

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΩΝ - ΣΤΟΧΩΝ

ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ	ΣΤΟΧΟΙ
<p>Π2-47.FV.1α - Επενδύσεις σε υλικά και άυλα περιουσιακά στοιχεία, έρευνα και πειραματικές και καινοτόμες μεθόδους παραγωγής στα Επιχειρησιακά Προγράμματα των Οργανώσεων Παραγωγών Οπωροκηπευτικών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. clima 46(στ) συμβολή στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και στην προσαρμογή σ' αυτήν. 2. comp 46(γ) βελτίωση της μεσοπρόθεσμης και μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητας, ιδίως μέσω του εκσυγχρονισμού. 3. conc 46(β) συγκέντρωση της προσφοράς και διάθεση στην αγορά των προϊόντων, μεταξύ άλλων μέσω άμεσης εμπορικής προώθησης. 4. emp1 46(ια) βελτίωση των συνθηκών απασχόλησης και διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις υποχρεώσεις των εργοδοτών, καθώς και με τις απαιτήσεις για την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία σύμφωνα με τις οδηγίες 89/391/ΕΟΚ, 2009/104/ΕΚ και (ΕΕ) 2019/1152. 5. prod 46(α) προγραμματισμός και οργάνωση της παραγωγής, προσαρμογή της παραγωγής στη ζήτηση, ιδίως όσον αφορά την ποιότητα και την ποσότητα, βελτιστοποίηση του κόστους παραγωγής και της απόδοσης των επενδύσεων και σταθεροποίηση των τιμών παραγωγού. 6. promo 46(ε) προώθηση, ανάπτυξη και υλοποίηση.
<p>Π2-47.FV.1β - συμβουλευτικές υπηρεσίες και τεχνική βοήθεια, ιδίως όσον αφορά τις βιώσιμες τεχνικές καταπολέμησης των επιβλαβών οργανισμών και των νοσημάτων, την ορθολογική χρήση φυτοπροστατευτικών προϊόντων και προϊόντων υγείας των ζώων, την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή και τον μετριασμό της, τους όρους απασχόλησης, τις υποχρεώσεις των εργοδοτών και την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία</p>	<ol style="list-style-type: none"> 7. boost 46(ζ) ενίσχυση της εμπορικής αξίας και της ποιότητας των προϊόντων. 8. clima 46(στ) συμβολή στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και στην προσαρμογή σ' αυτήν. 9. comp 46(γ) βελτίωση της μεσοπρόθεσμης και μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητας, ιδίως μέσω του εκσυγχρονισμού. 10. conc 46(β) συγκέντρωση της προσφοράς και διάθεση στην αγορά των προϊόντων, μεταξύ άλλων μέσω άμεσης εμπορικής προώθησης. 11. cons 46(θ) αύξηση της κατανάλωσης των προϊόντων του τομέα των οπωροκηπευτικών, σε νωπή ή μεταποιημένη μορφή. 12. market 46(η) προώθηση και εμπορία των προϊόντων. 13. prod 46(α) προγραμματισμός και οργάνωση της παραγωγής, προσαρμογή της παραγωγής στη ζήτηση, ιδίως όσον αφορά την ποιότητα και την ποσότητα, βελτιστοποίηση του κόστους παραγωγής και της απόδοσης των επενδύσεων και σταθεροποίηση των τιμών παραγωγού. 14. promo 46(ε) προώθηση, ανάπτυξη και υλοποίηση. 15. rede 46(δ) έρευνα για τις βιώσιμες μεθόδους παραγωγής και ανάπτυξή τους.
<p>Π2-47.FV.1γ - Κατάρτιση, συμπεριλαμβανομένης της καθοδήγησης και της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών στα Επιχειρησιακά Προγράμματα των Οργανώσεων Παραγωγών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. boost 46(ζ) ενίσχυση της εμπορικής αξίας και της ποιότητας των προϊόντων. 2. clima 46(στ) συμβολή στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και στην προσαρμογή σ' αυτήν. 3. comp 46(γ) βελτίωση της μεσοπρόθεσμης και μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητας, ιδίως μέσω του εκσυγχρονισμού. 4. conc 46(β) συγκέντρωση της προσφοράς και διάθεση στην αγορά των προϊόντων, μεταξύ άλλων μέσω άμεσης εμπορικής προώθησης. 5. cons 46(θ) αύξηση της κατανάλωσης των προϊόντων του τομέα των οπωροκηπευτικών, σε νωπή ή μεταποιημένη μορφή. 6. market 46(η) προώθηση και εμπορία των προϊόντων.

<p>Οπωροκηπευτικών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 7. prod 46(α) προγραμματισμός και οργάνωση της παραγωγής, προσαρμογή της παραγωγής στη ζήτηση, ιδίως όσον αφορά την ποιότητα και την ποσότητα. βελτιστοποίηση του κόστους παραγωγής και της απόδοσης των επενδύσεων και σταθεροποίηση των τιμών παραγωγού 8. promo 46(ε) προώθηση, ανάπτυξη και υλοποίηση. 9. rede 46(δ) έρευνα για τις βιώσιμες μεθόδους παραγωγής και ανάπτυξή τους.
<p>Π2-47.FV.στ - Προώθηση, επικοινωνία και εμπορία στα Επιχειρησιακά Προγράμματα των Οργανώσεων Παραγωγών Οπωροκηπευτικών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. cons 46(θ) αύξηση της κατανάλωσης των προϊόντων του τομέα των οπωροκηπευτικών, σε νωπή ή μεταποιημένη μορφή. 2. market 46(η) προώθηση και εμπορία των προϊόντων.
<p>Π2-47.FV.1ζ - Συστήματα ποιότητας στα Επιχειρησιακά Προγράμματα των Οργανώσεων Παραγωγών Οπωροκηπευτικών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. boost 46(ζ) ενίσχυση της εμπορικής αξίας και της ποιότητας των προϊόντων. 2. empl 46(ια) βελτίωση των συνθηκών απασχόλησης και διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις υποχρεώσεις των εργοδοτών, καθώς και με τις απαιτήσεις για την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία σύμφωνα με τις οδηγίες 89/391/ΕΟΚ, 2009/104/ΕΚ και (ΕΕ) 2019/1152.
<p>Π2-47.FV.1η - Συστήματα ιχνηλασιμότητας και πιστοποίησης στα Επιχειρησιακά Προγράμματα των Οργανώσεων Παραγωγών Οπωροκηπευτικών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. market 46(η) προώθηση και εμπορία των προϊόντων.
<p>Π2-47.FV.2.στ - Δράση απόσυρσης από την αγορά για δωρεάν διανομή ή άλλον προορισμό στα Επιχειρησιακά Προγράμματα των Οργανώσεων Παραγωγών Οπωροκηπευτικών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. RISK(46(j)) πρόληψη κρίσεων και διαχείριση κινδύνων, με στόχο την αποφυγή και αντιμετώπιση κρίσεων στις αγορές του σχετικού τομέα.

