



Save Food. Waste less.
Τέρμα στη σπατάλη τροφίμων!

Οικιακά οργανικά απορρίμματα: Συνήθειες αγοράς και διαχείρισης τροφίμων σε Κυπριακά νοικοκυριά

Έκθεση αποτελεσμάτων ποσοτικής έρευνας
3ο κύμα, Μάρτιος 2023



LIFE19 GIE/CY/001166

FOODprint is co-funded by LIFE Programme of European Union



DIAS PUBLISHING HOUSE LTD



@foodprintcy

Μεθοδολογία

Μεθοδολογία: Χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία CAWI (Computer Aided Web Interviewing) για διεξαγωγή των συνεντεύξεων.

Μέγεθος δείγματος: 551 συνεντεύξεις

Δικαίωμα συμμετοχής: Άτομα ηλικίας 18 και άνω, τα οποία είτε είναι υπεύθυνα για τα ψώνια στο νοικοκυριό, είτε είναι υπεύθυνα για την ετοιμασία φαγητού.

Δειγματοληψία: Πάνελ συμμετέχοντων σε διαδικτυακές έρευνες

Γεωγραφική κατανομή δείγματος: Ανάλογη της πραγματικής κατανομής του πληθυσμού.

Ανάλυση δεδομένων: Τα δεδομένα δεν σταθμίστηκαν κατά την επεξεργασία τους. Όπου υπάρχει η δυνατότητα, παρουσιάζονται συγκρίσιμα στοιχεία με το 1ο και το 2ο κύμα.

Ερωτηματολόγιο: Το ερωτηματολόγιο βασίστηκε στα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν για τα πρώτα δύο κύματα της έρευνας, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα σύγκρισης στοιχείων μεταξύ των τριών περιόδων.

Συλλογή δεδομένων: Μεταξύ 28/02/2023 με 02/03/2023

Δομή Δείγματος

		Αρ	%
Ηλικία	18-24	54	11%
	25-34	111	22%
	35-44	104	20%
	45-54	96	19%
	55-64	77	15%
	65 και άνω	68	13%
Φύλο	Άντρας	256	50%
	Γυναίκα	254	50%
Κοινωνική τάξη	A-B	32	6%
	Γ1	171	34%
	Γ2	219	43%
	Δ-Ε	88	17%
Μόρφωση	Μέχρι Δευτεροβάθμια	138	27%
	Τριτοβάθμια (πτυχίο)	230	45%
	Τριτοβάθμια (μεταπτυχιακό)	142	28%
Επαρχία	Λευκωσία	221	43%
	Λεμεσός	125	25%
	Λάρνακα	88	17%
	Αμμόχωστος	28	5%
	Πάφος	48	9%
Περιοχή	Αστική	356	70%
	Αγροτική	154	30%
Σύνολο		510	100%

Συνοπτικά αποτελέσματα

Οι αγοραστικές συνήθειες των Κυπρίων δεν φαίνεται να έχουν διαφοροποιηθεί ιδιαίτερα σε ότι αφορά την αγορά πέραν των απαραίτητων ποσοτήτων τροφίμων για το νοικοκυριό.

Οι κύριοι λόγοι αγοράς πέραν των αναγκαίων ποσοτήτων παραμένουν η ανάγκη για τήρηση αποθεμάτων σε έκτακτη περίπτωση (44%), η πιθανότητα απρόσμενων επισκεπτών (36%), το αίσθημα ασφάλειας από τη διατήρηση αποθεμάτων στο σπίτι (33%), και οι ιδιαίτερες προτιμήσεις μελών του νοικοκυριού (28%).

Παρόλο που αυτό δεν φαίνεται να αντανakλάται στον όγκο τροφίμων που απορρίπτουν, διαχρονικά καταγράφεται αύξηση στην ανάληψη θετικών ενεργειών που αφορούν την αγορά και διαχείριση τροφίμων, ενώ αντίθετα σε αρνητικές ενέργειες όπως, 'όταν έχουμε φρέσκα πετάμε τα παλιά', παρουσιάζεται διαχρονική μείωση. Σημαντική μείωση παρουσιάζεται και στο ποσοστό που ετοιμάζει/ παραγγέλλει περισσότερο φαγητό όταν έχει καλεσμένους ή είναι σε έξοδο (2023:52%, 2022:61%), ενώ ταυτόχρονα αύξηση καταγράφεται στο 'πακέτο' φαγητού που περισσεύει σε εξόδους (πάντα/αρκετά συχνά: 2023:52%, 2022:44%).

Σε ότι αφορά τις ενέργειες που αναλαμβάνουν τα νοικοκυριά σε σχέση με τη διαχείριση υπολειμμάτων φαγητού, το ποσοστό που συχνά/ πάντοτε πετάει φαγητό που περισσεύει στα σκουπίδια διαχρονικά δεν διαφοροποιείται σημαντικά (2023:16%, 2022:15%, 2020:18%). Η κατανάλωση φαγητού που μένει τις επόμενες ημέρες παραμένει σε ψηλά επίπεδα (73%), η χρήση υπολειμμάτων φαγητού για τροφή κατοικίδιων είναι επίσης αρκετά διαδεδομένη (33%), ενώ αρκετά κοινή είναι και η φύλαξη στην κατάψυξη για μελλοντική κατανάλωση (30%) και η χρήση φαγητού που περισσεύει για ετοιμασία άλλων φαγητών (28%). Η συστηματική προσφορά φαγητού που περισσεύει σε άλλους περιορίζεται στο 15% και η συστηματική κομποστοποίηση στο 6%. Για όλες τις προαναφερόμενες ενέργειες δεν καταγράφεται σημαντική αύξηση στην ανάληψη τους μεταξύ 2022 και 2023.

Με μεγάλη διαφορά, ο κυριότερος λόγος που αλλοιώνονται τα τρόφιμα και πετιούνται στα σκουπίδια είναι η μη κατανάλωση τους πριν παρέλθει η ημερομηνία λήξης (47%). Ακολουθούν με φθίνουσα σειρά, το ότι φαγητό που περισσεύει χαλά και δεν είναι ασφαλές για κατανάλωση (31%), το ότι κάποια μέλη του νοικοκυριού δεν καταναλώνουν όλο το φαγητό τους (28%) και ότι τρόφιμα δεν αποθηκεύονται ορθά και αλλοιώνονται (28%).

Συνοπτικά αποτελέσματα

Αν και το ποσοστό των νοικοκυριών που δηλώνει ότι δεν πετά στα σκουπίδια τρόφιμα, φρούτα ή λαχανικά, διαχρονικά παρουσιάζει οριακή αύξηση, στο σύνολο του δείγματος το κάθε νοικοκυριό πετά στα σκουπίδια περί το ένα πέμπτο (22%) των τροφίμων και φρέσκων φρούτων/ λαχανικών που αγοράζει, ποσοστό που δεν διαφοροποιείται σημαντικά μεταξύ των τριών κυμάτων. Ταυτόχρονα, παρόλο που ενημερώνονται ότι στο μέσο κυπριακό νοικοκυριό το 50% των αποβλήτων είναι απορρίμματα τροφίμων, η πλειοψηφία των νοικοκυριών (83%), παραμένει όπως και πέρσι πεπεισμένη ότι στη δική τους περίπτωση τα απορρίμματα φαγητού είναι λιγότερα.

Οι συμμετέχοντες στην πλειοψηφία τους δηλώνουν πολύ ή αρκετά διατεθειμένοι να συμμετάσχουν σε ένα δίκτυο μέσω του οποίου θα μπορούν να προσφέρουν τρόφιμα των οποίων κοντεύει ή έχει περάσει η ημερομηνία κατανάλωσης τους ως δωρεά για κατανάλωση σε άτομα που έχουν ανάγκη (68%), και για αγορά καλών σε ποιότητα, αλλά άσχημων σε εμφάνιση λαχανικών και φρούτων σε μειωμένες τιμές (57%). Η θετική προδιάθεση για αγορά καλών σε ποιότητα, αλλά όχι τόσο φρέσκων λαχανικών και φρούτων σε μειωμένες τιμές είναι πιο περιορισμένη (44%).

Η πλειοψηφία των νοικοκυριών δεν κάνει κομποστοποίηση (86%) και οι κύριοι λόγοι που αναφέρονται ως αιτιολογία είναι η έλλειψη γνώσης ως προς το πώς γίνεται η κομποστοποίηση (39%) και η έλλειψη χώρου (27%).

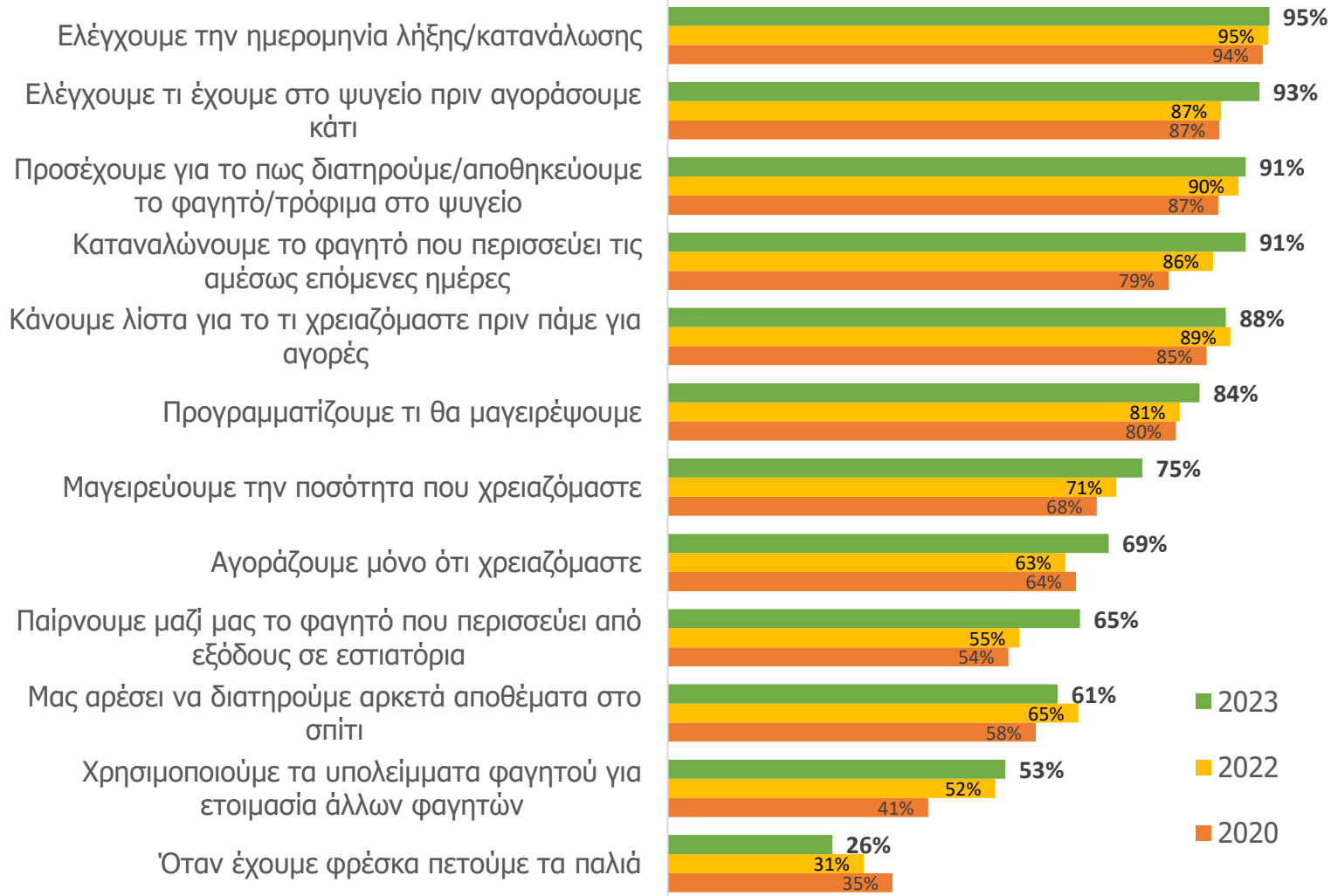
Οκτώ στους δέκα συμμετέχοντες στην έρευνα βρίσκουν είτε πολύ σημαντική (41%), είτε αρκετά σημαντική (36%) ενέργεια την μείωση απορριμμάτων φαγητού για προστασία του περιβάλλοντος. Παρόλα αυτά, στην κατάταξη σημαντικότητας κινήτρων για μείωση των απορριμμάτων τροφίμων, το γενικό, 'αυτό είναι το σωστό πράγμα να κάνει κάποιος' (51%), και η εξοικονόμηση χρημάτων (47%) αναφέρονται σε μεγαλύτερο βαθμό από το ενδιαφέρον για το περιβάλλον (40%). Ταυτόχρονα, τα κυριότερα αισθήματα που προκαλεί στους καταναλωτές το πέταγμα φαγητών και τροφίμων στα σκουπίδια είναι οι τύψεις (65%) και η άδικη σπατάλη λεπτών (50%). Η ζημιά που προκαλείται στο περιβάλλον προβληματίζει μόνο το 30%.

Ένα 22% των ερωτώμενων ανακαλεί να έχει δει ή ακούσει μέσα στους τελευταίους 3 μήνες καμπάνιες ή ενημερωτικά μηνύματα σχετικά με την μείωση σπατάλης τροφίμων.

Αναλυτικά αποτελέσματα...

Γενικές συνήθειες αγοράς και ετοιμασίας φαγητού

Ενέργειες αγοράς και διαχείρισης τροφίμων



Όσον αφορά συνήθειες αγοράς και κατανάλωσης τροφίμων, διαχρονικά σχεδόν όλοι οι καταναλωτές ελέγχουν την ημερομηνία λήξης τροφίμων που αγοράζουν (95%).

Πολύ ευρέα διαδεδομένες είναι επίσης οι ακόλουθες θετικές συμπεριφορές, οι οποίες διαχρονικά παρουσιάζουν αύξηση και αναφέρονται από περισσότερα από 8 στα 10 νοικοκυριά:

- Έλεγχος προϊόντων στο ψυγείο πριν την αγορά (93%)
- Προσοχή στη σωστή διατήρηση τροφίμων (91%)
- Κατανάλωση φαγητού που περισσεύει τις επόμενες μέρες (91%)
- Ετοιμασία λίστας ψωνίσματος (88%)
- Προγραμματισμός μαγειρέματος (84%)

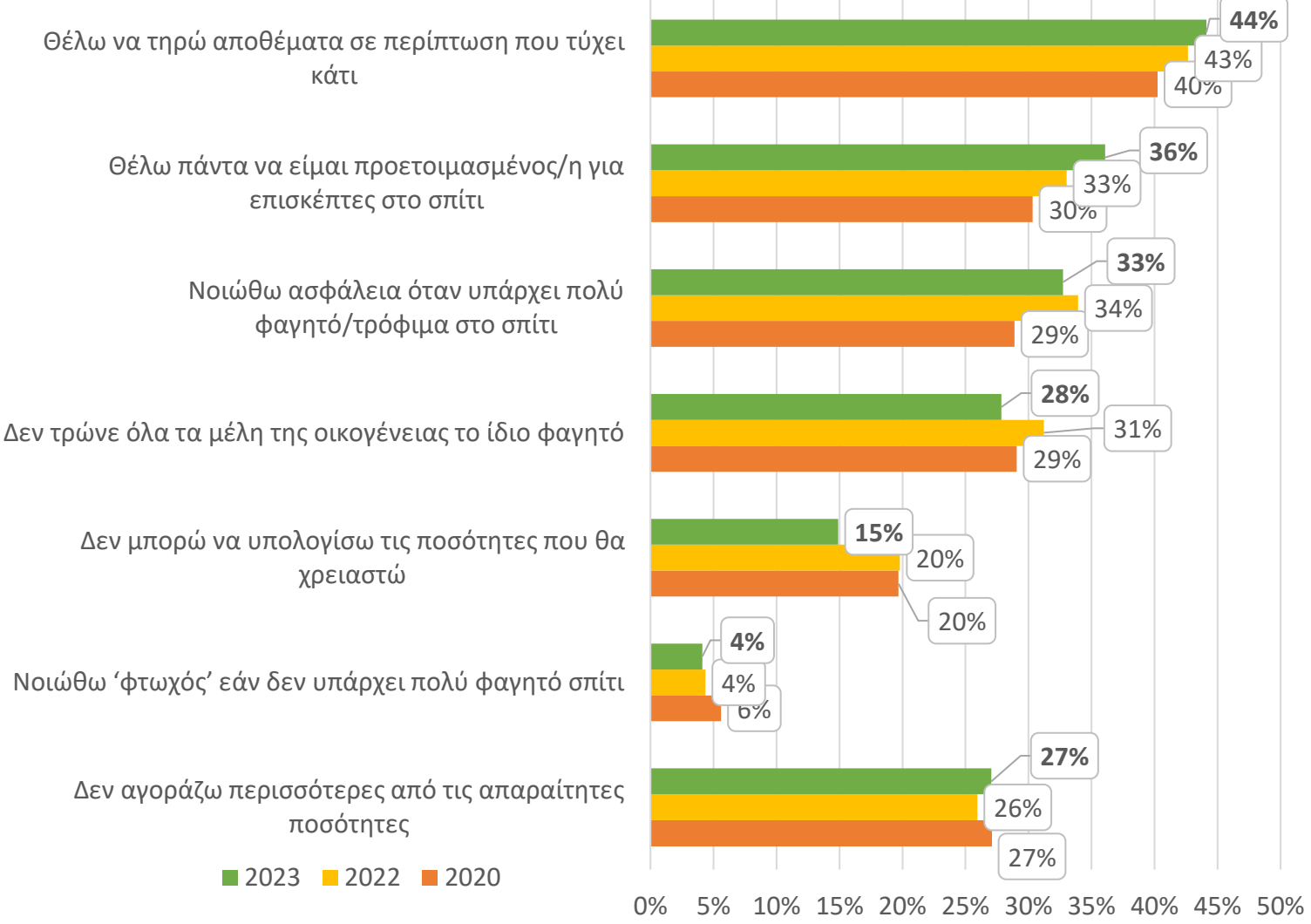
Αύξηση καταγράφεται παράλληλα στις ακόλουθες θετικές συμπεριφορές, οι οποίες χαρακτηρίζουν την πλειοψηφία των νοικοκυριών:

- Μαγείρεμα μόνο αναγκαίας ποσότητας (75%)
- Αγορά μόνο όσων χρειάζονται (69%)
- ΄Πακέτο΄ φαγητού από εξόδους (65%)
- Χρήση υπολειμμάτων φαγητού για ετοιμασία άλλων φαγητών (53%)

Παράλληλα, σε σχέση με το προηγούμενο κύμα, μείωση παρατηρείται σε ΄αρνητικές΄ συμπεριφορές, όπως την απόρριψη ΄παλιών΄ τροφίμων όταν αγοράζονται καινούργια (26%). Το ίδιο ισχύει και για την τάση διατήρησης αποθεμάτων στο σπίτι, μια πρακτική που αν και παρουσιάζει μείωση, παραμένει ευρέως διαδεδομένη (61%).

Γενικές συνήθειες αγοράς και ετοιμασίας φαγητού

Λόγοι αγοράς πέραν των απαραίτητων ποσοτήτων τροφίμων



Διαχρονικά, λίγο περισσότερο από ένα τέταρτο των νοικοκυριών δηλώνει ότι δεν αγοράζει περισσότερες από τις απαραίτητες ποσότητες τροφίμων και φαγητού (27%). Το ποσοστό αυτό δεν παρουσιάζει σημαντική μεταβολή μεταξύ των τριών κυμάτων.

Σε ότι αφορά τους λόγους που αγοράζονται περισσότερες από τις αναγκαίες ποσότητες τροφίμων, σε κάποιες παραμέτρους παρατηρείται αύξηση και σε κάποιες άλλες μείωση των αναφορών.

Αυξητική τάση παρατηρείται διαχρονικά, στην επιθυμία για τήρηση αποθεμάτων σε περίπτωση ανάγκης (44%) και σε περίπτωση απρόσμενων επισκεπτών (36%)

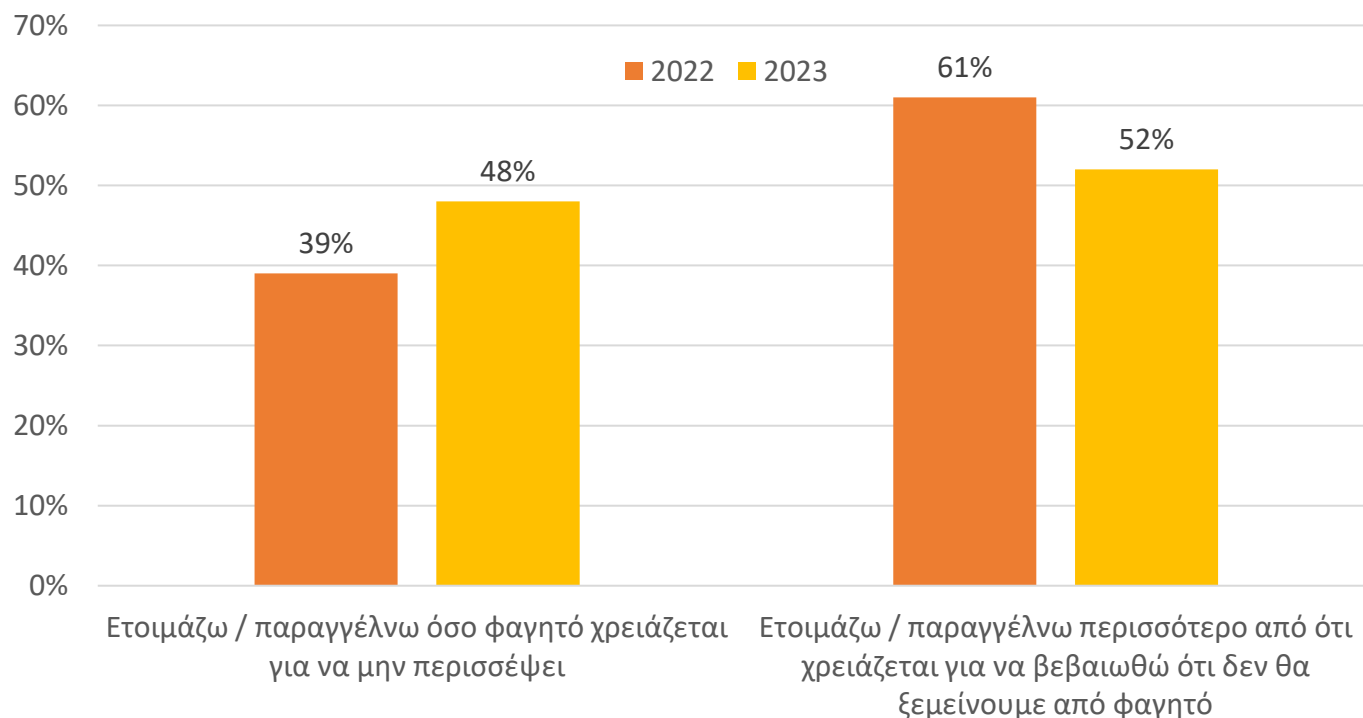
Σε σταθερά επίπεδα παραμένει η αγορά περισσότερο από των αναγκαίων ποσοτήτων, λόγω του αισθήματος ασφάλειας που προκύπτει από τη διατήρηση αποθεμάτων (33%), ενώ μείωση καταγράφεται στις αναφορές για ανάγκη ικανοποίησης διαφορετικών προτιμήσεων μελών του νοικοκυριού (28%) και την ανικανότητα υπολογισμού των ορθών ποσοτήτων που χρειάζονται (15%).

Γενικές συνήθειες αγοράς και ετοιμασίας φαγητού

Πρακτική σε εξόδους/ τραπέζια στο σπίτι

Σημαντικές διαφοροποιήσεις καταγράφονται μέσα στους τελευταίους 12 μήνες σε ότι αφορά την ποσότητα φαγητού που ετοιμάζεται όταν έρχονται καλεσμένοι στο σπίτι ή που παραγγέλλεται σε εξόδους. Η τάση για περισσότερη ποσότητα φαγητού από ότι χρειάζεται ώστε να διασφαλιστεί ότι δεν θα υπάρξει έλλειψη μειώνεται από 61% σε 52%. Αντίθετα το ποσοστό που δηλώνει ότι ετοιμάζει/ παραγγέλλει όσο φαγητό χρειάζεται αυξάνεται μέσα στους τελευταίους 12 μήνες από 39% σε 48%.

Η ετοιμασία/ παραγγελία μεγαλύτερης ποσότητας φαγητού από ότι είναι αναγκαίο καταγράφεται ψηλότερη μεταξύ των ανδρών, των νεαρότερων ηλικιακών ομάδων, των ανώτερων οικονομικών στρωμάτων και των νοικοκυριών με παιδιά.

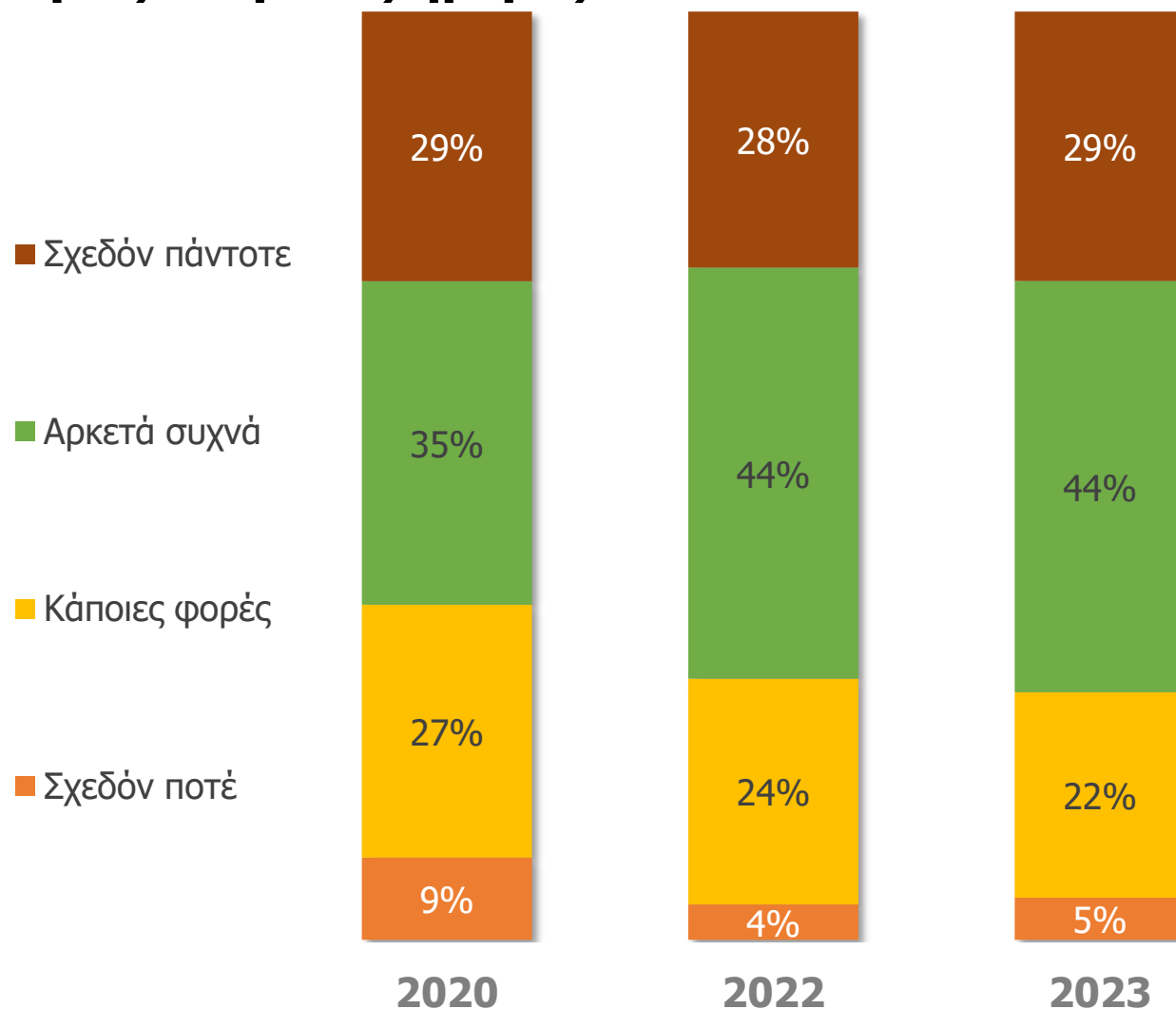


Ερ3. Όταν έχετε καλεσμένους στο σπίτι για φαγητό ή όταν βγαίνετε σε εστιατόριο, ποια από τις δύο δηλώσεις ανταποκρίνεται καλύτερα στη συμπεριφορά σας;



Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

Κατανάλωση τις επόμενες ημέρες



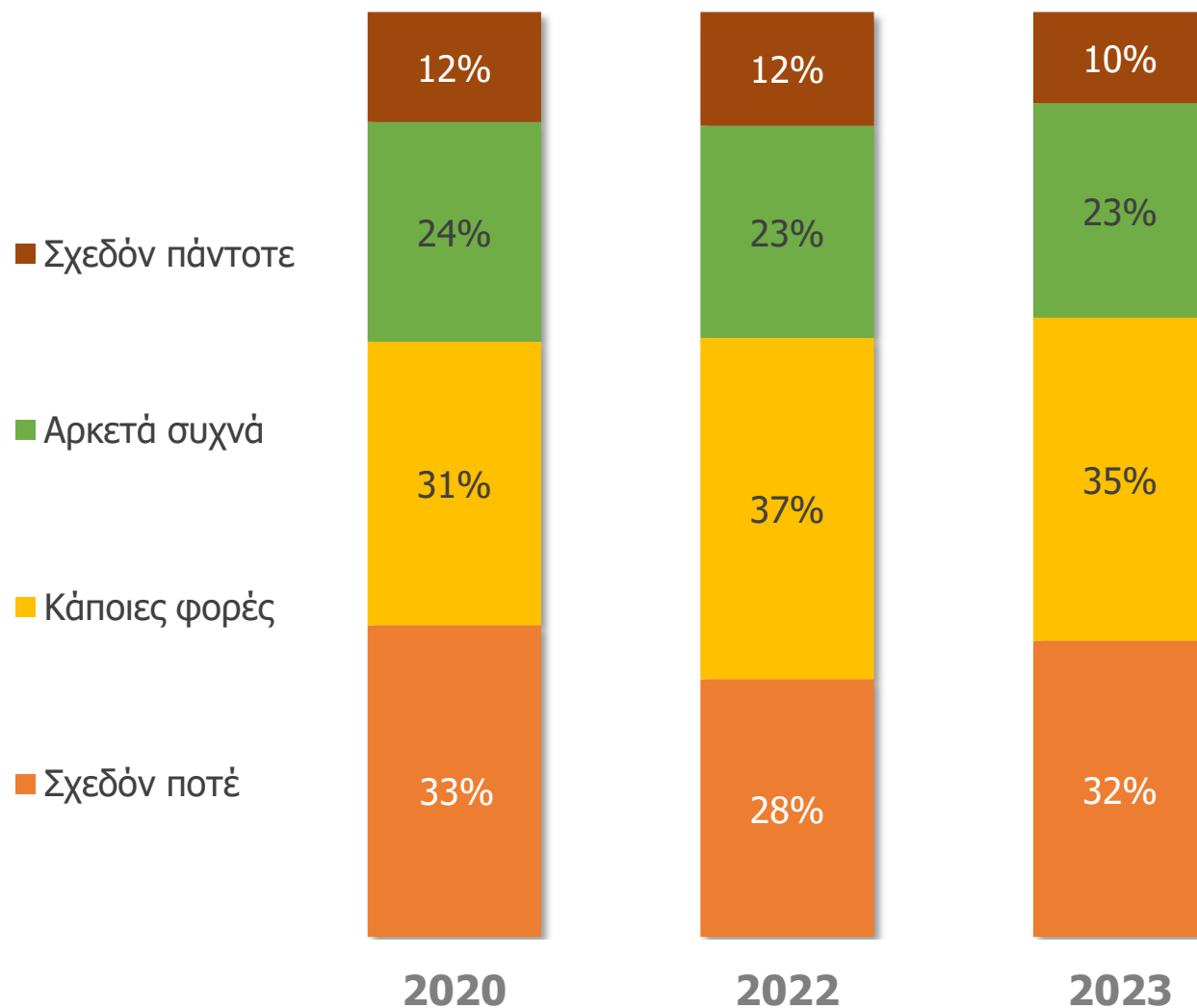
Το ποσοστό των νοικοκυριών που πάντοτε/ συχνά καταναλώνουν φαγητό που περισσεύει τις επόμενες ημέρες ανέρχεται σε 73%. Αν και δεν παρουσιάζει ουσιαστική διαφοροποίηση μέσα στους τελευταίους 12 μήνες (+1%), έχει σημαντική αύξηση σε σχέση με το 2020 (+9%).

Η πρακτική αυτή φαίνεται να είναι κάπως πιο διαδεδομένη μεταξύ των κατώτερων οικονομικών στρωμάτων και των μονομελών νοικοκυριών.

Ερ4. Πόσο συχνά κάνετε τα πιο κάτω σε σχέση με φαγητό που περισσεύει:

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

Τροφή για κατοικίδια



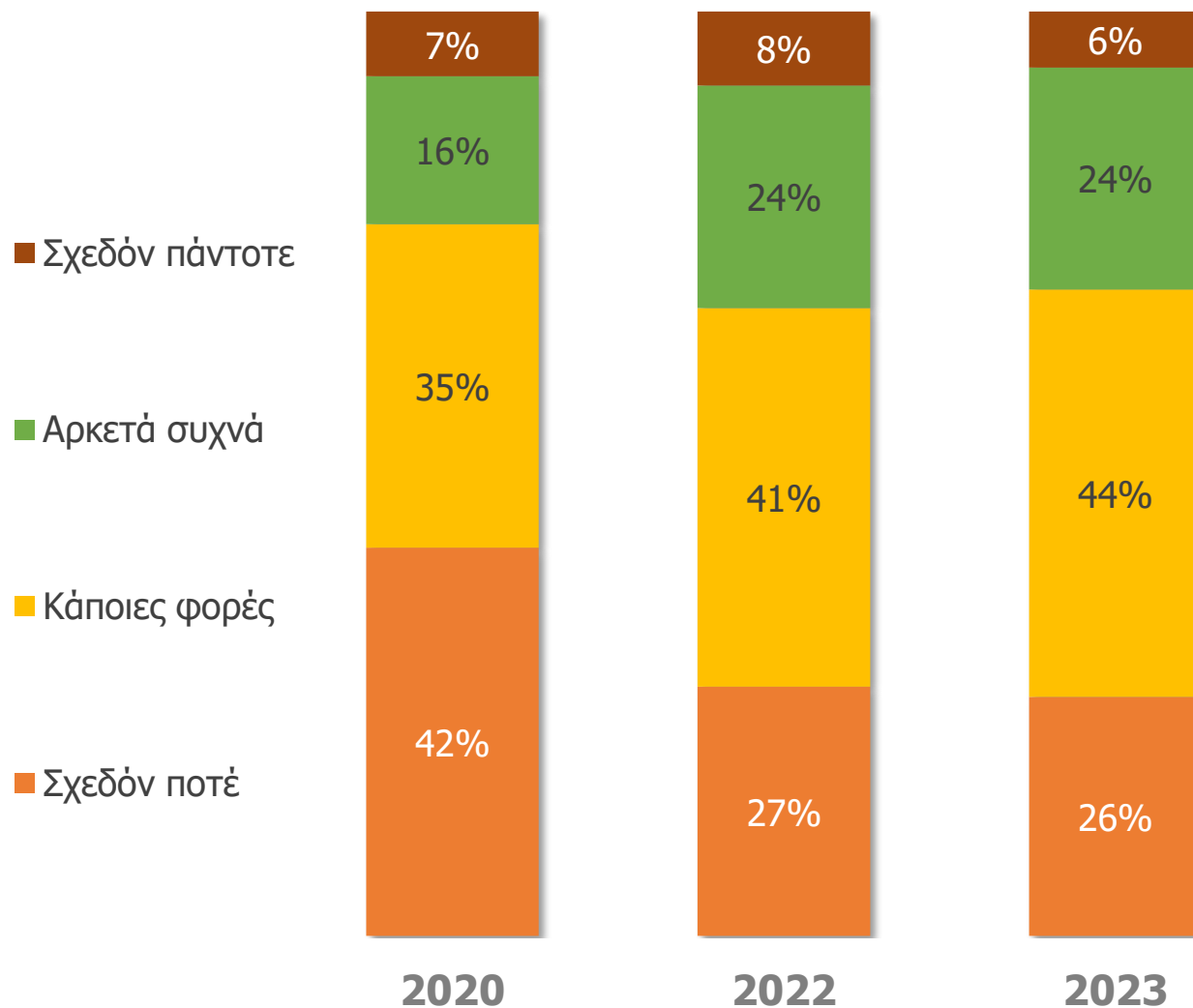
Ένα τρίτο των νοικοκυριών (33%) χρησιμοποιεί φαγητό που περισσεύει ως τροφή για κατοικίδια. Το ποσοστό αυτό δεν παρουσιάζει σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με τα δύο προηγούμενα κύματα.

Η πρακτική αυτή φαίνεται να είναι κάπως πιο διαδεδομένη μεταξύ γυναικών, κατώτερων οικονομικών στρωμάτων, κατοίκων αγροτικών περιοχών, νοικοκυριών με παιδιά και πολυμελών νοικοκυριών.

Ερ4. Πόσο συχνά κάνετε τα πιο κάτω σε σχέση με φαγητό που περισσεύει:

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

Στην κατάψυξη για μελλοντική κατανάλωση

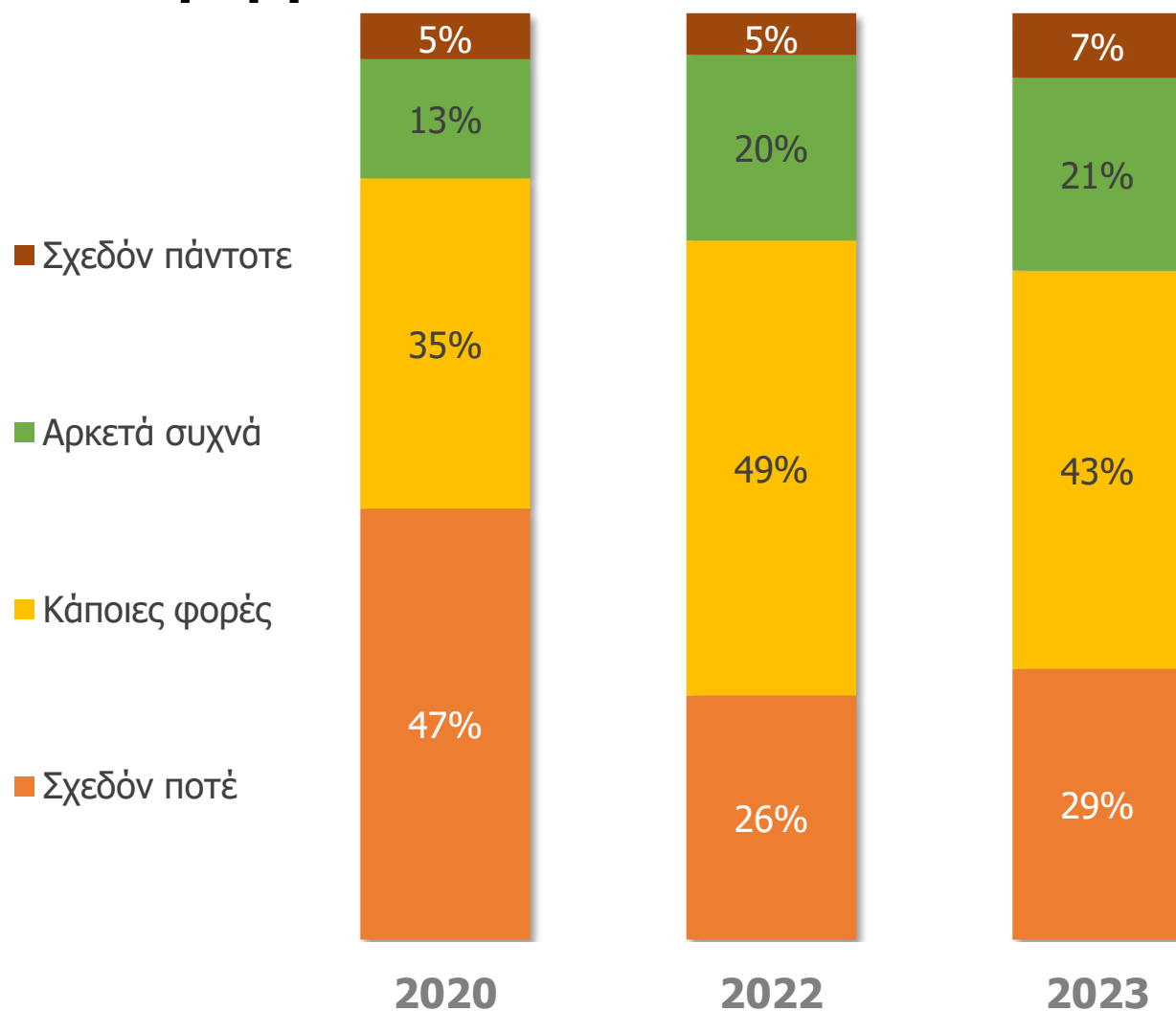


Το ποσοστό των νοικοκυριών που πάντοτε/ συχνά φυλάγει φαγητό που περισσεύει στην κατάψυξη για μελλοντική χρήση ανέρχεται σε 30%. Το ποσοστό αυτό δεν παρουσιάζει ουσιαστική διαφοροποίηση μέσα στους τελευταίους 12 μήνες (-2%), αλλά παρουσιάζει αύξηση σε σχέση με το 2020 (+7%).

Η πρακτική αυτή είναι πιο διαδεδομένη μεταξύ των ακραίων ηλικιακών ομάδων, των ανδρών, των μεσαίων και κατώτερων οικονομικών τάξεων και των μονομελών νοικοκυριών.

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

Ετοιμασία άλλων φαγητών

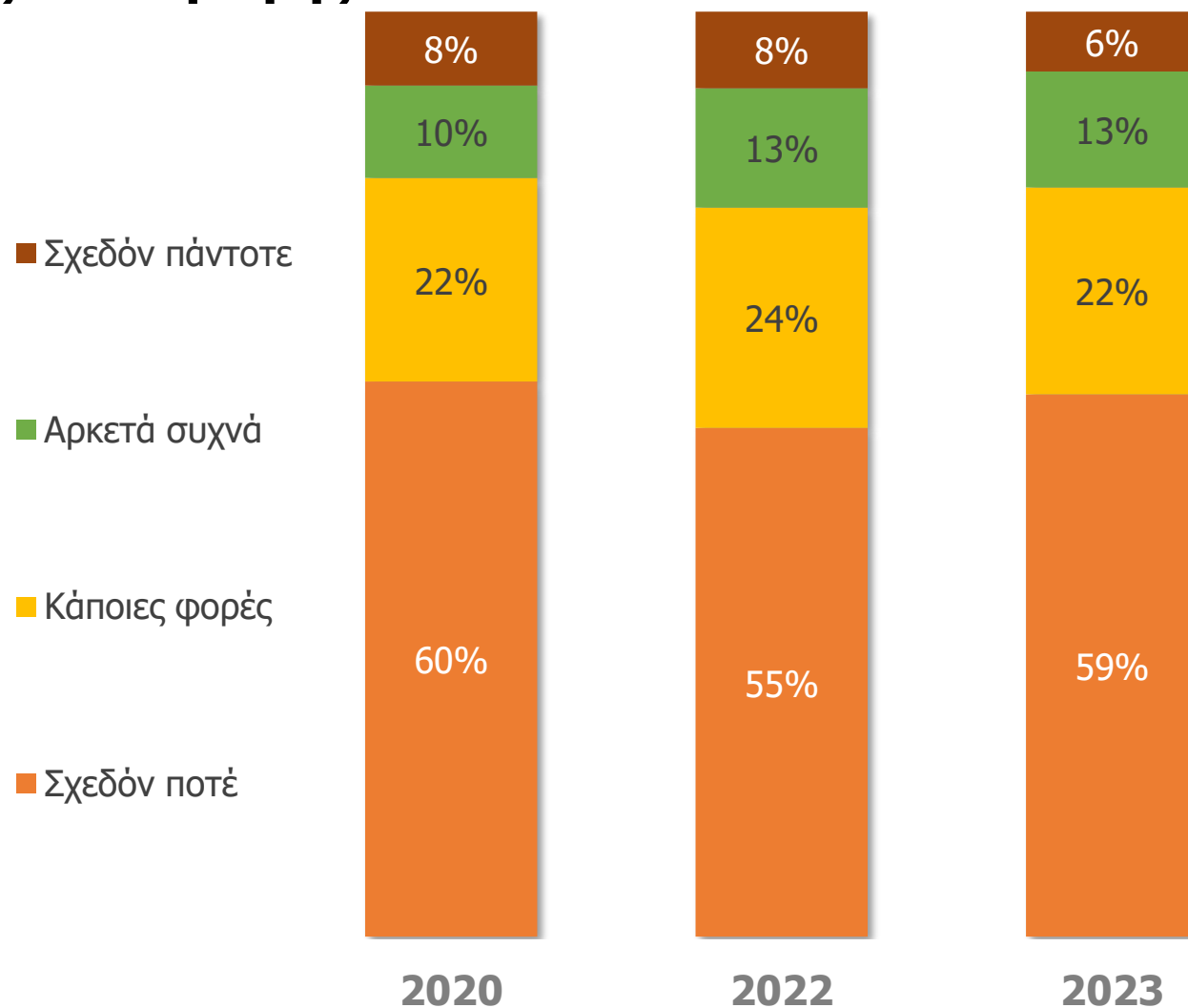


Μόλις 28% των νοικοκυριών πάντοτε/ συχνά χρησιμοποιεί φαγητό που περισσεύει για ετοιμασία άλλων φαγητών. Δεν παρουσιάζεται σημαντική διαφοροποίηση στην συμπεριφορά αυτή μέσα στους τελευταίους 12 μήνες (+3%), αλλά σε σχέση με το 2020 καταγράφεται αύξηση (+10%)

Η χρήση φαγητού που περισσεύει για ετοιμασία άλλων φαγητών είναι πιο διαδεδομένη μεταξύ νεαρότερων σε ηλικία καταναλωτών, χαμηλότερων οικονομικών στρωμάτων και πολυμελών νοικοκυριών.

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

Τροφή για ζώα εκτροφής



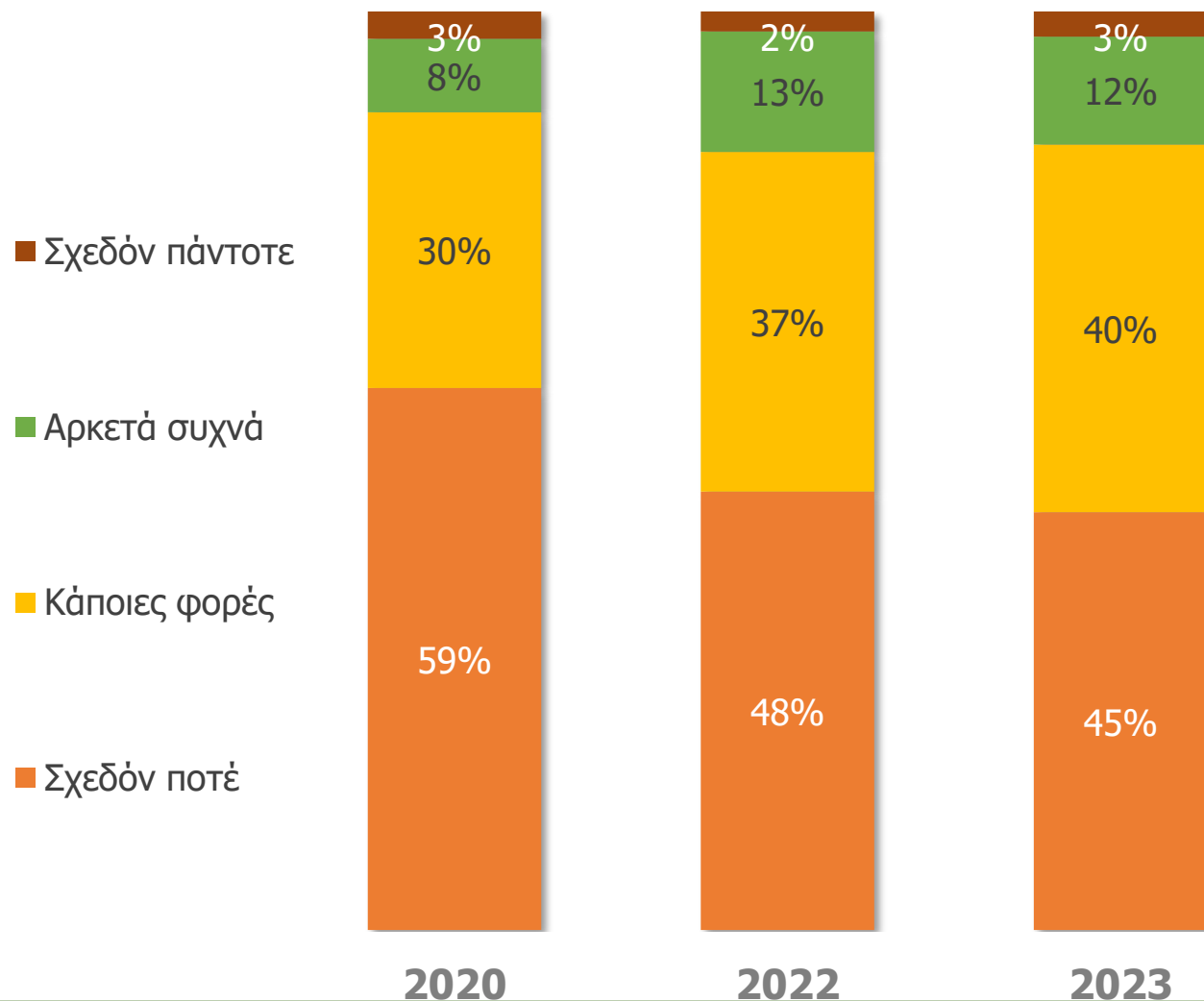
Διαχρονικά, μόλις ένα πέμπτο των νοικοκυριών χρησιμοποιεί φαγητό που περισσεύει ως τροφή για ζώα εκτροφής.

Η πρακτική αυτή είναι πιο διαδεδομένη σε αγροτικές περιοχές.

Ερ4. Πόσο συχνά κάνετε τα πιο κάτω σε σχέση με φαγητό που περισσεύει:

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

Δίδονται σε άλλα άτομα



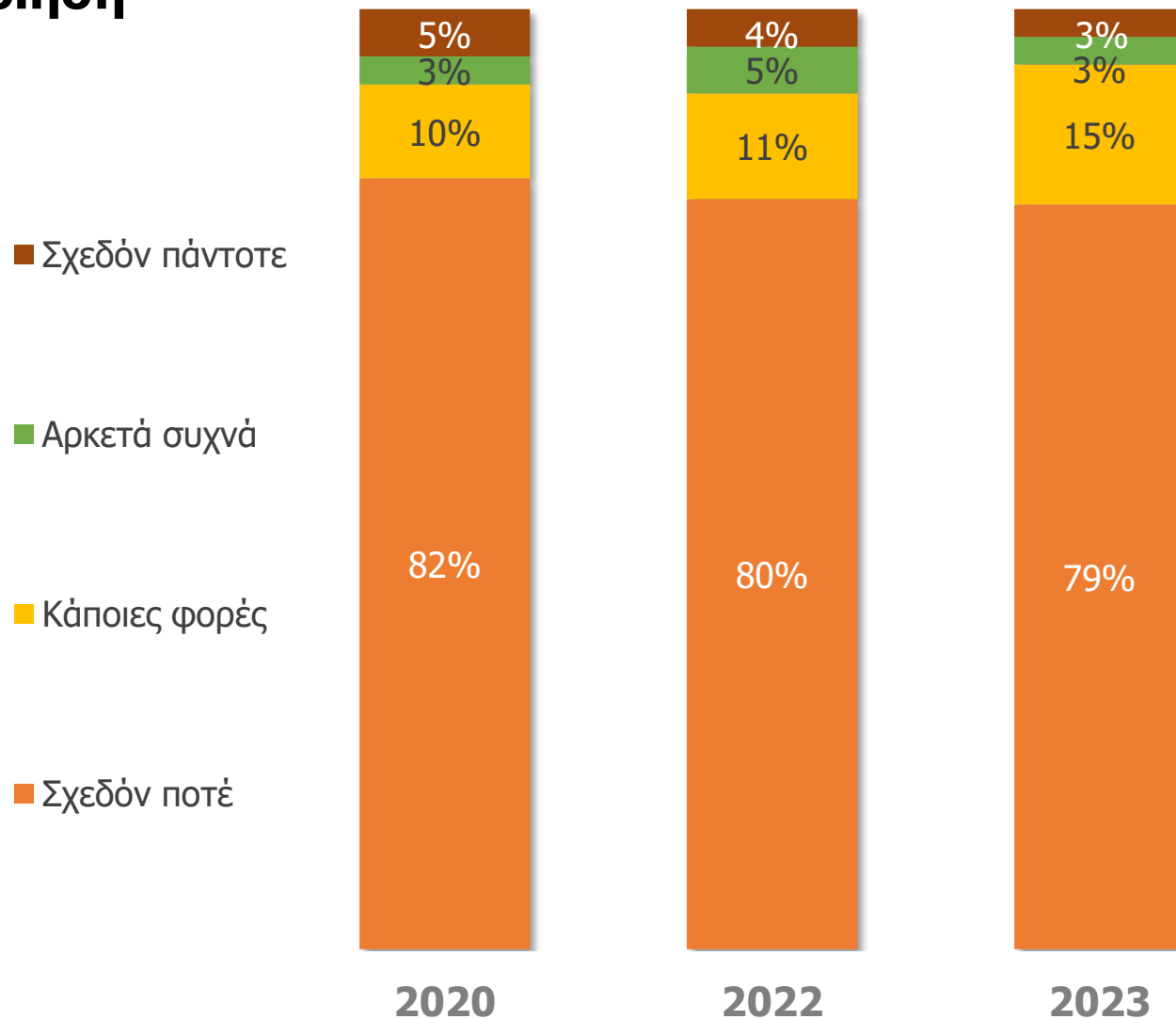
Η παραχώρηση φαγητού που περισσεύει σε άλλα άτομα, δεν είναι συνήθης πρακτική. Μόλις 15% το πράττουν τακτικά, ποσοστό που παρουσιάζει μικρή αύξηση σε σχέση με το 2020 (+4%).

Η παραχώρηση φαγητού που περισσεύει σε τρίτους είναι κάτι που αναφέρουν ότι κάνουν σε μεγαλύτερο βαθμό οι γυναίκες.

Ερ4. Πόσο συχνά κάνετε τα πιο κάτω σε σχέση με φαγητό που περισσεύει:

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

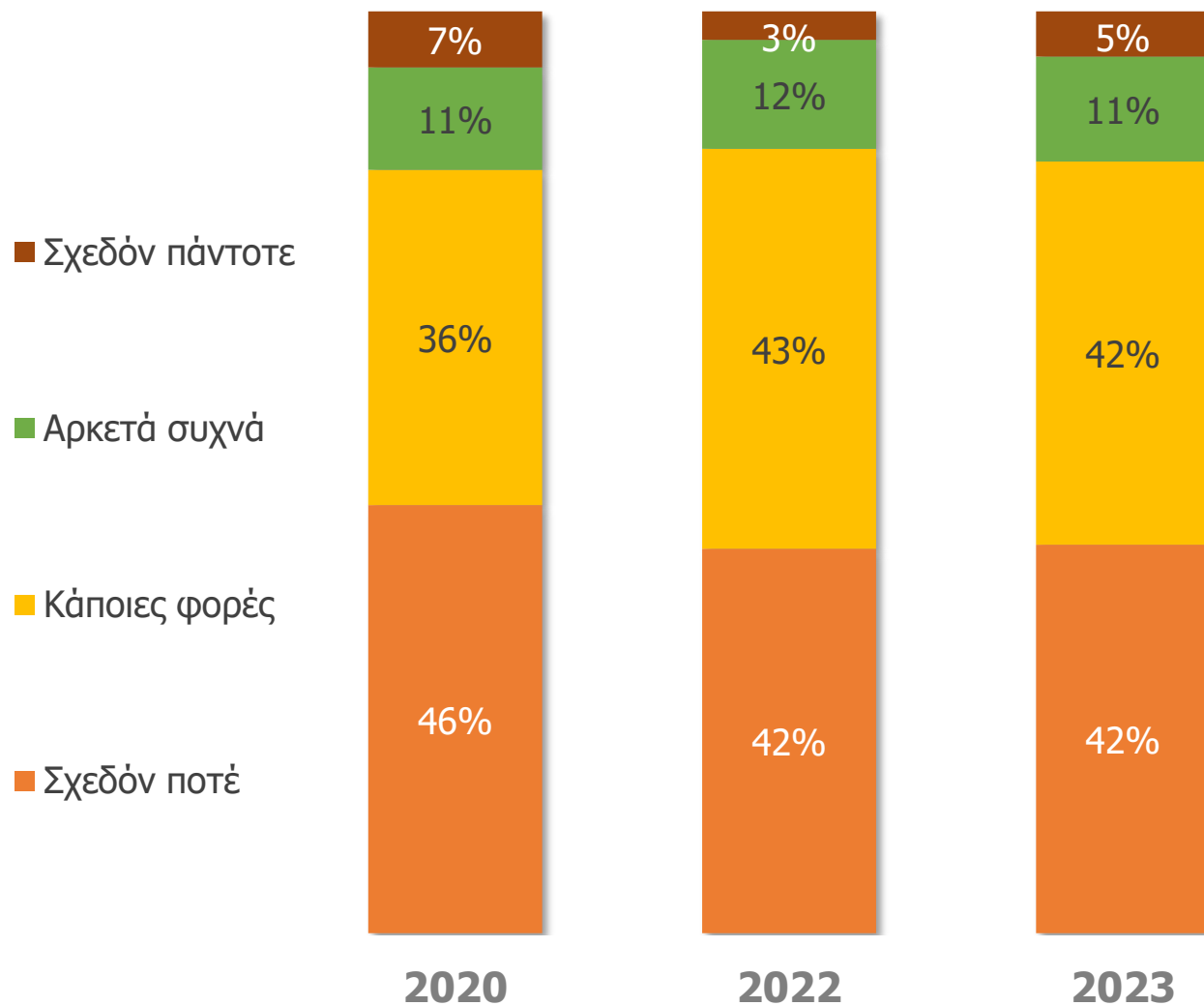
Κομποστοποίηση



Μόλις 21% των νοικοκυριών κάνουν κομποστοποίηση, και οι περισσότεροι το πράττουν κάποιες φορές μόνο. Οι καταναλωτές που κάνουν κομποστοποίηση συστηματικά περιορίζονται στο 6%, ποσοστό οριακά χαμηλότερο από ότι τα δύο προηγούμενα κύματα (-3% το 2022 και -2% το 2020).

Ερ4. Πόσο συχνά κάνετε τα πιο κάτω σε σχέση με φαγητό που περισσεύει:

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού Στα σκουπίδια

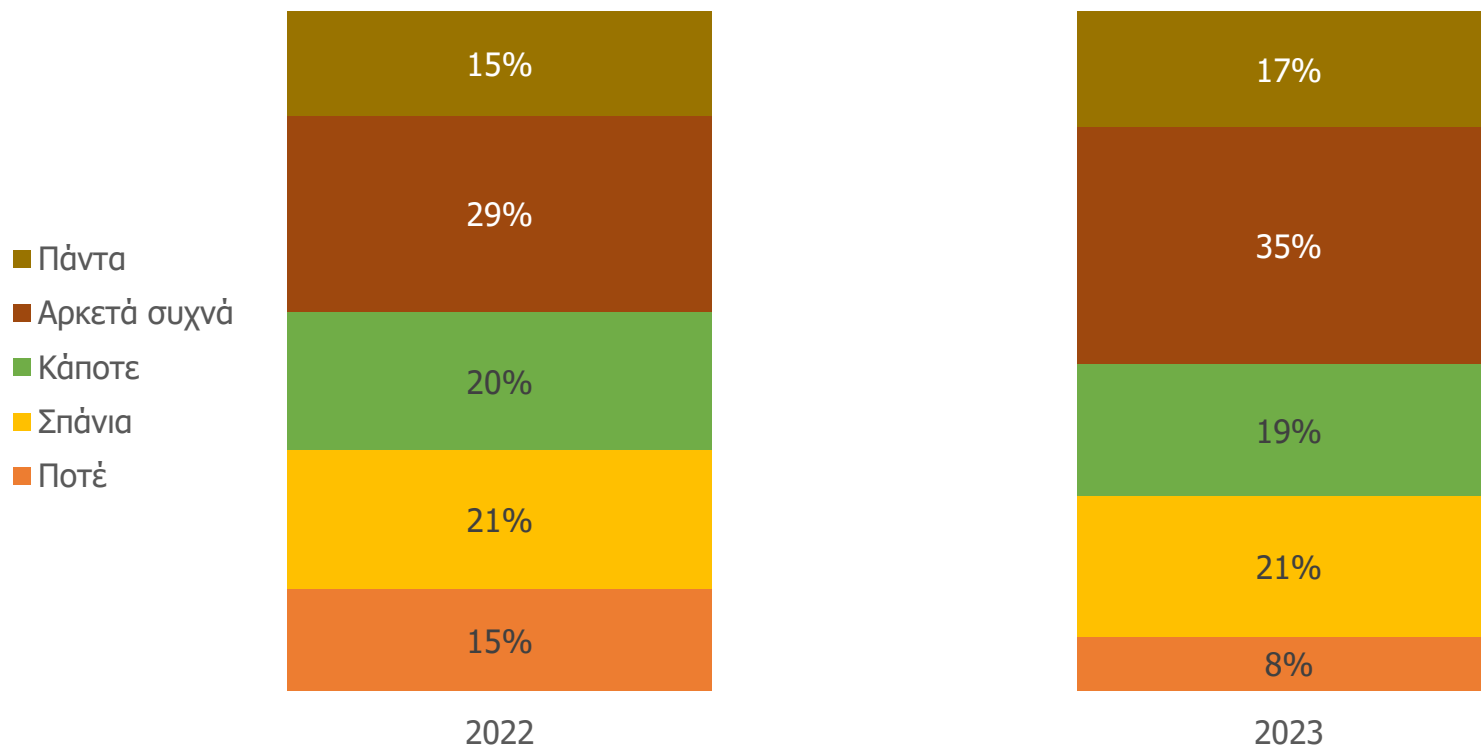


Το ποσοστό των νοικοκυριών που πάντοτε/ συχνά πετά το φαγητό που περισσεύει στα σκουπίδια ανέρχεται σε 16% και διαχρονικά δεν παρουσιάζει σημαντική διαφοροποίηση.

Το πέταγμα φαγητού που περισσεύει στα σκουπίδια είναι πρακτική που υιοθετούν σε κάπως ψηλότερο βαθμό νεαρότεροι καταναλωτές, μεσαία και ανώτερα οικονομικά στρώματα και όσοι διαμένουν σε διαμερίσματα.

Διαχείριση περισσεύματος φαγητού

Χρήση 'πακέτου' για περίσσευμα φαγητού από εξόδους



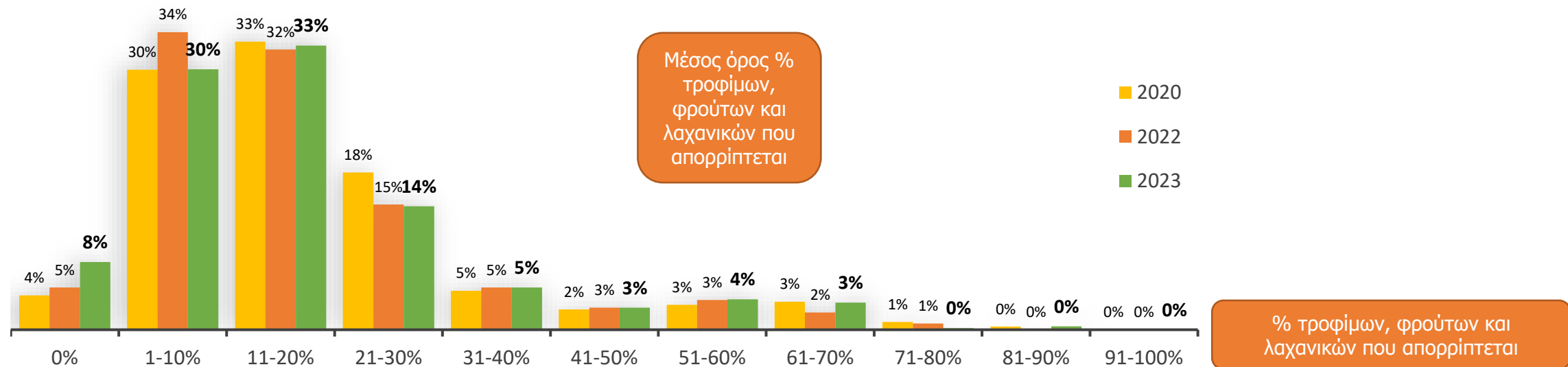
Σε εξόδους που περισσεύει φαγητό, οι καταναλωτές στην πλειοψηφία τους είτε το παίρνουν πάντα μαζί τους (17%), είτε το παίρνουν αρκετά συχνά μαζί τους για μελλοντική κατανάλωση (35%). Σε σχέση με πριν 12 μήνες, καταγράφεται σημαντική αύξηση στο ποσοστό αυτών που πάντα ή αρκετά συχνά παίρνουν μαζί τους το φαγητό που περισσεύει ως 'πακέτο' (+8%).

Πιθανότερο να πάρουν μαζί τους 'πακέτο' φαγητό που περισσεύει από εξόδους είναι τα πιο ηλικιωμένα άτομα, οι γυναίκες, τα κατώτερα οικονομικά στρώματα και τα άτομα με ψηλότερο μορφωτικό επίπεδο.

Ερ5. Κατά τις εξόδους σας σε εστιατόρια και καφέ, όταν περισσεύει φαγητό, πόσο συχνά το παίρνετε μαζί σας για κατανάλωση στο σπίτι;

Απορρίμματα Τροφίμων

Ποσότητα τροφίμων που πετιέται στα σκουπίδια



Ένα 8% των νοικοκυριών δηλώνει ότι δεν πετά στα σκουπίδια τρόφιμα, φρούτα ή λαχανικά, ποσοστό που διαχρονικά παρουσιάζει οριακή αύξηση.

Ένα 30% των νοικοκυριών πετά στα σκουπίδια μέχρι 10% των τροφίμων, φρούτων και λαχανικών που αγοράζει μέσα σε μια εβδομάδα, ενώ 33% πετάει 11% με 20%. Το υπόλοιπο 29% των νοικοκυριών πετά πέραν του 30% των τροφίμων που αγοράζει στα σκουπίδια.

Κατά μέσον όρο, το κάθε νοικοκυριό πετά στα σκουπίδια περισσότερο από το ένα πέμπτο (22%) των τροφίμων και φρέσκων φρούτων/ λαχανικών που αγοράζει. Διαχρονικά, δεν καταγράφεται σημαντική διαφοροποίηση στο ποσοστό αυτό.

Το ποσοστό των τροφίμων που καταλήγει στα σκουπίδια παρουσιάζει αρνητική συσχέτιση με την ηλικία.

Ερ6. Σε μία τυπική/ συνηθισμένη εβδομάδα, εάν όλα τα τρόφιμα, φρούτα και λαχανικά που αγοράσατε αντιστοιχούν με 10 μονάδες, πόσα από αυτά πετάξατε στα σκουπίδια;

Απορρίμματα Τροφίμων

Λόγοι που πετάνε τρόφιμα στα σκουπίδια



Αυθόρμητα 17% των νοικοκυριών δηλώνει ότι δεν πετάει τρόφιμα, φρούτα ή λαχανικά στα σκουπίδια. Το ποσοστό αυτό διαχρονικά παρουσιάζει αύξηση.

Ο κύριος λόγος για τον οποίο τρόφιμα, λαχανικά και φρούτα πετιούνται στα σκουπίδια, παραμένει διαχρονικά το ότι η ημερομηνία λήξης έχει παρέλθει (47%).

Αύξηση καταγράφεται στις αναφορές ότι το φαγητό που περισσεύει χαλά και δεν είναι ασφαλές για κατανάλωση (31%), ενώ στα ίδια επίπεδα παραμένει ο αριθμός αναφορών ότι κάποια μέλη του νοικοκυριού δεν τελειώνουν το φαγητό τους (28%).

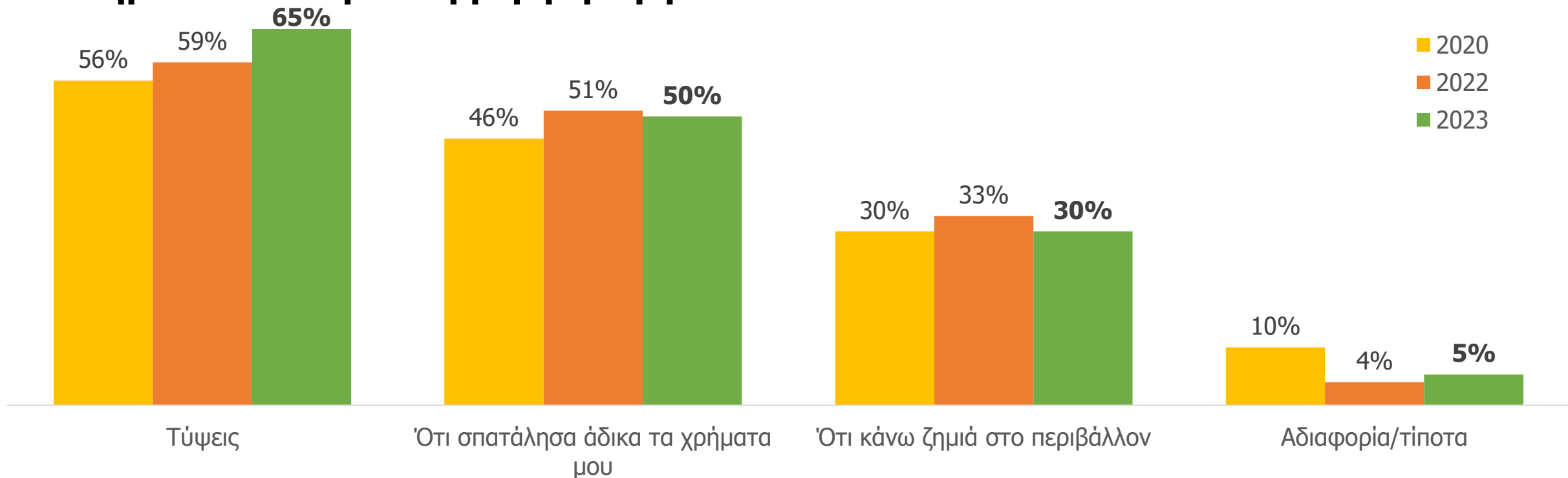
Σημαντική αύξηση καταγράφεται στο ποσοστό νοικοκυριών που αναφέρει ότι πετά τρόφιμα λόγω λανθασμένης αποθήκευσης (28%) σε σχέση με τα δύο προηγούμενα κύματα.

Μείωση όμως παρατηρείται διαχρονικά στο ποσοστό των νοικοκυριών που δηλώνουν ότι πετάνε τρόφιμα λόγω ετοιμασίας περισσότερου φαγητού από ότι υπάρχει ανάγκη (22%) και λόγω του ότι αγοράζονται περισσότερες από τις αναγκαίες ποσότητες (14%).

Αντίστοιχα, η επιθυμία να υπάρχουν μόνο φρέσκα είδη στο σπίτι (11%) και η αντίληψη ότι φαγητό που περισσεύει δεν είναι εύγεστο (10%), αναφέρονται ως λόγοι απόρριψης τροφίμων από ένα στα δέκα νοικοκυριά.

Στάσεις και απόψεις

Αισθήματα κατά την απόρριψη τροφίμων

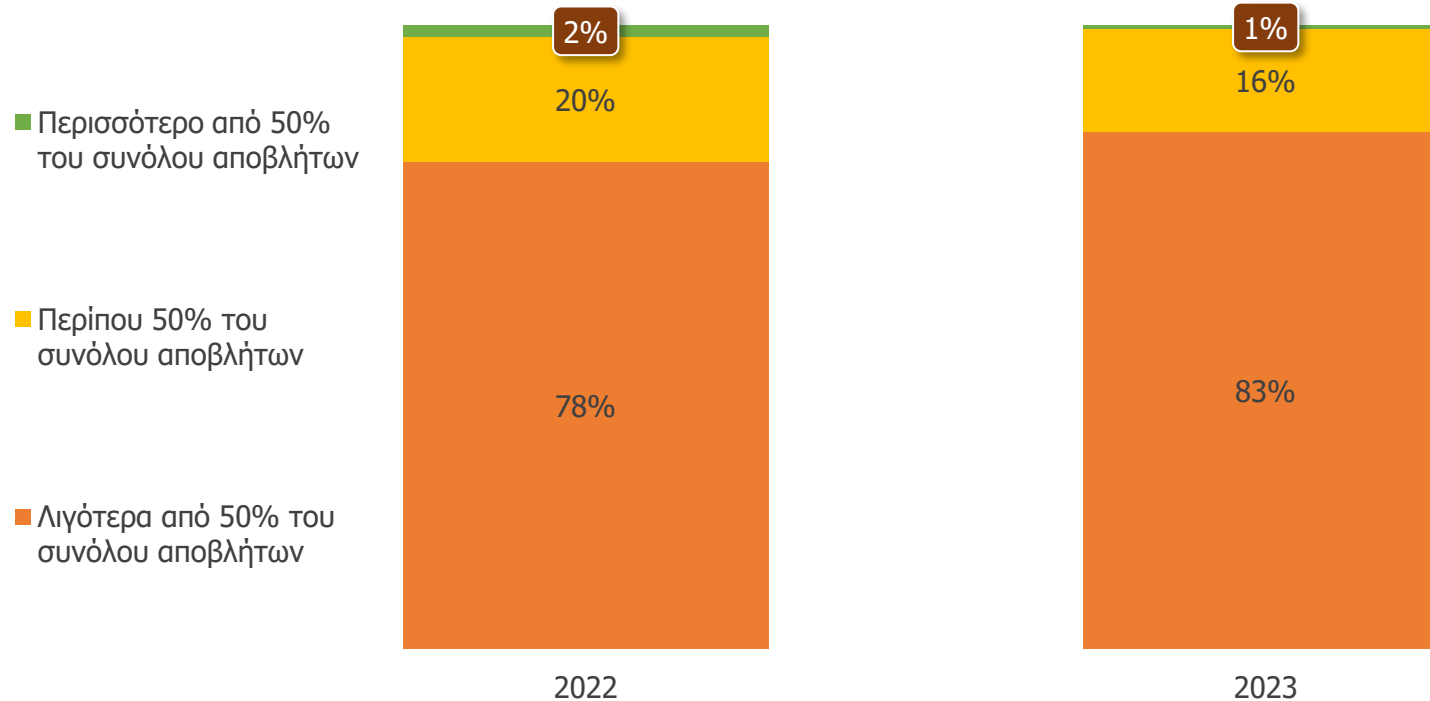


Δύο τρίτα των καταναλωτών αισθάνονται τύψεις όταν πετάνε φαγητά και τρόφιμα στα σκουπίδια (65%). Η πρόκληση τύψεων από την απόρριψη τροφίμων στα σκουπίδια διαχρονικά παρουσιάζει σημαντική αύξηση. Το αίσθημα σπατάλης, αν και αναφέρεται από τα μισά νοικοκυριά, δεν παρουσιάζει σημαντική διαφοροποίηση διαχρονικά, ενώ σταθερό στο 30% παραμένει και το ποσοστό που όταν πετά τρόφιμα στα σκουπίδια νιώθει ότι κάνει ζημιά στο περιβάλλον.

Το ποσοστό που δεν νιώθει κάτι όταν πετάει τρόφιμα στα σκουπίδια (5%) περιορίστηκε σε σχέση με το 2020 (10%), και παραμένει στα επίπεδα που καταγράφηκε το 2022 (4%).

Στάσεις και απόψεις

Εκτίμηση ποσοστού αποβλήτων στα νοικοκυριά



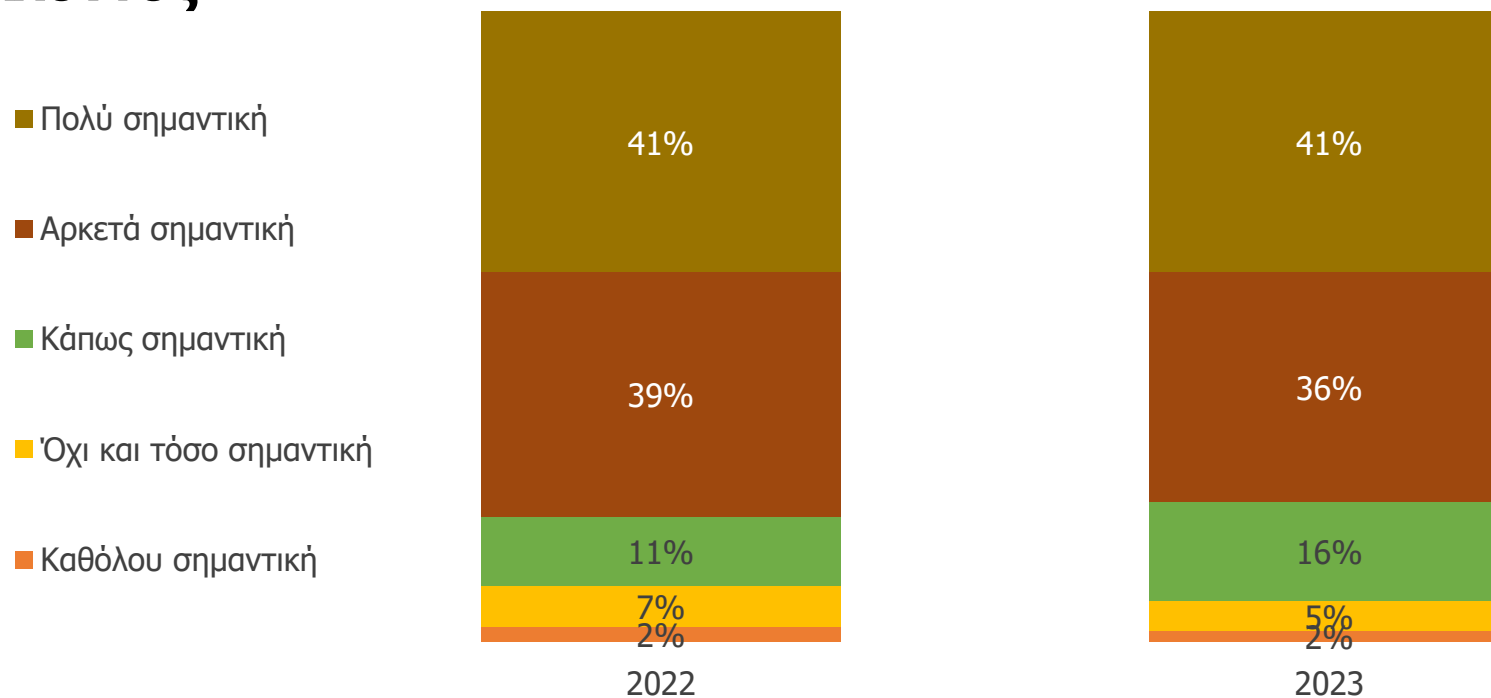
Αν και ενημερώνονται ότι στο μέσο Κυπριακό νοικοκυριό το 50% των αποβλήτων είναι απορρίμματα τροφίμων, η πλειοψηφία των νοικοκυριών (83%) δηλώνει ότι στη δική τους περίπτωση τα απορρίμματα φαγητού είναι λιγότερα από το 50% του συνόλου των αποβλήτων. Η άποψη αυτή ενισχύεται σε σχέση με πριν από 12 μήνες (+5%), ενώ κατά την αντίστοιχη περίοδο μειώνεται το ποσοστό που βρίσκει τα απορρίμματα τροφίμων του να είναι στο ύψος του εθνικού μέσου όρου από 20% σε 16%. Όπως και πριν από 12 μήνες, το ποσοστό που βρίσκει ότι υπερβαίνει τον μέσο όρο απορριμμάτων τροφίμων είναι αμελητέο (1%).

Η αντίληψη ότι τα απορρίμματα τροφίμων αντιστοιχούν σε λιγότερο από 50% των αποβλήτων στο δικό τους νοικοκυριό είναι πιο διάχυτη μεταξύ των πιο ηλικιωμένων ατόμων και των νοικοκυριών με λιγότερα μέλη.

Ερ9. Στο μέσο Κυπριακό νοικοκυριό, το 50% των αποβλήτων είναι απορρίμματα τροφίμων. Στο νοικοκυριό σας τα απορρίμματα τροφίμων είναι...;

Στάσεις και απόψεις

Σημαντικότητα μείωσης απορριμμάτων φαγητού για την προστασία του περιβάλλοντος



Τρία τέταρτα των συμμετεχόντων στην έρευνα βρίσκουν είτε ότι είναι πολύ σημαντική (41%), είτε ότι είναι αρκετά σημαντική (36%) η μείωση απορριμμάτων φαγητού για προστασία του περιβάλλοντος.

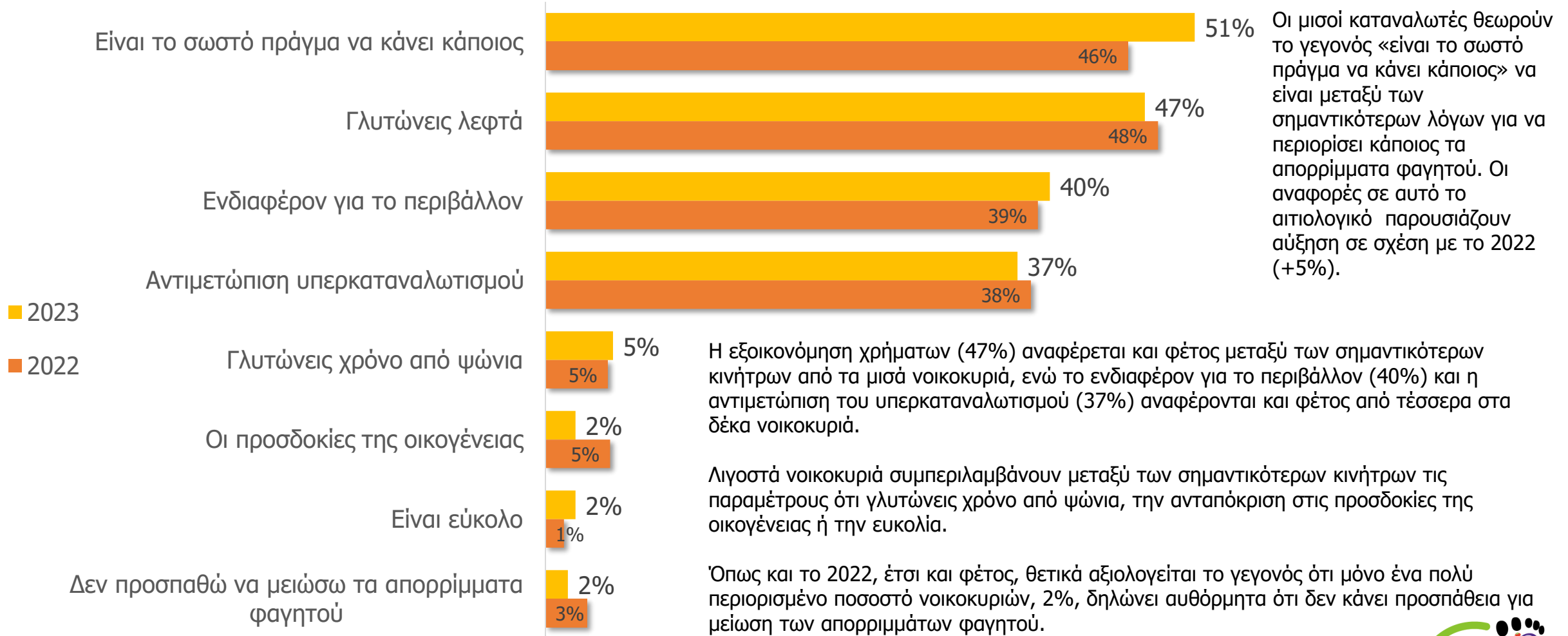
Ένα 23% όμως έχει την εντύπωση ότι ο περιορισμός απορριμμάτων φαγητού είναι περιορισμένης σημαντικότητας σε ότι αφορά την προστασία του περιβάλλοντος.

Μεγαλύτερη σημαντικότητα προσδίδουν στην μείωση απορριμμάτων φαγητού για προστασία του περιβάλλοντος τα πιο ηλικιωμένα άτομα, οι μεσαίες και κατώτερες οικονομικές τάξεις, οι κάτοικοι αστικών περιοχών και τα νοικοκυριά που διαμένουν σε σπίτι.

Ερ10. Συγκριτικά με άλλες ενέργειες που μπορείτε να κάνετε, πόσο σημαντική θεωρείτε τη μείωση απορριμμάτων τροφίμων για προστασία του περιβάλλοντος;

Στάσεις και απόψεις

Σημαντικότερα κίνητρα για μείωση απορριμμάτων φαγητού



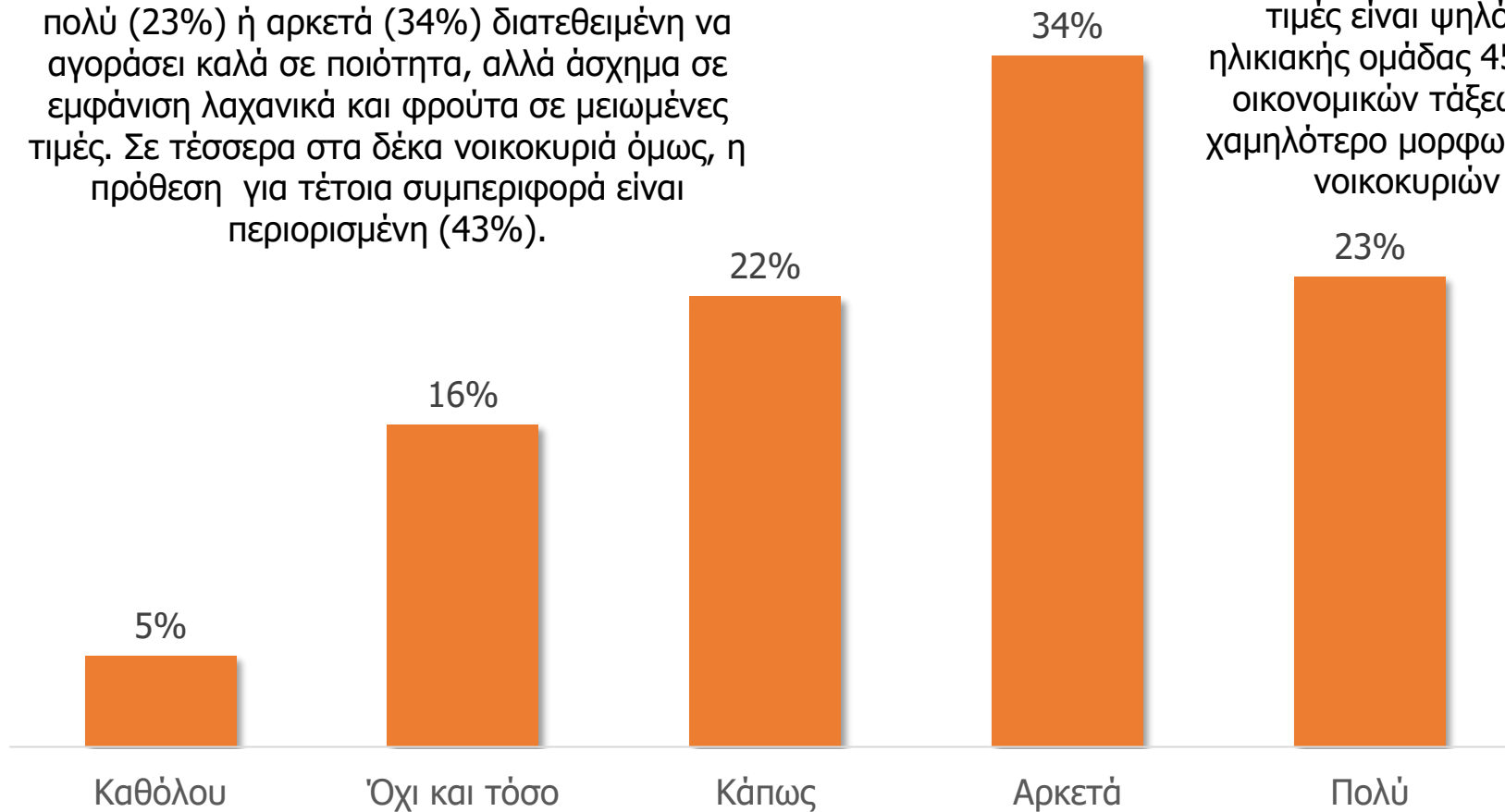
Ερ11. Ποιοι δύο, εάν κάποιος, από τους ακόλουθους λόγους είναι οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους προσπαθείτε να μειώσετε τα απορρίμματα φαγητού;

Στάσεις και απόψεις

Ενδιαφέρον αγοράς 'άσχημων' φρούτων/ λαχανικών

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δηλώνει πολύ (23%) ή αρκετά (34%) διατεθειμένη να αγοράσει καλά σε ποιότητα, αλλά άσχημα σε εμφάνιση λαχανικά και φρούτα σε μειωμένες τιμές. Σε τέσσερα στα δέκα νοικοκυριά όμως, η πρόθεση για τέτοια συμπεριφορά είναι περιορισμένη (43%).

Η θετική προδιάθεση για αγορά καλών σε ποιότητα, αλλά άσχημων σε εμφάνιση λαχανικών και φρούτων σε μειωμένες τιμές είναι ψηλότερη μεταξύ της ηλικιακής ομάδας 45-54, των ανώτερων οικονομικών τάξεων, των ατόμων με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο και των νοικοκυριών χωρίς παιδιά.



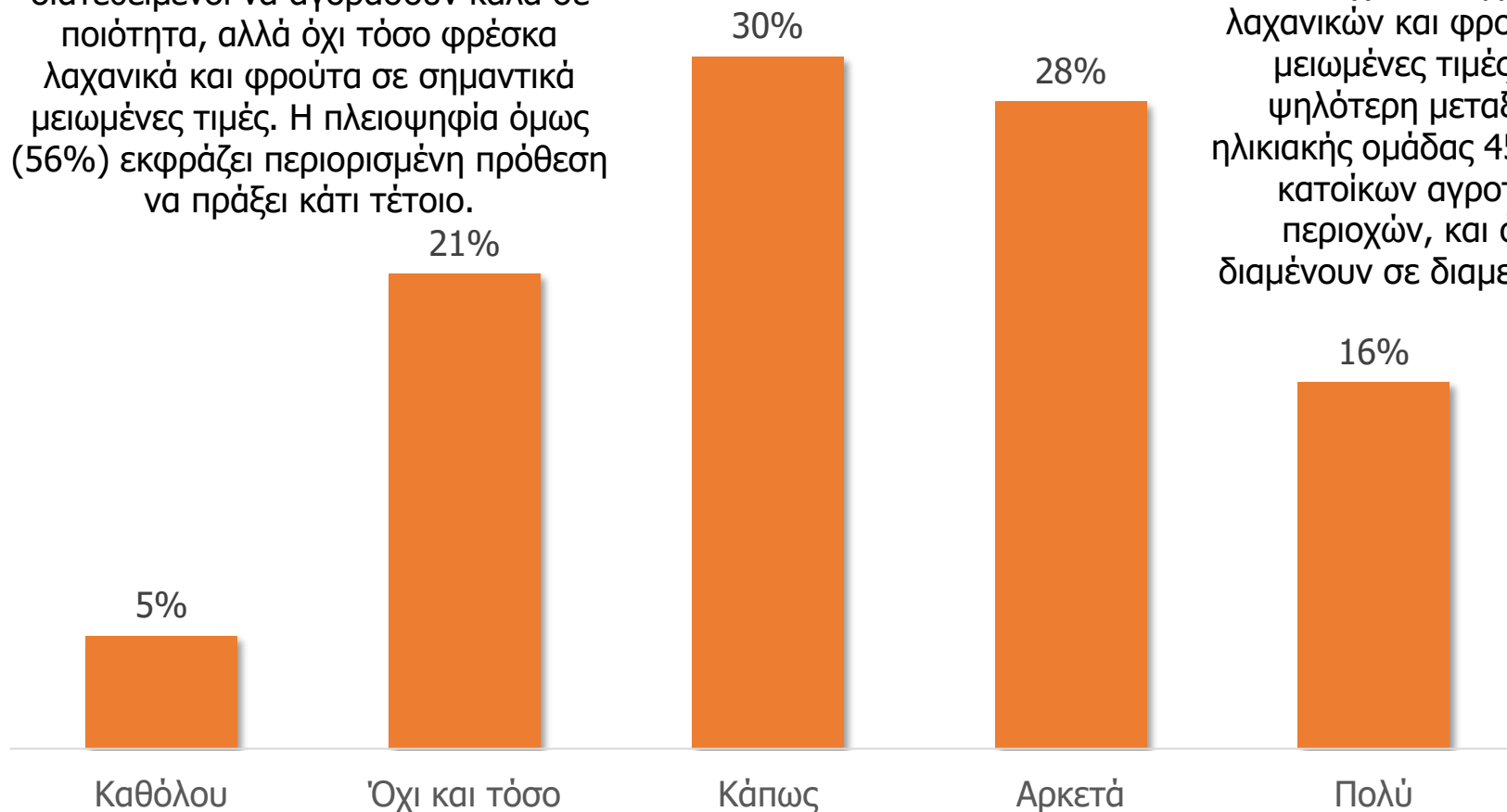
Ερ12. Αρκετά λαχανικά και φρούτα, αν και καλά στην ποιότητα, λόγω άσχημης εμφάνισης απορρίπτονται από τους παραγωγούς και δεν φτάνουν στον καταναλωτή. Σε ποιο βαθμό θα ήσασταν διατεθειμένος/ η να αγοράσετε καλά σε ποιότητα, αλλά άσχημα σε εμφάνιση λαχανικά και φρούτα σε μειωμένες τιμές;

Στάσεις και απόψεις

Ενδιαφέρον αγοράς 'όχι τόσο φρέσκων' φρούτων/ λαχανικών

Τέσσερα στα δέκα νοικοκυριά δηλώνουν πολύ (16%) ή αρκετά (28%) διατεθειμένοι να αγοράσουν καλά σε ποιότητα, αλλά όχι τόσο φρέσκα λαχανικά και φρούτα σε σημαντικά μειωμένες τιμές. Η πλειοψηφία όμως (56%) εκφράζει περιορισμένη πρόθεση να πράξει κάτι τέτοιο.

Η θετική προδιάθεση για αγορά καλών σε ποιότητα, αλλά όχι τόσο φρέσκων λαχανικών και φρούτων σε μειωμένες τιμές είναι ψηλότερη μεταξύ της ηλικιακής ομάδας 45-54, των κατοίκων αγροτικών περιοχών, και όσων διαμένουν σε διαμερίσματα.



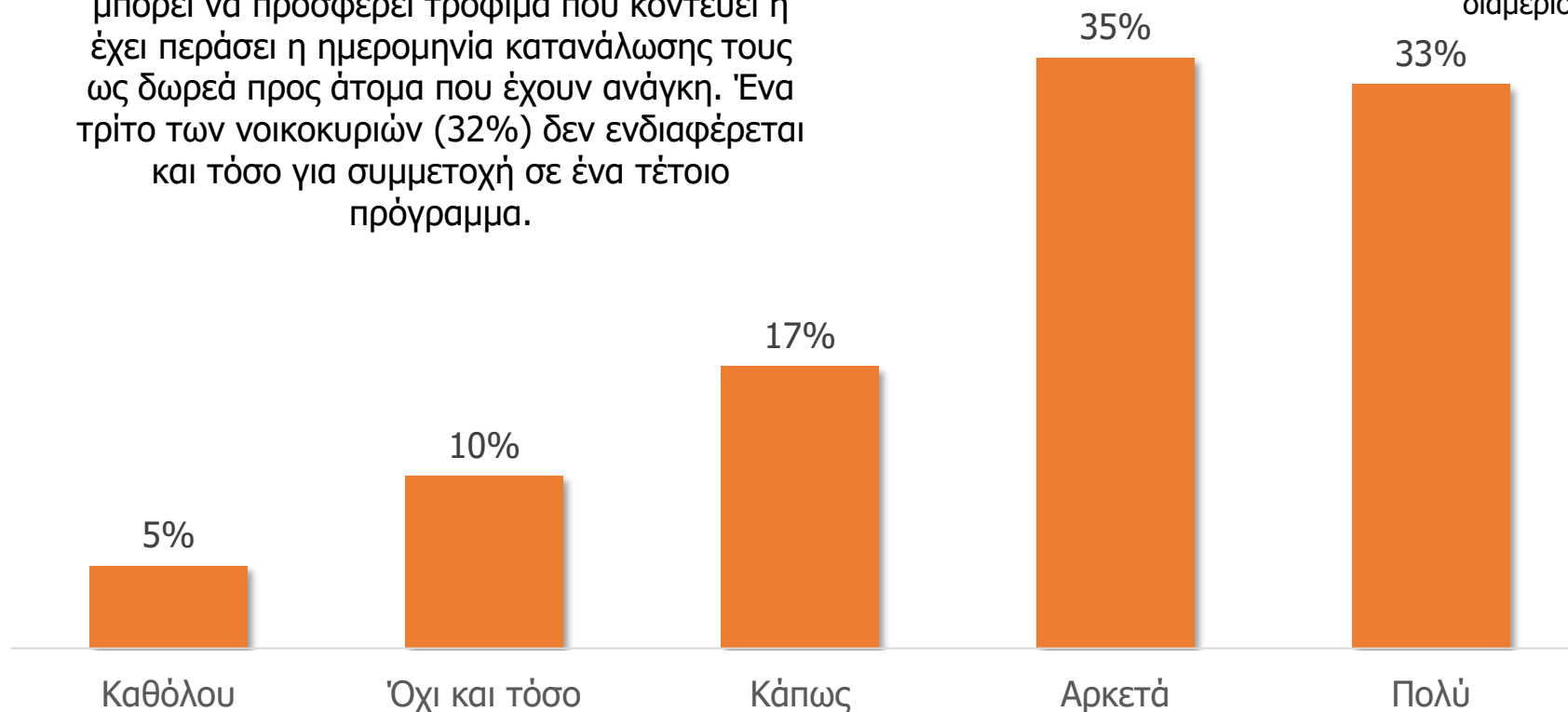
Ερ13. Στο τέλος κάθε ημέρας, αρκετά λαχανικά και φρούτα που μένουν απορρίπτονται από καταστήματα που θέλουν να προσφέρουν πάντα ότι πιο φρέσκο στους πελάτες τους. Σε ποιο βαθμό θα ήσασταν διατεθειμένος/ η να αγοράσετε καλά σε ποιότητα, αλλά όχι τόσο φρέσκα λαχανικά και φρούτα σε σημαντικά μειωμένες τιμές;

Στάσεις και απόψεις

Ενδιαφέρον συμμετοχής σε πρόγραμμα δωρεάς τροφίμων

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δηλώνει πολύ (33%) ή αρκετά (35%) διατεθειμένη να συμμετάσχει σε ένα δίκτυο, μέσω του οποίου θα μπορεί να προσφέρει τρόφιμα που κοντεύει ή έχει περάσει η ημερομηνία κατανάλωσης τους ως δωρεά προς άτομα που έχουν ανάγκη. Ένα τρίτο των νοικοκυριών (32%) δεν ενδιαφέρεται και τόσο για συμμετοχή σε ένα τέτοιο πρόγραμμα.

Η θετική προδιάθεση για συμμετοχή σε πρόγραμμα δωρεάς τροφίμων που κοντεύει ή έχει περάσει η ημερομηνία κατανάλωσης είναι ψηλότερη μεταξύ των νεαρότερων σε ηλικία καταναλωτών, των γυναικών, των ανώτερων οικονομικών στρωμάτων, των νοικοκυριών χωρίς παιδιά, και όσων διαμένουν σε διαμερίσματα.

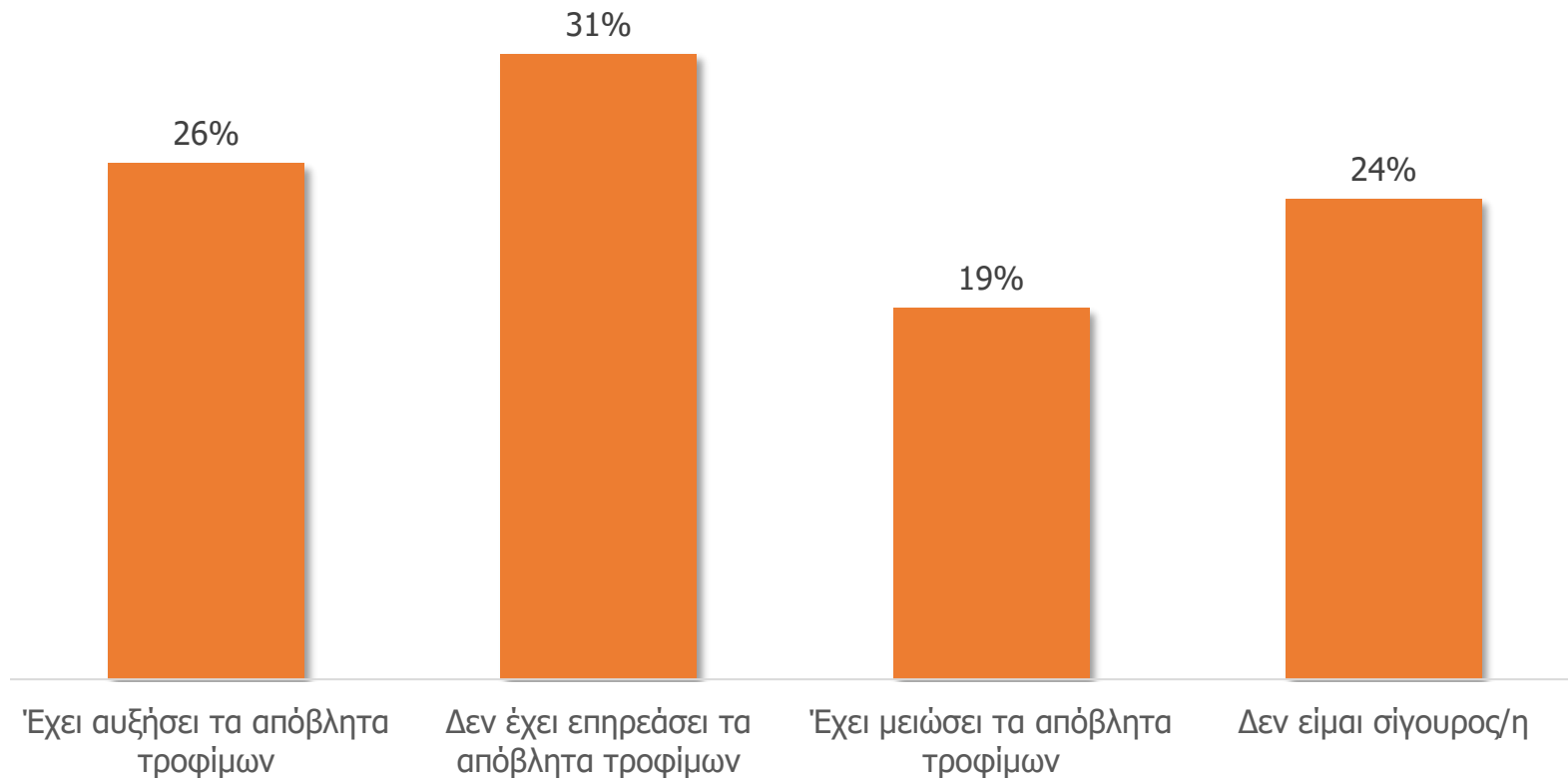


Ερ14. Αρκετά νοικοκυριά απορρίπτουν φαγητό που περισσεύει και τρόφιμα που κοντεύει ή έχει περάσει η ημερομηνία κατανάλωσης τους. Σε ποιο βαθμό θα ήσασταν διατεθειμένος/ η να συμμετάσχετε σε ένα δίκτυο/πλατφόρμα μέσω του οποίου μπορείτε να προσφέρεται τα τρόφιμα αυτά ως δωρεά για κατανάλωση από άτομα που έχουν ανάγκη;

Στάσεις και απόψεις

Επίδραση υπηρεσιών παράδοσης φαγητού στα απόβλητα τροφίμων

Το καταναλωτικό κοινό δεν έχει ξεκάθαρη άποψη στο κατά πόσο οι πλατφόρμες παράδοσης φαγητού στο σπίτι έχουν επηρεάσει τον όγκο αποβλήτων τροφίμων. Στα δύο άκρα, ένα 26% πιστεύει ότι οι υπηρεσίες παράδοσης φαγητού έχουν αυξήσει τα απόβλητα τροφίμων και ένα 19% πιστεύει αντίθετα ότι οι πλατφόρμες έχουν οδηγήσει σε μείωση των αποβλήτων τροφίμων. Στην μέση, βρίσκεται η μεγαλύτερη ομάδα καταναλωτών που νιώθει ότι οι υπηρεσίες παράδοσης δεν είχαν επίδραση στον όγκο αποβλήτων τροφίμων με 31%, ενώ παράλληλα ένα σημαντικό ποσοστό, 24%, δεν τοποθετείται στο θέμα, καθώς δεν είναι σίγουρο ως προς την επίδραση που είχαν οι πλατφόρμες παράδοσης στα απόβλητα τροφίμων.



Ερ15. Θεωρείτε ότι η χρήση της υπηρεσίας διανομής φαγητού στο σπίτι μέσω διαδικτυακών εφαρμογών έχει αυξήσει ή μειώσει τα απόβλητα τροφίμων στο νοικοκυριό σας;

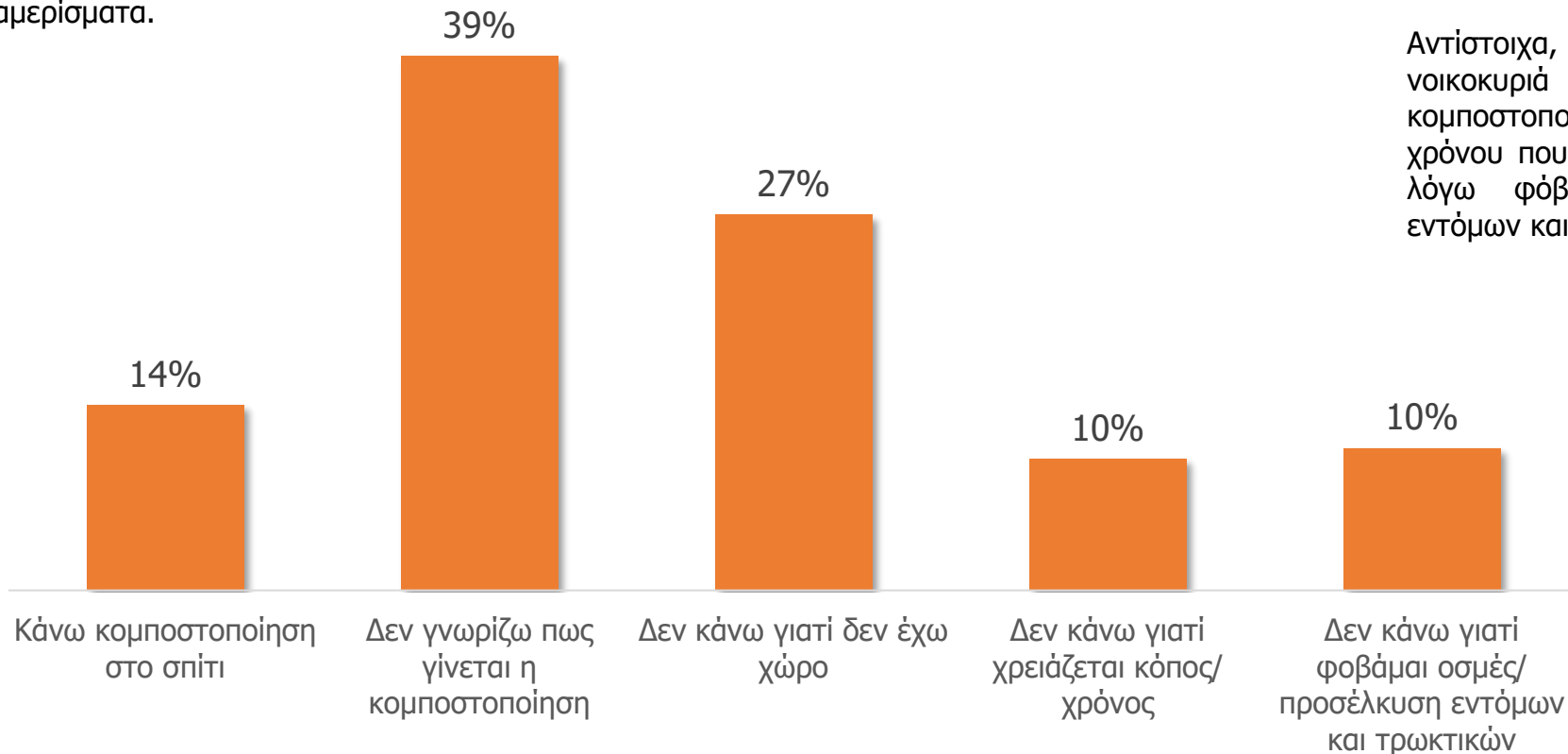
Στάσεις και απόψεις

Κομποστοποίηση

Μόλις 14% των νοικοκυριών δηλώνει ότι κάνει κομποστοποίηση (σε κάποιο βαθμό τουλάχιστο) στο σπίτι. Το ποσοστό αυτό είναι ψηλότερο μεταξύ των πιο ηλικιωμένων, των κατώτερων οικονομικών τάξεων, των κατοίκων των αγροτικών περιοχών και όσων διαμένουν σε σπίτια.

Η πλειοψηφία των νοικοκυριών που δεν κάνει κομποστοποίηση (86%) και ο κύριος λόγος που αναφέρεται ως αιτιολογία είναι η έλλειψη γνώσης για το πώς γίνεται η κομποστοποίηση (39%), κάτι που αναφέρεται σε μεγαλύτερο βαθμό από νεαρότερους σε ηλικία.

Η έλλειψη χώρου αναφέρεται από 27% ως λόγος για τον οποίο δεν γίνεται κομποστοποίηση, παράμετρος που αναφέρεται περισσότερο από πιο ηλικιωμένους και όσους διαμένουν σε διαμερίσματα.



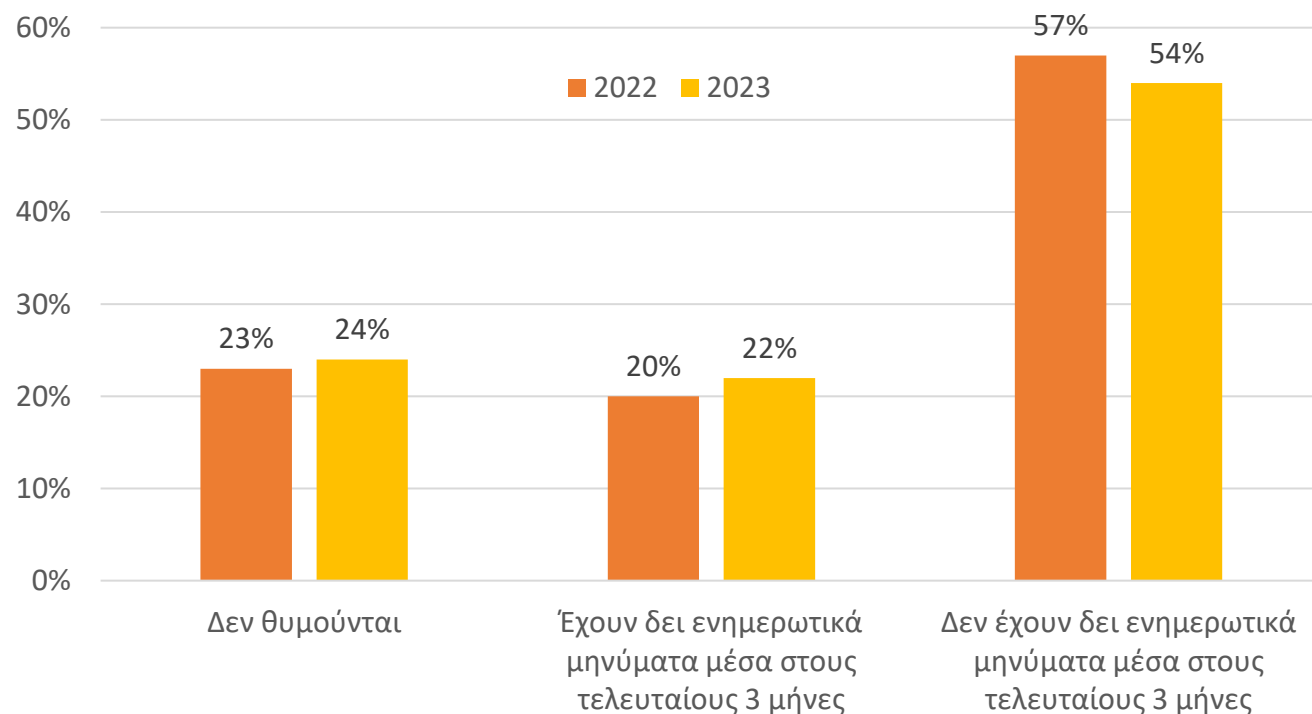
Αντίστοιχα, ένα στα δέκα νοικοκυριά δηλώνει ότι δεν κάνει κομποστοποίηση είτε λόγω κόπου/χρόνου που απαιτείται (10%), είτε λόγω φόβων για προσέλκυση εντόμων και τρωκτικών (10%).

Ανάκληση Ενημέρωσης

Ένα 22% των ερωτώμενων ανακαλεί να έχει δει ή ακούσει μέσα στους τελευταίους 3 μήνες σε μέσα ενημέρωσης καμπάνιες ή ενημερωτικά μηνύματα σχετικά με την μείωση σπατάλης τροφίμων. Το ποσοστό αυτό παρουσιάζει οριακή αύξηση μέσα στους τελευταίους 12 μήνες (+2%).

Το ποσοστό που ανακαλεί ότι δεν έχει δει ενημερωτικά μηνύματα αυτού του είδους ανέρχεται σε 54%, με οριακή μείωση μέσα στον τελευταίο χρόνο (-3%), ενώ σταθερό στο 24% παραμένει το ποσοστό που δεν ανακαλεί κατά πόσο έχει δει ή όχι ενημερωτικές καμπάνιες ή ενημέρωση σχετικά με τη μείωση σπατάλης τροφίμων

Η ανάκληση επικοινωνιακών μηνυμάτων για μείωση της σπατάλης τροφίμων είναι ψηλότερη μεταξύ των πιο ηλικιωμένων και των ανώτερων οικονομικών στρωμάτων.



Ερ17. Τους τελευταίους 3 μήνες έχετε δει στην τηλεόραση ή ακούσει στο ράδιο ή σε άλλα μέσα ενημέρωσης καμπάνιες ή ενημέρωση σχετικά με τη μείωση σπατάλης τροφίμων;

Ευχαριστούμε πολύ για την προσοχή σας!

Στοιχεία επικοινωνίας

.: Kyriakos@parpounas.net / maria@psconsultants.eu

.: info@foodprintcy.eu

.: +357 - 22 480275

.: www.foodprintcy.eu/el/