημιουργία ενός ντοκιμαντέρ που θα προβληθεί στο Φεστιβάλ των Καννών. «Τα Ηνωμένα Έθνη έχουν προσκαλέσει την πρωτοβουλία να παρουσιάσει το έργο της στη Νέα Υόρκη», ανέφερε ο κ. Κώτσου, προσθέτοντας ότι «στο πλαίσιο αυτό γυρίζεται ένα ντοκιμαντέρ στις χώρες όπου η Μάρκα του Καταναλωτή έχει παρουσία.

Πρόθεσή μας είναι να δείξουμε πώς λειτουργεί αυτή η πρωτοβουλία, τον τρόπο που στηρίζει τους παραγωγούς και πώς εμείς οι καταναλωτές είμαστε οι ενεργοί συμμετοχοί στην όλη αυτή τη διαδικασία από το χωράφι στο σούπερ μάρκετ, επηρεάζοντας τη βιωσιμότητα σε κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο».