

Wonderful

Growth Model for Green, Digital, and Resilient
Entrepreneurship for European Young People



EURASIA INSTITUTE



Future
Development
Initiative



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Πίνακας

Πίνακας

Τι κάνουμε; σελίδα 2

Μελέτες Περιπτώσεων σελίδα 4
Τουρκίας

..... σελίδα 12
Μελέτες Περιπτώσεων
Βέλγιο

..... σελίδα 20
Μελέτες Περιπτώσεων
Ελλάδα

..... σελίδα 36
Μελέτες Περιπτώσεων
Σουηδία

..... σελίδα 39
Μελέτες Περιπτώσεων
Αυστρία

Πληροφορίες για τα
Χειροποίητα Καλλυντικά
ανά Χώρα



Growth Model for Green, Digital, and Resilient
Entrepreneurship for European Young People

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ



Συμμετέχετε στο
ΥΠΕΡΟΧΟ Ταξίδι!



wonderful-enterprise.eu



Wonderful Enterprise



[wonderfulprojectt](https://wonderfulprojectt.com)

Ενδυνάμωση Νέων Γυναικών μέσω
της Επιχειρηματικότητας στα
Χειροποίητα Καλλυντικά



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο του/των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.



ΕΣΤΙΑΖΟΥΜΕ ΣΕ

Φυσικά & Βιώσιμα Καλλυντικά Προώθηση της χρήσης φυσικών συστατικών για την υγεία και την περιβαλλοντική ευεξία.

Ενδυνάμωση της Επιχειρηματικότητας Υποστήριξη νέων γυναικών ώστε να γίνουν δημιουργοί επιχειρήσεων με αυτοπεποίθηση.

Βιωσιμότητα & Καινοτομία Ενθάρρυνση της φιλικής προς το περιβάλλον παραγωγής και της ψηφιακής επιχειρηματικότητας.

ΤΙ ΚΑΝΟΥΜΕ

- 1** Ελκυστικοί, προσβάσιμοι και πρακτικοί πόροι που επικεντρώνονται στην επιχειρηματικότητα και τη βιώσιμη παραγωγή.
- 2** Διαδραστικά εργαστήρια και προγράμματα μάθησης βασισμένα σε μεθοδολογίες μη τυπικής μάθησης και μάθησης στον χώρο εργασίας.
- 3** Παροχή Εργαλείων για Εργαζόμενους με Νέους
- 4** Προώθηση της συνεργασίας



ΓΙΑΤΙ ΕΧΕΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟ WONDERFUL

Αντιμετωπίζει την ανεργία των νέων μέσω της ενίσχυσης των δεξιοτήτων απασχολησιμότητας και επιχειρηματικότητας.

Συμβάλλει σε μια πράσινη, ψηφιακή και χωρίς αποκλεισμούς Ευρώπη.

Πρωθεί τη βιωσιμότητα, την αυτάρκεια και την καινοτομία στη βιομηχανία καλλυντικών.



Μελέτες Περιπτώσεων

ΟΝΟΜΑ ΧΩΡΑΣ: Τουρκία



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο του/των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Σχετικά στατιστικά στοιχεία για τα οφέλη των φυσικών καλλυντικών:

Σύμφωνα με κλινικές μελέτες και αναλύσεις, τα φυτικά και βοτανικά ή πράσινα προϊόντα γενικά μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά την ενυδάτωση του δέρματος. Μπορούν επίσης να μειώσουν τα επίπεδα μελανίνης και το ερύθημα, καθώς και να ασκήσουν αντιφλεγμονώδη και αντιοξειδωτική δράση (Cheng et al., 2024; Fernandes et al., 2023). Η έρευνα αγοράς εκτιμά ότι η αγορά φυσικών καλλυντικών ανέρχεται σε ~52,4 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2025, με βάση την ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά φυσικών καλλυντικών, η οποία καθοδηγείται από τους καταναλωτές (ESW, 2021; Future Market Insights, 2025).

Ένα άλλο κύριο κίνητρο για την κατανάλωση φυσικών καλλυντικών είναι η ανησυχία για την υγεία και το περιβάλλον. Άλλα προϊόντα περιέχουν γενικά φθαλικές ενώσεις, μικροπλαστικά, parabens, ουσίες που σχετίζονται με ενδοκρινικές διαταραχές και οικολογική ανθεκτικότητα. Τα φυσικά προϊόντα, από την άλλη πλευρά, μειώνουν την έκθεση σε αυτές τις χημικές ουσίες και, ως εκ τούτου, μετριάζουν τη ρύπανση (Bikiaris, 2024). Συνολικά, τα στοιχεία από τον τομέα υποδηλώνουν ότι τα φυσικά καλλυντικά προσφέρουν περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα, μετρήσιμα οφέλη για το δέρμα, ενισχύοντας τον ρόλο τους στον ταχέως αναπτυσσόμενο τομέα της βιώσιμης ομορφιάς (Cheng et al., 2024; Fernandes et al., 2023).

Βασικές εθνικές πολιτικές, στρατηγικές ή νομικά πλαίσια που αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις ή τις πτυχές της βιωσιμότητας της βιομηχανίας ομορφιάς.

Στην Τουρκία, υπάρχουν κανονισμοί που αφορούν το περιβάλλον και την ασφάλεια των προϊόντων: μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται οι κανονισμοί για τα προϊόντα, τα εθνικά προγράμματα για τα απόβλητα/κυκλική οικονομία και ο νόμος περί αποβλήτων/συσκευασιών. Το Kozmetik Ürünler Yönetmeliği (Kozmetik Ürünler Yönetmeliği) είναι το πλαίσιο που διέπει τα καλλυντικά προϊόντα σε τοπικό επίπεδο. Ευθυγραμμίζεται με τους κανόνες της ΕΕ για τα καλλυντικά, στοχεύει στην προστασία της ανθρώπινης υγείας και θεσπίζει την επισήμανση και τις απαγορευμένες/περιορισμένες ουσίες που αποτελούν υποχρεώσεις των υπευθύνων. Αυτές οι διατάξεις επηρεάζουν επίσης τις επιλογές σχετικά με τη σύνθεση και την πρόσβαση στην αγορά για τους πράσινους/φυσικούς ισχυρισμούς. (Tunca Hukuk· GSO).

Το Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği και οι σχετικές τροποποιήσεις διέπουν τα απόβλητα συσκευασίας και μετά την κατανάλωση, ορίζοντας στόχους ευθύνης του παραγωγού, στόχους ανακύκλωσης/ανάκτησης και συστήματα συλλογής. Αυτά ευθυγραμμίζονται επίσης με το πρόγραμμα Μηδενικών Αποβλήτων (Sıfır Atık) που προωθείται από το Υπουργείο και επικεντρώνεται στην αύξηση της ανακύκλωσης και τη μείωση της υγειονομικής ταφής (Ambalaj Yönetmeliği, Πρόγραμμα Μηδενικών Αποβλήτων). Οι εθνικές στρατηγικές διαχείρισης αποβλήτων που ενσωματώνουν στόχους ανακύκλωσης, στόχους κυκλικής οικονομίας που καλύπτουν τις ροές αποβλήτων προσωπικής φροντίδας και στόχους οικονομίας εφαρμόζονται στο Eylem Planı της Τουρκίας, καθώς και στο Ulusal Atık Yönetimi. Αυτά επηρεάζουν τη συλλογή των δημοτικών αποβλήτων και τις πρακτικές της βιομηχανίας (Εθνικό Σχέδιο Διαχείρισης Αποβλήτων 2016–2023).

Ακαδημαϊκές και τομεακές αναλύσεις υπογραμμίζουν πώς αυτοί οι κανονισμοί –μαζί με τα πρότυπα πράσινου μάρκετινγκ, τις εθελοντικές οικολογικές πιστοποιήσεις και τις πιέσεις των καταναλωτών– διαμορφώνουν τις μεταβάσεις της βιομηχανίας προς τα φυσικά συστατικά, τη βιώσιμη προμήθεια και τον βιώσιμο σχεδιασμό συσκευασιών στην Τουρκία (İnal, 2023; Urkut & Cengiz, 2021; İkizoğlu, 2024).



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Βαθμός επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής στην Τουρκία

Η Τουρκία βιώνει ολοένα και περισσότερο τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Η ετήσια θερμοκρασία σε όλη τη χώρα αυξήθηκε από 12,9 σε 15,1 °C και η μέγιστη θερμοκρασία έφτασε από 24,6 σε 25,8 °C (Gümüş, Oruc, Yücel, & Yilmaz, 2023). Αυτές οι αυξήσεις άνοιξαν επίσης τον δρόμο για την αύξηση της συχνότητας εμφάνισης ακραίων καιρικών φαινομένων. Ομοίως, ο αριθμός των ακραίων καιρικών φαινομένων ανά πόλη αυξήθηκε επίσης από 0,3 σε 8 (Gümüş et al., 2023).

Οι αλλαγές στο καθεστώς βροχοπτώσεων, η ξηρασία και η αύξηση των πιθανών ρυθμών εξάτμισης έγιναν ιδιαίτερα αξιοσημείωτες στις πλευρές της Ανατολικής Ανατολίας και του Αιγαίου Πελάγους στην Τουρκία. (Rustem & Günal, 2022).

Αυτή η κατάσταση δημιουργεί τεράστια πίεση στους υδάτινους πόρους και επηρεάζει αρνητικά την κερδοφορία της γεωργίας. Σε ορισμένες πόλεις, έχει παρατηρηθεί μείωση στην παραγωγή σιτηρών, μαζί με περιφερειακές διαφορές. (Yüksü, 2024).

Η αύξηση της στάθμης της θάλασσας και η διάβρωση των ακτών συγκαταλέγονται επίσης στους σημαντικούς κινδύνους. Για παράδειγμα, στο Δέλτα του Τσουκούρβα, η ετήσια αύξηση της στάθμης της θάλασσας γενικά μεταξύ 1992-2012 υπολογίστηκε σε $3,4 \pm 0,1$ mm/έτος. (Aykut & Tezcan, 2024). Επιπλέον, το 24,7% της ακτογραμμής του κόλπου Μερσίνα-Ισκεντερούν βρίσκεται σε πολύ υψηλό επίπεδο ευπάθειας, ενώ το 27,4% βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο ευπάθειας, αποτελώντας σοβαρή απειλή για τις υποδομές και τις περιοχές διαβίωσης (Aykut & Tezcan, 2024).

Ως αποτέλεσμα, η κλιματική αλλαγή στην Τουρκία απειλεί τα οικοσυστήματα, τη γεωργία, τους υδάτινους πόρους και τις παράκτιες υποδομές της χώρας μέσω επιπτώσεων όπως η αύξηση της θερμοκρασίας, τα ακραία καιρικά φαινόμενα, η ξηρασία, η λειψυδρία και η άνοδος της στάθμης της θάλασσας. Συνεπώς, η εφαρμογή στρατηγικών προσαρμογής και μετριασμού είναι μεγάλης σημασίας (Gümüş et al., 2023; Rustem & Günal, 2022; Yüksü, 2024; Aykut & Tezcan, 2024).



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Πώς οι επιχειρήσεις χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να βοηθήσουν στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και στην προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού;

Η παραγωγή χειροποίητων καλλυντικών, σε σύγκριση με άλλες μεγάλες βιομηχανικές παραγωγές καλλυντικών, έχει χαμηλότερο αποτύπωμα άνθρακα. Αυτός ο τρόπος παραγωγής, γενικά, μειώνει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις μέσω της χρήσης τοπικών και φυσικών συστατικών. Στην Τουρκία, υπάρχει αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά συστατικά, γεγονός που επιτρέπει στους τοπικούς παραγωγούς να χρησιμοποιούν βιώσιμα προϊόντα. Για παράδειγμα, οι μικρές επιχειρήσεις που παράγουν φυσικό σαπούνι συμβάλλουν στην προστασία των υδάτινων πόρων αποφεύγοντας τα χημικά συστατικά (Kurt & Akdur, 2024). Οι παραγωγοί χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους και να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό μέσω αυτών των ψηφιακών πλατφορμών. Στο πλαίσιο της Τουρκίας, ο ψηφιακός μετασχηματισμός παρέχει σημαντικές ευκαιρίες, ιδίως για τις ΜΜΕ. Για παράδειγμα, στο πλαίσιο της στρατηγικής «İkiz Dönüşüm», προωθείται η ενσωμάτωση των διαδικασιών πράσινου και ψηφιακού μετασχηματισμού (ΑΡΟ, 2025).

Περίπτωση 1:

Silk Road Women's Cooperative (Mardin) — φυσικά / Σαπούνια Χαλέπι / Bittim

Το Mardin İpek yolu Kadın Kooperatifi είναι ένας γυναικείος συνεταιρισμός που βρίσκεται στη νοτιοανατολική Τουρκία, αφιερωμένος στην παραγωγή παραδοσιακών χειροποίητων σαπουνιών όπως τα σαπούνια Halep (Αλέππο), Mardin και Bittim (άγριο φιστίκι), καθώς και φυσικές μπάρες ελαιολάδου. Αυτός ο συνεταιρισμός συνδυάζει την παραδοσιακή τεχνογνωσία με μια σύγχρονη επιχειρηματικότητα. Είναι επίσης χρήσιμος για τη διατήρηση της τοπικής χειροτεχνίας. Ο συνεταιρισμός αποτελείται κυρίως από γυναίκες με τοπικό και αγροτικό υπόβαθρο. Μέσω αυτής της πρωτοβουλίας, η συνεργασία όχι μόνο δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης για τις γυναίκες, αλλά χρησιμεύει και για τη διατήρηση του χειροποίητου σαπουνιού.

Πρόσφατα, έχει πραγματοποιήσει μια σημαντική μεταμόρφωση στην ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων και στη χρήση στρατηγικών ηλεκτρονικού εμπορίου για την επέκταση της εμβέλειάς της στην αγορά. Συνδυάζοντας τις παραδοσιακές τεχνικές παραγωγής με μεθόδους πωλήσεων και ψηφιακό μάρκετινγκ, έχει γίνει ένα πρότυπο για την οικονομική ανάπτυξη των γυναικών στις αγροτικές περιοχές.

Η ιστορία επιτυχίας της καταδεικνύει πώς οι μικροί, χειροποίητοι παραγωγοί καλλυντικών μπορούν να συμμετάσχουν στον ψηφιακό μετασχηματισμό, διατηρώντας παράλληλα την πολιτιστική κληρονομιά, προωθώντας τη βιωσιμότητα και ενδυναμώνοντας τις γυναίκες στις περιφερειακές οικονομίες.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο του/των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Σχέση της περίπτωσης με την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού

Την περίοδο 2019-2024, ο συνεταιρισμός İrekoylu πέρα από τις καθαρά τοπικές πωλήσεις και τα παζάρια των χωριών, στράφηκε σε ψηφιακά κανάλια. Τα προϊόντα του έχουν παρουσιαστεί σε διαδικτυακές αγορές και σε εθνικά νέα. Χρησιμοποίησαν πλατφόρμες όπως το Trendyol και άλλα κανάλια ηλεκτρονικού εμπορίου για να προσεγγίσουν πελάτες σε όλη την Τουρκία. Αυτή η μετατόπιση απαιτούσε συνεργατικές και υιοθετικές ψηφιακές δεξιότητες. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός που αναφέρεται εδώ δεν σχετίζεται μόνο με την ύπαρξη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, αλλά είναι ο συνδυασμός της λήψης ποιοτικών φωτογραφιών για τους διαδικτυακούς αγοραστές, της τυποποίησης των περιγραφών προϊόντων και της ενσωμάτωσης αυτών των στοιχείων με την εφοδιαστική αλυσίδα και τις παραγγελίες στην αγορά.

Σχέση με την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

Η χειροποίητη παραγωγή σαπουνιού που ασκεί η İrekoylu αξιοποιεί τοπικά συστατικά χαμηλής επεξεργασίας (ελαιόλαδο από τοπικούς ελαιώνες, λάδι bittim/άγριου φιστικιού, δάφνη κλπ.) και παραδοσιακές μεθόδους κρύου/βραστού σαπουνιού που αποφεύγουν τα συνθετικά πετροχημικά πρόσθετα και τις ενεργοβόρες βιομηχανικές διεργασίες που χρησιμοποιούνται στα μαζικά καλλυντικά. Δίνοντας προτεραιότητα στις τοπικές εισροές και στις απλές συνθέσεις, οι εκπομπές κύκλου ζωής που σχετίζονται με την επεξεργασία συστατικών και τις μεγάλες αλυσίδες εφοδιασμού μειώνονται σε σχέση με πολλά βιομηχανικά καλλυντικά.

Περαιτέρω θετικές για το κλίμα πτυχές στην υπόθεση İrekoylu περιλαμβάνουν:

- (1) Υποστήριξη της τοπικής γεωργίας (ζήτηση για τοπικό ελαιόλαδο και λάδι bittim), η οποία βοηθά στη διατήρηση των περιφερειακών τοπίων και μειώνει την προμήθεια που απαιτεί εντατικές μεταφορές·
- (2) Παραγωγή μπάρων με χαμηλή συσκευασία ή χωρίς πλαστικό (πολλά χειροποίητα σαπούνια πωλούνται χωρίς συσκευασία ή σε απλή ανακυκλώσιμη συσκευασία), η οποία μειώνει τα πλαστικά απόβλητα και τις ενσωματωμένες εκπομπές στις συσκευασίες καλλυντικών μιας χρήσης· και (3) Ενίσχυση των τοπικών μέσων διαβίωσης, έτσι ώστε οι αγροτικές κοινότητες να έχουν βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις στις αλλαγές χρήσης γης που μπορούν να αυξήσουν τις εκπομπές. Όταν συνδυάζονται με συνειδητή παραγωγή μικρών παρτίδων (χωρίς υπερπαραγωγή, κατά παραγγελία), αυτές οι πρακτικές ευθυγραμμίζονται με τους στόχους μετριασμού, μειώνοντας την ένταση άνθρακα ανά μονάδα και μειώνοντας τις ροές αποβλήτων.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 2:

Ο Γυναικείος Συνεταιρισμός Σαμαντάγ είναι ένας γυναικείος οργανισμός με έδρα την περιοχή Σαμαντάγ του Χατάι στην Τουρκία, γνωστός για την παραγωγή των παραδοσιακών χειροποίητων σαπουνιών με βάση τη δάφνη (ντεφνέ) και το ελαιόλαδο της περιοχής. Ο κύριος στόχος της ίδρυσης αυτού του συνεταιρισμού ήταν η ενδυνάμωση των γυναικών της περιοχής, η διατήρηση των παραδοσιακών γνώσεων σαπωνοποιίας, καθώς και η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας μέσω της βιώσιμης παραγωγής.

Ο συνεταιρισμός ιδρύθηκε για να ενδυναμώσει τις τοπικές γυναίκες, να διατηρήσει τις προγονικές γνώσεις σαπωνοποιίας και να ενισχύσει την τοπική οικονομία μέσω της βιώσιμης παραγωγής. Χρησιμοποιώντας τοπικά και εντελώς φυσικά συστατικά, όπως δαφνέλαιο, ελαιόλαδο, νερό και αλισίβα, ο συνεταιρισμός διατηρεί μια φιλική προς το περιβάλλον και χωρίς χημικά διαδικασία παραγωγής. Τα σαπούνια τους είναι βιοδιασπώμενα, χωρίς τεχνητά αρώματα ή χρωστικές ουσίες και εκτιμώνται για τις φιλικές προς το δέρμα, φυσικές τους ιδιότητες.

Σχέση με την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

Τα σαπούνια Defne (δάφνης) και ελαιολάδου που παράγονται από τους συνεταιρισμούς Samandağ συμβάλλουν στις ευαίσθητες στο κλίμα και με χαμηλότερες επιπτώσεις αλυσίδες αξίας με διάφορους τρόπους. Πρώτον, βασίζονται σε τοπικά διαθέσιμα βοτανικά εισροές (λάδι defne, ελαιόλαδο) που απαιτούν μικρή βιομηχανική επεξεργασία σε σύγκριση με τις συνθετικές καλλυντικές πρώτες ύλες που προέρχονται από πετροχημικά. Η τοπική προμήθεια συντομεύει τις αλυσίδες εφοδιασμού και μειώνει τις εκπομπές που σχετίζονται με τη μεταφορά. Δεύτερον, η βιοτεχνική παραγωγή σαπουνιού συνήθως χρησιμοποιεί απλούστερες συνθέσεις και διαδικασίες μικρών παρτίδων — μειώνοντας την ενεργειακή ένταση της κατασκευής σε σύγκριση με τα μεγάλα βιομηχανικά εργοστάσια καλλυντικών που εκτελούν πολλαπλά στάδια χημικής επεξεργασίας και χρειάζονται εξειδικευμένες εγκαταστάσεις. Πηγές για τα παραδοσιακά τουρκικά σαπούνια και οι περιγραφές των συνεταιριστικών προϊόντων υπογραμμίζουν αυτούς τους τρόπους παραγωγής χαμηλών εισροών και τα οφέλη βιωσιμότητας από τη χρήση φυσικών συστατικών. Τρίτον, πολλαπλοί συνεταιρισμοί δίνουν έμφαση στις συσκευασίες χαμηλών αποβλήτων και στις παραδοσιακές μορφές ράβδων, γεγονός που μειώνει τη χρήση πλαστικού και τις ενσωματωμένες εκπομπές της κατασκευής και της απόρριψης συσκευασιών. Τέλος, οι συνεταιρισμοί βοηθούν στη διατήρηση της γης υπό βιώσιμη διαχείριση αντί να τη μετατρέπουν σε χρήσεις με μεγαλύτερη ένταση άνθρακα. Συνοπτικά, η περίπτωση Samandağ καταδεικνύει πώς τα χειροποίητα καλλυντικά με περιφερειακές ρίζες μπορούν να ευθυγραμμίσουν τα μέσα διαβίωσης των τεχνιτών με τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής, συντομεύοντας τις αλυσίδες εφοδιασμού, μειώνοντας τις συνθετικές εισροές και ελαχιστοποιώντας τις συσκευασίες καθώς και τα απόβλητα παραγωγής.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Περίγραμμα και αναφορά μελετών περίπτωσης

Σχέση της περίπτωσης με την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού

Οι γυναικέοι συνεταιρισμοί της Samandağ (Defne / Samandağ Kadın Kooperatifi) παρουσιάζουν ένα σαφές, σύγχρονο παράδειγμα αγροτικών βιοτεχνικών παραγωγών που υιοθετούν ψηφιακά εργαλεία και πλατφόρμες. Ο συνεταιρισμός διαχειρίζεται έναν διαδικτυακό ιστότοπο (samandagkadinkoop.com) και τα προϊόντα του εμφανίζονται σε περιφερειακές αγορές συσσωρευτών (HayatHatay, AnatoliaBazaar) και σε εθνικά κανάλια ηλεκτρονικού εμπορίου (π.χ. καταχωρίσεις στο Hepsiburada), όπως τεκμηριώνεται στις σελίδες της αγοράς και στα τοπικά ρεπορτάζ.

Αυτά τα κανάλια επιτρέπουν στους συνεταιρισμούς να:

(α) να προσεγγίσουν τους καταναλωτές σε αστικές περιοχές και τη διασπορά χωρίς δαπανηρούς μεσάζοντες, (β) να αποκτήσουν ψηφιακή εφοδιαστική πληρωμών και αποστολής και (γ) να χρησιμοποιήσουν αναλυτικά στοιχεία πλατφόρμας για να εντοπίσουν τη ζήτηση για συγκεκριμένους τύπους σαπουνιού (καθορισμένες αναλογίες, μεγέθη συσκευασίας), ώστε η παραγωγή να μπορεί να προσαρμοστεί.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός περιλαμβάνει επίσης την ανάπτυξη ικανοτήτων: διαχείριση ψηφιακών παραγγελιών, βασική συμμόρφωση με τον νόμο περί πωλήσεων εξ αποστάσεως/ανακοινώσεις ΚΥΚΚ που εμφανίζονται σε ιστότοπους) και χρήση logistics και καταχωρίσεων τρίτων σε θεματικές πλατφόρμες (Hepyerinden) που δημιουργήθηκαν ειδικά για να φέρουν τους αγροτικούς συνεταιρισμούς σε ψηφιακές αγορές. Αυτό είναι μετασχηματιστικό για τους μικρούς παραγωγούς: αντί να περιορίζονται σε τοπικά παζάρια, μπορούν να συγκεντρώνουν παραγγελίες, να διαχειρίζονται αποθέματα και να λαμβάνουν σχόλια από πελάτες εξ αποστάσεως. Σε συνθήκες κρίσης (για παράδειγμα, ανάκαμψη μετά τον σεισμό στο Χατάι), η ύπαρξη ψηφιακών καναλιών προσέφερε μια ταχύτερη διαδρομή για την επανεκκίνηση των ροών εσόδων και την αποκατάσταση των συνδέσεων της αγοράς. Η περίπτωση Samandağ δείχνει επομένως ότι τα ψηφιακά εργαλεία – απλά ηλεκτρονικά καταστήματα, ενσωμάτωση στην αγορά, αφήγηση ιστοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης – αποτελούν πρακτικά μοχλούς για την κλιμάκωση των χειροποίητων καλλυντικών, διατηρώντας παράλληλα την κοινοτική ιδιοκτησία της παραγωγής.



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Πηγές

- Kozmetik Ürünler Yönetmeliği. Resmî Gazete (32184), 8 May 2023. (See commentary/summary). Tunca Hukuk / TİSD. [Tunca Law Office+1](#)
- Kozmetik Ürünler Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik. Resmî Gazete, 05 Mar 2024. (summary). [Obdan Sistem](#)
- Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği. (Ministry of Environment files). [Web Dosya+1](#)
- Ministry of Environment, Urbanisation and Climate Change. Zero Waste Book / Sıfır Atık (overview). [European Environment Agency](#)
- Ministry of Environment. Ulusal Atık Yönetimi ve Eylem Planı (National Waste Management Action Plan) 2016–2023. [wert.net](#)
- İnal, Ö. (2023). Yeşil kozmetikler (review). DergiPark. [DergiPark](#)
- Urkut, S., & Cengiz, E. (2021). The effect of green marketing on consumers' purchase intention for eco-friendly cosmetics. DergiPark. [DergiPark](#)
- İkizoğlu, B. (2024). The Development of a Zero Waste and Sustainable Waste Management Behavior Scale in Türkiye. Sustainability, 16, 10181. <https://doi.org/10.3390/su162310181>.
- Kurt, G., & Akdur, R. (2024). Under What Conditions Does Climate Change Worry Contribute to Climate Action in Turkey: What Moderates This Relationship? Sustainability, 16(6), 2269. <https://doi.org/10.3390/su16062269>
- APO. (2025). An Overview of the Twin Transformation Process in Türkiye. https://www.apo-tokyo.org/wp-content/uploads/2025/01/AN-OVERVIEW-OF-THE-TWIN-TRANSFORMATION-PROCESS-IN-TURKIYE_PUB.pdf
- Cheng, F., et al. (2024). Efficacy and safety of topical application of plant-based preparations: a meta-analysis. Retrieved from PubMed Central. [PMC](#)
- Fernandes, A., et al. (2023). A systematic review of natural products for skin applications. Journal of Cosmetic Dermatology / Review. [ScienceDirect](#)
- ESW. (2021). The Clean Beauty Market: By the Numbers. ESW Insights. (Noting a ~33% sales increase in H1 2021). [ESW](#)
- Future Market Insights. (2025). Natural Cosmetics Market Size & Innovations 2025–2035 (market estimate: ~USD 52.4B in 2025). [Future Market Insights](#)
- Bikiaris, N. (2024). Microplastics in cosmetics: a review on their impact and alternatives. Cosmetics (MDPI).
- Ayut, F., & Tezcan, D. (2024). Evaluating sea level rise impacts on the southeastern Türkiye coastline: A coastal vulnerability perspective. PFG - Journal of Photogrammetry, Remote Sensing and Geoinformation Science, 92, 335-352. <https://doi.org/10.1007/s41064-024-00284-0>
- Gümüş, B., Oruc, S., Yücel, İ., & Yılmaz, M. T. (2023). Impacts of climate change on extreme climate indices in Türkiye driven by high-resolution downscaled CMIP6 climate models. Sustainability, 15. <https://doi.org/10.3390/su15097202>
- Rustem, J., & Günal, M. (2022). Review on impacts of climate change on water resources in Turkey. Advanced Engineering Days (AED), 5. <https://publish.mersin.edu.tr/index.php/aed/article/view/790>
- Yükçü, Ş. S. (2024). Spatial panel data analyses on the effects of climate change on wheat production in Türkiye (M.S. thesis). Middle East Technical University. <https://open.metu.edu.tr/handle/11511/111477>



Μελέτες Περιπτώσεων

ΟΝΟΜΑ ΧΩΡΑΣ: Βέλγιο



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Σχετικά στατιστικά στοιχεία για τα οφέλη των φυσικών καλλυντικών

Η αγορά ομορφιάς και προσωπικής φροντίδας του Βελγίου αποτιμήθηκε σε περίπου 2,3 δισεκατομμύρια ευρώ το 2023, υπογραμμίζοντας τη σημασία της στον ευρωπαϊκό τομέα καλλυντικών. CBI+2FashionNetwork+2 Σε αυτόν τον τομέα, ο τομέας της φυσικής περιποίησης δέρματος εκτιμάται ότι θα φτάσει περίπου τα 126,43 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2025, ποσό που μετατρέπεται σε περίπου 115 εκατομμύρια ευρώ (υποθέτοντας μια συναλλαγματική ισοτιμία κοντά στο 1 δολάριο ΗΠΑ = 0,91 ευρώ). Η ανάπτυξη σε αυτόν τον οικολογικό τομέα οφείλεται στη ζήτηση των καταναλωτών για βιώσιμα, cruelty-free και διαφανή προϊόντα, και η ευρύτερη αγορά καλλυντικών στο Βέλγιο αυξήθηκε κατά περίπου 6,7% από το 2022 έως το 2023. CBI Για τους νέους επιχειρηματίες και τους μικρούς παραγωγούς, αυτό δημιουργεί πραγματική ευκαιρία: το αυξανόμενο μέγεθος της αγοράς, σε συνδυασμό με τις μετατοπίσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών, σημαίνει ότι η κυκλοφορία μιας χειροποίητης, βιώσιμης σειράς καλλυντικών στο Βέλγιο αξιοποιεί μια αναπτυσσόμενη οικολογική αγορά. Τα δεδομένα δείχνουν ότι συστατικά όπως το κερί μέλισσας έχουν ήδη μεγάλη ζήτηση, με το Βέλγιο να εισάγει κερί μέλισσας αξίας περίπου 1,1 εκατομμυρίου ευρώ το 2023. Συνολικά, αυτά τα στοιχεία υπογραμμίζουν ότι τα φυσικά καλλυντικά δεν είναι μόνο σχετικά με τον καταναλωτή αλλά και οικονομικά βιώσιμα στο Βέλγιο, καθιστώντας τα ιδιαίτερα κατάλληλα ως επίκεντρο για την επιχειρηματική εκπαίδευση νέων και τις πράσινες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Βασικές εθνικές πολιτικές, στρατηγικές ή νομικά πλαίσια που αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις ή τις πτυχές της βιωσιμότητας της βιομηχανίας ομορφιάς.

Το Βέλγιο αντιμετωπίζει τη βιωσιμότητα στον κλάδο της ομορφιάς μέσω διαφόρων εθνικών και ευθυγραμμισμένων με την ΕΕ πλαισίων. Ο Κανονισμός της ΕΕ για τα Καλλυντικά (ΕΚ αριθ. 1223/2009), που εφαρμόζεται μέσω του Βασιλικού Διατάγματος του Βελγίου της 17ης Ιουλίου 2012, διασφαλίζει την ασφάλεια των προϊόντων, τη διαφάνεια και την υπεύθυνη κατασκευή. Το Εθνικό Σχέδιο Δράσης για τους Ενδοκρινικούς Διαταράκτες (2022–2026) στοχεύει στις επιβλαβείς ουσίες στα καλλυντικά για τη μείωση των κινδύνων για την υγεία και το περιβάλλον. Ευρύτερες πρωτοβουλίες όπως το Belgium Builds Back Circular και η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία προωθούν μοντέλα κυκλικής οικονομίας, βιώσιμες συσκευασίες και μείωση των αποβλήτων σε όλους τους κλάδους, συμπεριλαμβανομένων των καλλυντικών. Επιπλέον, οι αυστηροί νόμοι περί προστασίας των καταναλωτών αποτρέπουν τους ψευδείς ή παραπλανητικούς οικολογικούς ισχυρισμούς, διασφαλίζοντας την ακεραιότητα του μάρκετινγκ. Συνολικά, αυτά τα μέτρα ενθαρρύνουν τις βελγικές μάρκες ομορφιάς να υιοθετήσουν καθαρότερα συστατικά, οικολογικές συσκευασίες και βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα, συμβάλλοντας παράλληλα στους εθνικούς και ενωσιακούς στόχους βιωσιμότητας.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Βαθμός επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής στο Βέλγιο:

Το Βέλγιο βιώνει ολοένα και περισσότερο τις απτές επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, με τις επιπτώσεις να γίνονται πιο ορατές σε όλες τις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές διαστάσεις. Οι μέσες ετήσιες θερμοκρασίες στο Βέλγιο έχουν αυξηθεί κατά περίπου 2,5°C από τα τέλη του 19ου αιώνα, υπερβαίνοντας τον παγκόσμιο μέσο ρυθμό θέρμανσης. Αυτή η τάση έχει οδηγήσει σε συχνότερα κύματα καύσωνα, όπως αυτά που καταγράφηκαν το 2019 και το 2022, όταν οι θερμοκρασίες ξεπέρασαν τους 40°C για πρώτη φορά. Τα ακραία καιρικά φαινόμενα εντείνονται επίσης – συμπεριλαμβανομένων πλημμυρών, ξηρασιών και έντονων βροχοπτώσεων. Οι καταστροφικές πλημμύρες στη Βαλλονία τον Ιούλιο του 2021, οι οποίες στοίχισαν τη ζωή σε 41 ανθρώπους και προκάλεσαν ζημιές δισεκατομμυρίων ευρώ, παραμένουν ένα έντονο παράδειγμα καταστροφών που σχετίζονται με το κλίμα και επηρεάζουν τις τοπικές κοινότητες.

Η άνοδος της στάθμης της θάλασσας δημιουργεί πρόσθετους κινδύνους για τις παράκτιες περιοχές του Βελγίου, ιδίως στη Φλάνδρα, όπου οι περιοχές με χαμηλό υψόμετρο είναι ευάλωτες σε κύματα καταιγίδων και διείσδυση αλμυρού νερού. Η κλιματική αλλαγή επηρεάζει επίσης τη γεωργία, τη βιοποικιλότητα και τα ενεργειακά συστήματα, μεταβάλλοντας τις αποδόσεις των καλλιεργειών, απειλώντας την υγεία των δασών και αυξάνοντας τη ζήτηση ενέργειας κατά τη διάρκεια καυσώνων.

Σε απάντηση, το Βέλγιο εφαρμόζει το Εθνικό του Σχέδιο για την Ενέργεια και το Κλίμα (NECP 2021–2030), στοχεύοντας σε μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 55% έως το 2030 και στην επίτευξη κλιματικής ουδετερότητας έως το 2050. Παρά τις δεσμεύσεις αυτές, η συνεχής προσαρμογή και ο ισχυρότερος συντονισμός μεταξύ ομοσπονδιακών και περιφερειακών κυβερνήσεων παραμένουν κρίσιμοι για τη διαχείριση των αυξανόμενων επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής.

Πώς οι επιχειρήσεις χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να βοηθήσουν στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και στην προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού;

Οι επιχειρήσεις χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να διαδραματίσουν βασικό ρόλο στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, προωθώντας παράλληλα τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Χρησιμοποιώντας φυσικά συστατικά τοπικής προέλευσης, υιοθετώντας επαναγεμιζόμενες και βιοδιασπώμενες συσκευασίες και παράγοντας σε μικρές παρτίδες, αυτές οι επιχειρήσεις μειώνουν τις εκπομπές, τα απόβλητα και την εξάρτηση από τη μαζική παραγωγή. Πολλές επίσης ανακυκλώνουν πρώτες ύλες, χρησιμοποιούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και συνεργάζονται με αναγεννητικές φάρμες, δημιουργώντας ένα κυκλικό μοντέλο χαμηλών εκπομπών άνθρακα. Από την ψηφιακή πλευρά, οι πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, τα διαδικτυακά εργαστήρια και τα εργαλεία ιχνηλασιμότητας κωδικών QR ενισχύουν τη διαφάνεια και ελαχιστοποιούν τη χρήση φυσικών πόρων. Τα ψηφιακά συστήματα απογραφής και η πρόβλεψη ζήτησης βάσει δεδομένων μειώνουν περαιτέρω την υπερπαραγωγή, ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η εικονική μάθηση διευρύνουν την πρόσβαση σε εκπαίδευση για βιώσιμη επιχειρηματικότητα χωρίς υψηλές εκπομπές ρύπων από ταξίδια. Παραδείγματα όπως τα μοντέλα συνδρομής online αναπλήρωσης, τα προπαραγγελθέντα εποχιακά προϊόντα και οι ιστορίες συστατικών που συνδέονται με QR δείχνουν πώς τα χειροποίητα καλλυντικά μπορούν να συνδυάσουν τη βιωσιμότητα και την τεχνολογία. Μαζί, αυτές οι φιλικές προς το περιβάλλον και ψηφιακές πρακτικές ενδυναμώνουν τους μικρούς επιχειρηματίες –ιδίως τις γυναίκες και τους νέους– να δημιουργήσουν πράσινες, ανθεκτικές επιχειρήσεις που όχι μόνο μειώνουν το αποτύπωμα άνθρακα, αλλά και εμπνέουν ευρύτερη αλλαγή συμπεριφοράς προς μια πιο βιώσιμη βιομηχανία ομορφιάς.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 1:

Karikemité: Γεφυρώνοντας την αφρικανική κληρονομιά και τη βελγική δεξιοτεχνία για βιώσιμη ομορφιά. Ιδρύθηκε το 2017 από την Daya Barry, η Karikemité είναι μια μάρκα χειροποίητων καλλυντικών με έδρα το Βέλγιο, η οποία συνδυάζει όμορφα τις δυτικοαφρικανικές παραδόσεις φυσικής περιποίησης δέρματος με τα ευρωπαϊκά πρότυπα χειροτεχνίας. Μεγαλώνοντας μεταξύ Σενεγάλης και Μαυριτανίας, η Daya βυθίστηκε σε πλούσιες τελετουργίες ομορφιάς όπου το βούτυρο καριτέ, τοπικά γνωστό ως «χρυσός των γυναικών», κατείχε κεντρική θέση στην καθημερινή ζωή. Αυτή η πρώιμη επαφή πυροδότησε ένα δια βίου πάθος για τα φυσικά συστατικά και τις ολιστικές πρακτικές περιποίησης δέρματος.

Καθώς η Daya μετακόμισε στην Ευρώπη, παρατήρησε μια αποσύνδεση μεταξύ της εμπορικής βιομηχανίας καλλυντικών και της αυθεντικής, φυσικής σοφίας των αφρικανικών παραδόσεων. Πολλά mainstream προϊόντα βασίζονταν σε συνθετικά συστατικά και βιομηχανικές διαδικασίες, αφαιρώντας την αγνότητα και την πολιτιστική σημασία της φυσικής περιποίησης ομορφιάς. Για να καλύψει αυτό το κενό, δημιούργησε το Karikemité – ένα όνομα που συμβολίζει τη σύντηξη του «Karité» (βούτυρο καριτέ) και του «Kemité» (μαύρη ταυτότητα) – ως έναν εορτασμό της αυθεντικότητας, της βιωσιμότητας και της αυτοεκτίμησης.

Η μάρκα δίνει έμφαση στην ηθική προμήθεια, συνεργαζόμενη άμεσα με γυναικείους συνεταιρισμούς στη Δυτική Αφρική για την απόκτηση υψηλής ποιότητας, ακατέργαστου βουτύρου καριτέ. Αυτή η προσέγγιση όχι μόνο διασφαλίζει δίκαιο εισόδημα για τους τοπικούς παραγωγούς, αλλά μειώνει και τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις μέσω των μικρών αλυσίδων εφοδιασμού. Στο Βέλγιο, η διαδικασία παραγωγής ακολουθεί χειροποίητες μεθόδους, διατηρώντας τη φυσική ακεραιότητα των συστατικών, ενώ παράλληλα πληροί τα ευρωπαϊκά πρότυπα ασφάλειας καλλυντικών.

Πέρα από τις οικολογικές του αξίες, το Karikemité ενσαρκώνει την πολιτιστική ενδυνάμωση και την ψηφιακή καινοτομία. Μέσω διαδικτυακών πλατφορμών και αφήγησης ιστοριών, η Daya εκπαιδεύει τους καταναλωτές σχετικά με τη βιώσιμη περιποίηση της επιδερμίδας και την αφρικανική κληρονομιά ομορφιάς, προωθώντας την ένταξη και τη συνειδητή κατανάλωση. Σήμερα, το Karikemité αποτελεί ένα εμπνευσμένο μοντέλο για το πώς οι μικρές επιχειρήσεις με επικεφαλής γυναίκες μπορούν να συνδυάσουν την παράδοση, τη βιωσιμότητα και την ψηφιακή επιχειρηματικότητα για να δημιουργήσουν θετικό κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

Σχέση της περίπτωσης με την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού

Η Karikemité αποτελεί ένα ισχυρό παράδειγμα του πώς οι μικρές επιχειρήσεις με επικεφαλής γυναίκες μπορούν να προωθήσουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό, προωθώντας παράλληλα τη βιωσιμότητα και την πολιτιστική αυθεντικότητα. Από την ίδρυσή της, η ιδρύτρια Daya Barry υιοθέτησε στρατηγικά ψηφιακά εργαλεία για να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ των παραδοσιακών αφρικανικών πρακτικών ομορφιάς και των σύγχρονων Ευρωπαίων καταναλωτών. Λειτουργώντας στο Βέλγιο, η Karikemité αξιοποίησε πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων και ψηφιακή αφήγηση για να προσεγγίσει ένα παγκόσμιο κοινό χωρίς να βασίζεται σε μεγάλης κλίμακας λιανική διανομή, ελαχιστοποιώντας έτσι τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που σχετίζονται με τα φυσικά καταστήματα και την υπερπαραγωγή.

Μέσω του ηλεκτρονικού της καταστήματος, οι πελάτες μπορούν να μάθουν για την προέλευση κάθε συστατικού, ιδιαίτερα του βουτύρου καριτέ που προέρχεται από γυναικείους συνεταιρισμούς στη Δυτική Αφρική. Αυτή η ψηφιακή διαφάνεια όχι μόνο χτίζει εμπιστοσύνη, αλλά και εκπαιδεύει τους καταναλωτές σχετικά με την ηθική και βιώσιμη παραγωγή. Η χρήση οπτικής αφήγησης από την επωνυμία σε πλατφόρμες όπως το Instagram και το YouTube αναδεικνύει τις παραδοσιακές τελετουργίες περιποίησης της επιδερμίδας, την χειροποίητη παραγωγή και την ενδυνάμωση των Αφρικανών γυναικών παραγωγών – μετατρέποντας την πολιτιστική κληρονομιά σε μια ψηφιακή μαθησιακή εμπειρία.

Επιπλέον, ο ψηφιακός μετασχηματισμός επέτρεψε στην Karikemité να λειτουργεί αποτελεσματικά ως μια μικρή επιχείρηση: διαχειριζόμενη παραγγελίες, παρακολούθηση αποθεμάτων και επικοινωνία με προμηθευτές μέσω ψηφιακών συστημάτων.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Επίσης, ενίσχυσε τη συμμετοχή της κοινότητας μέσω εικονικών εργαστηρίων και καμπανιών που ευαισθητοποιούν το κοινό σχετικά με τη φυσική περιποίηση της επιδερμίδας και τη βιωσιμότητα. Ενσωματώνοντας την παράδοση με την τεχνολογία, το Karikemité καταδεικνύει πώς οι μάρκες χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να αξιοποιήσουν την ψηφιακή καινοτομία για να επεκτείνουν τον αντίκτυπο, να διασφαλίσουν την ιχνηλασιμότητα και να προωθήσουν την χωρίς αποκλεισμούς, χαμηλών εκπομπών άνθρακα επιχειρηματικότητα στη σύγχρονη βιομηχανία ομορφιάς.

Σχέση με την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

Η Karikemité συμβάλλει άμεσα στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής μέσω της δέσμευσής της για βιώσιμη προμήθεια, ηθική παραγωγή και επιχειρηματικές πρακτικές χαμηλού αντίκτυπου. Χρησιμοποιώντας φυσικά, ελάχιστα επεξεργασμένα συστατικά όπως βούτυρο καριτέ, λάδι καρύδας και αιθέρια έλαια, η μάρκα μειώνει την εξάρτηση από συνθετικές χημικές ουσίες που προέρχονται από πετροχημικά, τα οποία έχουν υψηλό αποτύπωμα άνθρακα. Η αλυσίδα εφοδιασμού της δίνει προτεραιότητα στους τοπικούς συνεταιρισμούς με επικεφαλής γυναίκες στη Δυτική Αφρική, διασφαλίζοντας ότι τα συστατικά παράγονται με παραδοσιακές μεθόδους χαμηλής ενέργειας και συλλέγονται από αναγεννητικά οικοσυστήματα, ιδίως από δέντρα καριτέ που βοηθούν στην πρόληψη της ερημοποίησης και υποστηρίζουν τη βιοποικιλότητα στην περιοχή του Σαχέλ.

Στο Βέλγιο, η Karikemité διατηρεί μια βιοτεχνική διαδικασία παραγωγής, ελαχιστοποιώντας την κατανάλωση ενέργειας και τα απόβλητα σε σύγκριση με τη βιομηχανική κατασκευή. Η χρήση ανακυκλώσιμων και επαναγεμιζόμενων συσκευασιών από την εταιρεία, παράλληλα με την υποστήριξη της για συνειδητή κατανάλωση, μειώνει περαιτέρω τα πλαστικά απόβλητα και τις εκπομπές κύκλου ζωής. Με την παραγωγή σε μικρές παρτίδες, αποτρέπει την υπερπαραγωγή και το απούλητο απόθεμα — ένα σημαντικό ζήτημα στον τομέα των εμπορικών καλλυντικών που συμβάλλει στα απόβλητα και στις υπερβολικές εκπομπές άνθρακα.

Επιπλέον, η Karikemité χρησιμοποιεί ψηφιακά εργαλεία για να πουλάει απευθείας στους καταναλωτές, εξαλείφοντας τους μεσάζοντες και τα στάδια μεταφοράς που αυξάνουν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Μέσω της αφήγησης ιστοριών και της εκπαίδευσης για τη βιώσιμη ομορφιά, η μάρκα ευαισθητοποιεί επίσης σχετικά με την κλιματική ευθύνη, ενθαρρύνοντας τους καταναλωτές να επιλέγουν προϊόντα που σέβονται τόσο τους ανθρώπους όσο και τον πλανήτη. Έτσι, η Karikemité αποτελεί παράδειγμα του πώς η οικολογική επιχειρηματικότητα και η δράση για το κλίμα μπορούν να συνυπάρχουν στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών.

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 2:

StillaOleum: Γεφυρώνοντας την Ιατρική Εμπειρογνωμοσύνη, την Πολιτιστική Κληρονομιά και τα Φυσικά Καλλυντικά στο Βέλγιο. Ιδρύθηκε το 2000 από τη Luiza Tashbaeva, η StillaOleum είναι μια μάρκα φυσικών καλλυντικών με έδρα το Βέλγιο που ενσωματώνει την αυθεντικότητα, την ευαισθητοποίηση για την υγεία και την πολιτιστική κληρονομιά. Η Luiza, με καταγωγή από το Ουζμπεκιστάν, έχτισε την πρώιμη καριέρα της ως παιδίατρος πριν μετακομίσει στο Βέλγιο, όπου ξεκίνησε ως επαγγελματίας και τελικά έγινε διευθύντρια ενός οίκου ευγηρίας στη Λιέγη. Στην ηλικία των 47 ετών, με τα παιδιά της να μεγαλώνουν, αποφάσισε να ακολουθήσει ένα δια βίου πάθος για τις φυσικές θεραπείες και τα καλλυντικά, εμπνευσμένη από τις εμπειρίες της παιδικής της ηλικίας και τις παραδοσιακές γνώσεις από το Ουζμπεκιστάν. Αυτή η σύγκλιση προσωπικής εμπειρίας, ιατρικής εμπειρογνωμοσύνης και δέσμευσης για υγιεινή ζωή αποτέλεσε τα θεμέλια για την StillaOleum.

Το επιχειρηματικό μοντέλο δίνει έμφαση στην προσεκτική επιλογή προϊόντων και στη διασφάλιση της ποιότητας. Η Luiza επιμελείται φυσικά καλλυντικά προϊόντα που παρασκευάζονται με αγνά αιθέρια και φυτικά έλαια, αξιολογώντας τις συνθέσεις τους μέσω των ιατρικών της γνώσεων για να διασφαλίσει τόσο την ασφάλεια όσο και την αποτελεσματικότητα. Τα προϊόντα συνδυάζουν τις παραδοσιακές θεραπείες με τα σύγχρονα πρότυπα φυσικών καλλυντικών, δημιουργώντας μια μοναδική θέση που απευθύνεται σε καταναλωτές που ενδιαφέρονται για την υγεία και αναζητούν αυθεντικότητα.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Πέρα από την επιμέλεια προϊόντων, η StillaOleum ασχολείται με άμεσες πωλήσεις μέσω ενός φυσικού καταστήματος, ενισχύοντας την προσωπική αλληλεπίδραση με τους πελάτες και χτίζοντας μια κοινότητα γύρω από πρακτικές φυσικής ομορφιάς. Η μάρκα επενδύει επίσης στην αφήγηση ιστοριών και στην ταυτότητα της μάρκας, αναδεικνύοντας την κληρονομιά και την τεχνογνωσία της Luiza ως διαφοροποιητή στην ανταγωνιστική αγορά καλλυντικών του Βελγίου.

Το 2020, η εταιρεία λάνσαρε το StillaBox, μια εξατομικευμένη ιδέα συσκευασίας δώρου που προσφέρει θεματικές επιλογές για πρόσωπο, σώμα, υγιεινή ή συγκεκριμένες κατηγορίες ηλικίας και φύλου. Αυτή η πρωτοβουλία απλοποιεί τις επιλογές των πελατών, βελτιώνει την εμπειρία αγορών και αντικατοπτρίζει μια καινοτόμο προσέγγιση για τον συνδυασμό της παραδοσιακής γνώσης, της εξειδίκευσης στον τομέα της υγείας και του μάρκετινγκ με επίκεντρο τον καταναλωτή.

Σχέση με την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

Η StillaOleum αντιμετωπίζει την κλιματική αλλαγή μέσω βιώσιμων πηγών και φιλικής προς το περιβάλλον παραγωγής. Τα φυσικά καλλυντικά της χρησιμοποιούν αγνά αιθέρια και φυτικά έλαια, αποφεύγοντας τα συστατικά με βάση τα πετρελαιοειδή και μειώνοντας τις εκπομπές άνθρακα. Η παραγωγή σε μικρές παρτίδες και η ελάχιστη, ανακυκλώσιμη συσκευασία περιορίζουν τα απόβλητα και την κατανάλωση ενέργειας, ενώ το εξατομικευμένο StillaBox ενθαρρύνει την προσεκτική κατανάλωση. Η μάρκα υποστηρίζει επίσης ηθικές και τοπικές αλυσίδες εφοδιασμού, μειώνοντας τις αποστάσεις μεταφοράς και το αποτύπωμα άνθρακα. Μέσω της αφήγησης ιστοριών και της εκπαίδευσης των καταναλωτών, η StillaOleum προωθεί βιώσιμες, κλιματικά συνειδητές επιλογές στην περιποίηση της επιδερμίδας. Συνδυάζοντας την κληρονομιά, τις χειροποίητες μεθόδους και τις περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές, η εταιρεία καταδεικνύει πώς οι μικρές επιχειρήσεις με επικεφαλής γυναίκες μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, παρέχοντας παράλληλα υψηλής ποιότητας φυσικά καλλυντικά.

Σχέση της περίπτωσης με την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού

Η StillaOleum δείχνει πώς μια μικρή επιχείρηση καλλυντικών με γνώμονα την κληρονομιά μπορεί να αξιοποιήσει τον ψηφιακό μετασχηματισμό για να επεκτείνει την εμβέλειά της, να βελτιώσει τις λειτουργίες της και να ενισχύσει την εμπειρία των πελατών. Ενώ βασίζεται σε παραδοσιακές θεραπείες και πωλήσεις με φυσική παρουσία, η μάρκα έχει υιοθετήσει ψηφιακά εργαλεία για να κλιμακώσει τον αντίκτυπό της πέρα από το φυσικό κατάστημα στη Λιέγη. Η κυκλοφορία του StillaBox το 2020 αποτελεί παράδειγμα αυτής της προσέγγισης: τα εξατομικευμένα κουτιά δώρων μπορούν να επιμεληθούν και να αγοραστούν online, επιτρέποντας στους πελάτες να αλληλεπιδρούν με την μάρκα εξ αποστάσεως, παρέχοντας παράλληλα πολύτιμα δεδομένα σχετικά με τις προτιμήσεις και τις τάσεις. Αυτή η ψηφιακή προσέγγιση βελτιστοποιεί τη διαχείριση παραγγελιών, τον προγραμματισμό αποθεμάτων και το στοχευμένο μάρκετινγκ, μειώνοντας τα απόβλητα και βελτιώνοντας την επιχειρησιακή αποτελεσματικότητα..



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Επιπλέον, η StillaOleum χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αφήγηση ιστοριών για να μοιραστεί το ταξίδι του ιδρυτή, την πολιτιστική κληρονομιά και τα οφέλη των φυσικών συστατικών. Δημιουργώντας περιεχόμενο για πλατφόρμες όπως το Instagram, το Facebook και το YouTube, η μάρκα εκπαιδεύει τους καταναλωτές σχετικά με τη βιώσιμη περιποίηση της επιδερμίδας και τις αυθεντικές θεραπείες, προσελκύοντας ένα ευρύτερο κοινό, μειώνοντας παράλληλα την ανάγκη για φυσικό διαφημιστικό υλικό. Τα ψηφιακά εργαλεία υποστηρίζουν επίσης την εμπλοκή και την αφοσίωση των πελατών, επιτρέποντας το μάρκετινγκ μέσω email, τις εικονικές συμβουλές και τις εξατομικευμένες προτάσεις. Αυτά τα εργαλεία όχι μόνο βελτιώνουν την εμπειρία αγορών, αλλά επιτρέπουν επίσης στην επωνυμία να λειτουργεί αποτελεσματικά ως μια μικρή επιχείρηση. Ενσωματώνοντας την παραδοσιακή γνώση με την ψηφιακή καινοτομία, η StillaOleum καταδεικνύει ότι ακόμη και οι χειροποίητες, τοπικές επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν την τεχνολογία για βιώσιμη κλιμάκωση, να συνδεθούν παγκοσμίως και να προωθήσουν περιβαλλοντικά συνειδητές πρακτικές.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Πηγές

OECD. (2024). *Inclusive Entrepreneurship Policy Assessment Country Notes: Belgium*. OECD Publishing. Retrieved from: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/05/inclusive-entrepreneurship-policy-assessment-country-notes_48c462fc%280%91belgium_073913a8/cc55267c%280%91en.pdf

OECD/EU. (2017). *The Missing Entrepreneurs 2017: Country Profile Belgium*. OECD/European Union. Retrieved from https://www.skillsforemployment.org/sites/default/files/2024%280%9101/wcmstest4_195097.pdf

Mapping Female Entrepreneurship in Belgium. (2024, March 8). *Mapping Female Entrepreneurship in Belgium: 31% of Self-Employed Entrepreneurs are Women*. Karen Audit. Retrieved from <https://www.karenaudit.com/en/mapping-female-entrepreneurship-in-belgium-31%E2%80%91of-self-employed%E2%80%91entrepreneurs-are%E2%80%91women%E2%80%91with%E2%80%91health%E2%80%91sector%E2%80%91leading%E2%80%91at%E2%80%91161%25/>

Indicators.be. (2024, November 29). *Youth not in employment, education or training (i44)*. Retrieved from: https://indicators.be/en/i/G08_NEE/Youth_not_in_employment%2C_education_or_training_%28i44%29?utm_source=chatgpt.com

6WResearch. (2025). *Belgium Natural Cosmetics Market (2025–2031) – Growth & Forecast*. Retrieved from: https://www.6wresearch.com/industry-report/belgium-natural-cosmetics-market?utm_source=chatgpt.com

Williams & Marshall Strategy. (2025, March 3). *Belgium: Natural Skin Care Products Market – Analysis, Size, Trends, Consumption, and Forecast*. MarketResearch.com. Retrieved from: <https://www.marketresearch.com/Williams-Marshall-Strategy-v4196/Belgium-Natural-Skin-Care%E2%80%91Products%E2%80%91139950896/>

StrategyHelix Group. (2025). *Belgium Skin Care Products Market 2025*. Retrieved from: <https://strategyh.com/report/skin%E2%80%91care%E2%80%91products%E2%80%91market%E2%80%91in%E2%80%91belgium/>



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Μελέτες Περιπτώσεων

ΟΝΟΜΑ ΧΩΡΑΣ: Ελλάδα



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Σχετικά στατιστικά στοιχεία για τα οφέλη των φυσικών καλλυντικών:

Παρά τα ελάχιστα δεδομένα σχετικά με τα «οφέλη» των φυσικών καλλυντικών στην Ελλάδα, η έρευνα αγοράς δείχνει ότι ο τομέας επεκτείνεται. Οι κύριοι παράγοντες αυτής της μετατόπισης είναι το αυξανόμενο ενδιαφέρον των πελατών για τη βιωσιμότητα και την υγεία, καθώς και τα οφέλη των φυσικών προϊόντων για την υγεία, με έμφαση στα παραδοσιακά μεσογειακά συστατικά όπως το ελαιόλαδο και η λεβάντα. Η Ελλάδα επωφελείται από τις ισχυρές εξαγωγές της και την ανάπτυξη των φυσικών εμπορικών σημάτων. Το 2023, οι εξαγωγές καλλυντικών ελληνικών επωνυμιών ξεπέρασαν τα 400 εκατομμύρια ευρώ, επιβεβαιώνοντας τη ζήτηση για την αφήγηση της «φυσικής/κληρονομιάς» της Ελλάδας σε όλο τον κόσμο. Τα αρώματα και τα καλλυντικά αντιπροσωπεύουν περίπου το 31,4% των λιανικών πωλήσεων αφορολόγητων ειδών και ταξιδιωτικών προϊόντων το 2024, καθιστώντας τα μια εξαιρετική διέξοδο για τις ελληνικές φυσικές μάρκες που απευθύνονται σε επισκέπτες.

Η ελληνική βιομηχανία καλλυντικών αναμένεται να συνεχίσει να αναπτύσσεται, όπως φαίνεται με ρυθμό ανάπτυξης 12,5% το 2023, ενώ αναμένεται να δημιουργήσει 19,89 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2025. Αυτή η κατηγορία αγοράς αναμένεται να αναπτυχθεί με σύνθετο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 3,86% από το 2025 έως το 2030.

Υιοθετώντας τη βιώσιμη προμήθεια, χρησιμοποιώντας οικολογικές συσκευασίες, εφαρμόζοντας ψηφιακή διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας, χρησιμοποιώντας έρευνα και ανάπτυξη με τεχνητή νοημοσύνη για αποτελεσματικές συνθέσεις, δημιουργώντας κυκλικά επιχειρηματικά μοντέλα και αξιοποιώντας το ηλεκτρονικό εμπόριο για χαμηλότερες εκπομπές ρύπων από τη διανομή και βελτιωμένη εμπλοκή των πελατών, οι ελληνικές εταιρείες χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να καταπολεμήσουν την κλιματική αλλαγή και να ωθήσουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

Βασικές εθνικές πολιτικές, στρατηγικές ή νομικά πλαίσια που αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις ή τις πτυχές της βιωσιμότητας της βιομηχανίας ομορφιάς

Σύμφωνα με γενικότερες οδηγίες της ΕΕ, η Ελλάδα έχει θέσει σε ισχύ μια σειρά από εθνικούς νόμους και πολιτικές για την αντιμετώπιση ζητημάτων βιωσιμότητας στον τομέα της ομορφιάς:

1. Κανονισμός της ΕΕ για τα Καλλυντικά (ΕΚ) αριθ. 1223/2009 Στην ΕΕ, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας, ο εν λόγω κανόνας επιβλέπει την επισήμανση, την εμπορία και την ασφάλεια των καλλυντικών προϊόντων. Όταν χρησιμοποιούνται υπό κανονικές ή εύλογα αναμενόμενες συνθήκες, εγγυάται ότι τα προϊόντα είναι ασφαλή για την ανθρώπινη υγεία. Ο νόμος απαιτεί τα καλλυντικά προϊόντα να υποβάλλονται σε αξιολογήσεις ασφαλείας πριν από την κυκλοφορία τους στην αγορά και απαγορεύει τη χρήση συγκεκριμένων επικίνδυνων ουσιών. Η ακριβής επισήμανση των προϊόντων είναι επίσης απαραίτητη για την εκπαίδευση των πελατών και την ιχνηλασιμότητα.

2. Διευρυμένη Ευθύνη Παραγωγού (EPR) για Συσκευασίες Για υλικά συσκευασίας όπως πλαστικά, γυαλί, χαρτί και αλουμίνιο, η Ελλάδα έχει εφαρμόσει ένα σύστημα EPR. Σύμφωνα με αυτήν την προσέγγιση, το κόστος συλλογής, μεταφοράς και ανακύκλωσης απορριμμάτων συσκευασίας που παράγονται ή εισάγονται βαρύνει τους παραγωγούς και τους εισαγωγείς. Έως το 2030, η χώρα θέλει να επιτύχει ορισμένους στόχους ανακύκλωσης, όπως η ανακύκλωση του 85% του χαρτιού και του χαρτονιού και του 55% των πλαστικών.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Case studies

3. Environmental Protection Laws

As a cornerstone of the legal framework of the nation, the Greek Constitution contains clauses that protect the environment. Article 24 of the Constitution requires the state and its inhabitants to conserve the environment and ensures that natural resources are protected. It highlights the significance of biodiversity preservation, natural beauty conservation, and sustainable development. The Constitution also requires the state to enact environmental protection.

- Law 1650/1986: The legal foundation for environmental preservation in Greece is established by this fundamental environmental law, which addresses topics such as waste management, biodiversity conservation, and air and water quality. Additionally, it requires environmental impact assessments, or EIAs, for projects that could have a major environmental impact.
- Law 4819/2021: reuse, recycling, and recovery precedence over disposal, this law transforms waste management. It mandates that manufacturers register with the National Register of Producers of Packaging and Other Products and take part in alternative waste management programs.

4. REACH Regulation (EC) No 1907/2006

- REACH has direct application in Greece even though it is an EU-wide regulation. It focuses on how chemicals are produced and used, particularly in cosmetics, and how they might affect the environment and human health. REACH mandates that businesses register chemicals, assess their hazards, and secure approval for some extremely dangerous substances.
- Furthermore, Greece has ratified a number of international environmental accords that have an impact on its federal laws and regulations, including:
 - É The Paris Agreement on Climate Change
 - É The Convention on Biological Diversity (CBD)
 - É The Convention for the Protection of the Mediterranean Sea (Barcelona Convention)
 - É The Ramsar Convention on Wetlands
 - É The European Union's Emissions Trading System (EU ETS)



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Μελέτες περιπτώσεων

3. Νόμοι περί Προστασίας του Περιβάλλοντος

Ως ακρογωνιαίος λίθος του νομικού πλαισίου του έθνους, το ελληνικό Σύνταγμα περιέχει ρήτρες που προστατεύουν το περιβάλλον. Το Άρθρο 24 του Συντάγματος απαιτεί από το κράτος και τους κατοίκους του να διατηρούν το περιβάλλον και να διασφαλίζουν την προστασία των φυσικών πόρων. Τονίζει τη σημασία της διατήρησης της βιοποικιλότητας, της διατήρησης της φυσικής ομορφιάς και της βιώσιμης ανάπτυξης. Το Σύνταγμα απαιτεί επίσης από το κράτος να θεσπίσει μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος.

- Νόμος 1650/1986: Η νομική βάση για την προστασία του περιβάλλοντος στην Ελλάδα θεσπίζεται από αυτόν τον θεμελιώδη περιβαλλοντικό νόμο, ο οποίος ασχολείται με θέματα όπως η διαχείριση των αποβλήτων, η διατήρηση της βιοποικιλότητας και η ποιότητα του αέρα και του νερού. Επιπλέον, απαιτεί εκτιμήσεις περιβαλλοντικών επιπτώσεων ή ΜΠΕ για έργα που θα μπορούσαν να έχουν σημαντικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο.
- Νόμος 4819/2021: η επαναχρησιμοποίηση, η ανακύκλωση και η ανάκτηση έχουν προτεραιότητα έναντι της απόρριψης, ο νόμος αυτός μετασχηματίζει τη διαχείριση των αποβλήτων. Υποχρεώνει τους κατασκευαστές να εγγραφούν στο Εθνικό Μητρώο Παραγωγών Συσκευασιών και Άλλων Προϊόντων και να συμμετέχουν σε εναλλακτικά προγράμματα διαχείρισης αποβλήτων.

- 4. Κανονισμός REACH (ΕΚ) αριθ. 1907/2006
- Ο κανονισμός REACH έχει άμεση εφαρμογή στην Ελλάδα, παρόλο που αποτελεί κανονισμό που ισχύει σε ολόκληρη την ΕΕ. Εστιάζει στον τρόπο παραγωγής και χρήσης των χημικών ουσιών, ιδίως στα καλλυντικά, και στον τρόπο με τον οποίο αυτές ενδέχεται να επηρεάσουν το περιβάλλον και την ανθρώπινη υγεία. Ο κανονισμός REACH ορίζει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να καταχωρούν χημικές ουσίες, να αξιολογούν τους κινδύνους τους και να εξασφαλίζουν έγκριση για ορισμένες εξαιρετικά επικίνδυνες ουσίες.
- Επιπλέον, η Ελλάδα έχει επικυρώσει μια σειρά από διεθνείς περιβαλλοντικές συμφωνίες που έχουν αντίκτυπο στους ομοσπονδιακούς νόμους και κανονισμούς της, όπως:
 - Η Συμφωνία του Παρισιού για την Κλιματική Αλλαγή
 - Η Σύμβαση για τη Βιολογική Ποικιλότητα (ΣΒΠ)
 - Η Σύμβαση για την Προστασία της Μεσογείου Θαλάσσης (Σύμβαση της Βαρκελώνης)
 - Η Σύμβαση Ραμσάρ για τους Υγροτόπους
 - Η Το Σύστημα Εμπορίας Δικαιωμάτων Εκπομπών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU ETS)



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνον των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Βαθμός επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής στην Ελλάδα

Η Ελλάδα διαθέτει ένα ισχυρό νομικό πλαίσιο για την προστασία του περιβάλλοντος, ωστόσο η εφαρμογή του εγείρει μια σειρά από ζητήματα. Η βιοποικιλότητα απειλείται σοβαρά από την παράνομη δόμηση και ανάπτυξη σε προστατευόμενες περιοχές, ιδίως κατά μήκος των ακτών. Λόγω της έντονης κυκλοφορίας και των βιομηχανικών ρύπων, η ατμοσφαιρική ρύπανση εξακολουθεί να αποτελεί πρόβλημα, ειδικά σε πόλεις όπως η Αθήνα. Ένα άλλο ζήτημα είναι η διαχείριση των απορριμμάτων, ειδικά σε περιοχές με ανεπαρκείς υποδομές απόρριψης απορριμμάτων. Η Ελλάδα εξακολουθεί να αντιμετωπίζει προβλήματα που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή, όπως η ξηρασία, η διάβρωση των ακτών και οι πυρκαγιές, τα οποία απαιτούν συνεχή μέτρα προσαρμογής και μετριασμού.

Η Ελλάδα βιώνει ήπιους, βροχερούς χειμώνες, συγκριτικά ζεστά, ξηρά καλοκαίρια και άφθονη ηλιοφάνεια όλο το χρόνο λόγω του μεσογειακού κλίματός της. Οι μήνες Ιούλιος και Αύγουστος είναι οι θερμότεροι, ενώ ο Ιανουάριος και ο Φεβρουάριος είναι οι ψυχρότεροι. Το κλίμα της Ελλάδας μεταβάλλεται. Έχει διαπιστωθεί ότι η θερμοκρασία στην Ελλάδα αυξάνεται από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, ιδιαίτερα το καλοκαίρι. Επιπλέον, τόσο οι εποχιακές όσο και οι ετήσιες βροχοπτώσεις έχουν μειωθεί. Ενώ οι χειμερινές και οι ετήσιες βροχοπτώσεις έχουν καθοδική τάση, οι καλοκαιρινές βροχοπτώσεις έχουν αυξηθεί. Ο αυξανόμενος παγκόσμιος πληθυσμός, οι οικονομικές τάσεις, οι μεταφορές, η ενέργεια, η κατανάλωση των νοικοκυριών και η γεωργική ζήτηση είναι οι κύριες αιτίες της κλιματικής αλλαγής στην Ελλάδα.

Μεταξύ 1991 και 2020, η μέση θερμοκρασία στην Ελλάδα αυξήθηκε κατά περίπου 1,5 °C, με τις βόρειες ηπειρωτικές περιοχές να θερμαίνονται ακόμη πιο γρήγορα, σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπερνώντας τους 2 °C. Αυτή η τάση θέρμανσης όχι μόνο εντείνει τη θερινή ζέστη, αλλά διαταράσσει και τα οικοσυστήματα και ασκεί πίεση στη ζήτηση ενέργειας, ιδίως στα αστικά κέντρα.

Τα κύματα καύσωνα είναι μια από τις πιο ορατές και επικίνδυνες συνέπειες της κλιματικής αλλαγής στην Ελλάδα. Το καλοκαίρι του 2024 καταγράφηκε ως το πιο ζεστό στην ιστορία της χώρας, σηματοδομένο από έναν από τους μεγαλύτερους και πιο έντονους καύσωνες. Στην Αθήνα και σε άλλες μεγάλες πόλεις, η αύξηση των επικίνδυνων ζεστών ημερών θέτει σοβαρούς κινδύνους για τη δημόσια υγεία, τις υποδομές και την παραγωγικότητα.

Η κλιματική αλλαγή αναδιαμορφώνει επίσης τις βροχοπτώσεις στην Ελλάδα. Η μέση βροχόπτωση αναμένεται να μειωθεί κατά περίπου 12%, με τις καλοκαιρινές βροχοπτώσεις να μειώνονται έως και 30% και τους χειμώνες να γίνονται περίπου 10% ξηρότερες. Πρόσφατες μελέτες δείχνουν ότι οι καταγίδες στην Ελλάδα είναι ήδη έως και 15% πιο υγρές από ό,τι θα ήταν χωρίς την κλιματική αλλαγή, αυξάνοντας τους κινδύνους πλημμυρών, κατολισθήσεων και ζημιών στις υποδομές.

Οι πυρκαγιές αποτελούν εδώ και καιρό μέρος του ελληνικού τοπίου, αλλά η συχνότητα, η ένταση και η καταστροφικότητά τους έχουν αυξηθεί κατακόρυφα. Το καλοκαίρι του 2025, οι πυρκαγιές έγιναν 22% πιο έντονες από τους ιστορικούς μέσους όρους. Πέρα από την άμεση καταστροφή, οι πυρκαγιές καταστρέφουν τη βιοποικιλότητα, διαταράσσουν τον τουρισμό και αφήνουν μακροπρόθεσμα σημάδια στη γη.

Όσον αφορά το μέλλον, οικονομικά, η Ελλάδα αντιμετωπίζει ετήσιο κόστος ύψους 2–2,2 δισεκατομμυρίων ευρώ μέχρι το τέλος του αιώνα, με ορισμένες μελέτες να προειδοποιούν για απώλειες έως και 16 δισεκατομμύρια ευρώ, που ισοδυναμούν με περίπου 1% του ΑΕΠ. Μελέτες προειδοποιούν για ακόμη μεγαλύτερες επιπτώσεις στα χειρότερα σενάρια, συμπεριλαμβανομένων των απωλειών εκατοντάδων χιλιάδων θέσεων εργασίας και της απότομης μείωσης των γεωργικών και τουριστικών εσόδων.



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Πώς οι επιχειρήσεις χειροποίητων καλλυντικών μπορούν να βοηθήσουν στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και στην προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού;

Προκειμένου να καταπολεμήσουν την κλιματική αλλαγή και να ενθαρρύνουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό στον κλάδο, οι ελληνικές εταιρείες χειροποίητων καλλυντικών υιοθετούν τις αρχές της ψηφιακής καινοτομίας και της βιωσιμότητας. Εκτός από την ικανοποίηση των σύγχρονων καταναλωτικών απαιτήσεων για διαφανή και βιώσιμα προϊόντα, αυτά τα προγράμματα βοηθούν τις επιχειρήσεις να γίνουν πιο υπεύθυνες και ανταγωνιστικές.

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 1: Saphirène

Η Saphirène είναι μια μικρή εταιρεία καλλυντικών φυτικής προέλευσης που ξεκίνησε από έναν διδάκτορα χημικής μηχανικής. Πρόσφατες μελέτες περίπτωσης UX/UI που επικεντρώνονται στην επιχείρηση, η οποία ξεκίνησε στο Instagram, δείχνουν πώς μεταπήδησε από τις πωλήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε μια εξειδικευμένη παρουσία ηλεκτρονικού εμπορίου. Το δημόσιο αποτύπωμα αποτελείται κυρίως από τη μελέτη περίπτωσης Medium και έναν ενεργό λογαριασμό Instagram με εμπορεύματα και συμμετοχή σε αναδυόμενα παράθυρα.

Σχέση με την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

- Τοποθέτηση προϊόντος: Σε σύγκριση με τα καλλυντικά μαζικής παραγωγής, η έμφαση της Saphirène σε χειροποίητα, φυτικά καλλυντικά θα μπορούσε να μειώσει την εξάρτηση από πετροχημικές εισροές και βιομηχανικές διεργασίες μεγάλης κλίμακας, οι οποίες έχουν υψηλότερο αποτύπωμα άνθρακα. Η επιλογή των συστατικών και η παραγωγή σε μικρές παρτίδες μπορεί να έχουν περιβαλλοντικές επιπτώσεις, αλλά η προμήθεια, η σύνθεση, η χρήση ενέργειας κατά την παρασκευή και οι επιλογές συσκευασίας θα καθορίσουν τις πραγματικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις.
- Τοπική παραγωγή και βραχείες αλυσίδες εφοδιασμού: Σε σύγκριση με τις παγκόσμιες μαζικές μάρκες, η χειροτεχνία στην Ελλάδα και οι τοπικές πωλήσεις (Pop-ups, Instagram) υποδηλώνουν βραχύτερες αλυσίδες εφοδιασμού και χαμηλότερες εκπομπές από τις μεταφορές, γεγονός που θα μπορούσε και πάλι να μειώσει τις επιπτώσεις του CO₂.
- Ευκαιρίες: Δίνοντας έμφαση σε πιστοποιημένα βιώσιμα συστατικά, προμηθευτές χαμηλών εκπομπών άνθρακα, επαναγεμιζόμενες/ανακυκλώσιμες συσκευασίες και διαφανή αναφορά στην αλυσίδα εφοδιασμού, η μάρκα μπορεί να μειώσει περαιτέρω τον αντίκτυπό της στο κλίμα. Αυτές οι ενέργειες μετατρέπουν τη μέτρια, οργανική τοποθέτηση της μάρκας σε ποσοτικοποιήσιμα οφέλη για το κλίμα.



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

Σχέση της περίπτωσης με την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού

·Από πωλήσεις μόνο μέσω Instagram σε έναν δομημένο ιστότοπο ηλεκτρονικού εμπορίου με καλύτερη εμπειρία χρήστη, φιλτράρισμα προϊόντων και ροές ολοκλήρωσης αγοράς—αυτό διευρύνει την εμβέλεια, επαγγελματικοποιεί τις λειτουργίες και επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων (πωλήσεις, προτιμήσεις πελατών) καταδεικνύοντας μια σαφή τροχιά ψηφιακού μετασχηματισμού.

Η πρόβλεψη της ζήτησης, η ανάλυση ψηφιακού μάρκετινγκ, η διαχείριση αποθεμάτων και η πιθανή ενσωμάτωση με βιώσιμα logistics (όπως αερομεταφορές χαμηλών εκπομπών και βέλτιστη παράδοση) καθίστανται δυνατές μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επιπλέον, επιτρέπει στην εταιρεία να ενημερώνει άμεσα τους καταναλωτές για τα βιώσιμα διαπιστευτήριά της (συστατικά, ισχυρισμοί για εκπομπές άνθρακα, πιστοποιήσεις).

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 2: Panabeau

Το Panabeau είναι ένα ελληνικό ηλεκτρονικό κατάστημα που παρουσιάζει φυσικά και βιολογικά προϊόντα ομορφιάς και ευεξίας. Οι προσφορές του καλύπτουν μια μεγάλη ποικιλία, απευθυνόμενο σε λάτρεις των vegan, χειροποίητων και βιολογικών καλλυντικών. Η πλατφόρμα υποστηρίζει διεθνείς αποστολές και παρέχει ακόμη και δωρεάν δείγματα σε online αγοραστές. Το Panabeau λειτουργεί ένα φυσικό κατάστημα στην Πάργα και ο ιστότοπός του αντικατοπτρίζει μια ευρύτερη φιλοδοξία: επαγγελματική επωνυμία, ρύθμιση ηλεκτρονικού εμπορίου σε 2 γλώσσες και ασφαλή επεξεργασία παραγγελιών—όλα δημιουργημένα με τη βοήθεια ενός ψηφιακού πρακτορείου για την ενίσχυση της διαδικτυακής του εμβέλειας.

Η Panabeau αποτελεί μια εξαιρετική μελέτη περίπτωσης για το πώς μια περιφερειακή εταιρεία που επικεντρώνεται στη βιωσιμότητα μπορεί να συνδυάσει προσφορές που είναι σύμφωνες με τη φύση - χειροποίητα, βιολογικά, τοπικά προϊόντα βασισμένα στην ελληνική βιοποικιλότητα, ευκαιρίες για την κλιματική αλλαγή - χρησιμοποιώντας ανακυκλώσιμες συσκευασίες και καθαρά συστατικά, και ψηφιακή εξέλιξη, αξιοποιώντας το ηλεκτρονικό εμπόριο, το εκπαιδευτικό υλικό και τη στρατηγική επωνυμία για την επέκταση των δραστηριοτήτων και της επιρροής.

Σχέση με την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

- Υποστήριξη για Τοπικά, Βιοποικιλότητας Συστατικά: Υποστήριξη για Τοπικά, Βιοποικιλότητας Συστατικά: Η Panabeau προωθεί μικρότερες αλυσίδες εφοδιασμού και πρακτικές φιλικές προς τη βιοποικιλότητα, προμηθευόμενη από την άφθονη ενδημική χλωρίδα της Ελλάδας, η οποία μπορεί να μειώσει τις εκπομπές που σχετίζονται με τις μεταφορές και τη μη βιώσιμη προμήθεια.
- Φυσικές & Βιολογικές Συνθέσεις: Η εστίασή τους σε πιστοποιημένα οργανικά υλικά, αποφεύγοντας τα parabens, τα παράγωγα πετρελαίου και τα συνθετικά πρόσθετα, υπόσχεται χαμηλότερο χημικό αποτύπωμα κατά την κατασκευή και την απόρριψη αντίστοιχα.
- Ανακυκλώσιμες Συσκευασίες: η αναφορά στις ανακυκλώσιμες συσκευασίες δείχνει μέριμνα για το περιβάλλον, η οποία συμβάλλει στη μείωση των αποβλήτων και του αποτυπώματος άνθρακα των κύκλων ζωής των προϊόντων.



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

- Υποστήριξη για Τοπικά, Βιοποικιλότητας Συστατικά: Υποστήριξη για Τοπικά, Βιοποικιλότητας Συστατικά: Η Panabeau προωθεί μικρότερες αλυσίδες εφοδιασμού και πρακτικές φιλικές προς τη βιοποικιλότητα, προμηθευόμενη από την άφθονη ενδημική χλωρίδα της Ελλάδας, η οποία μπορεί να μειώσει τις εκπομπές που σχετίζονται με τις μεταφορές και τη μη βιώσιμη προμήθεια.
- Φυσικές & Βιολογικές Συνθέσεις: Η εστίασή τους σε πιστοποιημένα οργανικά υλικά, αποφεύγοντας τα parabens, τα παράγωγα πετρελαίου και τα συνθετικά πρόσθετα, υπόσχεται χαμηλότερο χημικό αποτύπωμα κατά την κατασκευή και την απόρριψη αντίστοιχα.
- Ανακυκλώσιμες Συσκευασίες: Η αναφορά στις ανακυκλώσιμες συσκευασίες δείχνει μέριμνα για το περιβάλλον, η οποία συμβάλλει στη μείωση των αποβλήτων και του αποτυπώματος άνθρακα των κύκλων ζωής των προϊόντων.

Σχέση της περίπτωσης με την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού

- Επέκταση από Φυσική σε Ψηφιακή: Η Panabeau, η οποία ξεκίνησε ως φυσικό κατάστημα στην Πάργα, μεταφέρθηκε στο διαδίκτυο με ένα δίγλωσσο ηλεκτρονικό κατάστημα με την κατάλληλη επωνυμία. Αυτή η ψηφιακή επανάσταση επέκτεινε σημαντικά την καταναλωτική της βάση και τη γεωγραφική της εμβέλεια.
- Εμπειρία Χρήστη & Λειτουργικότητα: Ο νέος ιστότοπος ηλεκτρονικού εμπορίου αντικατοπτρίζει μια εκσυγχρονισμένη, φιλική προς τον πελάτη προσέγγιση, προσφέροντας ασφαλή επεξεργασία παραγγελιών, διεθνείς αποστολές, εύκολη περιήγηση και δυνατότητες δειγματοληψίας.
- Εμπορική επωνυμία που βασίζεται στο περιεχόμενο: Η Panabeau χρησιμοποιεί αφηγηματική προσέγγιση, εκπαίδευση και περιφερειακή αυθεντικότητα για να προσελκύσει πελάτες στο διαδίκτυο μέσω του ιστολογίου της.
- Υποστήριξη Μικρών Επιχειρήσεων: Μέσω του ιστότοπού τους, προωθούνται ανεξάρτητες ελληνικές επιχειρήσεις με επικεφαλής γυναίκες, δημιουργώντας έναν ψηφιακό κόμβο που ενθαρρύνει την περιφερειακή συνεργασία και την επιχειρηματικότητα.



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 3: Fresh Line

Η Fresh Line, μια γνωστή ελληνική εταιρεία φυσικών καλλυντικών, συνδυάζει την παραδοσιακή, χειροποίητη κατασκευή με μια αυξανόμενη διαδικτυακή παρουσία. Μέσω της χρήσης ανακυκλώσιμων συσκευασιών, φυσικών συστατικών και στρατηγικών μείωσης των αποβλήτων, όπως το Fresh Bar, παρουσιάζει ενθαρρυντικές δυνατότητες σε δραστηριότητες που σέβονται το κλίμα. Εν τω μεταξύ, η ψηφιακή υποδομή και το ηλεκτρονικό εμπόριο δείχνουν μια ισχυρή πορεία προς τον ψηφιακό μετασχηματισμό, επιτρέποντας παγκόσμιες, κλιμακούμενες και πολυκαναλικές δραστηριότητες.

Ιδρυμένη το 1992, η Fresh Line είναι μια ελληνική εταιρεία φυσικών καλλυντικών με ρίζες σε αρχαία ελληνικά έθιμα βοτάνων και αρωματοθεραπείας, καθώς και σε οικογενειακές συνταγές. Η εταιρεία με έδρα την Αθήνα παράγει περισσότερα από 300 φυσικά προϊόντα, τα οποία διανέμει μέσω 250 σημείων λιανικής πώλησης σε 12 χώρες. Δίνει ισχυρή έμφαση σε φυσικές συνθέσεις με ενεργά συστατικά που υποστηρίζονται από κλινική έρευνα, φυτικά βούτυρα, φυτικά εκχυλίσματα και αιθέρια έλαια. Η επιχείρηση αξιοποιεί την ιστορία της, τη σύγχρονη διαδικτυακή και λιανική ολοκλήρωση και τις χειροποίητες τεχνικές της.

Σχέση με την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής

- Φυσικά Υλικά & Παραδοσιακή Παρασκευή: Η χρήση φυτικών και φυτικών ουσιών πιθανότατα μειώνει την εξάρτηση από συνθετικά πετροχημικά, μειώνοντας ενδεχομένως τις επιπτώσεις στον άνθρακα και το περιβάλλον που σχετίζονται με την παραγωγή.
- Φρέσκες Μπάρες & Παραγωγή Κατ' Απαίτηση: Η προσέγγιση «αγορά κατά βάρος» των Φρέσκων Μπαρ ελαχιστοποιεί την υπερπαραγωγή και τα απορρίμματα συσκευασίας, κάτι που ευθυγραμμίζεται με τις αρχές της κυκλικής οικονομίας. Παίρνοντας μόνο ό,τι χρειάζονται, οι πελάτες εξοικονομούν πόρους.
- Ανακυκλώσιμες Συσκευασίες: Οι μέθοδοι συσκευασίας δείχνουν μια δέσμευση για ανακυκλωσιμότητα, μειώνοντας παράλληλα τα απόβλητα και τις σχετικές εκπομπές κύκλου ζωής.
- Τοπική Παραγωγή και Διανομή: Δεδομένης της παραγωγής της με έδρα την Αθήνα και της σημαντικής εγχώριας παρουσίας της, η μάρκα πιθανότατα επωφελείται από μικρότερες, τοπικές αλυσίδες εφοδιασμού – μια κλιματικά έξυπνη εναλλακτική λύση στις μεταφορές μεγάλων αποστάσεων.

Σχέση της περίπτωσης με την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού

- Ολοκληρωμένη προσέγγιση στο διαδίκτυο και τη λιανική πώληση: Η Fresh Line έχει επεκταθεί πέρα από τα φυσικά καταστήματα, συνδυάζοντας την κληρονομιά της λιανικής πώλησης με μια πρωτοποριακή πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου που προσφέρει δωρεάν αποστολή, ασφαλείς μεθόδους πληρωμής και ευκολία στους καταναλωτές.
- Βελτιστοποιημένη Ψηφιακή Υποδομή: Η χρήση ενός αξιόπιστου backend ηλεκτρονικού εμπορίου (Vendallion) και ενός επαγγελματικού ψηφιακού πρακτορείου υποδηλώνει μια ώριμη διαδικτυακή παρουσία που μπορεί να υποστηρίξει λειτουργίες, προωθητικές ενέργειες και βελτιώσεις εμπειρίας χρήστη που βασίζονται σε δεδομένα.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Μελέτες περιπτώσεων

- Πωλήσεις σε όλα τα κανάλια: Η ευελιξία και η βελτιωμένη αλληλεπίδραση με τους καταναλωτές μέσω ψηφιακών πλατφορμών αποδεικνύονται από την ομαλή μετάβαση μεταξύ εκδηλώσεων εντός καταστήματος (όπως το Fresh Bar) και διαδικτυακών πωλήσεων.
- Διεθνής Εμβέλεια: Η ψηφιακή υποδομή της Fresh Line, η οποία δραστηριοποιείται σε δώδεκα χώρες, διευκολύνει τη διείσδυση στη διεθνή αγορά και διευρύνει την πρόσβαση στη φυσική σειρά προϊόντων της.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Πηγές

Chrysolora, E. (2023, December 15). Climate change cost for Greece put at €2 bln per year. Kathimerini. <https://www.ekathimerini.com/economy/1227209/climate-change-cost-at-e2-bln-per-year/>

Cosmetics Europe. (2024, June). Market Performance 2023: European Cosmetic, Toiletry & Perfumery Data. https://psvak.gr/wp-content/uploads/2024/06/CE_Market_Performance_2023.pdf

Davitt, D. (2025, June 17). Europe's airport duty-free sales hit all-time high of €9.5 billion in 2024, ETRC reports. The Moodie Davitt Report. <https://moodiedavittreport.com/europes-airport-duty-free-sales-hit-all-time-high-of-e9-5-billion-in-2024-etrc-reports/>

Enterprise Europe Network. (n.d.). About the Enterprise Europe Network. Retrieved September 8, 2025, from <https://een.ec.europa.eu/about-enterprise-europe-network>

Euromonitor International. (n.d.). Beauty and personal care in Greece. Euromonitor International. <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-greece/report>

Gençtürk, A. (2024, September 17). Greece becomes climate change hot spot with average temperatures rising 1.5°C over last 30 years. Anadolu Agency. <https://www.aa.com.tr/en/environment/greece-becomes-climate-change-hot-spot-with-average-temperatures-rising-15c-over-last-30-years/3332858>

Georgakopoulos, T. (2021, December). The consequences of climate change in Greece. diaNEOsis. <https://www.dianeosis.org/en/2021/12/the-consequences-of-climate-change-in-greece/>

Grand View Research. (2023). Natural cosmetics market size, share & growth report 2030. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/natural-cosmetics-market>

Hadjicostis, M. (2025, August 28). Climate change made deadly wildfires in Turkey, Greece and Cyprus more fierce, study finds. AP News. <https://apnews.com/article/climate-change-wildfires-temperatures-greece-turkey-cyprus-5f72624b73b0616cad7185cc8e83113d>

Hatis, C. (2025, June 2). KORRES marks strong turnaround with EUR 75.5 million in 2024 revenue. MoneyBuzz. <https://moneybuzz.gr/korres-marks-strong-turnaround-with-eur-75-5-million-in-2024-revenue/>

Heritage Management Organization. (n.d.). Climate change in Greece. Retrieved September 8, 2025, from <https://heritagemanagement.org/climate-change-and-heritage/climate-change/climate-change-in-greece/>

Hughes, R. A. (2025, April 3). Greece storms were made wetter and more destructive by climate change, study finds. Euronews. <https://www.euronews.com/green/2025/04/03/greece-storms-were-made-wetter-and-more-destructive-by-climate-change-study-finds>

Konti, D. (2024, July 9). Cosmetics market grows 12.5% annually in 2023. Kathimerini. <https://www.ekathimerini.com/economy/1243493/cosmetics-market-grows-12-5-annually-in-2023/>

Konti, K. (2025, February 5). How can Greek businesses create value through their climate change initiatives? EY Greece. https://www.ey.com/en_gr/insights/sustainability/how-can-greek-businesses-create-value-through-their-climate-change-initiatives



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Lithadioti, E. (2025, March 29). E-commerce webpage for Saphirêve natural cosmetics: Based in Greece. Medium. <https://medium.com/@evlialithadioti/e-commerce-webpage-for-saphir%C3%A9ve-natural-cosmetics-based-in-greece-e996de98270c>

NATRUE. (2024, November 21). Natural beauty in focus: Trends, trust and the path forward for 2024. NATRUE. <https://natrue.org/natural-beauty-trends-2024/>

Natural Cosmetics from Greece | Fresh Line

Oprea, A. (2023, December 18). Cost of climate change for Greece is estimated at €2 billion per year. Green Forum. <https://www.green-forum.eu/environment/20231218/cost-of-climate-change-for-greece-is-estimated-at-eur2-billion-per-year-781>

Panabeau - Greek Natural and Organic Cosmetics

Papadopoulos, K. (2025, June 19). Climate change could cost Greece 327,000 jobs, study warns. Greek City Times. <https://greekcitytimes.com/2025/06/19/climate-change-could-cost-greece-327000-jobs-study-warns/>

Protothema. (2024, September 17). More than 1.5 degree increase in average temperature in Greece over the last 30 years. <https://en.protothema.gr/2024/09/17/more-than-1-5-degree-increase-in-average-temperature-in-greece-over-the-last-30-years/>

PwC. (2024, May 15). Consumers willing to pay 9.7% sustainability premium, even as cost-of-living and inflationary concerns weigh: PwC 2024 Voice of the Consumer Survey. <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2024-voice-of-consumer-survey.html>

<https://stripe.com/en-gr/resources/more/how-to-start-a-cosmetic-business>

S A P H I R Ê V E (@saphi.reve) • Instagram photos and videos

Statista. (n.d.). Natural cosmetics in Greece. Statista. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/natural-cosmetics/greece>

Stibo Systems. (2024, September 16). Promote sustainability-driven innovation with MDM. <https://www.stibosystems.com/how-we-help/sustainability/promote-sustainability-driven-innovation>

Stripe. (2025, May 6). How to start a cosmetic business. <https://stripe.com/en-gr/resources/more/how-to-start-a-cosmetic-business>

The World Monitor. (2025, August 27). Greece estimates annual climate change costs of €2 billion. <https://www.theworldmonitor.com/greece-estimates-annual-climate-change-costs-of-e2-billion/>

Trosin, D. (2025, March 6). 74% of consumers consider organic ingredients important in personal care products. NSF. <https://www.nsf.org/news/consumers-consider-personal-care-organic-ingredients-important>

Visit Greece. (2024, October 7). Eco-friendly businesses: A journey towards zero waste. <https://www.visitgreece.gr/blog/visit-greece/1497/eco-friendly-businesses-a-journey-towards-zero-waste/>

Wikipedia contributors. (2025, July 10). 2025 European heatwaves. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/2025_European_heatwaves



Μελέτες Περιπτώσεων

ΟΝΟΜΑ ΧΩΡΑΣ: Σουηδία



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Σχετικά στατιστικά στοιχεία για τα οφέλη των φυσικών καλλυντικών:

Η σουηδική αγορά ομορφιάς βρίσκεται σε εξέλιξη σε μια σημαντική μεταμόρφωση, καθώς κινείται ραγδαία προς φυσικά και βιώσιμα προϊόντα. Σύμφωνα με το Σουηδικό Εθνικό Συμβούλιο Εμπορίου (Kommerskollegium, 2021), η Σουηδία ξεχωρίζει εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το εξαιρετικά υψηλό επίπεδο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των καταναλωτών. Η μελέτη δείχνει ότι το 70% των Σουηδών καταναλωτών θεωρούν τις οικολογικές ετικέτες σημαντικό παράγοντα κατά την αγορά καλλυντικών, το υψηλότερο ποσοστό στην ΕΕ. Η ίδια έκθεση σημειώνει ότι τα φυσικά καλλυντικά αναμένεται να αντιπροσωπεύουν μεγαλύτερο μερίδιο της σουηδικής αγοράς σε σύγκριση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, λόγω του έντονου δημόσιου ενδιαφέροντος για την υγεία, τη διαφάνεια και την περιβαλλοντική ευθύνη. Αυτή η μετατόπιση αντικατοπτρίζει την ευρύτερη κουλτούρα βιωσιμότητας της Σουηδίας, όπου η προστασία του περιβάλλοντος και η ηθική κατανάλωση θεωρούνται κοινές κοινωνικές ευθύνες. Η ρυθμιστική εποπτεία από τον Σουηδικό Οργανισμό Χημικών Προϊόντων (Kemikalieinspektionen) διασφαλίζει ότι τα καλλυντικά συμμορφώνονται με τα πλαίσια της ΕΕ, όπως ο κανονισμός REACH, ο οποίος περιορίζει τις επικίνδυνες ουσίες και προωθεί ασφαλέστερες εναλλακτικές λύσεις. Συμπληρώνοντας αυτούς τους κανονισμούς, πιστοποιήσεις όπως το Nordic Swan Ecolabel και το EU Ecolabel εγγυώνται ότι τα προϊόντα πληρούν αυστηρά περιβαλλοντικά και υγειονομικά πρότυπα, από την προμήθεια συστατικών έως τη συσκευασία.

Για τις μάρκες ομορφιάς που δραστηριοποιούνται στη Σουηδία, η βιωσιμότητα δεν αποτελεί πλέον μια εξειδικευμένη αγορά αλλά μια προσδοκία. Οι καταναλωτές απαιτούν ολοένα και περισσότερο πλήρη διαφάνεια των συστατικών, ανακυκλώσιμα υλικά και ηθικές μεθόδους παραγωγής. Όπως παρατηρεί το Kommerskollegium (2021), αυτή η τάση αντικατοπτρίζει μια ευρύτερη εθνική ταυτότητα που βασίζεται στην απλότητα, την κατασκευαστική δεξιότητα και τον σεβασμό για τη φύση – αξίες που έχουν τοποθετήσει τη Σουηδία ως ηγέτη στην αναπτυσσόμενη αγορά φυσικών και υπεύθυνων καλλυντικών της Ευρώπης.

Δεδομένα από το Σουηδικό Μετεωρολογικό και Υδρολογικό Ινστιτούτο (SMHI, 2023) δείχνουν ότι η μέση ετήσια θερμοκρασία της Σουηδίας έχει αυξηθεί κατά περίπου 1,9 βαθμούς Κελσίου από τα τέλη του δέκατου ένατου αιώνα. Αυτός ο ρυθμός θέρμανσης είναι υψηλότερος από τον παγκόσμιο μέσο όρο, ο οποίος έχει αυξηθεί κατά περίπου 1,1 βαθμό κατά την ίδια περίοδο. Το SMHI αναφέρει επίσης ότι οι ετήσιες βροχοπτώσεις έχουν αυξηθεί κατά περίπου 10% από τις αρχές του εικοστού αιώνα, με μια αισθητή στροφή προς ηπιότερους, υγρότερους χειμώνες και μικρότερες χιονοπτώσεις. Αυτές οι αλλαγές επηρεάζουν τα οικοσυστήματα, τη δασοκομία, τη γεωργία και τις βιομηχανίες της χώρας που εξαρτώνται από φυσικούς πόρους, συμπεριλαμβανομένης της παραγωγής χειροποίητων καλλυντικών.

Οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τον τομέα των φυσικών καλλυντικών της Σουηδίας, ο οποίος συχνά βασίζεται σε συστατικά τοπικής προέλευσης, όπως η σημύδα, το λιγνόμπερι και το ιπποφαές. Αυτά τα φυτά είναι ευαίσθητα στις διακυμάνσεις της θερμοκρασίας, του ηλιακού φωτός και των βροχοπτώσεων, και οι μεταβαλλόμενες κλιματικές συνθήκες μπορεί να μεταβάλουν τις συνθήκες ανάπτυξης τους και τα θεραπευτικά τους προφίλ.

Για τους Σουηδούς επιχειρηματίες που εργάζονται στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών, η κατανόηση και η αντιμετώπιση αυτών των περιβαλλοντικών αλλαγών έχει γίνει αναπόσπαστο μέρος της υπεύθυνης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Πολλοί υιοθετούν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, τοπικές αλυσίδες εφοδιασμού συστατικών και κυκλικά συστήματα παραγωγής για τη μείωση των εκπομπών και του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Αυτή η προσέγγιση ευθυγραμμίζεται με την ευρύτερη μετάβαση της Σουηδίας προς μια πράσινη και ανθεκτική οικονομία, στην οποία η βιωσιμότητα και η καινοτομία αλληλοενισχύονται.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Από τις Τοπικές Ρίζες στον Εθνικό Αντίκτυπο

Η Maria Åkerberg είναι μία από τις κορυφαίες μάρκες φυσικής περιποίησης δέρματος στη Σουηδία, η οποία ιδρύθηκε το 1995 από τη Maria Åkerberg στην παραθαλάσσια πόλη Frillesås, στο Halland. Η εταιρεία ιδρύθηκε με το όραμα της παραγωγής επαγγελματικής περιποίησης δέρματος, κατασκευασμένης εξ ολοκλήρου στη Σουηδία, χρησιμοποιώντας φυσικά και βιολογικά συστατικά που είναι ασφαλή τόσο για τον άνθρωπο όσο και για το περιβάλλον. Η γκάμα των προϊόντων της, που περιλαμβάνει περιποίηση δέρματος, μαλλιών και σώματος, παρασκευάζεται με φυτικά έλαια ψυχρής έκθλιψης, κερί μέλισσας και βοτανικά εκχυλίσματα από πιστοποιημένους βιολογικούς προμηθευτές. Η φιλοσοφία της εταιρείας, Deerskin Organics, τονίζει ότι ό,τι ωφελεί το δέρμα πρέπει να ωφελεί και τον πλανήτη.

Όλη η παραγωγή πραγματοποιείται στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της εταιρείας στο Frillesås, οι οποίες τροφοδοτούνται από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και έχουν σχεδιαστεί για να λειτουργούν με ελάχιστες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Η μείωση των αποβλήτων, η ηθική προμήθεια και η πλήρης διαφάνεια των συστατικών αποτελούν μέρος της ταυτότητας της μάρκας από την αρχή. Δεν χρησιμοποιούνται συνθετικά αρώματα, ορυκτέλαια ή parabens και τα υλικά συσκευασίας είναι ανακυκλώσιμα. Σύμφωνα με την Allabolag (2024), η Maria Åkerberg AB ανέφερε έσοδα που υπερβαίνουν τα 100 εκατομμύρια SEK, αντανακλώντας την ισχυρή εμπιστοσύνη των καταναλωτών και την αυξανόμενη ζήτηση για βιώσιμη ομορφιά. Η εταιρεία συμβάλλει επίσης σε προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης και εκπαιδευτικής προσέγγισης, διδάσκοντας τόσο στους καταναλωτές όσο και στους αισθητικούς τις αρχές της φυσικής περιποίησης του δέρματος και της βιωσιμότητας.

Οι δραστηριότητες της Maria Åkerberg είναι στενά ευθυγραμμισμένες με τους εθνικούς στόχους της Σουηδίας για το κλίμα και τη βιωσιμότητα. Προμηθευόμενη συστατικά από πιστοποιημένα βιολογικά αγροκτήματα, η εταιρεία αποφεύγει τη χρήση συνθετικών χημικών ουσιών που συμβάλλουν στην υποβάθμιση του εδάφους και στις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου. Η τοπική παραγωγή εντός της Σουηδίας μειώνει τις εκπομπές από τις μεταφορές σε σύγκριση με την εξωτερική ανάθεση παραγωγής, ενώ η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στο εργοστάσιό της βοηθά στην ελαχιστοποίηση του συνολικού αποτυπώματος άνθρακα.

Το κυκλικό μοντέλο παραγωγής της μάρκας επικεντρώνεται σε ανακυκλώσιμα υλικά, ελάχιστα απόβλητα και μεγάλη διάρκεια ζωής των προϊόντων, αντανακλώντας τις αρχές του Πλαισίου Πολιτικής για το Κλίμα της Σουηδίας, το οποίο στοχεύει σε μηδενικές καθαρές εκπομπές έως το 2045. Ως επιχείρηση που ιδρύθηκε και διευθύνεται από γυναίκα, η Maria Åkerberg διαδραματίζει επίσης κοινωνικό ρόλο δημιουργώντας τοπικές ευκαιρίες απασχόλησης και προωθώντας την περιβαλλοντική παιδεία στον σουηδικό τομέα ομορφιάς.

Μέσω του συνδυασμού ηθικής παραγωγής, εκπαιδευτικής δέσμευσης και καινοτομίας με επίγνωση του κλίματος, η Maria Åkerberg καταδεικνύει πώς οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να αποτελέσουν ενεργούς παράγοντες στη μετάβαση σε μια πράσινη και κυκλική οικονομία. Η επιτυχία της εταιρείας δείχνει ότι η βιωσιμότητα και η κερδοφορία μπορούν να συνυπάρχουν, θέτοντας ένα παράδειγμα υπεύθυνης επιχειρηματικότητας στη βιομηχανία φυσικών καλλυντικών της Ευρώπης.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Καινοτομία που καθοδηγείται από τη φύση

Η L:A Bruket ιδρύθηκε το 2008 στο Varberg, στη δυτική ακτή της Σουηδίας, από τους Mats Johansson και Monica Kylén. Αντλώντας έμπνευση από τις παραδόσεις των σπα της περιοχής και το γύρω παράκτιο τοπίο, οι ιδρυτές ξεκίνησαν να δημιουργούν προϊόντα περιποίησης δέρματος που συνδυάζουν φυσικά συστατικά με λειτουργικό σχεδιασμό. Η φιλοσοφία της μάρκας, που περιγράφεται ως καινοτομία με γνώμονα τη φύση, δίνει έμφαση στην απλότητα, την αυθεντικότητα και τον σεβασμό προς το περιβάλλον.

Όλα τα προϊόντα L:A Bruket αναπτύσσονται και παράγονται στη Σουηδία, χρησιμοποιώντας υψηλό ποσοστό φυσικών και οργανικών συστατικών. Σύμφωνα με την εταιρεία, οι περισσότερες συνθέσεις περιέχουν πάνω από 90 τοις εκατό φυσικά συστατικά και είναι vegan και cruelty-free. Η μάρκα αποφεύγει τα συνθετικά αρώματα και τις τεχνητές χρωστικές, βασιζόμενη αντ' αυτού σε φυσικά αιθέρια έλαια και συστατικά φυτικής προέλευσης, όπως φύκια, εκχύλισμα βρώμης και λεβάντα. Ενώ δεν είναι όλα τα προϊόντα πιστοποιημένα βιολογικά, η L:A Bruket ακολουθεί το πρότυπο COSMOS για φυσικά καλλυντικά για να διασφαλίσει την ιχνηλασιμότητα των συστατικών και την υπεύθυνη προμήθεια.

Η βιωσιμότητα είναι ενσωματωμένη στις αξίες της εταιρείας. Η παραγωγή της δίνει προτεραιότητα στην ποιότητα, τη μακροζωία και τα ανακυκλώσιμα υλικά, ενώ οι συσκευασίες έχουν σχεδιαστεί για την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Η δέσμευση της μάρκας στην κατασκευαστική δεξιοτεχνία και τη βιωσιμότητα αντικατοπτρίζει τη σουηδική έννοια της ισορροπίας και του μέτρου, προωθώντας την προσεκτική κατανάλωση και τα προϊόντα μακράς διαρκείας.

Η L:A Bruket έχει εξελιχθεί από μια μικρή τοπική επιχείρηση σε μια διεθνώς αναγνωρισμένη μάρκα μέσω ισχυρής ψηφιακής αφήγησης ιστοριών και ανάπτυξης ηλεκτρονικού εμπορίου. Η μινιμαλιστική αισθητική της και η εστίασή της στη φυσική ευεξία έχουν βοηθήσει την μάρκα να χτίσει μια ξεχωριστή ταυτότητα που έχει απήχηση σε ένα παγκόσμιο κοινό. Σήμερα, η L:A Bruket λειτουργεί τόσο διαδικτυακά όσο και μέσω επιλεγμένων καταστημάτων λιανικής σε μεγάλες πόλεις, όπως η Στοκχόλμη, το Γκέτεμποργκ, το Παρίσι, το Βερολίνο και η Σεούλ, και τα προϊόντα της διατίθενται σε περισσότερες από 40 χώρες.

Τα ψηφιακά κανάλια βρίσκονται στον πυρήνα της επικοινωνιακής στρατηγικής της L:A Bruket. Η μάρκα χρησιμοποιεί τον ιστότοπό της και τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για να μοιραστεί την ιστορία πίσω από τα προϊόντα της, να αναδείξει τα συστατικά και να αλληλεπιδράσει άμεσα με τους πελάτες. Αυτή η ψηφιακή διαφάνεια ενισχύει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και χτίζει μια διεθνή κοινότητα που εκτιμά τη βιωσιμότητα, την αυθεντικότητα και το design.

Για τους επιχειρηματίες, ιδίως για όσους εισέρχονται στον τομέα της φυσικής ομορφιάς, η L:A Bruket αντιπροσωπεύει τον τρόπο με τον οποίο τα ψηφιακά εργαλεία μπορούν να επεκτείνουν την εμβέλεια της παραδοσιακής χειροτεχνίας. Συνδυάζοντας την τοπική παραγωγή με τη σύγχρονη τεχνολογία, η εταιρεία καταδεικνύει ότι τα βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα μπορούν να ευδοκιμήσουν παγκοσμίως, παραμένοντας πιστά στην προέλευση και τις αξίες τους.



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Πηγές

Kommerskollegium. (2021). The Swedish market – Natural ingredients for cosmetics [Market study]. National Board of Trade Sweden. <https://www.kommerskollegium.se/globalassets/publikationer/market-studies/market-study-cosmetics.pdf>

Kemikalieinspektionen. (n.d.). Rules and regulations. <https://www.kemi.se/en/rules-and-regulations>

Business Sweden. (2022, March 3). Sweden's sustainable lifestyle ecosystem. <https://www.business-sweden.com/insights/articles/swedens-sustainable-lifestyle-ecosystem/>

Swedish Meteorological and Hydrological Institute. (2023). Observed climate change in Sweden 1860–2021 [Klimatologi 69]. SMHI. https://www.smhi.se/download/18.18f5a56618fc9f08e832cbc3/1717804715501/Klimatologi_69%20Observerad%20klimatförändring%20i%20Sverige%201860-2021.pdf

Swedish Meteorological and Hydrological Institute. (n.d.). Temperature – Climate indicators. <https://www.smhi.se/en/climate/tools-and-inspiration/climate-indicators/temperature>

Swedish Meteorological and Hydrological Institute. (n.d.). Precipitation – Climate indicators. <https://www.smhi.se/en/climate/tools-and-inspiration/climate-indicators/precipitation>

Thulin, C. G. (2024). Opportunities with wild food in managed ecosystems: Annual berry production and wild plants in Sweden [Doctoral thesis]. Swedish University of Agricultural Sciences. <https://pub.epsilon.slu.se/34952/1/thulin-c-g-20240902.pdf>

Maria Åkerberg. (n.d.). Sustainability and production. https://www.mariaakerberg.com/en_GB/page/sustainability

Maria Åkerberg. (n.d.). About us – Deepskin Organics philosophy. https://www.mariaakerberg.com/en_GB/page/about-us

Government Offices of Sweden. (2018). Sweden's Climate Policy Framework. Ministry of the Environment and Energy. <https://www.government.se/articles/2018/03/swedens-climate-policy-framework/>

L:A Bruket. (n.d.). About us – Innovation driven by nature. <https://www.labruket.com/en-us/pages/about-us>

L:A Bruket. (n.d.). FAQ – Are L:A Bruket products natural and organic? <https://www.labruket.com/en-us/pages/faq>

Vogue Scandinavia. (2022, April 15). The rise of L:A Bruket: Sweden's coastal skincare revolution.

Magnusson, J. (2022, October 19). L:a Bruket: "Biotech is the progressive continuity of innovation within natural beauty". Scandinavian MIND. <https://scandinavianmind.com/mats-johansson-la-bruket-biotech-is-the-progressive-continuity-of-innovation-within-natural-beauty/>



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Μελέτες Περιπτώσεων

ΟΝΟΜΑ ΧΩΡΑΣ: Αυστρία



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνον των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Από τις Τοπικές Ρίζες στον Εθνικό Αντίκτυπο

Η Αυστρία είναι ένα μέρος όπου η παράδοση συναντά την καινοτομία με τους πιο απροσδόκητους τρόπους. Στις ήσυχες κοιλάδες του Τυρόλου, τα δάση της Στυρίας και τις δημιουργικές περιοχές της Βιέννης, μικρά εργαστήρια και στούντιο δίνουν νέα πνοή στην κουλτούρα της χειροτεχνίας αιώνων. Αυτό που ξεκινά από έναν ξύλινο πάγκο εργασίας, σε ένα εργαστήριο μεγέθους κουζίνας ή σε ένα μικροσκοπικό ορεινό εργαστήριο συχνά εξελίσσεται σε κάτι πολύ μεγαλύτερο. Οι Αυστριακοί εκτιμούν βαθιά την αγνότητα, τη φύση και την ποιότητα – αξίες που διαμορφώνονται από τα αλπικά τοπία της χώρας και την ισχυρή περιβαλλοντική ταυτότητα.

Αυτό το πολιτιστικό ίδρυμα ωθεί τώρα ένα νέο κύμα πράσινης επιχειρηματικότητας. Οι δημιουργοί χειροποίητων καλλυντικών βρίσκονται στην πρώτη γραμμή αυτής της μετατόπισης, μετατρέποντας τοπικά βότανα, αγριολούλουδα, ακόμη και ανακυκλωμένα υλικά σε σύγχρονα, οικολογικά συνειδητά προϊόντα. Το έργο τους βρίσκει απήχηση σε ένα εθνικό κοινό που αναζητά ολόένα και περισσότερο την αυθεντικότητα έναντι της μαζικής παραγωγής και τη βιωσιμότητα έναντι της ευκολίας.

Με υποστηρικτικά εθνικά προγράμματα χρηματοδότησης, εργαλεία ψηφιακής καινοτομίας και μια ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά για καθαρή ομορφιά, αυτοί οι κάποτε τοπικοί κατασκευαστές βγαίνουν στην εθνική σκηνή. Το ταξίδι τους αντικατοπτρίζει μια ευρύτερη αυστριακή ιστορία: τη δύναμη των μικρών, στοχαστικών ιδεών να εμπνεύσουν αλλαγές μεγάλης κλίμακας. Στην Αυστρία, οι τοπικές ρίζες δεν παραμένουν απλώς τοπικές – εξελίσσονται σε ένα κίνημα που διαμορφώνει το μέλλον της βιωσιμότητας σε ολόκληρη τη χώρα.

Στην Αυστρία, η καινοτομία πηγάζει απευθείας από το τοπίο. Τα βουνά, τα δάση και τα λιβάδια της χώρας δεν αποτελούν μόνο σύμβολα εθνικής ταυτότητας – είναι και κινητήριες δυνάμεις για νέες ιδέες. Οι αυστριακές επιχειρήσεις συχνά στρέφονται στη φύση τόσο ως οδηγό όσο και ως πόρο, δημιουργώντας ένα μοναδικό μοντέλο όπου η βιωσιμότητα και η καινοτομία εξελίσσονται μαζί.

Πάρτε για παράδειγμα το Tiroler Kräuterdörfer – χωριά στο Τιρόλο όπου οι αγρότες καλλιεργούν αλπικά βότανα χρησιμοποιώντας παραδόσεις αιώνων. Σήμερα, αυτά τα βότανα μετατρέπονται σε σύγχρονα φυσικά καλλυντικά, αιθέρια έλαια και προϊόντα ευεξίας που πωλούνται σε όλη την Αυστρία και όχι μόνο. Ή το Grüne Erde, μια γνωστή αυστριακή οικολογική μάρκα που δημιουργεί φυσικά καλλυντικά και προϊόντα οικιακής χρήσης χρησιμοποιώντας τοπικές πρώτες ύλες, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και κυκλικά συστήματα παραγωγής.

Στον τομέα της φυτικής περιποίησης δέρματος, η SONNENTOR στην περιοχή Waldviertel παρουσιάζει πώς η βιολογική γεωργία και οι φιλικές προς τη βιοποικιλότητα μέθοδοι μπορούν να οδηγήσουν σε προϊόντα με παγκόσμια επιτυχία. Τα τσάγια και τα βοτανικά εκχυλίσματά τους χρησιμοποιούνται από πολλούς μικρούς κατασκευαστές καλλυντικών σε όλη την Αυστρία. Η καινοτομία επεκτείνεται και στην τεχνολογία. Οι αυστριακές εταιρείες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο ψηφιακά διαβατήρια προϊόντων, κωδικούς QR και πλατφόρμες ιχνηλασιμότητας για να δείξουν από πού προέρχονται τα συστατικά – διασφαλίζοντας τη διαφάνεια από το αλπικό αγρόκτημα έως το τελικό προϊόν. Στη Στυρία, αρκετοί μικροί παραγωγοί καλλυντικών συνεργάζονται με τοπικά βιοτεχνολογικά εργαστήρια για να βελτιώσουν τις φυτικές συνθέσεις μέσω σύγχρονων διαδικασιών εκχύλισης. Αυτά τα παραδείγματα δείχνουν πώς οι αυστριακές επιχειρήσεις συνδυάζουν τους φυσικούς πόρους, την παραδοσιακή χειροτεχνία και την ψηφιακή καινοτομία. Στην Αυστρία, η φύση δεν είναι απλώς ένα φόντο – είναι μια κινητήρια δύναμη που εμπνέει νέα προϊόντα, πιο έξυπνες τεχνολογίες και βιώσιμες λύσεις που καθιστούν τη χώρα ηγέτη στην πράσινη επιχειρηματικότητα.



Πρωτοβουλία για
τη Μελλοντική
Ανάπτυξη



Co-funded by
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι μόνο των συγγραφέα/ων και δεν αντικατοπτρίζουν απαραίτητα εκείνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Εκτελεστικού Οργανισμού Ευρωπαϊκής Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA φέρουν ευθύνη γι' αυτές.

Πηγές

Klima- und Energiefonds. (2024). Ausschreibungsleitfaden Green Finance 2024 [PDF]. https://www.umweltfoerderung.at/fileadmin/user_upload/umweltfoerderung/betriebe/Green_Finance/KLIEN_Leitfaden_Green_Finance.pdf

Klima- und Energiefonds. (2025). Für ein klimaneutrales Österreich. <https://www.klimafonds.gv.at/>

Bundeskanzleramt – Republik Österreich. (n.d.). Transformation der Wirtschaft. Förderprogramm des Klima- und Energiefonds. <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/eu-aufbauplan/aktuelles/klima-und-energiefonds-foerderprogramm-transformation-der-wirtschaft.html>

Cosmetics Market Grows, Natural Cosmetics Lose Popularity. Vienna.at. <https://www.vienna.at/cosmetics-market-grows-natural-cosmetics-lose-popularity/9241550>



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

**WONDERFUL – growTh
mOdel for green, Digital,
and rEsilient
entRepreneurship For
European youNg people**

**2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804**

Τι είναι το Υπέροχο;

Το έργο WONDERFUL δίνει ιδιαίτερη έμφαση στα οφέλη της φυσικότητας και της υγείας στα καλλυντικά. Στη σημερινή αγορά, οι καταναλωτές γίνονται ολοένα και πιο ενήμεροι για τις επιβλαβείς χημικές ουσίες που χρησιμοποιούνται στα προϊόντα προσωπικής φροντίδας και τον αντίκτυπο που μπορούν να έχουν στην υγεία τους. Προωθώντας τη χρήση χειροποίητων καλλυντικών, φτιαγμένων με φυσικά συστατικά, το έργο στοχεύει να προσφέρει στις νέες γυναίκες μια εναλλακτική λύση που δεν είναι μόνο καλύτερη για την υγεία τους αλλά και για το περιβάλλον.

Πληροφορίες για συγκεκριμένες χώρες

Συγκεκριμένα: έρευνες δείχνουν ότι περίπου το 65% των Τούρκων καταναλωτών είναι πιο πιθανό να αγοράσουν καλλυντικά που φέρουν την ετικέτα «φυσικά ή βιολογικά».
Çaglar, A. (12 Δεκεμβρίου 2024)

Η βιομηχανία καλλυντικών της Τουρκίας

Η Τουρκία διαθέτει καλές υποδομές: μπορείτε να προμηθευτείτε τοπικά βότανα, οι μικροί παραγωγοί έχουν δυνατότητες και οι εξαγωγές είναι δυνατές εάν τηρούνται οι κανονισμοί.

Ορισμένοι παραγωγοί χειροποίητων καλλυντικών ενδέχεται να λειτουργούν ως πολύ μικρές επιχειρήσεις, αλλά συνιστάται να ελέγχεται εάν συμμορφώνονται πλήρως με τις κανονιστικές απαιτήσεις — υπάρχει κίνδυνος μη συμμόρφωσης (για παράδειγμα, μια πρόσφατη επιθεώρηση διαπίστωσε ότι 110 από τα 162 προϊόντα ήταν μη συμμορφούμενα σε μία μόνο σάρωση). (Erdogan, 2024)

Για τα σαπούνια μικρής παρτίδας (σαπούνι ελιάς, σαπούνι δάφνης, σαπούνι τριαντάφυλλου), η Τουρκία έχει παραδόσεις (π.χ. σαπούνι ελαιολάδου από την περιοχή του Αιγαίου) οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν.



Σε σύγκριση με τα βιομηχανικά καλλυντικά, τα χειροποίητα προϊόντα συνήθως:
Χρησιμοποιήστε βιοδιασπώμενα, τοπικά προερχόμενα συστατικά.
Παράγετε λιγότερα απορρίμματα συσκευασίας.
Προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον προτύπων παραγωγής και κατανάλωσης ευθυγραμμισμένων με τη στρατηγική Μηδενικών Αποβλήτων (Sıfır Atık) της Τουρκίας.

Στρατηγικά οφέλη των χειροποίητων καλλυντικών

- Προωθεί την τοπική οικονομική ανθεκτικότητα.
- Ενισχύει την περιφερειακή ταυτότητα και την πολιτιστική κληρονομιά.
- Ευθυγραμμίζεται με τις προτεραιότητες της Πράσινης Συμφωνίας της ΕΕ και του Erasmus+ σχετικά με τη βιωσιμότητα και την επιχειρηματικότητα των νέων.
- Συμβάλλει στους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (ΣΒΑ 8, 9, 12).



WONDERFUL – growTh mOdel for green, Digital, and rEsilient entRepreneurship For European yoUng people

2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804

Ο ρόλος του Συνδέσμου Ευρασιατικής Καινοτόμου Κοινωνίας

Ως μέλος μιας πολυπολιτισμικής κοινοπραξίας του Wonderful Project, η Avrasya συνέβαλε ενεργά στη δημιουργία παραδοτέων του έργου με θέμα τα χειροποίητα καλλυντικά, με στόχο τη βελτίωση της υγείας των νέων γυναικών, την προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και την παροχή δεξιοτήτων απασχολησιμότητας σε αυτές.

Τι κάναμε στην Τουρκία;

Διεξήγαμε τέσσερις διαφορετικές σειρές διαδικτυακών σεμιναρίων με θέμα:

- Ανάπτυξη και Διαμόρφωση Προϊόντων
- Στρατηγικές Branding και Marketing
- Νομικές και Ρυθμιστικές Ευθύνες για Χειροποίητα Καλλυντικά Προϊόντα
- Επιχειρηματικός και Οικονομικός Σχεδιασμός



Επιπλέον, οργανώσαμε ένα επιπλέον εργαστήριο για νεαρές γυναίκες για να μάθουν να φτιάχνουν κεριά λοσιόν και τონωτικό.

Μόνο σε αυτές τις δραστηριότητες συναντήσαμε περισσότερες από 120 γυναίκες.



Συμμετείχαμε επίσης στο Πρόγραμμα Κινητικότητας Εργαζομένων Νέων στην Ελλάδα, διαδικτυακά. Το περιεχόμενο του προγράμματος περιελάμβανε μεθόδους άτυπης μάθησης, ηγεσία και καθοδήγηση. Ο γενικός στόχος του προγράμματος ήταν η υποστήριξη νέων γυναικών στην επιχειρηματικότητα.



Μέσω της συνεισφοράς στον ιστότοπο του έργου και στην πλατφόρμα ηλεκτρονικής μάθησης, δημιουργώντας δωρεάν εκπαιδευτικό περιεχόμενο, η Avrasya στοχεύει να προσεγγίσει περισσότερες γυναίκες που θέλουν να μάθουν περισσότερα για αυτό το θέμα.

WONDERFUL – growth model for green, Digital, and resilient entrepreneurship For European young people

2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804

Πηγές

Çaglar, A. (2024, December 12). Natural and organic cosmetics market research: A green future in Turkey. Trade To Turkey.

Erdogan, K. (2024, October 14). Beware of unlicensed cosmetics in Türkiye: 110 out of 162 products found risky. Türkiye Today.



WONDERFUL – growTh mOdel for green, Digital, and rEsilient entRepreneurship For European yoUng people

2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804

Τι είναι το Wonderful;

Το WONDERFUL βοηθά νέους σε ευρωπαϊκές χώρες να ξεκινήσουν και να αναπτύξουν βιώσιμες επιχειρήσεις στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών. Διδάσκουμε πώς να δημιουργούν ασφαλή προϊόντα, πώς να εφαρμόζουν στρατηγική αγοράς και τα βασικά επιχειρηματικά εργαλεία.

Γιατί Σουηδία;

Στη Σουηδία, τα φυσικά καλλυντικά αναμένεται να αντιπροσωπεύουν μεγαλύτερο μερίδιο της συνολικής αγοράς καλλυντικών από ό,τι στην Ευρώπη συνολικά. Μεταξύ όλων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Σουηδία έχει το υψηλότερο ποσοστό καταναλωτών.

Η βιομηχανία καλλυντικών της Σουηδίας



Τυπικά σουηδικά συστατικά περιλαμβάνουν έλαιο ελαιοκράμβης, βρώμη, σημύδα, ιπποφάες, κερί μέλισσας και αιθέρια έλαια όπως πεύκο και λεβάντα.



Συνηθισμένα προϊόντα περιλαμβάνουν σαπούνια ψυχρής επεξεργασίας, βάσματα χεριών, βούτυρα σώματος, απλά έλαια προσώπου και αλάτα μπάνιου. Οι επιλογές χωρίς άρωμα είναι κατάλληλες για ευαίσθητο δέρμα.

Εδώ είναι σουηδικές μάρκες στον χώρο των χειροποίητων ή φυσικών καλλυντικών: Maria Åkerberg – Ιδρύθηκε το 1995 στο Frillesås της Σουηδίας. Η μάρκα επικεντρώνεται σε φυσικά και οργανικά προϊόντα περιποίησης δέρματος που παρασκευάζονται στη Σουηδία με πιστοποιημένα συστατικά. L:A Bruket – Ιδρύθηκε το 2008 στη δυτική ακτή της Σουηδίας (Varberg). Γνωστή για τα φυσικά συστατικά, τα προϊόντα εμπνευσμένα από τα σπα και τον ισχυρό δεσμό της με τη σουηδική φύση.

- Estelle & Thild – Ιδρύθηκε το 2007, αυτή η σουηδική μάρκα είναι πιστοποιημένη βιολογική και χρησιμοποιεί φυσικά βιοδραστικά συστατικά.



Η σκανδιναβική ομορφιά ορίζεται από την απλότητα, την πρακτικότητα και τον βαθύ σεβασμό για τη φύση.

Αγκαλιάζει την ισορροπία και το μέτρο, αντανakλώντας τη σουηδική έννοια του lagom – που σημαίνει ούτε πάρα πολλά ούτε πολύ λίγα. Η προσέγγιση επικεντρώνεται στην ιδέα ότι το λιγότερο είναι περισσότερο, με προϊόντα που παρασκευάζονται από έναν μικρό αριθμό προσεκτικά επιλεγμένων συστατικών.

Δίνεται έμφαση σε φυσικά υλικά που προέρχονται από ηθικές αρχές, συχνά ιθαγενή της Βόρειας Ευρώπης. Οι ίδιες μινιμαλιστικές αξίες αντικατοπτρίζονται στον σχεδιασμό και τη συσκευασία των προϊόντων, οι οποίες ευνοούν τα βιώσιμα υλικά, τα καθαρά σχήματα και τους ήρεμους, ουδέτερους τόνους.

WONDERFUL - groWth mOdel for green, Digital, and rEsilient entRepreneurship For European youNg people

2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804

Ο ρόλος του Impact Hub

Το Impact Hub Stockholm συντονίζει το έργο WONDERFUL και επιβλέπει τη συνολική κατεύθυνση, τη δομή και την υλοποίησή του. Ως επικεφαλής οργανισμός, το Impact Hub διασφαλίζει την ομαλή συνεργασία μεταξύ των εταίρων, παρακολουθεί την πρόοδο και διατηρεί την ποιότητα των αποτελεσμάτων του έργου.

Βασιζόμενοι στην εμπειρία μας στην υποστήριξη επιχειρηματιών με γνώμονα τον αντίκτυπο, το Impact Hub σχεδίασε το πλαίσιο για να συνδέσει τη βιωσιμότητα, την επιχειρηματικότητα και την ενδυνάμωση των γυναικών μέσω χειροποίητων καλλυντικών που επικεντρώνονται στα φυσικά συστατικά, την υγεία και την περιβαλλοντική ευθύνη.

Τι κάναμε στη Σουηδία;



Οργανώσαμε δύο πρακτικά εργαστήρια όπου οι συμμετέχοντες δημιούργησαν τα δικά τους χειροποίητα καλλυντικά προϊόντα χρησιμοποιώντας φυσικά συστατικά.



Διοργανώσαμε μια τοπική πολλαπλάσιαστική εκδήλωση στη Στοκχόλμη για να παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα του έργου και να μοιραστούμε πληροφορίες από τις δραστηριότητες κατάρτισης.

Το Impact Hub Stockholm συμμετείχε επίσης στο πρόγραμμα Κινητικότητας Εργαζομένων Νέων στην Ελλάδα, όπου τρεις εκπρόσωποι από τη Σουηδία ενώθηκαν με συναδέλφους από τις άλλες χώρες-εταίρους.

Το πρόγραμμα κινητικότητας επικεντρώθηκε στην ηγεσία, την καθοδήγηση και τις μεθόδους άτυπης μάθησης για την υποστήριξη των νέων γυναικών στην επιχειρηματικότητα.

Κατά τη διάρκεια της εβδομάδας, οι συμμετέχοντες αντάλλαξαν εμπειρίες, διερεύνησαν καλές πρακτικές στην εκπαίδευση για τη βιωσιμότητα και ανέπτυξαν από κοινού στρατηγικές για να καθοδηγήσουν μελλοντικούς επιχειρηματίες στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών.



Το Impact Hub Stockholm φιλοξένησε επίσης μια σειρά από διαδικτυακά σεμινάρια.

Τα διαδικτυακά σεμινάρια εξερεύνησαν θέματα όπως η κυκλική οικονομία, η βιώσιμη παραγωγή και πρακτικά εργαλεία για την ανάπτυξη και την επέκταση μιας επιχείρησης στον τομέα των χειροποίητων καλλυντικών.

Συνολικά, διοργανώσαμε τρία διαδραστικά διαδικτυακά σεμινάρια που έφεραν σε επαφή εμπνευσμένες γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν μετατρέψει με επιτυχία τις ιδέες τους σε ακμάζουσες επιχειρήσεις.

WONDERFUL - growth model for green, Digital, and resilient Entrepreneurship For European young people

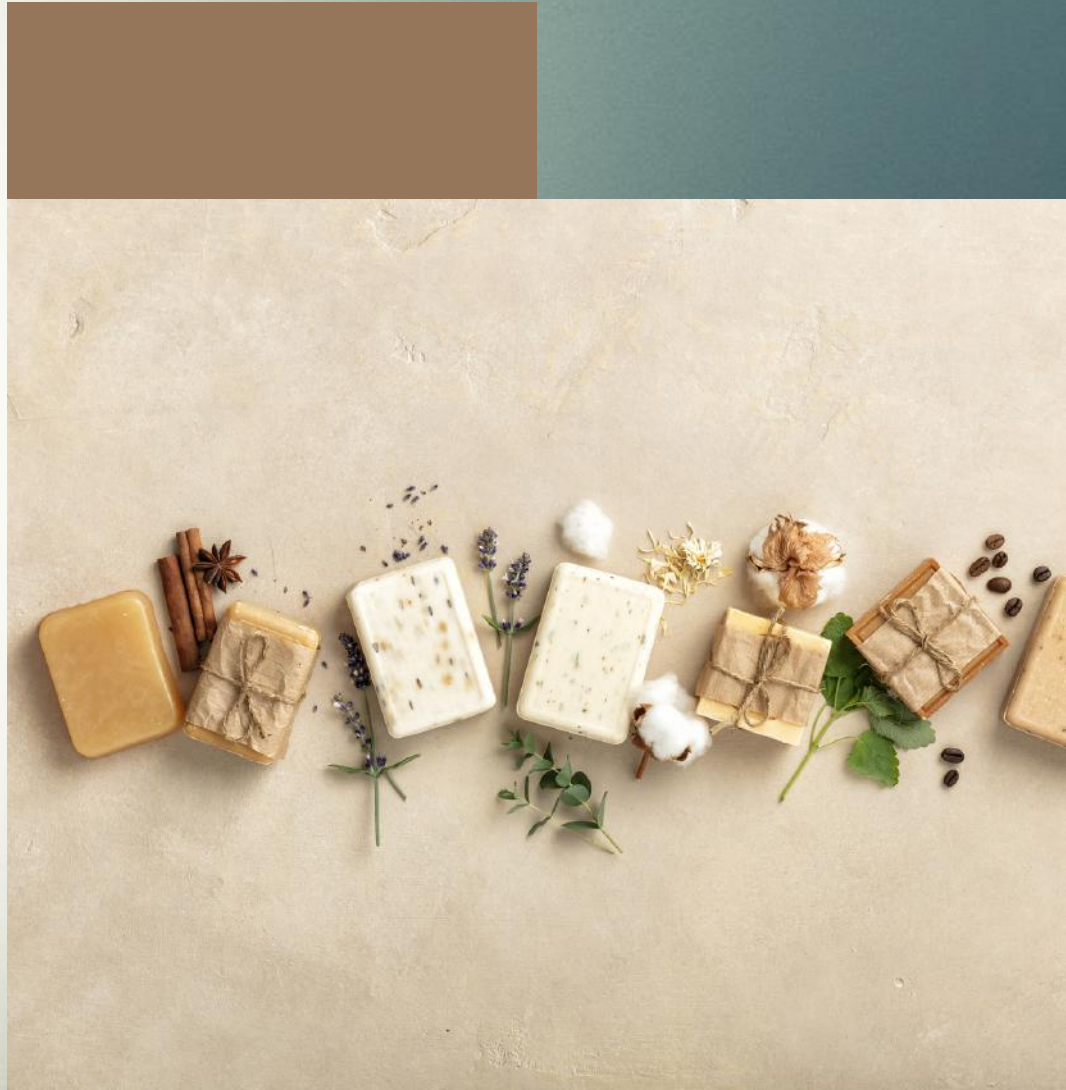
2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804

Πηγές

National Board of Trade Sweden. (2021). The Swedish market – Natural ingredients for cosmetics [Market study]. Retrieved from <https://www.kommerskollegium.se/globalassets/publikationer/market-studies/market-study-cosmetics.pdf>

Smith, (2022). Why Nordic oats are more than just a skin soother. Vogue Scandinavia. Retrieved from <https://www.voguescandinavia.com/articles/skincare-science-nordic-oats>

Formulabotanica. (2020, October 20). Top 10 Nordic beauty ingredients and their benefits. Retrieved from <https://formulabotanica.com/nordic-beauty/>



WONDERFUL – growTh mOdel for green, Digital, and rESilient entRepreneurship For European yoUng people

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Το WONDERFUL – Μοντέλο Ανάπτυξης για Πράσινη, Ψηφιακή και Ανθεκτική Επιχειρηματικότητα για Ευρωπαίους Νέους στοχεύει στην ενδυνάμωση των νέων — ιδίως των γυναικών — ώστε να αναπτύξουν βιώσιμες επιχειρηματικές ιδέες στον τομέα των χειροποίητων και φυτικών καλλυντικών.

Μέσω καινοτόμων μαθησιακών εργαλείων, ανταλλαγών κινητικότητας και δραστηριοτήτων κατάρτισης, το έργο προωθεί μια πράσινη και ψηφιακή επιχειρηματική νοοτροπία βασισμένη στη βιωσιμότητα, τη δημιουργικότητα και την ένταξη.

Η Ελλάδα έχει μακρά παράδοση στα φυσικά και χειροποίητα καλλυντικά, που χρονολογείται από την αρχαιότητα. Συστατικά όπως το ελαιόλαδο, το μέλι, τα βότανα και τα αιθέρια έλαια χρησιμοποιούνται εδώ και αιώνες σε τελετουργίες ομορφιάς και περιποίησης της επιδερμίδας.

Ελληνική Βιομηχανία Καλλυντικών



Ελληνικά βότανα για την παραγωγή χειροποίητων καλλυντικών (λεβάντα, χαμομήλι)



Ελληνικά χειροποίητα καλλυντικά (Σαπούνια)

Τα τελευταία χρόνια, υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση για οικολογικά και φυτικά καλλυντικά προϊόντα στην ελληνική αγορά. Έχουν εμφανιστεί πολλές μικρές επιχειρήσεις με επικεφαλής γυναίκες, οι οποίες παράγουν βιώσιμες σειρές περιποίησης δέρματος με βάση τα φυτά, οι οποίες συνδυάζουν την καινοτομία με τον σεβασμό στη φύση.

Η πλούσια βιοποικιλότητα της χώρας παρέχει ένα ευρύ φάσμα πρώτων υλών (λεβάντα, χαμομήλι, δεντρολίβανο και φασκόμηλο) που είναι ιδανικές για την ανάπτυξη φυσικών προϊόντων. Ταυτόχρονα, οι ελληνικοί κανονισμοί ευθυγραμμίζονται με τα πρότυπα ασφάλειας καλλυντικών της ΕΕ, επιτρέποντας στους τοπικούς επιχειρηματίες να επεκταθούν προς τις διεθνείς αγορές.



Αυτός ο αναπτυσσόμενος τομέας αντικατοπτρίζει μια ισχυρή σύνδεση μεταξύ επιχειρηματικότητας, παράδοσης και βιωσιμότητας, δείχνοντας ότι τα χειροποίητα καλλυντικά μπορούν να εξυπηρετήσουν τόσο την τοπική ταυτότητα όσο και την πράσινη καινοτομία.

WONDERFUL – growTh mOdel for green, Digital, and rEsilient entRepreneurship For European yoUng people

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Το Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας (iED) υλοποίησε διάφορες εθνικές δραστηριότητες στο πλαίσιο του έργου WONDERFUL, με επίκεντρο την υποστήριξη των εργαζομένων στον τομέα της νεολαίας και των επίδοξων γυναικών επιχειρηματιών.

Κινητικότητα Εργαζομένων Νέων

Μια εκδήλωση κινητικότητας διοργανώθηκε στην Ελλάδα, στην οποία συμμετείχαν εργαζόμενοι για νέους από διαφορετικές χώρες εταίρους.

Η δραστηριότητα παρείχε στις συμμετέχουσες την ευκαιρία να ανταλλάξουν εμπειρίες, να μοιραστούν βέλτιστες πρακτικές και να αναπτύξουν νέες δεξιότητες σχετικά με την γυναικεία επιχειρηματικότητα και τα χειροποίητα καλλυντικά.

Τα εργαστήρια περιελάμβαναν δημιουργία χειροποίητων καλλυντικών, ομιλίες σχετικά με επιχειρήσεις και συζητήσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα και την καινοτομία.

Τι κάναμε στην Ελλάδα;

Τρία θεματικά διαδικτυακά σεμινάρια πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα για να συμμετάσχουν νέες γυναίκες, επίδοξες επιχειρηματίες και επαγγελματίες του χώρου της νεολαίας:

1) Πώς είναι να είσαι γυναίκα επιχειρηματίας

Εμπνευστική συνεδρία με μια γυναίκα επιχειρηματία που μοιράζεται τις προκλήσεις και τα μαθήματα που αποκόμισε από το επιχειρηματικό της ταξίδι.

2) Καλλυντικά φυτικής προέλευσης: Η δύναμη των φυτικών θεραπειών για την υγεία και την ομορφιά του δέρματος

Παρουσίαση φυσικών συστατικών, φυτικών σκευασμάτων και οφελών των ελληνικών βοτάνων στην περιποίηση της επιδερμίδας.

3) Χρηματοδοτούμενες ευκαιρίες

Πρακτικές πληροφορίες σχετικά με ευρωπαϊκά και εθνικά προγράμματα χρηματοδότησης που υποστηρίζουν νεοσύστατες επιχειρήσεις και νεανική επιχειρηματικότητα.



Εκδήλωση επί τόπου

Επιπλέον, το iED διοργάνωσε μια εκδήλωση για το έργο WONDERFUL, ακολουθούμενη από ένα διαδραστικό εργαστήριο αφιερωμένο στο θέμα των χειροποίητων καλλυντικών.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για τους στόχους, τα αποτελέσματα και τα εργαλεία μάθησης του έργου και συμμετείχαν σε μια πρακτική συνεδρία δημιουργίας του δικού τους χειροποίητου καλλυντικού.

Αυτή η δραστηριότητα ενίσχυσε την πρακτική μάθηση, τη δημιουργικότητα και τη συμμετοχή της κοινότητας, ενώ παράλληλα ευαισθητοποίησε τους νέους στην Ελλάδα σχετικά με τη βιωσιμότητα και τις ευκαιρίες γυναικείας επιχειρηματικότητας.

**WONDERFUL – growth
mOdel for green,
Digital, and rEsilient
entRepreneurship For
European yoUng
people**
2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804

Πηγές

Natural Cosmetics –
Greece
Retrieved from Statista
<https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/natural-cosmetics/greece>



WONDERFUL - growth mOdel for green, Digital, and rEsilient entRepreneurship For European yoUng people

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Επεξήγηση Έργου

Το έργο WONDERFUL δίνει τη δυνατότητα σε νέες γυναίκες και εργαζόμενες με νέους να αναπτύξουν δεξιότητες σε χειροποίητα καλλυντικά, προωθώντας παράλληλα τη βιώσιμη και κλιματικά συνειδητή επιχειρηματικότητα. Παρέχει εκπαιδευτικό υλικό, εργαστήρια, διαδικτυακά σεμινάρια και μια πλατφόρμα ηλεκτρονικής μάθησης για τη διδασκαλία πρακτικών, οργανωτικών, νομικών και οικονομικών πτυχών της έναρξης μιας μικρής οικολογικής επιχείρησης. Συνδυάζοντας ψηφιακά εργαλεία, καμπάνιες σε ολόκληρη την ΕΕ και τοπικές πρωτοβουλίες, το WONDERFUL προωθεί τις πράσινες επιχειρηματικές ευκαιρίες, την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και την απασχολησιμότητα των νέων σε όλη την Ευρώπη.

**Πληροφορίες για χειροποίητα
καλλυντικά, ειδικά για κάθε χώρα,
ανάλογα με τη χώρα.**

Ο τομέας των καλλυντικών του Βελγίου είναι ισχυρός και αναπτυσσόμενος, με αξία περίπου 2,3 δισεκατομμύρια ευρώ το 2023, με αυξανόμενη ζήτηση για **φυσικά, βιώσιμα και ηθικά προερχόμενα προϊόντα** και αυξανόμενες ευκαιρίες για ηλεκτρονικό εμπόριο και μικρές βιοτεχνικές επιχειρήσεις.

Χειροποίητα Καλλυντικά στο Βέλγιο



Η αγορά ομορφιάς και προσωπικής φροντίδας του Βελγίου αποτιμήθηκε σε περίπου 2,3 δισεκατομμύρια ευρώ το 2023, αντιπροσωπεύοντας περίπου το 2,4% της ευρωπαϊκής αγοράς.



Το Βέλγιο αποτελεί σημαντικό κόμβο για τα συστατικά των καλλυντικών — π.χ., το 2023 εισήγαγε περίπου 140 τόνους κεριού μέλισσας (αξίας περίπου 1,1 εκατομμυρίου ευρώ), γεγονός που υπογραμμίζει την ισχυρή ζήτηση για φυσικά συστατικά.

ΥΠΕΡΟΧΕΣ σκηνές στο ΒΕΛΓΙΟ

Το Βέλγιο αποτελεί σημαντικό κόμβο για τα συστατικά των καλλυντικών — π.χ., το 2023 εισήγαγε περίπου 140 τόνους κεριού μέλισσας (αξίας περίπου 1,1 εκατομμυρίου ευρώ), γεγονός που υπογραμμίζει την ισχυρή ζήτηση για φυσικά συστατικά.

Τα μικρά και χειροποίητα καλλυντικά, ειδικά με φυσικά ή ηθικά διαπιστευτήρια, έχουν ολοένα και μεγαλύτερη ζήτηση — οι καταναλωτές δείχνουν προτίμηση στην ιχνηλασιμότητα των συστατικών, τη φυσική προμήθεια και τις φιλικές προς το περιβάλλον συνθέσεις.

Ο βελγικός τομέας καλλυντικών είναι ισχυρός, αναπτυσσόμενος και μετατοπίζεται προς φυσικά, ηθικά και ψηφιακά μοντέλα, καθιστώντας τον ένα ευνοϊκό περιβάλλον για βιώσιμα χειροποίητα καλλυντικά και πράσινες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες με πρωτοβουλία των νέων.



Το έργο WONDERFUL έδωσε μεγάλη έμφαση στην ψηφιακή μάθηση και την ανάπτυξη ικανοτήτων. Το έργο ανέπτυξε ένα ολοκληρωμένο ψηφιακό κιτ εργαλείων, που περιείχε οδηγούς βήμα προς βήμα, εκπαιδευτικά βίντεο, πρότυπα και πόρους για την παραγωγή χειροποίητων καλλυντικών, τις βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές και την επιχειρηματικότητα. Αυτό το κιτ εργαλείων δοκιμάστηκε με Βέλγους συμμετέχοντες για να διασφαλιστεί ότι ήταν τοπικά σχετικό, διαδραστικό και εύχρηστο, παρέχοντας στους νέους και στους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας πρακτικές γνώσεις για την έναρξη και τη διαχείριση οικολογικών επιχειρήσεων καλλυντικών.

WONDERFUL – growth mOdel for green, Digital, and rEsilient entRepreneurship For European yoUng people

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

ΥΠΕΡΟΧΕΣ σκηνές στο ΒΕΛΓΙΟ

Κατά τη διάρκεια του έργου WONDERFUL, το FDI διεξήγαγε διαδικτυακά σεμινάρια και διαδικτυακά σεμινάρια για τους Βέλγους συμμετέχοντες, καλύπτοντας θέματα όπως η βιώσιμη παραγωγή καλλυντικών, οι στρατηγικές μάρκετινγκ, οι νομικές και οικονομικές παραμέτρους και η επιχειρηματικότητα με επίγνωση του κλίματος. Τα διαδικτυακά σεμινάρια ήταν διαδραστικά, με συνεδρίες ερωτήσεων και απαντήσεων, επιδείξεις και συζητήσεις.

Το έργο διοργάνωσε πρακτικά τοπικά εργαστήρια και εκπαιδευτικές συνεδρίες όπου οι συμμετέχοντες έμαθαν να παράγουν χειροποίητα καλλυντικά προϊόντα, όπως σαπούνια, κρέμες και απολεπιστικά προϊόντα, ενώ παράλληλα απέκτησαν πρακτικές γνώσεις σχετικά με τη διοίκηση επιχειρήσεων, τα νομικά πλαίσια, το μάρκετινγκ και τον οικονομικό σχεδιασμό.

Τι κάναμε στο Βέλγιο;



Συμπληρώνοντας αυτά, πραγματοποιήθηκαν εικονικά διαδικτυακά σεμινάρια για τους συμμετέχοντες που δεν μπορούσαν να παρακολουθήσουν αυτοπροσώπως, προσφέροντας ανότιστες σχετικά με την επιχειρηματικότητα, το ψηφιακό μάρκετινγκ και τις βιώσιμες μεθόδους παραγωγής.



Οι δραστηριότητες περιλάμβαναν συνεντεύξεις από υπάρχουσες μικρές επιχειρήσεις καλλυντικών για την κατανόηση των προκλήσεων και των επιτυχιών, την ενσωμάτωση αυτών των γνώσεων στην εκπαίδευση και την παρακολούθηση των συμμετεχόντων για την υποστήριξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Το FDI έχει συνεργαστεί με ενώσεις νέων και γυναικείες οργανώσεις για τη συνδιοργάνωση εργαστηρίων και εκδηλώσεων δικτύωσης.

Επιπλέον, διευκόλυνε την καθοδήγηση, τη μάθηση από ομοτίμους και την ανταλλαγή γνώσεων εντός των τοπικών κοινοτήτων.

Η Merve, εθελόντρια, συμμετείχε στις δραστηριότητες WONDERFUL στη Λιέγη, και συγκεκριμένα λάνσαρε τη δική της μάρκα σαπουνιού μετά την παρακολούθηση ενός εργαστηρίου. Διεξήχθησαν επίσης εκστρατείες ενημέρωσης, ενημερωτικά δελτία και προώθηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα οικολογικά καλλυντικά και τις επιχειρηματικές πρακτικές που σέβονται το κλίμα, εξασφαλίζοντας ευρύ τοπικό αντίκτυπο.



Οι Βέλγοι συμμετέχοντες συμμετείχαν επίσης στις Δραστηριότητες Μάθησης, Διδασκαλίας, Κατάρτισης (LTTA) στην Ελλάδα, όπου αντάλλαξαν εμπειρίες, παρατήρησαν βέλτιστες πρακτικές και προσαρμόσαν τη μάθηση για τοπική εφαρμογή.

Σε τοπικό επίπεδο, η ομάδα συνεργάστηκε με νεανικές ενώσεις και γυναικείες οργανώσεις, διοργανώνοντας κοινά εργαστήρια, συνεδρίες καθοδήγησης και εκδηλώσεις δικτύωσης για την ενίσχυση της εμπλοκής της κοινότητας.

WONDERFUL - growth model for green, Digital, and resilient Entrepreneurship For European young people

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Επεξήγηση Έργου

Το έργο επικεντρώνεται σε φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους παραγωγής, στον ψηφιακό γραμματισμό και στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας στη σύγχρονη αγορά.

Η Αυστρία έχει πλούσια παράδοση στην παραγωγή φυσικών, χειροποίητων καλλυντικών με βάση τα τοπικά βότανα, τα αλπικά φυτά και τις φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους παραγωγής. Η χώρα είναι γνωστή για τα αυστηρά πρότυπα ποιότητας και τους υψηλούς κανονισμούς ασφαλείας, που καθιστούν τα χειροποίητα προϊόντα ιδιαίτερα πολύτιμα τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Πληροφορίες για τα χειροποίητα καλλυντικά ανά χώρα



Η Αυστρία ακολουθεί αυστηρούς κανονισμούς καλλυντικών της ΕΕ, επομένως τα προϊόντα πρέπει να πληρούν υψηλά πρότυπα ασφαλείας.



Πολλές μικρές επιχειρήσεις πωλούν χειροποίητα σαπούνια, κρέμες και βάλσαμα σε τοπικές αγορές και οικολογικά καταστήματα.

Στην Αυστρία, τα χειροποίητα καλλυντικά συχνά περιλαμβάνουν αλπικά βότανα όπως αρνική, χαμομήλι και καλέντουλα. Αυτά τα φυτά χρησιμοποιούνται παραδοσιακά για την περιποίηση του δέρματος και είναι πολύτιμα για τις καταπραϊντικές και θεραπευτικές τους ιδιότητες.



Οι ντόπιοι τεχνίτες χρησιμοποιούν συχνά τη μέθοδο παρασκευής σαπουνιού εν ψυχρώ, η οποία διατηρεί τα φυσικά έλαια και τις βιταμίνες. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ένα απαλό, φιλικό προς το δέρμα σαπούνι, κατάλληλο ακόμη και για ευαίσθητο δέρμα.



WONDERFUL – growTh mOdel for green, Digital, and rEsilient entREpreneurship For European yoUng people

2023-1-SE02-KA220-YOU-000152804

Στην Αυστρία, διοργανώσαμε μια σειρά από τοπικά εκπαιδευτικά σεμινάρια στα οποία συμμετείχαν 25 νέοι. Αυτές οι συνεδρίες επικεντρώθηκαν στην πράσινη επιχειρηματικότητα, στις βιώσιμες μεθόδους παραγωγής και στα βασικά στοιχεία της δημιουργίας χειροποίητων καλλυντικών προϊόντων.

Διοργανώσαμε επίσης αρκετά διαδικτυακά σεμινάρια για να επεκτείνουμε την αλληλεπίδραση πέρα από τις συνεδρίες με φυσική παρουσία. Αυτές οι διαδικτυακές συναντήσεις επέτρεψαν στους συμμετέχοντες να μάθουν για το ψηφιακό μάρκετινγκ, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τα πρότυπα της ΕΕ για τα καλλυντικά προϊόντα.

Τι κάναμε στην Αυστρία;



Οι συσκευασίες είναι συνήθως ανακυκλώσιμες ή βιοδιασπώμενες για την υποστήριξη της βιωσιμότητας.



Η παραδοσιακή γνώση των βοτάνων παίζει σημαντικό ρόλο στην αυστριακή κουλτούρα περιποίησης της επιδερμίδας.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του έργου WONDERFUL στην Αυστρία, πραγματοποιήσαμε ένα ευρύ φάσμα δράσεων διάδοσης για να διασφαλίσουμε την προβολή και τον αντίκτυπο του έργου.



Αφού ολοκληρώσαμε τις τοπικές εκπαιδεύσεις και τα διαδικτυακά σεμινάρια, μοιραστήκαμε ενεργά τα αποτελέσματα με την ευρύτερη κοινότητα μέσω ενημερώσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενημερωτικών αναρτήσεων και ψηφιακού υλικού που δημιούργησαν οι συμμετέχοντες.

**WONDERFUL – growth
mOdel for green,
Digital, and rESilient
entRepreneurship For
European yoUng
people**
2023-1-SE02-KA220-YOU-
000152804

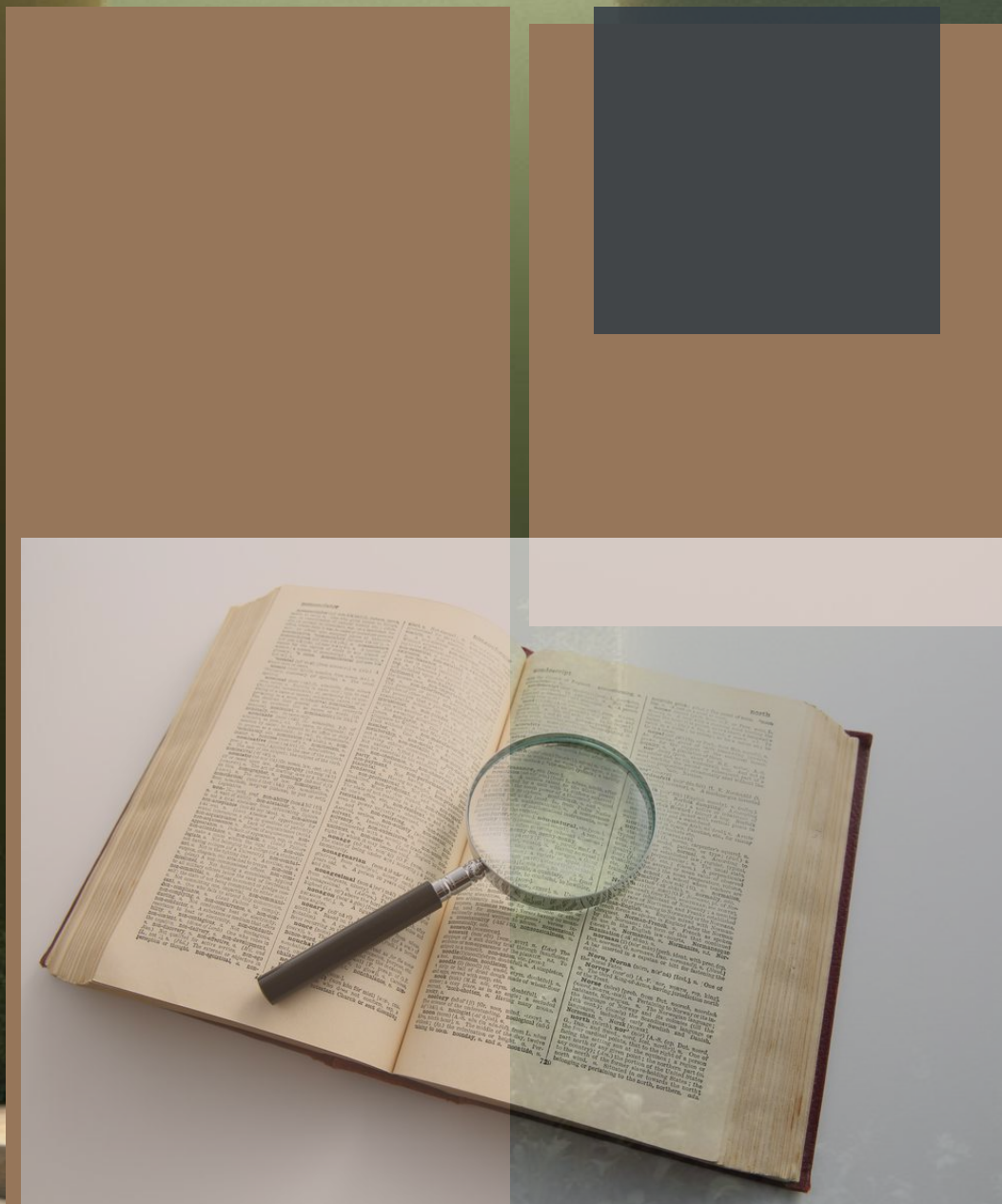
Πηγές

European Commission.
(2023). Erasmus+
Programme Guide.
<https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/>

European Union. (2023). EU
regulations on cosmetic
products.
<https://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/>

WONDERFUL Project
Consortium. (2023).
Project description and
objectives.
<https://wonderful-enterprise.eu/course/mapping-of-the-handmade-cosmetic-field/>

Austrian Chamber of
Commerce. (2022). Natural
and handmade cosmetics in
Austria: Market overview.
<https://www.wko.at/>



Wonderful

Growth Model for Green, Digital, and Resilient Entrepreneurship for European Young People



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.