



ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΪΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ

[ΟΟΣΑ] Συστάσεις για αναμόρφωση της νομοθεσίας που διέπει τις συναλλαγές στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου

Προς νέο πλαίσιο για το e-commerce

Του Σταμάτη Ζσιμού
zstam@naftemporiki.gr

Την άμεση αναμόρφωση του πλαισίου για το ηλεκτρονικό εμπόριο ζητεί από την κυβέρνηση ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ). Ο Οργανισμός, στον οποίο έχει ανατεθεί η εκπόνηση σχετικής μελέτης, αναγορεύει το θέμα του ηλεκτρονικού εμπορίου σε «θέμα προτεραιότητας», εκτιμώντας ότι ο εκσυγχρονισμός του πλαισίου στα ευρωπαϊκά πρότυπα θα δώσει μεγάλη ώθηση σε έναν κλάδο, στον οποίο η χώρα καταγράφει μεγάλη υστέρηση. Η υστέρηση αυτή αποτυπώνεται και σε επίσημα στοιχεία της Eurostat, με βάση τα οποία μόλις το 6% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα -με απασχόληση 10 ατόμων και άνω- σημείωσε διαδικτυακές πωλήσεις το 2015 (9% το 2014). Η αξία των πωλήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου αντιπροσωπεύει το 1% των πωλήσεων των ελληνικών επιχειρήσεων που απασχολούν 10 άτομα και άνω (2% το 2014). Τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν 17% (15% το 2014) τόσο σε αριθμό επιχειρήσεων όσο και σε αξία πωλήσεων.

Οι συστάσεις του ΟΟΣΑ, που όπως δηλώνει το υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού θα ενσωματωθούν στο εθνικό δίκαιο έως το τέλος του έτους, αφορούν κυρίως στη μεταρρύθμιση της νομοθεσίας Προστασίας Καταναλωτή, η οποία πρέπει να απλοποιηθεί ώστε να εξυπηρετεί τις αυτοματοποιημένες διαδικασίες που χρησιμοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Ως προς τη νομοθεσία περί προστασίας του καταναλωτή θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι συναλλαγές C2C (μεταξύ καταναλωτών). Η μερική μεταφορά της ευρωπαϊκής νομοθεσίας εντός παλαιότερων νομοθετημάτων, όπως ο Αστικός Κώδικας (π.χ. νομικές εγγυήσεις), έχει την ακούσια συνέπεια ότι οι σχετικές διατάξεις εφαρμόζονται όχι μόνο σε συναλλαγές επιχειρήσεων με καταναλωτή (B2C), αλλά και σε αυτές μεταξύ καταναλωτών (C2C). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα δυνητικά εμπόδια στις πωλή-



**ΑΥΞΗΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ
ΣΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ
ΓΙΑ ONLINE ΑΓΟΡΕΣ**

▼ Εκτός από τις ενδείξεις υστέρησης, υπάρχουν ταυτόχρονα και ενδείξεις ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει δυναμική στην Ελλάδα, καθώς παρουσιάζονται αυξητικές τάσεις στα βασικά μεγέθη που καθορίζουν την ανάπτυξή του. Κι αυτό, καθώς τα στοιχεία της Eurostat δείχνουν σημαντική αύξηση τόσο στη διείσδυση του διαδικτύου στην Ελλάδα (68% των νοικοκυριών είχε πρόσβαση στο διαδίκτυο το 2015 έναντι 46% το 2010) όσο και στο ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που πραγματοποιούν on-

line αγορές (47% το 2015 από 27% το 2010). Παράλληλα, σύμφωνα με την επίσημη έρευνα ηλεκτρονικού εμπορίου B2C του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, το 25% των online αγοραστών έκανε την πλειονότητα των αγορών του κατά το 2015 (9% το 2014), ενώ η μέση δαπάνη εμφανίζεται αυξημένη κατά 10%. Επιπρόσθετα το 65% των online αγορών από Έλληνες αγοραστές έγινε από ελληνικούς ιστότοπους (60% το 2014).

στασία στους καταναλωτές για μια περίοδο δύο ετών από την παράδοση των προϊόντων. Οι «εμπορικές εγγυήσεις» είναι επιπρόσθετα εχέγγυα που προσφέρει κατ' επιλογήν ο προσφέρων αυτές (κατασκευαστής, εισαγωγέας, πωλητής κ.λπ.), που συχνά προσφέρονται ως αποτέλεσμα του ανταγωνισμού. Οι διατάξεις περί εγγυήσεων είναι και πολύπλοκες και διασκορπισμένες στο εθνικό δίκαιο (εν μέρει στη νομοθεσία περί προστασίας του καταναλωτή και εν μέρει στον Αστικό Κώδικα). Αποτέλεσμα αυτού είναι η διαφαινόμενη έλλειψη κατανόησης των σχετικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων και από τους προμηθευτές και από τους καταναλωτές, αλλά και η ασάφεια στην επικοινωνία από πλευράς προμηθευτών και ηλεκτρονικών καταστημάτων.

■ **Να καταργηθούν κάποιες υποχρεώσεις των τελικών πωλητών σχετικά με τις εμπορικές εγγυήσεις:** Σε αντίθεση με τις νομικές εγγυήσεις, που τείνουν να προσφέρουν το ελάχιστο επίπεδο προστασίας του καταναλωτή, οι εμπορικές εγγυήσεις προσφέρονται στους καταναλωτές πέρα και πάνω από τις νομικές εγγυήσεις, ως αποτέλεσμα του ανταγωνισμού στην αγορά. Οι υποχρεώσεις που θέτει ο νόμος στους Έλληνες προμηθευτές (περιλαμβανομένων των παρόχων ηλεκτρονικού εμπορίου) σε σχέση με τις εμπορικές εγγυήσεις τούς επιβαρύνουν περισσότερο από την πρόθεση του κοινοτικού νομοθέτη (Οδηγία 1999/44/EK). Σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, οι εγχώριοι «προμηθευτές», περιλαμβανομένων των παρόχων ηλεκτρονικού εμπορίου, πρέπει να υποστούν το κόστος των εμπορικών εγγυήσεων και των σχετικών επισκευών για μια παρατεταμένη χρονική περίοδο ακόμη και αν ο αρχικός κατασκευαστής/προμηθευτής δεν επέλεξε να παρέχει ανάλογη εμπορική εγγύηση. Οι υποχρεώσεις αυτές μεγεθύνονται για τους εγχώριους προμηθευτές εάν συνδυαστούν με τον ευρύ ορισμό του καταναλωτή που ισχύει σε αυτήν την περίπτωση (νομικά πρόσωπα που είναι τελικοί αποδέκτες λογίζονται επίσης ως καταναλωτές). [SID:10381403]

> Νομικά εμπόδια στον ανταγωνισμό

Ο νομοθέτης στην Ελλάδα μετέφερε στο εσωτερικό δίκαιο τις πολυάριθμες Οδηγίες του τομέα, προσθέτοντας σταδιακά διατάξεις στον κύριο νόμο περί προστασίας του καταναλωτή που χρονολογείται στο 1994 (ν. 2251/1994) και έκτοτε δεν έχει κωδικοποιηθεί συστηματικά. Ωστόσο, όπως αναφέρει ο ΟΟΣΑ, η πολύπλοκη, αναφατική και αποσπασματική νομοθεσία έχει ως αποτέλεσμα τη νομική αβεβαιότητα, τα αυξημένα κόστη συμμόρφωσης και τα αυξημένα κόστη εφαρμογής για τους προμηθευτές. Αυτά αναγκάζουν τις επιχειρήσεις να έχουν συνεχή ανάγκη κατανόησης και να αναζητούν νομική βοήθεια για να γνωρίζουν ποιες διατάξεις ισχύουν και ποιες έχουν ξεπεραστεί, καθώς και ποιες διατάξεις (μεταξύ των συγκρουόμενων) έχουν ανώτερη ισχύ. Τα παραπάνω είναι αντικίνητρα εισόδου ή παραμονής στην αγορά και ως εκ τούτου αποτελούν εμπόδια στον ανταγωνισμό.

σεις αγαθών C2C μέσω πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου, περιλαμβανομένων μεταχειρισμένων αγαθών, που κατεχοκίν πωλούνται μέσω πλατφορμών ηλεκτρονικού εμπορίου.

Τι προτείνει ο ΟΟΣΑ

Σχετικά με τον εκσυγχρονισμό του πλαισίου, ο ΟΟΣΑ προτείνει:

■ **Να υιοθετηθεί ενιαίος ορισμός σε όλο το σώμα του κυρίου νόμου περί της προστασίας του καταναλωτή (ν. 2251/1994):** Στον ελληνικό νόμο προστασίας του καταναλωτή υπάρχουν πολλαπλοί και αναφατικοί μεταξύ τους ορισμοί του καταναλωτή που εφαρμόζονται σε διαφορετικούς τομείς της προστασίας του καταναλωτή (γενικοί και καταχρηστικοί όροι συναλλαγών, συμβάσεις - περιλαμβανομένων εκείνων περί πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών εξ αποστάσεως, παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών εξ αποστάσεως, ευθύνη των παραγωγών για ελαττωματικά προϊόντα, πώληση αγαθών και σχετικές εγγυήσεις, άδικες εμπορικές πρακτικές, διαφήμιση κ.λπ.) και έχουν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία σύγχυσης και την πρόκληση νομικής αβεβαιότητας. Αναπόφευκτα, οι προμηθευτές στο ηλεκτρονικό εμπόριο αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην αυτοματοποίηση των online συμβάσεών τους και των όρων συναλλαγών τους, καθώς τα δικαιώματα

και οι υποχρεώσεις τους διαφέρουν ανάλογα με το αν ο αποδέκτης των προϊόντων ή υπηρεσιών τους καλύπτεται από τη σχετική νομοθεσία και αν προστατεύεται ως καταναλωτής.

■ **Να υιοθετηθεί ενιαίος ορισμός του «προμηθευτή» σε όλο το σώμα του κυρίου νόμου περί της προστασίας του καταναλωτή:** Όπως και στην περίπτωση του ορισμού του καταναλωτή, υπάρχουν πολλαπλοί ορισμοί του προμηθευτή στον νόμο περί προστασίας του καταναλωτή, γεγονός που ομοίως δημιουργεί στους προμηθευτές προβλήματα νομικής αβεβαιότητας, καθώς και αυξημένου κόστους νομικής υποστήριξης και συμμόρφωσης. Επιπλέον, η ως άνω ορολογία διαφέρει σε κάποιες περιπτώσεις από αυτήν που υπάρχει στις σχετικές Οδηγίες, με επιπτώσεις σε σημαντικά δικαιώματα και υποχρεώσεις για τους ενδιαφερόμενους.

■ **Να διευκρινιστούν οι ορισμοί και η διαφοροποίηση μεταξύ νομικών και εμπορικών εγγυήσεων:** «Νομική εγγύηση» είναι η ελάχιστη νομική προστασία που προσφέρεται στους καταναλωτές σε περίπτωση προϊόντων που είναι ελαττωματικά ή δεν πληρούν τις συνομολογημένες ιδιότητες (οι καταναλωτές μπορούν να απαιτήσουν επισκευή, αντικατάσταση, μείωση τιμής κ.λπ.). Σύμφωνα με το ευρωπαϊκό δίκαιο, τα κράτη-μέλη πρέπει να παρέχουν αυτήν την προ-

ΚΥΚΛΑΔΕΣ

ΚΡΟΥΣΜΑΤΑ ΕΞΑΠΑΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΠΟ ΕΠΙΤΗΔΕΙΟΥΣ

Το Επιμελητήριο Κυκλάδων κατόπιν επαναλαμβανόμενων καταγγελιών συστήνει στους επιχειρηματίες-μέλη του να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί, καθώς το τελευταίο διάστημα έχει ενταθεί το φαινόμενο εμφάνισης επιτηδίων, που επισκέπτονται κατ' ιδίαν ή επικοινωνούν τηλεφωνικά με τις επιχειρήσεις των Κυκλάδων και παρουσιάζονται ως εκπρόσωποι ή συνεργάτες υπουργείων ή και του Επιμελητηρίου Κυκλάδων, με σκοπό την είσπραξη χρημάτων. Οι εμφανιζόμενοι λειτουργούν κατά τρόπον εντελώς εισπρακτικό και αντιεπαγγελματικό, εκμεταλλευόμενοι τον αιφνιδιασμό του επιχειρηματία. Η συνήθης προσέγγιση εκφοβισμού και παραπλάνησης έχει ως εξής: «Το επόμενο διάστημα θα γίνουν έλεγχοι που θα οδηγήσουν στην επιβολή υψηλών προστίμων, με την καταβολή ορισμένου χρηματικού ποσού εκδίδεται βεβαίωση που σας κατοχυρώνει ώστε να τα αποφύγετε». [SID:10386019]

CORALLIA

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΝΕΑΣ ΓΕΝΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΙΒ

Την ευκαιρία να ενημερωθούν για την πρόσβαση στα χρηματοδοτικά εργαλεία της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων (ΕΙΒ) είχαν τα μέλη των οικοσυστημάτων gi-Cluster, mi-Cluster και si-Cluster στην εκδήλωση «EIB Financial Instruments for scale-ups», που διοργανώθηκε πρόσφατα από το Coral- lia και την ΕΙΒ και φιλοξενήθηκε στους χώρους του a2-innohub, την Τετάρτη 13 Ιουλίου.

Στόχος της εκδήλωσης ήταν η παρουσίαση της νέας γενιάς χρηματοδοτικών εργαλείων και συμβουλευτικών υπηρεσιών που παρέχει η τράπεζα ώστε να διευκολύνει την πρόσβαση καινοτόμων επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση. Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να ενημερωθούν για τις μορφές χρηματοδότησης που μπορούν να λάβουν από την ΕΙΒ στις οποίες περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η ενίσχυση επιχειρηματικών κεφαλαίων και μικροχρηματοδοτήσεων για μμε και μεγάλες επιχειρήσεις, το εργαλείο «InnovFin - Χρηματοδοτήσεις της Ε.Ε. για την Καινοτομία», που αποτελείται από μια σειρά ειδικά σχεδιασμένων προϊόντων με στόχο τη στήριξη σχεδίων έρευνας και τεχνολογίας και η εξασφάλιση ρευστότητας στην τραπεζική αγορά προκειμένου να βοηθήσει τις τράπεζες να υποστηρίξουν αποτελεσματικότερα τις επιχειρήσεις. Τα χρηματοδοτικά εργαλεία παρουσίασε ο Nicholas Jennett, Deputy Director General, EIB, Head of Investment Team for Greece καθώς και οι εκπρόσωποι της ΕΙΒ, κ.κ. Γιώργος Αρώνης, Head of the Athens Office και Ανδρέας Παπαδημητρίου, Investment Officer. Ο κ. Jennett ανέφερε ότι η ΕΙΒ έχει τη δυνατότητα να υποστηρίξει υγιείς ή/και αναπτυσσόμενες καινοτόμες επιχειρήσεις με χρηματοδότηση έως του 50% των αναπτυξιακών και

επενδυτικών δαπανών τους. Το ελάχιστο ύψος της χρηματοδότησης που μπορεί να χορηγήσει η ΕΙΒ είναι 7,5 εκατ. ευρώ. Επιπλέον, επεσήμανε ότι στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι να δώσει μια νέα ώθηση στις επενδύσεις, υλοποιώντας το επενδυτικό σχέδιο Γιούνκερ, το οποίο προβλέπει την επόμενη τριετία να κινητοποιήσει πρόσθετες επενδύσεις της τάξης των 315 δισ. ευρώ μέσω του Ευρωπαϊκού Ταμείου Στρατηγικών Επενδύσεων (EFSI). Μετά το πέρας της εκδήλωσης ακολούθησε ανοικτή συζήτηση με ερωτήσεις για τα εργαλεία χρηματοδότησης και τον τρόπο αξιοποίησής από τις επιχειρήσεις.

Ο κ. Jennett της ΕΙΒ, ανέφερε σχετικά: «Σκοπός της συνάντησης είναι να γνωστοποιήσουμε στους επιχειρηματίες του χώρου ότι εφόσον έχουν ένα βιώσιμο επενδυτικό πλάνο είμαστε διαθέσιμοι όχι μόνο να το χρηματοδοτήσουμε, αλλά να αναλάβουμε και να μοραστούμε μαζί τους μέρος του ρίσκου της υλοποίησής του».

Ο Δρ. Jorge Sanchez, CSFO του Coral- lia, επεσήμανε: «Μέσα σε μία δύσκολη οικονομική συγκυρία, οι ώριμες καινοτόμες εξωστρεφείς επιχειρήσεις της χώρας, όπως πολλές από αυτές που δραστηριοποιούνται στα cluster που συντονίζει το Corallia, μπορούν να βρουν εργαλεία ανάπτυξης και υποστήριξη μέσω της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων για τα ώριμα επενδυτικά τους σχέδια. Η σημερινή συνάντηση έδωσε το έναυσμα κάποια από τα επενδυτικά σχέδια να βρουν το δρόμο τους για υλοποίηση».

Αξίζει να σημειωθεί ότι η εκδήλωση αυτή εντάσσεται στο πλαίσιο πρωτοβουλιών που υλοποιεί το Corallia για τη διευκόλυνση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση για τα μέλη του οικοσυστήματος. [SID:10381442]

Στα δύο μόλις χρόνια που δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά τροφίμων, η FoodsCross Natural Products προσφέρει εκλεκτά διατροφικά προϊόντα, στοχεύοντας στη διεύρυνση της γκάμας της και στην επέκταση της παρουσίας της στο εξωτερικό.



Η Αλίκη Βασιλοπούλου είναι μία εκ των ιδρυτών της FoodsCross Natural Products, της ελληνικής εταιρείας που έκανε τα πρώτα της βήματα το 2014 με αντικείμενο την παραγωγή μελιού.

[FoodsCross] Σχεδιασμός για διείσοδυση σε νέες κατηγορίες τροφίμων

Αγνά ελληνικά προϊόντα με άρωμα εξωστρέφειας

Της Δανάης Αλεξάκη dalex@naftemporiki.gr

Με βασική φιλοσοφία τον επαναπρο- διορισμό της έννοιας «τροφή» μια παρ- ρέα τριών νέων ανθρώπων, που δρα- στηριοποιούνται σε τομείς όπως η ναυ- τιλία, το μάρκετινγκ και ο κατασκευα- στικός κλάδος, πριν από περίπου πέντε χρόνια άρχισε να αναζητά τη «φύση» στη διατροφή. Έτσι ξεκίνησε η έρευνα, η οποία σύντομα μετουσιώθηκε σε ιδέα δημιουργίας αγνών, ακατέργαστων τρο- φίμων και κατέληξε στη γέννηση της FoodsCross Natural Products.

Το ντεμπούτο της εταιρείας έγινε το 2014 με δύο κωδικούς μελιού από την Ασυτιπάλαια και την Κρήτη, τα οποία περιέχουν 80% και 60% γύρη από θυ- μάρι αντίστοιχα, όταν ο Κώδικας Τρο- φίμων και Ποτών ορίζει θυμαρίσιο το μέλι με ελάχιστο 18% γύρη θυμαριού.

Όπως αναφέρει μιλώντας στο «ΜΜ» η μια εκ των ιδρυτών της εταιρείας, Αλίκη Βασιλοπούλου, «όταν στοχεύεις σε τρόφιμα διαθέσιμα με προσοχή και σεβασμό στους πραγματικούς χρόνους της φύσης, τα τεχνικά χαρακτηριστικά και οι προδιαγραφές που θέτεις είναι πάρα πολύ υψηλά. Προς τούτο αναζη- τήσαμε πιστοποιήσεις στις προδιαγρα- φές μας σε τρία διαφορετικά κέντρα ερευνών σε Ελλάδα και εξωτερικό. Στο επίκεντρο βρίσκεται η ποιότητα και η ίδια διαδικασία ακολουθείται σε όλες τις κατηγορίες τροφίμων που ακολου- θήσαν το μέλι». Σύμφωνα με την ίδια, η παραγωγή του μελιού γίνεται μέσω συγκεκριμένων διαδικασιών που ακο- λουθούν οι συνεργαζόμενοι μελισσο- κόμοι, ενώ η εκάστοτε «σοδειά», που συσκευάζεται ατόφια χωρίς προσμίξεις

από διάφορους παραγωγούς και διά- φορα μέλια, χρησιμοποιείται άπαξ. Κάθε βάζο είναι αριθμημένο και φέρει υπο- γραφή γνησιότητας.

«Το μέλι κάθε χρονιάς δεν επανα- λαμβάνεται, διότι κάθε χρονιά δεν μπο- ρεί να είναι ίδια με την προηγούμενη βάση κλιματικών συνθηκών, όπως στο κρασί. Είναι λανθασμένη η άποψη ότι κάθε χρόνο το μέλι έχει ίδια γεύση, υφή, άρωμα και ρευστότητα» αναφέρει η κα Βασιλοπούλου, προσθέτοντας: «Διατηρούμε τις συνεργασίες μας στο πλαίσιο που το αποτέλεσμα παραγωγής συναντά τα στάνταρ μας και αναζητούμε

αντίστοιχα περιοχές που να μπορούν να ακολουθήσουν τα δικά μας προβλε- πόμενα εντός και εκτός συνόρων».

Ο επιχειρησιακός σχεδιασμός προ- βλέπει την περαιτέρω διείσοδυση σε νέες κατηγορίες τροφίμων, όπως τα ζυμαρικά και το κρασί, με τις σχετικές έρευνες να έχουν ήδη πραγματοποιηθεί, ενώ εξετά- ζεται συνεχώς η δυνατότητα παραγωγής στα πρότυπα της εταιρείας και άλλων προϊόντων διατροφής.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ιδιαίτερη σημασία δόθηκε στη συσκευασία που «φυλάκίζει» την ποιότητα και προβάλλει την αγνότητα των προϊόντων. Το design της συσκευασίας των προϊόντων της FoodsCross έχει ήδη αποσπάσει βραβεία από τους πιο αξιόπιστους παγκόσμιους φορείς: European Design Awards, The Dieline, Pentawards, Olymp Awards και Ermis Awards. Οι διακρίσεις αυτές αποτέλεσαν σημαντικό διαβατήριο ει- σόδου σε ξένες αγορές και έτσι ήδη η FoodsCross έχει παρουσία σε Γερμανία, Λουξεμβούργο, Ρουμανία, ΗΠΑ και ετοι- μάζεται να εισέλθει και στην Κίνα.

«Είμαστε πάρα πολύ συγκεκριμένοι σε ποια ράφια θα τοποθετηθούν τα προ- ιόντα μας, δεν έχουμε πωλητές, έχουμε πρέσβεις που κοινωνούν τη φιλοσοφία μας» σημειώνει η κα Βασιλοπούλου, υπογραμμίζοντας: «Δεν επιδιώκουμε τη μαζική παραγωγή, αλλά τον επανα- προσδιορισμό των τροφίμων και την υπενθύμιση προς όλους ότι η φύση τα δημιούργησε αγνά και ακατέργαστα χωρίς την ανθρώπινη παρέμβαση. Η εμπορική ανάγκη είναι αυτή που οδή- γησε στη μαζική παραγωγή, η οποία με τη σειρά της, υπό την αιγίδα σχετικών νομοθετημάτων, μετάλλαξε το «τροφή»».

[SID:10381227]

Για τις δυνατότητες χρηματοδότησης μέσω της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων ενημερώθηκαν τα μέλη των οικοσυστημάτων gi-Cluster, mi-Cluster και si-Cluster.

