

# Raziskava dojemanja trajnosti med potrošniki

---

Boštjan Okorn, ZPS

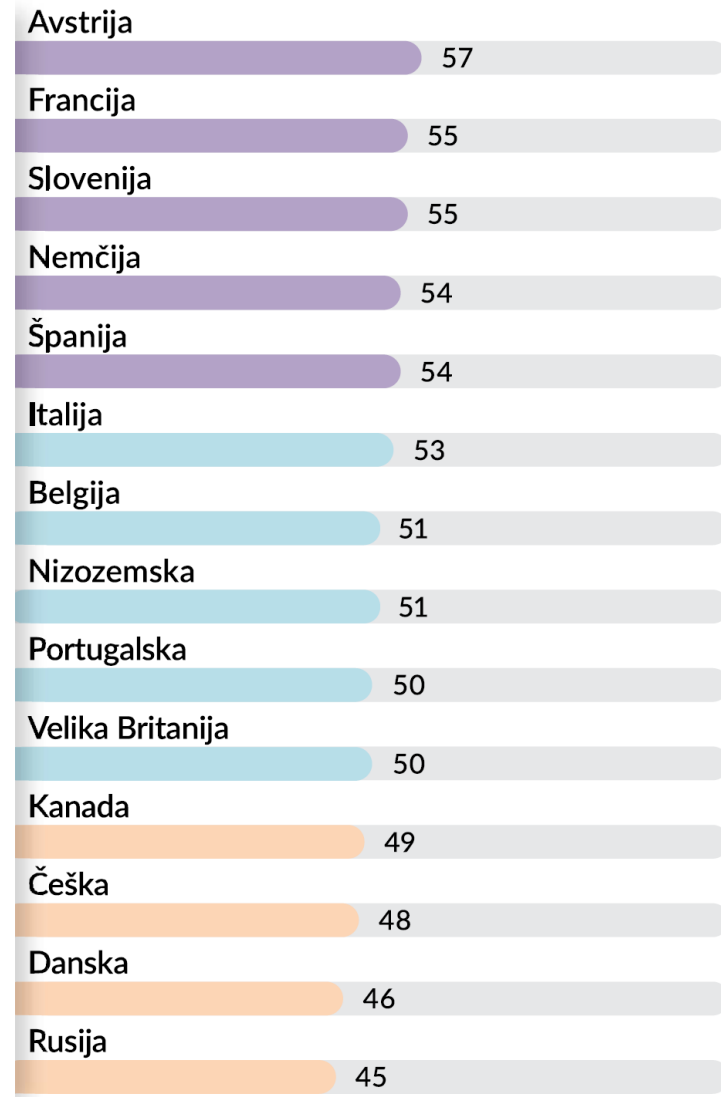
31. 5. 2022

# Glavni poudarki raziskave

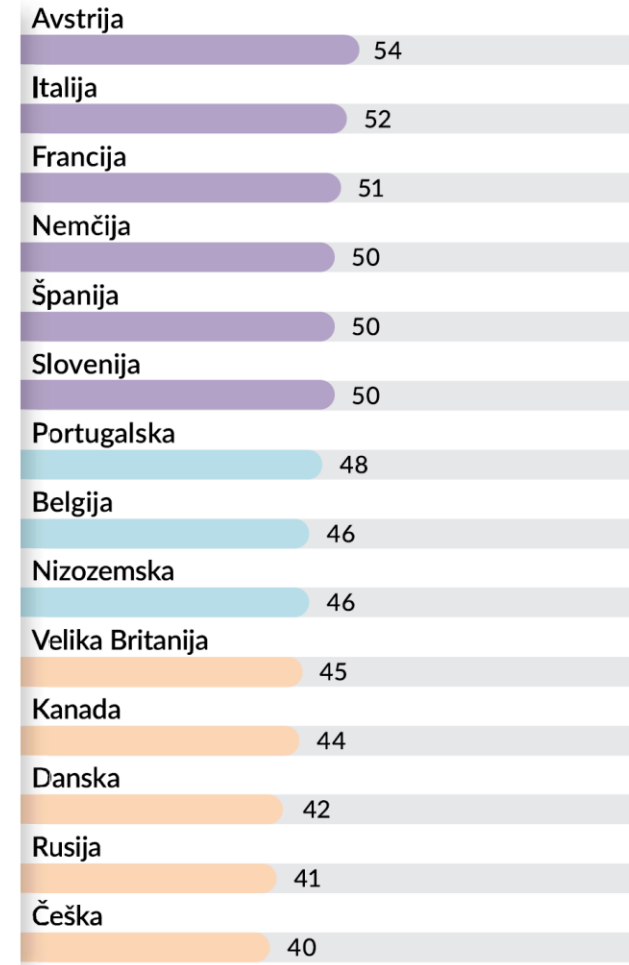
- 14 držav, skoraj 15.000 potrošnikov, 1002 iz Slovenije
- Reprezentativen vzorec glede na populacijo v posamezni državi v starostni skupini med 18 in 74 let
- Vzpostavitev indeksa trajnostnega obnašanja potrošnikov (CSBI)
- Odgovori prikazujejo, kako potrošniki razmišljajo o trajnosti
  - Ni pa nujno, da tako tudi dejansko živijo
- Panel strokovnjakov s področja trajnosti:
  - vzpostavitev kriterijev za CSBI
  - primerjava rezultatov s potrošniki – kaj je bolj in kaj manj pomembno



## Indeks CSBI



## Indeks CSBI – prehrana



# Dojemanje trajnosti pri prehrani



- Za strokovnjake je prehranski vidik trajnosti najbolj pomemben
  - Največji delež v CSBI (nekaj več kot četrтина)
- V indeksu CSBI za prehrano so zajeti naslednji vidiki:
  - Zmanjševanje uživanja mesa, mlečnih in ostalih živil živalskega izvora
  - Preprečevanje in zmanjševanje količine odpadne hrane (kupovanje pravšnjih količin)
  - Uživanje sezonske hrane iz čim večje bližine
  - Kupovanje živilskih izdelkov s trajnostnimi oznakami
  - Preprečevanje in zmanjševanje odpadkov zaradi embalaže (kupovanje hrane v kosih ali živil brez oziroma z malo embalaže)

# Rezultati in primerjava med državami



- Uživanje mesa in mesnih izdelkov
  - Delež veganov (1 %):  
Slovenija 1,2 %, Španija 1,1 %, Kanada 2,2 %, Avstrija in Nizozemska 1,5 %, Italija 0,2 %
  - Delež vegetarijancev (2,8 %):  
Slovenija 2,8 %, Španija 0,9 %, Avstrija 5,3 %
  - Delež fleksitarijancev (12,6 %):  
Slovenija 7,5 %, Španija 13,7 %, Nizozemska 21,5 %, Češka 4,4 %
- Delež tistih, ki jedo meso in mesne izdelke, in se temu ne bodo odpovedali (40,7 %):  
Slovenija 47,6 %, Španija 37,4 %, Češka 57,4 %, Italija 26,1 %

# Rezultati in primerjava med državami



- Preprečevanje in zmanjševanje količine odpadne hrane
  - Brezskrbno ravnanje s hrano (2,6 %):  
Slovenija 1,2 %, Španija 1,1 %, Kanada in Nizozemska 4,3 %, Italija 0,6 %
  - Zelo skrbno ravnanje s hrano (29 %):  
Slovenija 36,3 %, Španija 33,3 %, Italija 37 %, Danska 23,5 %
  
- Uživanje sezonske hrane iz čim večje bližine
  - Sploh ne (5,3 %):  
Slovenija 3,8 %, Španija 1 %, Danska 12,9 %, Italija 0,6 %
  - Skoraj v popolnosti (12,5 %):  
Slovenija 11,8 %, Španija 17 %, Italija 21,8 %, Danska 4,5 %

# Rezultati in primerjava med državami



- Kupovanje živilskih izdelkov s trajnostnimi oznakami
  - Manj kot 5 odstotkov vseh nakupov (20,9 %):  
Slovenija 18,5 %, Španija 16,8 %, Češka 39,5 %, Avstrija 8,4 %
  - Več kot 60 odstotkov vseh nakupov (5,3 %):  
Slovenija 7,8 %, Španija 5,6 %, Avstrija 10,4 %, Češka 0,8 %
- Preprečevanje in zmanjševanje odpadkov zaradi embalaže
  - Me sploh ne zanima (8 %):  
Slovenija 4,1 %, Španija 3,9 %, Danska 15,7 %, Avstrija 3 %
  - Skoraj vedno (9 %):  
Slovenija 15,7 %, Španija 12,4 %, Danska 3,9 %

# Pomen trajnostnega prehranjevanja



- Strokovnjaki so hrano postavili na prvo mesto v indeksu CSBI
- Potrošnikom je to tretja najpomembnejša kategorija (za odpadki in energijo):
  - Zelo nepomembna (2,2 %):  
Slovenija 0,4 %, Španija 1,6 %, Nemčija 3,4 %
  - Zelo pomembna (26,9 %):  
Slovenija 48,1 %, Španija 32,8 %, Nizozemska 13,4 %
- Odgovor na vprašanje: ali se sami obnašate trajnostno pri prehranjevanju?
  - Sploh ne (2,1 %):  
Slovenija 0,8 %, Španija 1 %, Italija 0,5 %, Danska 4,7 %
  - Skoraj popolnoma (13,4 %)  
Slovenija 23,8 %, Španija 15,3 %, Nizozemska 5,8 %



# Pomen trajnostnega prehranjevanja



- Zakaj se ne obnašamo trajnostno?
  - Pomanjkanje informacij (17,1 %)  
Slovenija 19,5 %, Španija 20,1 %, Danska 20,6 %
  - Pomanjkanje trajnostne izbire (30,8 %)  
Slovenija 29,3 %, Španija 35,4 %, Avstrija 36,4 %, Nizozemska 22 %
  - Trajnostno je predrago (45,7 %)  
Slovenija 52,3 %, Španija 42,6 %
  - Pomanjkanje časa (9,9 %)  
Slovenija 12,5 %, Španija 7,5 %, Češka 12,8 %
  - Ostalo:  
Egoizem in zavajanje velikih živilskih korporacij, ljudje se ravnajo po "navadi", izbirajo lažjo pot, ogromno znakov, ki niso razumljivi in na preveč izdelkih, večina hrane je naprodaj v embalaži, nekatere znane blagovne znamke ne delujejo trajnostno  
...

# Trajnostne oznake: katerim zaupati?

---

Boštjan Okorn, ZPS

31. 5. 2022

# Zeleno pretiravanje (greenwashing)

- Pretirano izpostavljanje izdelka med številnimi podobnimi
  - „Moj“ izdelek je boljši od konkurence
- Več kot 450 različnih „zelenih“ oznak
  - Kaj stoji za njimi?
  - Kdo jih preverja?
  - Izpostavljanje „pravljicnih“ lastnosti
  - Kupovanje odpustkov
- Ocena verodostojnosti:
  - Transparentnost: natančno določena pravila in nadzor nad njihovim spoštovanjem
  - Razpon, ki ga oznaka pokriva (zelo redko celotno dobavno-prodajno verigo izdelka)

V nadaljevanju predstavljamo nekaj oznak, ki smo jih našli med našimi pregledi trga na prehranskih izdelkih, predvsem na čokoladi in palmovem olju

# Oznake pravične trgovine

- WTFO, Svetovna pravičnotrговinska organizacija (World Fairtrade Organization)
  - Na izdelkih podjetij, ki v celoti, in ne zgolj na ravni posamezne sestavine ali posameznega izdelka, delujejo v skladu z desetimi načeli pravične trgovine.
  - Pokriva predvsem sociološke vidike, denimo dobre razmere za delo, odsotnost otroškega in prisilnega dela ter diskriminacije
  - Pomemben vidik je cena izdelka, ki zagotavlja pravično plačilo proizvajalcem
  - Na splošno se dotikajo tudi spoštovanja okolja, a ta oznaka ne pomeni nujno, da je izdelek pridelan ekološko

Stopnja zaupanja in trajnosti: **visoka**



# Oznake pravične trgovine

- Fairtrade International
  - Osnovna oznaka izpostavlja enostavne izdelke, kot so banane ali kava, ki so bili pridelani v skladu s standardi Fairtrade
  - Pove nam, da se z njimi pravično trguje in omogoča popolno sledljivost od pridelovalca do trgovske police
  - Na izdelkih z več sestavinami je poleg oznake puščica, ki kaže na zadnjo stran embalaže, kjer je na voljo več informacij
  - V tem primeru morajo vse sestavine, za katere so na voljo standardi Fairtrade, te standarde tudi izpolnjevati (pri čokoladah, denimo, ves kakav, sladkor in vanilja)
  - Znotraj izdelka mora biti teh sestavin najmanj 20 odstotkov, točen delež je označen na zadnji strani embalaže

Stopnja zaupanja in trajnosti: **visoka**



# Oznake pravične trgovine

- Fairtrade Sourced Ingredient (denimo Fairtrade Cocoa)
  - Fairtrade Sourced Ingredient je posebna oznaka, ki dokazuje, da je v sestavljenem izdelku sestavina, ki ustreza standardu Fairtrade
  - Ostale sestavine **ne ustrezajo** standardu Fairtrade, tudi če zanje obstaja (pri čokoladah, denimo, sladkor in vanilja)

Stopnja zaupanja in trajnosti: **srednja**



# Oznake pravične trgovine

- Gepa Fair+
  - Oznako podeljuje nemško podjetje Gepa (Družba za promocijo partnerstva z globalnim jugom)
  - Spoštovanje osnovnih načel pravične trgovine nadgrajujejo z neposrednim partnerstvom s proizvajalci globalnega Juga
  - Dodatni kriteriji segajo na področje podpore skupnosti proizvajalcev, šolanju otrok in vse več tudi ekološkem certificiranju
  - Kriteriji za pridobitev te oznake so zahtevnejši kot osnovne zahteve pravičnotrgovinske organizacije WTFO, katere članica sicer je Gepa.



Stopnja zaupanja in trajnosti: **visoka**

# Druge oznake

- Naturland
  - Pogoji za pridobitev oznake je že vzpostavljeno certificirano ekološko kmetijstvo (Zeleni list EU).
  - Obenem morajo člani organizacije Naturland spoštovati še dodatne kriterije, kot so:
    - celotna kmetija mora biti ekološko certificirana,
    - spoštovanje delavskih pravic,
    - prepoved nanomaterialov,
    - strožji so kriteriji na področju upravljanja z vodami, glede gnojenja in glede skrbi za živali ...

Stopnja zaupanja in trajnosti: zelo visoka





# Druge oznake

- Rainforest alliance
  - Izdelek mora vsebovati vsaj 30-odstotni delež certificiranega kakava, vendar pa se prejemnik licence v okviru Načrta pametnih virov (Smart Source Plan) zaveže k povečanju tega deleža na 90 odstotkov v naslednjih petih letih
  - Podjetja morajo pristati na letne revizije Mednarodne zveze gibanj za ekološko kmetijstvo (IOAS)



Stopnja zaupanja in trajnosti: **nizka**

# Druge oznake

- UTZ
  - Oznaka UTZ je (bila) namenjena označevanju kave, kakava in čaja
  - Čokoladni izdelki UTZ morajo vsebovati najmanj 90 odstotkov certificiranega kakava, za ostale sestavine, kot so sladkor in vanilja, pa ni potrebno, da so pridelane v skladu s trajnostnimi standardi
  - Od leta 2018 je UTZ del Rainforest Alliance, spremenil se je tudi pristop k zagotavljanju sprejetih standardov, zaradi česar bi se v teoriji lahko zgodilo, da podjetje še vedno posluje z oznako, pa čeprav ni odpravilo zaznane kršitve v mehanizmu nadzora dobavnih verig.



Stopnja zaupanja in trajnosti: **nizka**

# Druge oznake

- RSPO
  - Standard za trajnostno pridelano palmovo olje, ki ga je vzpostavila organizacija Round table on sustainable palm oil
  - Sistem se je izkazal kot premalo ambiciozen in zahteven:
    - ne preprečuje krčenja gozdov,
    - ne upošteva izpustov toplogrednih plinov pri izsuševanju šotič, požarov zaradi vzpostavljanja plantaž,
    - na pritožbe reagira zelo počasi,
    - le s težavo zagotavlja upoštevanje lastnih standardov.
  - Za povrh ne izvaja primerne nadzora in zelo počasi kaznuje člane, ki delujejo v nasprotju s standardi.

Stopnja zaupanja in trajnosti: **zelo nizka**



# Komercialne oznake

- Primer: Mondelez in Lindt & Sprüngli
  - Dva primera komercialnih oznak, s katerimi proizvajalci sami označujejo svoje izdelke in na ta način skušajo doseči njihovo zeleno prepoznavnost
  - Na prvi pogled sta oznaki videti zaupanja vredni:
    - posvečata se trajnostni pridelavi kakava
    - dotikata se tudi socialnih kriterijev,
    - za nadzor naj bi skrbele zunanje inštitucije.
  - Manjka najbolj pomemben pogoj zaupanja;
    - **certificiranje pri neodvisnih akreditacijskih ustanovah**

Takšnih oznak ne smemo primerjati s tistimi, ki so ustrezno neodvisno certificirane.

Stopnja zaupanja in trajnosti: **NE ZAUPAMO**

