

Tisková zpráva

Vyhazování vzhledově nedokonalé zeleniny jako jedna z forem plýtvání potravinami – červen 2016

- ⊙ Při zachování stejné ceny by si mezi zeleninou a ovocem, kde by byla nedokonalá a tvarově perfektní vedle sebe, vybraly dvě třetiny (68 %) dotázaných tu dokonalou.
- ⊙ Pokud jde o důvody, které vedou respondenty k volbě dokonalé zeleniny či ovoce, zmiňují nejčastěji to, že takto vypadající potraviny považují za normální a ani by nad tím nepřemýšleli (34 %).
- ⊙ Při rozhodování pro koupi méně dokonalé zeleniny či ovoce je nejvýraznějším důvodem (47 %) přesvědčení, že nedokonalost znamená přirozenost, tedy přirozenější způsob pěstování bez chemického ošetření.

Zpracovali:
Martin Buchtík, Jarmila Pilecká
Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
Tel.: 210 310 593
Anna Strejcová
Zachraň jídlo, z. s.



Součástí bloku otázek týkajících se plýtvání potravinami byla i část, která se zabývala nákupem vzhledově zcela dokonalého ovoce a zeleniny. Dotázaní se konkrétně vyjadřovali k tomu, které potraviny by si při možnosti volby vybrali - zda dokonalé, méně dokonalé nebo zda by vůbec nad vzhledem vybrané zeleniny či ovoce uvažovali. Dále vybírali hlavní důvod pro tuto volbu. Posledním bodem pak byl jejich odhad podílu vyhozených potravin z důvodu vzhledových nedokonalostí vůči celkové produkci. Výzkum probíhal v termínu od 3. do 20. června 2016.

Vyhazování plodin kvůli vzhledovým a dalším standardům je jednou z možných forem plýtvání potravinami. Nejde zde o plýtvání spojené přímo s domácnostmi či vyhazováním nezpracovaných (neprodaných) potravin, ale o plýtvání především v oblasti produkce potravin a jejich distribuce spotřebitelům.

Příčiny plýtvání v této fázi cesty potraviny za spotřebitelem jsou především v normách a požadavcích odběratelů od zemědělců, kterými jsou především velké obchodní řetězce. Jejich požadavky na vzhled potravin (tedy především 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 ve skutečnosti museli. Odhaduje se, že se při selekci plodin z důvodů jako je váha, vzhled a velikost, vyhodí přibližně 20 - 30 % vypěstovaných plodin¹. 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 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. Další dimenzí ekologických následků je i plýtvání vodou či energiemi pro tuto nadprodukcí².

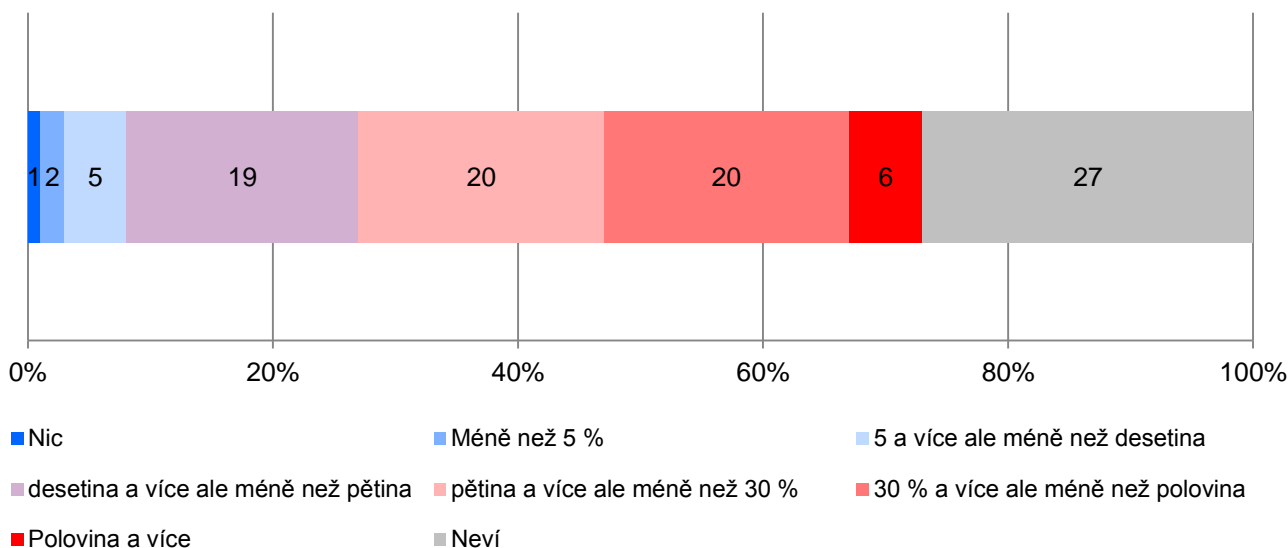
Česká veřejnost odhadovala ve výzkumu CVVM, jaký je podíl vyhozených potravin na základě vzhledových nedokonalostí z celkového množství potravin. U pětiny respondentů se odhad (podíl 20 - 30 % z celkové produkce potravin) takto vyhozených potravin shoduje s realitou. Stejný podíl dotázaných (20 %) odhaduje vyšší podíl než 30 %, ale nemyslí si, že je to více než polovina. 6 % české veřejnosti je pak toho názoru, že podíl vyhozených potravin z

¹ 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.

² Stuart, T. (2009). Waste: uncovering the global food scandal. WW Norton & Company.

estetických důvodů převažuje nad množstvím těch, které se dostanou na pulty obchodů, a tvoří tedy více jak polovinu. Naopak jako nižší než je reálný podíl jej odhaduje přibližně čtvrtina (27 %) dotázaných.

Graf 4: Odhad respondentů podílu potravin vyhozených kvůli vzhledu (%)³



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 3. – 20. 6. 2016, 1005 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

„Část produkce putuje do zpracovatelského průmyslu, nicméně množství podniků, které zpracovávají ovoce a zeleninu nižší jakosti, u nás zaniklo. Pokud se produkce neprodá do obchodů, je zkrmována zvířaty nebo kompostována. Případně zůstane přímo na poli a zaorá se. Možností, jak využít vypěstované jídlo, je například poskytnout je ke zpracování do polévek, džusů, školním jídelnám nebo restauracím. Iniciativa Zachraň jídlo již druhým rokem vyjíždí na pole tzv. Paběrkovat a sbírá plodiny ve prospěch potravinových bank,“ přibližuje situaci Anna Strejcová.

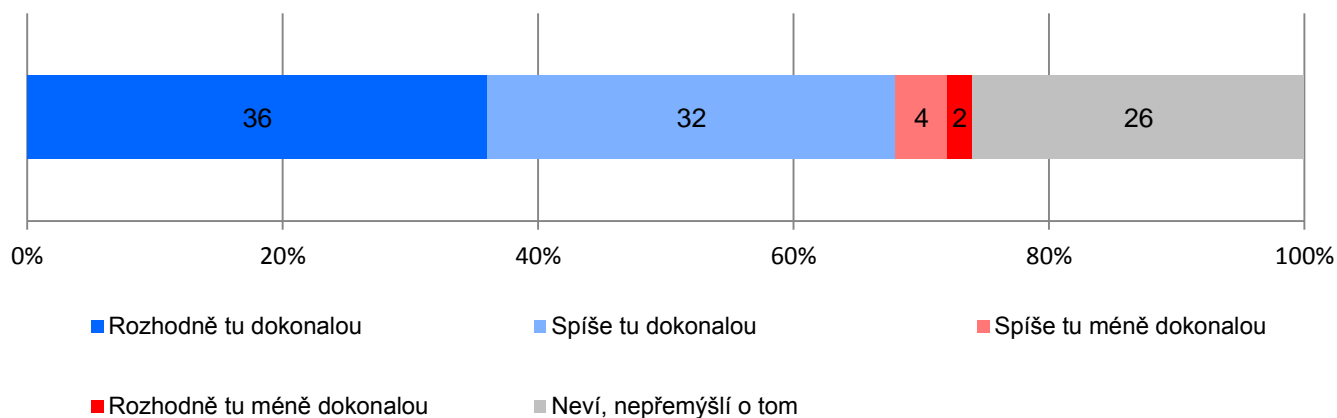
Vyvstává otázka, proč požadavky na vzhled a rozměry potravin vznikají? Řetězce často zdůvodňují požadavky na přesný tvar a velikost plodin poptávkou samotného spotřebitele. Strategie supermarketů je tedy taková, že nabízí zákazníkovi pouze zeleninu a ovoce, které vypadají prakticky totožně a nijak nevybočují velikostí, tvarem, atp. Jde zde ovšem spíše o marketing než o reálnou kvalitu potravin⁴. Nicméně některé řetězce již začínají od těchto strategií upouštět a začínají do své distribuce zahrnovat i zeleninu a ovoce nestandardních tvarů. S těmito kroky se můžeme setkat nejen v zahraničí, ale i v Čechách.

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 byla nedokonalá a tvarově perfektní vedle sebe, vybraly více jak dvě třetiny (68 %) dotázaných tu dokonalou (konkrétně 36 % by volilo rozhodně dokonalou a 32 % spíše dokonalou). Minimum dotázaných (6 %) by si pak vybralo méně dokonalou zeleninu či ovoce. Přibližně čtvrtina respondentů (26 %) by pak nad výběrem mezi dokonalou či méně dokonalou zeleninou a ovocem nepřemýšlela.

³ „V některých případech se potraviny kvůli svému vzhledu nedostanou na pulty obchodů a zůstávají například na poli k zaorání nebo u zvířat jako krmivo. Dokážete odhadnout, kolik procent z celkového množství potravin to je?“

⁴ 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.

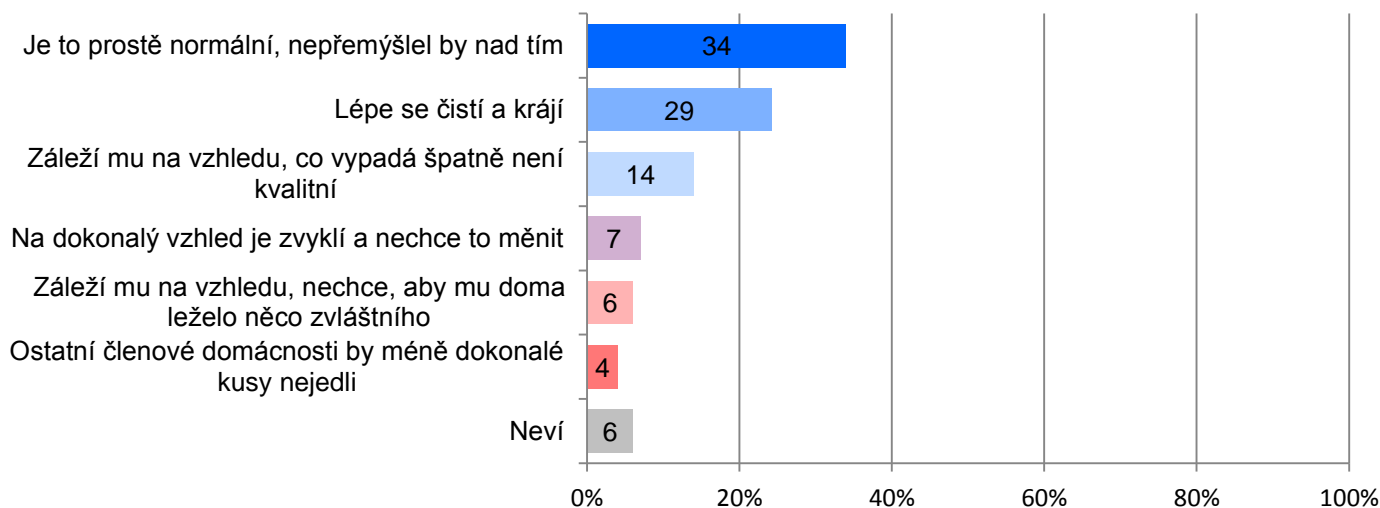
Graf 1: Koupil by dokonalou či nedokonalou zeleninu? (%)⁵



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 3. – 20. 6. 2016, 1005 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Pokud jde o důvody, které vedou respondenty k volbě dokonalé zeleniny či ovoce, zmiňují nejčastěji to, že takto vypadající potraviny považují za normální a ani by nad tím nepřemýšleli (34 %). Dalším výrazným důvodem je jednodušší možnost čištění a krájení. Přibližně šestině dotázaných (14 %) záleží na vzhledu a považují méně dokonalou zeleninu za méně kvalitní. Pro 6 % české veřejnosti pak dokonalý vzhled znamená normu a odklon od ní považují za zvláštní. Zhruba stejná část (7 %) je na perfektní vzhled zvyklá a proto by volila vzhledově dokonalou zeleninu. Pouze minimum (4 %) pak tuto volbu zdůvodňuje tím, že by ostatní členové méně dokonalé kusy nejedli.

Graf 2: Důvody ke koupi dokonalé zeleniny (%)⁶



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 3. – 20. 6. 2016, 678 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Pozn.: Zahnutí byly pouze ti, kteří odpověděli, že by si koupili dokonalou zeleninu, kdyby měli na výběr.

⁵ Znění otázky: „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 odpovědi: Rozhodně tu dokonalou, spíše tu dokonalou, spíše tu méně dokonalou, rozhodně tu méně dokonalou, nevíte, nepřemýšlíte o tom.“

⁶ Znění otázky: „Proč byste si koupil spíše tu dokonalou zeleninu nebo ovoce? Uveďte, prosím, který z těchto důvodů je Vám nejbližší: 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; nepřemýšlel byste nad tím, nevíte, nepřemýšlíte o tom.“

Při rozhodování pro koupi méně dokonalé zeleniny či ovoce je nejvýraznějším důvodem (47 %) přesvědčení, že nedokonalost znamená přirozenost, tedy přirozenější způsob pěstování bez chemického ošetření. Přibližně třetina (34 %) respondentů se pak přiklání k názoru, že vzhled potravin nemůže ovlivnit výslednou kvalitu a dokonalé i méně dokonalé plodiny považují za stejně výživné. 14 % dotázaných by pak tuto zeleninu či ovoce zakoupila ze spíše ekologických důvodů a to, že předpokládá nižší atraktivitu takových plodin pro zákazníky a je tedy i větší pravděpodobnost, že se neprodá a budou vyhozeny.

Technické parametry výzkumu

Výzkum:	<i>Naše společnost, v16-06</i>
Realizátor:	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
Projekt:	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
Termín terénního šetření:	<i>3. 6. - 20. 6. 2016</i>
Výběr respondentů:	<i>Kvótní výběr</i>
Kvóty:	<i>Kraj (oblasti NUTS 3), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
Zdroj dat pro kvótní výběr:	<i>Český statistický úřad</i>
Reprezentativita:	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
Počet dotázaných:	<i>1005</i>
Počet tazatelů:	<i>209</i>
Metoda sběru dat:	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem- kombinace dotazování CAPI a PAPI</i>
Výzkumný nástroj:	<i>Standardizovaný dotazník</i>
Otázky:	<i>PL.16, PL.17, PL.18, PL.19</i>
Kód zprávy:	<i>OR160926a</i>
Zveřejněno dne:	<i>26. září 2016</i>
Zpracoval:	<i>Martin Buchtík, Jarmila Pilecká, Anna Strejcová</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“.