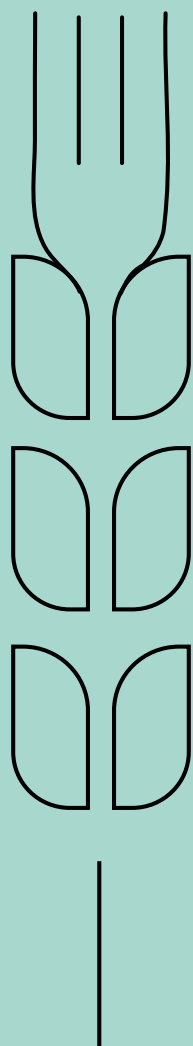
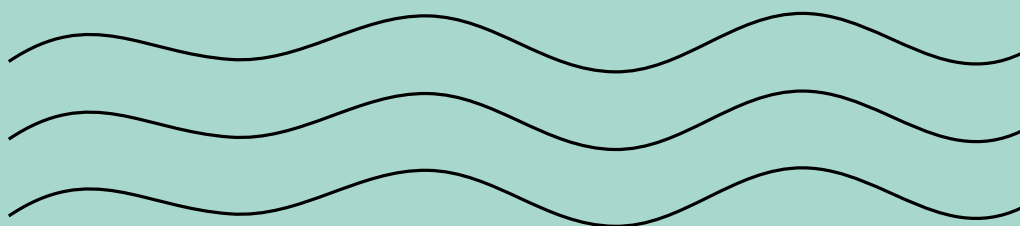


# Na widelcu



Konsumenci  
a transformacja  
systemu  
żywnościowego



dr Paulina Sobiesiak-Penszko

## **Instytut Spraw Publicznych**

Program Zrównoważonego  
Rozwoju i Polityki Klimatycznej

Publikacja wydana dzięki wsparciu European Climate Foundation.

© Copyright by Instytut Spraw Publicznych,  
Warszawa 2023

ISBN 978-83-7689-445-4

Redakcja językowa i korekta: Katarzyna Banul-Wójcikowska  
Skład i opracowanie graficzne: Studio Graficzne Papercut

## **Wydawca**

Fundacja Instytut Spraw Publicznych  
ul. Szpitalna 5 lok. 22  
00-031 Warszawa

# Spis treści

* Wprowadzenie	4
* Główne wnioski	6
* Zwyczaje konsumenckie	10
* (Na razie) bez mięsa ani rusz	16
* Kurs na samowystarczalność?	20
* Współpraca konsumentów z rolnikami	24
* Podsumowanie	34

# Wprowadzenie



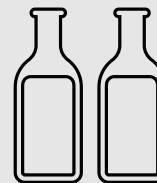
Przemysłowy proces produkcji rolno-spożywczej ukierunkowany jest na intensyfikację produkcji, wzrost wydajności i obniżanie cen. Tania żywność, którą dzięki temu może cieszyć się konsument, wiąże się jednak ze znacznymi kosztami społecznymi i środowiskowymi. Maleje bioróżnorodność. Postępuje degradacja gleb. Rośnie zanieczyszczenie wód. Stąbnie pozycja rolników w łańcuchu wartości. Wiele osób odchodzi z rolnictwa, bo nie może się z niego utrzymać. Polska wieś wyludnia się i starzeje. Obniża się też jakość żywności, a ponad 50% dorosłych Europejczyków ma nadwagę<sup>1</sup>.

Coraz mocniej dostrzegamy te problemy i konieczność zmian systemu żywnościowego w kierunku bardziej zrównoważonym, sprawiedliwym i bezpieczniejszym dla środowiska, klimatu i zdrowia ludzi. Wybrzmiewa to m.in. w unijnej strategii „Od pola do stołu” z 2020 roku, której priorytetem jest wzmocnienie europejskiej odporności na kryzysy i zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego, rozumianego nie tylko jako dostęp do żywności przystępnej cenowo, ale także żywności zdrowszej<sup>2</sup>. Wszyscy uczestnicy i uczestniczki systemu żywnościowego, w tym producenci rolni, przetwórcy, konsumenci mają do odegrania ważną rolę w tych zmianach. Dlatego w strategii zakłada się m.in. potrzebę transformacji rolnictwa (w tym do 2030 roku zmniejszenie o połowę stosowania pestycydów i środków przeciwdrobnoustrojowych, zmniejszenie stosowania nawozów o co najmniej

<sup>1</sup> Por. Strategia „Od pola do stołu”, <https://www.consilium.europa.eu/pl/policies/from-farm-to-fork/#policy> [dostęp: 14.11.2023].

<sup>2</sup> Por. m.in. Strategia „Od pola do stołu”, <https://www.gov.pl/web/wprpo2020/strategia-od-pola-do-stolu> [dostęp: 14.11.2023].

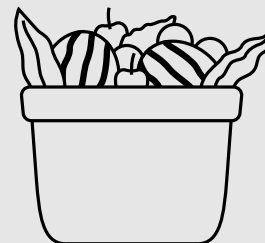
20%, poprawę dobrostanu zwierząt oraz rozwój rolnictwa ekologicznego poprzez zwiększenie udziału upraw ekologicznych w całkowitej powierzchni użytków rolnych do 25%), poprawę sytuacji producentów rolnych, ograniczenie marnotrawienia żywności i zmianę nawyków żywieniowych. Wymaga to oczywiście szeregu zmian systemowych i konkretnych polityk publicznych, ale konsumenci i konsumentki w istotny sposób mogą ten proces wesprzeć poprzez swoje wybory indywidualne, zwyczaje i postawy związane z żywnością. Mogą też oni wpłynąć na poprawę sytuacji producentów rolnych, wspóttwarzając krótkie łańcuchy dostaw i bezpośrednio współpracując z rolnikami.



**Celem badania przeprowadzonego przez Instytut Spraw Publicznych było sprawdzenie, czy Polki i Polacy są na te zmiany gotowi i w jakim stopniu. Realizując je, postawiliśmy więc pytania: co jemy, jakimi kierujemy się kryteriami wyboru żywności, gdzie robimy zakupy i jak widzimy rolę konsumentów w produkcji żywności.**



Badanie zostało przeprowadzone w czerwcu i lipcu 2023 na reprezentatywnej próbie 1000 polskich konsumentów i konsumentek (sondaż zrealizowano techniką wywiadów CAWI – ankiet internetowych wśród uczestników panelu Opinie.pl, skupiającego sto dwadzieścia tysięcy panelistów ). Wnioski z przeprowadzonych prac prezentujemy w poniższym tekście.



## Zapraszamy do lektury!

<sup>3</sup> Badanie CAWI (*computer assisted web interview*) polega na samodzielnym wypełnianiu ankiety elektronicznej przez respondentów zaproszonych do udziału w sondażu.

<sup>4</sup> <https://grupaiqs.pl/pl/panel>.

# Główne wnioski



Rolnictwo i produkcja żywności zniknęły z naszego horyzontu i wyobraźni. **Nasza wiedza na temat produkcji żywności jest niewielka**, a praca rolników niedoceniana.

**Kobiety zwracają większą uwagę na ochronę klimatu i środowiska.** Także w przypadku żywności kwestie te, a także dobrostan zwierząt i ekologiczność produktów, są bardziej istotne dla nich niż dla mężczyzn.



**Transformacja systemu żywnościowego w kierunku bardziej zrównoważonym i sprawliwym wymaga zmian na wszystkich etapach łańcucha wartości**

– po stronie producentów rolnych, pośrednictwa, handlu i konsumpcji. Badanie pokazuje, że polscy konsumenci są gotowi wesprzeć transformację systemu żywnościowego w kierunku bardziej zrównoważonym. Jej podstawą może być współpraca rolników i konsumentów oparta na zaufaniu i bliskich, bezpośrednich relacjach.

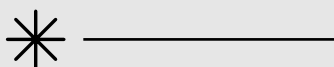


Za sprawą m.in. kryzysów ostatnich lat świadomość konsumentów zmienia się. **Coraz mniejszą wagę przywiązujemy do marki i wyglądu produktów. Coraz bardziej liczy się lokalność i polskość kupowanej żywności** (kryterium to zostało wskazane jako istotne przez ponad 70% społeczeństwa). Rośnie też znaczenie tego, czy żywność została wyprodukowana w sposób przyjazny dla środowiska i klimatu. 60% społeczeństwa deklaruje, że byłaby gotowa wybierać takie produkty, nawet gdyby były droższe.



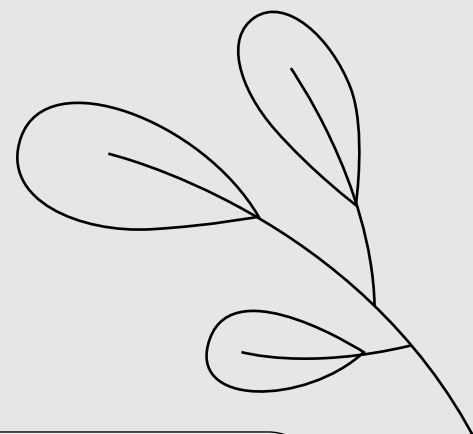


**Polski rynek spożywczy zdominowały sklepy wielkopowierzchniowe i w nich najczęściej robią zakupy Polki i Polacy.** Na tle innych miejsc, zakupy bezpośrednio u rolników w gospodarstwach są mało popularne. Częściej kupujemy u rolników na targach i bazarach, i dotyczy to głównie warzyw, owoców i jajek.



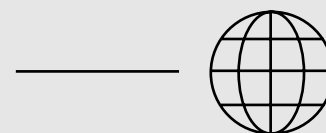
Polskie społeczeństwo ufa jakości produktów pochodzących z polskich gospodarstw. O wysokiej jakości warzyw i owoców pochodzących bezpośrednio od rolników przekonanych jest ponad dwukrotnie więcej Polek i Polaków niż w przypadku tego rodzaju produktów kupowanych w dyskontach, supermarketach i hipermarketach.

Gotowość zarówno konsumentów, jak i rolników do bezpośredniej współpracy w zakresie sprzedaży produktów spożywczych jest bardzo wysoka. **Ponad 90% konsumentów oraz 75% badanych rolników uznaje to za co najmniej dobry pomysł.** W kontekście tego, gdzie większość z nas robi zakupy, potencjał ten można uznać za niewykorzystany.

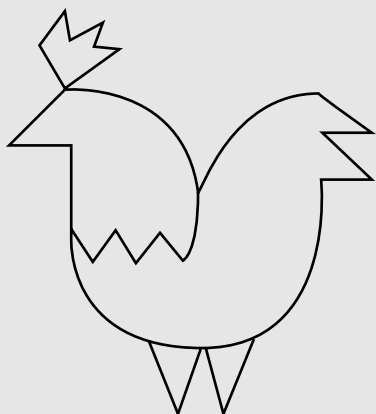


**W możliwości zakupów bezpośrednio z gospodarstw rolnych najbardziej cenimy dostęp do świeżych produktów, ich wysoką jakość i przystępną cenę.**

Biorąc pod uwagę, że są to najważniejsze kryteria, którymi Polki i Polacy kierują się podczas zakupów, wysoko należy ocenić potencjał korzystania z bezpośrednich form współpracy z rolnikami, jeśli będą bardziej dostępne i promowane wśród konsumentów.

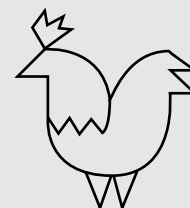
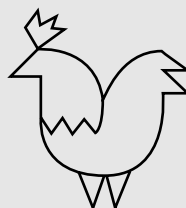
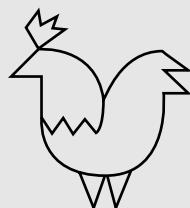


Niewygoda, względy logistyczno-organizacyjne oraz brak wiedzy, jak znaleźć odpowiednie gospodarstwa, to czynniki w największym stopniu zniechęcające Polki i Polaków do kupowania produktów bezpośrednio od rolników.



**Niewystarczająca jest wiedza konsumentów na temat krótkich łańcuchów dostaw za pośrednictwem kooperatyw czy modeli Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność.**

**Polki i Polacy w większości są otwarci na samodzielną produkcję roślin na własne potrzeby**, także w ramach ogrodnictwa miejskiego lub farm miejskich, co niesie ze sobą wiele korzyści. Jest sposobem zwiększania lokalnej samowystarczalności i odporności na kryzysy, ale także szansą na lepsze zrozumienie procesu produkcji żywności, a przez to budowanie porozumienia i więzi z rolnikami. Wykorzystanie i rozwijanie tego potencjału wymaga wsparcia przez samorządy.



Proces ograniczania spożycia mięsa przebiega powoli.

**Aż 87% badanych Polek i Polaków pozostaje na klasycznej diecie – je wszystko, na co pozwala im zdrowie.**

Dieta bezmięсна pozostaje rzadkością. Mięsa nie jada jedynie 4% badanych, a kolejne 7% ogranicza mięso i produkty odzwierzęce. 16% społeczeństwa obawia się też, że w związku z zieloną transformacją Unia Europejska w przyszłości zabroni im jedzenia mięsa.





**Niewygoda, względy logistyczno-organizacyjne oraz brak wiedzy, to czynniki powstrzymujące Polki i Polaków od kupowania produktów bezpośrednio od rolników.**

# Zwyczaje konsumentek









Sklepy wielkopowierzchniowe zdominowały detaliczny handel żywnością w Polsce, a liczba małych sklepów spożywczych stale maleje. Według danych Nielsen IQ w ciągu jednego roku 2022 z rynku zniknęło prawie 2300 małych sklepów spożywczych<sup>5</sup>. Już w 2020 roku udział dyskontów, super- i hipermarketów na rynku wyniósł 63%, podczas gdy jeszcze w 2007 roku było to około 41% (wobec niemal 60% udziału małych sklepów)<sup>6</sup>.

Trendy te znajdują odzwierciedlenie także w przeprowadzonych badaniach. Niezależnie od rodzaju produktów spożywczych, **najbardziej popularnym miejscem robienia zakupów są dyskonty**. Dużą popularnością cieszą się także hipermarkety i supermarkety, najmniejszą zaś zakupy bezpośrednio w gospodarstwach rolnych. Warto zwrócić uwagę na kwestię zakupów warzyw i owoców – jest to bowiem rodzaj żywności najczęściej kupowany poza dużymi sklepami wielkopowierzchniowymi – na targach, bazarach lub w warzywniakach. Warzywa i owoce oraz jajka to także produkty najczęściej kupowane bezpośrednio od rolników w gospodarstwach.

<sup>5</sup> Polish consumer confidence: FMCG sales volume winners and losers, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2023/further-increase-in-consumer-optimism-in-q2-still-not-translated-into-fmcg-sales-volume-growth/> [dostęp 14.11.2023].

<sup>6</sup> Dane cytowane za Klub Jagielloński, <https://klubjagiellonski.pl/2023/01/13/dlaczego-polska-zabka-nie-pomoglaby-w-walce-z-niemieckim-lidlem/> [dostęp 14.11.2023].

## Gdzie zazwyczaj kupuje Pan/Pani poniższe rodzaje produktów spożywczych?

Produkty spożywcze:	Hipermarket, supermarket (np. Auchan, Carrefour, Kaufland, Dino)	Dyskont (np. Biedronka, Lidl, Netto)	Mały sklep spożywczy (np. Żabka, Carrefour Express, ABC, sklep osiedlowy)	Bazar / targ / handel uliczny	Warzywniak (poza bazarem, targiem)	Bezpośrednio z gospodarstwa rolnego
 Warzywa, owoce	<b>40%</b>	<b>65%</b>	<b>24%</b>	<b>37%</b>	<b>32%</b>	<b>9%</b>
 Przetwory warzywne, owocowe	<b>41%</b>	<b>66%</b>	<b>26%</b>	<b>17%</b>	<b>15%</b>	<b>6%</b>
 Mięso, wędliny	<b>43%</b>	<b>61%</b>	<b>31%</b>	<b>12%</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>
 Mąki, kasze	<b>49%</b>	<b>77%</b>	<b>25%</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>
 Jajka	<b>27%</b>	<b>44%</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>	<b>9%</b>	<b>26%</b>
 Nabiał	<b>48%</b>	<b>78%</b>	<b>31%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>

Źródło: badanie CAWI, N=1000, Instytut Spraw Publicznych 2023.

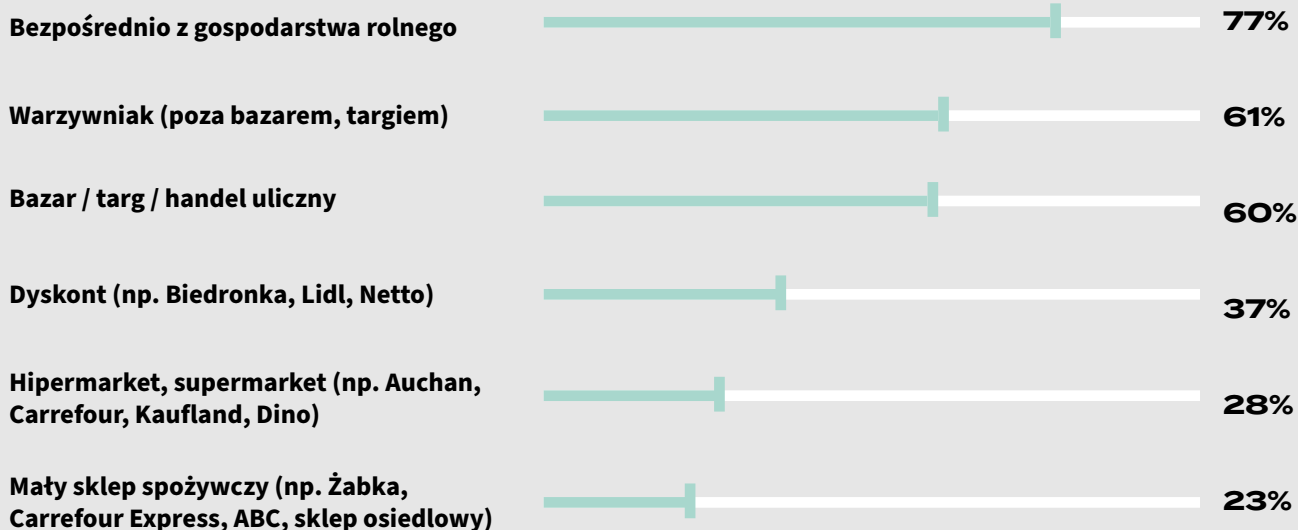


**Produkty oferowane bezpośrednio przez rolników cieszą się wysokim zaufaniem społeczeństwa.**

Mimo że zdecydowanie najpopularniejsze są sklepy wielkopowierzchniowe, to jakość przynajmniej części kupowanych tam produktów, takich jak warzywa i owoce, jest oceniana niżej w porównaniu do oferty bazarów, targów czy gospodarstw rolnych. **Produkty oferowane bezpośrednio przez rolników cieszą się więc wysokim zaufaniem społeczeństwa**, przy czym szczególnie często ich wysoką jakość podkreślają kobiety. Biorąc jednak pod uwagę, że jakość i świeżość produktów generalnie są dla Polek i Polaków jednym z najważniejszych kryteriów wyboru podczas zakupów (por. wykres poniżej), należy sądzić, że większa dostępność takich miejsc, jak targi czy bazy, w przestrzeni publicznej, a także lepsza wiedza na temat możliwości kupowania produktów u rolników, byłaby ważnym impulsem do częstszego korzystania z krótkich łańcuchów żywności.

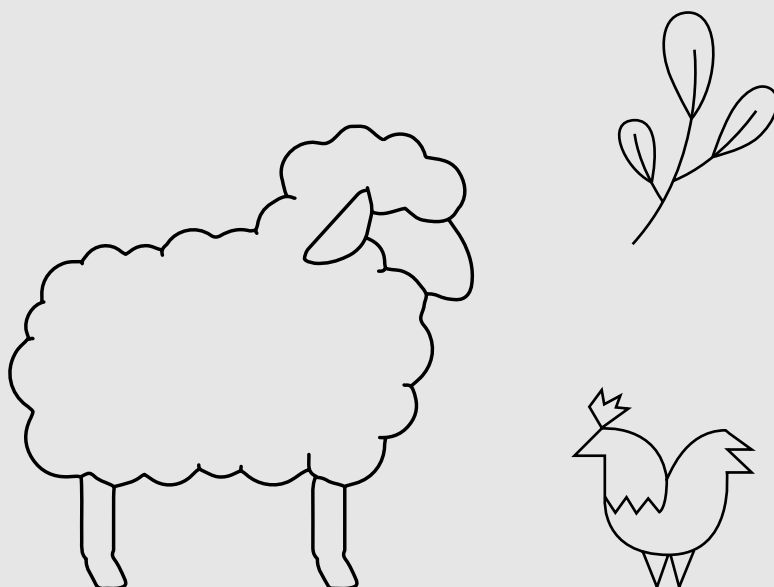
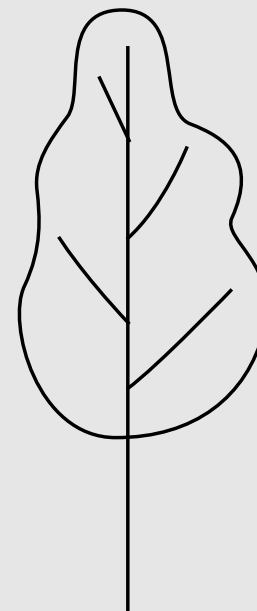
**Przekonanie o jakości warzyw i owoców w zależności od miejsca dystrybucji**

Odsetek osób wysoko oceniających jakość warzyw i owoców sprzedawanych w poszczególnych miejscach



## Co się liczy dla konsumenta?

**Świeżość, bezpieczeństwo dla zdrowia, jakość i adekwatna do niej cena** to cztery najczęstsze aspekty brane pod uwagę przez polskie społeczeństwo podczas zakupów spożywczych. Wskazało na nie ponad 90% badanych. Bardzo wysoko wśród priorytetów znalazły się też kwestie środowiskowe i dobrostan zwierząt. Ich znaczenie podkreśliło około 80% polskiego społeczeństwa, a jeszcze większe znaczenie mają one dla kobiet (86%). Tylko nieznacznie niżej uplasowały się kategorie odnoszące się do polskości i lokalności produktów oraz ich bezpośrednie pochodzenie od rolnika, przy czym te właśnie cechy produktów okazują się szczególnie ważne dla osób powyżej 55 roku życia, mających wcześniej doświadczenia kupowania produktów spożywczych bezpośrednio od rolnika oraz sympatyków i sympatyczek Prawa i Sprawiedliwości. Warto też zauważyć, że wszystkie wymienione wyżej aspekty są cennie bardziej niż marka czy atrakcyjny wygląd produktów, co świadczy o rosnącej świadomości konsumentów na temat żywności.




---

# 80%

**Bardzo wysoko wśród priorytetów znalazły się też kwestie środowiskowe i dobrostan zwierząt. Ich znaczenie podkreśliło około 80% polskiego społeczeństwa.**

## Kryteria istotne podczas zakupów spożywczych

Na ile poniższe aspekty są ważne dla Pana/Pani podczas zakupów produktów spożywczych?



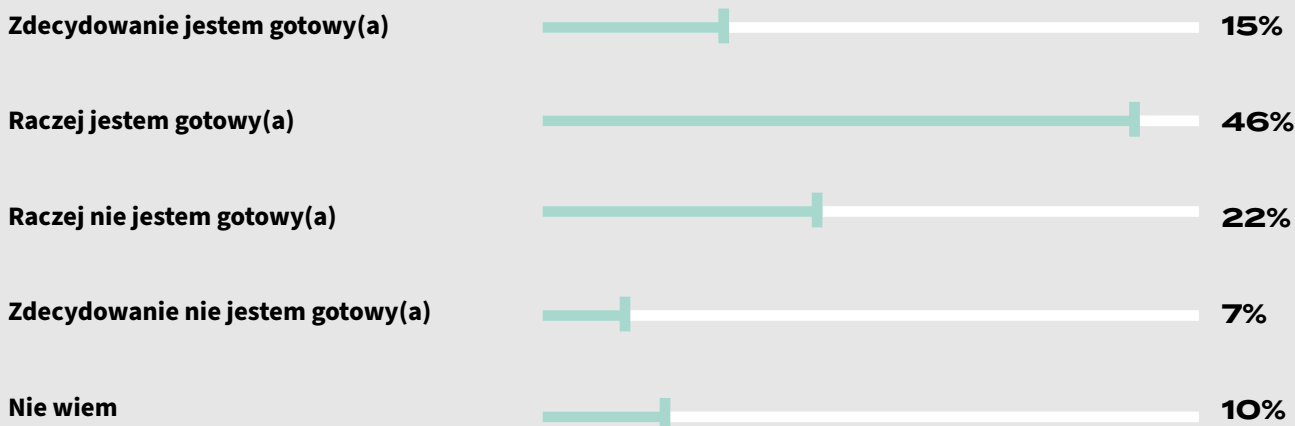
Na rosnące dla Polek i Polaków znaczenie kwestii środowiskowo-klimatycznych w produkcji żywności wskazuje też wysoki – ponad 60% – odsetek osób skłonnych kupować produkty spożywcze przyjazne dla środowiska i klimatu, także wtedy, gdyby były one droższe. Gotowość ta jest wyższa nie tylko wśród osób o dobrej sytuacji materialnej, ale także mających doświadczenia we własnej uprawie warzyw i owoców oraz we współpracy z rolnikami. Większa wiedza i zrozumienie tego, na czym polega rolnictwo i produkcja żywności wynikające z takich bezpośrednich doświadczeń, mogą więc przekładać się na coraz wyższy priorytet kwestii środowiska i klimatu w wyborach konsumenckich. Jak pokazujemy w dalszej części tekstu, otwartość społeczeństwa na udział w takich praktykach jest wysoka, co jest dobrym prognostykiem dalszych zmian w tym kierunku.

\* **>60%**

**osób jest skłonnych kupować produkty spożywcze przyjazne dla środowiska i klimatu, także wtedy, gdyby były one droższe.**

### **Gotowość do wybierania produktów spożywczych wyprodukowanych w sposób przyjazny dla środowiska i klimatu**

Jak bardzo jest Pan/Pani skłonny/skłonna kupować produkty spożywcze wyprodukowane w sposób przyjazny dla środowiska i klimatu, za to droższe niż pozostałe produkty?

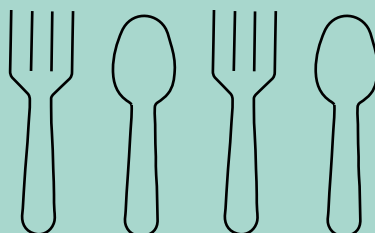
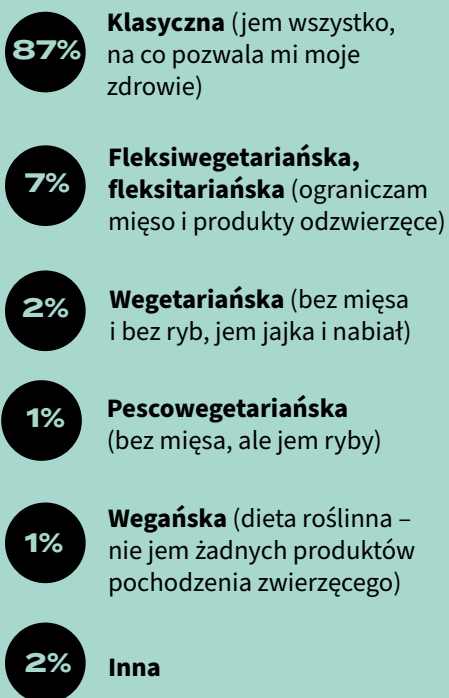


# (Na razie) bez mięsa ani rusz

Zmianę diety na bardziej roślinną, ograniczenie spożycia mięsa wskazuje się jako jeden z czynników kluczowych w walce z zarówno chorobami cywilizacyjnymi, jak i kryzysem klimatycznym. Z roku na rok poprawia się dostęp do oferty wegetariańskiej i wegańskiej i mogłoby się wydawać, że zmiana diety społeczeństwa to proces, który nabiera tempa i dzieje się na dużą skalę. W rzeczywistości jednak, jak pokazuje badanie, zmiany w ograniczaniu spożycia mięsa choć następują, są powolne i najczęściej dotyczą mieszkańców i mieszkanki największych polskich miast o względnie dobrej sytuacji finansowej. Natomiast wśród ogółu społeczeństwa aż 87% Polek i Polaków pozostaje na klasycznej diecie – jedząc wszystko. Mięsa nie jada zaledwie 4% dorosłych Polek i Polaków (najwięcej osób na diecie wegetariańskiej jest wśród osób młodych uczących się lub studiujących), a ogranicza je oraz produkty odzwierzęce kolejne 7% społeczeństwa. Badania (m.in. Nielsena i Kantara) pokazują jednak, że Polki i Polacy coraz częściej deklarują gotowość do przejścia na dietę bez mięsa<sup>7</sup>.

## Dieta Polek i Polaków

Według jakiej diety odżywia się Pan/Pani?



<sup>7</sup> Por. m.in. *Ziemia nie atakuje*, 2022, s. 60-61.



Póki co jako społeczeństwo jesteśmy przywiązani do diety mięsnej. Dlatego wydawać by się mogło, że pogłoski o wprowadzeniu zakazu jedzenia mięsa w Unii Europejskiej pojawiające się co jakiś czas w przestrzeni informacyjnej muszą trafiać na podatny grunt. Z badania ISP wynika jednak, że takich zmian obawia się tylko 16% społeczeństwa, a prawie czterokrotnie więcej zdecydowanie nie wierzy w ich wprowadzenie.

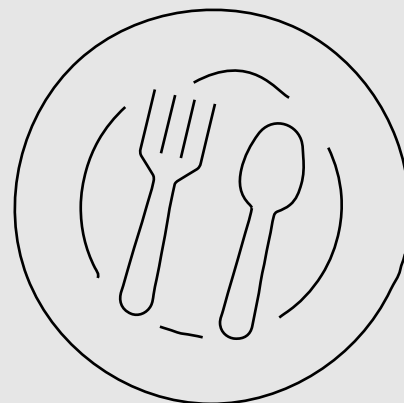
Jednocześnie należy podkreślić, że na fatszywy komunikat dotyczący zakazu jedzenia mięsa bardziej podatni okazali się przedstawiciele najmłodszej grupy wiekowej 18-34 lata, gdzie ten odsetek wyniósł 19%, oraz zwolennicy Konfederacji, wśród których obawy te podziela aż 41% badanych.

Ci ostatni byli też częściej niż inni przekonani (43% w porównaniu do 17% w populacji) co do narzucenia przez Unię Europejską przymusu jedzenia robaków, co wyraźnie współbrzmiało z komunikatami liderów politycznych w tym temacie (dla porównania wśród zwolenników i zwolenniczek Koalicji Obywatelskiej przekonanych o konieczności jedzenia robaków było 9% badanych). Dieta może więc polaryzować społeczeństwo równie silnie jak inne czynniki. Ale tak duże różnice w odpowiedzi na pytania o zakaz jedzenia mięsa i przymus jedzenia robaków w zależności od światopoglądu obrazują też **siłę i znaczenie narracji politycznych dla kształtowania opinii i poglądów społeczeństwa na temat żywności i diety. Wskazują także na niedostatki polityki informacyjnej i problemy z komunikacją rozwiązań, o których dyskutuje się w Unii Europejskiej w związku z Europejskim Zielonym Ładem i transformacją systemu żywności.**

Tam, gdzie taka komunikacja jest niewystarczająca lub niezrozumiała, podatność społeczeństwa na dezinformację i fatszywe przekazy zwiększa się.

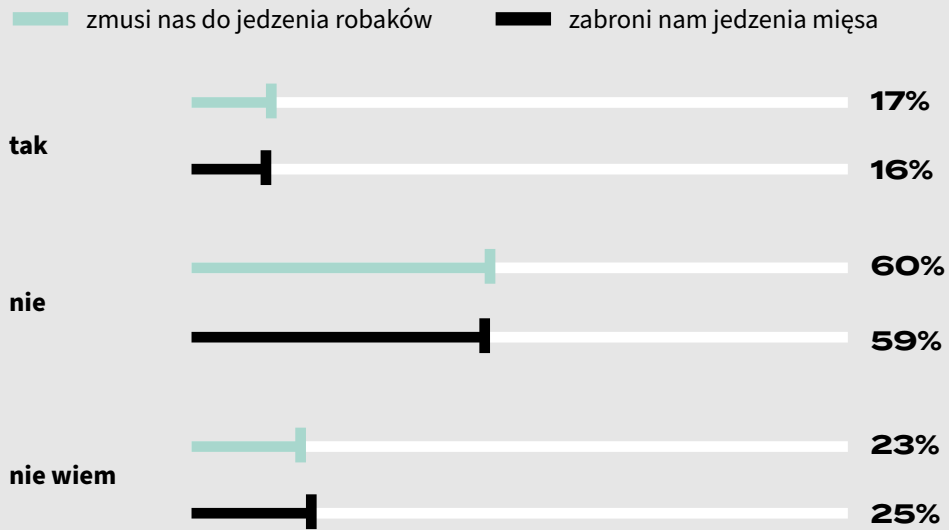


**Na dezinformację na temat zakazu jedzenia mięsa bardziej podatni okazali się badani z grupy wiekowej 18-34 lata (19%) oraz zwolennicy Konfederacji (41%).**

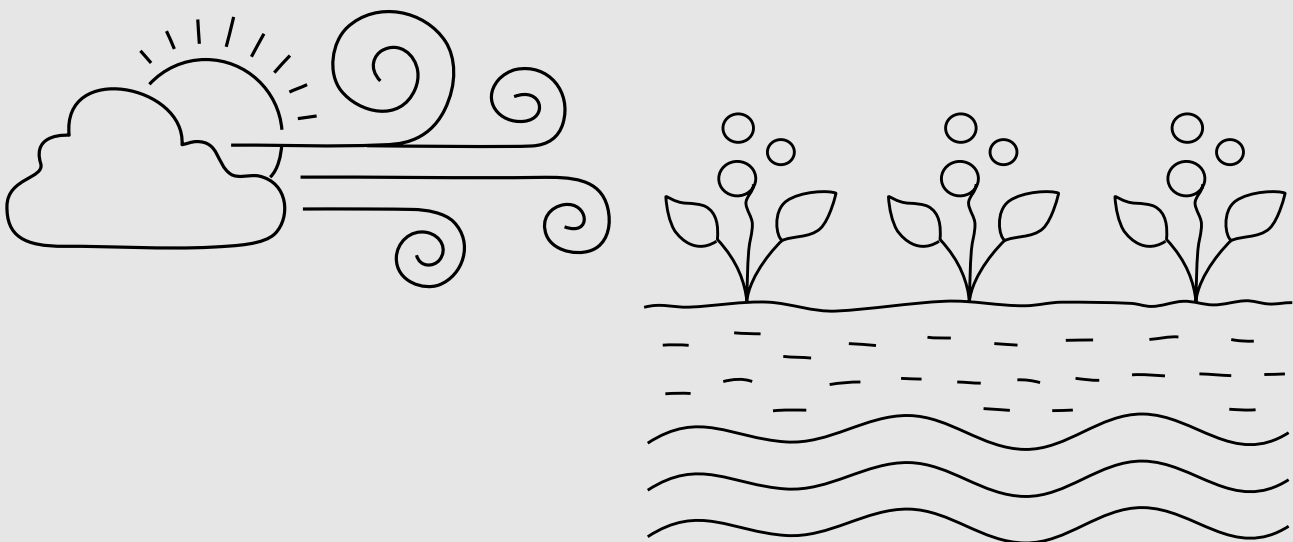


## Podatność na dezinformację na temat żywności

Jak Pan/Pani sądzi, czy Unia Europejska...?



Źródło: badanie CAWI, N=1000, Instytut Spraw Publicznych 2023.

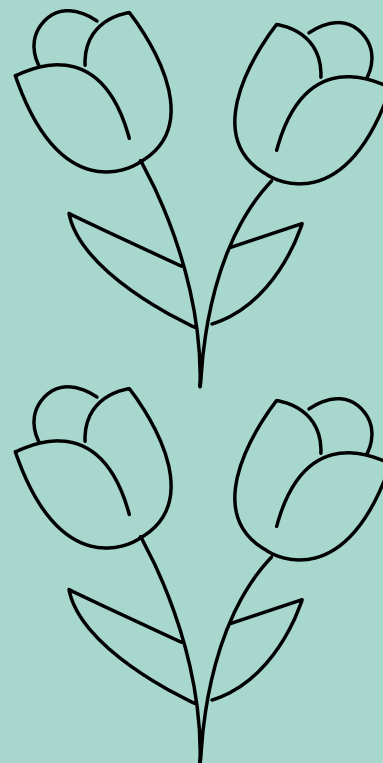




**Zmiany w ograniczaniu spożycia mięsa choć następują, są powolne i najczęściej dotyczą mieszkańców i mieszkanki największych polskich miast o względnie dobrej sytuacji finansowej.**

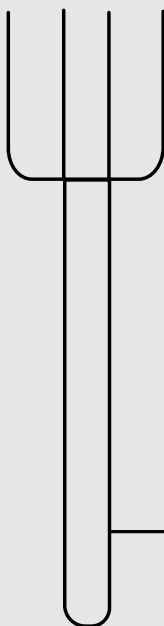
# Kurs na samo- wystarczalność

Pandemię i przymusowe przebywanie w domach można uznać za jeden z punktów zwrotnych w kwestii zainteresowania żywnością, samodzielnym przygotowywaniem posiłków, produktami lokalnymi, ale też myślenia o żywności w kontekście zdrowia. Kolejne kryzysy geopolityczne, związane z cenami żywności czy energii, ale także zmianą klimatu umacniają ten kierunek, unaoczniając jak istotna jest kwestia bezpieczeństwa żywnościowego i uniezależnienia się od globalnego systemu dystrybucji żywności. Znajduje to swoje odzwierciedlenie również w rosnącym zainteresowaniu budowaniem samowystarczalności żywnościowej, sięganiu po produkty lokalne i samodzielną produkcję żywności. Coraz częściej w ogrodach, na balkonach czy tarasach uprawiamy nie tylko kwiaty, ale też warzywa i owoce. Także w dużych ośrodkach rozwija się miejskie ogrodnictwo – uprawa warzyw lub innych roślin, często połączona z edukacją ekologiczną, promowaniem zrównoważonego stylu życia, rekreacją i integrowaniem społeczności lokalnych. Przykładami takich działań mogą być inicjatywa PLONY. Ogród miejski w Gdańsku<sup>8</sup>, gdzie na terenach postoczniowych powstało centrum ogrodnictwa permakulturowego, czy Krakowska Farma Miejska, która wpisuje się w trendy rolnictwa regeneratywnego i skracania łańcuchów dostaw, dostarczając żywność bezpośrednio z pola do domów i mieszkań<sup>9</sup>.

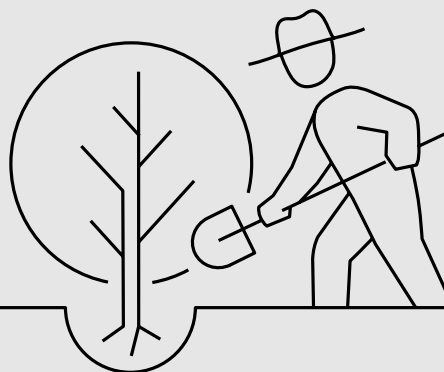


<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/inicjatywa.plony/> [dostęp 16.11.2023].

<sup>9</sup> <http://krakowskafarmamiejska.org/> [dostęp 16.11.2023].



Zaletą rolnictwa miejskiego jest to, że łączy przyjemne z pożytecznym. Dla wielu osób ogrodnictwo jest też po prostu relaksem, przy tym daje możliwość większego dostępu do świeżych i wysokiej jakości produktów oraz pozwala ograniczyć wydatki na żywność.



**Permakultura** to system projektowania oparty na obserwacji naturalnych ekosystemów i ich wzajemnych powiązań. Opiera się na takich założeniach, jak: współpraca z naturą, zrównoważone wykorzystanie zasobów, różnorodność i cykliczność. Zakłada ona pozostawienie upraw lub ogrodów naturze (rezygnuje się więc na przykład z przekopywania, orki czy spulchniania gleby), a ingerencja użytkownika w zachodzące procesy jest bardzo mała lub zerowa<sup>10</sup>.

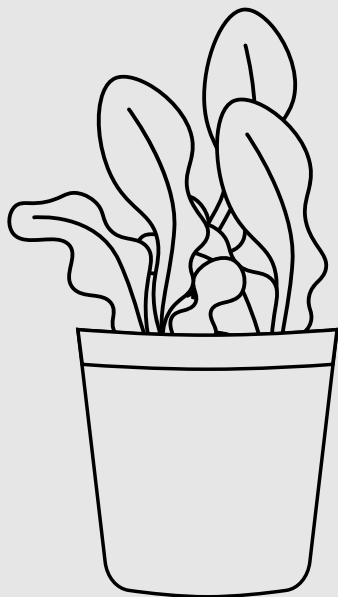
**Rolnictwo regeneratywne** charakteryzuje koncentracja na odtworzeniu i utrzymaniu potencjału gleby oraz ograniczeniu negatywnego wpływu rolnictwa na środowisko. Cechuje je ujemny ślad węglowy. Praktyki rolnicze wykorzystywane w rolnictwie regeneratywnym to m.in. bezorkowa uprawa gleby, zwiększanie retencji wody w glebie, połączenie produkcji roślinnej i zwierzęcej, dbałość o dobrostan zwierząt<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Por. <https://agro-wiedza.pl/permakultura-wprowadzenie/> [dostęp 16.11.2023].

<sup>11</sup> <https://www.sodr.pl/informacje-branzowe/index/Czym-jest-rolnictwo-regeneratywne/idn:1781> [dostęp 16.11.2023].



**60% Polek i Polaków uprawia w gospodarstwie domowym warzywa i owoce na własne potrzeby.**



Jak wskazują autorzy i autorki publikacji *Spółdzielcza farma miejska jako narzędzie rozwoju miejskiej strefy żywicielskiej i agroekologii*, miasta mogą teraz odegrać strategiczną rolę w zapewnieniu mieszkańcom i mieszkankom dostępu do żywności wysokiej jakości, lokalnej i różnorodnej<sup>12</sup>, odpowiednio wspierając ten proces (na przykład zabezpieczając dostęp do terenów pod uprawę, tworząc programy dotacyjne czy platformy współpracy i narzędzia umożliwiające rozwój lokalnej dystrybucji)<sup>13</sup>.

Z badania ISP wynika, że 60% polskiego społeczeństwa już uprawia w gospodarstwie domowym warzywa i owoce na własne potrzeby. Nie jest to oczywiście zaskoczeniem w przypadku wiejskich gospodarstw domowych, gdzie zresztą ten odsetek jest jeszcze wyższy i wynosi aż 79%. Takie działania podejmują jednak także mieszkańcy miast, przy czym im większe miasto, tym skala zjawiska jest mniejsza. Samodzielnie warzywa i owoce uprawia więc 52% gospodarstw domowych w miastach do 100 tysięcy mieszkańców, 44% w miejscowościach do 500 tysięcy mieszkańców i 35% w największych ośrodkach miejskich. Jest to też bardziej popularne w gospodarstwach zamieszkiwanych przez dorosłe osoby młode w wieku do 34 lat.

W społeczeństwie polskim występuje bardzo duża gotowość (63%) do samodzielnej uprawy roślin na własne potrzeby, także w ramach ogrodnictwa miejskiego lub farm miejskich. W miastach (niezależnie od ich wielkości) taką otwartość zadeklarowało ponad 50% badanych. **Niezwykle ważną rolę w rozwoju i uspołecznianiu praktyk ogrodniczych (szczególnie na terenach miejskich) oraz – szerzej wspieraniu polityki żywnościowej mają do odegrania samorządy.**

<sup>12</sup> O idei jadalnego miasta, por. m.in. J. Erbel, M. Kudła, M. Łepkowski, K. Przyjemaska-Grzesik *Spółdzielcza farma miejska jako narzędzie rozwoju miejskiej strefy żywicielskiej i agroekologii*, [https://pl.boell.org/sites/default/files/2023-06/spoldzielcza-farma-miejska\\_raport.pdf](https://pl.boell.org/sites/default/files/2023-06/spoldzielcza-farma-miejska_raport.pdf)

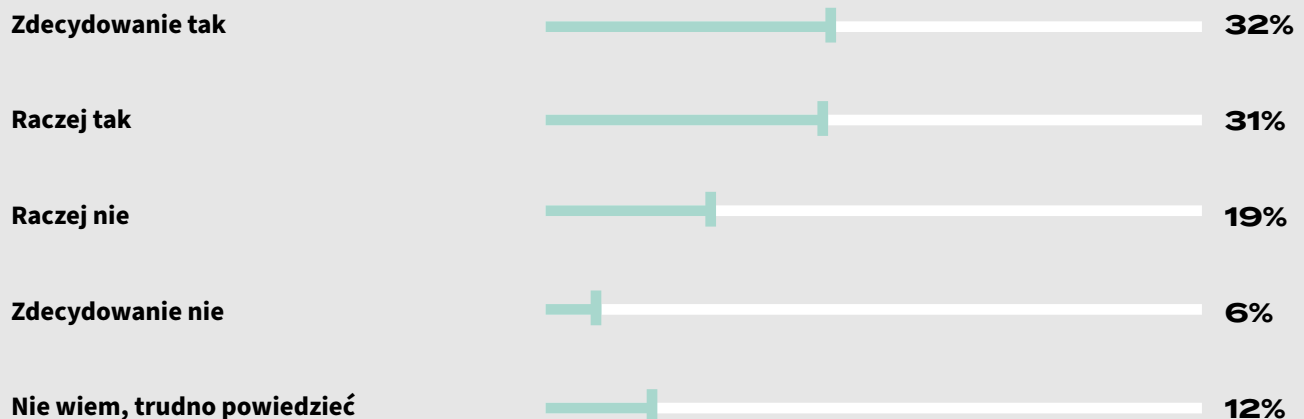
<sup>13</sup> Więcej na ten temat por. *Ibidem*.

### Jak samorządy mogą wspierać politykę żywnościową?

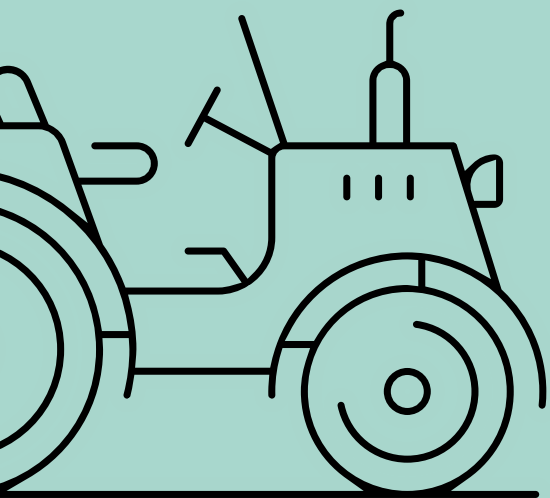
- \* ograniczając marnotrawstwo żywności (na przykład poprzez rozwój jadłodzielni)
- \* kształtując świadomość żywieniową mieszkańców i mieszkańek
- \* stosując kryteria środowiskowe i jakościowe w zamówieniach publicznych na żywność, usługi cateringowe
- \* wprowadzając program zbilansowanej i wysokojakościowej diety do żywienia zbiorowego, w tym promując produkty ekologiczne i dietę ograniczającą spożycie mięsa
- \* rozwijając i promując różne formy ogrodnictwa miejskiego
- \* zwiększając dostęp do żywności lokalnej
- \* tworząc przestrzeń do współpracy rolników i konsumentów

### Otwartość na samodzielne uprawianie roślin na własne potrzeby

Czy byłby/byłaby Pan/Pani zainteresowany/wana podjęciem samodzielnego uprawiania roślin na własne potrzeby w ramach posiadłości, w której Pan/Pani mieszka na co dzień?



# Współpraca konsumentów z rolnikami



Duża liczba pośredników i słaba pozycja rolników względem handlu i przetwórstwa to jedne z głównych czynników negatywnie wpływających na możliwości utrzymania się przez nich z produkcji rolnej. Skracanie łańcuchów dostaw żywności, nawiązywanie bezpośrednich relacji z konsumentem, omijanie pośredników widzą oni jednak nie tylko jako szansę poprawy swojej sytuacji ekonomicznej, ale też najważniejszy czynnik, który może pomóc w transformacji rolnictwa w kierunku bardziej przyjaznym dla środowiska i klimatu. **Trzy czwarte rolników przebadanych przez ISP w 2023 roku<sup>14</sup> co najmniej dobrze oceniło pomysł bezpośredniej sprzedaży konsumentom swoich produktów.** Ale skracanie łańcuchów dostaw żywności niesie ze sobą też inne korzyści: finansowe, środowiskowe i społeczne. Bardziej lokalna sprzedaż to także mniej energii i czasu na transport z odległych krajów. Mniej opakowań i świeższy towar.

Z badania konsumentów wynika, że polskie społeczeństwo jest otwarte na taką współpracę – ponad 90% dobrze ocenia pomysł zakupów bezpośrednio z gospodarstwa rolnego. Co istotne, nie ma osób, które miałyby mocno krytyczny stosunek do takiej idei.

<sup>14</sup> Badanie CAWI na próbie 207 rolników zrealizowane w czerwcu-lipcu 2023 roku.





# >90%

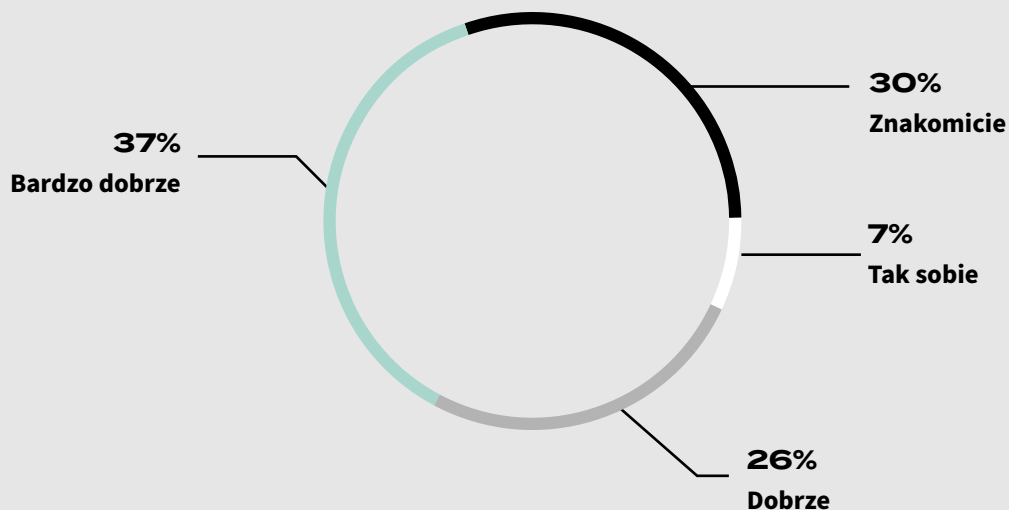
**badanych dobrze  
ocenia pomysł  
zakupów bezpośrednio  
z gospodarstwa  
rolnego.**

Krótkie łańcuchy dostaw żywności polegają na takim zorganizowaniu produkcji i dystrybucji żywności, który minimalizuje liczbę pośredników pomiędzy producentem a konsumentem. Można wyróżnić takie rodzaje krótkich łańcuchów dostaw, jak sprzedaż bezpośrednia w gospodarstwie, zakupy internetowe, kooperatywy konsumenckie czy model Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność (tzw. RWS).



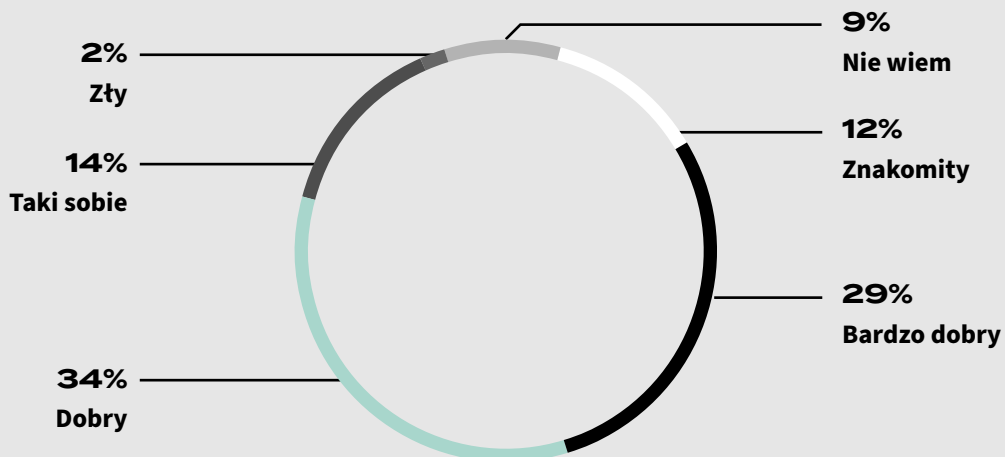
## Stosunek konsumentów do kupowania produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstwa

Jak ogólnie ocenia Pan/Pani pomysł kupowania produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstwa rolnego?



## Stosunek rolników do bezpośredniej sprzedaży konsumentom swoich produktów rolnych

Co sądzi Pan/Pani o pomycie nawiązywania przez rolników współpracy z pojedynczymi konsumentami lub ich grupami, aby bezpośrednio sprzedawać im swoje produkty rolne? Taki pomysł jest...



Źródło: badanie CAWI, N=207, Instytut Spraw Publicznych 2023.

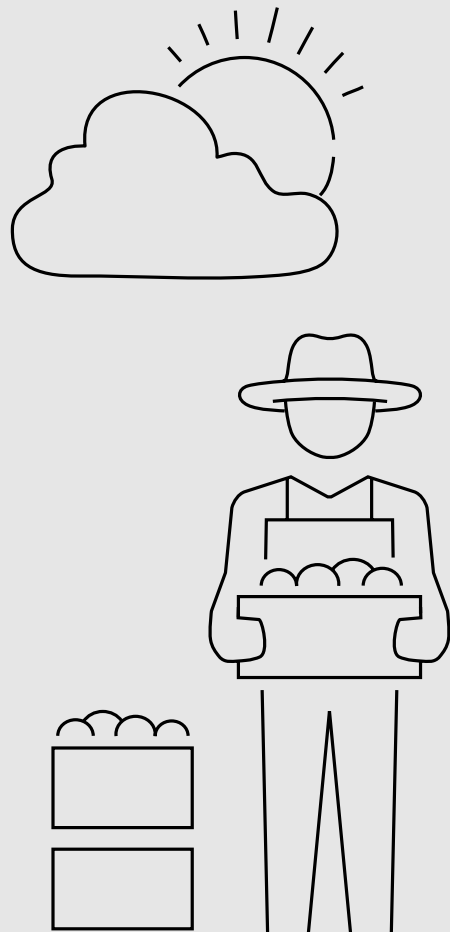


**Nieco ponad połowa Polek i Polaków (53%) deklaruje kupowanie produktów spożywczych u rolników kilka razy miesiącu.**

## Jaka jest skala takiej współpracy z rolnikami?

Nieco ponad połowa Polek i Polaków (53%) deklaruje kupowanie produktów spożywczych u rolników kilka razy w miesiącu, w tym 22% raz w tygodniu lub częściej. 36% rozważa, czy tych zakupów nie robić częściej.

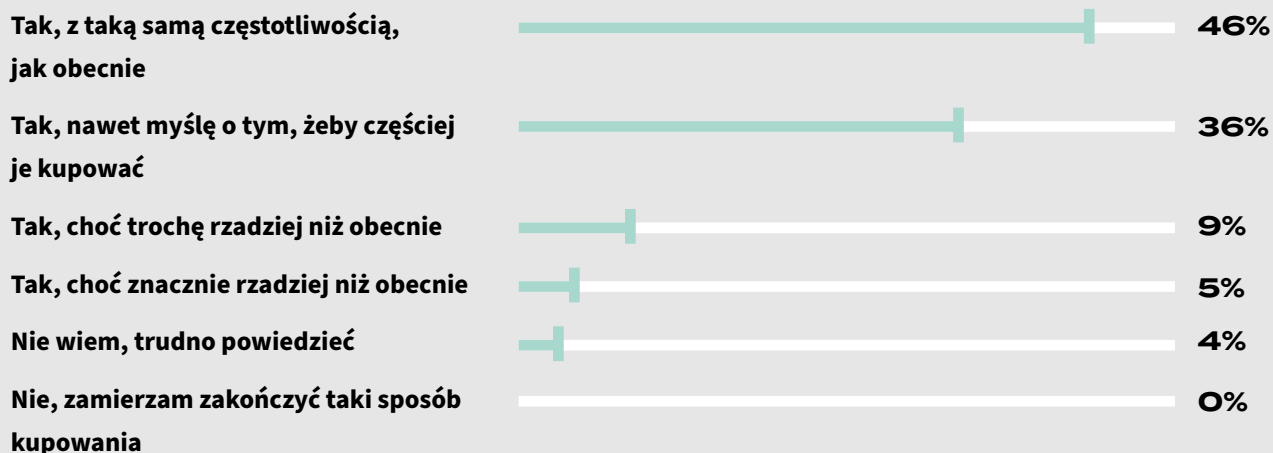
To stosunkowo wysokie odsetki, jeśli porównać je z odpowiedziami na omawiane wyżej pytanie o miejsce, w którym zazwyczaj robimy zakupy - tam niezależnie od rodzaju produktów gospodarstwo rolne było najrzadziej wybierane przez konsumentów. Rozjaśnić nieco tę kwestię może odpowiedź dotycząca kontaktu z rolnikami podczas robienia zakupów. Sprzedaż produktów rolniczych może być bowiem prowadzona w różnych formach, począwszy od sprzedaży bezpośredniej w gospodarstwie po zakupy internetowe i zbiorową sprzedaż bezpośrednią.



Z badania wynika, że najczęstszą formą (wybraną przez prawie 60% badanych) są zakupy robione na bazarze lub targu, co rodzi oczywiście pytanie, na ile rzeczywiście w takim miejscu towar kupujemy od producenta rolnego, a nie pośrednika. Większą gwarancję kontaktu i współpracy z rolnikiem daje możliwość robienia zakupów bezpośrednio w gospodarstwie – ta została wybrana przez nieco mniej niż połowę badanych. Zdecydowanie w niewystarczającym stopniu wykorzystaną formą sprzedaży są natomiast zakupy za pośrednictwem Internetu – jedynie co dziesiąta osoba deklaruje robienie ich w taki sposób, na przykład korzystając z takich platform jak lokalnyrolnik.pl. Zbliżony odsetek korzysta też łącznie z kooperatyw spożywczych lub modelu Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność (tzw. RWS).

## Plany dotyczące kupowania produktów spożywczych bezpośrednio od rolnika

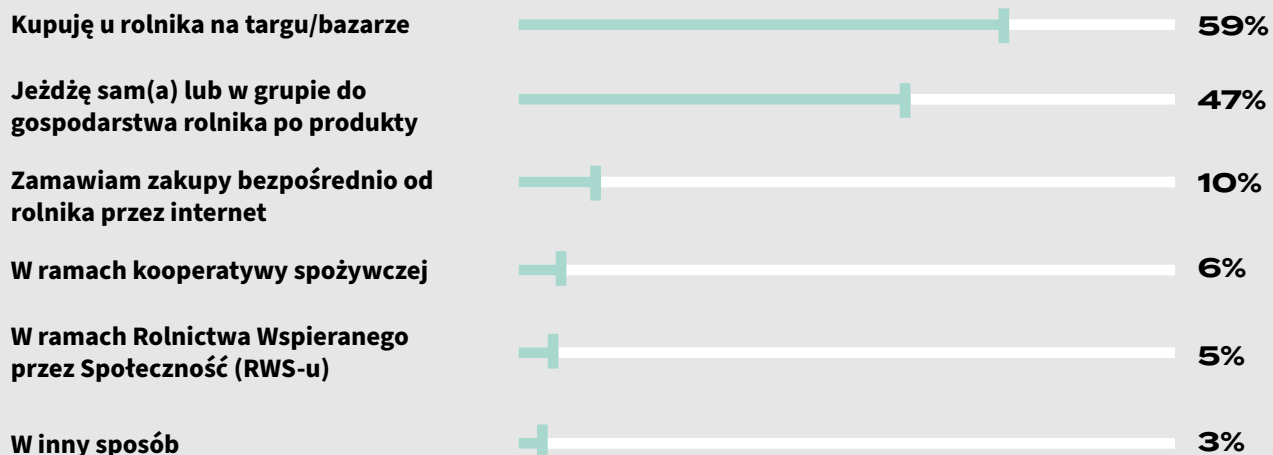
Czy planuje Pan/Pani w dalszym ciągu kupować produkty spożywcze bezpośrednio od rolnika?



Źródło: badanie CAWI, N=772, Instytut Spraw Publicznych 2023.

## Sposoby kupowania produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstw rolnych

W jaki sposób (jaki sposoby) kupuje Pan/Pani produkty spożywcze bezpośrednio z gospodarstwa rolnego?

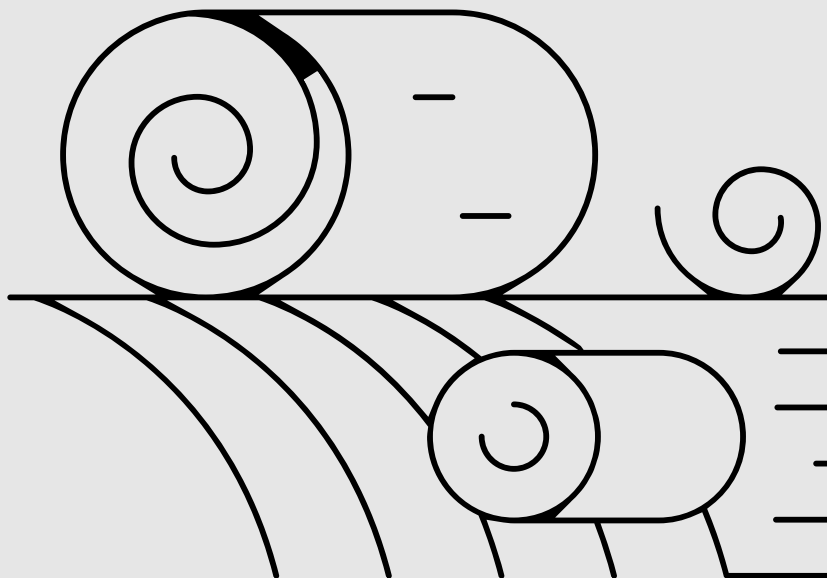


W pytaniu można było wybrać więcej niż jedną odpowiedź. Źródło: badanie CAWI, N=772, Instytut Spraw Publicznych 2023.

Badanie pokazuje, że najważniejsze dla konsumentów decydujących się na współpracę z rolnikami są gwarancja świeżości – dostęp do żywności prosto z pola bez długiego transportu (41% wskazań), wysoka jakość takich produktów (19% wskazań) i niska cena (17% wskazań). Co dziesiąta osoba zwróciła też uwagę na możliwość wsparcia w ten sposób rolników. Rzadziej wskazywano m.in. na zaufanie do rolnika, możliwość sprawdzenia produktów oraz warunków hodowli bądź upraw.

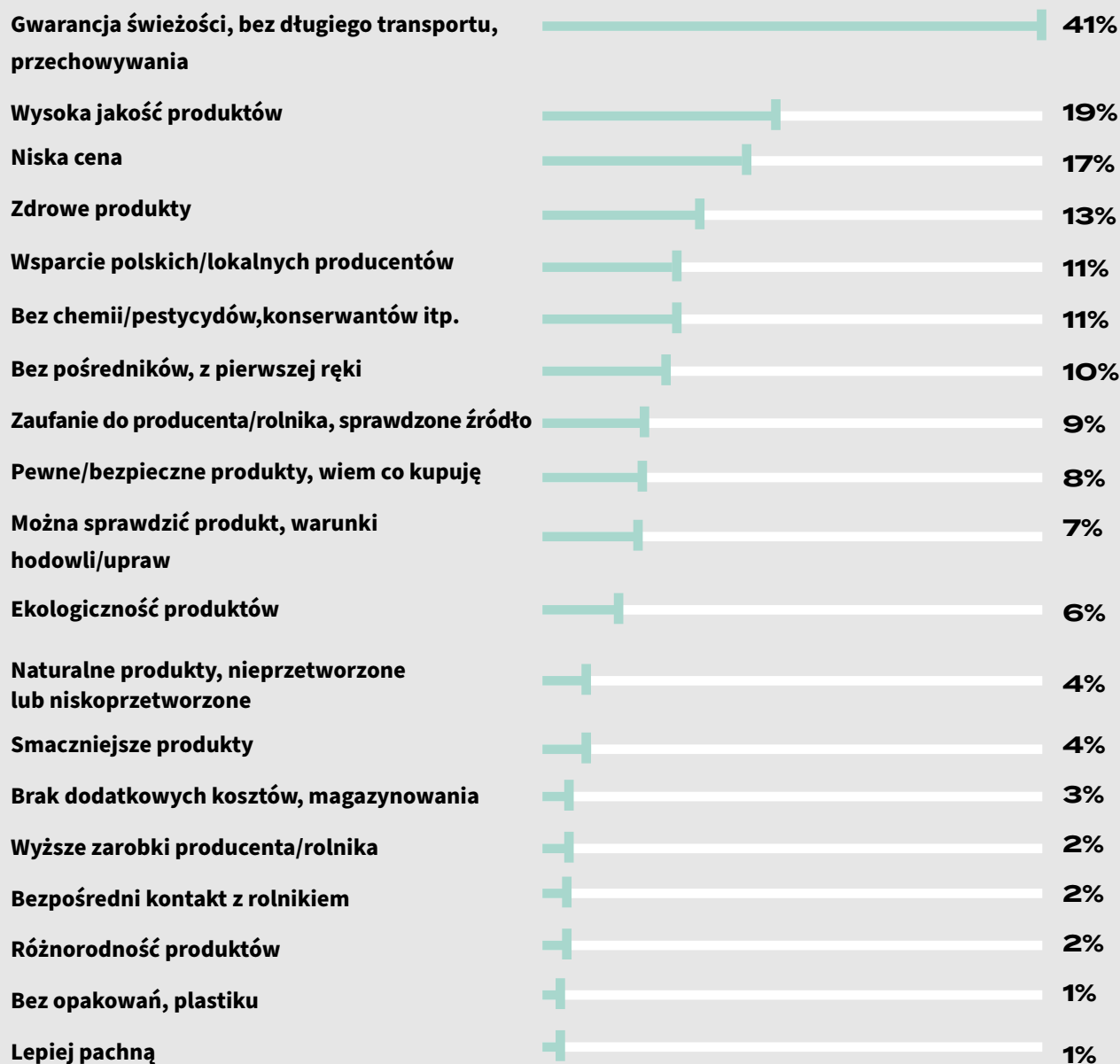


**Najważniejsze dla konsumentów decydujących się na współpracę z rolnikami są: gwarancja świeżości produktów (41% wskazań), ich wysoka jakość (19% wskazań) oraz niska cena (17% wskazań).**

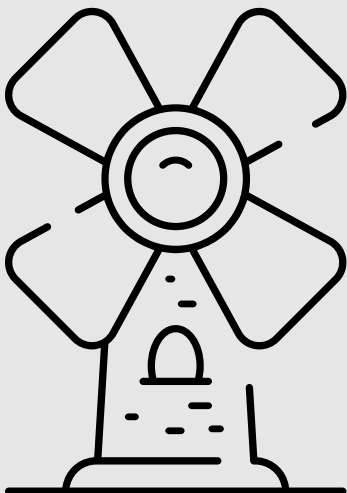


## Pozytywne aspekty kupowania produktów spożywczych bezpośrednio od rolników

Co pozytywnego dostrzega Pan/Pani w kupowaniu produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstwa rolnego?



Na wykresie pokazano zakodowane odpowiedzi na pytanie otwarte. Źródło: badanie CAWI, N=441, Instytut Spraw Publicznych 2023.



Są jednak czynniki, które zniechęcają do takiej formy zakupów produktów spożywczych bądź prowadzą do rezygnacji z niej. Poważną przeszkodą są względy organizacyjne i logistyczne – konieczność poświęcenia czasu, na przykład na dojazd do gospodarstwa, brak wiedzy, gdzie takiej żywności szukać, obawy o wysokie ceny. Znaczenie ma także mniejsza z perspektywy konsumentów wygoda – brak możliwości nabycia wszystkich potrzebnych produktów w jednym miejscu. To główne powody, dla których konsumenci wybierają zakupy w dużych sklepach.

Kluczowe stają się więc **działania na rzecz zwiększania dostępności oferty sprzedaży bezpośredniej poprzez m.in. narzędzia rozwijające lokalną dystrybucję oraz ich promowanie i budowanie o nich wiedzy wśród konsumentów i rolników**. Przykładem działań zakładających bezpośrednią współpracę konsumentów i rolników są wspomniane wyżej kooperatywy spożywcze oraz model Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność (tzw. RWS). Jak pokazują badania ISP, nie są one szerzej znane polskiemu społeczeństwu – 26% Polek i Polaków ocenia, że dobrze zna model RWS, a 34% – kooperatywy konsumenckie. Należy systemowo rozwijać wśród konsumentów wiedzę na ten temat, pokazywać im zalety wynikające z udziału w krótkich łańcuchach dostaw oraz ich współtworzenia.

### **Powody niekupowania produktów bezpośrednio u rolnika**

Tak jest wygodnie (34%)

Brak wiedzy, jak znaleźć takie gospodarstwa (24%)

Brak potrzeby (19%)

Obawy o wysokie ceny produktów (13%)

### **Powody rezygnacji z kupowania produktów bezpośrednio od rolnika**

Powody logistyczno-organizacyjne (23%)

Dostępność równie dobrych produktów w pobliżu (21%)

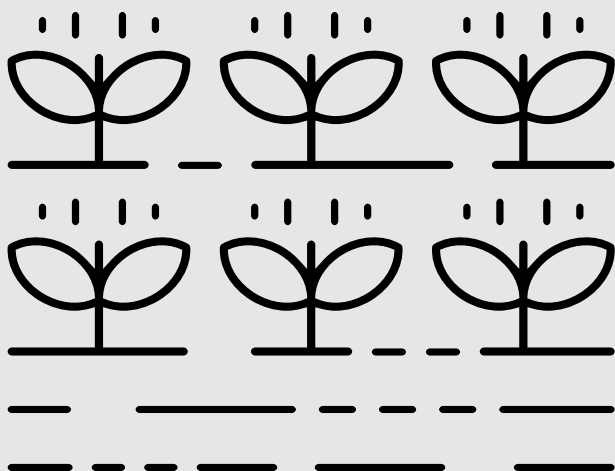
Zbyt wysokie ceny (19%)

Rezygnacja po stronie rolnika z takiej formy sprzedaży (18%)

Zbyt rzadko dostarczane produkty w stosunku do potrzeb (16%)

Kooperatywa spożywcza – zrzeszenie osób, które działa na rzecz zaopatrywania członków i członkiń w wysokiej jakości, wytworzone w sposób ekologiczny i etyczny produkty spożywcze. Współpracuje bezpośrednio z rolnikami. Promuje rolnictwo lokalne, wspierające różnorodność ekosystemów i żywności. Przykładem jest warszawska Kooperatywa Dobrze<sup>15</sup>.

Model Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność (tzw. RWS) – model współpracy między konsumentami i producentami żywności oparty na osobistym kontakcie i wzajemnym zaufaniu. W RWS-ie konsumenci z góry płacą rolnikom na początku sezonu ustaloną kwotę w zamian na dostęp do świeżej i regularnie dostarczanej żywności. Dużą zaletą tego rozwiązania jest zwiększenie stabilności prowadzenia gospodarstw poprzez zapewnienie pewnego dochodu oraz uzyskanie wyższych zarobków ze sprzedaży. Konsumenci zyskują dostęp do żywności ze sprawdzonego źródła. Zwiększa się też ich wiedza na temat produkcji rolnej<sup>16</sup>.



<sup>15</sup> Por.: <https://dobrze.waw.pl> [dostęp 16.11.2023].

<sup>16</sup> Por.: <https://wspierajrolnictwo.pl> [dostęp 16.11.2023].





**Jak pokazują badania ISP, formy bezpośredniej współpracy z rolnikami nie są szerzej znane polskiemu społeczeństwu – 26% Polek i Polaków ocenia, że dobrze zna model RWS, a 34% kooperatywy konsumenckie.**

# Podsumowanie

Przemiany społeczne, gospodarcze i geopolityczne ostatnich dekad sprawiły, że rolnictwo praktycznie zniknęło z naszego horyzontu. Niewiele wiemy o produkcji żywności. Nie doceniamy roli rolnictwa i pracy rolników. To grupa, na którą patrzymy przez pryzmat stereotypów i uprzedzeń budowanych m.in. na bazie obrazów medialnych (takich jak program telewizyjny „Rolnik szuka żony”). Kryzysy ostatnich lat (w tym kryzys środowiskowy, zbożowy) ożywiły nieco dyskusję na temat bezpieczeństwa żywnościowego, łańcuchów dostaw, dostępności żywności i jej cen. **Nadal niewiele w debacie publicznej mówimy jednak o tym, w jaki sposób w praktyce przeprowadzić transformację systemu żywnościowego z korzyścią dla wszystkich, w tym także przyrody i klimatu.** Rolnictwo pozostaje tematem branżowym, eksperckim, a nie sprawą nas wszystkich.

Jak wskazują eksperci, „jeżeli konsumenci mają brać udział w tym, aby łańcuch żywnościowy był zrównoważony, to musimy myśleć o przechodzeniu na dietę opartą o żywność wyprodukowaną lokalnie. (...) A jeśli chcemy spożywać produkty pochodzenia zwierzęcego, to powinniśmy szukać tych ekologicznych, pochodzących od zwierząt trzymanyh w dobrostanie”.<sup>17</sup> Te zmiany wymagają m.in. odbudowania sojuszu między producentami rolnymi i konsumentami. Oznacza to konieczność nie tylko pogłębiania wiedzy

---

<sup>17</sup> Wywiad z Justyną Zwolińską, <https://publicystyka.ngo.pl/zwolinska-zostala-przerwana-nic-porozumienia-pomiedzy-rolnikami-a-konsumentami> [dostęp 16.11.2023].



**Coraz większą wagę przywiązujemy do jakości żywności i tego, w jaki sposób została wyprodukowana.**

konsumentów na temat produkcji rolnej, wytwarzania żywności i uwarunkowań sytuacji rolnictwa i rolników. Potrzebne jest również budowanie wzajemnych powiązań i współpraca obu stron. Skracanie łańcuchów dostaw może pomagać te cele realizować w praktyce, dając konsumentom dostęp do świeżej i wysokiej jakości produktów, a rolnikom szansę na stabilizację i zwiększenie dochodów.

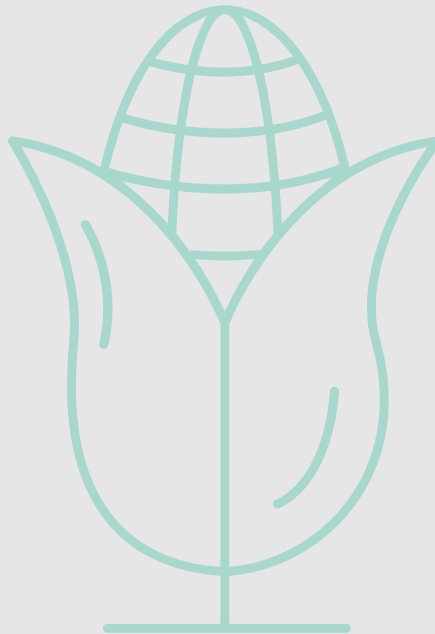
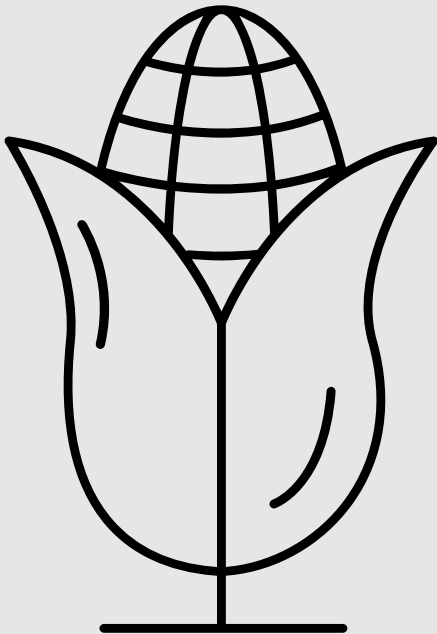
Obecnie potencjał tej współpracy pozostaje niewykorzystany, ale, jak pokazują badania, po obu stronach jest gotowość i otwartość na to, by to zmienić. Wynika to z różnych czynników. Poszanowanie środowiska, lokalność produktów stają się ważnymi priorytetami podczas zakupów żywności. Coraz większą wagę przywiązujemy też do jakości żywności i tego, w jaki sposób została wyprodukowana. Najwyższą jakość przyznajemy zaś produktom pochodzącym bezpośrednio z gospodarstw, a nie ze sklepów wielkopowierzchniowych. Część Polek i Polaków próbuje więc pozyskiwać produkty od rolników na targach czy bazarach lub jeżdżąc bezpośrednio do gospodarstw. Zdecydowanie rzadziej wykorzystujemy w tym celu Internet, kooperatywy spożywcze czy model Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność. Te formy sprzedaży produktów rolnych wymagają upowszechnienia zarówno wśród konsumentów, jak i producentów.





**Żywność powinna stać się przedmiotem szerokiej debaty publicznej o naszym bezpieczeństwie, zdrowiu i przyszłości.**

Potencjał transformacji systemu żywnościowego tkwi także w rosnącym – na skutek m.in. ostatnich kryzysów i wysokich cen żywności – zainteresowaniu budowaniem lokalnej odporności w wymiarze żywnościowym. Samodzielna uprawa roślin jadalnych na własne potrzeby, farmy miejskie to kierunek zmian, który co prawda nie zagwarantuje nam samowystarczalności żywnościowej, ale może pomóc przywrócić wiedzę na temat produkcji żywności, znaczenia bioróżnorodności i kontaktu z naturą. Jak wynika z badań, jesteśmy jako społeczeństwo na te doświadczenia otwarci. Zadaniem państwa i samorządów jest, by te inicjatywy wspierać poprzez m.in. tworzenie ram i przestrzeni, która umożliwi bezpośrednią współpracę rolników i konsumentów, propagowanie wiedzy na temat żywności i jej produkcji oraz tworzenia i korzystania z krótkich łańcuchów żywności i korzyści z nich wynikających. Jeśli chcemy odpowiedzialnie podejść do wyzwań, które przed nami stoją, żywność powinna też stać się przedmiotem szerokiej publicznej debaty o naszym bezpieczeństwie, zdrowiu i przyszłości.





**Paulina Sobiesiak-Penszko**, doktor socjologii, absolwentka Instytutu Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego oraz studiów podyplomowych w Collegium Civitas poświęconych społecznej odpowiedzialności biznesu, dyrektorka Programu Zrównoważonego Rozwoju i Polityki Klimatycznej, analityczka w Instytucie Spraw Publicznych. Prowadzi badania i ewaluacje m.in. w obszarze zrównoważonego rozwoju, niskoemisyjnej transformacji gospodarek, dezinformacji klimatycznej i zrównoważonego rolnictwa. Autorka i współautorka ponad 50 publikacji. Ekspertka Programu Climate Leadership UNEP/GRID -Warszawa.



**INSTYTUT SPRAW  
PUBLICZNYCH**

