

## EXECUTIVE SUMMARY

Η παρούσα μελέτη συν-χρηματοδοτήθηκε από τον Σύλλογο Ελλήνων Χορτοφάγων (HellasVeg) και την European Vegetarian Union (EVU) και διενεργήθηκε σε 700 ερωτώμενους σε όλη την Ελλάδα με αντιπροσωπευτικά κριτήρια ως προς το φύλο, την ηλικία και το γεωγραφικό διαμέρισμα διαμονής. Η πρωτογενής έρευνα διενεργήθηκε από την Καντάρ ΑΕ στο διάστημα του Ιουνίου 2022 και η στατιστική της ανάλυση έγινε από τις υπηρεσίες της HellasVeg.

Στην ανάλυση έγινε και σύγκριση των αποτελεσμάτων με αποτελέσματα παρόμοιων μελετών που έχουν διενεργηθεί σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, πάντα με την συγχρηματοδότηση της EVU και εξήχθησαν συμπεράσματα για την διαφοροποίηση των ευρημάτων στην Ελλάδα και στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Το βασικό συμπέρασμα είναι ότι και στην Ελλάδα υπάρχει η ίδια διαστρωμάτωση των καταναλωτών στις «φυλές καταναλωτών» (food tribes) που βλέπουμε και στις υπόλοιπες χώρες, αλλά με μικρότερη διείσδυση της χορτοφαγίας στην καθημερινότητα του Έλληνα καταναλωτή. Μάλιστα η Ελλάδα εμφανίζει το μεγαλύτερο ποσοστό των παμφάγων μεταξύ των 11 χωρών, καθώς το 73% των καταναλωτών δηλώνει ότι εμπίπτει σε αυτήν την κατηγορία, με δεύτερη την Πολωνία (68%) και τρίτη την Ιταλία (67%). Ανάλογα εμφανίζει και μικρότερο ποσοστό flexitarian καταναλωτών (24%), το ίδιο με Πολωνία και Δανία, ενώ μόνο η Βρετανία έχει ακόμα μικρότερο (23%).

Στην παρούσα μελέτη γίνεται εις βάθος ανάλυση των ποσοτήτων κρέατος και συναφών τροφών που καταναλώνουν οι συμμετέχοντες αλλά και των απαντήσεων

τους σε σχέση με πιθανή τροποποίηση στις προτιμήσεις τους. Βλέπουμε ότι οι Έλληνες καταναλώνουν πιο συχνά κρέας και γαλακτοκομικά από τον μέσο Ευρωπαίο αλλά περίπου το ίδιο συχνά αβγά & ψάρια/θαλασσινά. Όσον αφορά τις ποσότητες κατανάλωσης κρέατος, υπολογίστηκε ότι οι flexitarian καταναλώνουν 900-1500 γρ κρέατος μηνιαίως ενώ οι παμφάγοι υπερδιπλάσια ποσότητα (2250-3350 γρ). Σημειώνουμε ότι σύμφωνα με τον ΠΟΥ, η κατανάλωση πάνω από 50γρ κρέατος ημερησίως (ήτοι 1500γρ το μήνα) αυξάνει τον κίνδυνο εμφάνισης καρκίνου παχέος εντέρου κατά 18%.

Σημαντικό εύρημα της μελέτης αποτελεί ότι το 49% των καταναλωτών αποκρίθηκαν ότι έχουν αποφασίσει να μειώσουν την κατανάλωση κρέατος, ποσοστό που όμως είναι πολύ μικρότερο στις υπόλοιπες 3 κατηγορίες τροφών (γαλακτοκομικά 22%, αβγά 9%, ψάρια 12%).

Επικεντρώνοντας στους παμφάγους βλέπουμε ότι ένα συντριπτικό ποσοστό (82%) συμφωνεί με το ότι υπάρχουν λόγοι να γίνει κανείς χορτοφάγος και αναφέρουν ως σημαντικότερο τέτοιο λόγο την βελτίωση της μεταχείρισης των ζώων με επόμενα δύο την υγεία και το περιβάλλον. Επιπροσθέτως 4 στους 10 παμφάγους αναφέρουν ότι επιθυμούν να μειώσουν την κατανάλωση κρέατος στο επόμενο διάστημα. Αναμένεται λοιπόν αυτή η «φυλή» να αποδυναμώνεται στα επόμενα χρόνια, καθώς πολλοί από αυτούς θα προσχωρήσουν στην «φυλή» των flexitarian.

Οι flexitarians από την άλλη μεριά, ρωτήθηκαν για την κατανάλωση εναλλακτικών φυτικών τροφίμων (plant-based), προκειμένου να διερευνηθεί η

καταναλωτική συμπεριφορά αυτού του κοινού που αποτελεί και το κύριο στόχο της βιομηχανίας τέτοιων τροφίμων. Οι απαντήσεις τους δείχνουν μία δυσπιστία έναντι στα προϊόντα αυτά αλλά και μία διστακτικότητα να τα δοκιμάσουν.

Συγκεκριμένα αναφέρουν ότι οι βασικοί λόγοι που δεν τα προτιμούν είναι η ακριβή τιμή (35%), η όχι και τόσο καλή γεύση (21%), η έλλειψη ικανού εύρους επιλογών (21%), αλλά και ο προβληματισμός για το πόσο υγιεινά είναι (14%).

Τα παραπάνω ευρήματα υποδηλώνουν τεράστιες δυνατότητες για τρόφιμα φυτικής προέλευσης στην Ελλάδα εφόσον όμως γίνουν προσπάθειες για την περαιτέρω βελτίωσή τους. Τέλος, βάσει των προοπτικών που αναδύονται στα πλαίσια της εν λόγω μελέτης δίνονται συστάσεις για την βιομηχανία.

Με δεδομένη την εμφάνιση νέων τεχνολογιών στο πιάτο μας τα επόμενα χρόνια που είναι σήμερα σε πειραματικό επίπεδο, ρωτήθηκαν οι καταναλωτές για την προθυμία τους να τα δοκιμάσουν. Μάλιστα οι καταναλωτές μας εξέπληξαν αναφέροντας σε ποσοστό 49% ότι είναι ανοικτοί να δοκιμάσουν το κρέας κυτταροκαλλιέργειας (Cultured meat) ενώ ένα ποσοστό 26% ανέφερε ότι θα ήταν πρόθυμο να δοκιμάσει τρόφιμο που αξιοποιεί πρωτεΐνη από έντομα (insect based protein).

Τα supermarket αποτελούν το βασικότερο κανάλι αγορών καθώς 5 στους 6 καταναλωτές το επιλέγουν για τις καθημερινές τους αγορές. Μόλις το 7% των ερωτηθέντων επιλέγουν την λαϊκή αγορά για να αγοράσουν το φαγητό τους.

Το γενικό συμπέρασμα είναι ότι οι Έλληνες καταναλωτές, ανεξαρτήτου ηλικίας, φύλου και περιοχής διαμονής, παρότι σε μικρότερο βαθμό από τους περισσότερους Ευρωπαίους, έχουν αρχίσει να προβληματίζονται σχετικά με την ανάγκη μετάβασης από μία κυρίως ζωϊκή διατροφή προς μία πιο βιώσιμη χορτοφαγική διατροφή, αξιοποιώντας παράλληλα και τις νέες τεχνολογίες, όταν αυτές καταστούν διαθέσιμες.