**Kto polubi szaszłyki z chrząszcza? Co Europejczycy sądzą o alternatywnych źródłach białka**

**Ilu młodych Polaków to ”innowatorzy żywności”, którzy chętnie sięgną po pasztet z ciecierzycy? Dlaczego mieszkańcy Paryża lubią sałatkę z glonów i tofu? Czy Włosi skuszą się na szaszłyk z chrząszcza? Postawy obywateli europejskich państw wobec produktów z alternatywnych źródeł białka przeanalizowały badaczki Uniwersytetu SWPS w ramach międzynarodowego projektu.**

W obliczu walki ze zmianami klimatu coraz więcej osób modyfikuje swoją dietę, rezygnując lub ograniczając tradycyjne źródła białka (pochodzące np. z wołowiny, wieprzowiny, drobiu, produktów mlecznych) na rzecz tych o mniejszym wpływie na środowisko. To tzw. alternatywne źródła białka (APF - Alternative Protein Food), których źródłem mogą być m.in. rośliny strączkowe, glony, grzyby, skorupiaki czy wreszcie owady.

*Chociaż Europa jest wiodącym rynkiem produkcji i sprzedaży produktów z APF i badania na ten temat pojawiają się coraz częściej, to brakowało dotąd podsumowania różnic dotyczących postaw wobec APF między poszczególnymi krajami w Europie -* mówi psycholożka Hanna Zaleśkiewicz z Centrum Badań Stosowanych nad Zdrowiem i Zachowaniami Zdrowotnymi CARE-BEH Uniwersytetu SWPS.

Badaczki z Uniwersytetu SWPS wraz ekspertkami i ekspertami z Niemiec, Danii, Grecji, Norwegii i Włoch przeanalizowali pod tym kątem badania z 11 baz czasopism recenzowanych. Łącznie do analizy włączyli 25 badań, obejmujących 18 państw europejskich. Wyniki opublikowano w [Food Quality and Preference](https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329324000764?via%3Dihub). W analizie badaczki i badacze skupili się zwłaszcza na danych z Danii, Finlandii, Polski, Czech, Włoch, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i Niemiec.

**W teorii zdrowe i etyczne, a co z praktyką?**

Badania pokazują, że wielu konsumentów ocenia produkty hybrydowe, czyli łączące tradycyjne i alternatywne źródła białka, wyżej pod względem cech zdrowotnych, etycznych, środowiskowych i odżywczych niż produkty mięsne. Taki trend widać zwłaszcza wśród Duńczyków, ale też konsumentów z innych krajów, np. Wielkiej Brytanii i Hiszpanii.

Pozytywne nastawienie i przekonania nie zawsze przekładają się jednak na chęć zakupu takich produktów. W 60 proc. badań dotyczących chęci kupna produktów opartych na APF Duńczycy określają ją jako niską. W jednym z takich badań tylko 46 proc. z nich chciało kupić ”hybrydowe mięso” (produkt łączący białko roślinne i mięsne), w porównaniu z 63 proc. konsumentów w Hiszpanii i 53 proc. w Wielkiej Brytanii[[1]](#footnote-1).

**Nieliczni polscy “innowatorzy żywności”**

Badania pokazują, że konsumenci z Polski i Czech mają mniejszą wiedzę na temat innowacyjnych produktów spożywczych i większą niechęć do ich kupna w porównaniu z Duńczykami czy Niemcami.

*Te wzorce należy uwzględnić w kontekście trwale wysokiego spożycia mięsa (w porównaniu do nasion strączkowych) na osobę w latach 2018-2020 w krajach takich jak Polska[[2]](#footnote-2)* - opisuje Hanna Zaleśkiewicz.

Porównanie niemieckich i polskich konsumentów (powyżej 55 roku życia) wskazało, że respondenci polscy mieli znacznie niższy poziom wiedzy dotyczącej innowacyjnych produktów spożywczych (w tym zawierających APF), byli bardziej niezdecydowani w swoich decyzjach i finalnie rzadziej decydowali się na zakup takiej żywności[[3]](#footnote-3).

Z kolei badanie młodych konsumentów[[4]](#footnote-4) wskazało, że wśród mieszkańców Niemiec tzw. innowatorzy żywności (kupujący nowatorskie produkty spożywcze zaraz po wprowadzeniu ich na rynek) i “wcześni obserwatorzy" (kupujący je po pewnym zastanowieniu) stanowią 73 proc. populacji.

Kontrastuje to z wynikami obserwowanymi wśród młodych osób z Polski, Czech i Słowacji. W tych krajach "innowatorzy żywności" i "wcześni obserwatorzy" stanowią tylko 24-36 proc. młodych konsumentów. Wśród młodych konsumentów z Niemiec nie zaobserwowano też silnej niechęci do kupowania innowacyjnych APF, natomiast była ona obecna u 13-17 proc. konsumentów z Polski, Czech i Słowacji.

**Owad na talerzu?**

Analiza pokazuje, że konsumenci niechętnie kupiliby produkty, w których źródłem białka są owady. W Wielkiej Brytanii i Hiszpanii tylko 18-22 proc. badanych zgłasza chęć takich zakupów. Bardziej pozytywne podejście do żywności opartej na owadach deklarują kupujący ze Szwecji i Finlandii w porównaniu z konsumentami z Niemiec i Republiki Czeskiej. Zdecydowanie rzadziej produkty zawierające takie białka wybierają konsumenci z Włoch niż z krajów północnej lub zachodniej Europy (np. Danii, Belgii).

*Kultura kulinarna i nawyki żywieniowe w północnej Europie mogły się zmieniać w ostatnich dziesięcioleciach, podczas gdy włoska kultura kulinarna jest jedną z najbardziej ugruntowanych w Europie, z ponad 200 certyfikowanymi produktami spożywczymi, w której mięso odgrywa ważną rolę -* zwraca uwagę badaczka z Uniwersytetu SWPS.

**Glony podbijają kosmopolityczne miasta**

Specyficzne tendencje dotyczące akceptacji i zainteresowania APF widać w niektórych miastach.

*Różnice między dużymi miastami i mniejszymi miejscowościami w danym kraju wynikają nie tyle z samej wielkości populacji, co raczej z wielokulturowego i kosmopolitycznego charakteru dużych aglomeracji -* komentuje badaczka.

Na przykład w miastach takich jak Paryż czy Helsinki, które są bardziej zróżnicowane etnicznie[[5]](#footnote-5)[[6]](#footnote-6), widać wyższy poziom akceptacji APF w porównaniu z miastami o mniejszej różnorodności etnicznej . Konsumenci z dużych miast są również bardziej skłonni do odwiedzania restauracji oferujących alternatywną kuchnię lub wprowadzających nowe trendy żywieniowe, w tym alternatywne źródła białka.

Dobrym przykładem może być Paryż, gdzie średnie spożycie APF na bazie glonów jest wyższe niż w pięciu innych francuskich miastach. Można to wytłumaczyć stosunkowo dużą populacją mieszkańców pochodzenia azjatyckiego, którzy często sięgają po takie potrawy.

**Budując motywację konsumentów**

Jak podkreślają autorzy analizy, jej wyniki mogą pomóc w opracowaniu strategii mających zwiększyć zainteresowanie konsumentów alternatywnymi źródłami białka. Uwzględniając różne podejścia i poziom wiedzy o APF w poszczególnych państwach, można zastosować odmienne strategie promocji.

*Biorąc pod uwagę niski lub umiarkowany poziom konsumpcji i deklarowanej chęci zakupu APF, konieczne jest opracowanie i wdrożenie np. kampanii promocyjnych, które wzmocnią motywację konsumentów. Można tu wskazywać na korzyści zdrowotne, środowiskowe, motywy związane z dobrostanem zwierząt -* komentuje Hanna Zaleśkiewicz.

Badanie przeprowadzono w ramach międzynarodowego projektu “[LIKE A PRO Od żywności niszowej do głównych trendów: alternatywne źródła białka dla każdego i wszędzie”](https://swps.pl/nauka-i-badania/projekty/42-projekty-naukowe/33965-like-a-pro-od-zywnosci-niszowej-do-glownych-trendow-alternatywne-zrodla-bialka-dla-kazdego-i-wszedzie). Z ramienia Uniwersytetu SWPS kieruje nim prof. Aleksandra Łuszczyńska. Projekt finansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach programu Horyzont Europa.

1. Grasso, S., Asioli, D., & Smith, R. (2022). Consumer co-creation of hybrid meat products: A cross-country European survey. Food Quality and Preference, 100, Article 104586. https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104586 [↑](#footnote-ref-1)
2. FAO (2023). FAOSTAT. Retrieved August 27, 2023, from https://www.fao.org/faostat/en/#data [↑](#footnote-ref-2)
3. Zabrocki, R. (2017). A comparative analysis of the determinants of behaviours of Polish and German consumers aged 55+ in the innovative food market. Handel Wewnętrzny, 1(366), 413–423. [↑](#footnote-ref-3)
4. Barska, A. (2014). Attitudes of young consumers towards innovations on the food market. Management, 18(1), 419–431. https://doi.org/10.2478/manment-2014- 0031 [↑](#footnote-ref-4)
5. Lucas, S., Gouin, S., & Lesueur, M. (2019). Seaweed consumption and label preferences in France. Marine Resource Economics, 34(2), 143–162. https://doi.org/10.1086/ 704078 [↑](#footnote-ref-5)
6. Nevalainen, E., Niva, M., & Vainio, A. (2023). A transition towards plant-based diets on its way? Consumers’ substitutions of meat in their diets in Finland. Food Quality and Preference, 104, Article 104754. https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104754 [↑](#footnote-ref-6)