

Tisková zpráva

Vyhazování vzhledově nedokonalé zeleniny jako jedna z forem plýtvání potravinami – červen 2017

- ⊗ Při zachování stejné ceny by si mezi zeleninou a ovocem, kde by byly nedokonalé a tvarově perfektní kusy vedle sebe, vybralo 61 % dotázaných tu dokonalou.
- ⊗ Oproti loňskému roku vzrostl počet těch, kteří by dali přednost vzhledově méně dokonalým kusům ovoce a zeleniny, a to o 14 procentních bodů.
- ⊗ Pokud jde o důvody, které vedou respondenty k volbě dokonalé zeleniny či ovoce, zmiňují nejčastěji snadnější krájení a čištění a také to, že kupovat dokonalé ovoce a zeleninu je zkrátka normální a tudíž by o tom nepřemýšleli. Oba tyto důvody zvolilo více než 90 % respondentů.
- ⊗ Při rozhodování pro koupi méně dokonalé zeleniny či ovoce je nejvýraznějším důvodem přesvědčení, že na vzhledu potravin nezáleží, jelikož obojí je stejně výživné, který zvolilo 86 % respondentů. V podobné míře byl zastoupen názor, že nedokonalost znamená přirozenost, tedy přirozenější způsob pěstování bez chemického ošetření. Tento důvod zvolilo 83 % lidí.
- ⊗ Co se týče odhadu množství ovoce a zeleniny, které se kvůli svému vzhledu ke spotřebitelům vůbec nedostane, správný podíl (tedy 20 – 30 %) odhaduje 22 % dotázaných.

Zpracovaly:
Lucie Černá, Jarmila Pilecká
Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
Tel.: 210 310 583



V rámci svého červnového šetření CVVM položilo respondentům několik otázek týkajících se potravin a především jejich plýtvání. Součástí tohoto bloku otázek byla část, která se zabývala nákupem vzhledově ne zcela dokonalého ovoce a zeleniny. Dotázaní se konkrétně vyjadřovali k tomu, které potraviny by si při možnosti volby vybrali - zda dokonalé, či méně dokonalé a zda by vůbec nad vzhledem vybrané zeleniny či ovoce uvažovali. Dále vybírali důvody, které by je vedly k této volbě. Jedna z otázek byla zaměřena i na to, kdo podle respondentů rozhoduje o tom, jaké ovoce a zelenina se dostanou na pulty obchodních řetězců. Posledním bodem byl pak jejich odhad podílu vyhozených potravin z důvodu vzhledových nedokonalostí vůči celkové produkci.

Vyhazování plodin kvůli vzhledovým a dalším standardům je jednou z možných forem plýtvání potravinami. Nejedná se zde o plýtvání spojené přímo s domácnostmi či vyhazováním nezpracovaných (neprodaných) potravin, ale o plýtvání především na úrovni produkce potravin a jejich distribuce spotřebitelům. Vedle vyhazování jídla spotřebiteli se v Evropě jedná vůbec o nejčastější formu plýtvání potravinami, přičemž více než 35 % vyhozených potravin je zlikvidováno právě ve fázi zemědělské produkce¹.

Příčiny plýtvání v této fázi cesty potravin za spotřebitelem tkví zejména v normách a požadavcích odběratelů od zemědělců, kterými jsou především velké obchodní řetězce. Jejich požadavky na vzhled potravin (tedy zejména zeleniny a ovoce) mají za následek nejen to, že se značná část vypěstovaných plodin vyhodí nebo zaorá přímo na poli, ale zároveň nutí zemědělce produkovat mnohem více plodin než by bylo ve skutečnosti nutné. Odhaduje se, že při selekci plodin z důvodů jako je váha, vzhled a velikost, se vyhodí přibližně 20 - 30 % vypěstovaných plodin². Nicméně nejsou vedeny žádné oficiální statistiky o konkrétním množství takto vyhozených potravin. Důsledky zmíněných postupů jsou ovšem nejen v samotném vyhození nevyhovujících potravin a tedy nadprodukcí, ale i ve

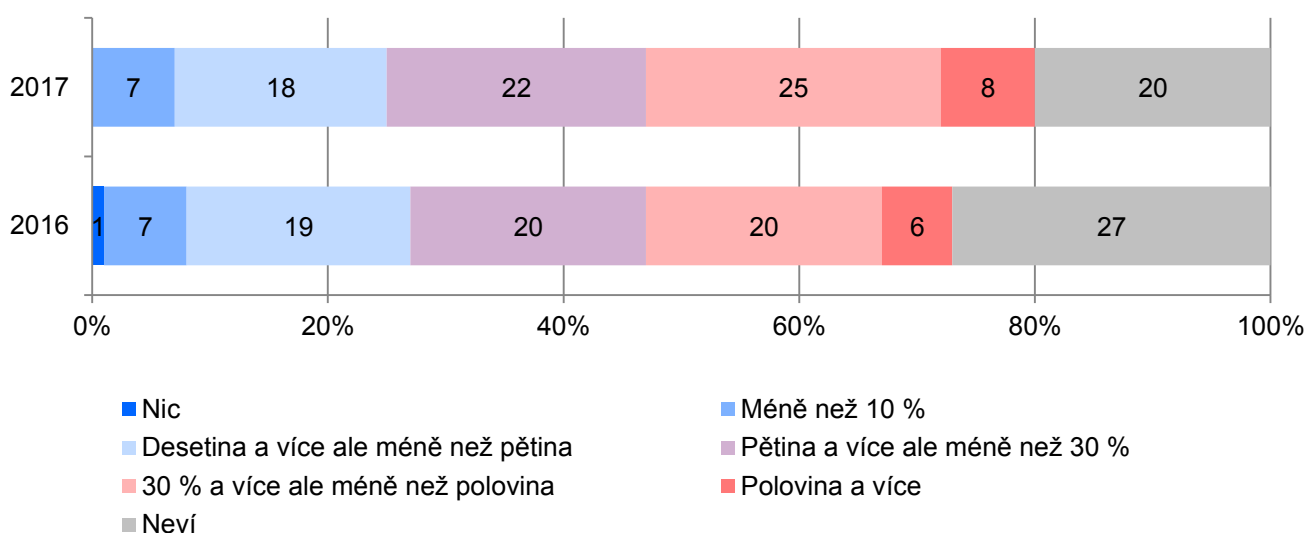
¹ Food wastage footprint: impacts on natural resources : summary report (2013). ISBN 978-92-5-107752-8.

² Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., Van Otterdijk, R., & Meybeck, A. (2011). Global food losses and food waste. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rom.

vyčerpání půdy, jejíž výnosnost může v budoucnu klesat. To znamená, že na poli o stejné velikosti se v budoucnu sníží celková úrodnost v porovnání se současnou situací. Dalšími dimenzemi ekologických následků jsou plýtvání vodou a energiemi pro tuto nadprodukcí a ztráta biodiversity. Důsledky plýtvání potravinami lze najít i v ekonomické sféře, kde vznikají náklady spojené s pěstováním nevyužitých potravin, a také v sociální oblasti, kde jsou spojené se zdravím a rovným přístupem k potravinám.^{3 4}

Česká veřejnost odhadovala ve výzkumu CVVM, jaký je podíl vyhozených potravin na základě vzhledových nedokonalostí z celkového množství potravin. Zhruba u pětiny (22 %) respondentů se odhad (podíl 20 - 30 % z celkové produkce potravin) takto vyhozených potravin shoduje s realitou. Čtvrtina dotázaných odhaduje vyšší podíl než 30 %, ale nemyslí si, že je to více než polovina. Necelá desetina (8 %) české veřejnosti je pak toho názoru, že podíl vyhozených potravin z estetických důvodů převažuje nad množstvím těch, které se dostanou na pulty obchodů, a tvoří tedy více než polovinu. Naopak jako nižší než je reálný podíl jej odhaduje čtvrtina dotázaných. Co se týče časového srovnání, výsledky jsou obdobné jako v červnu 2016, kdy byla tato otázka respondentům položena naposledy. (Zároveň to bylo poprvé, kdy bylo toto téma v CVVM zkoumáno). Statisticky významnější posuny lze zaregistrovat pouze u respondentů, kteří uvedli, že kvůli vzhledu je vyhozeno 30 % a více, ale méně než polovina potravin. Jejich počet stoupl o 5 procentních bodů. Méně respondentů (o 7 procentních bodů) se zároveň přiklonilo k odpovědi „nevím“.

Graf 1: Odhad respondentů podílu potravin vyhozených kvůli vzhledu (%)⁵



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 983 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Vyvstává tedy otázka, proč požadavky na vzhled a rozměry potravin vznikají. Řetězce často zdůvodňují požadavky na přesný tvar a velikost plodin poptávkou samotného spotřebitele. Strategie supermarketů je tedy taková, že nabízí zákazníkovi pouze zeleninu a ovoce, které vypadají prakticky totožně a žádným způsobem nevybočují velikostí, tvarem, atp. Jde zde ovšem spíše o marketing než o reálnou kvalitu potravin⁶. Nicméně některé řetězce již od těchto strategií upouštějí a začínají do své distribuce zahrnovat i zeleninu a ovoce nestandardních tvarů. S těmito kroky se můžeme setkat nejen v zahraničí, ale i v České republice.

³ Stuart, T. (2009). Waste: uncovering the global food scandal. WW Norton & Company.

⁴ Stenmarck, A., Jensen, C., Quested, T., Moates, G. (2016). Estimates of European Food Waste Levels. FUSIONS. Reducing Food Waste through Social Innovation. Stockholm.

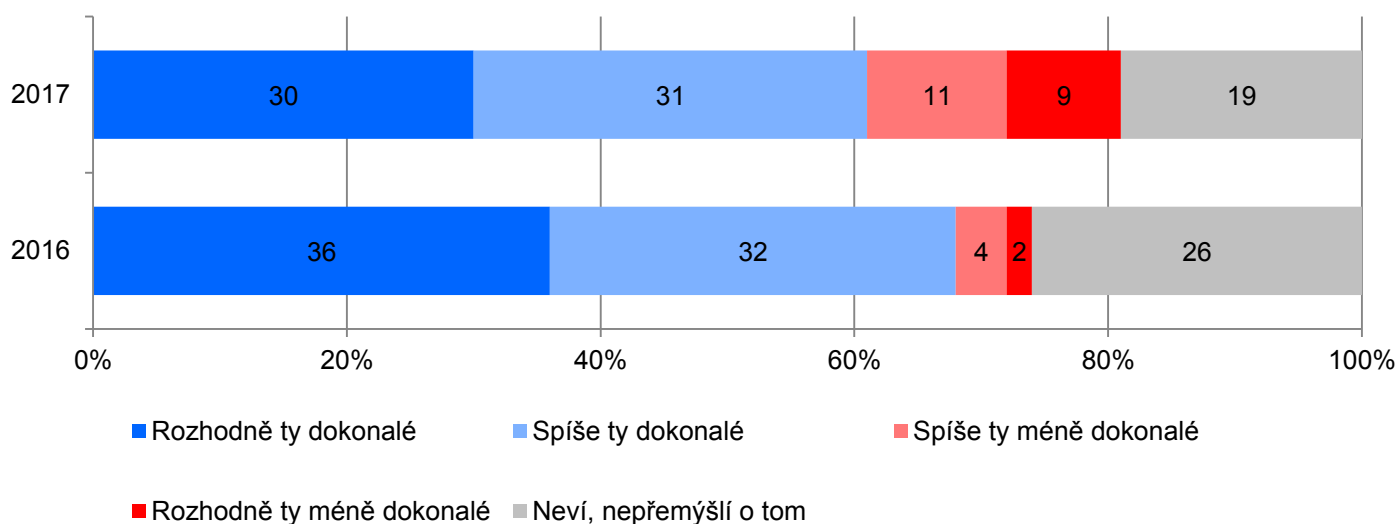
⁵ „V některých případech se potraviny kvůli svému vzhledu nedostanou na pulty obchodů a zůstávají například na poli k zaořání nebo u zvířat jako krmivo. Dokážete odhadnout, kolik procent z celkového množství potravin to je?“

⁶ Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., Van Otterdijk, R., & Meybeck, A. (2011). Global food losses and food waste. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rom.

Podívejme se, jak se k tomuto tématu vyjadřuje česká veřejnost. Z výsledků šetření vyplývá, že při zachování stejné ceny by si mezi zeleninou a ovocem, kde by byly nedokonalé a tvarově perfektní kusy vedle sebe, vybraly více než tři pětiny (61 %) dotázaných tu dokonalou (konkrétně 30 % by rozhodně volilo dokonalou a 31 % spíše tu dokonalou). Oproti tomu pětina (20 %) respondentů by si pak vybrala méně dokonalou zeleninu či ovoce (z toho 11 % by spíše koupilo méně dokonalé kusy a 9 % dotázaných by je vybralo rozhodně). 19 % respondentů by pak nad výběrem mezi dokonalou, či méně dokonalou zeleninou a ovocem nepřemýšlelo.

Z hlediska časového vývoje můžeme zaznamenat mírný pokles u těch, kteří by koupili dokonalé ovoce či zeleninu; konkrétně o 7 procentních bodů méně lidí než v loňském roce by rozhodně zvolilo dokonalé ovoce a zeleninu. Na druhé straně vzrostl počet respondentů, kteří uvedli, že by při výběru ovoce a zeleniny dali přednost těm méně dokonalým, a to o 14 procentních bodů. Dále o 7 procentních bodů poklesl počet těch, kteří uvedli, že nevědí, případně o tom nepřemýšlejí.

Graf 2: Koupil by dokonalé, či nedokonalé ovoce a zeleninu? (%)^{7 8}



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 983 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

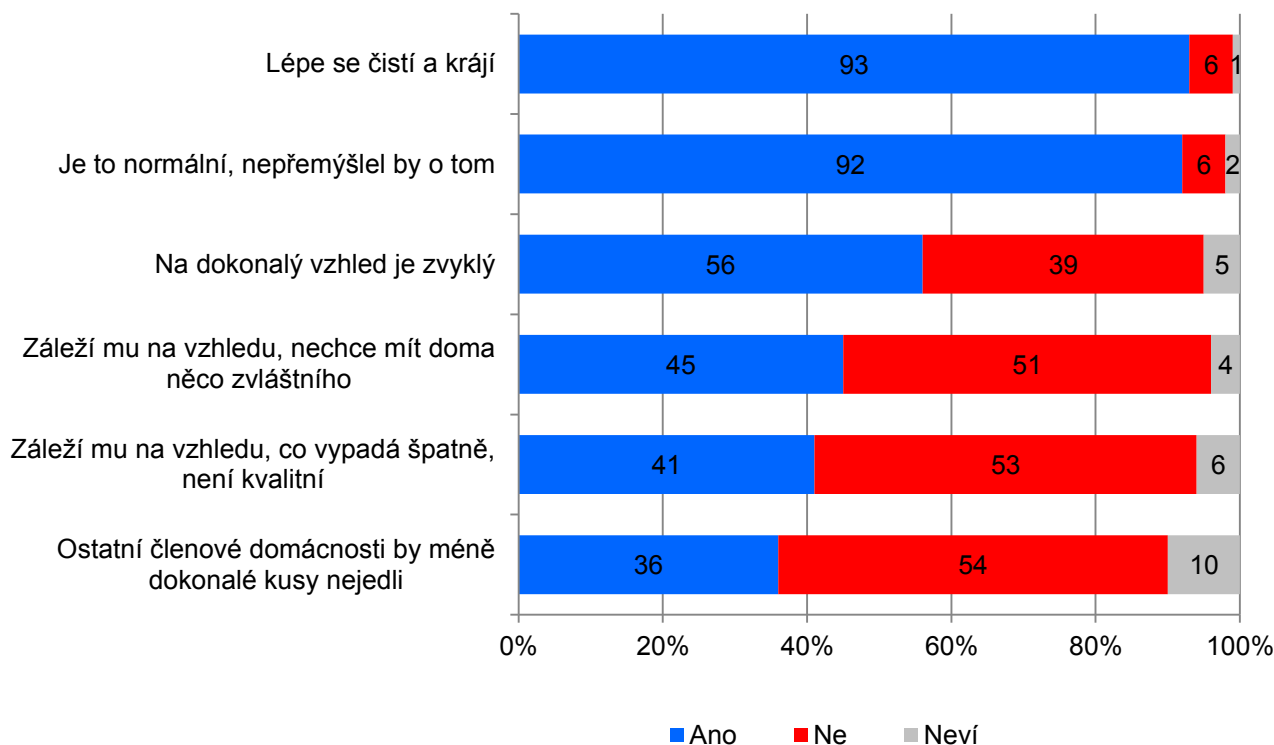
Pozn.: V roce 2017 pozměněno znění otázky s použitím karet v podobě ilustračních obrázků dokonalé a nedokonalé zeleniny.

Dotázaní, kteří dali přednost dokonalému ovoci a zelenině před nedokonalou, hodnotili, zda jsou pro ně některé ze sledovaných důvodů relevantní pro jejich volbu. Pokud jde o důvody, které vedou respondenty k volbě dokonalé zeleniny či ovoce, zmiňují nejčastěji to, že takto vypadající potraviny se lépe čistí a krájí (93 %) a také, že je považují za normální a ani by nad tím nepřemýšleli (92 %). Dalším důvodem je to, že lidé jsou na dokonalý vzhled ovoce a zeleniny zvyklí, což jako důvod uvedla více jak polovina respondentů (56 %). U zbývajících důvodů již převažoval počet záporných odpovědí nad kladnými. Více jak dvě pětiny (45 %) respondentů pak uvedlo, že je pro ně důvodem to, že jim záleží na vzhledu ovoce a zeleniny a nechtějí, aby jim doma leželo něco zvláštního. Přibližně polovina (51 %) uvádí, že zmíněný důvod by pro ně roli nehrál. Zhruba dvě pětiny (41 %) respondentů uvedly, že u nich hraje roli při rozhodování vzhled, jelikož co vypadá špatně, není kvalitní. Oproti tomu pro 53 % respondentů by tento důvod nebyl rozhodující. Více jak třetina dotázaných (36 %) uvedla, že ostatní členové domácnosti by nedokonalé kusy nejedli.

⁷ Znění otázky v roce 2017: „Představte si, že jste v obchodě na nákupu potravin a v nabídce na pultě vidíte ovoce nebo zeleninu, která nemá zcela dokonalé tvary či barvu (pokřivená mrkev, zahnutá okurka atd. – viz obrázek A), a hned vedle jsou ovoce či zelenina tvarově dokonalé (viz obrázek B). Pokud by stály stejně, jakou z nich byste spíše koupil? Možnosti odpovědí: Rozhodně tu z obrázku A, spíše tu z obrázku A, spíše tu z obrázku B, rozhodně tu z obrázku B, nevíte, nepřemýšlíte o tom.“

⁸ Znění otázky v roce 2016: „Představte si, že jste v obchodě na nákupu potravin a vidíte na pohled ne zcela perfektní, ale nezkažené ovoce nebo zeleninu (pokřivená mrkev, zahnutá okurka atd.), a hned vedle je tvarově dokonalá. Pokud by stály stejně, jakou z nich byste spíše koupil? Možnosti odpovědí: Rozhodně tu dokonalou, spíše tu dokonalou, spíše tu méně dokonalou, rozhodně tu méně dokonalou, nevíte, nepřemýšlíte o tom.“

Graf 3: Důvody ke koupi dokonalé zeleniny (%) ⁹

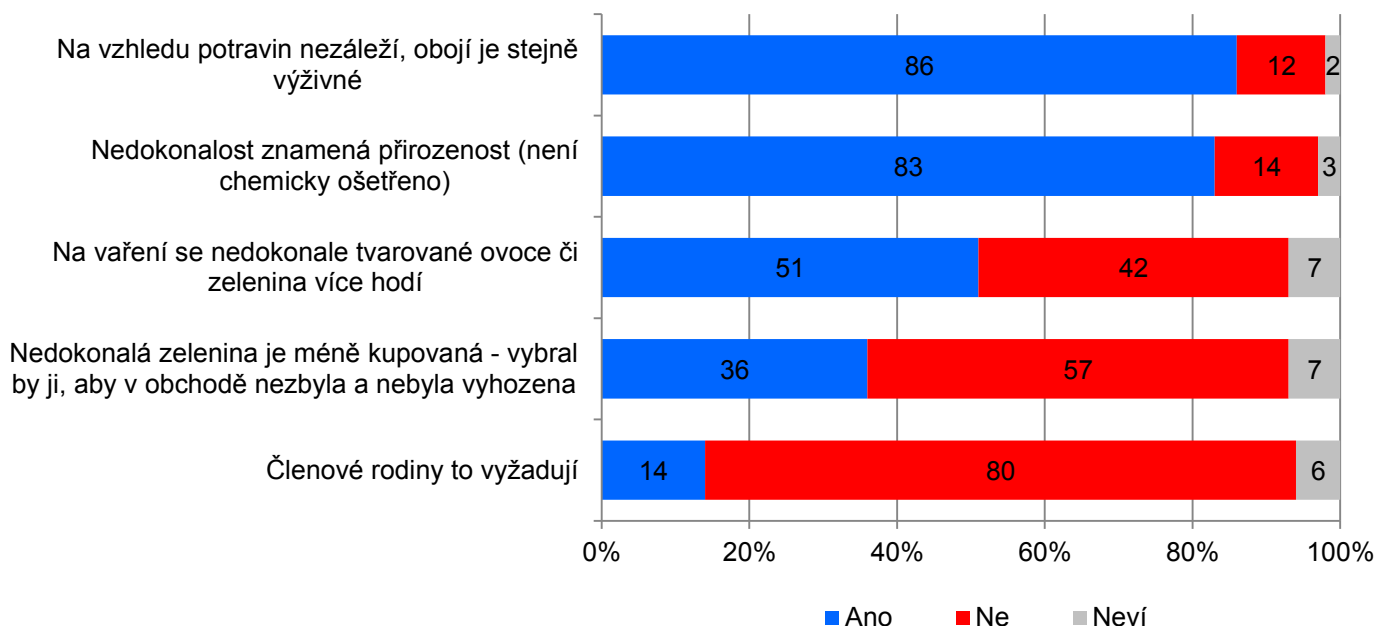


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 604 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Obdobně jsme se ptali také na důvody pro koupi nedokonalého ovoce a zeleniny. Nejčastěji zmiňovaným důvodem bylo, že na vzhledu potravin nezáleží, jelikož obojí je stejně výživné. K tomuto výroku se přiklonilo 86 % respondentů z těch, kteří by si při možnosti výběru mezi dokonalou a nedokonalou zeleninou či ovocem vybrali tu nedokonalou. Přibližně stejný počet dotázaných (83 %) uvedl, že by pro ně důvodem bylo to, že nedokonalost znamená přirozenost, a že nedokonalé kusy ovoce a zeleniny nejsou chemicky ošetřeny. Polovina respondentů (51 %) uvedla, že na vaření se jim nedokonale tvarované ovoce či zelenina více hodí. Více jak třetina (37 %) dotázaných uvedla, že nedokonalé ovoce a zelenina jsou méně kupovány, a proto by si je koupili, aby nedošlo k jejich vyhození. Na druhé straně pro skoro tři pětiny (57 %) respondentů by tento důvod nebyl při rozhodování klíčový. 14 % dotázaných pak uvedlo, že členové rodiny nedokonalé ovoce či zeleninu vyžadují. Převážná část respondentů (80 %) oproti tomu uvedla, že to by pro ně důvodem k nákupu nedokonalého ovoce a zeleniny nebylo.

⁹ Znění otázky: „Proč byste si koupil spíše tu dokonalou zeleninu nebo ovoce? Uveďte, prosím, které z následujících důvodů jsou pro Vás platné: Lépe si čistí a krájí, záleží Vám na vzhledu, co vypadá špatně, není kvalitní; záleží Vám na vzhledu, nechcete, aby Vám doma leželo něco zvláštního; na dokonalý vzhled jste zvyklý a nechcete to měnit; ostatní členové domácnosti by méně dokonalé kusy nejedli, je to prostě normální, bez přemýšlení byste si vybral tu dokonalou.“

Graf 4: Důvody pro koupi nedokonalé zeleniny¹⁰

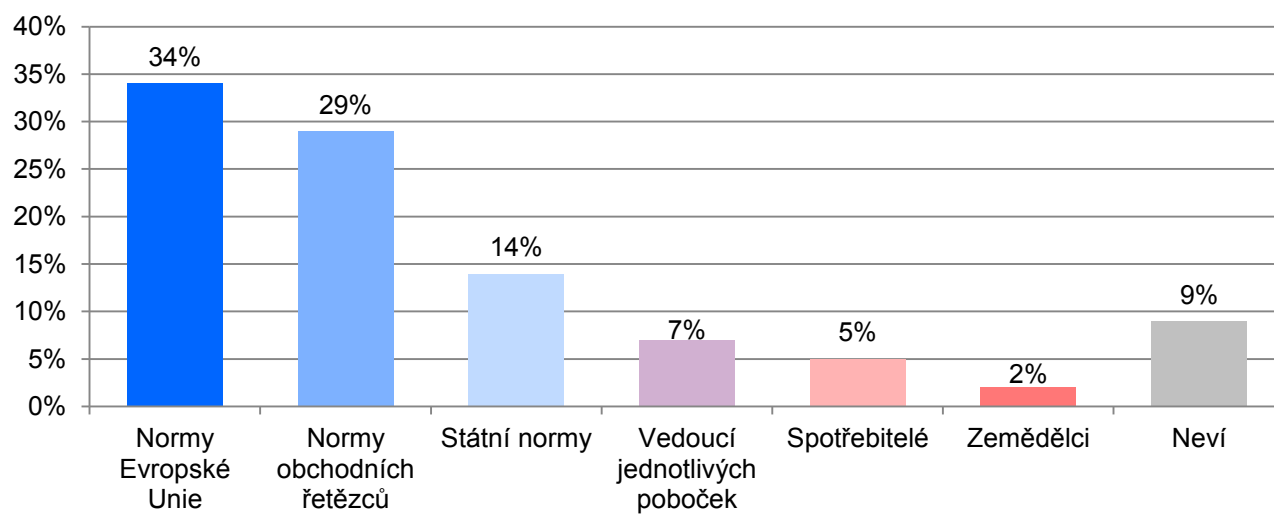


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 186 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Dále jsme respondentům položili otázku, kdo podle nich rozhoduje o tom, jak mají vypadat ovoce a zelenina, aby se dostaly do obchodních řetězců a supermarketů. Zhruba třetina respondentů (34 %) se přiklonila k názoru, že rozhodující vliv na vzhled ovoce a zeleniny mají normy Evropské unie. Srovnatelné množství dotázaných (29 %) se kloní k názoru, že požadavky na vzhled ovoce a zeleniny nejvíce ovlivňují normy obchodních řetězců a supermarketů. Zhruba o polovinu menší počet respondentů (14 %) se domnívá, že rozhodující vliv mají státní normy. 7 % respondentů je přesvědčeno, že vliv mají vedoucí jednotlivých poboček, 5 % dotázaných si myslí, že spotřebitelé. Pouze 2 % dotázaných se domnívá, že vliv na vzhled mají zemědělci. 9 % respondentů pak uvedlo, že neví.

¹⁰ Znění otázky: „Proč byste si koupil spíše tu dokonalou zeleninu nebo ovoce? Uvedte, prosím, které z následujících důvodů jsou pro Vás platné: Na vzhledu potravin nezáleží, křivá i rovná zelenina/ovoce jsou stejně výživné; nedokonalost znamená přirozenost (není chemicky ošetřeno); nedokonalá zelenina je méně nakupovaná, vybral byste si ji, aby v obchodě nezbyla a nebyla vyhozena; členové Vaší rodiny to vyžadují, na vaření se Vám takto nedokonale tvarované ovoce či zelenina více hodí (např. malé brambory).“

Graf 5: Kdo rozhoduje o vzhledu ovoce a zeleniny, které se dostanou na pulty obchodních řetězců



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 5. – 18. 6. 2017, 983 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Technické parametry výzkumu

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost, v17-06</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>5. – 18. 6. 2017</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>Kvótní výběr</i>
<i>Kvóty:</i>	<i>Kraj (oblasti NUTS 3), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
<i>Zdroj dat pro kvótní výběr:</i>	<i>Český statistický úřad</i>
<i>Reprezentativita:</i>	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
<i>Počet dotázaných:</i>	<i>983</i>
<i>Počet tazatelů:</i>	<i>239</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem- kombinace dotazování CAPI a PAPI</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Otázky:</i>	<i>PL.16, PL.17, PL.18, PL.19, PL.32</i>
<i>Kód zprávy:</i>	<i>OR170808b</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>8. srpna 2017</i>
<i>Zpracovaly:</i>	<i>Lucie Černá, Jarmila Pilecká</i>

Slovníček pojmů:

Kvótní výběr – napodobuje strukturu základního souboru (u nás je to obyvatelstvo České republiky starší 15 let) pomocí nastavení velikosti vybraných parametrů, tzv. kvót. Jinými slovy kvótní výběr je založen na stejném procentuálním zastoupení vybraných vlastností. Pro tvorbu kvót používáme údaje z Českého statistického úřadu. V našich výzkumech jsou stanoveny kvóty na pohlaví, věk, vzdělání, region a velikost obce. Vzorek je tedy vybrán tak, aby procentuální podíl např. mužů a žen ve vzorku odpovídal procentuálnímu podílu mužů a žen v každém kraji ČR. Podobně je zachován procentuální podíl obyvatel jednotlivých krajů ČR, občanů různých věkových kategorií, lidí s různým stupněm dosaženého vzdělání a z různých velkých obcí.

Reprezentativní výběr je takový výběr z celé populace, z jehož vlastností se dá platně usuzovat na vlastnosti celé populace. V našem případě to tedy znamená, že respondenti jsou vybráni tak, abychom zjištěné údaje mohli zobecnit na obyvatele České republiky starší 15 let.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) je výzkumným oddělením Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Jeho historie sahá do roku 1946, kdy jako součást Ministerstva informací začal fungovat Československý ústav pro výzkum veřejného mínění. Současné Centrum vzniklo v roce 2001 převedením svého předchůdce (IVVM) z Českého statistického úřadu do Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Včlenění do vědecké instituce zaručuje kvalitní odborné zázemí a kredit pracoviště; jako součást akademického prostředí musí CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., splňovat veškeré nároky a dosahovat tak té nejvyšší odborné úrovně. Hlavní náplní práce oddělení je výzkumný projekt Naše společnost, v jehož rámci je prováděno deset šetření ročně. Jedná se o průzkum veřejného mínění na reprezentativním vzorku české populace od 15 let, kterého se vždy účastní přibližně 1000 respondentů. Omnibusová podoba dotazníku umožňuje pokrýt velkou šíři námětů, a do šetření jsou proto pravidelně řazena politická, ekonomická i další obecně společenská témata. Jsou využívány jak opakované otázky, které umožňují sledovat vývoj zkoumaných jevů, tak náměty nové, reagující na aktuální dění. Díky dlouhodobému a kontinuálnímu charakteru je tento vědecký projekt zkoumání veřejného mínění v České republice ojedinělý.

„Aktivita byla podpořena Strategii Akademie věd AV21 v rámci výzkumného programu „Šetření postojů veřejnosti k problematice plýtvání potravinami“.