



## Jak sprzedawcy mogą pomóc konsumentom spożywać więcej produktów roślinnych i ograniczać marnowanie żywności?

6 działań, aby zrównoważona konsumpcja stała się powszechna

Projekt [EIT Food SUCCESS](#) bada, w jaki sposób supermarkety i konsumenci współpracują w kierunku zrównoważonych strategii w Belgii, Finlandii i Polsce. Proponowane poniżej strategie opierają się na połączonych spostrzeżeniach z eksperymentów w sklepach, warsztatów edukacyjnych dla konsumentów, badań konsumenckich, wywiadów z interesariuszami, analiz dzienników oraz sesji dialogowych z supermarketami i obywatelami.



### 1 Aby produkty roślinne były DOSTĘPNE

- **Sprzedawcy** mogą zwiększyć ofertę produktów roślinnych ograniczając tym samym ofertę produktów pochodzenia zwierzęcego.
- Może to być ułatwione przez **inne podmioty** finansujące badania i rozwój innowacyjnych produktów roślinnych oraz wspierające współpracę między start-upami technologicznymi a większymi producentami.



### 2 Aby produkty roślinne były PRZYSTĘPNE CENOWO

- **Sprzedawcy** mogą oferować zniżki na produkty roślinne i promować bardziej przystępne cenowo źródła białka roślinnego, takie jak rośliny strączkowe.
- **Ustawodawcy** mogą obniżyć podatki na alternatywy roślinne i subsydiować ich produkcję, jednocześnie ponownie rozważając subsydia na mięso i ograniczając jego produkcję.



### 3 Aby produkty roślinne były WIDOCZNE

- **Sprzedawcy** mogą zwiększyć dostęp do produktów roślinnych poprzez strategiczne rozmieszczenie (np. w pobliżu wejścia do sklepu, na wysokości oczu, wśród produktów mięsnych), oferując np. gotowe posiłki roślinne i zestawy dań.
- **Wszystkie podmioty** mogą edukować o gotowaniu na bazie produktów roślinnych za pomocą przepisów i warsztatów. Mniejsze porcje mięsa ułatwiają zwiększenie spożycia roślin.



### 4 Aby produkty roślinne były ATRAKCYJNE

- Inicjatywy takie jak promocja kuchni roślinnej, kampanie świadomościowe i marketing sensoryczny mogą zwiększyć atrakcyjność opcji roślinnych.
- **Ustawodawcy** mogą wspierać systemy ekoetykietowania i zharmonizowaną komunikację, aby przeciwdziałać zjawisku greenwashingu i promować normy społeczne sprzyjające żywności roślinnej.



### 5 Aby UNIKAĆ marnowania żywności

- **Sprzedawcy** mogą edukować konsumentów na temat ograniczania marnowania żywności poprzez planowanie posiłków, optymalne praktyki przechowywania i wykorzystanie nieidealnych produktów.
- Narzędzia takie jak aplikacje do tworzenia listy zakupów i zniżki na produkty ze zbliżającym się terminem ważności mogą zachęcać do świadomego spożycia i zmniejszać problem marnowania żywności.



### 6 Budowanie SOJUSZU z obywatelami

- Aby stworzyć inicjatywy, które lepiej rezonują z obywatelami. Ich opinie można uzyskać poprzez połączenie wszechstronnego podejścia ilościowego (np. ankiety) z kompleksowym podejściem jakościowym (np. grupy dyskusyjne).
- Pomaga to w segmentacji konsumentów i identyfikacji ułatwień oraz barier.

#### Koordynator projektu:

Sarah Braeye  
sarah.braeye@rikolto.org

