

ΚΑΛΑΘΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Εισαγωγή

«Διατροφική ασφάλεια υπάρχει όταν όλοι οι άνθρωποι, οποιαδήποτε στιγμή, έχουν φυσική και οικονομική πρόσβαση σε ασφαλή και θρεπτικά τρόφιμα, τα οποία ικανοποιούν τις διατροφικές τους ανάγκες και προτιμήσεις για ενεργή και υγιή διαβίωση.»

(Παγκόσμια Συνδιάσκεψη για τα Τρόφιμα, 1996)

Στα πλαίσια του παραπάνω ευρύ ορισμού, η ποιότητα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των τροφίμων, η ποικιλία/πολυμορφία και η τοπική πρόσβαση είναι σημαντικοί παράγοντες που θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη.

Σε διάφορα μέρη του κόσμου, γενιές ανθρώπων έχουν «κτίσει» την δική του τοπική ταυτότητα, μέσω:

- της τεχνογνωσίας που αναπτύσσουν,
- των αναγνωρισμένων διατροφικών προϊόντων που παράγουν, και
- ενός φυσικού περιβάλλοντος που αντανακλά την αλληλεπίδραση μεταξύ φυσικών πόρων και παραγωγικού συστήματος.

Σήμερα, ο δεσμός μεταξύ ενός προϊόντος, ενός τόπου και των κατοίκων, δεν αντιπροσωπεύει απλά μια κληρονομιά που πρέπει να διατηρηθεί, αλλά αποτελεί μια σημαντική αυτοτελή οικονομική αξία, καθώς οι καταναλωτές ενδιαφέρονται όλο και πιο πολύ για την ποιότητα που συνδέεται με την γεωγραφική προέλευση και την τοπική παράδοση και τα τοπικά έθιμα.

Λαμβάνοντας υπόψη την θετική επίδραση που έχουν οι δεσμοί αυτοί στην βιώσιμη αγροτική ανάπτυξη και στη διατήρηση της τοπικής βιοποικιλότητας, η νέα αιρετή Περιφερειακή Αυτοδιοίκηση της Δυτικής Ελλάδας έχει θέσει ως προτεραιότητά της την ποιότητα που συνδέεται με τη γεωγραφική προέλευση και αναλαμβάνει την πρωτοβουλία να καθοδηγήσει και να συντονίσει μία ευρεία δημόσια διαβούλευση για τη δημιουργία «καλαθίου προϊόντων της Δυτικής Ελλάδας», που θα αναπτύξει αυτή τη σφαίρα δραστηριοποίησης.

Σκοπός της πρωτοβουλίας αυτής είναι:

- αφενός να υποστηρίξει όλους του εμπλεκόμενους, συμπεριλαμβανομένων των μικρών παραγωγών, στην προσπάθειά τους να προωθήσουν και να διατηρήσουν τα χαρακτηριστικά προϊόντα της Δυτικής Ελλάδας, ώστε εκμεταλλευόμενοι το αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών για προϊόντα με ποιότητα που συνδέεται με τη γεωγραφική προέλευση, να βελτιώσουν το βιοτικό τους επίπεδο, και
- αφετέρου να προωθήσει την βιώσιμη αγροτική ανάπτυξη της περιφέρειάς μας.

Προϊόντα με Γεωγραφική Προέλευση: Ένα εργαλείο περιφερειακής ανάπτυξης

Τις προηγούμενες δεκαετίες, όλο και περισσότερα τρόφιμα προωθούνται μέσω της ανάδειξης του τόπου απ' όπου προέρχονται γεωγραφικά και του τρόπου που παράγονται.

Οι πρακτικές προώθησης των προϊόντων βάσει της προέλευσής τους:

- ενδυναμώνει τους δεσμούς μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών,
- προσδίδει προστιθέμενη αξία στην τοπική παραγωγή, και
- διαφυλάσσει την τοπική γνώση και τον τοπικό πολιτισμό.

Και παρότι οι πρακτικές αυτές έχουν μακρά ιστορία, ωστόσο μόλις τα τελευταία χρόνια η σημαντικότητά τους, τόσο για τους παραγωγούς όσο και για τους καταναλωτές, αυξάνει συνεχώς, εν μέρει και ως αντίδραση στην παγκοσμιοποίηση.

Οι τοπικοί παραγωγοί έχουν ανάγκη να διαφοροποιούν τα προϊόντα τους στα μάτια των καταναλωτών, από τα μαζικοποιημένα και μερικές φορές φθηνότερα προϊόντα των μεγάλων εταιρειών και των πολυεθνικών. Και όσο πιο διεθνοποιημένη είναι η αγορά, τόσο πιο σημαντικά είναι τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για να διακρίνουν τα τοπικά προϊόντα. Παράγοντες που δεν σχετίζονται με την τιμή (όπως η αντιλαμβανόμενη ποιότητα, η εικόνα και η γεύση ενός τροφίμου) αποκτούν συνεχώς μεγαλύτερη σπουδαιότητα, την ίδια στιγμή που ο ανταγωνισμός των τιμών γίνεται όλο και πιο σκληρός. Και αυτό, δεν ισχύει μόνο για τα εξαγόμενα προϊόντα, αλλά και για τα προϊόντα που προωθούνται στις τοπικές αγορές, και τα οποία συχνά έχουν να ανταγωνιστούν τα συνεχώς αυξανόμενα εισαγόμενα προϊόντα.

Η Ε.Ε. έχει από καιρό αναγνωρίσει τη σημασία που έχουν τα τοπικά προϊόντα για την περιφερειακή ανάπτυξη, ενώ από το Μάρτιο του 2006 έχει εκδώσει Κανονισμό¹ για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων.

«Η Ευρώπη είναι γνωστή για την ποικιλομορφία της γεωργίας της και των γεωργικών της προϊόντων, ποικιλομορφία που οφείλεται στο φυσικό της περιβάλλον και στις καλλιεργητικές μεθόδους που αναπτύχθηκαν με το πέρασμα των αιώνων.

Σε συνδυασμό με την καλή κουζίνα, τα τρόφιμα και τα ποτά της Ευρώπης παίζουν σημαντικό ρόλο στην πολιτιστική ταυτότητα των λαών και των περιφερειών της Ευρώπης.»

(Κοινή Γεωργική Πολιτική)

Τα παραδείγματα όπου ετικέτες προέλευσης σε κρασιά, τυριά, κρέας, ελαιόλαδο και λοιπά προϊόντα συνέβαλλαν σημαντικά στη διατήρηση της αγροτικής παραγωγής και την ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων είναι αρκετά και αδιαμφισβήτητα.

Ακόμα, και σήμερα όπου σε συνθήκες παγκόσμιας οικονομικής κρίσης οι καταναλωτές διαθέτουν λιγότερα χρήματα για να ξοδέψουν, η «ταυτότητα προέλευσης» για ένα προϊόν είναι σημαντική.

Επίσης, σε ένα συνεχώς αστικοποιούμενο περιβάλλον, η προέλευση είναι δείκτης ποιότητας. Η γεωγραφική προέλευση προσδίδει εμπιστοσύνη στο προϊόν για τον νέο αστικό πληθυσμό.

Επιπλέον, σήμερα που η κινητικότητα ανθρώπων και προϊόντων είναι μεγάλη, η αναφορά στην γεωγραφική προέλευση ενός προϊόντος γίνεται ακόμα πιο σημαντική. Καταναλωτές συγκεκριμένης γεωγραφικής ή εθνοτικής προέλευσης, τείνουν να αναζητούν προϊόντα με τα οποία ήταν εξοικειωμένοι πίσω στον τόπο τους. Σταδιακά, αυτά τα τοπικά προϊόντα κερδίζουν σε φήμη και εμπιστοσύνη σε ευρύτερες ομάδες καταναλωτών. Για παράδειγμα, πλέον σχεδόν όλοι αναγνωρίζουν το ρύζι Basmati, το τσάι Κεϋλάνης ή τη μαστίχα Χίου

Τέλος, καθώς η πηγές προέλευσης των τροφίμων απομακρύνονται, τόσο γεωγραφικά όσο και πολιτισμικά, από τους καταναλωτές, οι ίδιοι οι καταναλωτές αναζητούν όλο και πιο πολύ εγγυήσεις ότι τα προϊόντα που αγοράζουν είναι αυθεντικά, ασφαλή και με ποιοτικά χαρακτηριστικά. Οι διατροφικές κρίσεις, οι επισιτιστικές κρίσεις, η επιμόλυνση από τα παρασιτοκτόνα, οι γενετικά μεταλλαγμένες καλλιέργειες, η ερημοποίηση και οι κλιματικές αλλαγές, γεμίζουν ανησυχία τους καταναλωτές σχετικά με τα τρόφιμα που καταναλώνουν.

Έτσι, η γεωγραφική και πολιτισμική προσέγγιση μεταξύ παραγωγών, εμπόρων και καταναλωτών παίζει πλέον σημαντικό ρόλο στη δυναμική της οικονομικής ανάπτυξης.

¹ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 510/2006 ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 20ής Μαρτίου 2006

Τα προϊόντα ονομασίας προέλευσης εγγυώνται ότι προέρχονται από μία συγκεκριμένη περιοχή και ότι παράγονται με έναν συγκεκριμένο τρόπο, και έτσι κερδίζουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Όμως η εμπιστοσύνη των καταναλωτών, δε είναι απλά θέμα υγείας ή υγιεινής. Βασίζεται στην μοναδική σχέση που έχει ο άνθρωπος με την τροφή. Τα τρόφιμα είναι τα μόνα καταναλωτικά προϊόντα που ο καταναλωτής στην κυριολεξία «ενσωματώνει» (μέσω της πέψης) και τα κάνει μέρος του οργανισμού του. Τα τρόφιμα είναι ζωή και πολιτισμός. Τα τρόφιμα μεταφέρουν αξίες και δημιουργούν ισχυρούς δεσμούς μεταξύ καταναλωτή και παραγωγού.

Περιφερειακή Ταυτότητα: Μια στρατηγική για βιώσιμη ανάπτυξη

Η διεργασία της καθιέρωσης μιας περιφερειακής ταυτότητας (και άρα φήμης) είναι παράλληλη με την εμφάνιση της έννοιας των εταιρικών σημάτων (brand names).

Από την αρχαία Αίγυπτο ακόμα, τα τοπωνύμια προέλευσης των διαφόρων προϊόντων, χρησιμοποιούνταν για να προσδιορίσουν τα διάφορα προϊόντα και να σηματοδοτήσουν την ποιότητά τους. Κατά τον Μεσαίωνα, οι διάφορες Ευρωπαϊκές συντεχνίες απέδιδαν στα προϊόντα τους συγκεκριμένα ονόματα για να εγγυηθούν στους καταναλωτές συνεπή ποιότητα, για να διασφαλίζουν την εμπορική αποκλειστικότητα και για να προστατεύονται νομικά οι ίδιοι οι παραγωγοί. Η ιστορία μερικών διάσημων τυριών ανιχνεύεται από εκείνους τους χρόνους: Parmigiano Reggiano στην Ιταλία, Edam στην Ολλανδία, and Comté & Gruyère στη Γαλλία.

Και στις δύο περιπτώσεις, οι παραγωγοί προσπαθούν να προσδώσουν επιπλέον αξία στα προϊόντα τους, παρέχοντας στον καταναλωτή ένα διακριτικό όνομα:

- Το όνομα ενός μόνο παραγωγού, στην περίπτωση των εταιρικών σημάτων, ή
- Το όνομα μιας περιοχής, που αντιπροσώπευε μια συλλογικότητα παραγωγών, στην περίπτωση των περιφερειακών προϊόντων.

Με την ανάπτυξη του εθνικού και διεθνούς εμπορίου, τεχνικές προδιαγραφές και πρότυπα άρχισαν να αναπτύσσονται και να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο εμπόριο.

Μεγάλες εταιρείες άρχισαν να παρουσιάζουν παγκόσμια εταιρικά σήματα, όπως η Coca-Cola. Τα παγκόσμια εταιρικά σήματα είναι τυποποιημένα προϊόντα, που διακινούνται παγκοσμίως με το ίδιο διακριτικό όνομα, συνεισφέροντας στην εξασθένιση των πολιτισμικών συνόρων, προσφέροντας σύγκλιση των γεύσεων και των προτιμήσεων.

Σήμερα, οι καταναλωτές έχουν στη διάθεσή τους πληθώρα εναλλακτικών για κάθε είδους προϊόν, και συχνά επιλέγουν βάσει της **ταυτότητας** ενός προϊόντος, η οποία κατά κάποιον τρόπο εγγυάται ένα συγκεκριμένο επίπεδο ποιότητας ή αντανακλά μια επιθυμητή εικόνα.

Από την άλλη πλευρά, σε αυτό το ανταγωνιστικό περιβάλλον, είναι προτιμότερο για τους παραγωγούς ή τους μεταπωλητές να εγκαθιστούν σταθερές σχέσεις με τους καταναλωτές, από ότι να κάνουν μια αδιάφορη μεμονωμένη πώληση. Η βασική αρχή είναι απλή: όσο πιο ισχυρός είναι ο δεσμός με τον καταναλωτή, τόσο υψηλότερες είναι οι πωλήσεις.

Οι μεγάλες εταιρείες και οι πολυεθνικοί κολοσσοί, επενδύουν σημαντικά ποσά του κύκλου εργασιών τους στην προσπάθεια ενδυνάμωσης της εταιρικής τους εικόνας μέσω της διαφήμισης. Όμως, είναι η ποιότητα ενός πολυεθνικού προϊόντος πραγματικά ανώτερη ενός τοπικού προϊόντος;

Κατά παράδοξο τρόπο, η ανάπτυξη των παγκοσμίων εταιρικών σημάτων οδήγησε και στην αύξηση της επιθυμίας των καταναλωτών για μεγαλύτερη ποικιλομορφία και τη διατήρηση των τοπικών προϊόντων. Πολλές μεγάλες εταιρείες πλέον αναγνωρίζουν τις τάσεις αυτές, και

επαναπροσδιορίζουν την εμπορική τους στρατηγική από την μαζική προώθηση των προϊόντων τους, σε στρατηγικές προσαρμοσμένες στις τοπικές αγορές. Οι τάσεις αυτές ενίσχυσαν την προώθηση των παραδοσιακών τοπικών προϊόντων και πυροδότησαν την αναζήτηση νέων περιφερειακών προϊόντων για διάθεση στις αγορές. Η αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος για χαρακτηριστικά περιφερειακά προϊόντα είναι αδιαμφισβήτητη: «Bordeaux», «Roquefort», «Havana» είναι μερικά πασίγνωστα παραδείγματα γεωγραφικών ονομάτων που συνδέονται με συγκεκριμένα προϊόντα, παγκόσμιας εμβελείας.

Η φήμη των προϊόντων αυτών απορρέει από τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά που κατέχουν τα προϊόντα που προέρχονται από αυτά τα μέρη, και η εικόνα της περιοχής προέλευσής τους χρησιμοποιείται για την προώθησή τους.

Οι ετικέτες ονομασίας προέλευσης είναι το αντίθετο των μεγάλων εμπορικών σημάτων και των πολυεθνικών.

Και τα δύο βασίζονται στην ίδια αρχή: στο να βοηθήσουν τον καταναλωτή να επιλέξει, εγγυώμενες του ένα σύνολο προδιαγεγραμμένων χαρακτηριστικών ποιότητας.

Όσο πιο διαφέρουν ριζικά μεταξύ τους στον τρόπο με τον οποίο εγκαθίσταται η σχέση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές. Για τα μεγάλα εμπορικά σήματα, η παραγωγική διαδικασία είναι ίδια σε όλους τους τόπους παραγωγής τους. Αντίθετα, τα προϊόντα ονομασίας προέλευσης, μπορούν να παραχθούν μόνο εντός μιας συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής, η οποία προσδίδει στο τελικό προϊόν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που το διαφοροποιούν μοναδικά.

Ονομασία προέλευσης σημαίνει μια ιστορικά ανεπτυγμένη αλληλεπίδραση μεταξύ προϊόντος και συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής, δηλαδή, μεταξύ:

- των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του προϊόντος που προκύπτουν από τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, και
- τις πρακτικές, τα ήθη, τα έθιμα και τον πολιτισμό της τοπικής κοινωνίας της περιοχής.

Τα προϊόντα με γεωγραφική ταυτότητα δεν «προέρχονται» απλώς από μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, αλλά «είναι» από την περιοχή αυτή. Εμπεριέχουν αξίες και πολιτισμό, δηλαδή, έχουν «ταυτότητα».

Η ταυτότητα των προϊόντων αυτών αντανακλά τον μοναδικό συνδυασμό των τοπικών φυσικών πόρων (κλίμα, έδαφος, τοπικές ποικιλίες και εκτροφές, παραδοσιακός εξοπλισμός, κλπ.) και του πολιτισμικού κεφαλαίου της περιοχής (παραδόσεις, τεχνογνωσία, δεξιότητες και πρακτικές, που συχνά περνούν από γενιά σε γενιά).

Το μείγμα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών ενός προϊόντος και της εικόνας μιας περιοχής, προσδίδουν στο προϊόν μια μοναδική ταυτότητα και αυξάνουν την αξία του. Όμως, και τα προϊόντα με γεωγραφική προέλευση συνεισφέρουν στη διατήρηση του παραγωγικού ιστού, των διατροφικών προτύπων και των τοπικών κοινοτήτων της περιοχής που προέρχονται.

Τα προϊόντα με γεωγραφική προέλευση είναι εξ ορισμού ευεργετικά για μία περιοχή και της προσφέρουν ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα για βιώσιμη ανάπτυξη.

- **Οικονομική βιωσιμότητα:** Συνεισφέρουν βελτίωση του εισοδήματος και του επιπέδου διαβίωσης των παραγωγών και κάνουν ολόκληρη την οικονομία της υπαίθρου της περιοχής πιο δυναμική.
- **Κοινωνική και Πολιτισμική βιωσιμότητα:** Η τοπική κοινωνία θεωρεί «δικά της» τα προϊόντα αυτά και συμμετέχει στη διαμόρφωση αποφάσεων και στην ανάληψη ενεργειών. Επίσης ευεργετείται από δίκαιη κατανομή των ωφελημάτων. Τέλος, οι τοπικές παραδόσεις, γνώσεις και δεξιότητες διατηρούνται, ενώ παράλληλα ενισχύεται η τοπική ταυτότητα και κοινωνική συνοχή.

- Περιβαλλοντική βιωσιμότητα: Οι αναπτυσσόμενες πρακτικές παραγωγής, εμπορίας και κατανάλωσης των προϊόντων αυτών διατηρούν και συχνά βελτιώνουν τη διατήρηση των τοπικών φυσικών πόρων (ιδίως της βιοποικιλότητας), του τοπίου, του εδάφους και των υδάτων για τις επόμενες γενιές.

Αντιλαμβανόμενος τις ευθύνες του ο νέος θεσμός της Περιφερειακής Αυτοδιοίκησης, θέλει να σταθεί σημαντικός συμπαράστατης στην ανάδειξη των προϊόντων της Δυτικής Ελλάδας και στην προστασία τόσο των προϊόντων αυτών όσο και του τοπικού πληθυσμού, σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς και τους παραγωγούς, μια διαδικασία δηλαδή που θα έπρεπε ούτως ή άλλως να είναι αυτονόητη και παγίως θεσμοθετημένη.

Η προστασία των ιδιαίτερων προϊόντων της Δυτικής Ελλάδας από την απομίμηση και τη μαζική παραγωγή εκ μέρους πολυεθνικών εταιρειών, μέσω της ανάδειξης της γεωγραφικής τους προέλευσης, έχει πολλαπλό όφελος:

- Διαφυλάσσει την μοναδικότητα των προϊόντων αυτών (π.χ. η μαζικότητα της prêt-à-porter μόδας δεν μπορεί να συγκριθεί με την μοναδικότητα των σχεδίων υψηλής ραπτικής).
- Διασφαλίζει τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων αυτών (π.χ. το Δανέζικο τυρί «τύπου φέτα» δεν πλησίασε ποτέ ούτε κατά διάνοια τα γευστικά και θρεπτικά χαρακτηριστικά της πραγματικής Ελληνικής φέτας).
- Προστατεύει την τοπική κοινότητα, εξασφαλίζοντας μία βιώσιμη πηγή ανάπτυξης. Τα μεγάλα εμπορικά σήματα δεν ωφελούν την τοπική κοινότητα, στον βαθμό που την ωφελούν τα τοπικά προϊόντα (ονομασίας προέλευσης).

Τα προϊόντα της Δυτικής Ελλάδας μπορούν να διεισδύσουν στη τοπική, στην εθνική και στη διεθνή αγορά.

Η ταυτότητά τους τεκμηριώνεται από:

- τις ιδιαιτερότητες της γεωγραφικής περιοχής της Δυτικής Ελλάδας από την οποία αντλούν την προέλευσή τους,
- τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους, και
- τη φήμη τους.

Και η ταυτότητά τους αυτή θα αποτελέσει το μέσο για την εθνική και διεθνή αναγνώριση της κληρονομιάς και του διατροφικού πολιτισμού της περιοχής από την οποία προέρχονται.

Τι είναι το Καλάθι Προϊόντων της ΠΔΕ

Το «καλάθι προϊόντων» της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας θα απαρτίζεται από χαρακτηριστικά προϊόντα της περιοχής μας.

Ως χαρακτηριστικά προϊόντα της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας, που θα μπορούσαν να συμπεριληφθούν στο καλάθι, αναζητούμε:

- τα ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα, τα οποία βασίζονται στην ισχυρή ταυτότητα και φήμη της περιοχής μας,

ή/και

- τα συνήθη τοπικά προϊόντα, τα οποία βασίζονται σε συγκεκριμένες μεθόδους παραγωγής και των οποίων η ποιότητα, η φήμη και τα λοιπά χαρακτηριστικά αποδίδονται σε σημαντικό βαθμό στην γεωγραφική τους προέλευση (Δυτική Ελλάδα).

Τα προϊόντα αυτά μπορούν να προέρχονται είτε από τον τομέα της Αγροτικής και Γεωργικής παραγωγής, είτε από τον τομέα της Κτηνοτροφίας είτε από τον τομέα της Αλιείας και της Ιχθυοκαλλιέργειας.

Επιπλέον, τα προϊόντα αυτά θα πρέπει:

- Να συνδέονται με το διατροφικό πρότυπο της περιοχής μας,

- Να έχουν επαρκή παραγωγή,
- Να είναι βιώσιμα επιχειρηματικά και εμπορικά, και
- Να μπορούν να αποτελέσουν «αιχμή του δόρατος» για την ανάπτυξη και την εξωστρέφεια της περιοχής.

Τα προϊόντα που θα πληρούν τα ανωτέρω χαρακτηριστικά και θα απαρτίζουν το καλάθι της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας θα επιλεγθούν μέσα από τη διαβούλευση και τη συναπόφαση μεταξύ Περιφερειακής Αυτοδιοίκησης και τοπικών παραγόντων (τοπικές κοινότητες, φορείς, παραγωγοί, δίκτυα διανομής, κλπ.).

Ο Στόχος

- Η προώθηση των προϊόντων του καλάθιού της περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας με Εθνικό σήμα (Ελληνικό brand name), υπό την αιγίδα του ΥπΑΑΤ.
- Η θεσμοθέτηση Περιφερειακού σήματος για τη Δυτική Ελλάδα.
- Η υποστήριξη των συγκεκριμένων προϊόντων, εκ μέρους του ΥπΑΑΤ και των Οργανισμών του, και τον τοπικών Εκπαιδευτικών και Ερευνητικών Ιδρυμάτων, όσον αφορά την εμπορική έρευνα και τεκμηρίωση, την εφαρμοσμένη έρευνα, την εκπαίδευση, την προβολή και τα κίνητρα.
- Η προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης (βιολογικές καλλιέργειες, ΠΟΠ, ΠΓΕ, ολοκληρωμένη διαχείριση).
- Η διατήρηση της βιοποικιλότητας της Δυτικής Ελλάδας μέσα από την προστασία και την ενίσχυση των παραδοσιακών και ντόπιων ποικιλιών, καλλιεργειών και εκτροφών, ώστε να εξασφαλιστεί η συνέχισή τους και η σύνδεσή τους με την τοπική οικονομία (τουριστικό προϊόν, εγχώρια αγορά, εξαγωγές, κλπ.).
- Η πιστοποίηση της ποιότητας των προϊόντων.
- Η γεωγραφική ενότητα της Δυτικής Ελλάδας να είναι ένας προορισμός με ιδιαίτερη ταυτότητα και χαρακτηριστική γεύση και άρωμα.